

# **MÉDIA – NYILVÁNOSSÁG – KÖZVÉLEMÉNY**

SZÖVEGGYŰJTEMÉNY

Szerkesztette

Angelusz Róbert, Tardos Róbert és Terestyéni Tamás

Fordította

Berényi Gábor, Kurdi Zoltán, Rohonyi András, Somogyi Ágnes és Torma Péter

Szerkesztés © Angelusz Róbert, Tardos Róbert, Terestyéni Tamás, 2007

© Fordítók, 2007

© Szerzők, 2007

Szerkesztés, kiadói munkák, digitalizálás:

Gondolat Kiadó – PTE BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, 2011

# I. FEJEZET

## ELMÉLETEK, MODELLEK

### Tartalom

Bevezető

#### **1.1. Klasszikus megközelítések – eltérő nézőpontból**

PAUL F. LAZARSFELD – ROBERT K. MERTON: Tömegkommunikáció, közízlés és szervezett társadalmi cselekvés

MELVIN L. DEFLEUR: Társadalom és tömegsajtó

HAROLD D. LASSWELL: A kommunikáció szerkezete és funkciója a társadalomban

EVERETT M. ROGERS – D. LAWRENCE KINCAID: A kommunikáció konvergenciamodellje és hálózatelemzése

#### **1.2. Média – a tapasztalati és a tapasztalatokon túli világ**

WALTER LIPPMANN: A külvilág az elménkben

NIKLAS LUHMANN: A tömegmédia valósága

PIERRE BOURDIEU: Az újságírás hatalma

LUC BOLTANSKI: Mennyire valóságos a cselekvés?

#### **1.3. A kommunikáció kulturális megközelítései**

STUART HALL: Kódolás – dekódolás

JEAN BAUDRILLARD: A jelentés összeomlása a médiában

ULRICH SAXER: A posztmodern mítosza: kommunikációtudományi megfontolások

JEFFREY ALEXANDER: A tömegmédia rendszerszemlélete történelmi és összehasonlító nézőpontból

# Előszó

Kevés témakör iránt nőtt meg az utóbbi időben olyan látványosan az érdeklődés, mint a tömegkommunikáció, a nyilvánosság, a média világa iránt. Az igény nyomán ugrásszerűen bővült a felsőoktatási intézményekben a kommunikációs tárgyak oktatása. Az egyetemeken, főiskolákon számos tanszék, oktatócsoport jött létre, de nagy számban alakultak kereskedelmi alapon működő újságíró-iskolák, médiaismereteket nyújtó intézmények is. E felfutással a kommunikációs szakkönyvek megjelentetése kevésbé tartott lépést, nem is szólva a korszerű válogatásokról.

A tervezett kötet összeállításával arra tettünk kísérletet, hogy egy sztandard szöveggyűjtemény, *reader* álljon rendelkezésre a tömegkommunikáció területéről, megfelelő szakirodalmi háttérrel biztosítva az említett oktatási formák számára. Olyan válogatásra törekszünk, amely a hasonló (tömegkommunikáció-központú) válogatásoknál bizonyos értelemben szélesebb témakört fog át, s a közvetlen médiavonatkozásokon kívül a nyilvánosság és közvélemény bizonyos aspektusait is előtérbe állítja. A tömegkommunikáció-kutatásról szóló áttekintések általában az interdiszciplináris jellegre szoktak hivatkozni. A jelen válogatás ebből a szempontból erősebben fókuszált, és – a ma már szinte minden diszciplínát felölelő irodalomból – a szociológiai vonatkozást emeli ki. Tesszük ezt annak ellenére, hogy a válogatásban magunk is érzékeltetni kívántuk, hogy a lefedni kívánt szakterület számos tudományág metszéspontján található, a szociálpszichológiától, antropológiától a politikatudományig, és természetesen a par excellence kommunikációtudományig. A jelen megközelítés a kommunikáció szociológiai specifikumait, a társadalmi kommunikáció kérdéskörét állítja előtérbe, így eltekint a kommunikációs folyamatok számos más aspektusától. Ebből a – tudatosan leszűkített – nézőpontból azonban a társadalomkutatás legkülönbözőbb ágai relevánsak lehetnek. Ha futólagos leltárt készítenénk a kötetbe válogatott szerzők szakterületi hovatartozásáról, azt találnánk, hogy talán a felét sem érné el a szociológia kifejezett művelőinek aránya. Ugyanakkor igen nagy számban fordulnak elő más diszciplínák, főleg a politológia és a szociálpszichológia képviselői.

A modern értelemben vett empirikus szociológia kialakulásakor a tömegkommunikáció és a közvélemény valójában a kutatói érdeklődés középpontjában álló területek voltak, amelyeknek összekapcsolódása akkoriban szinte

magától értetődő volt. Különösen az amerikai szociológiában, ez a szakterület bizonyos értelemben a „húzóágazat” szerepét töltötte be, amelynek kimunkálásában rövidebb-hosszabb ideig az akkori társadalomkutatás számos rangos képviselője is részt vett. Az azóta eltelt időszak – ha ennek részletesebb kifejtésére itt nem is vállalkozhatunk – inkább a szociológia és a kommunikációkutatás távolodásának jegyében zajlott, amikor a kérdéskör szabadon hagyott témáit jórészt más diszciplínák vették át. A szóban forgó átrendeződés – amely mind a szociológia, mind a kommunikációkutatás számára veszteséggel járhatott – azonban nem azt jelenti, hogy a közelmúlt társadalomkutatásának legjelentősebb alakjai ne foglalkoztak volna azokkal az új jelenségekkel, amelyek a modern média térhódítása nyomán a társadalmi kommunikáció számos vonatkozásában új helyzetet teremtettek. Jóllehet ezeknek a munkáknak az elméleti jelentőségéhez nem fér kétség, a kommunikáció kérdésköre körül nem rendeződtek olyan egységes diszciplináris keretbe, amely a kutatási területnek a szociológián belül visszaadta volna korábbi úttörő szerepét. Válogatásunknak a hagyományos kereteken túli, ilyen irányú kiterjesztése azokra a potenciális lehetőségekre, a kutatók (vagy leendő kutatók) számára perspektivikus területekre is fel kívánja hívni a figyelmet, amelyet a szóban forgó elméleti megközelítéseknek a kommunikációkutatásba való integrálása jelenthet.

A címben jelölt három terület összekapcsolásától és a szerzők tekintetében vállalt diszciplináris heterogeneitástól azt is reméljük, hogy hozzájárul egy komplexebb szemléletmód kialakulásához. Az a specializálódás, ami a területen lezajlott, egyes témák, megközelítések szétválását, bizonyos értelemben izolálódását eredményezte. A különböző iskolák, áramlatok képviselői, de akár csak a különböző kommunikációs jelenségek, az egyes médiumok tanulmányozói esetenként olyan belterjes fogalmi készletet, vizsgálati apparátust alakítanak ki, amelynek keretei közt maradván könnyen elbeszélnek egymás mellett, nem véve tudomást az általuk tanulmányozott jelenségek, problémák közös vonásairól. A különböző megközelítések együttes megjelentetésével, esetenként a szerkesztésben is alkalmazott egymásra vonatkoztatásával az olvasó számára lehetőség nyílik arra, hogy személyesen is összefüggésbe hozza az egymásra olykor kevésbé reflektáló kutatási területeket.

A kommunikációs szociológia területén az elmúlt időszakban több, nemzetközileg is használt, elismert tankönyv jelent meg. Miért törekedtünk mégis – a fentiekén túl – ennek a readernek az összeállítására? Voltaképpen azért, mert saját tapasztalatainkból is tudjuk, hogy milyen többlet, szellemi hozadék lehet a jelentős szerzőkkel, jelentős művekkel való közvetlen találkozásnak. A gondolatok megfogalmazásának eredeti gazdagságát, gondolatmenetük lendületét – ha esetenként még véglegesen nem kiérlelték is – a tankönyvekben szisztematikusan felépített és didaktikusan lepárolt megállapítások önmagukban nem tudják visszaadni. Ráadásul a válogatásban szereplő klasszikus munkák egy jelentős része a hazai könyvtárakban nem

hogy magyarul, de idegen nyelven sem igazán hozzáférhető. Szöveggyűjteményünk ilyen tekintetben is hézagpótlásra vállalkozik.

A kötet bizonyos fókig ritkaságszámba menő jellegzetessége, hogy nemcsak a tömegkommunikáció, a nyilvánosság és a közvélemény szociológiai területét fogja át, hanem a klasszikus és modern törekvések, megközelítések bemutatására párhuzamosan törekszik. Ez a hosszabb időszakot felölelő, hagyományos és új témaköröket, problémacsomópontot bevonó szerkesztésmód egyúttal lehetővé teszi, hogy érzékeltesse azokat a történeti változásokat, amelyek a társadalmi kommunikáció, a média világában az elmúlt évszázadban végbementek. A reader fontos célja ezen belül azoknak az új fejleményeknek legalább vázaltszerű bemutatása, amelyek az információs társadalom, az új kommunikációs technológiák, az internet térhódítása nyomán a legutóbbi évtizedekben jelentek meg.

A könyv öt fejezetét egy-egy ismertetés vezeti fel, melyek részben a szemelvények, az alapul szolgáló művek tartalmi beágyazását, részben a szerzők és munkásságuk rövid bemutatását tartalmazzák. E felvezetések célja nem utolsósorban, hogy az olvasók számára megkönnyítsék a szerzőkkel, műveikkel, esetleg az egyes iskolákkal való további elmélyültebb foglalkozást.

A válogatás összeállításánál mindenekelőtt szociológia, szociálpszichológia, politológiaszakos hallgatók, média, kommunikáció, újságíró stb. szakok igényeire gondoltunk, bár egyik-másik részlete valószínűleg a szakterület művelői számára is hasznos lehet. Rajtuk kívül azonban – reméljük – újságírók, sőt egy olyan szélesebb értelmiségi közönség érdeklődésére is számot tarthat, amelyet a demokráciák működésének kommunikációs aspektusai komolyabban foglalkoztatnak.

A kötet szerkesztői köszönettel tartoznak az ORTT Műsorszolgáltatási Alapnak a kiadáshoz nyújtott támogatásért, a Gondolat Kiadónak a kötet gondozásáért, továbbá az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport könyvtárának számos forrás, köztük az egykori Tömegkommunikációs Kutatóközpont által kiadott magyar nyelvű változatok rendelkezésre bocsátásáért. Végül köszönetüket fejezik ki mindazoknak, akik támogató véleményükkel, egyes források fellelésében nyújtott segítségükkel hozzájárultak a kötet megjelenéséhez.

*Budapest, 2007. január.*

*Angelusz Róbert, Tardos Róbert, Terestyéni Tamás*



## Bevezető

A kötet első fejezete a témakör átfogó modelljeit, ha beszélhetünk eltérő elméleti paradigmákról, ezek kontúrajait kívánja felvillantani a felölelt tanulmányok, szemelvények alapján. Az első alfejezet ezen belül a tömegkommunikáció-kutatás klasszikus csomópontjairól nyújt tömör áttekintést, ezek rivalizálásának, egymásra hatásának történeti szempontját sem mellőzve. A „mindenható” és a korlátozott hatású média felfogásainak a kutatási terület elmúlt évszázadát végigkísérő, minden egyes technikai fordulat során újraeledő vitája ebben ugyanúgy helyet kap, mint a tömegkommunikáció funkcióiról, társadalmi szerepéről vallott eltérő nézőpontok. A következő két alfejezet ugyanakkor nagyjából diszciplináris választóvonalak mentén körvonalazza a médiaelemzés jelenkori alapkérdéseit, talán az előzőhöz képest is inkább teoretikus szinten mozogva, ugyanakkor akár a szociológiai, akár a kulturális megközelítés esetében sem korlátozódva a szűkebben vett kommunikációkutatás művelőire. Hogy a kérdéskör továbbra is rendelkezik vonzerővel, sőt számos új kommunikációs jelenség – így a nyilvánosság mediatizációja, új technológiák térhódítása – nyomán újabb kihívásokat jelent a nagy ívű társadalomelméletek megfogalmazói számára is, erre bizonyíték lehet olyan szerzők megjelenése a területen az utóbbi egy-két évtizedben, mint akiknek munkáiból egy-egy szemelvényt ezek a részek tartalmaznak.

Az elméletekkel, modellekkel foglalkozó alfejezet Lazarsfeld és Merton tanulmányával indul. A választás nem csupán azért esett erre a munkára, mivel önmagában is sok mindent magába foglal abból, ami a kérdéskör művelőit hosszú időn keresztül foglalkoztatta, hanem mivel kétségtelenül a terület két klasszikusának olyan kompakt darabjáról van szó, amely ha életművüknek nem is központi darabja, de munkásságuk egészének szintjéhez mérhető. A társadalomba ágyazott, korlátozott hatású tömegkommunikáció platformjáról részben a korabeli propagandaelméletek stimulusközpontú, a kommunikációs üzenet potenciálját eltúlzó szemléletmódjával vitáztak, de egy másik oldalról a – korabeli amerikai médiaszínteren már annak idején is domináns – piaci modell idealizálásának is kritikáját adták. Nem mellékesen, a tömegkommunikáció néhány alapfunkcióját is megfogalmazták szociológiailag, ahol olyan manifeszt módon is vállalható szerepek mellett, mint a közízlés védelme, a közszereplők presztízzsel való felruházása, s nem utolsósorban a társadalmi eszmények és a valóság közti szakadék feltá-

rására vonatkozó kritikai funkció mellett olyan negatív következményt is e feltárba vonnak, mint különféle mechanizmusokon keresztül a befogadói közeg passzivitását eredményező tendencia, a „narkotizáló diszfunkció”.



**Paul F. Lazarsfeld** (1901–1976) nemcsak korának egyik meghatározó szociológusa volt, de az itt bemutatott szűkebb terület kialakításában is kiemelt szerepet játszott. Ausztriában született, tanulmányait ott folytatta, kutatói pályáját is még ott kezdte meg. A náciizmus elől Amerikába emigrált, és kulcsszerepet vállalt a survey-elemzést is bekapcsoló empirikus szociológia létrehozásában. A Columbia Egyetemen a Bureau of Applied Social Research egyik megalapítója volt, amely a tömegkommunikáció-kutatás terén is fontos programokat indított. Ezzel integráns egységben Lazarsfeld a közvélemény elmélete s a survey-metodológia terén is jelentőset alkotott. Főbb művek: *Die Arbeitslosen von Marienthal* (1933), *The People's Choice* (1944), *Personal Influence* (1955), *The Academic Mind* (1958).



**Robert K. Merton** (1910–2003) a 20. század egyik legjelentősebb szociológusa, többek közt a funkcionális elemzés és a középszintű elméletek nagy hatású teoretikusa, akinek nevéhez mára már mindennapivá vált fogalmak egész sora fűződik, mint például kommunikációs vonatkozásban az „önbeteljesítő jóslat”. Szorokin tanítványaként a Harvardon végezve, a Columbia Egyetem kutatási programjába kapcsolódott be, pályafutásának egésze ehhez az intézményhez kötődik. Bár az európai stílusú szociológiai megközelítések különösen közel álltak hozzá – ahogy erre vall alapvető munkája az amerikai tömegkommunikáció-kutatás és az európai tudásszociológia összehasonlításáról –, pályája egy fontos korai szakaszában Lazarsfelddel együttműködve az empirikus szociológia, illetve a kommunikációkutatás terén is maradandót alkotott, a fókuszált interjútól a rádiós vizsgálatokig. Főbb művek: *Social Structure and Anomie* (1938), *Mass Persuasion* (1946), *Social Theory and Social Structure* (1949), *The Focused Interview* (1956), *The Sociology of Science* (1973).

Lazarsfeld és Merton kötetbeli tanulmánya sok tekintetben ideális feltevésekből indult ki – noha például a BBC gyakorlata nem állt távol e modelltől, s mint az ötödik fejezet több tanulmánya majd sugallja, a közszolgálati média ilyen felfogása ma is a viták keresztútjében áll –, DeFleur munkája viszont a korabeli amerikai közegben is már domináns kereskedelmi média-modellt veszi alapul. Ebben a döntően piaci jellegű feltételrendszerben az alapvető szelekciós kritérium szerepét az ún. ratingmutatók, a nézettség-hallgatottság, a tetszés indexei töltik be. Az aktualitás, szenzáció ilyen, szórakoztatás felé hajló hangsúlyai – mint azt majd a harmadik fejezet hírérték-darabjai részletesebben megjelenítik – az informatív kommunikáció tartalmait is erősen áthatják. A szemelvény sajtótörténeti áttekintése a kvantitatív gyarapodás



minőségi és jellegbeli következményeit (így a 19. századbeli tömegmédiá, a színvonal és a normatív mércék terén is sok tekintetben gátlástalan ún. „sárga sajtó” felfutását) állítja középpontba, némiképpen korunk jelenségeit, az ún. „infotainment” térhódítását, a kommerciális szempontok és a közérdekű szabályozás folyamatos feszültségét is előrevetítve.



**Melvin L. DeFleur** (1923–) szociálpszichológusként indult, figyelme korán a tömegkommunikáció jelenségei felé fordult. Áttekintő, összegző elméleti munkái mellett – sok tekintetben policy research jelleggel – kiterjedt empirikus kutatást is folytatott (így a médiahatás, a hírterjedés témaköreiben). Számos egyetemen fordult meg az Egyesült Államokban és külföldön (főként Argentínában); munkásságában növekvő hangsúlyú a globalizáció folyamata és annak nemzetközi kommunikációs kihatása. Legnagyobb hatású munkája a sok kiadást, átdolgozást megért *Theories of Mass Communication* (1966); kötetünk is ebből válogatott.

A tömegkommunikáció-kutatás hőskorát fémjelző negyvenes évek valójában nagyon is drámai időszak volt, ahol a totális kommunikáció intervenciósm manipulatív gyakorlata és az annak megfelelő teoretikus alapállás a totalitárius rendszerek s a velük folytatott harc közegében válhatott meghatározóvá. A kor kulcsfogalma a propaganda, s ennek közvetlen korrelátuma a nagy hatású médiáról, az üzenetek közvetlen hatékonyságáról alkotott felfogás. A később „Lasswell-formulaként” aposztrofált lineáris kommunikációs modell, mely következő szemelvényünk elméleti alapja, ennek a modellnek a sémaszerű megjelenítése. E megközelítés hosszú évtizedeken keresztül rányomta bélyegét a további kutatásokra a kommunikáció területén, sokan ennek jegyében vagy éppen ezzel szemben fogalmazták meg álláspontjukat.



**Harold D. Lasswell** (1902–1978) szemléletmódjának kialakulásában a szociológia chicagói iskolája, de sok tekintetben a pszichoanalitikus felfogás is szerepet játszott. A háborús propaganda, a pszichológiai hadviselés kérdései már pályafutása kezdeti szakaszában figyelme középpontjába kerültek. E súlypontok politikaelméleti munkáit és a második világháború idején folytatott stratégiai kutatásait is erősen áthatották. Hosszú időn keresztül a Yale Egyetemen tevékenykedve, az egyesült államokbeli politikatudomány egyik megalapítója. Főbb művek: *Politics: Who Gets What, When, How* (1936), *Propaganda, Communication and Public Opinion* (1946), *Power and Personality* (1948), *Political Communication* (1969).

A kommunikáció – Shannon és Weaver által kifejlesztett – lineáris modelljével szemben egy későbbi periódus, a 20. század második felének talaján álló felfogások váltak meghatározóvá. Rogers és Kincaid munkája, a követ-

kező szemelvény alapja – a sokszor csupán deklaratív állásfoglalásokkal szemben – egy kidolgozott modellt, a kommunikáció konvergenciamodelljét állítja szembe a kritizált előzménnyel. Ennek során az újdonságok terjedéséről végzett empirikus kutatások jelentős múltjára támaszkodhatott, de egyben már az ekkor kibontakozó networkkutatások elméleti megalapozása, s a kommunikációkutatás kapcsolathálózati-kontextuális továbbfejlesztése felé is irányt mutatott.



**Everett M. Rogers** (1931–2004) korai hírnevét a diffúziós kutatások, az újdonságok adaptációs folyamatai terén produkált új megközelítéseinek köszönheti. Ezek megállapításait azután a modernizációs folyamatra alkalmazta a harmadik világ számos országában. Egyesült államokbeli egyetemeken mellett számos külföldi kutatóhelyen, terepen megfordult. Az elmúlt évtizedekben munkássága teoretikus jelentőségét tekintve a kapcsolathálózati irányzatnak is integráns elemévé vált. Főbb művek: *Diffusion of Innovation* (1962), *Communication Networks* (Kincaid-dal közösen, 1981). **D. Lawrence Kincaid** pályája végig a kommunikációkutatás területén haladt, a hetvenes években a Rogers-féle kultúrákői programokba kapcsolódott be. Székhelyét a Johns Hopkins Egyetemre helyezve, az elmúlt években az egészségügy network-vonatkozásai is intenzíven foglalkoztatták. Legjelentősebb munkája a kommunikációs hálózatokról szóló fenti kötet.



