

Bátorfy Attila

***Freee*: Egy szubkulturális sajtótermék és a magyarországi elektronikus zenei kultúra párhuzamos története**

Az elektronikus tánczenei kultúra magyarországi történetére a *Freee Magazin* 1995-ös indulásától kezdve nagyjából egy évtizeden keresztül gyakorolt hatást. Nehéz feltárni, hogy ez a hatás milyen mélységű és intenzitású volt, viszont a magazin egykori számait olvasva, illetve fórumbejegyzéseket vizsgálva talán nem tűnik merészségnek, ha azt állítjuk, egy időben nagyon fontos szerepet játszott a lap a partizók életében. A magazin nyomtatott formában 2009-ben végleg megszűnt.

A közösségi párbeszédnek napirendet kínáló médiatermékek vizsgálata sokban járulhat hozzá a (szub)kultúraelméletekhez és a kultúrtörténethez. Bár vannak példánk, hogy az ilyen irányú kutatói érdeklődés milyen hasznot hajthat az elmélet számára, mégis érdekes, hogy a hasonló tárgyú dolgozatok általában csak a történetírás számára hasznos következtetéseket és összefüggéseket tárják fel. Persze óvatosnak kell lennünk. Egy szubkulturális médiatermék kutatása nem lehet alapja egy komplett metaelmélet megalkotásának. De akkor mégis mire alkalmas?

Ha elfogadjuk, hogy egy ilyen médiatermék fontos a szubkulturális életmód, párbeszéd és orientáció alakításában, és ebből kiindulva próbálunk hozzálátni egy ilyen munkához, mindjárt szembesülünk a szubkultúraelméletek néhány alapvető kérdésével. Hogyan képes alakítani és módosítani egy ilyen médiatermék a közösség számára alapvető kulturális kódokat? Milyen módon és mértékben van hatással az ízlésre? Miképpen reagál a közösségen kívüli világra? Mennyiben képes beavatkozni a szubkultúrán belüli hierarchia alakulásába? És végül: hogyan tud egyensúlyozni a szubkulturális elvárások és a piac követelményei között?

A továbbiakban ezt próbálom bemutatni a *Freee Magazin* és a magyarországi elektronikus tánczenei kultúra párhuzamos történetén keresztül.

2. A (SZUB)KULTÚRÁK, A MÉDIA ÉS AZ ÍZLÉS

A szubkultúrák egyik jellemző tulajdonsága, hogy a tömegmédiában viszontlátott képükhöz mérve alakítják kulturális politikájuk jelentékeny részét.¹

¹ Néhány gondolat erejéig a szubkultúra fogalmáról. Az egyszerűség kedvéért használok a szubkultúra fogalmát, ráadásul a tárgyalt korszakról szóló munkák többsége is ezzel a fogalommal operál, vagy a cserébe felkínált más fogalmat bevetve (szcéna, poszt-szubkultúrák, neo-

Stanley Cohen a hatvanas évek modjainak és rockereinek médiareprezentációját vizsgálva jutott el a morális pánik elméletének kidolgozásához. Cohen nagyon fontos megállapításokat tett arról, hogy a média milyen torzításokon és nagyításokon keresztül képes „megteremteni” a szubkulturákat. Vizsgálata azonban egyoldalúnak bizonyult, mivel a szubkulturális reakciókat nem vette számba, így a média és a szubkulturák viszonyrendszeréről csak keveset tudhatunk meg (Cohen [1972] 2000). A Birminghami Kortárs Kultúrakutató Központ (Center for Contemporary Cultural Studies – a továbbiakban CCCS) munkássága jelentős részben bővítette a médiakutatás tudástárát. Ennek ellenére a CCCS szubkulturakutatói a médiaelmélet tanulságait mégsem építették be szervesen munkáikba. Akárcsak a *Resistance Through Rituals* programadó szerzői, úgy Dick Hebdige is úgy tekintett a médiára, mint a kultúripar egy olyan eszközére, amely segít az uralkodó tömegkultúrának hasznosítani mindazt, ami a szerintük „hamisítatlan” szubkulturákból piacosítható (Jefferson et al. 1976; Hebdige [1979] 1995).

Nem sokkal a CCCS „nagy korszaka” után szinte egy időben jelent meg két olyan történelmi munka, amelyek azt vizsgálták, hogy bizonyos sajtótermékek milyen módon járulhatnak hozzá a csoportidentitás és attitűdök kialakulásához. Mindketten az addig elhanyagolt közösségi *media*használatból vontak le fontos következtetéseket az uralkodó elit és az azzal szembehelyezkedő népi-nemzeti csoportok viszonyára vonatkozóan.

Robert Darnton amerikai történész a francia forradalom „irodalmi undergroundját” vizsgálta. Arra az álláspontra jutott, hogy a 18. századi kanonizált francia elitszerzők és filozófusok műveinek nem volt akkora hatása a forradalom ideológiájának kialakulására, ahogy azt korábban állították, mert a nép nem is ismerte őket. Ezzel szemben az elit nyilvánosságból kirekesztett „kis” szerzők radikális szamizdat kiadványainak óriási földalatti keletje és véleményformáló szerepe volt, az olvasók pedig pamfleteken, röpiratokon, pornográf kisregényeken keresztül alakították ki saját kritikus dühüket az uralkodó arisztokráciával és klérussal szemben. Darnton ezzel a munkájával ráirányította a figyelmet az addig kevésbé fontosnak tartott könyvek és sajtótermékek történelmi fontosságára (Darnton 1982).

Benedict Anderson az *Elképzelt közösségek* című könyvében foglalja össze a nacionalizmus kialakulásáról és természetéről alkotott nézeteit. Az elképzelt közösség fogalma számára azt jelenti, hogy egy közösség tagjait nem a személyes ismertség, a mindennapi találkozás, hanem a közös érdeklődés és identitás tartja össze. Ez az identitás folyamatos, írásbeli kommunikáción keresztül

törzsek, zsánerekultúrák) konkurál. Ennek a vitának kiváló összefoglalását lásd Kacsuknál (2005b). Kacsuk egy esettanulmánya kapcsán (2005a) önmagát posztstrukturalistának vallja, és én is döntőnek tartom a Thornton (1996), Muggleton (2000, vö. Kacsuk 2005b:104–106) és újabban Hesmondhalgh ([1997] 2005, 2005) által bemutatott szimbolikus strukturális különbségek meglétét, valamint a Hesmondhalgh által felvetett zsánerekultúrák is használható fogalom lehetne (Kacsuk 2005a; Blackman 2005; Hesmondhalgh 2005; Bennett 2005; Shildrick–McDonald 2006).

alakul ki, aminek a saját és közös média ad teret. Anderson úgy látta, hogy a 19. század nemzetállamainak megszületése a nemzeti nyelven írt, és az idegen/illegitim hatalommal szembehelyezkedő sajtótermékek identitásteremtő erejének is köszönhető, és a szükséges behelyettesítéseket megtéve tanulmányunk szempontjából ez alapvető fontosságú megállapítás (Anderson [1983] 2006).

A két nevezetes tanulmány mellett a nyolcvanas évek végére a médiakutatás túllépett Stuart Hall kódolás/dekódolás, inkorporáció/ellenállás paradigmáján, és az utána érkező kutatógeneráció már a speciális kulturális közösségek média-fogyasztására és termelésére koncentrált. Nem meglepő módon éppen a nagy médiavállalatok piackutatási tapasztalataira is építve előtérbe kerültek a rajongói kultúrák elemzése, a különböző magazinfajták és műsортípusok termelésének és fogyasztási szokásainak feltérképezése. Az ezek alapján nyert tapasztalatokra építve több kultúrakutatási irány is elágazott, melyek közül a Star Trek-rajongókról, a női magazinok olvasóiról vagy éppen a fanzine-kultúráról írt dolgozatok jelenthetik az igazodási pontokat. A szubkultúrák, a média és a piac bonyolult kapcsolatára vonatkozóan máig legfontosabb megállapításokat azonban Sarah Thornton tette, ezért a *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital* című sokat idézett könyvében foglaltakat érdemes kiemelten tárgyalni.

