

1. Bevezetés

Az Internet 1990 és 2000 közötti időszaka nehezen hasonlítható mindahhoz a digitális világhoz, amelyben ma élünk. A korábban évszázadok óta megszokott, egyirányú, azaz a tartalom készítőjétől a tartalom fogyasztójáig eljuttatott ellenőrzött és visszajelzésre igényt nem (vagy kevéssé) tartó információk egyenes vonaláról beszélünk, ennek megfelelő jogi szabályozási kerettel. A korábbi sajtóra vonatkozó jogszabályok ugyanis nem voltak már képesek arra, hogy ezeket a(z akkoriban) modernnek számító kereteket megtöltsék. Így alakulhatott ki az a korai mítosz, hogy az internet egy jogmentes tér, amelyben szinte vadnyugati szabályok uralkodnak. A tanulmány a közösségi média kialakulását, az internetes kommunikáció átalakulását és a Web 1.0-tól a Web 2.0-ig tartó ívet vizsgálja fel, bemutatva azokat a nehézségeket, amelyekkel a jogalkotó és a szabályozó hatóságok szembeüthetnek ezen új típusú médium kapcsán.

2. A közösségi média fogalma

A közösségi média korai szabályozási kérdéseinek tárgyalása előtt érdemes egy fogalmi megkülönböztetéssel kezdeni. Ahogy pár éve írtam: „a magyar nyelvű médiakommunikációban [...] egy fogalom honosodott meg két különböző tárgyra: a klasszikus közösségi média és az új, Web 2.0-ás közösségi média megkülönböztetése angolul a *community media* és a *social media* kifejezésekkel történik. Nem véletlen, hogy a méltán népszerű angol Wikipedián két különböző szócikk¹ foglalkozik velük, míg a magyar Wikipédia-inkarnáción a közösségi média szócikk² az »újfajta« közösségi médiáról szól. Ennek a megkülönböztetésére magyarul talán a »fogyasztói/közönségi média« és a »közösségi média« disztinkció lenne a legmegfelelőbb, ezzel is jelezve, hogy a technológiai alapú új médiánál a közönség bevonása nem a közösségépítést szem előtt tartva, hanem kereskedelmi alapon történik. [...] A tisztánlátást a témában jelentősen segítené, ha a valóságnak megfelelően inkább a felhasználó által létrehozott tartalom (UGC, *user-generated content*) vagy a fogyasztói/közönségi média (CGM, *consumer-generated media*) kifejezések terjednének el a Web 2.0 kapcsán.”³ Mindezen gondolatokat az idő egyrészt alátámasztotta, hiszen valóban szükségessé vált e két kifejezés szétszálazása, ám másrészt el is vetette, hiszen a közösségi média kifejezése nem a klasszikus médiaszabályozás alapján került be a közbeszédbe. Így – bár 2014-ben csak a könyv címadásával – magam is (magamnak is be nem vallott módon) óvatosan elindultam az alternatív média kifejezés használata után, mára már egyértelműen el kell fogadnom Papp János Tamás 2021. évi doktori értekezésének szavait, miszerint „a klasszikus, *community media* kategóriát érdemesebb közösségi fenntartású, vagy alternatív médiának nevezni,⁴ és elfogadni, hogy a közösségi média fogalmi jelentése átalakult az utóbbi években. [...] ma már a legtöbb ember elsősorban a *social media* platformokat érti közösségi média alatt, és mára már valójában szinonima-

Gosztonyi Gergely

A közösségi média elterjedése és korai szabályozási kérdései

ként alkalmazzuk a közéleti diskurzusokban.”⁵ Jelen tanulmányban így a közösségi média fogalmát az internetes kommunikációval összefüggésben használom.

3. A Web 1.0 és a Web 2.0 megjelenése

Bár a közösségi média elterjedése az adatok alapján csak az elmúlt évtizedben történt meg, az online világ fejlődése nem velük kezdődött. A régi, egyirányú, ún. Web 1.0-ás alkalmazások még csupán a hagyományos médiának újfajta környezetben való megjelenését jelentették.⁶ „A Web 1.0, a »hőskor« – a web 2.0 szemszögéből (is) nézve – nem szólt másról, mint az online jelenlétről, a megmutatkozásról, cégek esetében a prospektus jellegű (ritkán frissülő) weboldalakról, egyes személyek esetében a portfólió és egyéb bemutatkozó oldalakról, a különböző híroldalakról, vagyis a papírvilág egyfajta online leképezéséről, ahol a visszajelzés magától értetődő formája az e-mail vagy a telefon.”⁷ A hagyományos médiatermékek hagyományos megjelenítésének egyrészt nyilvánvalóan technológiai korlátjai is voltak, ám ennél fontosabb különbség, hogy a korábban évszázadok óta megszokott, egyirányú, azaz a tartalom készítőjétől a tartalom fogyasztójáig eljuttatott ellenőrzött és visszajelzésre igényt nem (vagy kevéssé⁸) tartó információk egyenes vonaláról beszélünk. Egyértelmű, hogy a kulcs itt a fogyasztó passzivitása, azaz az információk befogadása az elsődleges „feladata”.

Mindezekkel szemben a technológiai fejlődés,⁹ az első dotcom lufi 2000-es kipukkanása¹⁰ és az ezután következő bizalmi válság olyan irányba terelte az internetes cégeket, amelyben a felhasználó szerepe átalakult, és a közös tudás kialakítása, a közös alkotás és a közös cselekvés áll a középpontban. Bár vannak azon cégek közül, amelyek e változásoknak az éllovasai lettek, pár évvel korábban alapítottak (Google 1998, Blogger 1999, Wikipedia 2001), a nagy durranásra még pár évet várni kellett¹¹. Hiába alapították meg 2004-ben a Myspace-t, a Last.fm-et, a Picasát, a Facebookot, vagy egy évvel később, 2005-ben a Flickr-t, a del.icio.us-t vagy a YouTube-ot, a Web 2.0 valódi elterjedéséhez szükség volt egy olyan érezhető felhasználó tömegre, ami valóban képes a közösséget közösséggé tenni. „Valójában csak a Web 2.0-ban bővül ki drasztikusan a tartalomfeltöltők száma, a megváltozott és stabil infra-

struktúrájának és az egyszerű kezelői felületnek köszönhetően potenciálisan minden letöltő feltöltővé is válik.¹² Néhány éven belül (2007 decemberére) a világ lakosságának 20%-a fért már hozzá az internethez:

Dátum	Felhasználók száma	A világ lakosságának %-ban ¹³
1995. december	16 millió	0.4%
1996. december	36 millió	0.9%
1997. december	70 millió	1.7%
1998. december	147 millió	3.6%
1999. december	248 millió	4.1%
2000. december	361 millió	5.8%
2001. augusztus	513 millió	8.6%
2002. szeptember	587 millió	9.4%
2003. december	719 millió	11.1%
2004. december	817 millió	12.7%
2005. december	1,018 milliárd	15.7%
2006. december	1,093 milliárd	16.7%
2007. december	1,319 milliárd	20.0%

Az immár érzékelhető mennyiségű felhasználó kétirányú¹⁴ kommunikációk végtelen mennyiségű folyamatába kapcsolódhatott, amelyek elsősorban a közösségre épültek, és a felhasználók által készített tartalom elsődlegességét hirdette. A folyamatos tartalommegosztás¹⁵, a folyamatos tartalomvéleményezés (például kommentelés, ajánlás, linkelés) és a folyamatos tartalomosztályozás (például címkézés) olyan kommunikációs tér létrehozását tette lehetővé, amelyben az immár aktív fogyasztó képessé válhatott egyrészt gazdaságilag önálló szereplőként, másrészt politikailag önálló aktorként való megjelenésre. Bár egyértelmű és mindenki által elfogadott definíciója a Web 2.0-nak Tim O'Reilly 2004-es fogalomalkotása óta nincsen, az általa – Christopher Alexander munkásságára¹⁶ alapozottan – felállított hármas jellemzői csoport minden definícióalkotási kísérlet alapjává vált. O'Reilly szerint az új média főbb jellemzői:

- „A kicsiből bármikor nagy lehet – akár belső fejlődéssel, akár összeadódással (*The Long Tail*)
- Az adat mint hajtóerő (*Data is the Next Intel Inside*)
- Részvételen alapuló tervezés (*Users Add Value*)
- Laza szervezeti struktúra (*The Perpetual Beta*)
- Együttműködésen alapul és nem irányításon (*Cooperate, Don't Control*).¹⁷

Fentiek alapulvételével Jonathan Obar és Steven Wildman egy évtizednyi fejlődés ismeretével később az alábbiakban foglalták össze a korábbi évek definíciós kísérleteit:

- „A közösségi média Web 2.0-ás internetes alkalmazásokat jelent
- A felhasználó által létrehozott tartalom a közösségi média működésének éltető eleme

- A felhasználók a webhelyhez vagy alkalmazáshoz szolgáltatás specifikus profilokat hoznak létre
- A közösségi média megkönnyíti az online közösségi hálózatok fejlődését azáltal, hogy összekapcsolja a felhasználó profilját más egyének vagy csoportok profiljával.¹⁸

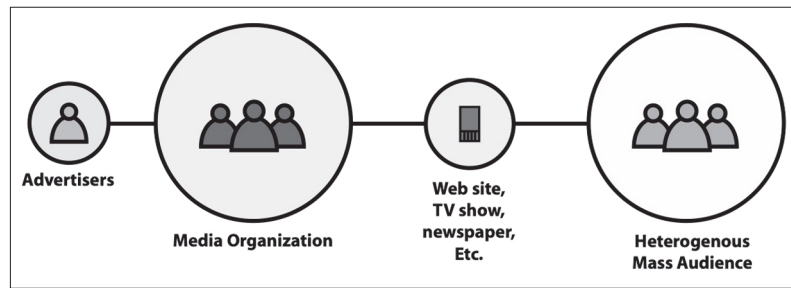
Mindezt is jelenti, hogy a Web 2.0-ás alkalmazásoknak csak egy kicsi – bár a felhasználói számból adódóan mégis hatalmas – szeletét jelentik a közösségi oldalak. A magyar nyelvű Wikipédia-inkarnáció Web 2.0 szócikke alapján¹⁹ az alábbi típusok csoportosítására van lehetőség:

- Közösségi oldalak (Facebook, LinkedIn, Orkut, MySpace)
- Képmegosztó oldalak (Instagram, Flickr, Indafotó, Picasa, Photobucket, SmugMug, Zoomr)
- Videómegosztó portálok (YouTube, Google Videos, IndaVideó)
- Blogok, mikroblogok (Twitter, Jaiku.com, Plurk)
- Online irodai alkalmazások (Google Calendar, Google Docs & Spreadsheets, Zoho, ThinkFree Online)
- Aukciós oldalak (Marketplace, eBay, Vatera)
- Podcastok
- Wikipédia és más wikik
- Fórumok
- Online tárhely-szolgáltatók (Dropbox, Google Drive, Box.net)
- Online térképalkalmazások (Waze, Google Maps, Yahoo! Maps)
- Online kiskereskedelemmel foglalkozó vagy azt támogató oldalak (PayPal, Abaqos)
- Közösségi zeneajánló oldalak (Pandora.com, Last.fm)
- Előre megírt licencszerződések (Creative Commons, GPL)
- Linkmegosztó szolgáltatások (del.icio.us, Diigo, Linkzilla)
- Más oldalakat értékelő szolgáltatások (Digg)
- Hírforrások (feedek, RSS)
- Hírek újrakeverését (remixelését) támogató egyéni kezdőlapok (iGoogle, Netvibes, Google Reader)
- Az internet-hozzáférés megosztását segítő közösségek (Fon, Meraki)
- Virtuális világok (Second Life) és online játékok (MMORPG)
- Egyesített beléptető-rendszerek (OpenID, TypeKey)
- Mashupok és a létrehozásukat támogató szolgáltatások
- Nyílt forráskódú szoftverek közös fejlesztését támogató ún. verziókezelő rendszerek (CVS, SVN, Git, Mercurial, Bazaar)
- Pastebinek
- Az internet felhasználásával futó tudományos programok (SETI@Home, Galaxy Zoo) valamint meteorológiai közösségek (Metnet.hu, idokep.hu, Viharvasdasz.hu).²⁰

Mindezek közül egy átlag felhasználó csak a legnépszerűbbeket ismeri és használja. De a felsorolás kiválóan mutatja az a potenciált, ami a Web 2.0-ban még mindig rejtőzik. „A tartalmat létrehozó felhasználók számának nagyságrendi növekedése az alkotás, a fogyasztás, a véleménynyilvánítás és a kommunikáció demokratizálásához, valamint a világról szerzhető ismeretek minőségi változásához vezet.”²¹

Ha mindezt két ábrába foglalnánk össze, akkor Shayne Bowman és Chris Willis 2003-as művét érdemes alapul vennünk, akik megkülönböztették az általuk *broadcast model*nek, illetve az *intercast model*nek nevezett rendszereket. Az angol kifejezések magyarítása nem egyszerű, hiszen a *broadcast* a klasszikus műsorszolgáltatásokra vonatkozó kifejezés, azaz a hagyományos sugárzási modellt jelenti, míg az *intercast* egy ettől eltérő, internet alapú közvetítést jelent. A fordítás nehézsége miatt a továbbiakban az angol kifejezést használom. A fejezet témája szempontjából az első a klasszikus médiaszolgáltatásokra (televízió, rádió) ugyanúgy jellemző, mint a kilencvenes évek Web 1.0-ra, míg a második már a ma használatos internetes kommunikációt és a Web 2.0-t jellemzi.

