

Ma már közhely, hogy a 20. század kommunikációtechnikai fejlődése a közéletet a magánélet részévé tette. Sokan és sokszor elmondták: elnöki, miniszterelnöki beszédeket vagy akár valódi háborúkat nézhetünk saját kanapénkon ülve, kávéét iszogatva. Ez a folyamat végső fokon a politika mediatiszációjához vezetett: a politikai viselkedés hagyományos formáit felülírta a médiaérzékenység mindenhatósága. Új műfaj alakult ki, az *infotainment*, és az utóbbi néhány évtized politikaimarketing-gurui azon töprengtek, hogyan jelenítsék meg a politikust magánemberként, hogy minél több szimpátiát, s – mindenek előtt – minél több szavazatot gyűjtsenek be ezzel. A magyar médiát elöntötték a politikusi szerelmi vallomások, házasságkötések, házastársi vetélkedők.

Az infokommunikációs fejlődés másik következménye, hogy bárki nyilvánosá teheti saját magánéletét. Már reality show-k sem kellene ehhez: az új, hálózott társadalomban bárki lehet „sztár”, bárki megszerezheti magának az ismertség illúzióját. Bárki készíthet magának weboldalt, bárki közzéteheti a világhálón képeit, videóit, írásait. A Web 2 kialakulása pedig a korábbi egyoldalú tömegkommunikációt végzetesen interaktívvá tette. Az interaktív, hálózott, mediatiszált társadalom új, futótűzként terjedő önkifejezési formája a *blog*.

A blognak számos formája van – a politikusi blogok csaknem kivétel nélkül a „személyes napló” műfajba tartoznak. A blog mint személyes napló, értelemszerűen, a magánélet legbizalmasabb része. Egy vezető politikus tevékenysége, értelemszerűen, a közélet középponti eleme. Mi történik, ha e kettőt összekapcsoljuk? Milyen előnyöket remélnek a politikusok a blogolástól? Csak előnyei vannak a blogolásnak, vagy kockázatai is?

Blog: a spin doktorok álma

Újságcikkek százai próbálják meggyőzni a politikusokat vagy inkább tanácsadóikat, hogy a blognak a politikusi imázsfarmálás, sőt napi politikai munkájuk szerves részévé kell válnia.

Loic Le Meur, francia blogger és blogguru tíz pontba szedte azokat az okokat, amelyek miatt szerinte a politikusoknak blogolniuk kell:

1. közelebb kerülhetnek a közönségükhez, támogatóikhoz;
2. állandó vitát, beszélgetést folytathatnak velük;
3. könnyen és gyorsan tesztelhetik, igazdálthatják gondolataikat, és új nézeteiket ismerhetnek meg;
4. a hivatalos beszédmódról kötetlenebbre válhatnak;
5. jobban megérthetik a nézeteikkel, tevékenységükkel szemben megfogalmazott kritikát;
6. könnyen, decentralizált úton tehetik ismertté nézeteiket;
7. pénzbeli támogatást szerezhetnek maguknak, pártjuknak, kampányuknak;
8. a fiatalabb választókat is eléri, és segítenek a fiataloknak, hogy közelebb kerüljenek a politikához;
9. kapcsolathálózatot építhetnek maguk köré;
10. ismertté válhatnak, ha még kezdők vagy kevésbé ismert politikusok.

Úgy tűnik, sok politikus osztja azt a gondolatot, hogy a 21. században *blogare necesse est*. Csak néhány név a vezető blogoló politikusok közül: Gordon Brown, Nicolas Sarkozy, José Luis Rodriguez Zapatero – és jól tudjuk, hogy Gyurcsány Ferenc is lelkes blogger. Angela Merkelnek videoblogja van, de Howard Deannek, Wesley Clarknak és Japán előző miniszterelnökének, Dzsunicsiró Koizuminak is volt blogja. Rajtuk kívül miniszterek, képviselők, polgármesterek százai, ezrei blogolnak a világon.

Semmi meglepő nincs abban, hogy a politikusok bármely új eszközt megpróbálnak nézeteik népszerűsítésére használni, illetve arra, hogy elérjék választóikat, s tájékozottassák őket a munkájukról. De ezeket a célokat más eszközök segítségével is teljesíteni lehet, például hírlevél, e-mail segítségével, személyes találkozásokkal. Miért olyan fontos akkor a blogolás?