Thornton külön fejezetben foglalkozik azzal, hogy a kilencvenes évek eleji brit acid-house kultúrára milyen hatással volt a médiakörnyezet. Bár nem elsőként veti fel, hogy a médiakörnyezet nem homogén (abban az értelemben, hogy a tömegmédián kívül nincs más), mégis a korábbi (szub)kultúrakutatási irányokkal szembehelyezkedve elveti a mindenható tömegmédiáról és piaci kizsákmányolásról alkotott elméleteket. Ehelyett egy olyan médiakörnyezet képét vázolja, amelyben a tömegmédia, az általa niche médiának nevezett szegmens, valamint a mikromédia egyaránt fontos szerepet játszanak a szubkulturális gondolkodás és identitás szempontjából.² A média ilyen szegmentálása azt jelenti, hogy az nem csupán a reprezentáció helye, hanem az adott szubkultúra jelentésalakulásának eszköze is. A Thornton által feltárt jelentésalakulási mechanizmus nem egyirányú, nem az információk a mikromédiából a tömegmédiába való felszivárgását mutatja, hanem ellenkezőleg. Ezek a szegmensek egymásra épülnek, egymás információira felelnek, közösen alakítják a szubkultúrát, valamint éppen a piac és a média differenciált logikái és aktuálisai szerint születnek meg.

Ez abban a tekintetben is fontos megállapítás, hogy a szubkultúra tagjai pontosan ellenkezőleg vélekednek, a médiával és a piaccal kapcsolatos nézeteik többnyire megfelelnek a CCCS által megalkotott média- és piacképnek. Kutatása során Thornton arra jutott, hogy a szubkultúrák tagjai sokkal negatívabban nyilatkoztak a médiáról és a piacról, mint amennyire a tények isme-

² Thornton meghatározásában: tömegmédia az országos kereskedelmi és közszolgálati rádiók és televíziók, az országos minőségi és bulvár napilapok, niche média a speciális magazinok, közösségi rádiók, internetes portálok, mikromédia pedig az e-mail listák, a mobilkommunikáció, a flyerek, a kalózzádiók és a fanzine-ek (Thornton 1996: 116–162).

retében nyilatkozniuk kellett volna. A szubkultúrák tagjai a saját közösségükben történt negatív változásokért a médiát és a piacot tették felelőssé, úgy hitték, hogy a kultúrájuk materiális és szimbolikus megnyilatkozásai iránt érdeklődő popkultúra szándéka ezen értékek kisajátítása és áruvá tétele. A szubkulturális jelek és jelentések tömegmédiá általi reprezentációját és értelmezését a brit partikultúra szereplői háborúként értelmezték, ennek a kései „szemiotikai gerillaharcnak” (Umberto Eco-t idézi Hebdige 1979: 105) terepe pedig éppen ez a szegmentált média volt (Thornton 1996).

Érdekes, hogy szubkulturális vonatkozásban az ízlés és a hitelesség kérdése csak Sarah Thorntonnál bukkan fel markánsan újra, holott már Howard S. Becker kívülálló tánc- és jazz-zenészei is a „zenéhez nem értő” „kockafejűekről” beszéltek (Becker [1963] 1997; Kacsuk 2005b). A tömegkultúra-kritikusok Ortega y Gasset-től Oswald Spengleren keresztül Adornón át Raymond Williamsig az ízlés és a magaskultúra erózióját vizionálták, és ennek okát a kultúra tömegesedésében és piacosodásában látták. Már Herbert J. Gans is felvetette, hogy ezek a szólamok leginkább abból a félelemből táplálkoztak, hogy az értelmiség a kulturális hierarchia és kánon alakításában betöltött vezető szerepét ingatagnak érezte (Gans [1974] 2002). Pierre Bourdieu ennél tovább ment, és azt állította, hogy az értelmiség által birtokolt kulturális tőke nem csupán a kirekesztés egy hatékony eszköze, hanem a társadalmi egyenlőtlenségek újratermelésének záloga is (Bourdieu 1984). Az acid-house szubkultúra tagjainak média- és piacellenes stratégiai eszköztárában Thornton a magaskultúra elitista képviselőinek visszhangját vélte felfedezni.

A Thornton által szubkulturális tőkének nevezett szimbolikus javak (szleng, lemezgyűjtemény, lexikális ismeret) folyamatos termelése és felhalmozása, a titkolózás (fehér címkés, ún. *white label* lemezek, meghívás alapján működő levelezőlisták), a producerek, DJ-k folyamatosan változó nevei, valamint az elektronikus zenei irányzatok és stílusok gyakran változó elnevezései mind arra szolgáltak (McLeod 2001), hogy az új követők, valamint a popkultúra számára nehezebben legyenek reprodukálhatóak a szubkultúra tartalmi és stílári elemei. A partikultúra szereplőit és rajongóit Thornton ez alapján hasonlítja az elitista *connoisseur*ökhöz, akik számára az eligazodás, a rendvágás, az ítélet és a különbségtétel képessége állandó hitelességet termel (Thornton 1996: 11).

3. AZ ALTERNATÍV ZENEI MÉDIA, A KÖZÖNSÉG ÉS A PIAC

A punkokkal együtt fénykorát élő (zenei) fanzine-kultúra soha nem volt képes a Stephen Duncombe által virtuális nomádoknak nevezett közönséget egységbe tömöríteni (Duncombe 1997). A sokszor kézzel barkácsolt fanzine-ek termelése az olcsó előállítási költségeknek köszönhetően sok önjelölt újságíró, kritikust és amatőr fotóst vonzott, viszont sokszorosításuk és terjesztésük pénzügyi okok miatt legtöbbször akadályokba ütközött. Mivel a fanzine-ideológia a punkhoz hasonlóan a piaccal és a tömegmédiával szembehelyezkedő „független kultúra” ideológiájának táptalajából nőtt ki, ezért még a viszonylag na-

gyobb olvasóközönséggel rendelkező zinek piaccal való egyezkedése is teljes hitelvesztéssel járhatott volna a rajongók szemében. Azok a fanzine-ek viszont, melyek a szektás dogmatika helyett inkább a tömegmédiá mellett alternatívaként pozicionálták magukat, bizonyos mértékig engedtek a piac logikájának, és független kiadók hirdetéseiből tartották fent magukat. Ugyanakkor a piacon való megjelenést már ők sem vállalták.

A fanzine-írók és az esetlegesen körjük csoportosuló rajongótábor között hamar jelentkeztek az első problémák. Phil Stoneman a fanzine-ekről írt diszsertációjában (2001) megjegyzi, hogy a szerzők arról panaszkodtak, hogy közönségük csak a már jól ismert témákról és együttesekről akart olvasni, az olvasók pedig gyorsan elpártoltak attól a fanzine-től, amely a szerzők személyes zenei ízlését helyezte előtérbe. Stoneman emellett azt is megállapítja, hogy a legtöbb fanzine valójában igazodni próbált a piacon szereplő zenei szaklapok stílusához és formájához, csupán tartalmukban foglalkoztak olyan együttesekkel és zenékkal, amelyek a mainstreamből kimaradtak (Stoneman 2001).