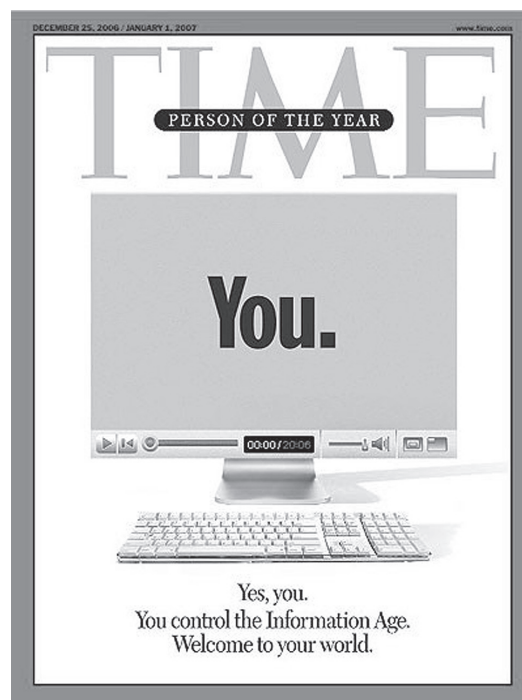
A kettő közötti alapvető különbséget a szerveződés módja jelenti, hiszen a *broadcast* típusú kommunikáció felülről alulra történő megszerveződést jelent, azaz ahol – mint fentebb láthattuk – a fogyasztó, a befogadó csupán passzív szereplőként jelenik meg, míg az *intercast* modellben egy önszerveződő, aktív típusú fogyasztóról, befogadóról beszélünk. Ebből egyértelműen következik a kommunikációs irányok eltérése, azaz a



Broadcast Model²²



Intercast Model²³



Time Magazine

korábbi egyirányú kommunikációt felváltó két- vagy többirányú, immár valódi párbeszéd lehetősége.

Eljött tehát a szép új világ? A kétezres évek elején-közepén valóban sokan gondolták, hogy az internetes kommunikáció, a Web 2.0 elhozza azt a demokratizálódó, mindenki számára elérhető és átélhető kommunikációs formát, amely hozzájárul majd a világ jobb megismeréséhez és a tömegek indoktrinációmentes fejlődéséhez. 2006-ban a *Time Magazine* az „Év embere” címet annak a több millió felhasználónak ítélte meg, akik szinte már újságíróként, szerkesztőként vesznek részt az internetes tartalomkészítés folyamatában. A megnevezés, amit használtak, a „Te” lett.²⁴ Már az azóta ikonikussá vált címlap²⁵ is egy Mac számítógépet és az azon futtatott YouTube keretet imitált:

Ahogy Lev Grossman írta a magazin szokásos szerkesztői magyarzó cikkében: „Web 2.0-nak hívják, mintha egy régi szoftver új verziója lenne. Pedig valójában forradalom. Tökéletes eszköz arra, hogy összerakja sok millió ember apró hozzájárulásait, és fontossá tegye őket.”²⁶ Bár a döntést többen támadták,²⁷ abban bizonyosan igaza lett a magazinnak, hogy észrevette, a média, annak környezete és ökoszisztémája jelentősen meg fog változni a következő években.

Grossman így folytatta: „A globális média megváltoztatásáért, egy új, digitális demokrácia alapköveinek letételéért és a profik saját pályájukon való elkalapálásáért a 2006-os év embere Te vagy.”²⁸

Könnyű lenne azt állítani, hogy tévedtek. Mert ez így nem lenne igaz. Az alapokban igazuk volt: valóban létrejött egy olyan vadonatúj kommunikációs forma, amellyel

még nem találkozhatott az emberiség a története során. Valóban először vált lehetővé, hogy a kommunikáció, a valódi párbeszéd ne csupán a kisszámú kiváltságos elitek, hanem a tömegek kezébe kerüljön.²⁹ Ha a kommunikáció történetére³⁰ gondolunk, mindig is volt egy belépési küszöb, amely megakadályozta, hogy a tömegek részt vegyenek a folyamatokban. Ha nem is megyünk vissza a média kezdetéig, elég csak a könyvnyomtatást megelőző kódexekre gondolnunk, ahol a papír, a speciális tinta, az írni-olvasni tudás mind-mind megakadályozta a részvételt. Bár ennek Gutenberg a mozgatható betűelemekkel és a betűfémmel történő nyomtatás feltalálásával úgy tűnik, véget vetett³¹, a korabeli papírhiány, illetve a technológia relatív újdonsága és fejletlensége miatt a híres Gutenberg Bibliából mindössze száznyolcvan darab készült el.³² Természetesen a nyomtatás feltalálása jelentősen hozzájárul az információk terjesztésének fejlődéséhez, ahhoz még jó pár év szükséges volt, hogy újabb minőségi ugráshoz érkezzünk. A klasszikus sajtó és a havi-, heti-, majd napilapok megjelenése egy újabb (de még mindig zárt) kör számára tette lehetővé az információkhoz való hozzájutást.³³ A 20. században azután a rádiózás,³⁴ majd a televíziózás³⁵ elterjedése újabb és újabb rétegeket engedett be a kommunikációs folyamatokba, ám – mint fentebb láthattuk – csupán passzív befogadóként. Így hiába terjedtek el a mindennapokban a rádiók, a televíziók vagy a napilapok jelentős mértékben, az információk eljuttatásának lehetősége kibővült ugyan, de nem vált egy olyan fórummá, ahol a visszajelzés, azaz a párbeszéd megvalósulhatott volna.