A kései 20. és a korai 21. századi politika: a demokratikus deficit érzése és a mediatiszált politika

A politikai elemzők meglehetősen sötéten látják a politizálás mai általános helyzetét. A nyugati társadalmakban mind a választók szavazói aktivitása, mind a pártok iránti lojalitása csökken. A politikai rendszer stagnál, és inkább reaktív, mint proaktív.



Az állampolgárok nem érzik, hogy valódi részesei a demokratikus működésnek, és ez a „kiábrándultság korrodáló légkörének” kialakulásához vezet (Dahlgren 2001).

Mióta a tömegkommunikáció elterjedt és meghatározó szerepet kapott a politikában, az új technikai eszközöket folyamatosan azzal vádolják, hogy kommercializálják és trivializálják a politikát, s hogy szűkítik a racionális viták lehetőségeit. Daniel Boorstin (1962, 204) Habermasszal egyetértve állítja, hogy a kommercializált politika olyan világot fejez ki, amelyben „a lényegnél érdekesebbnek tekintett imázs maga válik a lényeggé”. Véleménye szerint a tömegmédiát nem valódi, nem autentikus, gyártott történések, műanyag újdonságok, ál-események töltik meg. Azaz: a hírek gyűjtését fölváltotta a hírek gyártása.

Az utóbbi évtizedekben a tömegmédiát különlegesen nagy hatalomra tett szert. Ennek természetes következményeképpen a tömegmédiának való megfelelés vágya olyan mértékben hatja át a politikai életet, hogy a mai politizálást gyakorlatilag ez alakítja. Mazzoleni (2002) szerint erre az erősen mediatisztált politikára három fő jegy jellemző. A perszonalizáció, azaz a politikus személyének központba állítása az elvek, programok, ideológiák helyett. A spektakularizáció, azaz a látványosságra koncentráció a tartalom helyett, és a tabloidizáció, azaz a röviden megfogalmazott hírek fölvillantása az elemzések, háttéranyaggal ellátott hírek rovására. Ez a fajta „performanciapolitika” (McNair 1995) vagy „csomagolt politika” (Norris 2000) sokakat azért ijeszt meg, mert úgy vélik, hogy a választókat elriasztja a személyes kommunikáció hiánya. Félelmek fogalmazódnak meg amiatt is, hogy a lóverseny-újságírás – az elsőségért folyó küzdelem – és a negatív hírek kiemelésének tendenciája a politikai kommunikáció végletes leegyszerűsítéséhez és trivializálásához vezet. Mindez azért veszélyes, mert nem puszta növeli a választói kiábrándultságot, de

egyben aláássa a képviselői testületek demokratikus legitimitását. A spin-korszak leáldozásának talán legbeszédesebb jele az az igyekezet, amellyel a brit Munkáspárt szeretne elszakadni a spin-kultúrától – amelyet jelentős részben éppen ők hoztak létre.

Ráadásul időközben a „politikai tudorok” rendje is megjelent a színen. Ők azok az elemzők és újságírók, akik rendszeresen magyarázzák a politikai híreket. Nimmo és Combs (1992) olyan „papnak, jósnak, jövőmondónak” írja le őket, akik „szimbolikus gyógyítást” végeznek, azaz irányt mutatnak az embereknek, ha valami különleges, szokatlan dolog történik, és segítenek nekik eligazodni az új helyzetben. A „tudorok” úgy viselkednek, mintha valamilyen titkos tudás birtoklása adná nekik a kiváltságot, hogy beszéljenek a „néphez”, kinyilatkoztassanak.

Kezdetben az internetet olyan új információforrásként ünnepelték, amely a demokrácia fontos eszköze lehet. De Lasch (1990) szerint a demokráciának ma nem még több információra, hanem nyilvános vitákra van szüksége. Figyelembe véve a politikával szemben megnyilvánuló általános apátiát, a blog mint új kommunikációs műfaj azt a reményt keltheti, hogy ez jelenti majd a szűk ösvényt, amely kivezet a média által szelektált és túlegyszerűsített információk dzsungeléből.

Blog: a politikai kommunikáció Paradicsoma?

A blog elvben a politikai hangulat megváltoztatásának jó eszköze lehet. A politikai kommunikáció más műfajaival szemben három fontos előnyös tulajdonsága is van: a közvetlenség, az interaktivitás és a személyesség.