A fanzine-kultúra a nyolcvanas évek végén azzal szembesült, hogy a kis példányszámban, rendszertelenül megjelenő, viszonylag rossz minőségű és rengeteg fanzine helyett egy jóval differenciáltabb igényeket kielégítő, kiszámítható időközönként megjelenő, eladási helyeken is beszerezhető professzionális lapokra van szükség.

Az alternatív nyomtatott zenei sajtó a kilencvenes években érte el népszerűségének tetőfokát. Nemcsak nemzetközi szinten, de Magyarországon is ebben az évtizedben volt a legtöbb nyomtatott zenei sajtóorgánus. Ma már világosan kimutatható, hogy a nyomtatott zenei sajtó jelentőségének csökkenését az internetnek köszönhette. Ehhez a magyar piacon az is hozzájárult, hogy a nyomtatott zenei sajtó képtelen volt az interneten a közönsége igényeinek megfelelő online stratégiát kialakítani. A tulajdonosok csak kevés pénzt áldoztak az online fejlesztésekre, amikor pedig valamilyen lépés megtörtént, akkorra az online trendek már továbbhaladtak. Ez persze nem magyarországi sajátosság, mindenesetre elmondható, hogy ma már egy-két kivételtől eltekintve mind külföldön, mind Magyarországon blogokból kinőtt zenei hír- és kritikai oldalak jelentik a releváns igazodási pontot, és nem a nyomtatott zenei magazinok online mutációi. Elmondható tehát, hogy nyomtatott formában a zenei sajtó egyre életképtelenebbnek tűnik, Magyarországon pedig a *Free Magazine* megszűnésével jelenleg nincs olyan nyomtatott sajtótermék, amely a több tízezer főre tehető partizó populációt kiszolgálná. A *Free Magazine* egykor húszezrest is elérő olvasóköre fokozatosan eltűnt az interneten, holott az elektronikus zene iránti igény talán soha nem volt akkora Magyarországon, mint ma.

A *Free Magazine* közönségének fokozatos eltűnése és a magyar elektronikus zenei kultúrában betöltött szerepének elvesztése azonban nem csupán az internetpenetráció növekedésének volt betudható. A továbbiakban a *Free* történetén keresztül olyan példákat fogunk látni, amelyek a szubkulturális érzékenységet jól illusztrálják, valamint segíthetnek megérteni a szubkulturális változások és reakciók okait és tulajdonságait.

4. A KEZDETEK

A magyar elektronikus (tánc)zenei kultúra kezdete egyszerre két irányból közelíthető meg. Az egyik elbeszélés a nyolcvanas évek végi underground értelmiség újtó szerepét hangsúlyozza, a másik pedig a diszkó DJ-k fokozatos trendkövető lemezparkcseréjét. Ez a kettősség nyomon követhető volt a bennfentes „haladó-kullogó” viták során, de sokáig a *Freee* szerkesztőségének összetételén is látható volt. Mindenesetre a magazin már 1996 végén szükségét érezte egyfajta kollektív emlékezet életben tartásának, az általuk összeállított szelektív történelmi eseménysor viszont sok sértődést vont maga után (1996/december). Itt máris szembetalálkozunk egy alapvető reprezentációs kérdéssel: a mai napig megjelent tanulmányok és antropológiai terepmunkák szinte mindegyike egyoldalúan a valós idejű undergroundnak tartott elektronikus zenei kultúrával foglalkozott (Fejér [1997] 2000; Horkai 1999; Kömlödi és Pánczél 2001; Rácz és Geresdi 2001; Angyalosy 2002; Kertész 2003). Ezzel szemben viszont érdemes észben tartani azt az érvelést is, miszerint a magyar elektronikus (tánc)zenei kultúra épülése és népszerűsége sokkal inkább a mindenkor top DJ-k szerepének, és az őket foglalkoztató rádióadóknak, kiadóknak tulajdonítható. Logikusabbnak is tűnik úgy számolni az elektronikus zenék rajongóival, mint akiket a popkultúrában megjelenő elektronikus zenék, valamint a sztár DJ-k vonzottak a partikultúra irányába.

A *Freee Magazin* akkor kapcsolódott be a magyar elektronikus zene történetébe, amikor a Tilos Rádió már négy éve létezett, megjelent az első hazai techno-trance album, a Liquid Limbs 1994-es *Transparent Hole* albuma, elindult néhány kereskedelmi rádiós műsor, megnyitott az Underground Records a Király utcában, tízezer partizó részvételével megtartották az első Rave Olimpiát, és elindult a Top TV *Dee-Zone* című techno-dance műsora Pánczél Gábor vezetésével. A lap ötlete 1995 júliusában kezdett körvonalazódni Bugyik Imre (DJ Budai) tulajdonos és Gazsi Tilla fejében. Céljuk egy külföldi technomagazinokhoz hasonló orgánus létrehozása volt, ami „szakítani kívánt a pop-rock hazai egyeduralmával a médiapiacra” (*Freee* 1998, november). Az átlagos magyar fiatal számára drága ruhaboltokban,³ lemezboltokban, szórakozóhelyeken beszerezhető első ingyenes, 20 oldalas *Freee* pár száz⁴ példányát három nap alatt elkaptokták. Az első számok a korszak technoesztétikájának megfelelően harsányak voltak, tördelésük a punk-fanzine-eket idézte, több helyütt olvashatatlanok voltak, sok volt bennük a bántó helyesírási hiba, koncepció pedig alig volt felfedezhető bennük.

Ennek ellenére a *Freee* sikersztoriként indult, hiszen 1996 augusztusában országsszerte 8000 példányban terjesztették 36 oldalon.⁵ A tartalomban he-

³ A főszerkesztő személyes közlése. Sajnos a „hol”-ra nincsenek információim.

⁴ Egy, a *Freee*-ben megjelent cikk szerint pár ezer példány (*Freee* 1998/november). A főszerkesztő által közölt adatot reálisabbnak tartom.

⁵ Ez az adat a *Freee* 1998/novemberi számában szerepel.

lyet kaptak a kultúrával kapcsolatos alapfogalmak tisztázásai, az elektronikus zene műfajait bemutató sorozatok, életmóddal, droghasználattal foglalkozó írások, valamint az ízlést rendkívüli módon befolyásoló DJ-toplisták. Ezzel egy időben a magyar tömegsajtó elkezdett komolyabban foglalkozni a partik és klubok világával, érdeklődésük fókuszában pedig a drogfogyasztás állt. Noha a hazai elektronikus zenei színtér reakcióként megszervezte a „No Droq, Only House Music” partisorozatot, a lapban kevés szó esett erről a problémáról.

1997-ben a magazin minősége jelentősen javult, a tördelés átláthatóvá vált, rögzült a rovatok helye. A kép-szöveg arány 50-50 százalékos volt, míg a reklámok a lap 25-30 százalékát tették ki. A lap munkatársainak hátországa meglehetősen vegyes volt. Akadt köztük lemezlovas, zenész, partiszervező, diplomás bölcész és mérnök, stúdiószakember is, esetleg egy személyben ezek valamilyen kombinációja. Pánczél Gáborral erősödött a kritikai attitűd, amit akkor még csak lemezajánlóiban (*Plastik Tips*), illetve az olvasói levelekre adott válaszaiban lehetett tetten érni. A DJ-interjúkban (*Shine* rovat) egyre többen tértek ki a hazai elektronikus zenei kultúra széthúzására. Ebben az évben a magyar média országos méretű offenzívába kezdett a techno-drog kérdést illetően (vö. Bátorfy 2007), a *Free* viszont az egy, külsős Simó György-cikken kívül (1997/január: „Diszkózsurnaliszták”) nem foglalkozott különösebben a helyzettel. Sokkal inkább a felmutatható látványos sikerekkel. 1997 a techno-house kiadványok éve volt a hazai zenepiacon (*Dee-Zone Traxx*, DJ Budai: *Techno House Classics of '93-'96*), a magazint pedig elsősorban az érdekelte, hogy az eladási mutatók ellenére a kereskedelmi rádióadók miért nem játszottak több és *jobb* elektronikus zenét.