A következő alfejezet a kommunikációs folyamat lényegi, mélyebb ismeretelméleti vonatkozásaiba is behatólag megközelítéseit fogja át, amelyek mintegy a kommunikációkutatások főáramán innen és túl, részben azokat megelőzően, részben az újabb médiakihívások nyomán már a legutolsó időszakban az átfogóbb társadalomelmélet felől fogalmazódtak meg. Lippmann a publicisztika, esszé és az éles szemű tudományos leírás határvidékén, nem utolsósorban az első világháború már nagyon erőteljes propagandatevékenységének tapasztalataira is építve, azokra a máig aktuális problémákra kérdez rá, amelyek a közvetlen tapasztalati forrásokból nem vagy csak részben belátható jelenségek (mint a nemzetközi események java része) kezelésére, láttatására és ellenőrizhetőségére vagy éppen annak hiányára vonatkoznak. A „sztereotípiák”, „sztereotipizálás” később nagy karriert befutott, ma már köznapi fogalmai nem utolsósorban az itt közölt szemelvény forrásához kapcsolódnak.



**Walter Lippmann** (1889–1974) egyike azoknak a tevékenysége centrumát tekintve nem akadémiai szerzőknek, akik a tudományos megismerést is jelentősen gazdagították. Jó fél évszázadot átfogó publicisztikai, társadalomkritikai és politikafilozófiai munkássága – a demokratikus kommunikáció és akaratképzés lehetőségeire mind szkeptikusabban tekintve –

kora valamennyi nagy történését görcső alá vette. Főbb művek: *Public Opinion* (1922), *The Phantom Public* (1925), *The Cold War* (1947).

A 20. század másik végpontján, a kilencvenes években, már a mai értelemben vett tömegmédia kialakulásának talaján sok tekintetben hasonló kérdésekre reflektál Luhmann a tömegkommunikációs funkciókat a rendszerelmélet talajáról elemezve. Ekkorra minden korábbinál nyilvánvalóbbá válik a kommunikációs folyamat komplexitása, a „világtársadalom” (a szerző kulcsfogalmainak egyike) jelenségeinek és bonyolult összefüggéseinek egyetlen megfigyelő szempontjából vett áttekinthetetlensége. Luhmann sajátos médiafelfogása nemigen értelmezhető anélkül az „autopoietikus”, valamiféle organikus rendszerfelfogás keretei nélkül, amely felfogásában az országhatárokon túlnyúló globális egész. A tömegkommunikáció alapfunkciói e keretben nem elsősorban – a hagyományos elméletek által előtérbe állított – tájékoztatói, közművelődési stb. szerepekhez kapcsolódnak, hanem mintegy a rendszer percepciók készségének karbantartásához, szüntelen „irritáción” keresztüli „ébredéséhez”, a „társadalmi memóriának” a megőrzés és felejtés szelektív folyamatainak keresztüli működtetéséhez, a kommunikáció folyamatosságának a témák folytonos újratermelésén, a tematizációs folyamaton keresztüli fenntartásához. A tömegmédia ebben az értelemben egyszerre alrendszer/társadalmi szféra és az egyes szférák közti közvetítő közeg.



**Niklas Luhmann** (1927–1998) a 20. század második felének egyik legjelentősebb német szociológusa, a modern társadalomelmélet nagy szabású alakja. A jogelmélet területéről indulva, Talcott Parsons műveit tanulmányozva – az ő kiindulópontjait a későbbiekben fontos pontokon revidálva –, a hatvanas években orientálódott át a szociológiai nézőpont felé, s lett a bielefeldi tanszék, elméleti centrum megalapítója. Habermasszal való vitája során kristályosodtak ki teoretikus építményének olyan elemei, amelyek közt a kommunikáció, jelentés és interakció kulcsszerepet kaptak (szemben az egyéni cselekvéssel, szemszögéből egy antropomorf felfogás elemeivel). A közvélemény, nyilvánosság témája végig, a tömegkommunikáció kifejezett kérdésköre pályafutása vége felé került figyelmé középpontjába. Főbb művek (különös tekintettel az ilyen vonatkozásokra rendkívül kiterjedt, a legtöbb társadalmi szférát felölelő munkásságán belül): *Soziale Systeme* (1984), *Gesellschaftsstruktur und Semantik* (1993), *Die Realität der Massenmedien* (1996), *Die Gesellschaft der Gesellschaft* (1997).

Valóságkép, igazság, objektivitás, ebben a média és a tudomány eltérő kritériumrendszere Luhmann-nál is megkülönböztetett figyelmet kapott, s ha lehet, Bourdieu munkássága, különösen annak késői szakaszában még inkább előtérbe került. Az itteni szemelvény alapjául szolgáló munka is szín-

te ugyanakkor jelent meg, mint a fenti kötet, kimondva vagy kimondatlanul, a két gondolatmenet sok tekintetben reflektál is egymásra. Ha médiadiagnózisukban sok is a közös vonás, Bourdieu az aktualitásfókuszot, a szenzáció kiemelt hangsúlyát – mivel nagyon is érzékeny volt a tömegmédiá bekebelező mechanizmusaira, más szférákra, „társadalmi mezőkre”, így a tudományra is kiterjedő szimbolikus befolyására – jóval kritikusan szemlélte. Televízióról szóló kötetében ezek a gondolatok kifejezett hangsúllyal jelennek meg (noha a szerző ettől az orgánumtól sem zárkózott el – mint az alapul szolgáló előadás-sorozat esetében sem –, ha álláspontja hatásos kifejtéséről volt szó).



**Pierre Bourdieu** (1930–2002), a francia szociológia kiemelkedő alakja sokoldalú teoretikus alapállását, színgazdag látásmódját nem utolsósorban tanulmányai erőteljes filozófiai megalapozásának, másrészt azt követően egy Algériában végzett, tapasztalataiban egész pályájára kiható etnográfiai kutatómunkájának köszönhető. A neomarxista és a neoweberiánus elméleti áramlatok határvidékén olyan fogalmak kimunkálása fűződik hozzá, mint – az objektív és szubjektív mozzanatok nála mindig bonyolult dialektikáját megjelenítő – habitus, a társadalmi mező vagy (egyéb tőketípusok mellett) a szimbolikus és a társadalmi tőke. Elméleti munkásságát jelentős empirikus programok támasztották alá, középpontban a megkülönböztetésekről szóló, mára klasszikussá vált munkával, amely a kulturális megközelítések és a kommunikációs folyamatokat középpontba helyező kutatások számára is alapvető kiindulópontul szolgál. Főbb művek (a gazdag életművön belül ismét az itteni szűkebb tárgykörre fókuszálva): *La distinction. Critique sociale du jugement* (1979), *Choses dites* (1987), *Sur la télévision; suivi de l'emprise du journalisme* (1996), *Langage et pouvoir symbolique* (2001).

Amíg az alfejezet fenti szemelvényei főként a kognitív vonatkozásokat emelik ki média és valóságkép összefüggéseiből, az itt bemutatott részlet Boltanski munkájából az érzelmi mozzanatokot is előtérbe állítja, amikor azt a mai világunkból jól ismert jelenséget teszi elemzése tárgyává, hogy a távoli történések, rendszerint a konfliktusos események, katasztrófák visszatérő bemutatása egyfajta rutinszerű recepciót, közömbösséget válthat ki a befogadói oldalon, mivel az olvasó, néző számára a távoli közönség szerepe adatott meg, a beavatkozás reális esélye nélkül. Ezt a távolságtartó attitűdöt, amely olyan esetekben is megjelenhet, amikor az empátia felkeltése, a szolidaritás megteremtése volna a kommunikáció célja – például a katasztrófák, összecsapások áldozatainak, nagyobb embercsoportok megpróbáltatásainak bemutatásakor –, csak megerősíti a mediatizáció általános folyamata, a látványelemek újabb és újabb megjelenése által ébren tartott gyanakvás az altruizmus minden megnyilvánulásával szemben.



**Luc Boltanski** (1940–) az Aron, majd Bourdieu által vezetett Centre de Sociologie Européenne kutatásaiba kapcsolódott be, első jelentősebb kutatásai (így az iskolarendszerről) is az utóbbi szerzőhöz kapcsolódtak. Hetvenes évekbeli munkásságuk további közös eleme az Actes de la recherches en sciences sociales létrehozása. Jóllehet az itt közölt, kifejezetten

médiaközpontú elemzés csak egy epizód a szerző munkásságában, a kommunikációs vonatkozások mindvégig jelen vannak – így az érvrendszerrekről, érvelési módokról szóló kutatássorozatában, majd legújabban a networkvontatkozásokat előtérbe állító, Castells hálózattársadalom-felfogását szociológiailag továbbgondoló monográfiájában. Főbb művek: *Les cadres. La formation d'un groupe social* (1982), *De la justification* (1991), *La souffrance / distance. Morale humanitaire, médias et politique* (1993), *Le nouvel esprit du capitalisme* (1999).

Az utóbbi két szerző, főleg Bourdieu munkássága maga is sok szállal kapcsolódik a kommunikációs folyamatok kulturális megközelítéséhez, amely a szimbolikus javak birtoklásának, azok eltérő presztízsrangjának (magas/alsó kultúra), s amely a kultúra fogyasztásának, a befogadás, értelmezés folyamatainak megkülönböztetett figyelmet szentel. A hatvanas–hetvenes évektől – bizonyos fokig az amerikai stílusú kommunikációkutatásra való reakcióként főként a humán tudományok – irodalomelmélet, esztétika stb. – felől érkező európai kutatók kezdeményezésére a médiakutatás egy önálló kritikai irányzataként különült el ún. „cultural studies”. A következő alfejezetet felvezető Hall-tanulmány, mint az iskola egy meghatározó alakjának a megközelítés alapelemeit körvonalazó munkája, egyfajta programszerű jelentőségre tett szert. Az aktív befogadó programja a szöveget, szövegértelmezést a középpontba helyezve a kommunikációs folyamatok befogadói oldalának a tartalom kibocsátásához, a tulajdonképpeni üzenethez hasonló jelentőséget tulajdonít. Az ún. recepció elemzések kutatási vonulata is erre az alapállásra épít.



A Jamaicában született **Stuart Hall** (1932–) kutatói munkássága a kulturális megközelítés olyan angliai előzményekre épült, mint Raymond Williams vagy Richard Hoggart, ahogy pályafutásának kezdete is az utóbbi által alapított birminghami kutatóközpont-hoz kötődött. További pályafutása is angliai színterekhez kapcsolódik, két évtizeden keresztül az Open University szociológiai professzoraként töltött be vezető pozíciót. Sok tekintetben Gramsci nyomán, munkásságának középpontjában a kulturális hegemonia kérdései állnak. Főbb művek: *Encoding and Decoding in the Television Discourse* (1973), *Questions of Cultural Identity* (1996), *Cultural Representations and Signifying Practices* (1997).

Az interpretációs kontextus, a szöveg értelmezési változatainak kiemelt hangsúlya maga is egy konstruktivista álláspont felé mutat, s még inkább igaz ez arra a Baudrillard által fémljelzett szemléletmódra, amely a modern média

látványtermelő vonására, valóság és látványvilág közti határok bizonyos relativizálódására koncentrál. A fenti teoretikusok közül többen is szembenéztek azzal a kérdéssel, amely a konstruktivizmus átértelmezett objektivitásfelfogása implikál. Míg Luhmann ambivalensebb e tekintetben, Bourdieu viszont határozottan fellépett a relativizálás jelzett tendenciájával szemben, a Baudrillard által bevezetett szimulákrumfogalom a jelentéstől kiüresedett, szimulált médiavalóság középpontba helyezésével már egy posztmodern nézőpont jegye. A szerző által vázolt kórképben – ahogy a kiválasztott részlet is érzékelteti – még vegyül a keserű rezignáció azzal a reménnyel, amit e „hiperrealitás” dekonstrukciója nyújthat, a szóban forgó szemléletmód jegyében ugyanakkor mások e kereteket már adottnak, természetes kiindulópontnak tekintik.



**Jean Baudrillard** (1929–2007) német irodalmi tanulmányai és oktatói tevékenysége után fordult a filozófia és szociológia felé. Tevékenységének fő színtere hosszabb időn keresztül a párizsi egyetem (Nanterre), az IRIS és a CNRS kutatóközpontjai. Tudományos munkássága mellett kiterjedt publicisztikai, esszéista, társadalomkritikai tevékenységet fejt ki az elmúlt évtizedek nemzetközi folyamatait, jelentősebb fordulatait illetően. Főbb művek: *Les systèmes des objets* (1968), *De la seduction* (1979), *Simulacre et simulation* (1981).

A dekonstrukciós tendencia egy episztemológiai kiterjesztése már túlmegy a média jelenségvilágán, s az azt leíró fogalmi együttes belső határait, az egyes fogalmi elemek (így tények és értékek, fiktív és nemfiktív tartalmak) világos megkülönböztethetőségét is kérdőjellel látja. Arra a veszélyre, amit ez a tendencia a tudományos megismerés plauzibilitási kereteire nézve általánosabban magában hordoz, többen felfigyeltek; a választott szemelvény a kommunikációkutatás területéről fogalmaz meg egy markáns ellenvéleményt. Saxer kritikája azonban több a pusztá elutasításnál: annak a provinciális szemléletmódnak a korlátjaira is rámutat, amely akár teoretikus-metodológiai elfogultság, akár nemzeti szűklátókörűség jegyében a német nyelvterületen jórészt kiiktatta a konfrontációt a francia, mediterrán posztmodern gondolkodás figyelmet érdemlő, akármilyen „vad” darabjaival.



**Ulrich Saxer** (1931–) svájci háttere önmagában is egy kultúra-közi fogékonyság kiindulópontja, mint az a tény is, hogy tanulmányait, egy részét Angliában folytatta a publicisztika, művészetszociológia, valamint a germanisztika és anglisztika terén. Akadémiai tevékenysége nagyrészt a zürichi egyetemhez kötődik, de az elmúlt évtizedben osztrák és olasz tanszékeken is posztokat töltött be a publicisztika és kommunikációtudomány terén. Főbb művek: *Gleichheit oder Ungleichheit der Massenmedien* (1985), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft* (1998).

A médiaelmélet kultúráközpontú megközelítéseinek egy másik lehetséges iránya azokhoz a klasszikus gyökerekhez való visszatérés, amelyet a kollektív reprezentációk és a társadalmi integráció intézményes kereteinek durkheimi fogalmi rendszere jelent. Ha ez a klasszikus vonatkoztatás a következő szemelvényben, Alexander munkájában nem is ennyire kifejtett, a tömegkommunikáció integratív funkciójára, a társadalom szimbolikus szövedékének létrehozására vonatkozó hangsúlyokban itt is tetten érhető, mint ahogy a szerző más elméleti munkáiban nyilvánvalóbban mutatkozik meg. Normaközpontú elemzésének tárgyai konkrét eseménysorozatok, a vietnami háború és a Watergate-botrány médiabeli megjelenése.



**Jeffrey Alexander** (PhD: 1978) sok tekintetben Parsons nyomán a rendszerelméleti megközelítés felől indult, majd fokozatosan orientálódott át egy durkheimiánus vonalra, azon belül is egy ún. „erős programra”, a Durkheim késői munkásságát jellemző kultúráközpontú irányban. (Az itt közölt médiaelméleti munka a szerző teoretikus fejlődésének ebben az értelemben egy közbülső állomását tükrözi.) Szociológiai történeti munkái után az elmúlt évtizedekben kutatásainak középpontjában egy ilyen hangsúlyú kultúraelmélet kidolgozása állt. A Yale Egyetem mellett számos külföldi egyetemen is tevékenykedik, mint ahogy a nemzetközi szociológiai életben is vezető szerepet tölt be. Főbb munkák (a tárgyalt kérdéskörben): *Structure and Meaning* (1998), *The Meanings of Social Life: A Cultural Sociology* (2003).





# 1.1. Klasszikus megközelítések – eltérő nézőpontból

Paul F. Lazarsfeld – Robert K. Merton

## **Tömegkommunikáció, közízlés és szervezett társadalmi cselekvés**

Az emberek figyelmét lekötő problémák változnak, és nem találomra változnak, hanem a társadalom és a gazdasági élet módosító igényeinek megfelelően. Ha egy csoportot körülbelül egy generációval előbb hoztak volna összeköttetésbe, a vitás témák minden valószínűség szerint egészen mások lettek volna. Gyermek munkája, a női szavazójog vagy öregkori nyugdíj foglalkoztathatott volna egy ilyen csoportot, de semmiképpen sem a tömegkommunikáció eszközeiről folyó vita. Mint azt a mostani konferenciák, könyvek és cikkek egész tömege jelzi, a rádió, a nyomtatott szöveg és a film társadalmi szerepe sokak számára érdekes probléma, egyesek számára pedig aggodalom tárgya lett. A közönség érdeklődésének eltolódása valószínűleg számos társadalmi folyamat eredménye.

## **A tömegkommunikációs eszközök okozta gond**

Sokakat rémülettel tölt el a tömegkommunikációs eszközök mindenütt való jelenléte és potenciális hatalma. E szimpózium egyik résztvevője azt írja például, hogy a „rádió hatalmát csak az atombomba hatalmával lehet összehasonlítani”. Érezhető, hogy a tömegkommunikációs eszközök olyan hatalmas gépezetet alkotnak, melyet jóra és rosszra egyaránt fel lehet használni, és hogy megfelelő ellenőrzés hiányában a rosszra való felhasználás lehetősége lényegesen nagyobb. Ugyanis ezek az eszközök a propaganda eszközei, és az amerikaiak különösen irtóznak a propaganda erejétől. A brit William Empson a következőket írja az amerikaiakról: „Szenvedélyesebben hisznek a gépezetben, mint mi; és a modern propaganda tudományos gépezet. Ezért nyilvánvaló számukra, hogy egy egyszerű, gondolkodó ember nem tud ennek ellenállni. Mindez különös, »lányos« magatartást vált ki bárkivel szemben, aki esetleg propagandát akar valaminek csinálni. Ne engedjétek ezt az embert a közelembe. Ne engedjétek, hogy csábítson, mert ha megteszi, én biztosan elbukom.”

A tömegkommunikációs eszközök mindenütt való jelenléte sokakat arra int, hogy szinte vakon higgyenek azok hatalmas erejében. De a tömegkommunikációs eszközök társadalmi szerepével kapcsolatos aggodalomnak van egy másik, valószínűleg komolyabb alapja is; annak a társadalmi irányítás-

nak a változó típusai okozzák, melyet a társadalom hatalmas érdekcsoportjai tartanak a kezükben. A fő hatalmi csoportok, melyek közül a szervezett üzleti csoportok foglalják el a leglátványosabb helyet, egyre nagyobb számban alkalmazzák a tömegek manipulálásának módszereit a propaganda új, rektebb módszerei helyett. Az ipari szervezetek már nem kényszerítik a nyolcéves gyermekeket, hogy tizen négy óra hosszat gép mellett dolgozzanak; ehelyett különböző „public relations” programokat vetnek be. Hatalmas és nagy hatású hirdetések helyeznek el az ország újságaiban; számos rádióadást finanszíroznak; a public relations szakemberek tanácsára versenyeket rendeznek, jóléti intézményeket alapítanak és nagy ügyeket támogatnak. Úgy látszik, hogy a gazdasági hatalom csökkenti a közvetlen kizsákmányolást, és a lélektani kizsákmányolás finomabb módszeréhez fordul, melyet főleg a propaganda terjesztésével és a tömegkommunikációs eszközök segítségével ér el.

A társadalom irányításának struktúrájában való változás alapos elemzést érdemel. A komplex társadalmak a szervezett irányítás számos, egymástól eltérő formájának vannak kitéve. Hitler például a legláthatóbb és legközvetlenebb módszert alkalmazta: a szervezett erőszakot és a tömeges kényszert. Amerikában a közvetlen kényszer minimálisra csökkent. Ha az emberek nem fogadják el a valamely hatalmi csoport által hirdetett nézeteket és magatartásformákat – mondjuk a Gyáriparosok Országos Szövetségéét –, ezért nem likvidálhatók, vagy nem küldhetik koncentrációs táborokba őket. Azok, akik a társadalom véleményeit és nézeteit irányítják, inkább a tömeges meggyőzéshez, mint a fizikai erőhöz folyamodnak. A rádióműsor és az intézményesített hirdetés helyettesíti a megfélemlítést és a kényszert. A tömegkommunikációs eszközökkel kapcsolatos nyílt aggodalom részben azon a helyes megfigyelésen alapszik, hogy ezeknek az eszközöknek az a feladatuk, hogy előmozdítsák a tömegek alkalmazkodását a társadalmi és gazdasági status quohoz.

A tömegkommunikációs eszközök társadalmi szerepével kapcsolatos széles körű aggodalom harmadik forrása az, hogy a feltételezések szerint igen nagy hatásuk van a tömegek kultúrájára és közönségük esztétikai ízlésére. Úgy vélik, hogy az esztétikai ízlés szintje abban a mértékben romlott, ahogy a hallgatóság tábora megnövekedett.

Félő, hogy a tömegkommunikációs eszközök szándékosan kiszolgálják a közönséges ízlést, és ezáltal újabb romlást idéznek elő.