A blog közvetlensége lehetőséget ad a politikusoknak arra, hogy a média szelektálása nélkül közöljék üzeneteiket: rövidítés és torzítás nélkül, minden, számukra fontos részlettel együtt. Saját céljaiknak, szempontjaiknak megfelelően formálhatják a szöveget, a számukra legfontosabb elemek hangsúlyozásával. Ők maguk lehetnek a „tudorok”, közvetlenül magyarázhatják el a választóknak, mit gondolnak, mit tesznek, és miért teszik. Híreket, újdonságokat is bejelenthetnek a blogon, ennek az az előnye, hogy a bejelentés így nyilvánosságra kerül, de mégsem hivatalos – a hivatalos bejelentés előtt tesztelni lehet. Másképp fogalmazva: a blog az irányított kiszivárogtatás új csatornája. Pitcher

(2003) szerint az apátia csökkentéséhez és a szavazók bizalmának visszaszerzéséhez szükséges feltétel, hogy „az őszinteség legyen az új spin”, és ez nem abban nyilvánul meg, hogy ki mit mond, hanem hogy ki hogyan viselkedik. A blogban, műfaji sajátosságaiból következően, nem a „mit mond”, hanem a „miről beszél és hogyan” a lényeg, azaz a nyelvi megformálás mint viselkedés a hangsúlyos. A blog, ha a viselkedés, amely kifejeződik benne, őszinte, segíthet a politika iránti érdektelenség csökkentésében.

Az interaktivitás a blog másik nagy előnye. Természetes, hogy a politikusok minden lehetséges eszközt fölhasználnak, hogy elérjék választóikat. De ez már kevés a 21. században, amikor az interaktivitás a tv- és rádióprogramok alapvető részévé vált, és bárki közölheti nézeteit a hírcsatornákhöz küldött sms-ben. A választók is el akarják mondani a gondolataikat, kérdéseket akarnak föltenni, és meg akarják vitatni a politikusok nézeteit. Ezt persze más módon, levélben, e-mailben is megtehetik, de akkor nincs meg az együttvitatózás élménye és a nagyobb nyilvánosság érzése. A bloghoz fűzött megjegyzések és a megjegyzésekhez fűzött további megjegyzések viszont a személyes választói fórumok jó virtuális imitációját jelentik. A bloghoz fűzött megjegyzésekből a politikusok gyors visszajelzést kaphatnak terveikről és aktivitásukról, megismerhetik a választók nézeteit. Ráadásul a rendszeres blogolvasókból szerveződő virtuális közösségek hatékonyan mobilizálhatják azokat az ismerőseiket, akik nem tartoznak a blog kapcsolathálózatába.

A blog kétségtelenül személyesebb módja a kommunikációnak, mint a hagyományos pártgyűlések és fórumok, nem beszélve a tv-műsorokról vagy a sajtótájékoztatókról. Nemcsak a stílus, de a témák is jóval változatosabbak lehetnek. A politikai üzeneteken kívül a blog jó eszköz arra, hogy a politikust átlagemberként mutassa be, akinek van véleménye a művészetekről, a sportról, könyvekről, vannak barátai és családja, kedvenc zenéi és filmjei, napi gondjai a gyerekneveléssel – úgy él, mint bármelyikünk. A blog alkalmas arra is, hogy „hivatalos bulvársajtóként” funkcionáljon – minden előnnyel, amelyet a tanácsadók szerint a bulvármegjelenések hozhatnak a politikusoknak, de azok nélkül a kockázatok nélkül, amelyek a bulvármegjelenéssel járnak.

A blog illusztrálható képekkel, videóval, hanggal. Mint új infokommunikációs

műfaj pontosan az, amire a mediatizált politikának szüksége van: személyes, tabloid és látványossá, érdekessé tehető úgy, hogy közben a szerzőnek teljes a kontrollja a tartalom fölött, és elkerülheti a bulvársajtóban való megjelenés csapdáit. A formális és informális témák és stílusok keverése lehetőséget ad arra, hogy az új „életstílus”-politizálás követelményi teljesüljenek: a hangsúly a politikai ideológiák helyett az egyes ügyekre kerül, és erősen személyhez kötődik (Dahlgren 2001).

Blog: veszélyes üzem?

Ezek szerint olyan új eszköz fejlődött ki, amely varázsütésre megváltoztathatja a politikai klímát?