A külsős kritikákban már a kezdetektől felmerült a belterjesség, a szektásodás kérdése, amire a lap azzal reagált, hogy kizárólag azokkal a szereplőkkel foglalkozik, akik a hazai elektronikus zenei kultúra építésében aktívan részt vesznek. Az erős szubkulturális öntudatra talán az a legjobb példa, hogy az olvasók kérésére 1997-ben nagyon hamar megszüntették a *Dancefloor* rovatot. Erről az időszakról elmondható, hogy elsősorban az újdonság, az exkluzivitás, illetve ezekből adódóan a haladónak titulálható elektronikus zenei irányzatok együttesen egyre több fiatal tudtak megnyerni a kultúra és a magazin számára. Mindezt úgy, hogy a lap véleményeket alig közölt.

5. A SIKEREK ÉVEI

Az olvasói memoárokban a '98-ig tartó időszak még mitikus genezisztörténet formájában is csak elvétve szerepel. Ezzel szemben a nagyjából 2002-ig datált érárt egyöntetűen a *Free* fénykoraként szokás leírni, és ehhez az időszakhoz a legtöbben Pánczél Gábor nevét rendelik, aki 1998 októberében lett a magazin főszerkesztője. A *Free* ekkor olyan szimbólumként jelenik meg olvasói körökben, mint az elektronikus zene enciklopédiája, lexikon, mentsvár, sarokkő, megvilágosodás, iránytű vagy éppen kultúrpolitikai *folyóirat*.

Ha csak a szemmel látható változásokat vesszük figyelembe, kétségtelenül óriási fejlődésen ment keresztül a lap. Gerinckötést és vízálló borítót kapott, az átlagos oldalszám 2002-re stabilan 100 oldalra ért el, összevont december-januári számoknál 132-t. Ezért a kézzelfogható fejlődésért komoly ellenértéket kellett fizetni. A lap ára három év alatt 347 forintról 995 forintra emelkedett, ezért cserébe viszont egy céddel is gazdagodott az olvasó. Pánczél kezdeti tevékenysége alatt a reklámok néha elérték a 40 százalékot is, a kép-szöveg arány stagnált, viszont 2000-ben a reklámok visszaszorultak 30 százalék alá, és a betűméret drasztikus csökkentésével a közölt információ mennyisége a kép-szöveg megmaradó 50-50 százalékos aránya ellenére jelentősen megnőtt. A tartalom ennek köszönhetően kibővült, egyre nagyobb teret kaptak Kömlödi Ferenc tudományosnak mondható cikkei, a *Freee* honlapján folytatott fórum-eszmecszerékből válogatott *Elektronikus Agóra* rovattal pedig az olvasók is hangsúlyosabb szerephez jutottak. Néhány rendszeres fórumozó később a *Freee* munkatársa lett. A lemezkritikák több oldalra tettek ki, és a partibeszmélőknak is nagyobb hely jutott. Ezek a tények viszont önmagukban még kevesek lennének ahhoz, hogy a Pánczél-éra legendaként szerepeljen a kollektív emlékezetben. Pánczél nem csupán a szövegek stilisztikai átfésülését tette alapkövetelménnyé, hanem például Pritz Péter vagy Simon Bence személyében két kiváló zurnalisztát is foglalkoztatott. Az interjúk közül különösen azok emlékeztetnek, amelyek túllépték a klisékérdések határait, illetve az alanyok is szabadon engedték magukat, ha a zeneipart, a kultúripart vagy a szakmát lehetett kritizálni (*Anima Sound System* 1999 május, *Mixmaster Morris* 1999 augusztus, *Naga* 1999 november, *Széll László* 2000 szeptember, *Hortobágyi László* 2001 április). Ezekhez társult Pánczélnek az OSZK (Országos Szórákozottzenei Központ) DJ-vizsga ostoba mivoltát firtató cikke (1998 október), a magyar média ugarszemléletét tárgyaló esszéje (1999 január, *Rádióhelyzet Mo.-n*), a pénzhajhász betolakodók árulkodó jegyeit felsoroló írása (*A kullogó*), vagy a Kömlödivel közösen jegyzett, a technológiaellenes szemléletet bemutató rövid tanulmánya (*Neoludditák*). Ezek olyan publicisztikák voltak, amelyekről később heteken keresztül lehetett beszélni, amelyeket oda lehetett dörgölni a technoellenes osztálytársak, kollégák orra alá, esetleg különböző fórumokon tovább vitatni. Ugyanakkor ezek a cikkek egyben a külvilág szubkulturális percepciói is voltak, és megfigyelhető, hogy ugyanazokat a témákat dolgozták fel, amelyeket Thornton is kiemelt, tehát a valószínűleg megkonstruált mainstream popipart, a homogén, buta többség lemaradását vagy a rettegett felhígulást, mint a közösség tagjainak fejében létező negatív toposzokat. Pánczél több nyilatkozatából is kiderül, hogy a *proletarizáció* folyamatától, vagyis az általuk megtermelt kulturális vagyon kiárusításától tartott leginkább. Mindezek mellett lesújtó véleménnyel volt a hazai elektronikus zenei közeg belülgyeit illetően is. A külvilág értékelésekor a *Freee* szerzői és az olvasóközönség egységesen voltak képesek fellépni. A kultúra belső kérdései terén viszont már korántsem volt ilyen egyetértés.

Mivel a zenei sajtó szerzői általában a kulturális hierarchia csúcsára pozicionálják magukat, ezért kimondatlanul is felhatalmazást éreznek arra, hogy személyes preferenciáikat ráerőltessék olvasóikra (Stoneman 2001; Tófalvy 2009), és egy őszinte újságíró talán bevallaná, hogy rendelkezik is ilyen kultúrmissziós szerepvággal (vö. *Free* 2004 április *Kerekasztal – Elektronikus zenei újságírás*; Tófalvy 2009). A klubkultúra műfajok és alirányzatok szerinti széttöredezése bőven elég volt ahhoz, hogy az esztétikai minőség, az értékeség, a hitelesség kérdéskörében szerzők és rajongók hónapról hónapra túllicitálják egymást és saját magukat is. Ez a probléma csak egy olyan kulturális közegben érthető meg, ahol a stílusok, az újdonság, a haladó szemlélet, a komplexitás, a minőség megítélésének képessége mindig is központi szerepet töltött be a szubkulturális tőke birtoklásáért folytatott látható vagy láthatatlan harcban (Thornton 1996; McLeod 2001). DJ Sterbinszky vagy DJ Junior⁶ magyar viszonylatban figyelemre méltó sikereit egyre kevésbé szívelték a szubkultúra tagjai. Mivel a *Free* gyakran közölt róluk cikkeket, és a reklámok túlnyomó részét is a sztárokká váló DJ-k szállították, ezért sok olvasó a magazin kiadását látta a folyamatok mögött. Az Ultrahang többek közt kortárs elektronikával is foglalkozó értelmiségi webzine portálján 2000-ben nyitották meg a *Free Magazin* topicot, ahol többnyire éles kritikák voltak olvashatók.⁷ Ezekből a hozzászólásokból az derült ki, hogy a kritikusok számára már nem a *Bravo Magazin*, hanem a *Free* volt a mainstream diszko szinonimája, és olyan önreflexió nélküli megállapításokat tettek a lapról, amelyek nem voltak igazak. Ilyen volt például, hogy „a lap 80%-a reklám”, hogy „a zenei tartalom 100%-os biztonsággal sorolható a trance skatulyába”, vagy hogy „nyelvi és képi dramaturgiájában gyermekes, félig hollywoodi, félig keletnémet ízű mocsok”. Több komment a *Free* munkásságának tudta be a honi elektronikus zene siralmas állapotát, valamint olvashatunk egy visszaemlékezést a *Free* beszennyezetlen, arkadikus múltjáról, arról a múlttól, amikor a Dancefloor rovatban a Hip-Hop Boys, Császár Előd vagy a Kozmix sűrűn látott vendég volt.⁸ Az ebben az időszakban született antropológiai tanulmányok különösen jól dokumentálják a magukat undergroundként meghatározó, elsősorban drum&bass és goa közösségek negatív véleményét a számukra hitelt vesztett „house” és „techno” irányzatokról (Horkai 1999; Rácz és Geresdi 2001; Angyalosy 2002; vö. Bátorfy 2007). A magazint ért támadások azonban inkább egy szűk, de annál hangosabb réteg véleménye volt, és nem az olvasók általános vélekedése.