4. A Web 2.0 problémái, avagy a jogmentes tér mítosza szertefoszlik

A valódi párbeszéd lehetőségének megvalósulására a tömegkommunikációban egészen a Web 2.0 megjelenéséig kellett várni, így nem csodálkozhatunk azon az optimista hangulaton, amely mindezt körülvette. Minderre ráerősített – a későbbi problémákat talán előre vetítve – az a mítosz, miszerint az internet egy jogmentes tér, ahol a kommunikációban részt vevők önszabályozó módon, az állami szabályozástól függetlenül képesek lesznek arra, hogy ezt a soha meg nem élt kommunikációs szabadságot érvényesítsék. Még 2008-ban is elhangzott olyan nyilatkozat egy angol politikus, a Liberális Demokraták korábbi elnöke, Paddy Ashdown részéről, aki az internetről mint jogmentes térről tett említést, ahol – mint mondta – valóban nincsenek törvények, „kivéve olyan helyeken, mint Kína”, majd személyes hangot megütve hozzátette: „Liberális vagyok, ezért hiszek az információ szabad áramlásában [...]”³⁶ Mindezt ráadásul egy olyan nemzeti jelentés³⁷ elfogadása kapcsán, amely már akkor kijelentette, hogy az interneten növekszik a terrorista és erőszakos tartalmak száma³⁸. A jogmentes tér mítosza³⁹ nem volt sokáig fenn tartható: évről-évre, hónapról-hónapra, sőt napról-napra egyre jobban látszott, hogy ez az Aldous Huxley-féle szép új világ minden, csak nem szép és nem új. Láthattuk, hogy a jogmentes tér sokáig nem valódi jogmentes teret,

hanem állami szabályozástól mentes teret jelentett, ahol a szabályokat olyan magáncégek hozták meg, amellyel kapcsolatban méltán merültek fel kérdések és problémák. A magáncégek és az államok, illetve a különféle alapjogok összeütközése nem váratott magára sokáig...

A megváltozott médiakörnyezet és a belépési küszöb drasztikus csökkenése megváltoztatta mindazt, amit médiának nevezünk. Ha ma már egy internetkapcsolattal rendelkező mobiltelefonnal vagy számítógéppel részt vehetünk a globális kommunikációban, akkor valóban megszületett a Marshall McLuhan-féle „globális falu”.⁴⁰ Sajnos mindazokkal a nehézségekkel, amelyeket akár a hírekből is jól ismerünk:

- Az internet és az internetes közösségek túlzott atomizáltsága⁴¹
- A közösségi tudásszolgáltatás minőségének kérdése⁴²
- A megbízható információ megszerzésének nehezülése (fake news, deepfake)⁴³
- Gazdasági kockázatok, amelyek akár egy második dotcom lufihoz is vezethetnek⁴⁴
- Az információs túlterhelés kérdése, amely kapcsán a korábban soha nem ismert és tapasztalt információbőség ütközik a felhasználók figyelmének szűkösségével⁴⁵
- A világháló forgalmát belassító ‘szemét’ tartalom kérdése (adatszennyezés, digitális szennyezés)⁴⁶
- A korai internet egyik fontos jellemzője, az anonimitás volt, amely mára azonban visszaélések melegágyává lett (internetes zaklatás, online gátlástalanság, flame war, bosszúpornó)⁴⁷
- Magáncégek és államok által folytatott cenzúra
- Öncenzúra

Ahogy a világhírű lengyel filozófus-szociológus, Zygmunt Bauman fogalmazott egy 2016-os interjúban: „A közösségi média nem tanít minket párbeszédre, mert olyan könnyű elkerülni a vitákat [...]. A legtöbb ember a közösségi médiát nem azért használja, hogy közös álláspontra jusson másokkal, nem azért, hogy tágabba nyissa a látókörét, hanem éppen ellenkezőleg, hogy olyan komfortzónát készítsen magának, ahol egyetlen hangként a saját hangjuk visszhangját hallják, ahol egyetlen képként csak a saját arcuk tükörképét látják. A közösségi média nagyon hasznos, örömet nyújt, de igazából csapda.”⁴⁸ Így hiába várták sokan, hogy végre ők is sztárok lesznek, az Andy Warhol-féle tizenöt percnyi hírnév⁴⁹ még így is keveseket ért el.

5. A Web 2.0 és a szabályozási kérdések

Ahogy láttuk, megjelent egy jelentős számú, immár aktív részt vevő felhasználó, megszülettek azok az alkalmazások, amelyek ezen felhasználók véleménynyilvánítási igényeit képesek voltak kiszolgálni (elsősorban természetesen a közösségi médiát értve ezalatt), és mindezek kö-

rül az első időszakban egy szinte légtüres jogi tér lebegett. Nem különösképpen meglepő, hogy e három körülmény következtében a szolgáltatást nyújtó magántulajdonú cégek lettek azok, amelyek a szolgáltatásokat igénybe vevők számára annak feltételeit megállapították és felállították. Néhány évig ez a felállás minden résztvevőnek megfelelő és kielégítő volt: az államok „mosták kezeiket”, hiszen minden kétséges kérdés kapcsán rámutathattak egy tech-cégre; a tech-cégek alapvetően külső kontrolltól mentesen, főleg a profitmaximalizálás jegyében járhattak el; míg a felhasználók tömegei egy soha nem látott média-környezetben vehettek részt – szinte teljesen függetlenül a korábbi, hagyományos médiára vonatkozó szabályrendszertől.

Az új média teljesen átalakította az életünket: mind a privát életet, mind a közösségi életet, és a változás ekkora mértékére senki nem volt felkészülve. „A korai hozzászólók megkérdőjelezték, hogy a kormányok hogyan reagálnak az internet elterjedésére, és hogy kialakul-e az internet irányításának nemzetközi megközelítése.”⁵⁰ Bár a legtöbben osztották Steve Hanley gondolatait, miszerint „a megterhelt jogalkotó testületek nehezen tudják szabályozni az internetet, azonban a jelenlegi nem-szabályozás alapú megközelítés a jól bevált törvények megcsúfolását eredményezi. Az internethez csatlakozó bármely ország dönthet úgy, hogy figyelmen kívül hagyja az internet szabályozását, vagy olyan rendszert vezet be, amely támogatja a nemzetközi hatókört, és fenntartja az egyes nemzetek kialakult joggyakorlatát”,⁵¹ egyértelmű szabályozási igény csak a problémák sokasodása után következett be. Ráadásul ki kell emelni, hogy míg az internet az Amerikai Egyesült Államokban született, és az alapja a szólás-szabadság és a magánszféra legteljesebb körű biztosítása volt, Európában még csak-csak elfogadták ezeket (bár módosításokkal), de az internet hamarosan elterjedt olyan (jogi) kultúrákban is, ahol mindezen értékeknek más a fokmérője.⁵²