Valószínű, hogy a fentiek alkotják a tömegkommunikációs eszközökkel kapcsolatos aggodalmaink három szervesen összefüggő elemét. Először is: sokan félnek mindenütt való jelenlétüktől és potenciális hatalmuktól. Úgy gondoljuk, hogy ez a meghatározhatatlan félelem egy elvont rémképtől, a társadalmi helyzet és a görcsösen őrzött értékek bizonytalanságából ered. A propaganda fenyegetőnek látszik.

Másodszor: aggodalmat vált ki a tömegkommunikációs eszközök jelenlegi hatása hatalmas közönségükre, és különösen az, hogy fokozódó támadá-

suk a kritikai képességek feltétel nélkül kapitulációjához és egy gondolkodás nélküli konformizmushoz vezet.

Végül fennáll az a veszély, hogy a tömegkommunikáció technikailag fejlett eszközei zöld lámpát adnak az esztétikai ízlés és a tömegek kulturális szintje romlásának. Azt mondtuk, hogy alapos ok van az aggodalomra a tömegkommunikációs eszközök e közvetlen társadalmi hatása miatt.

Hálátlan feladat a tömegkommunikációs eszközök társadalmi szerepéről, valamint a jelenkori amerikai társadalomra tett hatásokról szerzett tényleges tudásunk felmérése, mert e téren tudásunk rendkívül kevés. Nem sokkal tehetünk többet, mint hogy a problémák természetét kutatjuk olyan módszerekkel, melyek sok évtized során végül is megteremtik azt a tudást, melyre törekszünk.

Bár ez a bevezetés minden, csak nem biztató, mégis ez adja meg azt a szükséges alapot a tömegkommunikációs eszközök vizsgálatával hivatásosan foglalkozók kutatási eredményeinek és kísérleti megállapításainak felméréséhez. Az áttekintés kideríti, hogy mit tudunk, mit kellene tudnunk, és megadja a további kutatások stratégiai pontjait.

Ha a tömegkommunikációs eszközök társadalmi „hatásait” akarjuk felkutatni, akkor egy rosszul meghatározott problémába vágunk bele. Hasznos, ha a problémának három alcsoportját különböztetjük meg, s ezeket külön-külön kutatjuk. Tehát először is ezeknek az eszközöknek a létezése által kiváltott hatásokat vizsgáljuk meg társadalmunkban. Másodsor: meg kell vizsgálnunk a tömegkommunikációs eszközök tulajdonjogának és működésének különleges struktúráját hazánkban; ez a struktúra lényegesen különbözik a más országokban található struktúráktól. És végül meg kell vizsgálnunk a problémának azt az aspektusát, mely a legközvetlenebb kapcsolatban áll azokkal a politikai megfontolásokkal és taktikákkal, melyek ezeket az eszközöket határozott társadalmi célok érdekében használják fel; tudásunkat a tömegkommunikációs eszközök által terjesztett egyes műsorok hatásairól.

## **A tömegkommunikációs eszközök gépezetének társadalmi szerepe**

Milyen szerepet jelöl ki a tömegkommunikációs eszközök számára az a pusztán tény, hogy ezek léteznek? Melyek Hollywood, a Radio City és a Time-Life-Fortune vállalkozás kihatásai társadalmunkra? Ezeket a kérdéseket természetesen csak elnagyolt, spekulatív formában tudjuk tárgyalni, minthogy itt semmiféle kísérletezés vagy pontos összehasonlító tanulmányozás nem lehetséges. Az olyan országokkal való összehasonlítás, ahol nincsenek tömegkommunikációs eszközök, túlságosan kezdetleges lenne ahhoz, hogy döntő eredményeket hozzon; az amerikai társadalom egy korábbi fokával való egybevetés pedig inkább elnagyolt bizonygatásokat, mint pontos bizo-

nyitást hozna magával. Ilyen esetben a rövidség igen fontos, s a véleményeket igen óvatosan kell alakítani. Kiindulásképpen megállapíthatjuk, hogy a tömegkommunikációs eszközök pusztá létezésének társadalmi hatását általában túlbecsülik. Mivel tudjuk ezt alátámasztani?

Nyilvánvaló, hogy a tömegkommunikációs eszközök hatalmas közönséghez jutnak. Hozzávetőlegesen 45 millió amerikai megy moziba minden héten, a napilapok összesen 54 millió példányban jelennek meg, és körülbelül 46 millió amerikai otthonában van televízió: s ezekben az otthonokban az átlag amerikai körülbelül három óra hosszat nézi a tévét naponta. Hatalmas számok ezek. De ezek csupán a fogyasztás adatai, nem pedig a tömegkommunikációs eszközök hatását közlő adatok. Csak arra vonatkoznak, amit az emberek csinálnak, nem pedig a tömegkommunikációs eszközök társadalmi és pszichológiai hatására. Ha tudjuk is, hány óra hosszat tartják az emberek bekapcsolva rádiójukat, ez még nem ad semmiféle felvilágosítást arról, hogy az, amit hallanak, milyen hatással van rájuk. A tömegkommunikációs eszközök területén a fogyasztási adatok ismerete távol áll attól, hogy bizonyítsa ezek hatását a magatartásra és a szemléletmódra.

Mint már említettük, nem tudunk úgy kísérletezni, hogy a kortárs Amerikát tömegkommunikációs eszközökkel és azok nélkül összehasonlítsunk. De, bármilyen kísérleti jelleggel is, össze tudjuk ezek hatását hasonlítani, mondjuk az autóéval. Valószínű, hogy az autó feltalálása és annak tömegcikké válása lényegesen nagyobb hatással volt a társadalomra, mint a rádió feltalálása és annak tömegkommunikációs eszközzé válása. Nézzük az autó társadalmi hatását. Pusztá léte megkövetelte az utak hatalmas méretű javítását, és így a mozgékonyág rendkívüli módon megnövekedett. A városi települések alakját is jelentősen befolyásolta. Kijelenthetjük, hogy azok a találmányok, melyek a mozgás és cselekvés sugarát bővítik ki, nagyobb hatásúak a társadalmi szemléletmódra és a mindennapi életre, mint azok, melyek a gondolatoknak teremtenek utat – olyan gondolatoknak, melyeket a visszavonás érvényteleníthet, az ellenállás megtörhet és az asszimiláció átalakíthat.

Ha egy pillanatra feltételezzük, hogy a tömegkommunikációs eszközök viszonylag kis szerepet játszanak társadalmunk alakításában, akkor miért képezik olyan sok aggodalom és bírálat tárgyát? Miért van az, hogy olyan sok embert foglalkoztatnak a rádió, a film és a sajtó „problémái”, és olyan keveset, mondjuk, az autó és a repülőgép problémái? S még egy olyan öntudatlan lélektani aggodalomforrás is van, mely a társadalmi-történeti összefüggésekből származik.

Sokan azért támadják ellenséges kritikával a tömegkommunikációs eszközöket, mert úgy érzik, az események folyása becsapta őket.

A „reformmozgalmaknak” köszönhető társadalmi változások lassúak és kismértékűek ugyan, de halmozódnak. A tények ismertek. A gyermekmunkát fokozatosan korlátozták. Az összes elégtelenség ellenére az ingyenes és általános oktatás fokozatosan intézményesítetté vált. Ezek és egyéb pozi-

tívmok egy sor reformgyőzelem eredményei. És most az embereknek több szabadidejük van. Látszólag a kulturális örökség könnyebben megközelíthető lett számukra. És mire használják fel ezt az oly keservesen megszerzett, le nem kötött időt? Rádiót hallgatnak és moziba járnak. Úgy látszik, hogy ezek a tömegkommunikációs eszközök semmissé tették a reformerek eredményeit. A szabadidő, az általános oktatás és a társadalmi biztonság szabadságáért folyó harcot abban a reményben vívták, hogy az emberek, miután megszabadultak béklyóiktól, meghódítják maguknak társadalmunk nagy kulturális produktumait, Shakespeare-t vagy Beethovent, vagy talán Kantot. Ehelyett Faith Baldwin vagy Johnny Mercer, vagy Edgar Guest érdekli őket.

Sokan becsapottnak érzik magukat. Olyan ez, mint egy fiatalember próbálkozása az első szerelemmel. Szerelméért többheti zsebpénzét megtakarítja, és végül gyönyörű karpereccel ajándékozza meg a kislányt, aki azt „isteninek” találja. Olyannyira, hogy más fiúkkal is randevúzik, hogy új csecsebecsét mutogathassa. Társadalmi küzdelmeinknek hasonló végük lett. Nemzedékeken keresztül az emberek azért harcoltak, hogy több legyen a szabadidő, és most, hogy megvan, ezt az időt a Columbia Broadcasting System (rádió- és tv-állomás) mellett, s nem a Columbia Egyetemen töltik el.

Bármily kicsiny szerepet is játszik a becsapottság érzése a tömegkommunikációs eszközökkel kapcsolatos általános felfogásban, mégis megjegyezzük, hogy ezeknek az eszközöknek pusztán jelenléte nem érinti olyan mélyen társadalmunkat, mint ahogyan azt feltételezik.

## **A tömegkommunikációs eszközök néhány társadalmi funkciója**

Amikor tovább folytatjuk annak a társadalmi szerepnek a vizsgálatát, melyet a tömegkommunikációs eszközöknek szokás tulajdonítani „pusztán létezésük” folytán, ideiglenesen elvonatkoztatunk attól a társadalmi struktúrától, melyekben ezek az eszközök elhelyezkednek. Például nem foglalkozunk a tömegkommunikációs eszközök különböző hatásaival, eltérő tulajdonviszonyok és hatalmi viszonyok között – ezek olyan fontos strukturális tényezők, melyekre később még visszatérünk.

A tömegkommunikációs eszközök kétségtelenül sok olyan társadalmi funkcióval rendelkeznek, melyek mind komoly kutatás tárgyai lehetnének. Ezek közül csak háromra hívjuk fel itt a figyelmet.

## *Státusadó funkció*

A tömegkommunikációs eszközök státust adnak közügyeknek, személyeknek, szervezeteknek és társadalmi mozgalmaknak.

A mindennapi tapasztalat és a kutatás egyaránt azt bizonyítja, hogy személyek vagy politikai irányzatok társadalmi pozíciója akkor növekszik, ha ezek kedvező visszhangot kaptak a tömegkommunikációs eszközökben. Egyes körökben például az a mérvadó, ha a *Times* egy politikai jelöltet vagy egy politikai irányvonalat támogat, és ezt a támogatást komoly nyereségnek tekintik az illető jelölt vagy politika számára. Miért?

Egyesek számára a *Times* vezércikkézetei egy szakértő csoport megfontolt ítéletét képviselik, melyek a laikusok tiszteletét váltják ki.

De ez csak egy eleme a tömegkommunikációs eszközök státusadó funkciójának. Magasabb a társadalmi rangjuk azoknak, akiket a tömegközlési eszközök figyelemre méltatnak, teljesen függetlenül bármilyen vezércikk-beli támogatástól.

A tömegközlési eszközök presztízst adnak, és növelik a tekintélyét az egyéneknek és csoportoknak azáltal, hogy legitimizálják státusukat. A sajtó, rádió, képeslapok vagy filmhíradók elismerése bizonyítja, hogy valami beérkezett, és elég jelentős ahhoz, hogy a hatalmas névtelen tömegből kiemeljék; hogy magatartása és nézetei elég jelentősek ahhoz, hogy közfigyelmet követeljenek. A státusadó funkció működését a legjobban azok a reklámok mutatják, melyekben „kimagasló emberek” dicsérnek valamilyen terméket. A lakosság széles köreiből (bár nem csak bizonyos kiválasztott társadalmi rétegen belül) ezek a dicsérő „bizonyítványok” nemcsak a termék presztízst fokozzák, hanem a presztízsből annak a személynek is juttatnak, akitől a dicsérő szavak származnak. Mindenki tudomására hozzák, hogy a nagy és hatalmas kereskedelmi világ elég magas státusúnak tartja őt ahhoz, hogy véleménye sok ember szemében számítson. Egyszóval, az a bizonyítvány, melyet ő ad ki, tulajdonképpen saját státusának bizonyítványa is.

Ennek az önmagában visszatérő presztízssémának ideális, bár szimpla megjelenítését találhatjuk a Lord Calvert-reklámokban, melyeknek középpontjában a „híres férfiak” állanak. A kereskedelmi cég és a termék érdemeinek kommercializálódott tanúja végtelen sok és kölcsönös bókot mondanak egymásnak. A kiváló ember gratulál a kiváló whiskynek, mely a gyártóján keresztül gratulál a kiváló embernek azért, mert olyan kiváló, hogy őt választották ki a termék „bizonyítványának” kiadására. E kölcsönös imádati társaság tevékenysége éppen olyan logikátlan, mint amilyen hatásos. A tömegkommunikációs eszközök közönsége csatlakozik ehhez a körbeforgó hithez: „Ha tényleg számíthat, te leszel a tömegek figyelmének központjában, és ha a tömegek figyelmének középpontjában vagy, egész biztosan fontos ember vagy.”

Így ez a státusadó funkció szervezett társadalmi akcióba lendül azáltal, hogy politikát, embereket és csoportokat törvényesít, melyek a tömegkom-

munkációs eszközök támogatását élvezik. Látni fogjuk, hogyan működik ez a funkció a tömegkommunikációs eszközök meghatározott társadalmi célokra való maximális felhasználását elősegítve.

Miután megvizsgáltuk a „státusadó” funkciót, nézzük, miben áll a második funkció: a társadalmi normák erőteljesebb érvényesülése a tömegkommunikációs eszközök révén.

### *A társadalmi normák érvényesítése*

Az olyan szólások, mint „a sajtó hatalma” (és bármely egyéb tömegkommunikációs eszköz hatalma) vagy a „nyilvánosság fényében”, minden bizonynyal erre a funkcióra utalnak. A tömegkommunikációs eszközök szervezett társadalmi akciót indíthatnak el azáltal, hogy „exponálják” azokat a tényeket, melyek szemben állanak a közérkölcökkel. Viszont elhamarkodott dolog lenne azt feltételezni, hogy a séma csak abból áll, hogy ezeket az eltéréseket széles körben ismertté teszik. Ebben a vonatkozásban van mit tanulnunk Malinowski megfigyeléseiből, szeretett trobriandi szigetlakóival kapcsolatban. Azt írja, hogy semmiféle akció nem történik a társadalmi normától eltérő magatartás esetében, kivéve, ha azt nyilvánosan bejelentik. Nemcsak arról van szó, hogy megismertetik a csoport tagjait az eset tényeivel. Lehet, hogy sokan tudtak ezekről az elhajlásokról – például a trobriandiak közötti vérfertőzésről éppúgy, mint nálunk a politikai vagy üzleti korrupción, prostitúción, hazárdjátékról –, de őket semmi sem készteti nyilvános cselekvésre. De amint a magatartásbeli elhajlások egyszerre mindenki számára ismertté válnak, ez a tény az „egyénilag eltűrhető” és a „nyilvánosan tudomásul veendő” között egy sor feszültséget hoz létre.

A nyilvános felfedés mechanizmusa nagyjából a következőképpen működik: számos társadalmi norma kényelmetlennek bizonyul a társadalomban élő egyének számára. Ezek a normák szembeszegülnek a vágyak és impulzusok kielégítésével. Mivel sokan terhesnek találják a normákat, bizonyos engedékenység mutatkozik alkalmazásukban, akár önmagukkal, akár másokkal szemben. Így jön létre az eltérő (deviáns) magatartás és ezeknek az eltéréseknek magánjellegű eltérése. Azonban ez csak addig tarthat, amíg az ember nem kerül olyan helyzetbe, hogy nyilvánosan állást kelljen foglalnia a normák mellett vagy ellenük. A nyilvánosság, valamint az, hogy a csoport tagjai kényszerűen elismerik, hogy ezek az eltérések létrejöttek, minden egyéntől azt követeli, hogy foglaljon állást. Vagy a nonkonformistákhoz kell állnia, ezáltal kifejezve a csoportnormák elutasítását, és ily módon megerősítve, hogy ő szintén kívül áll a morális szerkezeten, vagy függetlenül magánjellegű rokonszenveitől, be kell állnia a sorba, támogatnia kell a normát. *A nyilvánosság bezárja a rést a „magánjellegű attitűdök” és a „közösségi moralitás” között.* A nyilvánosság inkább az egyféle, mint a kettős erkölcs irányába gyakorol nyomást azáltal, hogy megszünteti az ügy érde-

mi része elől való további kiterést. Nyilvános megerősítést hoz létre és a társadalmi norma (esetleg részleges) alkalmazását.

Egy tömeges társadalomban a nyilvános nyomásnak ezt a funkcióját intézményesítik a tömegkommunikációs eszközök. A sajtó, a rádió és az újságok meglehetősen jól ismert eltéréseket fednek fel a nyilvánosság előtt, és rendszerint ez a kitergetés valamilyen mértékű nyilvános cselekvést erőszakol ki olyan dolgok ellen, amit magánjelleggel addig toleráltak. A tömegkommunikációs eszközök például komoly nyomást gyakorolhatnak az „*udvarias faji megkülönböztetésre*” azáltal, hogy felhívják a közfigyelmet ezekre a mesterkedésekre, melyek alulmaradnak a megkülönböztetésellenes normákkal szemben. Bizonyos időszakokban a közlési eszközök leleplezési tevékenységeiket „keresztes hadjáratá” szervezhetik.

A tömegkommunikációs eszközök „keresztes hadjáratainak” elemzése sokat jelentene a tömegkommunikációs eszközök és a szervezett társadalmi cselekvés viszonyával kapcsolatos alapvető kérdések megválaszolásához. Tudni kell például, hogy a „keresztes hadjárat” milyen mértékben nyújt szervezőközpontot egyébként szervezetlen egyének számára. A „keresztes hadjárat” különböző módokon működhet a népesség különböző rétegei között. Egyes esetekben legnagyobb hatása talán nem is annyira a közömbös polgárság felrázása, mint a tettesek megriasztása, aminek hatására ezek extrém lépéseket tesznek, amelyek viszont elidegenítik a szavazókat. A nyilvánosság annyira megzavarhatja a gonosztevőt, hogy szökésre indíthatja, amint az meg is történt például a Tweed-kör egyes főkiszolgálóival, miután a *New York Times* leleplezte az ügyet. Vagy a korrupció vezetői félhetnek a „keresztes hadjáratról” pusztán a miatt a hatás miatt, melyet feltételeznek róla, hogy a választókra gyakorol. Így, választókerületének kommunikációs magatartását meglepően realisztikusan felmérve, Tweed duzzogva jegyezte meg Thomas Nastnak, a *Harper's Weekly*ben megjelent maró karikatúráiról: „Rá se rántok a maguk újságcikkeire; választóim úgysem tudnak olvasni, de kénytelenek megnézni azokat az átkozott képeket.”<sup>1</sup>

A „keresztes hadjárat” közvetlenül is hathat a közönségre. Gyűjtőpontjába gyűjtheti egy addig közömbös polgárság figyelmét, mely a fennálló korrupció ismerete révén vált közömbössé, és ezt néhány drámaian leegyszerűsített ügyre irányíthatja. Amint Lawrence Lovell valamikor megfigyelte, a bonyolult összefüggések általában gátolják a tömeg cselekvését. A nyilvános ügyeket egyszerű alternatívákban kell megadni, fekete-fehér terminusokban, hogy a szervezett közös cselekvés létrejöhesse. És az egyszerű alternatívák tálalása a „keresztes hadjárat” fő funkcióinak egyike. A „keresztes hadjárat” más mechanizmusokat is magában foglalhat. Bár egy városi kormányzat nem teljesen tiszta lelkiismeretű, ritkán teljesen korrupt. Az adminisztrációban és az igazságszolgáltatásban általában keveredik néhány lelki-

<sup>1</sup> Vö. James Bryce: *The American Commonwealth*. Vol. 2. New York, 1910, 1914, The Macmillan Company.



ismeretes ember elvtelen kollégákkal. A „keresztes hadjárat” megerősítheti, a kormányzat tisztességes elemeinek kezét, kimozdíthatja a közömbösökét, és gyengítheti a korruptakét. Végül könnyen előfordulhat, hogy egy sikeres keresztes hadjárat körkörös, önfenntartó folyamatot példáz, amelyben a tömegkommunikációs eszköz érdeklődése a közérdek iránt egybeesik annak önérdékével. A győztes „keresztes hadjárat” megnövelheti a tömegkommunikációs eszköz erejét és presztízsét, mely viszont ezáltal alkalmasabbá válik a későbbi „keresztes hadjáratokra”, amelyek, ha sikerülnek, ismét tovább lendíthetik hatalmát és presztízsét.

Bármi legyen is a válasz ezekre a kérdésekre, a tömegkommunikációs eszközök nyilvánvalóan a társadalmi normák megerősítését szolgálják azáltal, hogy feltárják a köz előtt az eltéréseket ezektől a normáktól. Ha tanulmányoznánk az így megerősített normák jellegét és eloszlásukat, ez pontos mértéket adhatna arról, hogy ezek az eszközök mennyiben foglalkoznak társadalmunk szerkezetének periferikus, illetve központi problémáival.