A Pánczél-éra reklámbevételeinek túlnyomó részét a top DJ-k, a rendezvények, a kereskedelmi rádióadók és a lemezkiadók hirdetései tették ki. A Pánczél

⁶ Ebben az időben a legnépszerűbb és legfogyaszthatóbb elektronikus tánczenét játszó DJ-k.

⁷ http://ub.hu/forum_lista.php?o=1&tid=26 Utolsó bejegyzés 2005. november 17. (Hozzáférés 2010. február 20.)

⁸ A kilencvenes évek közepén rendkívül népszerű dancefloor és slágertechno formációk.

által megszabott szerkesztői stratégia a kritikai attitűdnek szabad utat adott, és ez sokszor került összeütközésbe a hirdetői és tulajdonosi érdekekkel. Egyfelől bármilyen negatív kritika a hirdető top DJ-ről, partiról, kiadványról a pénzek kivonásával fenyegetett. Másfelől azt is kénytelen volt belátni Pánczél, hogy az olvasóközönség nagyobb része mégsem feltétlenül az „értelmiségi néhez szerzők” miatt veszi meg a lapot, hanem éppen a sztárok és a legdivatosabb irányzatok miatt.⁹ Az elektronikus zenei kultúra akkori presztízsét nézve látható, hogy az addig ostromozott rádióadók, lemezkiadók hozzáállása megfordult, a magyar elektronika nemzetközi ázsioja csúcspontja felé tartott, a droghisztéria lecsengett. A borzasztó külvilágról szóló kommunikáció árnyékbokszsá vált, a belső tisztogató akciók pedig csak problémákat szültek. 2001 májusában Pánczél lemondott a főszerkesztői posztról, és többé nem publikált a *Freee*-ben. Pánczél saját *Re:creation* vállalkozásának honlapján azt állította, hogy az újság koncepcióját és cégvezetési stratégiáját már nem tudta összeegyeztetni a lap-tulajdonossal, vagyis DJ Budaival. Szerinte leköszönése után az eladási mutatók jelentős esésnek indultak, a magazin minőségi és tartalmi mélyrepülésbe kezdett, és néhány éven belül a cirkuláció az ötödére esett vissza.¹⁰ A honlap szintén állította, hogy a tulajdonos „sztálini módszerekkel” igyekezett eltüntetni múltját a lapnál, az utána érdeklődő fórumozókat pedig letiltatta a *Freee* honlapjáról.¹¹

Az olvasók által nagyra értékelt kritikai szemlélet okozta havi izgalom fokozatos eltűnését a jelentős részük viszont úgy is értékelhette, hogy a magazin egyszerűen unalmassá vált. Másrészt az elektronikus zenei kultúra irányzatainak szétrobbanását a lap már véges határai miatt sem tudta tovább követni. Kömlődi Ferenc szerint a magyar elektronikus zenei kultúra szektásodása

⁹ Rónai András, a *Quart.hu* jelenlegi szerkesztője az Ultrahang fórumán a következőket írta: „beszéltem néhányszor a Pánczél Gáborral, és meglehetősen furcsa ember. Igazából eléggé lenézi az olvasóközönségét, tökéletesen tisztában van azzal, hogy a *Freee* 3/4 része töltelék (lásd alulöltözött táncoló macák képei több oldalon keresztül), de beleteszi, mert hogy a közönség meg olyan butus, hogy ez kell neki, és a képnézegetésről azt hiszi, hogy újságolvasás. Mondjuk jó kérdés, hogy ezek után miért csinál újságot, és nem hiszem, hogy egyszerűen a »pénzéért« volna a válasz. Talán valamilyen népnevelői attitűd van benne, csak belefáradt, hogy az istenadta nép meg csak minimális mértékben hajlandó nevelődni.” http://www.ultrahang.hu/forum_lista.php?tid=26&o=30 (Hozzáférés 2010. február 20.)

¹⁰ Ha ez igaz, akkor az adatok ismeretében a lapot csak egy nagyon is elhivatott gárda készíthette tovább.

¹¹ www.recreation.hu/index.html (Hozzáférés 2009. szeptember 12.) A főszerkesztő állítása szerint soha nem tiltottak le senkit amiatt, mert Pánczél iránt érdeklődött, ellenben olyan üzeneteket töröltek, amelyek alpári módon szidalmaztak, illetve a „Csak akkor vagyok hajlandó venni a *Freee*-t, ha Pánczél visszajön” jellegű szövegeket is eltüntették, mert a szerkesztőket, és az új főszerkesztőket (Dégen Imre, majd Major Ádám) bántotta.

2000–2001 körül kezdődött el (2004). Ha a másfajta zenék rajongói iránt érzett ellenszenvet nem is tekintjük adottnak, az egy irányzatnál való lehorgonyzás miatt a lap nagy része érdektelen információhalmazzá válhatott az olvasók számára. Zenei tartalmának „minőségében” azonban, a kritikusok véleménye ellenére, én nem találtam lényeges változást.

A Pánczél-korszak vitathatatlan sikere mögött nem árt rámutatni arra, hogy az elektronikus tánczenei kultúra itthon is valóban tömegmozgalommá növekedett, így a kultúra híreire, történéseire életciklusából fakadóan is óriási volt a kereslet. Nem utolsósorban a szerzőknek az aktuális kultúr- és drogpolitika bőven szolgáltatott muníciót, amely minden hónapban folyamatosan ébren tudta tartani az érdeklődést és beszédtemát adhatott az olvasóknak.

6. ÚJ UTAK KERESÉSE

A *Free* által bemutatott zenei spektrum soha nem volt és nem is lehetett egységes, tendenciák viszont jól nyomon követhetők. A globális repertoár elsősorban mindig is a brit zenei sajtó aktuális hullámai szerint alakult, hiszen a decentralizáltak hitt elektronikus zenei kultúra szálai ekkor Londonban futottak össze. A *Free* legtöbbször a brit sajtóra (*Mixmag*, *NME*, *DJ Mag*, *Knowledge* stb.) hivatkozott, elvétve a franciára (*Coda*) és az amerikaiakra (*Urb*), németre azonban csak a legritkább esetekben, noha a Magyarországra látogató német és osztrák lemezlovasok száma és népszerűsége mindig is nagy volt. Ez nem csupán a hírekben mutatkozott meg, hanem például a címlapokon szereplő DJ-k, producerek, a választott témák, az irányzatok reprezentációjának tekintetében is. Az olvasók folyamatos kivonulását a fentebb említett tényezők mellett okozhatta az állandóan jelentkező konkurencia is, amely lényegesen olcsóbb hozzáférhetősége, specializálódottabb tartalma, esetleg lokálpatriotizmusa miatt vonhatott el olvasókat (*Check Magazin*, *From*, *Electronic Beats*). 2002-ben a globális partikultúra csúcspontja elérte Magyarországot is. A külföldi sztár DJ-k egymást érték, a bevásárlóközpontok, divatbutikok hangsróiból trance és progresszív house szólt, néhány országosan is fogható kereskedelmi rádióadóban az elektronikus tánczene aránya látványosan megnőtt, pár nagy kiadónak sikerült leszerződtenie a top lemezlovasokat, a slágerekre specializálódott diszkók kivételével szinte minden klubban az elektronikus zene valamelyik válfaját játszották.