Így tehát a jogi feladat többdimenziós: egy olyan, immár milliók és milliárdok által – több kontinensen – használt tömegkommunikációs eszközt kell jogi keretek közé szorítani, amit (alapvetően) amerikai megközelítést alkalmazó amerikai cégek működtetnek és tulajdonolnak, és olyan (jogi) kérdések kezelésére kell vállalkozni, amelyekre az eltérő jogi kultúrák (de akár hasonló jogi kultúrájú országok között egyes eltérő jogszabályok) eltérően reflektálnak. És akkor még csak a jogi helyzetről esett szó, a társadalmi, illetve a politikai berendezkedések közötti eltérésekről nem. Ráadásul az internetnek saját normarendszere is kialakult az évek során, amelyet a felhasználók ráutaló magatartással – a használattal – fogadnak el.⁵³

Ezáltal a szabályozó államok könnyen találhatták magukat olyan helyzetben, amikor a szabályozás tárgyát csak „különböző és olykor átfedő szinteken: a helyi szinttől a nemzetek feletti és globális szintig”⁵⁴ lehetett értelmezni. Így „a hagyományos szabályozás vertikális, központosított és államalapú módszereit kiegészítik az együttműködő horizontális elrendezések, amelyek „egymásra épülő struktúrák komplex ökológiájához” vezetnek, „a formális és informális mechanizmusok széles skálájával, amelyek

sokféle helyszínen működnek”.⁵⁵ Mindez talán érthetővé teszi, hogy a különféle államoknak miért felelt meg hosszú ideig, hogy a kérdést szőnyeg alá söpörhették.

A változás az államok hozzáállásában a kétezres tízes években következett be: a 2010-es WikiLeaks-botrányt,⁵⁶ a 2011 eleji Arab Tavaszt,⁵⁷ a 2011-es londoni zavargásokat⁵⁸ vagy a „Foglaljuk el a Wall Streetet!”-mozgalmat⁵⁹ lehet példaként említeni. De a terrortámadások bemutatását és széles nyilvánossághoz való eljuttatását is számottevően felerősítette a közösségi média: a 2001. szeptember 11-i New York-i terrortámadásokat,⁶⁰ a bostoni maratonon történt robbantást,⁶¹ a párizsi Bataclan Színházban történt tömeges merényletet⁶² vagy a christchurch-i mecsetek elleni Új-Zélandon történt támadást⁶³ lehet itt kiemelni, de természetesen az Iszlám Állam (ISIS) tombolását is jelentősen befolyásolták az újmédia eszközei és lehetőségei.⁶⁴ És sajnos mindez igaz a természeti csapások bemutatására is: hívják akár azt Harvey, Irma vagy Maria hurrikánnak,⁶⁵ vagy egy 7.0 erősségű földrengésnek Haitin,⁶⁶ vagy egy óriási szökőárnak a Salamon-szigeteken.⁶⁷ Volt, amikor előben történt a közösségi médiás közvetítés, volt, ahol csak utólag, de a tömeges hatás egyik esetben sem maradt el. És a 2016-os amerikai elnökválasztás, illetve az Egyesült Királyság Európai Unióból történő kiválásáról szóló népszavazás, a Brexit még csak később érkezett. A szellem kiszabadult a palackból, a kétezres évek közepére a politikai szereplők és az általuk vezetett államok már nem nézhettek többet félre. Nem engedhették meg, hogy folytatódjon a közösségimédia-cégek által végzett ún. „privatizált szabályozás”,⁶⁸ azaz az állam szabályozási igényének kiszervezése.

6. Konklúzió

„A 2010-es évekre mint a kapitalizmus fejlődésének egy új korszakára emlékezünk majd vissza, amely már elgondolkodtató mértékű volt. Az Apple, az Amazon és a Microsoft az évtizedet a világ első billiódolláros vállalataként zárja. Tavalý⁶⁹ az Apple bevétele meghaladta a vietnámi GDP-t, míg az Amazon kutatási és fejlesztési kiadásai önmagában majdnem akkorák, mint Izland GDP-je. A Facebook 2,4 milliárd felhasználóval büszkélkedhet, ami több mint ahányan – Ázsia kivételével – minden kontinensen külön-külön élnek.”⁷⁰ Jay Owens 2019 végi újságcikke pontosan leírja azt a változást, amit a kétezres tízes években megfigyelhettünk: egyre erősödő gigantikus tech-cégek, amelyeket az államok valamilyen módon – szép szóval, könyörgéssel vagy akár erő alkalmazásával – próbálnak beterenli az állami jogi szabályozás ernyője alá. De láthattuk, hogy az újmédia és a jogi szabályozás nem mindig hozható könnyen egy platformra.

A „két nagy”, azaz Európa és az Amerikai Egyesült Államok mégis megpróbálták, és többször neki is futottak a szabályozásnak az elmúlt években. 2010-ben az Európai Bizottság úgy döntött, hogy monopóliumellenes vizsgálatot indít⁷¹ azon feltételezések kapcsán, miszerint a Google visszaélt erőfölényével az online keresésben, megsértve ezzel az Európai Unió működéséről szóló

szerződés 102. cikkét. E tárgyban azonban az eljárás végére csak 2017-ben került pont, amikor is az Európai Bizottság megállapította, hogy „az EUMSZ 102. cikke és az EGT-megállapodás 54. cikke értelmében vett erőfölénnyel való visszaélésnek minősül, hogy a Google a saját ár-összehasonlító szolgáltatását a versenytárs ár-összehasonlító szolgáltatásokhoz képest kedvezőbben helyezi el és jeleníti meg az általános keresőoldalon.”⁷² A kiszabott pénzbírság összege 2 424 495 000 EUR (871 940 917 313 forint) volt. Az USA-ban a Facebook 2011-ben megállapodott a Szövetségi Kereskedel-

mi Bizottsággal (FTC) a felhasználók adatainak illegális nyilvánosságra hozatalával kapcsolatban.⁷³ Az FTC a Google ellen is fellépett ugyanilyen jogcímen.⁷⁴ E korai éveket –, amelyekben egyre inkább egyértelművé vált, hogy az államok valamilyen módon fel fognak lépni a techóriások túlhatalma ellen – inkább a soft-power használata, azaz a megegyezések lehetőségének keresését és a techcégek önálló vállalásainak, azaz a jogkövető magatartásuknak az elérését célozta. A valódi megoldásokra és a világszinten is értelmezhető szabályozásra azonban még jó pár évet kellett várni.