Az elemzők a választók kiábrándultságát szoros összefüggésbe hozzák azzal, hogy a mediatizált politika manipulatív mivoltát sokan föl ismerik. Ilyen elvárás-környezetben a politikusi blog nem lehet nyíltan vagy átlátszóan manipulatív, ha abban reménykedünk, hogy segíthet visszaszerezni a választók érdeklődését és bizalmát a politika iránt. A blogok olvasóinak is ez a legfontosabb szempontja: az internetkutatásra specializálódott NRC 2006 októberében végzett reprezentatív felmérése szerint a válaszadók a hitelességet tartják a legfontosabbnak a politikusi blogokban. Ezt a hitelességet nem olyan egyszerű megnyerni. A válaszadók többsége ugyan úgy vélte, hogy a politikusok azért írnak blogot, hogy megosszák gondolataikat a választókkal, de egyharmaduk pusztán politikai önreklámnak tekinti a blogírást. S nem egyszerű megtartani sem: a blognak hitelesnek kell lennie, hogy elterjen a megszokott politikai kommunikációs csatornákon érkező egyéb hírektől, s ehhez hozzátartozik, hogy a politikus nem íratja, hanem maga írja a blogját. Ez nem lehetetlen, de meglehetősen időigényes tevékenység.

A blog másik előnye lehet, hogy új nézetek és tervek közvetlen, torzításmentes bejelentésére alkalmas. Az internet elérésének lehetőségei azonban ma még nem mérhetők a hagyományos média hatásához. Ezért a blognak frissnek és érdekesnek kell lennie, hogy az állandó vagy alkalmi olvasókon kívül a jóval nagyobb hatókörű nyomtatott és elektronikus média figyelmét is fölkeltsse, és generálni tudja azt a lavina-hatást, amely szükséges ahhoz, hogy a blog legfontosabbnak szánt üzenetei a mainstream médiába is bekerülhessenek és valóban sok emberhez eljussanak. Innentől

kezdve azonban már ugyanúgy a blogoló politikus kontrollja nélkül zajlik a hír útja a médiában, mint más esetekben. Ráadásul az idézett kutatás szerint a válaszadók többsége nem szereti, ha egy fontos információ először a politikus blogjában jelenik meg.

A blog interaktivitása is az előnyös tulajdonságok között szerepel. De ennek a típusú interaktivitásnak veszélyei is vannak. Az egyik a moderálás dilemmája. Nyilvánvaló, hogy ha a bloghoz írott megjegyzések közül a durvákat, sértőket, otrombákat kivesszük, akkor az torzítja a megjegyzések együttes olvasatát. De ha nem moderálják – sok esetben az is torzítja a vitát, hiszen nem ritka, hogy a politikus vagy pártja ellenfelei több álnévvel, tudatosan szállja meg a blogot, részben, hogy szétverje az értelmes vitát, részben, hogy minél nagyobb tömegű kritikus megjegyzés legyen a bloghoz, s így minél sötétebb kép alakuljon ki a megtámadott politikusról. Ugyanakkor ennek az ellenkezője is előfordulhat, pártoló megjegyzéseket is írhatnak szervezetten. Ez nem ritka: Sunstein (2001) arra figyelmeztet, hogy „az új technológiák, főként az internet drámaian megnövelik annak a veszélyét, hogy az emberek saját visszhangjukat hallják, miközben fal emelkedik köztük és mások között”. Kétségtelen, hogy a blogfórumok hozzájárulhatnak a demokratikus működéshez azzal, hogy nyílt csatornát biztosítanak a vitának és a véleménynyilvánításnak. De amíg ezt a hozzászólók álneveken teszik, addig a torzulás lehetősége jóval nagyobb, mint bármilyen más csatornán át, hiszen a véleménynyilvánítás szabadsága nem kötődik egyben felelősséghez is. A másik probléma az, hogy az interaktivitás csak akkor valódi, ha a blog írója követi a kommentárokat

és válaszol is rájuk. Ez is meglehetősen időfaló tevékenység.