Egy szubkulturalista számára ennél kiábrándítóbb helyzet azonban nincs is. A folyamatok csúcspontján a legnagyobb részkulturális közösséget a *proggiefanek* (a progresszív house rajongói) alkották. A csalóka látszat azt mutathatja, hogy ezek a fiatalok többségükben jó anyagi körülményekkel rendelkező, igényes öltözködésű, trendsetter huszonévesek voltak, akik a beszámolók szerint a legexkluzívabb és legdrágább klubokba jártak, és nagyon makacs, elitista öntudattal bírtak kultúrájuk felsőbbrendűségét illetően. Azok, akik számára ez

a fajta hipness és VIP-érzés megfizethetetlen vágy vagy visszataszító jelenség volt, az individuális zenefogyasztásba menekültek, esetleg más, kisebb és olcsóbbnak hitt színterek felé vették az irányt. Ez utóbbiak szintén bejelentették az igényt a leghitelesebb, leghaladóbb, legigazabb elektronikus zenei rajongók státuszára, ugyanakkor a drum&bass, a nujazz, a breakbeat vagy a goa közösségek előfordulási helyük miatt (belvárosi romkocsmák, átalakított raktárépületek, erdők, squatt partik, kisközösségi rádiók) felruházhatták magukat az underground ethoszával, ami további hitelességet termelhetett a számukra (vö. Chatterton–Hollands 2002). Másfelől, ha hihetünk néhány véleménynek, akkor az elektronikus zene évtizede 2000-ben véget ért (Kömlödi és Pánczél 2001), és egyszerűen már nem divatos elektronikus zenét hallgatni, az „elektronika” már nem működik mágikus hívószóként a fiatalok körében.

Úgy tűnik, hogy a *Freee* 2002 és 2007 közötti időszakán jól nyomon követhetők voltak ezek a változások. A legszembetűnőbb, hogy a *Freee* reprezentációs politikája a legnagyobb, még szubkulturálisnak mondható színterek és csoportok (progresszív house, techno) és ezzel együtt a legkisebb ellenállás felé húzott. A hazai nagy öregnek tartott DJ-k és szubkultúra részéről a mainstreamben való szereplésükért egyre több kritikát kapó lemezlovasok helyét lassan átvette az új generáció. A vérfrissítés a honi helyzet sokak szerint időszzerű megtisztulását hozta magával egy olyan, a szerkesztők által elképzelt közeg javára, amelyben a klasszikus szubkulturális identitás helyett már a kreatív fogyasztói szokásokra helyeződött a hangsúly.

2005-ben DJ Budai eladta a magazint a budapesti éjszaka egyik legbefolyásosabb klubhálózat-tulajdonosának, Vizoviczki Lászlónak,¹² az új főszerkesztő pedig a *Playboy*tól érkező Nagy Árpád lett. Nehéz rekonstruálni, hogy az új tulajdonosnak mi lehetett az elképzelése a magazinnal, a változtatások alapján azonban úgy tűnik, hogy egyfajta életmódlapot kívánt létrehozni. A lap mérete és ára a felére csökkent, a zenei tartalom aránya visszaesett. A magazinban az olvasók szemében inkompetens médiaszemélyiségek szerepeltek, divattanácsadó és életmód-vezetési (*DJ-lak*, *Autóteszt*) cikkek jelentek meg, a hirdetések pedig a tulajdonos szórakozóhelyei aktuális eseményeinek reklámozására szorultak vissza. Egyre több olyan írás jelent meg, amely a partizók hétvégi rutinjaira, életvitelére, kódjaira koncentrált, megalkotva azt a keretet, amelyből a jó klubber nem lóghat ki. Bizonyára sokak számára volt vonzó ez a milió, de a differenciált zenei igények és ideológiák mellett mégsem voltak annyian, hogy el tudták volna tartani a lapot, ráadásul hasonló életstílus-magazin már több is volt a piacon. Egy akkori cikkben az állt, hogy a dizájn- és profilváltás az azelőtti idők eladási mutatóját a duplájára, hatezerre volt képes emelni.¹³ A *Freee* honlapján közölt adat szerint a 2006-os közönség 30 százaléka 2005 óta olvasta a lapot, ami szintén a profilváltás sikerességét támaszt-

¹² Vizoviczky László a Hajógyári-sziget szórakoztató komplexumainak tulajdonosa, valamint a *Flyerz* programmagazin kiadója is.

¹³ <http://origo.hu/partyo/20060301asavazas.html> (Az oldal ma már nem található.)

hatná alá. Amennyiben a felmérés hitelesnek mondható, akkor kiszámítható, hogy a 2002 óta kihátrálók számát az új olvasóközönség mégsem tudta pótolni, csupán az esést volt képes szinten tartani.

Nem sokkal a tulajdonosváltás előtt, 2004 novemberében újabb helyen, a Soundhead.hu elektronikus zenei oldalon is megnyitottak egy *Freee Magazin* topicot.¹⁴ A kommentekből kiderül, hogy az új kritikusok már nem feltétlenül az Ultrahang „értelmiségi-elvi” szempontjai szerint közelítették meg a magazin változásait, hanem a praktikumot tartották fontosnak, és lényegesen több a hozzászólás is, mint az Ultrahang portálján. Bár a zenei minőség kérdése is sokszor előkerült, a zenei tartalom arányának csökkenése és a „bulvárosodás” sokkal jobban aggasztotta a hozzászólókat. Sokan közülük arról számoltak be, hogy addig is csupán egy-két cikkért, amolyan útravalónak vették meg a lapot, és pont ezek a cikkek tűntek el, illetve lettek helyettesítve olyan írásokkal, amelyekért a *Blikket*, a *Playboyt* vagy a *Cosmopolitan* vették volna inkább meg. És a fórumon problémaként merült fel az is, hogy az új tulajdonos érdekeltségi körébe tartozó szórakozóhelyek miatt a lap mennyire tud vagy akar hitelesen tudósítani a hazai partiélet eseményeiről. Mindenesetre a drasztikus profilváltás nem volt sikeres. A lapot a legtöbb olvasó elsősorban mindig is a zenei tartalom miatt vette, és ennek figyelmen kívül hagyása ugyan igazolható volt a külföldi és hazai médiapiaci trendek alapján, viszont a hazai olvasóközönség igényeit nem vették kellőképpen figyelembe. Az új *Freee* olyan piacra akart konkurenciaként átlépni, amely kétségtelenül prosperál (életmódmagazinok), ám éppolyan telített is. A lap munkatársainak egy része erre a váltásra szintén alkalmatlan volt, és többen ott is hagyták a magazint.

A lap reprezentációs stratégiája a rendszeres partizókat részesítette előnyben, elfeledkezve arról, hogy olvasóinak nagy része nem feltétlenül partizó, ezzel együtt pedig arról, hogy a partizók jelentős része nem feltétlenül a zene miatt jár a bulikra. Havonta 495 forintot kiadni egy lapra, és havonta akár tízezreket is költeni a szórakozással egybekötött pénzigényes életmódra nem ugyanaz. Nem mintha a *Freee* valaha is elismerést érdemelt volna társadalmi érzékenységeért (kivéve a drogkérdést), ám a (fel nem mért) szociokulturális különbségek figyelmen kívül hagyása sok olvasó arcába vághatta a könyörtelen realitást: az ő „csekélyke” havi áldozata szeretett lapja és az elektronikus tánczenei színtér számára értéktelen.