GERGELY GOSZTONYI

Die Verbreitung der sozialen Medien und frühe Regulierungsfragen

(Zusammenfassung)

Die Zeit des Internets von 1990 bis 2000 ist kaum mit der digitalen Welt zu vergleichen, in der wir heute leben. Man spricht von einer seit Jahrhunderten vorhandene, einseitige, vom Inhaltsersteller zum Inhaltskonsumenten vermittelte, kontrollierte und auf Rückmeldung keinen oder geringen Anspruch erhebende, gerade Informationslinie mit einem entsprechenden rechtlichen Rahmen. Die Gesetzgebung über die ehemalige Presse konnte diese (damals) als modern geltenden Rahmen nicht

mehr ausfüllen. So konnte der frühe Mythos entstehen, dass das Internet ein gesetzloser Raum ist, in dem fast Wildwest-Regeln dominieren. Die Studie legt die Herausbildung der sozialen Medien, die Transformation der Internetkommunikation und den Bogen vom Web 1.0 zum Web 2.0 dar, mit Hinweis auf die Schwierigkeiten, denen der Gesetzgeber und die Regulierungsbehörden in Zusammenhang mit diesem neuartigen Medium gegenüberstehen können.

Jegyzetek

- ¹ https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media.
- ² http://hu.wikipedia.org/wiki/Közösségi_média.
- ³ GOSZTONYI Gergely: *Alternatív (?) média – A közösségi média jogi szabályozásának vetületei*. Budapest, 2014. ELTE Eötvös Kiadó, 29. p.
- ⁴ Mindez nyilvánvalóan izgalmas, bár jelen tanulmány témáján túlmutató kérdéseket vet fel a hatályos médiaszabályozás módosításával kapcsolatban.
- ⁵ PAPP János Tamás: *A közösségi média platformok szabályozása a demokratikus nyilvánosság védelmében*. Doktori értekezés. https://jak.ppke.hu/uploads/articles/12332/file/Papp%20Janos%20Tamas_dolgozat.pdf. 11–12. p.
- ⁶ Az internet korai történetéről lásd NAUGHTON, John: The evolution of the Internet: from military experiment to General Purpose Technology. *Journal of Cyber Policy*, No. 1. 2016. 5–28. p.; CAMPBELL-KELLY, Martin – GARCIA-SWARTZ, Daniel D.: The History of the Internet: The Missing Narratives. *Journal of Information Technology*, No. 1. 2013. 18–33. p.
- ⁷ HERENDY Csilla: A kereső, a dokumentumok és a user. *Médiakutató*, 2010 tavasz. www.mediakutato.hu/cikk/2010_01_tavasz/03_szemantikus_web.
- ⁸ FERENCZY L. Tibor: Sajtólevelezés régebben és ma. *Korunk*, 1971. 10. sz. 1610–1612. p.
- ⁹ „2012-ben 20 (!) tipikus – széles sávú internettel ellátott – háztartás több információforgalmat generál mint amennyi 2008-ban az egész interneten átfolyt.” HÁMORI Balázs: A Barnaby Rich-szindróma a XXI. században. A figyelem, mint szűkös jószág. *Köz-gazdaság*, 2015. 3. sz. 133. p.
- ¹⁰ www.origo.hu/gazdasag/20190329-internet-nasdaq-reszveny-usa-buborek-tozsde.html.
- ¹¹ SLUMKOSKI, Corey: History on the Internet 2.0: The Rise of Social Media. *Acadiensis*, No. 2. 2012. 153–162. p.
- ¹² CSORDÁS Attila: A feltölthető világ – Web 2.0. *Magyar Narancs*, 2005. november 17., https://magyarnarancs.hu/tudomany/a_feltoltheto_vilag_-_web_20-64804/?pageId=64.
- ¹³ www.internetworldstats.com/emarketing.htm.
- ¹⁴ Majd még később akár többirányú (P2P) kommunikáció során. MILEFF Péter: *P2P hálózatok*. Miskolci Egyetem Általános Informatikai Tanszék. <https://users.iit.uni-miskolc.hu/~mileff/parh2/p2p.pdf>.
- ¹⁵ Ahogy az angol közmondás fogalmaz, amelyet e megosztás jellemzőjeként kezdtek el használni: „Sharing is caring.”
- ¹⁶ ALEXANDER, Christopher: *A Pattern Language. Towns, Buildings, Construction*. Oxford, 1977. Oxford University Press.
- ¹⁷ O'REILLY, Tim: What Is Web 2.0. Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. 2005. szeptember 30. www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html.
- ¹⁸ OBAR, Jonathan – WILDMAN, Steven: Social Media Definition and the Governance Challenge: An Introduction to the Special Issue. *SSRN Electronic Journal*, 2015. www.researchgate.net/publication/315455917_Social_Media_Definition_and_the_Governance_Challenge_An_Introduction_to_the_Special_Issue.
- ¹⁹ https://hu.wikipedia.org/wiki/Web_2.0.
- ²⁰ A szócikkben szereplő példák között szelektáltam és sorrendjüket is megváltoztattam, előrébb hozva a népszerűbb szolgáltatásokat (a szerző).
- ²¹ CSERPES Attila: *Marketing és menedzsment a közművelődésben*. Zalaegerszeg, 2011. Keresztury Dezső Általános Művelődési Központ, 194. p.
- ²² BOWMAN, Shayne – WILLIS, Chris: *We Media. How Audiences are Shaping the Future of News and Information*. The Media Center at The American Press Institute, 2003. www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf, 10. p.
- ²³ Uo.