A blog kedvező tulajdonságaként említett személyesség sem érvényesül problémamentesen. Először is: egyáltalán nem könnyű egyensúlyt találni a formális és informális stílusok között. Nem könnyű eldönteni, mennyire szélesre szabad tárni a magánélet ajtaját a világnak. Vannak választók, akik azt szeretik, ha a politikusok ugyanolyan hétköznapi emberek, mint ők. Mások azonban szeretnének inkább fölnézni a választott képviselőkre. Ráadásul egyáltalán nem biztos, hogy a választók többsége valóban reality show-t akar látni a politikusok hétköznapijairól. Milyen témákról érdemes írni? Könyvekről, színházról, koncertről, sportról, szabadidőről, receptekről, a családról, barátokról? Az informális tartalmak is hordozzanak valamilyen explicitebb politikai üzenetet, vagy csak önmagukban, a választás révén közvetítenek attitűdöket? Másodsor: milyen legyen a stílus? Ironikus, humoros, könnyed, lezser vagy művelt, elegáns, kidolgozott? Nem könnyű jól írni, és a rossz stilisztikai választásokból az olvasók nem föltétlenül azt a következtetést vonják le, hogy a blogger rosszul ír, hanem hogy nagyképű, okoskodó vagy esetlen, netán műveletlen. Blogot írni nem is olyan egyszerű. Nem véletlen, hogy az imént említett fölmérés szerint ugyanannyian tartották szimpatikusabbnak azt a politikust, akinek olvasták a blogját, mint ellenszenvesebbnek.

Megéri?

Mi kell tehát ahhoz, hogy valaki sikeres blogoló politikus legyen? Írja maga a blogját. Olvassa és válaszolja meg a kommentárokat. Találjon érdekes témákat, hogy

Idézett irodalom

- Boorstin, Daniel J. 1962. *The image*. London: Weidenfeld and Nicolson.
- Dahlgren, Peter. 2001. The public sphere and the Net: structure, space and communication. In: W. L. Bennet and R. M. Entman (szerk.), *Mediated Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lasch, Christopher. 1990. Journalism, publicity and the lost art of argument. *Gannett Center Journal*. 1990/4, 1–11.
- Le Meur, Loïc. 2004. 10 reasons why should a politician blog. http://loiclemeur.com/english/2004/06/10_reasons_why_.html. Downloaded 04. 08. 2007.
- Mazzoleni, Gianpietro. 2002. *Politikai kommunikáció*. Budapest: Osiris.
- McNair, Brian. 1995. *An Introduction to Political Communication*. London–New York: Routledge.
- Nimmo, Dan and James E. Combs. 1992. *The Political Pundits*. New York: Praeger.
- Norris, Pippa. 2000. *A Virtuous Circle*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pitcher, George. 2003. *The Death of Spin*. Chichester: John Wiley and Sons Ltd.
- Sunstein, Cass. 2001. *Republic.com*. Princeton: Princeton University Press.

elérje a mainstream média ingerküszöbét, és így üzeneteit eljuttathassa szélesebb közönséghez. De kerülje, hogy fontos bejelentéseket tegyen a blogjában. Legyen könnyed, közvetlen, ugyanakkor elegáns és tiszteletre méltó. Válassza mindig a megfelelő stílust, és ne hagyja magát félrevezetni sem a támadó, sem a dicsérő megjegyzésektől. Tudjon róla, hogy blogok tízezeivel és számos más infotainment műfajjal verseng a választók figyelméért.

És legfőképpen: tudjon róla, hogy egyetlen rossz mondat a politikai karrierje végét jelentheti. Bármennyi erőfeszítést jelent a blog írása, bármennyi időbe, fáradságba, odafigyelésbe kerül, bármennyi jól formált, korrekt mondatot, támogatásra érdemes gondolatot, progresszív ötletet is írjon a politikus, lehet, hogy egyetlen esetben sem tud túllépni a blogolvasók körén. De elég egyetlen félreérthető vagy ügyetlen megfogalmazás, elfogadhatatlan nézet gyanúja, végig nem gondolt ötlet –

biztos lehet benne, hogy valaki észreveszi és fölhívja rá a média figyelmét –, és ha kellőképpen szerencsétlen volt a mondat, az a blogger politikai karrierjét törheti ketté.

A sikeres blogolásnak kétségtelenül vannak előnyei. De a politikusi blog körül tapasztalható kritikátlan lelkesedés finoman fogalmazva megalapozatlan. A blog, természetéből adódóan, alkalmasnak látszik arra, hogy a politikus híveit összetartsa, ha kell, mozgósítsa, de arra valószínűleg már kevésbé, hogy nagy számú új támogatót nyerjünk vele. Mindezt csak akkor érheti el a blogoló politikus, ha meglehetősen sok energiát és időt fordít a blog írására és a kommentárok olvasására, megválaszolására, s ha kellőképpen körültekintően választ témát, stílust és megfogalmazást. Attól viszont még így is messze van, hogy blogjával elérje vagy akár csak megközelítse a tömegmédiáé hatékonyságát.