7. AZ UTOLSÓ ÉVEK

A posztmodern kultúraelméletek Jameson- és Baudrillard-követő hívei azt állítják, hogy ha a mediatisált világon kívül nincs olyan hely, ahol a szubkultúrák oppozíciós alternatívaként léphetnének fel, akkor nincs is értelme többé

¹⁴ <http://www.soundhead.hu/forum/viewtopic.php?t=574> Utolsó bejegyzés 2008. november 27. (Hozzáférés 2010. február 20.)

szubkultúrákról beszélni (Bennett 1999). Nem adnak magyarázatot azonban arra a tapasztalható jelenségre, hogy bizonyos közösségek a reprezentációért, a nyilvánosságért, a kulturális hierarchiában betöltött szerepért továbbra is folyamatos harcot vívnak. Thornton egyik újítása az volt, hogy ha nem is elsőként, de talán leghatározottabban ő választotta szét a médiát és a kultúrát különböző szegmensekre és rétegekre a szubkultúrákkal kapcsolatos vizsgálódásai során. Ma azt láthatjuk, hogy az egykori szegmensek vertikálisan és horizontálisan is saját médiavalósággá duzzadtak, tehát többé nem a tömegmediális reprezentáció a központi kérdés, hanem a szegmentált kultúrvilágok koordináta-rendszerében való elhelyezkedés. A homogén mainstream popkultúra képe már a kilencvenes évek eleje óta tarthatatlan, az egymással csak a felszínen érintkező különböző kultúrvilágoknak talán mégis van fősodra. Az elektronikus tánczenék közismert felvételei műfajtól, stílustól függetlenül rádióbarátak, könnyen meg lehet fogni azokat a karakterisztikumait, amelyek miatt jó eséllyel bekerülhetnek a kereskedelmi rádiók adásába. A szubkulturalisták amiatt aggódnak, hogy a külvilág a partikultúra mainstreamje szerint ítéli meg őket, ami a szemükben ugyanúgy hiteltelen, közhelyes, hatásvadász, giccses, vagyis értéktelen. A szubkulturalista szerint az ismertség fordított arányban áll a felvétel esztétikai minőségével. Paradox módon ők mégis éppen szeretett felvételeik tömegsikeréből következtetnek kultúrájuk felsőbbrendűségére, amennyiben csak idő kérdése volt, hogy a többség is megtanulja értékelni őket. Itt viszont még inkább megmutatkozik a modernitás médiaeszköztárának végessége (rádió, tévé, nyomtatott sajtó, lemez, cédé). Az ma már világosan látszik, hogy az elektronikus zenék a kultúra népszerűségének tetőfokán is csak ritkán voltak képesek bekerülni a popkultúra vérkeringésébe, hiszen az emlékezetes felvételek mellett 1997-ben csak Angliában hetente átlagosan 231 elektronikus zenei felvétel jelent meg (Maughan és Smith [1998] 2002). Óriási iparágról van szó tehát, ami – mint látszik – ma már fönntartja magát a tömeg- és kereskedelmi média nyilvánossága nélkül is, hiszen a kultúra új belépői számos egyéb módon is megtalálhatják a hozzá vezető utat. Ez az út talán lehetett volna a nyomtatott niche sajtó, ami valószínűleg jobban teszi, ha a többi hozzáférési ösvénnyel száll versenybe, és nem más piacokkal.

Úgy tűnt, hogy a *Free* 2007-es újrakezdésekor mindezt felismerték. Az új főszerkesztő „Vissza a föld alá!” mottóval indította levelét, cikkében elnézést kért a megelőző időszak rossz tapasztalatai miatt, és bejelentette, hogy a „nép akaratának engedve” ezután újra kizárólag elektronikus zenével és a kultúrához kapcsolódó témákkal kívánnak foglalkozni negyedévente. Mindez a lapnál komoly strukturális változásokat is magával vont. A hírek, partibeszámolók a ritkább periodicitás miatt érthetően megszűntek. A divattal, életmóddal foglalkozó írások úgyszintén. A szerkesztőséget Kömlödi mellett új, máshol már bizonyított professzionális zenei újságírók egészítették ki. Visszatért a *Dance Lexikon* rovat, amely a műfajok és stílusok káoszában kívánt útmutatást adni. A lapot olvasva szembetűnőnek mutatkozott a „régiekkel” való gyökeres sza-

kítás, és világossá tették, hogy a Pánczél-korszakot továbbra is visszasíró olvasók igényeivel nem kívánnak foglalkozni. A közösségépítés, -egybenartás igénye megint erősnek mutatkozott, ez indirekt módon a DJ-legendák, híres kiadók, mixalbum-sorozatok retrospektív bemutatásában nyilvánult meg leginkább. A lemezajánlókba visszaköltözött a kritikus szemlélet, a honi sztár lemezlovasok említésre sem kerültek. Sok cikk szólt viszont a partik vizualitásáról, és olyan kisebb színterek szereplői is bemutatásra kerültek, mint a goa-psytrance, a folktronika, a dubstep vagy a deep house. A progresszív house mánia szintén lecsengett, helyette a minimáltechno lett a szubkulturális divat.

A reklámok a magazin 15 százalékát tették ki, ám címlapra kizárólag a tulajdonos egy következő partiján fellépő sztár DJ vagy előadó kerülhetett.¹⁵ A magazin tulajdonosa nem ebből élt meg. Kialakult tehát az a helyzet, hogy a *Freee*-nek a megmaradás érdekében nem kellett többé mindenáron mainstream elektronikával is foglalkoznia. A tulajdonos koncentrált érdekeltségi körében továbbra is felvetett számos problémát. A magazin szerzői nemigen írhattak negatív kritikát a tulajdonos klubjaiban tartott bulikról. Másfelől a konkurenciának sem csinálhattak reklámot, igaz, a tulajdonos által képviselt portfóliónak nem is létezett Budapesten számottevő versenytársa sem. A lap mögött nem volt semmiféle marketingtevékenység, az eredetileg komoly tervekkel újraalkotott online felület nem rendelkezett korszerű közösségi funkciókkal, és a napi/heti információszükségletet sem elégítette ki. A honlap anakronizmusa mögött vélhetőleg az húzódott meg, hogy a tulajdonos csupán minimális összeget fordított a korszerűsítésre. A *Freee Magazin* 2009-es őszi száma nem jelent meg. Információim szerint a tulajdonos nem kívánt tovább nyomtatott lapkiadással foglalkozni. A főszerkesztő a továbbiakban nem kívánt nyilatkozni az okokról. A *Freee* online felülete azonban továbbra is aktív.¹⁶

8. ZÁRÓ GONDOLATOK

A szubkultúraelméletek a kilencvenes évek eleje óta tartó folyamatos vitái elsősorban az elektronikus zenei kultúra (és különböző zenei alirányzatainak) kutatása során szerzett tapasztalatokból merítenek a mai napig. A különböző módszertannal elvégzett kutatások között a szubkultúra tagjai közti kommunikáció megfigyelése lehet az egyik előremutató irány, és erre számos, magyarul is elérhető példát lehet felhozni (Tófalvy 2008). Dolgozatomban a magyar elektronikus zenei kultúra sokáig meghatározó lapjának és magának a kultúrának a párhuzamos történetén keresztül próbáltam rekonstruálni ezeket az internet előtti kommunikációs ütközési pontokat, ami talán az elméletalkotókat is segítheti további munkájukban. A vizsgálódás során arra jutottam, hogy

¹⁵ A főszerkesztő személyes közlése.