### *A narkotizáló diszfunkció*

A tömegkommunikációs eszközök működtetői nyilvánvalóan jól ismerik a státusadó és a társadalmi normákat megerősítő funkciókat. Mind más társadalmi és pszichológiai mechanizmusok, ezeket a funkciókat is különböző módon lehet felhasználni. Ezeknek a funkcióknak az ismerete hatalmat jelent, és a hatalom felhasználható egyéni és általános célok érdekében.

A tömegkommunikációs eszközök harmadik társadalmi következményét kevesen ismerték fel. Legalábbis nagyon kevés explicit megjegyzés fűződik hozzá, és nem állították rendszerbe a jövőre tervezett célkitűzések érdekében. Ezt a funkciót nevezhetjük a tömegkommunikációs eszközök narkotizáló diszfunkciójának. Diszfunkciónak nevezzük inkább, mint funkciónak, azon feltevés alapján, hogy a modern komplex társadalmaknak nem áll érdekükben, hogy létezzenek olyan hatalmas tömegek, melyek politikailag teljesen apatikusak és tehetetlenek. Hogyan működik ez a meg nem tervezett mechanizmus?

Szórványos tanulmányok azt mutatták, hogy az amerikaiak idejük egyre növekvő hányadát szentelik a tömegkommunikációs eszközök termékeinek. A különböző vidékek és különböző társadalmi rétegek adta variációkat is figyelembe véve, az eszközök termékeinek özöne valószínűleg lehetővé teszi a 20. századbéli amerikai számára, hogy „lépést tartson a világgal”. Mégis azt mondják, hogy a tömegkommunikáció ilyen hatalmas termelése csak a társadalmi problémák feletti felületes aggodalmat csitíthatja el, és ez a felületesség gyakran takar tömeges apátiát.

Az a tény, hogy információs áradatnak van kitéve, az átlagolvasót vagy -hallgatót inkább narkotizálja, mint aktivizálja. Egyre növekvő időt szentelnek

olvasásnak vagy hallgatásnak, és idejük egyre kisebb része jut a szervezett cselekvésnek. Az egyén elolvassa a vitás kérdésekről szóló beszámolókat, esetleg még meg is vitatja a cselekvés alternatíváit, de ez a meglehetősen intellektualizált, távoli kapcsolat a szervezett társadalmi cselekvéssel nem aktivizálódik. Az érdeklődő és jól értesült állampolgár gratulálhat magának érdeklődési és értesülési szintjének kiemelkedő volta miatt, és nem veszi észre, hogy tartózkodott a döntéstől és a cselekvéstől. Egyszóval másodlagos kapcsolatban van a politikai realitások világával: olvasása, hallgatása és gondolkodása mások által végzett teljesítmény. Akkor követi el a hibát, amikor *tud* a problémákról, de nem *tesz* valamit az érdekükben. Társadalmi lelkiismerete makulátlan marad. Őt minden probléma érinti. Ő jól informált. És mindenféle elgondolásai vannak arról, hogy mit kellene tenni. De miután befejezte vacsoráját és meghallgatta kedvenc rádióműsorait, és miután elolvasta a második újságot is azon a napon, igazán ideje lefeküdni.

Ebben a speciális vonatkozásban a tömegkommunikáció termékeit a legitizetreméltóbb és leghatékonyabb társadalmi kábítószer közé sorolhatjuk. Olyannyira hatásosak lehetnek, hogy rabjukat még attól is távol tartják, hogy felismerje betegségét.

Nyilvánvaló, hogy a tömegkommunikációs eszközök felemelték a széles néprétegek információs szintjét. De az egyre növekvő adagban befogadott tömegkommunikáció, távolról sem szándékosan, átalakíthatja az emberek energiáját aktív részvételből passzív tudássá.

A *narkotizáló diszfunkció* fellépését nem vonhatjuk kétségbe, de működésének mértékét még meg kell határozni. Ennek a problémának a kutatása egyike annak a számos feladatnak, mely még mindig a tömegkommunikációval foglalkozó kutató előtt áll.

## **A tulajdonviszonyok és a működés struktúrája**

Eddig a tömegkommunikációs eszközöket attól a beépüléstől függetlenül vizsgáltuk, mely egy bizonyos társadalmi és gazdasági struktúrában történik. Világos, hogy az eszközök társadalmi hatásai a tulajdonviszonyoknak és az irányításnak megfelelően változnak. Így tehát ha az amerikai tömegkommunikációs eszközök hatásait vizsgáljuk, akkor csak a magántulajdonban lévő vállalkozások és profit irányította igazgatás viszonyai között tesszük ezt. Általánosan ismert, hogy ez a körülmény nem a tömegkommunikációs eszközök technológiai természetének belső szükségessége. Angliában például, hogy ne is említsük Oroszországot, a minden felhasználási területen működő rádiót a kormány birtokolja, irányítja és működteti.

Az irányítás struktúrája teljesen más ebben az országban. Kiugró jellegzetessége abból adódik, hogy – a mozikat és a könyveket kivéve – a vállalkozást nem a magazinok olvasója, nem a rádió hallgatója, és nagy részben

nem az újságok olvasója támogatja, hanem az, aki hirdeti. A nagyvállalkozás finanszírozza a tömegkommunikációs eszközök termelését és szétosztását. És függetlenül a szándéktól, általában az adja meg a dallamot, aki a prímást megfizeti.

## Társadalmi konformizmus

Mivel a tömegkommunikációs eszközöket olyan nagy üzleti konszernnek támogatják, melyek a mindenkori társadalmi és gazdasági rendszerbe vannak beépülve, ezek az eszközök hozzájárulnak a rendszer fenntartásához. Ezt a hozzájárulást nem csak a támogató termékeinek tényleges reklámozásában találhatjuk meg. Inkább abban, hogy a társadalom néhány elemének igénylése tipikus módon megjelenik a képeslaptörténetekben, a rádióműsorokban és az újságok hasábjain. Ez az állandó igénylés aláhúzza az elfogadási kötelezettséget.

Ha a tömegkommunikációs eszközök hatást gyakoroltak hallgatóságukra, ez nemcsak abból származhat, amit mondtak, hanem még inkább abból, amit *nem* mondtak. Ugyanis ezek az eszközök nemcsak állandóan igénylik a status quót, de bizonyos mértékben elmulasztják azt, hogy lényeges kérdéseket tegyenek fel a társadalom szerkezetét illetőleg. Így tehát azáltal, hogy konformizmushoz vezetnek és a társadalom kritikus felméréséhez kevés alapot nyújtanak, a kereskedelmileg támogatott tömegkommunikációs eszközök közvetetten ugyan, de hatásosan megakadályozzák egy őszintén kritikus álláspont kialakulását.

Ez nem jelenti azt, hogy nem vesszük figyelembe az alkalmanként kritikus újságcikkeket vagy rádióműsorokat. De ezek a kivételek olyan ritkák, hogy elvesznek a konformista anyagok elsöprő áradatában...

Minthogy kereskedelmileg finanszírozott tömegkommunikációs eszközeink a társadalmi struktúránkhoz való gondolkodás nélküli hűséget propagálják, nem használhatók fel a struktúra megváltoztatásáért – még kis változtatásokért sem – folyó harcban. Lehetséges, hogy erre van néhány ellenpélda, de ha jobban megnézzük, ezek mind illuzórikusak. Valamely csoportosulás, mint például a P. T. A. (Parent-Teacher Association – Tanárok és Szülők Egyesülete) felkérheti a rádióműsor-szerkesztőket, hogy a faji türelem témáját vigye bele a programba. Amennyiben a szerkesztő úgy véli, hogy ez a téma biztonságos, nincs ellentétben hallgatósága egyetlen jelentős részének nézeteivel sem, akkor esetleg beleegyezik; de az első jelre, mely szerint ez veszélyes téma, és elriaszthatja az esetleges fogyasztókat, nem fog beleegyezni, hamarosan abbahagyja a kísérletezést. A kommercializálódott tömegkommunikációs eszközök állandóan feladják a társadalmi célkitűzéseket, mihelyt ezek a gazdasági nyereséggel összeütközésbe kerülnek. A „progresszív” nézetek kisebb megnyilvánulásai csekély jelentőséggel bír-

nak, minthogy ezeket csak a finanszírozó cég kegye csempészi be, és csak azzal a feltétellel, hogy ezek legyenek kellően elfogadhatók, és ne távolítsák el a hallgatóság egyetlen komolyabb töredékét sem. A gazdasági nyomás úgy segíti elő a konformizmust, hogy kihagyja az érzékeny pontokat.

## A közízlésre gyakorolt hatás

Minthogy rádióink, mozijaink, képes újságaink legtöbbje és könyveink, újságaink jelentős része a „szórakoztatást” szolgálja, ez a tény megköveteli, hogy vizsgáljuk meg a tömegkommunikációs eszközök hatását a közízlésre.

Ha az átlagos amerikai, akinek némi igénye van az irodalmi és esztétikai műveltségre, megkérdeznénk, vajon van-e hatásuk a tömegkommunikációs eszközöknek a közízlésre, valószínűleg határozott igennel válaszolna. Ezenkívül bőséges példákkal illusztrálva azt állítaná, hogy az esztétikai és intellektuális ízlést elszegényítette azoknak a triviális sablonos produktumoknak az áradása, melyeket a nyomdák, a rádióállomások és a filmgyárak termelnek. A kritikai rovatokban hemzsegnék az ilyen panaszok.

Bizonyos értelemben ez nem szorul további megvitatásra. Nem fér hozzá kétség, hogy azok a nők, akik naponta három vagy négy óra hosszat négy folytatógatos „soap opera” (reklámcélú melodramatikus darab, a rádió vagy a televízió nappali adásában háziasszonyok számára) ígéz meg, melyek mindegyike ugyanarra a gyászos sémára van felépítve, az esztétikai ítélőképesség rendkívüli hiányát mutatják fel. Ezt a benyomást a képregény-magazinok vagy elegáns divatlapok tartalma sem változtatja meg, sem azoknak az azonos alapötletű filmeknek a lehangoló tömkelege, melyek bővelkednek a hősökben és hősnőkben, és a gonosz szereplőkben, akik egy erőltetett szex-, bűn- és sikeratmoszférában mozognak.

Ha nem helyezük el ezeket a sémákat történeti és szociológiai összefüggéseikben, azon vesszük észre magunkat, hogy elítélünk, de nem értünk meg, olyan kritikát mondunk, mely egészséges ugyan, de nem a lényegre tapint. Mi a közízlés notóriusan alacsony szintjének történelmi helyzete? Vajon azoknak a követelményeknek gyenge utóda-e, melyek régebben jelentősen magasabbak voltak, egy viszonylag új produktum az értékek világában, mely némileg tartozik már azokhoz a magasabb követelményszintekhez, ahonnan állítólag lecsúszott, vagy pedig egy hitvány pótlék, mely elzárja az utat a magasabb rendű színvonal kibontakozása és a magas esztétikai célkitűzések előtt?

Ha az esztétikai ízléseket társadalmi összefüggéseikben vizsgáljuk, el kell ismernünk, hogy a művészetek tényleges közönsége történetileg átalakult. Néhány évszázaddal ezelőtt ez a közönség nagy részben egy kiválasztott arisztokrata elitre korlátozódott. Viszonylag kevés ember volt művelt. És nagyon keveseknek volt meg a lehetőségük arra, hogy könyvet vásároljanak, színházba járjanak, és a művészetek városi központjaiba utazzanak. A lakosság csak kis töredéke, valószínűleg legfeljebb egy-két százaléka képezte a művészetek

ténylegesen közönségét. Ez a „happy few” (boldog kevesek) csiszolta esztétikai ízlés és szelektív igényei viszonylag magas művészeti színvonalat hoztak létre.

A köznevelés egyre nagyobb terjedésével és a tömegkommunikáció új technológiáinak fellépésével hatalmas méretűre duzzadt piac fejlődött ki a művészetek számára. A zene, dráma és irodalom egyes formái ma virtuálisan mindenkit elérnek társadalmunkban. Ezért van az természetesen, hogy *tömegkommunikációról* és *tömegművészetről* beszélünk. És a tömegkommunikációs eszközök nagyközönsége, bár nagyjából olvasott, mégsem nagyon művelt. Valójában a lakosság fele megállt a művelődésben a középiskola befejezése után.

A köznevelés elterjedésével a közízlés látszólagos hanyatlása következett be. Az emberek nagy tömegei szerezték meg az ún. „formális műveltséget”, vagyis azt a képességet, hogy olvassanak, megértsék a dolgok nyers és felületes értelmét – viszont ezzel együtt jár az, hogy képtelenek teljesen megérteni azt, amit olvasnak.<sup>2</sup> Tehát a piacon szakadék keletkezett a műveltség és a megértés között. Az emberek többet olvasnak, de kevesebbet értenek meg. Több ember olvas, de kisebb azoknak az aránya, akik kritikusan megemésztik, amit olvasnak.

Tehát világosan megfogalmazhatjuk a problémát. Félrevezető, ha egyszerűen az esztétikai ízlés hanyatlásáról beszélünk. A tömeges közönség valószínűleg számos olyan embert magában foglal, akiknek magas esztétikai követelményeik vannak, de ezeket elnyelik azok a hatalmas tömegek, akik a művészetek új és pallérozatlan közönségét alkotják. Míg tegnap majdhogynem az elit képezte a közönség egészét, ma az elit csak parányi töredéke az egésznek. Következésképpen az esztétikai követelmények és ízlések átlagos szintje lesüllyedt, bár a népesség egyes szektorainak ízlése kétségkívül emelkedett, és azoknak az embereknek összessége, akiket elérnek a tömegkommunikációs eszközök, rohamosan megnőtt.

De ez az elemzés nem válaszol közvetlenül arra a kérdésre, hogy melyek a tömegkommunikációs eszközök hatásai a közízlésre – ez a kérdés éppen annyira bonyolult, mint feltáratlan. A választ csak szisztematikus kutatómunka adhatja meg. Például jó lenne tudni, vajon a tömegkommunikációs eszközök megfosztották-e az értelmiségi és művészeti elitet azoktól a művészeti

<sup>2</sup> Uo. IV. rész. LXXX. fej. James Bryce jellegzetes pontossággal állapítja meg: „Az, hogy a tömegek nevelése mégiscsak felületes nevelés, természetes. Elegendő, hogy képesek legyenek azt gondolni, hogy tudnak valamit a politika nagy problémáiról: fölösleges megmondani nekik, milyen keveset tudnak. A nyilvános általános iskola mindenkinek átadja a tudás kulcsát azáltal, hogy az olvasást és az írást megismerteti vele, de nincs ideje megtanítani a kulcs használatára – s így a kulcs felhasználása, a napi munka nyomása révén egyedül az újságra és a képeslapokra korlátozódik. Elmondhatjuk, hogy ha az átlagamerikai szavazó politikai nevelését összehasonlítjuk egy európai átlagos szavazóval, magasabb szinten van, de ha összevetjük azokkal a funkciókkal, melyekkel az amerikai kormányzás elmélete bízza meg, melyeket ennek szelleme magában foglal, melyeket a pártok szervezete feltételez, nyilvánvaló a hozzá nem értése. »Mutatis mutandis, ugyanezt elmondhatjuk arról a résről, mely a tömegkommunikációs eszközök magasabb rendű« kulturális tartalmának elmélete és a köznevelés jelenlegi szintje között van.”

formáktól, melyek különben hozzáférhetőek lettek volna számukra. Ez olyan vizsgálatot vonna maga után, mely a tömegkommunikációs eszközök közönségének nyomását vizsgálná azokra az alkotó egyénekre, akik a tömegízlést kiszolgálják. Minden korban megvoltak a zugírók. De fontos lenne kideríteni, hogy vajon a művészetek elektrifikálása szolgáltatja-e az energiát a jelentősen megnövekedett százaléku homályos irodalom pislákolásához. És mindenekfelett, lényegbevágó lenne megtudni, vajon a tömegkommunikációs eszközök és a tömegízlés tényleg össze van-e kapcsolva a romló igényszintek ördögi körében – vagy pedig a tömegkommunikációs eszközök irányítóinak megfelelő intézkedése *elindíthatna-e* egy olyan körforgást, melyben a közönség tagjainak javuló ízlése egymást erősítené. Konkrétabban megfogalmazva: tényleg olyan helyzetben vannak-e a kommercializálódott tömegkommunikációs eszközök működtetői, melyben képtelenek radikálisan felemelni termékeik esztétikai színvonalát, még akkor sem, ha egyénileg ezt szeretnék?

Futólag megemlítjük, hogy sok tanulnivaló van még a tömegművészet megfelelő szintjével kapcsolatban. Lehetséges, hogy az olyan művészeti formák normái, melyeket az alkotó tehetségek kis csoportja gyárt egy kis és kiválasztott közönség számára, nem alkalmazhatók olyan művészeti formákra, melyeket egy óriási ipar termel az egész népesség számára. A probléma kutatásának kezdetei elég meggyőzőek ahhoz, hogy a további tanulmányozás érdemesnek látszana.

A szórványos és következőképpen nem meggyőző kísérletek a színvonal felemelésére mélységes ellenállást váltottak ki a tömegkommunikációs eszközök közönségének körében. Alkalmoszerűen néha a rádióállomások és hálózatok megkísérelték, hogy a „soap operát” klasszikus zenei programmal helyettesítsék, vagy a sablonos kabaréjelenetek helyett közügyekről szóló vitákat tűzzenek műsorra. Általában azok az emberek, akikről feltételezték, hogy a műsor reformjának előnyeit élvezni fogják, egyszerűen nem voltak hajlandók ezekből részesülni. Abba hagyták a műsor hallgatását. A közönség megcsappant. A kutatások bebizonyították például, hogy a klasszikus zenét sugárzó rádióműsorok inkább megőrzik, mint megteremtik a klasszikus zene iránti érdeklődést, és hogy az újonnan felmerülő érdeklődés tipikusan felületes. Ezeknek a műsoroknak legtöbb hallgatója már előzőleg megszerezte érdeklődését a klasszikus zene iránt; az a néhány ember, akinek érdeklődését a műsor keltette fel, megreked a dallamos kompozícióknál, és a klasszikus zenét csak Csajkovszkij, Rimszkij-Korszakov vagy Dvořák szintjén tudja elképzelni.

A probléma megoldására tett javaslatok inkább hitből, mint tudásból fakadnak. A tömegízlés megjavítása a tömegművészet termékeinek megjavítása révén nem olyan egyszerű, mint az hinni szeretnénk. Természetesen lehetséges, hogy a döntő erőbevetés még nem történt meg. Ha képzelőerőnk segítségével legyőzzük a tömegkommunikációs eszközök jelenlegi rendszerét, elgondolhatunk egy szigorú cenzúrát mindezen eszközök felett, olyannyira, hogy semmi se kerülhessen kinyomtatásra, műsorba vagy filmre, csak „a leg-

jobb, amit a világon valaha is kigondoltak vagy elmondtak". Csak elméletileg töprenghetünk azon, vajon a tömegművészet termelésének radikális megváltoztatása kellő időben átfornálná-e a közönséget. A kísérletezésre és kutatásra évtizedek lennének szükségesek. Jelenleg feltűnően keveset tudunk azokról a módszerekről, melyekkel az esztétikai ízlés javítható, és tudjuk azt, hogy a javasolt módszerek közül néhány teljesen hatástalan. Tudásunk igen gazdag a kudarcokat illetően. Ha ezt a vitát újból elkezdjük, esetleg ugyanilyen meggyőződéssel számolhatnánk be pozitív eredményekről...

Ennél a pontnál megállhatunk, hogy áttekintsük a megtett utat. Bevezetésképpen megvizsgáltuk a tömegkommunikációs eszközök társadalmunkban elfoglalt helyével kapcsolatos aggodalmak feltehető forrásait. Ezek után először azt a társadalmi szerepet tanulmányoztuk, mely a tömegkommunikációs eszközök pusztá létezésének tulajdonítható, és arra a következtetésre jutottunk, hogy ezt némileg eltúlozzák. Ezzel kapcsolatban azonban megemlítettük a tömegkommunikációs eszközök létezésének számos következményét; státusadó funkciójukat, azt a funkciót, mely a társadalmi normák alkalmazására buzdít, és narkotizáló diszfunkciójukat. Másodszor megemlítettük a kommercializált tulajdonviszonyok és irányítás kényszerhatását a tömegkommunikációs eszközökre mint a társadalombírálat eszközeire és mint magas esztétikai szintek hordozóira.

Most a tömegkommunikációs eszközök társadalmi szerepének harmadik és utolsó vonatkozásához értünk: azokhoz a lehetőségekhez, hogy ezek a társadalmi célkitűzések előre kijelölt típusai felé vezessenek.

## **Társadalmi célkitűzések propagandája**

Ez az utolsó kérdés talán közvetlenebb érdeklődésre számíthat, mint az előző megvitatott kérdések. Valamiféle kihívást jelent számunkra, mert megadja az eszközt annak a látszólagos paradoxonnak a megoldására, melyre már az előbb utaltunk. Arról a látszólagos paradoxonról van szó, mely abból az állításból származik, hogy a tömegkommunikációs eszközök pusztá létezésének jelentőségét eltúlozzák, és abból a számos jelből, mely arra utal, hogy ezek az eszközök igenis hatást gyakorolnak hallgatóságukra.