- ²⁴ Angolul „You”, ami ráadásul mind egyes-, mind többes számú használatot enged, így a magyar kifejezésnél tágabb értelmezési keretet biztosít.
- ²⁵ <http://content.time.com/time/covers/0,16641,20061225,00.html>.
- ²⁶ GROSSMAN, Lev: You Yes, You Are TIME’s Person of the Year. *Time Magazine*, 2006. december 25. <http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,1570810,00.html>.
- ²⁷ KEDROSKY, Paul: *I Call „Market Top” on „You”*. https://web.archive.org/web/20080207013442/http://paul.kedrosky.com/archives/2006/12/16/i_call_market_t.html (az eredetiből archiválva az Internet Archive által).
- ²⁸ GROSSMAN 2006.
- ²⁹ SPEIER, Hans: International Political Communication: Elite vs. Mass. *World Politics*, No. 3. 1942. 305–317. p.; FOLEY DABBARACCIO, Ashley: *Communication in History: The Key to Understanding*. www.uwgb.edu/nationalhistoryday/files/pdf/2021%20Theme%20Narrative.pdf.
- ³⁰ BARBIER, Frédéric – LAVENIR, Catherine Bertho: *A média története. Diderot-tól az internetig*. Budapest, 2004. Osiris Kiadó.
- ³¹ GILES, Micheal W.: From Gutenberg to Gigabytes. Scholarly Communication in the Age of Cyberspace. *The Journal of Politics*, No. 3. 1996. 613. p.
- ³² ANDREWS, Evan: 7 Things You May Not Know About the Gutenberg Bible. *History*, 2015. február 23. (2018. augusztus 22.), www.history.com/news/7-things-you-may-not-know-about-the-gutenberg-bible.
- ³³ KING, Andrew – EASLEY, Alexis – MORTON, John: *The Routledge Handbook to Nineteenth-Century British Periodicals and Newspapers*. Abingdon, 2019. Routledge.
- ³⁴ MACLENNAN, Anne F.: Celebrating a Hundred Years of Broadcasting – An Introduction and Timeline. *Journal of Radio & Audio Media*, No. 2. 2020. 191–207. p.
- ³⁵ ELLIS, John: Television and History. *History Workshop Journal*, No. 56. 2003. 278–285. p.
- ³⁶ ESPINER, Tom: Internet is a ‚lawless space’, says expert. *ZDNet*, 2008. november 28. www.zdnet.com/article/internet-is-a-lawless-space-says-expert/.
- ³⁷ INSTITUTE FOR PUBLIC POLICY RESEARCH: Shared Destinies: Security in a globalised world. The interim report of the ippr Commission on National Security in the 21st Century. 2008. november, www.ippr.org/files/images/media/files/publication/2011/05/Security%20Commission%20Interim%20Report_1666.pdf.
- ³⁸ Uo. 66. p.
- ³⁹ SUZOR, Nicolas P.: *Lawless: The Secret Rules That Govern our Digital Lives*. Cambridge, 2019. Cambridge University Press, 1–2. p.
- ⁴⁰ McLUHAN, Marshall: *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*. Toronto, 1962. University of Toronto Press.
- ⁴¹ BROOKS, David: Can We Build Trust in Online Communities? <https://weareweavers.org/weavers/can-we-build-trust-in-online-communities/>.
- ⁴² GRABNER-KRÄUTER, Sonja – BITTER, Sofie: Trust in online social networks: A multifaceted perspective. *Forum for Social Economics*, No. 1. 2015. 48–68. p.
- ⁴³ VACCARI, Cristian – CHADWICK, Andrew: Deepfakes and Disinformation: Exploring the Impact of Synthetic Political Video on Deception, Uncertainty, and Trust in News. *Social Media + Society*, January–March 2020. 1–13. p.
- ⁴⁴ KILMANN, Carter: Are We Experiencing Another Dot-Com Bubble? *Bacon Bits*, 2021. február 18. <https://medium.com/bacon-bits/are-we-about-to-experience-another-dot-com-bubble-dc480fc75320>.
- ⁴⁵ Information Overload, Why it Matters and How to Combat It. www.interaction-design.org/literature/article/information-overload-why-it-matters-and-how-to-combat-it.
- ⁴⁶ BEN-SHAHAR, Omri: Data Pollution. *Journal of Legal Analysis*, No. 11. 2019. 104–159. p.
- ⁴⁷ NAMASUDRA, Suyel – DEVI, Debashree – CHOUDHARY, Sandeep – PATAN, Rizwan – KALLAM, Suresh: Security, Privacy, Trust, and Anonymity. In NAMASUDRA, Suyel – CHRA DEKA, Ganesh (eds.): *Advances of DNA Computing in Cryptography*. London, 2018. Chapman and Hall/CRC.
- ⁴⁸ QUEROL, Ricardo de: Zygmunt Bauman: „Las redes sociales son una trampa”. *El País*, 2016. január 9. https://elpais.com/cultura/2015/12/30/babelia/1451504427_675885.html.
- ⁴⁹ PIECHUCKA, Alicja: Fifteen Minutes of Fame, Fame in Fifteen Minutes: Andy Warhol and the Dawn of Modern-Day Celebrity Culture. 2014. https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/8734/08_pjas8.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- ⁵⁰ PASLAWSKY, Alexandra: The Growth of Social Media Norms and Government’s Attempts at Regulation. *Fordham International Law Journal*, No. 5. 2017. 1487. p.
- ⁵¹ HANLEY, Steven M.: International Internet Regulation: A Multinational Approach. *The John Marshall Journal of Information Technology & Privacy Law*, No. 4. 1998. 1023–1024. p.
- ⁵² PASLAWSKY 2017. 1489. p.
- ⁵³ Uo. 1541. p.
- ⁵⁴ RABOY, Marc – PADOVANI, Claudia: Mapping Global Media Policy: Concepts, Frameworks, Methods. *Communication, Culture & Critique*, 3(2), Special Issue: Media Governance: New Policies for Changing Media Landscape, 2010. Idéz: HINTZ, Arne: Social media censorship, privatized regulation, and new restrictions to protest and dissent. In DENCİK, Lina – LEISTERT, Oliver (eds.): *Critical Perspectives on Social Media and Protest: Between Control and Emancipation*. London, 2015. Rowman & Littlefield, 111. p.
- ⁵⁵ HINTZ 2015. 111. p.
- ⁵⁶ CHRISTENSEN, Christian: WikiLeaks and the Afterlife of Collateral Murder. *International Journal of Communication*, No. 8. 2014. 2593–2602. p.
- ⁵⁷ CHARRAD, Mounira – ZARRUGH, Amina – HA, Hyun: The Arab Spring Protests. *Contexts*, No. 20. 2021. 58–61. p.
- ⁵⁸ BANAKAR, Rakesh – PHILLIPS, A.: Law, community and the 2011 London riots. In NOBLES, Richard – SCHIFF, David: *Law, Society and Community: Socio-Legal Essays in Honour of Roger Cotterrell*. London–New York, 2014. Routledge, 169–185. p.
- ⁵⁹ MOORE, Michael: The purpose of Occupy Wall Street is to occupy Wall Street. *Nation*, No. 294. 2012. 12. p.
- ⁶⁰ SCHEPPELE, Kim – VEDASCHI, Arianna: Conclusion: The Afterlife of 9/11. In SCHEPPELE, Kim – VEDASCHI, Arianna (eds.): *9/11 and the Rise of Global Anti-Terrorism Law*. Cambridge, 2021. Cambridge University Press, 242–250. p.
- ⁶¹ WOJTYŚ, Edward: The Boston Marathon Tragedy. *Sports Health*, No. 5. 2013. 305. p.
- ⁶² PACELLI, Donatella – IERACITANO, Francesca – RUMI, Camilla: The dimensions of fear in the storytelling of European terrorism: The case of Bataclan. In BAYGERT, Nicolas – DURIN, Esther – LE MOING-MAAS, Élise – NICOLAS, Loïc (éd.): *La communication européenne, une scène de combats? Positionnements politiques et enjeux médiatiques*. Bruxelles, 2019. La Charte Professional Publishing.
- ⁶³ ANDERSON, Christine: The Facebook Frontier: Harnessing the Power of Facebook Live. *South Carolina Libraries*, No. 1. 2021.
- ⁶⁴ MARTIAN, Indra – ADAM, Fadzli: Role of the Internet and Social Media in the Spread of ISIS in Indonesia. *Halaqua*, No. 1. 2021. 13–15. p.
- ⁶⁵ SYLVES, Richard T.: *Disaster Policy and Politics. Emergency Management and Homeland Security*. Washington, 2019. Sage Publishing, 351–388. p.
- ⁶⁶ STEINKE, Andrea: Faith and Professionalism in Humanitarian Encounters in Post-Earthquake Haiti. In HENSOLD, Julian – KYNES, Jordan – ÖHLMANN, Philipp – RAU, Vanessa – SCHINAGL, Rosa Coco – TALEB, Adela (eds.): *Religion in Motion. Rethinking Religion, Knowledge and Discourse in a Globalizing World*. New York, 2021. Springer, 101–117. p.
- ⁶⁷ OCHA: Solomon Islands: Worst flooding in history. 2014. április 30. www.unocha.org/story/solomon-islands-worst-flooding-history.
- ⁶⁸ HINTZ 2015. 109–126. p.