¹⁶ Hozzáférés: 2010. február 20.

az internet kétségtelenül döntő hatása mellett a *Freee* fokozatos szerepvesztését számos egyéb tényező is okozta. Az elektronikus zenei kultúra rajongói számára a hagyományos (ma úgy fogalmaznánk: idejétmúlt) szubkulturális identitás, melynek eredőit érdemes lenne a hetvenes évek baloldali indíttatású szubkultúraelméleteiben keresni, összeegyeztethetetlennek bizonyult egy, a kapitalista piacon kreatív stratégiákkal túlélni kívánó lap reprezentációs politikájával. A *Freee Magazin* legnagyobb példányszámait akkor érte el, amikor az elektronikus zenei kultúra Magyarországon a „forradalmi” lendületével a tömegmédiá érdeklődését is kiváltotta, és a lapban ennek megfelelően a hagyományos szubkulturális reakciók szinte mindegyike artikulálódott. Amint a szubkultúra és a mainstream közötti – sokszor mesterségesen fenntartott – feszültség megszűnt, a lap már kevésbé tudott izgalmas lenni számos olvasója számára. A magazin iránti érdeklődést ezután a belső konfliktusok, a szubkultúrán belüli hierarchiaharcok és az ízlésbeli különbségek tárgyalása tudta fenntartani. Ezzel párhuzamosan viszont az elektronikus zenei kultúra számos kisebb közösségre bomlott fel a zenei ízlések mentén, amit a magazin nyomtatott formában képtelen volt követni.

HIVATKOZÁSOK

- Anderson, B. ([1983] 2006) *Elképzeltek közösségek: Gondolatok a nacionalizmus eredetéről és elterjedéséről*. Budapest: L'Harmattan.
- Angyalosy E. (2002) „Egy éjszaka a föld alatt...”: *Az underground technozene köré kialakult csoportkultúra antropológiai elemzése*. Kézirat. <http://www.daath.hu/showText.php?id=132> (Hozzáférés 2010. február 20.)
- Bátorfy A. (2007) Az elektronikus tánczenei kultúra mint ellenségkép Magyarországon: A drog, a deviancia és a zaj. *Beszélő*, 12(1): 104–112.
- Becker, H. S. ([1963] 1997) *Outsiders: Studies in the Sociology of Deviance*. New York: The Free Press.
- Bennett, A. (1999) Subcultures or Neo-tribes? Rethinking the Relationship Between Youth, Style and Musical Taste. *Sociology*, 33(3): 599–617.
- Bennett, A. (2005) In Defence of Neo-tribes: A Response to Blackman and Hesmondhalgh. *Journal of Youth Studies*, 8(2): 255–259.
- Blackman, S. (2005) Youth Subcultural Theory: A Critical Engagement with the Concept, its Origins and Politics, from the Chicago School to Postmodernism. *Journal of Youth Studies*, 8(1): 1–20.
- Bourdieu, P. (1984) *Distinction: A Social Critique of Judgement and Taste*. Cambridge (MA): Harvard University Press.
- Chatterton, P. és R. Hollands (2002) Theorizing Urban Playscapes: Producing, Regulating and Consuming Youthful Nightlife City Spaces. *Urban Studies*, 39(1): 95–116.
- Cohen, S. (1972) *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of Mods and Rockers*. Oxford: St.Martin's Press.

- Darnton, R. (1982) *The Literary Underground of the Old Regime*. Cambridge (MA): Harvard University Press.
- Duncombe, S. (1997) *Notes from the Underground: Zines and the Politics of Alternative Culture*. London: Verso.
- Fejér B. (1997) *Az LSD kultusza: Egy budapesti kulturális színpad krónikája*. Budapest: MTA.
- Gans, H. J. ([1974] 1998) Népszerű kultúra és magaskultúra. In Wessely A., szerk. *A kultúra szociológiája*. Budapest: Osiris, 114–149.
- Hall, S. és T. Jefferson szerk. (1976) *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-war Britain*. London: Hutchinson.
- Hebdige, D. (1979) *Subculture: The Meaning of Style*. London: Methuen & Co.
- Hesmondhalgh, D. ([1997] 2005) Az elektronikus tánczene kulturális politikája. *Replika*, 49–50: 45–54.
- Hesmondhalgh, D. (2005) Subcultures, Scenes or Tribes? Non of the Above. *Journal of Youth Studies*, 8(1): 21–40.
- Hodkinson, P. ([2002] 2005) Beavatottak és kívülállók. *Replika*, 53: 145–158.
- Horkai A. (1999) *Screenagerek: A techno-kultúra megjelenési formái a mai Magyarországon*. Budapest: MTA.
- Kacsuk Z. (2005a) A gördeszkázás jelentései: Kísérlet egy „poszt-strukturista” szubkultúra-elemzésre. *Tabula*, 8(1): 19–47.
- Kacsuk Z. (2005b) Szubkultúrák, poszt-szubkultúrák és neo-törzsek: A (látványos) ifjúsági (szub)kultúrák brit kutatásának legújabb hulláma. *Replika*, 53: 91–110.
- Kertész A. (2003) Technokultúra: Az elektronizáció és a művészet közös gyermeke. *Kultúra és Közösség*, 7(2–3): 27–57.
- Kömlödi F. (2004) *Karnevál: Tíz év hazai dance*. Elérhető: <http://www.origo.hu/party/20041009karneval.html?pIdx=3> (Hozzáférés 2009. január 12.)
- Kömlödi F. és Pánczél G. (2001) *Mennyek kapui: Az elektronikus zene évtizede*. Budapest: Re:creation.
- L. Varga P. (2003) Identitás és normaképzés a heavy metál szubkultúrában: A Metal Hammer retorikája. *Prae*, (3): 87–102.
- Maugham, T. és R. J. Smith ([1998] 2000) Ifjúsági kultúra és a posztfordiánus gazdaság: Az angliai partizene napjainkban. *Replika*, 39: 75–91.
- McLeod, K. (2001) Genres, Subgenres, Sub-Subgenres and More: Musical and Social Differentiation Within Electronic/Dance Music Communities. *Journal of Popular Music Studies*, 13(1): 59–75.
- Rácz J. és Geresdi Zs. (2001) Az underground partikultúra értékvilága Magyarországon. *Educatio*, 10(3): 530–542.
- Redhead, S., D. Wynne és J. O’Connor (1997) szerk. *The Clubcultures Reader: Readings in Popular Cultural Studies*. Oxford: Blackwell.
- Schildrick, T. és R. McDonald (2006) In Defence of Subcultures: Young People, Leisure and Social Divisions. *Journal of Youth Studies*, 9(2): 125–140.
- Stoneman, P. (2001) *Fanzines: Their Production, Culture and Future*. Phd disszertáció, University of Stirling.

- Thornton, S. ([1995] 1996) *Club Cultures: Music, Media and Subcultural Capital*. London: Wesleyan University Press.
- Tófalvy T. (2008) szerk. Extrém színterek: Zene, műfajok és online közösségek. *Replika* 65.
- Tófalvy T. (2009) Nincs és nem is volt: A magyar popzenei újságírás. In *Emasa*, Elérhető: <http://www.emasa.hu/print.php?id=5487> (Hozzáférés 2010. február 20.)
- Wilson, B. és M. Atkinson (2005) Rave and Straightedge, the Virtual and the Real: Exploring Online and Offline Experiences in Canadian Youth Subcultures. *Youth & Society*, 36(3): 276–311.