Melyek a feltételei a tömegkommunikációs eszközök hatásos felhasználásának arra, amit „a társadalmi célkitűzésekért való propagandának” nevezhetünk – például megkülönböztetés nélküli faji kapcsolatok, nevelési reformok, a szakszervezetekkel szembeni pozitív magatartás terén? A kutatások azt mutatják, hogy három feltétel közül legalább egyet ki kell elégíteni ahhoz, hogy ez a propaganda hatásos legyen. Ez a három feltétel röviden a következő: 1. monopolizáció, 2. az alapvető értékek terelő szabályozása (kanalizáció), nem pedig megváltoztatása, 3. kiegészítő szemtől szembeni kapcsolat. A feltételek mindegyike méltó a megvitatásra.

Ez a helyzet akkor áll elő, amikor a tömegkommunikációs eszközökben kevés vagy semmi ellenállás sincs az illető értékek, politikai irányvonalak vagy a társadalmi képzetek terjesztésével szemben. Vagyis a tömegkommunikációs eszközök monopolizálása az ellenpropaganda hiányában fordul elő.

Ebben a korlátozott értelemben a tömegkommunikációs eszközök monopolizálását a legkülönbözőbb feltételek között is megtalálhatjuk. Természetesen az autoritárius társadalom politikai struktúrájának felel meg leginkább, ahol a közlési eszközök egyáltalán nem közelíthetők meg azok számára, akik a hivatalos ideológiával szemben állnak. Bizonyos, hogy ez a monopólium szerepet játszott abban, hogy a nácik uralomra jussanak a német nép fölött. De ugyanez a helyzet más társadalmi rendszerekben is hasonlóan kialakulhat. Például a háború alatt kormányunk bizonyos sikerrel használta fel arra a rádiót, hogy buzdítsa és fenntartsa a háborús erőfeszítésekkel való azonosulást. Ezeknek a közszellemet építő erőfeszítéseknek a hatásossága nagymértékben az ellenpropaganda majdnem teljes hiányának volt köszönhető.

Hasonló helyzetek adódnak az üzletté vált propaganda világában is. A tömegkommunikációs eszközök tömegeszmenyeket gyártanak. Kate Smith rádiós színésznőnek a köztudatban élő képe például úgy ábrázolja őt, mint olyasvalakit, aki páratlan módon megérti a többi amerikai nőt, mélységesen együtt érez az egyszerű férfiakkal és nőkkel, mint aki lelki irányító és tanácsadó, hazafi, akinek a közügyekkel kapcsolatos véleményét komolyan kell venni. Kate Smith közkeletű képe, melyet összekapcsolnak az alapvető amerikai értékekkel, egyetlen esetben sem kerül szembe ellenpropagandával. Nem mintha nem volnának vetélytársai a rádiós hirdetések piacán. De senki sem tette fel magának rendszeresen azt a kérdést, hogy ő mit is mond. Következésképpen, a hajdon rádiós sztár képe, akinek évenkénti jövedelme hatjegyű szám, úgy jelenik meg az amerikai nők milliói előtt, mint egy sokat dolgozó családanyáé, aki tudja, hogyan kell évi 1500 dollárból kijönni.

A népszerű ideál képének jóval kevesebb hatása lenne, ha ellenpropagandának lenne kitéve. Ilyen semlegesítés fordul elő például az előválasztási kampányok során a republikánusok és a demokraták között. Egy nemrégiben végzett felmérés azt mutatta, hogy az egyik fél által terjesztett propaganda rendkívüli módon semlegesíti a másik propagandájának hatását. Ha mindkét félnek a tömegkommunikációs eszközök segítségével kellene a kampányt folytatnia, nagyon valószínű, hogy a szavazatok körülbelül úgy oszlanának meg, mint jelenleg.

Az általános sémát Kennet Burke írta le *Attitudes Toward History* (A történelemmel kapcsolatos állásfoglalások) című könyvében: „...az üzletemberek úgy vetélkednek egymással, hogy meggyőzőbben próbálják terméküket dicsérni, mint vetélytársuk, míg a politikusok úgy küzdenek, hogy gyalázzák ellenfelüket. Ha mindezt összeadjuk, nagy mennyiségű abszolút dicséretet kapunk az üzleti életben, és rengeteg abszolút rágalmat a politika terén.”



Amíg az egymással szemben álló politikai propagandák egyszólyaiban vannak a tömegkommunikációs eszközökben, a tiszta hatás elhanyagolható. Azonban a tömegkommunikációs eszközöknek csaknem teljes monopolizálása adott társadalmi célkitűzések elérése érdekében jól kivehető hatást fog gyakorolni a közönségre.

## *Kanalizáció*

A tömegkommunikációs eszközök hatalmas erejébe vetett hit, úgy látszik, a monopolista propaganda vagy a reklám sikeres eseteiből származik. De a reklám hatékonyságától való ugrás a propaganda feltételezett hatékonyságáig, mely utóbbinak célja a mélyen gyökerező magatartás és attitűd kialakítása – éppen annyira bizonytalan, mint amilyen veszélyes. A hirdetés tipikusan a már látszó magatartásminták vagy attitűdök átterelésére (kanalizálására) irányul. Ritkán akar új attitűdöket sugallni vagy lényegileg új magatartásmintát alkotni. „A hirdetés kifizetődő” – mert általában egyszerű lélektani szituációval dolgozik. Azoknak az amerikaiaknak, akik már mind használnak fogkefét, viszonylag kevés különbséget jelent, hogy melyik márkájú fogkefét használják. Ha a magatartás mintája nagy vonalaiban már kialakult, az egyik vagy másik irányba terelhető. Csekély az ellenállás. De a tömegpropaganda tipikus módon bonyolultabb helyzetet hoz. Esetleg olyan célkitűzéseket ad, melyek szemben állnak a mélyen gyökerezett attitűdökkel. Esetleg inkább átalakítani, mint átterelni (kanalizálni) akarja a fennálló értékrendszereket. A hirdetések sikerei csak még inkább rávilágítanak a propaganda kudarcaira. A jelenlegi propaganda nagy része, mely a mélyen gyökerező etnikai és faji előítéletek eltörlésére irányul, nagyon kevés hatással jár.

Tehát a tömegkommunikációs eszközöket hatékonyan felhasználták az alapvető attitűdök átterelésére, de nincs sok bizonyíték arra, hogy ezeknek az attitűdöknek a megváltoztatására képesek lettek volna.

## *A kiegészítő kapcsolatok*

Az a tömegpropaganda, mely sem nem monopolisztikus, sem nem terelő jellegű, mindamelllett hatékony lehet, ha kielégíti a harmadik feltételt: a szemtől szembeni kapcsolatot.

A következő eset illusztrálja a tömegkommunikációs eszközök és a szemtől szembeni hatások közötti összefüggést. A Coughlin atya által néhány éve elért látszólagos propagandasiker, ha alaposabban megvizsgáljuk, nem elsődlegesen rádióbeszédeinek propagandatartalmából származik. Inkább ezeknek a centralizált propagandabeszédeknek és az elterjedt helyi szervezeteknek a terméke volt, melyek rávették tagjaikat, hogy meghallgassák az adásokat, és maguk között vitákat szerveztek azokról a társadalmi nézetekről, melyeket ő a rádióban hirdetett. A propaganda központosított szál-

lítása (Coughlin beszédei az országos hálózatban), az újságok és röplapok összehangolt terjesztése és a helyileg megszervezett viták viszonylag kis csoportokon belül – a tömegkommunikációs eszközök és a személyes kapcsolatok eme bonyolult és egymást kölcsönösen erősítő tevékenysége látványosan sikeres lett.

A tömegmozgalmakat tanulmányozók elutasítják azt a nézetet, hogy a tömegpropaganda önmagától és önmagában alkotja és tartja fenn a mozgalmat. A náciizmus nem a tömegkommunikációs eszközök megkaparintásával érte el rövid ideig tartó hegemoniáját. A tömegkommunikációs eszközök szolgaszerepet játszottak, csak kiegészítették a szervezett erőszak alkalmazását, a konformizmus megszervezett díjazását és a helyi ideológiai meggyőzés szervezett központjait. A Szovjetunió szintén nagy eredménnyel használta fel a tömegkommunikációs eszközöket hatalmas néprétegek megfelelő ideológiai oktatására. De az oktatás szervezőinek gondjuk volt arra, hogy a tömegkommunikációs eszközök ne egymagukban működjenek. A „vörös sarkok”, az „olvasóházak” és a „hallgatóállomások” olyan találkozóhelyek voltak, ahol az állampolgárok csoportjai közösen találkoztak a tömegkommunikációs eszközökkel. Az az 55 ezer olvasószoba és -klub, amely 1933-ig keletkezett, lehetőségessé tette a helyi ideológiai elitnek, hogy megbeszélje az egyszerű olvasókkal az olvasott művek tartalmát. A magánházaknál működő rádiók viszonylag kis száma elősegítette a csoportos hallgatást és a halott műsor csoportos megvitátását.

Ezekben az esetekben a tömeges meggyőzés gépezete magában foglalt egy szemtől szembeni kapcsolatot a helyi szervezetekben, mint a tömegkommunikációs eszközök kapcsolt részét. A tömegkommunikációs eszközök csatornáin érkező anyagok egyéni vételét nem tekintették megfelelőnek arra, hogy a propagandát a propaganda hatékonyságává változtassa át. Olyan társadalomban, mint az amerikai, ahol a bürokratizálódás még nem terjedt el ennyire, vagy legalábbis nem kristályosodott ki ennyire tisztán, ugyancsak úgy találták, hogy a tömegkommunikációs eszközök a szervezett, szemtől szembeni kontaktus helyi központjával egybekötve a leghatékonyabbak.

Számos tényező járul hozzá a tömegkommunikációs eszközök és a közvetlen, személyes kapcsolat összekötésének fokozott hatékonyságához. A helyi viták megerősítik a tömegpropaganda hatását. Az ilyen kölcsönös megerősítés döntő hatású. Másodsor, a központi eszközök csökkentik a helyi szervező munkáját, és az ilyen helyettesekkel kapcsolatos személyi igények nem olyan szigorúak az illető mozgalomban. Az ilyen beosztottaknak nem kell maguknak kifejteniük a propagandatartalmat, csak olyan társakra van szükségük, akik meghallgatják a rádióban a kifejtett doktrínát. Harmadszor, a mozgalom képviselőjének megjelenése az országos műsorban vagy említése az országos sajtóban a mozgalom törvényességét és jelentőségét jelképezi. Azt, hogy nem erőtlen, eredménytelen vállalkozás. Mint láttuk, a tömegkommunikációs eszközök státust nyújtanak. És az országos mozgalom

státusa visszahat a helyi sejtek státusára, és így megerősíti tagjainak döntési próbálkozásait. Ebben az összefonódó elrendeződésben a helyi szervező biztosítja az országos szónok közönségét, és az országos szónok érvényesíti a helyi szervező státusát.

Azoknak a helyzeteknek a rövid összefoglalása, melyekben a tömegkommunikációs eszközök maximális propagandahatást érnek el, feloldhatja azt a látszólagos ellentmondást, mely gondolatmenetünk kezdetén lépett fel. A tömegkommunikációs eszközök akkor bizonyulnak a leghatásosabbnak, amikor virtuális „lélektani monopólium” helyzetében működnek, vagy amikor a célkitűzés inkább az átterelés, mint az alapvető attitűdök megváltoztatása, illetve amikor a szemtől szembeni kontaktusokkal egybekötve működnek.

De ez a három feltétel ritkán teljesül egyszerre a társadalmi célkitűzések propagandájában. Amennyiben ritka a figyelem monopolizálása, az ellentétes propagandák egy demokratikus államban szabadon működhetnek. Az alapvető társadalmi kérdések így fokozatosan egyre távolabb kerülnek a fennálló alapvető attitűdök pusztá átterelésétől: inkább alapvető változásokat követelnek meg az attitűdök és magatartások területén. Végül, a legnyilvánvalóbb okból kifolyólag, a tömegkommunikációs eszközök és a szemtől szembeni kontaktus helyi szervezetei közötti együttműködés ritkán valósult meg olyan csoportoknál, melyek megtervezett társadalmi változásért küzdenek. Az ilyen műsorok költségesek. És pontosan ezek a csoportok azok, melyeknek ritkán vannak elég bő forrásaik ahhoz, hogy ezeket a költséges műsorokat megfizessék. A hatalmi struktúra szélén álló, előrettekintő csoportok általában nem rendelkeznek azokkal a hatalmas anyagi eszközökkel, mint a középen elhelyezkedő csoportok.

Ennek a hármas helyzetnek eredményeképpen a tömegkommunikációs eszközök jelenlegi szerepe tulajdonképpen periférikus társadalmi gondokra korlátozódik, és az eszközök nem mutatják fel a társadalmi hatalom azon fokát, melyet nekik tulajdonítanak.

Ezenkívül, és a tömegkommunikációs eszközök üzleti tulajdonának és irányításának jelenlegi szervezetét figyelembe véve, ezek társadalmunk struktúrájának megszilárdítását szolgálják. A szervezett üzlet megközelíti a tömegkommunikációs eszközök majdnem teljes „pszichológiai monopóliumát”. Az üzleti rádióadások és az újsághirdetések természetesen olyan rendszerben működnek, melyet szabad vállalkozásnak nevezünk. Továbbá az üzleti világ elsődlegesen az alapvető magatartások átterelésével, mintsem radikális megváltoztatásával foglalkozik: csak preferenciákat akar kialakítani inkább az egyik, mint a másik márka iránt. A szemtől szembeni kontaktus azokkal, akiket kultúránk szocializált, elsősorban az uralkodó kulturális minták megerősítésére szolgál.

Tehát ugyanazok a feltételek, amelyek a tömegkommunikációs eszközök maximális hatékonyságához szükségesek, egyúttal azt is elérik, hogy a fennálló társadalmi és kulturális struktúra fennmaradjon.

Melvin L. DeFleur

## Társadalom és tömegsajtó

Az előző fejezetben elemzésre felvetett alapkérdések közül az első a leglogikusabb kiindulópont a kommunikációs forradalom szociológiai megközelítéséhez. Kezdjük tehát ezzel a kérdéssel: milyen hatással volt az amerikai társadalom mint szociális és kulturális rendszer a saját tömegmédiájára és kommunikációjára? Társadalmunkban a tömegmédiá sajtós irányítási struktúrájú, intézményesített normák halmazával, amelyek közönségéhez, olvasóihoz, valamint bizonyos jellemző tartalmi formákhoz kapcsolják. Az anyagi támogatás specifikus formáit alakította ki, és egyértelműen meghatározta kapcsolatait más társadalmi intézményekkel, például a kormánnyal. Kisebb vagy nagyobb mértékben, de minden médium nagyjából ugyanazokkal a visszatérő problémákkal szembesült, amelyek a konfliktusokból adódtak saját céljaik, illetve azok céljai, törekvései és reményei között, akiknek műveltsége és kulturális igényei lényegesen magasabbak az átlagpolgárénál. Végül nagyon hasonlóak az egyes médiumok fejlődési mintái is, mennyiségi elterjedésük mint társadalmi újítás éppúgy, mint a kulturális komplexumként való intézményesítésük felmerülő problémák szempontjából.

A hétköznapi családnak minden médium egy új berendezés volt, amelyet el lehetett fogadni, vagy elutasítani, mint a technológia új megnyilvánulását az otthonon belül, de legalábbis egy újítás volt, ami a családtól új viselkedési formák felvételét követelte meg. Egyre közsímeretebbek ezen újításnak az egyén és a család által való befogadására irányító alapelvek. A tömegmédiá mára szerves része lett az innovatív viselkedésre való serkentésnek, de ugyanakkor maga is tekinthető újításnak. Egy, a média befogadási mintáiról és az elterjedésével kapcsolatos társadalmi és kulturális változokról készített tanulmány megvilágíthatná néhány módját annak, ahogy a társadalom szignifikánsan befolyásolja és alakítja saját tömegmédiáját.

Nem kell messzire mennünk a történelemben, hogy tömegmédiá nélküli társadalomról beszélhessünk. Miután az első tizenhárom amerikai kolónia bejelentette Angliától való függetlenségét, még több mint fél évszázadig nem létezett tömegsajtó, amely az átlagemberhez eljuttatta volna a híreket. Volt néhány behatárolt példányszámú újság, de ezek tartalmukban, árukban, olvasóközönségükben, terjesztési módjukban és példányszámukban erősen eltértek a mai, tömegesen olvasott lapoktól (amelyek a 19. század harmadik évtizedében jelentek meg). A mozgókép, valamint a televízió- és rádió-

közvetítés kifejlődésének története igen hosszú; de az átlagcsalád kommunikációs viselkedését befolyásoló berendezésként csak a 20. század vívmányai.

Annak teljes megértéséhez, hogyan alakultak ki egyes médiumaink a maguk idejében, természetesen lényegesen többre van szükség nevek és dátumok egyszerű felsorolásánál. A tömegmédiá társadalmi kontextusban való történeti tanulmányozása, annak érdekében, hogy megalapozzuk az ismétlődő mintákat, amelyek elterjedésük során megjelentek, három fontos kérdés feltételét igényli: 1. Milyen technikai elemek vagy egyéb kulturális jellemzők álltak össze, és milyen elrendeződésben új kulturális komplexumokká, mint amilyen a tömegsajtó, a film-, a rádió- vagy a televízióipar? 2. Milyen társadalmi körülmények között ment végbe ez az összerendeződés, és hogyan alkottak ezek a körülmények megfelelő környezetet az újítás kialakulásához, és széles körű elfogadásához? 3. Milyen mintázat szerint terjedtek el az újítások a társadalomban, és milyen társadalmi körülmények alakították elterjedésük mértékét és jellegét?

Természetesen ezen komplex kérdések mindegyikét nem lehet egy kis könyv két-három fejezetében megválaszolni. Egy ilyen téma különböző társadalomtudományok képviselői, illetve az egyes kommunikációs médiumokra szakosodott tudósok eltérő szempontjaiból történő, kiterjedt vizsgálatot kíván. A mi feladatunk tehát, hogy nagy vonalakban felvázoljuk ennek a technológiai fejlődésnek jelentősebb állomásait, hogy az amerikai társadalom kontextusában megpróbáljuk illusztrálni egy társadalomnak a tömegmédiá formálódására gyakorolt hatásait. Vázlatosan összefoglaljuk azokat a főbb eseményeket és társadalmi erőket, amelyek kapcsolatban állnak a nagyobb kommunikációs médiumok kialakulásával az Egyesült Államokban. Kezdve a sajtóval, a napilapokon, a mozgóképen és a rádión át a televízióig mindent megvitatunk a három fentebb feltett kérdés keretében.

## A tömegsajtó

Azon kulturális jegyek eredete, amelyek később az újságíráshoz vezettek, régre nyúlik vissza a történelemben. A modern újságírás különböző társadalmak különböző korokbeli elemeiből tevődik össze. A rómaiak már Krisztus születése előtt kiállítottak a közterekre hirdetőtáblákat, melyeknek *acta diurna* volt a nevük. Kínában és Koreában már századokkal annak európai megjelenése előtt alkalmazták a nyomóformákkal papírra való nyomtatást. A 16. században, jóval azután, hogy a könyvnyomtatás megjelent Európában, a német Gutenberg találmányaként az 1400-as években, a velencei kormány kibocsátott egy kis értesítőt, amelynek ára egy *gazeta* (korabeli pénz) volt. Ennek nevéből származik a napilapok ma is használatos angol elnevezése, a *gazette*. Az 1600-as évek elején Németországban a mi fogalmainkhoz valamivel közelebb álló újság jelent meg. A sajtótörténészek azt feltételezik,

hogy a modern újság sok eleme, például szerkesztői üzenetek, sporthírek, illusztrációk, politikai rovatok, sőt képregények is meg-megjelentek itt-ott, jóval az igazi tömegsajtó létrejötte előtt.

Angliában az 1400-as évek végén jelent meg a nyomtatás, de csak majdnem másfél évszázaddal később, 1621-ben tűntek fel az újságok első elődei. *Corantos* volt a nevük. Főleg külpolitikával foglalkoztak, és nem rendszeresen adták ki őket, mint a jelenlegi újságokat. A corantos kiadását a kormány kezdetűl fogva szigorúan szabályozta. A 17. században a nyomtatást általában szigorú szabályoknak vetették alá vagy próbálták alávetni. A sajtótörténet érdekes sémáinak egyike, hogy az erős központi irányítású társadalmakban a szabályozatlan sajtó igen lassan fejlődött. Ott, ahol a központi hatalom gyenge volt, a sajtó fejlődését kevésbé irányították, így az sokkal gyorsabban folyt. Általában véve, minél inkább függ egy kormányzat a közvéleménytől, annál inkább támogatja a szabad sajtót. Ahol a közember szignifikáns szerepet játszik saját politikai sorsa meghatározásban, ott fontos a hírek és politikai vélemények terjesztése. Az erős monarchiák vagy egyéb, központosított hatalom alatti társadalmak nem igénylik olyan témák nyilvános megvitatását, amelyekben minden állampolgárnak megalapozott döntésre kell jutnia.