⁶⁹ 2018 (A szerző).

⁷⁰ OWENS, Jay: The tech giants dominated the decade. But there's still time to rein them in. *The Guardian*, 2019. december 25. www.theguardian.com/commentisfree/2019/dec/25/2010s-tech-giants-google-amazon-facebook-regulators.

⁷¹ https://ec.europa.eu/competition/elojade/isef/case_details.cfm?proc_code=1_39740.

⁷² A Bizottság határozatának összefoglalója (2017. június 27.) az Európai Unió működéséről szóló szerződés 102. cikke és az EGT-meg-

állapodás 54. cikke szerinti eljárással kapcsolatban [Ügyszám AT.39740 – Google Search (Shopping)] [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018XC0112\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:52018XC0112(01)&from=EN).

⁷³ www.ftc.gov/news-events/press-releases/2011/11/facebook-settles-ftc-charges-it-deceived-consumers-failing-keep.

⁷⁴ www.ftc.gov/about-ftc/foia/frequently-requested-records/foia-records/google/2012-00465.



Stál József

A zsidók diszkriminálása a névjog eszközeivel a nemzetiszocialista Németországban

1. A személy felismerhetetlensége a nevéről

Számtalan példa mutatja, hogy a névből nem lehet következtetni viselőjének fajára, etnikumára, vallására, így arra sem, hogy zsidó-e.

A nemzetiszocialista Németországban a zsidók nevük-ről való beazonosítása céljából jogszabályokat bocsátottak ki, azok végrehajtására igazgatási intézkedéseket tettek, továbbá megtiltották, hogy német vérűek zsidó neveket vegyenek fel. A névviselés szabályozása szervesen épült be a zsidók jogalkotás általi üldözésébe. Ez is hozzájárult kirekesztésükhöz, de lehetővé tette deportálásuk során a beazonosításukat is.

2. A zsidók utónevei

Nem német utónevet német állampolgárok gyermekeinek csak különleges ok esetén engedélyezhettek. Az anyakönyvvezető a születés bejelentésekor felhívhatott a szülők házassági anyakönyvének bemutatására, szükség esetén egyéb okiratokat is megkövetelhetett. A zsidók utónévviselési lehetőségeit a második végrehajtási rendelet (*Zweite Verordnung zur Durchführung des Gesetzes über die Änderung von Familiennamen und Vornamen v. 18. 8. 1938*)¹ és az annak végrehajtására kiadott utasítás² jelentősen behatárolta. Egyetlen céljuk a zsidók nevükön keresztül történő megjelölése volt. Alapjukat az 1938. évi családi és utónevek megváltoztatásáról szóló törvény (*Gesetz*

über die Änderung von Familiennamen und Vornamen v. 5. 1. 1938)³ 12. §-a adta, amely szerint a belügyminiszter előírásokat adhatott ki utónevek viselésére, és hivatalból kezdeményezhette az ennek nem megfelelő utónevek megváltoztatását. A törvény miniszteri indokolása szerint

„ezáltal elsősorban arra van lehetőség, hogy zsidókat zsidó utónevek választására lehessen korlátozni. Amennyiben zsidók jelenleg nem zsidó utóneveket viselnek, a belügyminiszter azok megváltoztatását hivatalból kezdeményezheti. [...] Nem hagyható figyelmen kívül, hogy a változtatással igazgatási jellegű nehézségek merülnek fel, [...] amelyek alapvetően áthidalhatók annak előírásával, hogy a jelenlegi utónevek kicserélése helyett egy tipikus zsidó utónév (például Israel) viselésének előírása szükséges, amelyet minden aláírás stb. során egyidejűleg használni kell.”⁴

A rendelet az 1937. április 14-i miniszteri ajánlástól eltérően jogszabály volt.

A zsidók kizárólag olyan utóneveket viselhettek, amelyek szerepeltek a végrehajtási utasítás mellékletét képező listában. A lista első tervezete (1938. február 8.) még 179 férfi és 141 női, míg a második tervezete (1938. május 18.) 190 férfi és 121 női utónevet tartalmazott. A tervezés időszakában számtalan nevet töröltek, illetve vettek fel. Töröltek például a Joachim, Josef, Jakob, Mathias neveket azzal az indokkal, hogy héber eredetűek, még mindig viselik zsidók is, nagyobb arányban viselik azonban német vérűek, és a népi felfogásban sem zsidó névnek tekintik. Töröltek neveket, amelyeket zsidók kivételesen, és németek is csak ritkán viseltek, a listába felvételüket azonban célszerűtlennek találták: például „az Adam nevet kimagasló németek is viselték, a Gabriel névnek megfelelő női változatot (Gabriele) kizárólag német vérűek viselik, a Michael név erősen kötődik a német néphez, a Rafael név a híres olasz festő által világméretű jelentőséggel rendelkezik”.

A listákkal Adolf Hitler személyesen is foglalkozott, legalább két alkalommal. Az első tervezet bemutatásakor azt követelte meg, hogy a zsidóknak a ténylegesen zsidó utónevek viselését kell megengedni, amelyeket németek nem viselhetnek, és a hangzásuk alapján minden további nélkül zsidóként felismerhetők. Nem értett egyet a németek által is használt nevek (például Abraham, Daniel, Da-