Küszöb

Szénási Miklós: Internet pont hu	3
---	---

Fóttér

Mátyus Imre: Mindenki médiája Felhasználók által létrehozott tartalmak a világhálón	4
---	---

Macskakő

Balla D. Károly: Alkonyodik Ellentétel	9
Oláh András: idegenek küszöböd előtt	10
Cselenyák Imre: Szűnyogszonáta	11

Kapualj

Wiedemann Krisztina: Háló-mustra	15
Balogh Tibor: Színházat mindenki játszik Beszélgetés Mádi Zoltánnal, a Csokonai Színház önkormányzati biztosával	19

Tisztaszoba

Áfra János: Digitális művészet Debrecenben Beszélgetés Süli-Zakar Szabolccsal, a DNM művészeti vezetőjével	25
--	----

Árkádok

Berta Erzsébet: CAD – pro és kontra Dezső Zsigmond építómérnök beszél a számítógépes építészeti tervezésről	30
--	----

Pláza

Maksa Gyula: A paleotelevíziótól a neotelevízióig – és tovább	35
Daróczy Bálint: A digitális televízió előzménye és lehetőségei	40
Nagy Tamás: Net and roll	44

Lépcsők

Szedlák Ádám: Gyors pizza és sumér hackerek Neal Stephenson: <i>Snow Crash</i>	48
Tatár Balázs János: Ide-oda-vissza avagy a jelenlegi parlamenti pártok honlapján való túrázások	51
Szabó Attila: A tudat tudományának arcélei – egy nemzetközi konferencia tanulságai –	53

Műhely

Sándor Klára: Borotvaélen: blogoló politikusok	57
---	----

Toronyszoba

Vass Tibor: Netni vagy nem netni, @z itt a kérdés (legalábbis netem)	62
--	----

E számunk szerzői:

Áfra János egyetemi hallgató, Debrecen
Balla D. Károly költő, Ungvár
Balogh Tibor színikritikus, Debrecen
Berta Erzsébet irodalomtörténész, Debrecen
Cselenyák Imre író, Dorog
Daróczy Bálint PhD-hallgató, Budapest–Debrecen
Maksa Gyula médiakutató, Pécs–Debrecen
Mátyus Imre PhD-hallgató, Szeged
Nagy Tamás rockkritikus, Debrecen
Oláh András költő, Mátészalka
Sándor Klára nyelvész, Szeged
Szabó Attila PhD-hallgató, Debrecen
Szedlák Ádám egyetemi hallgató, Debrecen
Szénási Miklós újságíró, Debrecen
Tatár Balázs János egyetemi hallgató, Miskolc
Vass Tibor költő, szerkesztő, Miskolc
Wiedemann Krisztina újságíró, Debrecen

A Debreceni Disputa megvásárolható az alábbi könyvesboltokban:

Alternatív Könyvesbolt, Hatvan u. 1/A

Csokonai Könyvesbolt, Piac u. 45.

Fókusz Könyvesház és Galéria, Hunyadi János u. 8–10.

Sziget Könyvesbolt, Egyetem tér 1.

A folyóirat elektronikus formában olvasható: www.deol.hu

Médiapartnerünk: www.epiteszforum.hu

Debreceni Disputa

V. évfolyam, 10. szám, 2007. október

Megjelenik 1000 példányban

Főszerkesztő: **S. Varga Pál**

Szerkesztőbizottság:

**†Bényi Árpád, Berényi Dénes, Berkesi Sándor,
Gáborjáni Szabó Botond, Görömbei András,
Hollai Keresztély, Orosz István**

Szerkesztők:

Berta Erzsébet (Árkádok)

Lapis József (Lépcsők, Pláza)

Nagy Gábor (Fotó)

Papp András (Macskakő)

Szénási Miklós (Kapualj)

Anyanyelvi lektor: **Arany Lajos**

Kiadja: a **Debrecen Önkormányzat Lapkiadó Kft.**

4025 Debrecen, Simonffy u. 2/A, tel.: (52) 581-800

E-mail: disputa@deol.hu

Felelős kiadó: **Angi János**

Borító, lapterv: **Petromán László**

Tördelés: **Kaméleon Dizájn Kft.**, tel.: (52) 532-211

Nyomtatás: **Alföldi Nyomda Zrt.**, 4027 Debrecen,

Böszörményi út 6., tel.: (52) 515-715

ISSN 1785-5152