A sajtószabadság alapelveinek lefektetéséért vívott hosszú küzdelem abban az időszakban játszódott le, amikor a régi feudális monarchiák hanyatlottak, és a politikai demokrácia koncepciója emelkedni kezdett. Ebből következik, hogy a tömegkommunikációt támogató legfontosabb társadalmi változások egyike a politikai rendszer megváltozása, az állampolgárok többségének szavazójoggal való felruházása volt. Ez a hosszú és összetett változás alapozta meg az újságírás hagyományait, amely a lapokat kezdetűl fogva nyilvános viták, tiltakozások és politikai kommentárok küzdőterévé tette. Mire a többi médium kialakult, ez a politikai változás lényegében már lezajlott, és, legalábbis az Egyesült Államokban, sem a mozgókép, sem a rádió- vagy televízióközvetítések nem tudták azt a politikai érdeklődést felkelteni, ami a sajtót már régóta jellemezte. Ezek a változók és tényezők más országokban láthatóan eltérő módon kapcsolódnak össze.

Mielőtt még az amerikai és francia forradalmak magjai kicsíráztak volna, a nyugati társadalom egész szerkezete változáson ment keresztül. A sötét középkor átadta helyét a reneszánsznak, és az ősi, merev rétegződésű feudális társadalmat lassan új struktúra váltotta fel, melynek alapeleme az erős középosztály volt. Ezek a változások elválaszthatatlanok voltak a kereskedelem fejlődésétől, amely az ipari forradalomban kulminált. A kereskedelem pedig a különböző kommunikációs médiumok hozzáférhetőségétől függött. A technika elengedhetetlen volt a gyártás, hajózás, nyersanyagtermelés, pénzügyi tranzakciók és a piac kihasználásának koordinálásához.

A gyors, nagy hatótávú média még messze volt. Eközben viszont a középosztály elkezdett *közönséget* alkotni, nem csupán a legújabb kereskedelmi

információk, de politikai megnyilvánulások, esszék és a populáris irodalom számára is. Angliában ezeket a szükségleteket olyan képzett írók elégítették ki, mint Addison, Steele, Samuel Johnson és Daniel Defoe. Az amerikai kolóniákban villámgyorsan fejlődött a kereskedelemben érdekelt középosztály. New England a hajók, kikötők, és mindenfajta kereskedelem hazája volt. A 18. század első felében már kiadtak kisebb újságokat. A legtöbb megbukott, de néhány közülük éveken keresztül fennmaradt. Példányszámuk nem volt nagy, rendszerint jóval ezer alatt maradt. A Függetlenségi nyilatkozat megírásának idejére a tizenhárom kolóniában összesen kb. harmincöt ilyen kis, durván nyomott újság létezett. A legtöbb kiadó úgy kompenzálta a bizonytalan megjelenést, hogy (viszonylag drága) előfizetés ellenében árulta az újságot, és néhány kereskedelmi hirdetést is megjelentetett benne. Ha a kiadó történetesen a postamester volt, vagy ki tudott eszközölni egy nyomtatási szerződést a kormánytól, az anyagi kockázat nem volt ilyen nagy.

A koloniális sajtót, ahogyan ezeket az újságokat egységesen nevezik, olyanok terjesztették, akik nem voltak nagy alakjai az irodalomnak, eltekintve olyan nevezetes kivételektől, mint például Benjamin Franklin. Alapvetően még mindig ugyanazt a nyomtatási technikát alkalmazták, amit háromszáz évvel korábban Gutenberg. Nem rendelkeztek nagy és széles körű olvasottsággal bíró közönséggel. Csak néhány nagyobb városiasodott környék szolgált piacként, és hiányoztak a tömegsajtó finanszírozásához szükséges alapok is. Ugyanakkor már együtt volt egy sor szükséges társadalmi jellemző, például az alapvető nyomdatechnika, az újságok magántulajdonban léte és, mint említettük, a sajtószabadság alapelve.

Ahhoz, hogy a tömegsajtó kifejlődhessen, egy sor elsöprő változásnak kellett végbemennie a nyugati társadalomban. Az egyszerű polgár politikai szerepének változásáról már szóltunk. Említettük a kereskedelem fejlődését is, amely társadalom átrétegződéséhez, a középosztály megerősödéséhez vezetett. Ehhez hozzátehetjük a nyomtatás és a papírgyártás szükségszerű fejlődését is, amely az ipari forradalom mechanikai vívmányainak segítségével felgyorsult. Végül, mikor az első állami iskolarendszer kialakításával (Massachusettsben) az 1830-as években megvalósult a tömeges oktatás, minden készen állt, hogy ezeknek az elemeknek a kombinációjából megszülessen a hétköznapi ember számára készülő újság.

Nyomdászok és kiadók egy csoportja előállt az olcsó újság ötletével, amelyet nem évente előfizetve, hanem példányonként vásárolhatna meg a nagyközönség. Sok próbálkozás történt erre mind Angliában, mind az Egyesült Államokban, de sikertelenül. Végül egy New York-i nyomdász, Benjamin D. Hay találta meg a megfelelő formát. Lapja, a *New York Sun* igen szerényen indult 1833. szeptember 3-án, a „Mindenkinek ragyog” mottóval. A későbbi események bebizonyították, hogy ez valóban így volt. Hay új korszakot indított el az újságírásban, és néhány éven belül forradalmasította a lapkiadást.

A *Sun* elsősorban helyi híreket, emberi történeteket és megdöbbentő eseményekről készült szenzációs riportokat közölt. Például, hogy feldobja a tartalmat, Hay szerződtetett egy riportert, aki humoros tudósításokat írt a városi bíróság aznapi ügyeiről. Ezek a csiklandós hírek közönségre találtak a friss műveltségű munkásosztály körében. Sok kritikát kapott ugyanakkor a város hagyománytisztelőbb polgáraitól. A lapot rikkancsok árulták egy pennyért. Ezek a rikkancsok hamarosan rendszeres vevőkört alakítottak ki, és a lap példányszáma mindössze két hónap alatt 2000-re nőtt. A lap feszte- len stílusa és erőteljes reklámozása ezt a számot a negyedik hónap végére 5000-re, hat hónap után 8000-re tornászta fel. A viták kereszttüzeiben álló lap lenyűgöző sikere nagy felzúdulást keltett a többi lapkiadó körében. Ekkorra a gőzgépet már összepárosították az új rotációs nyomdagéppel. A híres Hoe- féle cilinderes nyomdagép is hozzáférhető volt az Egyesült Államokban, ráadásul bőséges mennyiségű fapépből készült papír is rendelkezésre állt. Az újság naponta nagy tömegben való gyártásának technikai nehézségei nagyjából elhárultak, és a tömegsajtó kialakulása befejezett tényé vált.

A *Sun* elsősorban annak köszönhette hatalmas példányszámát, hogy a közönségnek ahhoz a részéhez fordult, amelyet korábban még nem értek el az újságok. Hay lapjának és követőinek legfontosabb jellemzője a *hír* újra- definiálása volt, úgy, hogy megfeleljen a kevésbé művelt közönség ízlésé- nek, érdeklődésének és olvasástudásának. Egészen addig a „hír” tudósítást jelentett fontos társadalmi vagy politikai eseményekről, vagy más, nagy jelentőségű történekekről. Benjamin Hay viszont másfajta hírekkel – bűn- tényekről szóló beszámolókkal, katasztrófák történeteivel – töltötte meg a lapját, amelyeket az utca embere érdekesnek, szórakoztatónak vagy mulat- ságosnak talált. Stábja még egy bonyolult álhírt is kieszelt a holdi élet „tudo- mányos felfedezéséről”. Amikor az álhírt egy másik lap is leköszölte, az olva- sók jókedvűen fogadták, mert szórakoztató volt olvasni. Az újság olcsó és szenzációhajhász volt; a frissen művelt dolgozó tömegek számára készült, akik kezdtek részt venni a terjeszkedő ipari forradalomban. A biztonság ked- véért az újság komoly híreket is közölt, de politikai és gazdasági cikkei és jelentései sokkal felszínesebbek voltak, mint a korábbi pártlapokéi, amelyek a politikailag tájékozottabb olvasóknak szóltak. 1837-re a *Sunt* napi 30 000 példányban adták ki, ami több volt, mint a lap első megjelenése idején a New York-i újság példányszáma összesen.

Hay utánczói szinte azonnal elkezdtek a rivális újságok kiadását. A „filléres sajtó” pénzügyi siker volt, mivel vonzotta a hirdetőket. Tulajdonképpen a rek- lámdíjak jelentették a valódi bevételt; a példányonkénti egypennys ár a papírköltséget is bajosan fedezte volna. A tömegfogyasztásra szánt termékeket és szolgáltatásokat azonban kiválóan lehetett reklámozni a filléres sajtóban. Ezek a hirdetések a potenciális vásárlók óriási tömegéhez értek el, sokkal többekhez, mint a korábbi behatárolt példányszámú lapokban leköszölte. Az „embernek és állatnak is való”, új gyógyszerek például vezető szerepet játszottak a filléres



sajtó fenntartásában. A korai áruházak szintén előszeretettel fordultak az újságokhoz áruik népszerűsítése érdekében.

A hirdetőik számára a példányszám jó mércéje volt a jövőbeli profit nagyságának. A hirdetési pénzeket az az újság zsebelte be, amelyik képes volt tízezrek elé tárni a reklámüzenetet. Ez az egyszerű alapelv ádáz versengésre készítette a lapokat az új olvasókért. Ez nagy hatással volt a populáris sajtóra a 19. század második felében, sőt a tömegmédiára is, ami csak egy évszázaddal később alakult ki! A társadalmi kapcsolatok intézményes mintáját, amelyek a hirdetőt, a média irányítóit és a közönséget tömegkommunikációs tartalmat termelő funkciórendszerbe fogták össze, a tömegsajtó kialakulásának első éveiben alapozták meg.

Időközben Benjamin Hay legsikeresebb versenytársa James Gordon Bennett lett, aki mindössze 500 dollárból és egy lepusztult pincehelyiségből kiindulva teremtett sajtóbirodalmat. Bennett, ez a ravasz és kemény skót indította el New Yorkban a *Herald*ot. Füttyült a kor konzervatív erkölcsi normáira, és gyilkossági perekről, nemi erőszakról, bűnről és fajtalanságról közölt színes cikkeket. Ugyanakkor hatékonyan tudósított politikáról, pénzügyekről és a társadalmi elit ügyeiről. Ez a változatos tartalom széles körű érdeklődést és anyagi sikert hozott a *Herald*nak. Bennett sok ellenséget szerzett magának erőteljes, sokszor botrányos cikkeivel. 1836-ban például ezt írta:

*„A könyvek ideje lejárt – a színházak ideje lejárt – a vallás ideje lejárt. Az újság mindezen nagy emberi vívmányok és az egész emberi civilizáció élére állhat. Egy újság több lelket képes a mennybe küldeni és a pokoltól megmenteni, mint New York összes temploma és kápolnája – úgy, hogy közben pénzt is hoz.”*

Bár Bennett riasztó jóslata nem vált valóra, az újság megkezdte hódító útját az amerikai társadalomban, és egyre fontosabb szerepet játszott annak napi ügyeiben.

## A gyors elterjedés korszaka

Bár a tömegújság már az 1830-as években megjelent, a hírszerzés, nyomtatás és terjesztés terén még mindig korlátozott lehetőségekkel rendelkezett. Még számos problémát kellett megoldani, amíg eljutott minden amerikai város otthonaiba. A polgárháborút közvetlenül megelőző évtizedek számos fontos mechanikai, tudományos és technikai újítást hoztak, melyek lehetővé tették, hogy a gyerekcipőben járó tömegsajtó óriássá nője ki magát. Vasútvonalak épültek a fontosabb keleti városok között. 1840 után megjelent a gőzhajó is, mint a legfontosabb közlekedési kapcsolatok egyike. A távíró egyre terjedve szolgálta a hírek gyors eljuttatását az események helyszínéről a szerkesztőségekbe. Mindezek a vívmányok jelentősen megnövelték azoknak a körét, akik érdeklődni kezdtek az újság iránt, és azokét is, akikhez eljuthatott.

Az újságok egyre erőteljesebben kezdtek kutatni a hírek után. A riporter szerepe egyre összetettebb és speciálisabb lett, ahogy az újságok külföldi tudósítókat és különböző hírszerzőket is felvettek. Riportereket küldtek a csaták helyszínére; mások pedig Washingtonban állomásoztak, hogy a politikai eseményekről tudósítsanak. Kialakultak a sajtó „felügyelő” funkciójának alapjai.

A friss hírek iránti növekvő igényt újonnan alakult hírszerző ügynökségek igyekeztek betölteni, amelyek felhasználták a távíróvezetékeket. Ezek az ügynökségek az ország számos részébe küldtek híreket olyan lapoknak, melyekkel szerződésben álltak. Az ilyen megegyezéseknek köszönhetően az adott eseményekhez közeli lap stábjába közvetíteni tudta a hírt a többi újságnak, ily módon jelentősen csökkentve a hírszerzés költségeit. Ez a fejlesztés elvitte az újságot a kisebb településekre és az újonnan alapított nyugati városokba is.

A nyomdatechnika hatalmas lépésekkel közeledett az automatizálás felé. A rotációs nyomdagép, a tömör ólom sztereotípiába öntött mintával képes volt az óránkénti tíz-, sőt húszezer ív kinyomtatására.

A polgárháború bizonyos érettséget adott a sajtónak, mert újraélesztette azt a koncepciót, amely szerint az újság feladata hírek beszerzése, szerkesztése és közzététele. Ez elhomályosította a korábbi felfogást, amely szerint az újság elsődleges funkciója szélsőséges politikai vélemények hangoztatása. A polgárháború utáni újságok egyre inkább a hírek összegyűjtésében, szerkesztésében és szállításában határozták meg saját szerepüket. Ez nem jelenti azt, hogy az újságok ettől kezdve nem lettek volna érdekeltek a politikában vagy a szélsőségekben – éppen ellenkezőleg. A szerkesztők és kiadók gyakran használták arra a lapjukat, hogy kiálljanak egy-egy ügyért, vagy „keresztes háborút” indítsanak politikai ellenfeleik ellen. Ugyanakkor azonban a hírek őszinte közzétételében is részt vettek.

Az újságok tovább hajszolták a népszerűséget. 1850-ben minden tíz amerikai családra átlagosan kb. két megvásárolt újság jutott. A példányszámok folyamatosan, de nem látványosan növekedtek, egészen az 1880-as évekig. Az 1890 és 1910 közötti két évtizedben azonban megugrott az egy háztartásra eső újságok aránya. A nagyarányú növekedés körülbelül az első világháborúig folytatódott, majd az 1920-as évekre egyenletesebbé vált. A 19. század utolsó évtizede azonban különös jelentőségű volt a sajtó fejlődése szempontjából, mert ez a kor egy újfajta újságírás kezdetét jelentette. Bár ez a fajta újságírás végül nem honosodott meg, rajta hagyta a nyomát az amerikai sajtón. Nézzük meg részletesebben is ezt a folyamatot, mert nagyon fontos a tömegmédiá későbbi fejlődésének megértéséhez.

## A sárga sajtó

Amíg az újságírás fejlődött, az amerikai társadalom gyökeres változásokon ment keresztül a 19. század második felében. Ezt a korszakot a terjeszkedő határok, a pusztító polgárháború és utóhatásai, a bevándorlási hullámok, a vidékről a városba való vándorlás, és az ipari társadalomba való gyors átmenet jellemezte. Ezek közül bármelyik már önmagában is alapjában megváltoztatta volna a társadalmi szerveződést. Együttes hatásuk még erőteljesebb volt. Új normák léptek a régiéik helyébe, a szigorú erkölcsöket félredobták, a hagyományos életmód új társadalmi rendnek adott helyet. Ha társadalom valaha fenekestül felfordult, az az amerikai társadalom volt a 19. század utolsó öt évtizedében.

Ebben a társadalmi környezetben terjedt és érett meg a tömegsajtó. A kulturális konfliktus és *értékváltság* háttere előtt kellett az új médiumnak kidolgoznia az alapvető kódokat, melyek szabályokba foglalták a kiszolgált közönség iránti kötelezettségeit és behatárolták a tartalmát. Tekintve, hogy a normatív struktúrát egy olyan társadalom biztosította, amely maga is a zűrzavar állapotában leledzett, semmi meglepő nincs abban, hogy a tömegsajtó csak egy igen viharos kamaszkor végére volt képes kialakítani a maga újságírói kánonját.

A sajtó fejlődésének egyik legdrámaibb epizódja volt a „sárga sajtó” korszaka. Az 1880-as évekre az újság eljutott az amerikai háztartások nagy részébe, és nehezzé vált az addighoz hasonló csillagászati méretű példányszám-növekedést elérni. Ugyanakkor a sajtó anyagilag szilárd alapokon nyugodott, egészen addig, amíg az eladott példányok számát sikerült a maximum tartani. Ebben a versenyhelyzetben hatalmas küzdelem bontakozott ki további olvasókért a vezető lapok között. New Yorkban William Randolph Hearst és Joseph Pulitzer csatázott egymással, minden lehetséges eszközt bevetve az eladási statisztikák javítása érdekében. Ez volt ugyanis a kulcs a nagyobb reklámbevételekhez, tehát a nagyobb profithoz. Mindkét fél a legkülönbözőbb attrakciókat, fogásokat, trükköket, stílusokat és kísérleteket vonultatta fel, hogy lapja vonzóbb legyen az olvasók tömege számára. Az újságok ma is egy sor olyan fogást alkalmaznak, amely az 1890-es évek versengése során alakult ki. (Ezek egyike volt a színes képregény. Állítólag maga a „sárga sajtó” elnevezés is az egyik korai képregényfigura, a Sárga Srác [*Yellow Kid*] nevéből származik.)

Ahogy a versengés nyílt harccá fajult, a lapok egyre gyakrabban nyúltak a szenzációkeltés eszközához, lett légyen az bármilyen sekélyes és otromba. Az 1890-es években a sárga sajtó teljes erővel rászabadult az amerikai közönségre:

*„...a sárga sajtó... a hírcsatornákat, amelyektől az átlagember függött, telezsúfolta az újságírói etika és felelősség könyörtelen eltiprásával. Tarka, rikító,*

*szenzációhajhász, nemtörődöm újságírás volt ez, amely minden lehetséges eszközzel az olvasó elcsábítására törekedett. Megkaparintotta az újságírás technikai vívmányait mind az írás, mind az illusztrálás, mind a nyomtatás terén, és felhasználta a maga perverz céljaira. Olcsó melodramát csinált az élet drámájából, és olyan formába csavarta a tényeket, amilyen éppen megfelelőnek tűnt arra, hogy a rikkancsok eladják a lapot. És ami még rosszabb, valódi vezetés helyett a bűn, szex és erőszak nyugtatóját kínálta olvasóinak.”*

A sárga sajtó elég egyént és csoportot sértett ahhoz, hogy a viharos kritikák hatására a tömegsajtó irányítói fokozatosan felismerjék: átlépték a társadalom és a normát képviselő intézmények toleranciájának határát. Az értelmiség általában, az írók pedig különösen mélyen sértve érezték magukat. A kommunikáció új eszközei, melyeknek a tömegkultúra és -morál kínosan növekvő erejét köszönhette, az ő szemükben óriási lépést jelentettek a társadalmi degeneráció felé.

A vallási, oktatási, jogi és politikai vezetők egyre növekvő tiltakozásukat fejezték ki. A sajtó urai a közbizalom elvesztésének veszélyével és ebből következően a szabályozás még rémisztőbb lehetőségével szembesültek. Ez több kiadót arra késztetett, hogy rendet tegyen a saját háza táján. A sajtó fokozatosan egyre kevésbé szenzációhajhásszá és egyre felelősségteljesebbé vált. Egyre tisztábban kialakultak a határait és felelősségét megszabó normák. A szerkesztők és kiadók szakmai egyesületei meghatározták az újságírás kánonjait, hogy a tagokat eligazítsák. Bár a mai tömegsajtó változó mértékben tartja magát ezekhez a normákhoz, a sárga sajtó mértéktelensége, úgy tűnik, a múlté. Az újságírás tapasztalatai alapján intézményes alapelvek születtek, melyek bizonyos értelemben segítettek tisztázni a későbbi média szabályait, felelősségét és irányelveit. Hogy ez hogyan történt, azt a későbbi fejezetek során írjuk le.

## **A tömegsajtó kvantitatív elterjedési mintázata**

Több mint egy évszázad újságeladási statisztikáit mutatjuk be az 1. táblázatban, amely a napilapok összesített példányszámát és a népességnövekedést, pontosabban az amerikai háztartások számának növekedését ábrázolja az 1850 és 1957 közötti időszakban. Az egy háztartásra eső eladott újságok aránya az utolsó oszlopban látható. Ez utóbbi alakulása talán még jobban látható az 1. ábrán, amely a példány/háztartás arány változását mutatja az idők során.

# 1. táblázat A napilapok terjedése az Egyesült Államokban (1850–1957)

Év	A napilapok összpéldányszáma (vasárnap kivételével)	Háztartások száma	Egy háztartásra jutó példányszám
1850	758 000	3 598 240	0,21
1860	1 478 000	5 210 934	0,28
1870	2 602 000	7 579 363	0,34
1880	3 566 000	9 945 916	0,36
1890	8 387 000	12 690 152	0,66
1900	15 102 000	15 992 000	0,94
1904	19 633 000	17 521 000	1,12
1909	24 212 000	19 734 000	1,23
1914	28 777 000	22 110 000	1,30
1919	33 029 000	23 873 000	1,38
1920	27 790 656	24 467 000	1,13
1925	33 739 369	27 540 000	1,22
1930	39 589 172	29 997 000	1,32
1935	38 155 540	31 892 000	1,20
1940	41 131 611	35 153 000	1,17
1945	48 384 188	37 503 000	1,29
1950	53 829 072	43 554 000	1,23
1955	56 147 359	47 788 000	1,17
1957	57 805 445	49 543 000	1,17

*Forrás:* U. S. Bureau of Census. *Historical Statistics of the United States, Colonial Times to 1957*, R 176, 500 (Washington D. C., 1960).

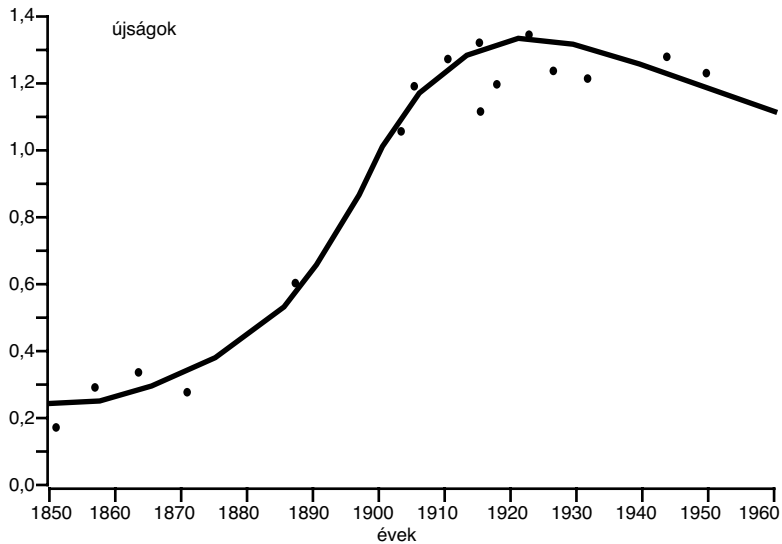
U. S. Bureau of Census. *Historical Statistics of the United States, Colonial Times to 1957*, R 169, 500 (Washington D. C., 1960).

U. S. Bureau of Census. *Historical Statistics of the United States, Colonial Times to 1957*, 255, 16 (Washington D. C., 1960).

U. S. Bureau of Census. *Historical Statistics of the United States, Colonial Times to 1957*, A 242–244 (Washington D. C., 1960).

Az arányok által kialakult eloszlási görbe többé-kevésbé tipikusan jelzi az újításoknak a társadalom által való elfogadását terén. Az amerikai család számra az újság újdonság volt. Vagy elfogadta (évente előfizetett rá vagy naponta vásárolta), vagy sem. Akár városban, akár faluban, akár farmon élt tehát a család, a napilap kulturális újítást képviselt, amely legalább néhány családtagot döntésre kényszerített a használatával és a viselkedés ezzel járó megváltoztatásával kapcsolatban. Az 1. ábrán látható S alakú görbe arra utal, hogy ezt az újítást a társadalomnak viszonylag kis hányada fogadta el a polgárháborút közvetlenül követő időkben. Az 1880 és 1900 közötti két évtizedben azonban az újság végigsöpört az amerikai társadalmon, a század végére majdnem elérve a telítettséget. 1910-re, az első világháború előestéjére tíz háztartásra körülbelül húsz újságpéldány jutott – családonként átlagosan több mint egy. Ez nem azt jelenti, hogy minden család mindennap vett újságot, mivel a példányok egy részét üzletekben, szállodákban stb. adták el. Ezzel együtt a példányszám/háztartás arány vizsgálata a lehető legjobb eszköz az újság befogadásának tanulmányozásához.

1. ábra A napilapok kumulatív eloszlási görbéje; háztartásonkénti vásárlás az Egyesült Államokban (1850–1960)



Az egy háztartásra eső példányok száma 1920 körül, közvetlenül az első világháború után érte el a tetőpontját. Azóta, az írásbeliség terjedése és az oktatás fejlődése ellenére ez a médium láthatóan hanyatlóban van. Abszolút értékben ugyan több újságot adnak el, de az egy háztartásra eső példányok száma észrevehetően csökken. Egy helytálló elmélet a társadalom és a tömegmédia kapcsolatáról talán igazolná ezt a hanyatlást, és a média fejlődésével kapcsolatos egyéb tényezőket is. A kulturális komplexumok, mint például a tömegsajtó kifejlesztésének, befogadásának és intézményesítésének vizsgálata tehát nem teljes az elavulásukhoz vezető változók figyelembe vétele nélkül. Az újítások befogadásának tanulmányozói nem fordítanak annyi figyelmet az elavulásra, mint a társadalmi változás többi fázisára, de a társadalmi változás adekvát elméletében ez az újítás logikus ellentéte lenne. Az újság esetében nem nehéz a példányszám csökkenéséhez vezető tényezők feltárása. 1920 után egyéb tömegműködmények jelentek meg Amerikában, amelyek ugyanazokat a szükségleteket elégítették ki, mint a napilapok. Az 1920-at követő évtizedben lett a rádióból háztartási médium. A színes hetilapok a harmincas években kezdtek nagy tömegben megjelenni. A televízió a negyvenes évek végén és az ötvenes években terjedt el. Bizonyos mértékig mindezen médiumok lefaragtak az eladott napilapok számából. Részben mind az újság lehetséges *funkcionális alternatívájának* számítottak, amennyiben híreket, információt és szórakoztató tartalmat biztosítottak, amelyekhez az amerikaiak szép lassan hozzászoktak. Azt, hogy az igényeket csak egy bizonyos fokig elégítették ki, az a tény mutatja, hogy

az újságok példányszámának csökkenése nem volt drasztikus. A napisajtó kutatása kimutatta, hogy az újság szervesen beleépült a társadalom tagjainak mindennapi életébe, és olyan szerepet játszik, amelyet alternatívái, legalábbis a közeljövőben, nem tudnak átvenni. Ezért, bár az újabb és az esetleges jövőbeli média kihívást jelent az újság számára, az kétségkívül kulturális komplexum, és a tömegkommunikáció egyik alapvető módja marad.

Röviden felvázoltuk azoknak a technológiai elemeknek és egyéb jellegzetességeknek az összességét, amelyek kombinációja a tömegsajtó kialakulásához vezetett. Arról is beszéltünk, milyen kulturális és társadalmi körülmények alakították ki pénzügyi alapját, kapcsolatát a politikához és a tartalom feletti ellenőrzését. Végül megmutattuk, hogyan fogadták be a napisajtót mint újítást, követve azt a mintát, amelyet a szociológusok egyéb jelentős találmányok elterjedésénél is kimutattak.

Harold D. Lasswell

## A kommunikáció szerkezete és funkciója a társadalomban

(Részlet)

### A kommunikáció aktusa

Egy kommunikatív aktus ábrázolásának legkézenfekvőbb módszere az alábbi kérdések megválaszolása:

ki mond  
mit  
milyen csatornán  
kinek  
milyen hatással?

A kommunikáció folyamatának tudományos kutatása inkább e kérdések egyikére vagy másikára hajlamos összpontosítani. Azok a tudósok, akik a „ki-csodát”, a kommunikáló alanyt tanulmányozzák, ama tényezőket vizsgálják, amelyek elindítják és vezérlik a kommunikatív aktust. A kutatási területnek ezt az alegységét *kontrollanalízisnek* nevezzük. Azok a szakértők, akik a „mit mondra” összpontosítanak, *tartalomelemzéssel* foglalkoznak. Akik elsősorban a rádióval, az újságokkal, a filmmel és egyéb kommunikációs csatornákkal vannak elfoglalva, *médiaanalízist* végeznek. Ha elsődleges tárgyunk azoknak az embereknek a csoportja, akiket a média elér, akkor *közönségelemzésről* beszélünk. Ha pedig a közönségre gyakorolt hatás a kérdés, akkor ez *hatáselemzési* feladat.

Hogy ezek a megkülönböztetések hasznosak-e, az teljességgel attól a finomsági beállítástól függ, amely egy adott tudományos vagy vezetői cél számára megfelelőnek tűnik. Például gyakran egyszerűbb, ha a közönségelemzést a hatáselemzéssel együtt alkalmazzuk, mint ha külön kezelnénk őket. Más esetben lehet, hogy a tartalomelemzésre koncentrálunk, és ennek érdekében tovább osztjuk a területet a szándékolt tartalom és a stílus elemzésére, előbbin az üzenetet, utóbbin az üzenet alkotóelemeinek tálalását értve.

### Szerkezet és működés

Bár csábító lenne részletesebben kidolgozni e kategóriákat, jelen értekezésnek más a feladata. Kevésbé érdekel bennünket a kommunikációs művelet felosztása, mint a művelet egészben való szemlélete a teljes társadalmi folyamattal összefüggésben. Bármely folyamatot két értelmezési keretben vizs-



gálhatunk, nevezetesen szerkezet és működés szerint. Kommunikációelemzésünk olyan sajátosságokkal foglalkozik, amelyek felelősek az alábbi, világosan megkülönböztethető működésekért:

1. a környezet felügyelete;
2. a környezetre reagáló társadalom részei közötti kölcsönviszony;
3. a társadalmi örökség átvitele egyik generációról a másikra.

## **Biológiai párhuzamok**

A hamis biológiai párhuzamok kockázatának terhe mellett úgy szemlélhetjük az emberi társadalmakat, ha figyelembe vesszük, hogy a kommunikáció milyen fokig jellemzője az életnek minden szinten. Egy élőlénynek, akár viszonylagos elszigeteltségben, akár társasan, kialakult módszerei vannak a környezetéből érkező ingerek befogadására. Az egyetlen sejtből álló organizmus és a sok tagból álló csoport is bír valamiféle egyensúllyal, és igyekszik megtartani azt, amikor valamilyen környezeti változásra reagál. A válaszfolyamathoz szükség van olyan sajátos módszerekre, amelyek összehangolt cselekvésre bírják rá az egészet alkotó részeket. A többsejtű állatok sejteket szakosítottak a külső kapcsolatra és a belső összehangolásra. A főemlősök között e szakosodást olyan szervek példázzák, mint a fül, az orr vagy maga az idegrendszer. Amikor az ingerbefogadás és a védekezés mintái rendben működnek, akkor az állat különböző részei a környezeti hatásnak megfelelően reagálnak („táplálkozás”, „menekülés”, „támadás”)<sup>1</sup>.

Néhány állati társadalom bizonyos tagjai sajátos szerepet teljesítve monitorozzák a környezetüket. Egyes egyedek „őrszemként” működnek, különválnak a csordától vagy a nyájtól, és nyugtalanságot keltenek, ha a környezetben fenyegető változás következett be. A trombitáló, kukorékoló, visító őrszem jelzése elegendő, hogy mozgásba hozza a csordát. A szakosodott „vezetők” tevékenységei között pedig az is szerepel, hogy a „követőket” arra serkentsék, hogy megfelelően reagáljanak az őrszemek által jelzett körülményekre.

Egy magában álló, magasan differenciálódott organizmuson belül a bejövő és kimenő idegi ingerületek átvitele idegrostok mentén történik, melyek szinaptikus kapcsolatban állnak más idegrostokkal. A folyamat kritikus pontjai a közvetítőállomások, ahol előfordulhat, hogy a beérkezett jel túlságosan gyenge ahhoz, hogy elérje a következő láncszem akcióra serkentéséhez szükséges küszöböt. A magasabb csomópontokban a különálló áramlatok folyamatosan módosítják egymást, és olyan eredményeket idéznek elő, amelyek sok szempontból mások, mint ha minden áramlat saját, külön pályáját járhatná. Bármely közvetítőállomásnál lehet teljes, fél vagy nulla átvitel. Hasonló kategóriák bukannak fel, mint az állati társadalmak képviselői között.

<sup>1</sup>Amilyen mértékig ezeknek a viselkedési mintáknak az átvitele az egyes egyedek által öröklött struktúrákban történik, addig a mértékig egy adott működés a „társadalmi örökség” oktatás útján való átadásával megy végbe.

A ravasz róka besettenkedhet a baromfiudvarba olyan halkán is, hogy túl alacsony ingerrel szolgál az őrszem számára a riadóztatáshoz. A támadónak sikerülhet úgy hatástalanítani az őrszemet, hogy tőle egy erőtlen sikolynál többre nem tellett. Lényegében bármilyen fokozat létrejöhet a teljes és a zero átvitel között.

## A figyelem a világtársadalomban

Vizsgálhatjuk bármely országban a kommunikáció folyamatait, mindig megkülönböztethető három szakértői csoport. Az első egészében tanulmányozza az adott állam politikai környezetét, a második csoport az államnak a környezetre adott válaszát figyeli, a harmadik csoport a válasz megfelelő mintáit közvetíti az időstől a fiatalabbnak. A diplomaták, attasék, külföldi tudósítók alkotják azt a csoportot, amely a környezetet figyeli. Szerkesztők, újságírók, rádiósok foglalkoznak a belső válasszal. A társadalmi örökséget a család és az iskola nevelői közvetítik.

Külföldi eredetű közlések sorozatban mennek keresztül különböző fogadók és küldők kezén, amelyek össze vannak kapcsolva egymással. A láncszem minden közvetítő pontján módosulásnak kitett, a külhoni diplomatától vagy levelezőtől származó üzenet azután szerkesztői asztalokon áthaladva érheti el a nagyközönséget.

Ha úgy tekintjük a világ figyelemfolyamatait mint figyelemkeretek sorozatait, akkor leírhatóvá válik, hogy milyen arányban ragadják meg összehasonlítható tartalmak az egyének és csoportok figyelmét. Megvizsgálhatjuk azt a pontot, ahol már nem történik „átvitel”, és bepillantunk a „teljes átvitel” és a „minimális átvitel” közötti tartományba. A világ igazgatási és politikai centrumainak sok közös vonása van egy egyéni szervezet agykérgi és kéreg alatti állományának interdependenciájával, differenciáltságával és aktivitásával. Az ilyen pontokban fellelhető figyelemkeretek így a legváltozatosabbak, legkifinomultabbak és leginkább interaktívak a világtársadalomban található valamennyi figyelemkeret közül.

A másik végletet az elzárt területek bennszülötteinek figyelemkeretei képviselik. Egyetlen nép kultúrája sem érintetlen az ipari civilizációtól. Földet érhet ejtóernyőnk Új-Guineában vagy akár a Himalája lejtőin, sehol sem találunk érintetlen törzseket. Benőtték már a legeldugottabb helyeket is a kereskedelem, a misszionárius hevíletek, a kalandtúrák, a tudományos terepmunkák és a globális háború gombafonalai. Senki sem állhat kívül a világon.

A primitív népek közötti kommunikáció végső formája a ballada vagy mese. A távoli nagyvilág eseményei, azok az események, amelyek a nagyvárosi közönséget megragadják, tükröződnek, még ha homályosan is e balladamentés, regélők tematikájában. Ez alkotásokból a távoli politikai vezetők gomolyognak elő, hogy földet adományozzanak parasztoknak, vagy visszaállítsák a bőséges vadállományt a környék lankáin.

Ha felfelé haladunk a kommunikáció áramlatában, feltűnő az is, hogy a nomád, távoli törzsek tagjai számára a közvetítőállomás szerepét néha letelepedett falusiak töltik be, akikkel alkalmanként kapcsolatba lépnek. Közvetítő személyek lehetnek a tanító, az orvos, a bíró, az adószedő, a rendőr, a katona, a házaló, az ügynök, a misszionárius, a diák: az illető minden esetben a hírek és kommentárok egyik gyűjtőhelye.

## További párhuzamok

Ha részleteiben vizsgáljuk az emberi társadalom kommunikációs folyamatait, sok egyezés látszik a testi szervezetben és az alacsonyabb rendű állati társadalmakban található munkamegosztással. Például egy adott állam diplomatákat állomásoztat a világ minden részén, akik néhány gyűjtőhelyre küldenek jelentéseket. Ezek a bejövő jelentések nyilvánvalóan a soktól a kevés felé tartanak, hogy ott interakcióba lépjenek egymással. Ezután a sorozat a „kevesebbtől a sokig” minta alapján legyezőszerűen terjed szét, például ha a külügyminiszter tart sajtótájékoztatót, vagy a sajtóban kijön egy cikk, illetve amikor szétosztják az új híradót a filmszínházakba. Az állam környezetéből befutó szálak működésükben megfelelnek az afferens pályáknak, amelyek az állati egyed központi idegrendszeréhez közvetítenek bejövő ingerületeket, illetve azoknak a módszereknek, amelyekkel a nyájban terjed a riadó. A kimenő, efferens pályáknak is vannak ilyen megfelelőik.

A test központi idegrendszere csak részben érintett az afferens-efferens információáramlásban. Léteznek automatikus rendszerek, melyek együtt tudnak működni anélkül, hogy ebbe be kellene vonniuk a magasabb központokat. A belső környezet stabilitását alapvetően az idegrendszer vegetatív vagy autonóm részeinek közvetítésével tartjuk fenn. Hasonlóképpen minden államon belül az üzenetek legtöbbször nem érinti a központi csatornákat: a családokban, lakóközvetekben, boltokban, a csapattársak között és egyéb helyi kontextusokban jelennek meg. Az oktatási folyamatok jelentős része is így zajlik.

Jelentős párhuzamokat fedezhetünk fel a kommunikáció áramköreiben, amelyek egy- vagy kétirányúak lehetnek, függően a kommunikátor és a közönsége közötti viszonyosság fokától. Másképpen szólva: kétirányú a kommunikáció, ha a küldő és fogadó funkciókat két vagy több személy azonos hullámhosszon használja. A beszélgetés szokott ehhez kézenfekvő mintával szolgálni (habár aligha ismeretlenek a monológok). A tömegkommunikáció modern eszközei hatalmas előnyhöz juttatják azokat, akik a nyomdákat, rádióállomásokat és a lekötött és szakosodott tőke más formáit ellenőrzésük alatt tartják. Bár meg kell jegyeznünk, hogy a közönség igenis „visszabeszél”, bár némi késleltetéssel: a tömegmédia számos ellenőrzője a mintavételezés tudományos módszereit használja, hogy előbb láthassa meg az áramkör e záródásának eredményeit.

A világ nagy fővárosai, politikai és kulturális központjai is leginkább a kétirányú kapcsolat áramköreit példázzák. Így New York, Moszkva, London

és Párizs intenzív kétirányú kapcsolatban vannak, még akkor is, ha függöny korlátozza az áramlást, mint New York és Moszkva között. A legjelentéktelenebb helyekből válhatott világközpont csakis azért, hogy fővárossá tették meg őket (Canberra Ausztráliában, Ankara Törökországban, Washington D. C. az Egyesült Államokban). Az olyan kulturális központok, mint a Vatikán, folyamatosan intenzív kétoldalú kommunikációban vannak a világ fontosabb helyeivel. Az olyan szakosodott termelési központok, mint Hollywood, a kibocsátott anyag túlsúlya mellett hatalmas mennyiségben fogadnak is üzeneteket.

További megkülönböztetést tehetünk az üzeneteket ellenőrző és az üzenetek kezelésére létrehozott központok, társadalmi formációk között. Az üzenetközpont a hadügyminisztérium monumentális ötszögű épületében, Washingtonban úgy továbbítja az üzeneteket a címzetteknek, hogy abban nem idéz elő változást, hacsak nem véletlenül. Ez ugyanaz, mint a nyomdák és a könyvvelosztók szerepe; a diszpécserké, vonalvizsgálóké és kézbesítőké a távíróforgalomban; a rádiómérnököké és az egyéb technikai személyzeté a műsorszórásban. Ezeknek az üzenetkezelőknek a szerepe éppen ellentétes azokéval, akik a mondanivaló tartalmával foglalkoznak: a szerkesztők, cenzorok, propagandisták szerepével. A jelek szakértőinek összességéről beszélve tehát feloszthatjuk őket manipulátorokra (ellenőrzőkre) és kezelőkre: az első csoport jellemzően módosítja a tartalmat, míg a második nem.

## Szükségletek és értékek

Az említett számos működésbeli és szerkezeti párhuzam az emberi társadalmak és más élőlények kommunikációja között nem jelenti azt, hogy az alacsonyabb rendű állatok vagy a testi szervezet kutatásának módszerét tartanánk legalkalmasabbnak az amerikai vagy a világkommunikáció folyamatának kutatására. Az összehasonlító pszichológiában, amikor stimulusként írjuk le egy patkány, macska vagy majom környezetének egy részét (tehát olyanak, amely magára vonta az állat figyelmét), akkor nem tudjuk megkérdezni a patkányt, hanem más módszert használunk a percepciónk bizonyítására. Ha vizsgálatunk tárgya emberi lény, nyilatkozatra kérhetjük a nagy, „beszélő állatot”, bár ez nem jelenti azt, hogy mindent készpénznek veszünk. Gyakran az ellenkezőjét jelezzük előre, mint amiről a személy beszél, hogy tenni szándékozik. Ebben az esetben a szóbeli és nem szóbeli jelzések további tanulmányozására vagyunk utalva.

Említettük már, hogy az élő formák tanulmányozása során érdemes úgy szemlélnünk ezeket, mint szükségleteik kielégítése során környezetüket módosító entitásokat, amelyek ezen a módon őrzik belső egyensúlyukat. A táplálkozás, szex és más tevékenységek, melyek a környezetet érintik, összehasonlító vizsgálhatók. Mivel az emberek beszédjelenséget mutat-

nak, sokkal több összefüggést tárhatunk fel körükben, mint a nem emberi fajtáknál.<sup>2</sup> Érvényesnek tekintve a beszéddel (és más kommunikatív akkusokkal) szolgáltatott adatokat, az emberi társadalmat az értékek mentén vizsgálhatjuk, azaz a kapcsolatok olyan kategóriáira vonatkoztatva, amelyek a kielégülés elismert tárgyai. Amerikában például nem szükséges semmiféle kifinomult technika annak tanulmányozásához, hogy a hatalom és az elismertség értékek. Ennek demonstrálásához elegendő meghallgatni az önvalomásokat, és figyelemmel kísérni azt, ki mit csinált, amikor megnyílt előtte a lehetőség.

A vizsgálni kívánt csoportok számára felkínálhatjuk az értékek általunk összeállított listáját. Túl ezen, felderíthetjük azt a hierarchiát is, amelyben megjelenik ezek népszerűsége. Rangsorolhatjuk csoportunk minden tagját aszerint, hogyan viszonyul a megadott értékekhez. Ha az ipari civilizációról van szó, kétségünk sincs afelől, hogy értékek között szerepel a hatalom, elismertség, gazdagság, jólét és felvilágosultság. Ha megállunk ezzel a felsorolással, amely közel sem teljes, akkor a rendelkezésünkre álló tudás alapján – legyék az bármilyen töredékes is, de le tudjuk írni a világ nagy részének struktúráját. Mivel az értékek nem egyenlően vannak elosztva, a társadalom szerkezete a hatalomból, a gazdagságból és más értékekből való viszonylagos részesedés több-kevesebb koncentrálódását mutatja ki néhányak kezében. Bizonyos helyeken ez a koncentráció nemzedékről nemzedékre öröklődött, jellemzően inkább kasztokat, mint társadalmi mobilitást formálva.

Ezeknek az értékeknek formálása és elosztása minden társadalomban többé-kevésbé megkülönböztethető mintákat mutat, vagyis intézményesült. Ezen intézmények között jönnek létre a rendszernek mint egésznek a támogatására segítségül hívott kommunikációk, és ezek a kommunikációk képezik az ideológiát. A hatalomhoz való viszonyuk alapján különbséget tehetünk a politikai doktrína, a politikai formula és a miranda között.<sup>3</sup> Az Egyesült Államokban e triádot szemléltethetjük az individualizmus doktrínájával, az alkotmány paragrafusával, amelyek a formulát képezik, és a közélet szertartásaival és legendáival, amelyek a mirandát tartalmazzák. Az

<sup>2</sup> Megfelelő körülményekkel kezelve a beszédaktusok leírhatók ugyanolyan értékű megbízhatósággal és érvényességgel, mint azok az egyéb forrásokból beérkezett adatok, melyeket régebben használunk a tudományos vizsgálatokban.

<sup>3</sup> Ezek a megkülönböztetések Charles E. Merriam, Gaetano Mosca, Karl Mannheim és társaik írásaiból származnak és lettek felhasználva. Bővebb kifejtésük megtalálható a Harold D. Laswell és Abraham Kaplan által szerkesztett *Hatalom és társadalom* című kötetben (Power and Society. New Haven, 1950, Yale University Press).

\* A magyar fordításban meghagytuk az eredeti szakszót, annak ellenére, hogy az ilyen módon összetéveszthető a "Miranda rule", vagy egyszerűen "miranda" néven ismert amerikai (USA) jogintézménnyel, mely a letartóztatott jogainak ismertetését teszi kötelezővé, és egy 1966-os precedensen alapul. A latin "csodál, csodálkozik" jelentésből kiindulva leginkább a „látvány” jelentéstartományban kereskedhetnénk, ha a muzeális értékű szakszót magyar kifejezéssel szeretnénk helyettesíteni. (A ford.)

ideológiát a felnövekvő generációnak az olyan, nevelésre szakosított ágenssek közvetítették, mint az iskola és a család.

Az ideológia csak egyik része az adott társadalom mítoszainak. Létezhetnek olyan ellenideológiák is, melyek ellentétesek az uralkodó doktrínával, formulával, mirandával. Manapság a világpolitika hatalmi struktúráját mélyen befolyásolja a két szuperhatalom, az Egyesült Államok és Oroszország ideológiai konfliktusa, illetve szerepe. Mindkét kormányzó elit potenciális ellenségnek látja a másikat, nemcsak abban az értelemben, hogy az államok közötti különbözőségek háborúhoz is vezethetnek, hanem ami égetőbbnek látszik, hogy a másik ideológiája hatással lehet a honi elégedetlenekekre is, ezáltal meggyöngítheti mindkét elitnek a saját háza táján elfoglalt hatalmi pozícióit.

## Társadalmi konfliktus és kommunikáció

Ilyen körülmények között az egyik hatalmi tényező éberren figyeli a másikat, és a kommunikációra mint a hatalom megtartásának eszközére támaszkodik. Ezért a kommunikáció egyik szerepe értesüléssel szolgálni arról, amit a másik tenni akar, és arról, hogy milyen erős.

Attól félvén, hogy a hírszerzési csatornákat a másik vonja kontrollja alá, hajlamosak titkos ellenőrzéshez folyamodni. A nemzetközi kémkedés ilyen módon békeidőben a szokásos szint fölé emelkedik. Mi több, erőfeszítést tesznek saját maguk „bombariadós elsötétítésére”, hogy védekezzenek a fürkésző potenciális ellenséggel szemben. Ezen túlmenően kommunikációt vetnek be azzal a határozott szándékkal, hogy kapcsolatot létesítsenek a másik hatalom határain belül lévő közönséggel is. E különféle tevékenységek jelennek meg a másik megfigyelésére használt titkos és nyílt ügynökök, a kémelhárító munka, a cenzúra és az utazási korlátozás, a műsorszórás és az államhatárokon átnyúló egyéb információs tevékenységek formáiban.

A kormányzó elitek ugyancsak érzékenyek a belső környezet potenciális fenyegetéseire. A nyílt információs források mellett titkos eszközöket is alkalmaznak. Óvintézkedés gyanánt „biztonsági” ügynek tekintenek annyi közügyet, amennyit csak lehet. E tevékenység az elit ideológiáját támogatja, az ellenideológiákat pedig elnyomja.

Az imént vázolt folyamatok párhuzamba állíthatók egy, az állatvilágban észlelt jelenséggel, a szakosodott ügynökök alkalmazásával a külső környezetben jelentkező veszélyek és lehetőségek szemmel tartására. A párhuzamok sora tovább folytatható a belső környezet ellenőrzésével, mivel az alacsonyabb rendű állatok némely csordavezetője is annak jeleit mutatja, hogy két fronton is támadhatónak érzi magát, és nyugtalanul figyel kétfelé. Bizonyos fajok közismert eszközökkel rendelkeznek az ellenség befolyásának kivédésére. Ilyen a polipból kilövellt ködfüggöny vagy a kaméleon

álcázó színei. Ezek mégsem mutatnak összefüggést a „nyílt” és „titkos” csoportok közötti megkülönböztetéssel az emberi társadalomban.

Egy testi organizmuson belül a társadalmi forradalomnak megfelelő leg-szorosabb párhuzam az új, a központi szabályozással versengő és annak helyét elfoglalni képes idegkapcsolatok létrejötte a testrészekben. Mondhatjuk-e azt, hogy ez történik, amikor embrió fejlődik az anya testében? Vagy ha például egy destruktív folyamatot veszünk, beszélhetünk-e helyesen belső felügyeletről a rákos daganat esetében, csak mert a kifejlődött rák versenyben áll a testtel a tápanyagellátásért?

## Eredményes kommunikáció

Elemzésünk immár felismerhetővé tett a kommunikáció eredményességére vagy eredménytelenségére vonatkozó bizonyos ismérveket. Az emberi társadalmakban a folyamat annyiban eredményes, amennyiben az ésszerű döntéseket segít elő. A racionális döntés érték-célokot érvényesít. Az állati társadalmakban a kommunikáció akkor eredményes, ha segíti a túlélést vagy az illető együttes egyéb meghatározott szükségletét. Érvényes e feltétel az egyéni szervezet esetében is.

Egy racionálisan szervezett társadalom esetében fontos feladat felderíteni és ellenőrizni minden tényezőt, ami zavarja a hatékony kommunikációt. Néhány korlátozó tényező pszichotechnikai természetű. Például jelen lehet a környezetben a káros sugárzás, mégis észrevétlen marad, mert a korlátozott képességű szervezet nem észleli eszközök nélkül.

De még a technikai elégtelenséget is pótolni lehet tudással. Legújabban a rövidhullámú rádióállomások adásait interferenciák zavarják, amelyeket vagy meg tudunk szüntetni, vagy feladjuk az ilyen rádiózást. Az elmúlt néhány évben előrelépés történt a sérült látás és hallás kielégítő helyettesítése terén. Kevésbé drámai, de nem kevésbé fontos fejlemény az, amely a nem megfelelő olvasási szokások korrekációjában következett be.

Léteznek szándékosan állított akadályok is a kommunikáció útjában, mint a cenzúra vagy az utazások drasztikus korlátozása. Ezek az akadályok bizonyos mértékig legyőzhetők ügyes manőverezéssel, de hosszú távon kétségtelenül hatékonyabb lesz konszenzussal vagy kényszerrel megszabadulni tőlük.

A merő tudatlanság olyan átható tényező, amelynek következményeit soha nem becsülték fel megfelelően. Tudatlanságon itt annak a tudásnak a hiányát értjük a kommunikációs folyamat egy pontján, amely a társadalomban valahol máshol rendelkezésre áll. Megfelelő képzettség hiányában a hírszerzési adatok összegyűjtésével és terjesztésével foglalkozó személyzet folyamatosan félreért vagy figyelmen kívül hagy tényeket, ha a tényeken azt értjük, amit az objektív és jól képzett megfigyelő talál.

Az eredménytelenségről számot adván nem feledkezhetünk meg a tárgyhoz tartozó kommunikációban való jártasság alacsony értékeléséről. Túlságo-

san gyakran lehet tekintélyt szerezni tárgyhoz nem tartozó vagy túlságosan torzító teljesítménnyel. Vezető hír kívánván lenni, a riporter szenzációs fordulatról beszél egy langyos nemzetközi konferencia kapcsán, és hozzájárul ahhoz a népszerű vélekedéshez, amely a nemzetközi politikát krónikus, intenzív konfliktusnak állítja be, és ritkán másnak. A kommunikációs szakemberek gyakran nem tartanak lépést a feldolgozásról szóló tudás fejlődésével (lásd a vonakodást, amely sok vizuális berendezést fogadott). A szótárak javulása ellenére sok tömegkommunikátor rosszul választott szavakat használ. Ez történik például, amikor a külföldi tudósító megengedi magának, hogy feloldódván a közegben, megfélemledik arról, hogy az otthoni közönség tapasztalatában nincs pontos megfelelője az adott ország „bal”, „közép” és hasonló politikai kifejezéseinek.

A készségtényezők mellett az eredményességet néha fordított arányban befolyásolhatja a személyiség szerkezet. Egy optimista, társaságkedvelő ember lehet, hogy csupa világfíval tartja a kapcsolatot, és az eseményeknek ellenőrzés nélküli és ezáltal túláradóan derűs szemléletéhez jut. A másik oldalon a pesszimista, töprengő személyiségekből válogatnak, egészen másfajta arcok jönnek össze, olyanok, akik igazolják a borongós alapállást. Fontos különbséget eredményezhetnek olyan tulajdonságok eltérései is, mint az intelligencia és az energia.

A társadalmat mint egészet tekintve az eredményes kommunikáció legsúlyosabb veszélyeztető tényezői között találjuk azokat, melyek a hatalom, a gazdagság és a tekintély értékeivel függnek össze. A hatalom eltorzulásának talán a legmeggrázóbb példája, amikor a kommunikáció tartalmát szándékosan egy ideológiához vagy ellenideológiához igazítják. A gazdagsággal összefüggő torzulások például nemcsak a piac befolyásolásának szándékából fakadnak, hanem a gazdasági érdek merev felfogásából is. A megbecsültséggel (társadalmi osztály esetében) kapcsolatos elégtelenségek akkor fordulnak elő, amikor egy, a felsőbb osztályhoz tartozó személy csak a saját rétegéhez tartozókkal érintkezik, és megfélemledik arról, hogy más osztályokból származók előtt korrigálja szemléletét.

## **A kommunikáció kutatása**

Az eredményes kommunikációt akadályozó néhány tényezőnek a bemutatása egyúttal olyanfajta kutatásokra mutat rá, melyekkel hasznos lehet megvizsgálni a kommunikációs láncolat kitüntetett pontjait. Mindegyik ágens egymással keveredő környezeti és hajlamosító tényezők forrása.

Bárki is tölti be a közvetítő funkciót, vizsgálható a bemenet (input) és kimenet (output) vonatkozásában. Mely állítások nyerték el a közvetítő láncolat figyelmét? Mit ad tovább szó szerint? Mit ejt ki? Mit dolgoz át? Mit tesz hozzá? A bemenet és kimenet eltérései hogyan függenek össze a kultúrával és a személyiséggel? Az ilyenféle kérdések megválaszolásával lehet mérni az átvitel, nulla átvitel és módosított átvitel különböző tényezőit.



A közvetítői lánc mellett nem hagyhatjuk figyelmen kívül a kommunikációs folyamat első láncszemét. Ha azt tanulmányozzuk, hogy mire összpontosítja figyelmét az elsődleges megfigyelő, a hatásoknak két csoportját emelhetjük ki: azokat a kijelentéseket, amelyeknek ki van téve, illetve a környezetének egyéb tényezőit. Egy attasé vagy egy külföldi tudósító kiteszi magát a tömegmédiá és a magánbeszélgetések hatásainak is, de ugyanígy megszámolhatja a katonákat, fel tudja mérni az ágyúállásokat, feljegyezheti a gyárakban a munkaidőt, látja a bőséget a terített asztalon.

Valóban érdemes tehát számításba vennünk mind a közvetítő, mind az elsődleges láncszem figyelemkeretét a médiahatások és a médián kívüli hatások szerint. A legtöbb közvetítő esetében a médián kívüli tényezők nagyon gyengék, míg ugyanezt biztosan jelentősnek találjuk az elsődleges megfigyelőknél.

## Nyilvánosságok és figyelemhalmazok

Le kell szögeznünk, hogy nem mindenki tagja a világnyilvánosságnak, még ha bizonyos mértékig a világ figyelemhalmazához tartozik is. Egy figyelemhalmazhoz való tartozás kizárólagos követelménye a közös referenciajelek birtoklása. Mindenki, akinek New Yorkra, Észak-Amerikára, a nyugati féltekére vagy a földgolyóra érvényes referenciajele van, tagja a megfelelő, New York-i, észak-amerikai, nyugati, illetve világ-figyelemhalmaznak. Ahhoz, hogy valaki a New York-i nyilvánossághoz tartozzon, elengedhetetlen, hogy igényt formáljon New York-i vagy kifejezetten New Yorkot érintő nyilvános akcióra.

Az Egyesült Államok nyilvánossága például nem korlátozódik az állampolgárookra és a tartózkodási engedélyesekre, mivel a határokon belül élő nem állampolgárok is megpróbálhatják befolyásolni az amerikai politikát. És megfordítva, nem mindenki tagja az amerikai nyilvánosságnak, aki az Egyesült Államokban él, mivel ehhez a passzív figyelemnél több is szükségeltetik. Egy egyén a figyelemhalmazból akkor kerül át a nyilvánosságba, amikor elkezdi remélni, hogy az akarata képes befolyásolni a nyilvános politikát.

## Érzelmi csoportok és nyilvánosságok

Még egy feltételt figyelembe kell vennünk, mielőtt az adott személyt vagy csoportot egy nyilvánossághoz sorolnánk. A nyilvános politikához tartozó igényeknek megvitathatóknak kell lenniük. A világnyilvánosság meglehetősen gyenge és fejletlen, részben azért, mert jellemzően alárendelik olyan érzelmi területeknek, amelyekben nincs megengedve a politikai tárgyú vita. Háborúban vagy válságokban az érintett régiók lakosai túlnyomórészt annak köteleződnek el, hogy másokra erőltessenek bizonyos politikát. Mivel a konfliktus kimenetele az erőn és nem az érvelésen múlik, ilyen

körülmények között nyilvánosság nincsen. Tömegekként működő érzelmi csoportok hálózata van, amely nem tűr meg más véleményt.<sup>4</sup>

Az előbbieken alapján világos, hogy a világpolitikában a figyelem, a nyilvánosság és az érzelem területei sok fokozatban lehetnek jelen aszerint, hogy mit foglalnak magukban. Ezek a területek összefüggésben vannak világtársadalmi és különösen világhatalmi szerkezeti és működésbeli jellemzőkkel. Kézenfekvő például, hogy a legerősebb hatalmak hajlamosak egyazon figyelmi területen megjelenni, mert kormányzó elitjeik egymásra mint jelentős fenyegetés forrására összpontosítanak. A legerősebb hatalmak részarányosan kevesebb figyelmet szentelnek a gyengébbeknek, mint a gyengébbek rájuk, mert az erősebb hatalmak jellemzően nagyobb fontosságú forrásai a fenyegetésnek vagy a védelemnek a gyengék számára, mint a gyengék az erősek számára.<sup>5</sup>

Adott államon belül a figyelem struktúrája értékes mutatója lehet az állam integritási fokának. Ha az uralkodó osztályok félnék a tömegektől, a kormányozók nem osztják meg valóságképüket közkatonákkal. Amikor nem engedélyezik, hogy a királyok, elnökök és kabinetek valóságképét nyíltan kezeljék az egész államban, ez eltérés mértéke mutatja azt, hogy az uralkodó csoportok milyen fokon gondolják hatalmukat e torzítástól függeni.

Másképpen kifejezve, ha az „igazságot” nem osztják meg, a kormányzó tényezőket inkább a belső konfliktus lehetősége feszélyezi, mint az, hogy az állam harmonikusan alkalmazkodjék külső környezetéhez. Ezért a kommunikációs csatornákat annak reményében kontrollálják, hogy a közösség egészének figyelmét sikerül úgy megszervezni, hogy csak az uralkodó osztályok hatalmi pozíciója számára kedvezőnek ítélt reagálások legyenek benne várhatóak.

## Az egyenértékű tájékoztatás elve

A demokráciaelméletekben gyakran szerepel, hogy a közvélemény racionalitása a tájékozottságtól függ. E tájékozott felvilágosultság lényegét illetően mégis nagyon sok a kétség, és a kifejezést sokszor a tökéletes tudás szinonimájaként használják. Ennél szolidabb és közvetlenebb nem a tökéletes, hanem az egyenértékű tájékozottság koncepciója. Egy adott szakpolitika főállású szakértőjének figyelmi struktúrája kidolgozottabb és finomabb, mint a laikusé.

<sup>4</sup> A tömeg és nyilvánosság közötti különbségtételt azoknak az olasz, francia és német kritikai írásoknak köszönhetjük, melyek Le Bon tömegkoncepciójának túláltalánosított használata körül születtek meg. Az irodalom összefoglalását az a tanítvány végezte el, aki később az egyik legproduktívabb társadalomtudósa lett e kérdésnek, lásd Robert E. Park: *Masse und Publikum. Eine methodologische und soziologische Untersuchung*. Bern, 1904, Lack und Grunau (heidelbergi disszertáció).

<sup>5</sup> Ennek a bekezdésnek az elgondolásai hipotézisek, amelyek alkalmasak arra, hogy a hatalom azon általános elmélete alá integráljuk őket, amelyet a 3. lábjegyzetben említettünk. Lásd még Harold D. Laswell – Joseph M. Goldsen: *Public Attention, Opinion and Action*. Journal of Opinion and Attitude Research, Mexico City, 1947, I. köt. 3–11. oldala.

Biztosak lehetünk benne, hogy ez a különbség mindig létezni fog. Mindazonáltal nagyon is lehetséges, hogy a szakember és a laikus egyetértsenek a valóság vázlatos körvonaláiban. A demokratikus társadalomban a járható út a szakember, a vezető és a laikus közötti egyenértékű tájékozottság lehet.

A szakember, a vezető és a laikus egyformán képesek felbecsülni a világ nagy népesedési trendjeit. Oszthatják ugyanazt az általános nézetet a háború valószínűségét illetően. Egyáltalán nem nehéz elképzelni, hogy a tömegmédiákommunikációját ellenőrzők vezető szerepet vállaljanak abban, hogy az egész társadalomban mindenütt magas fokú egyenértékűség jöjjön létre a laikusnak a jelentős viszonylatokról alkotott képe és a szakember, illetve a vezető által képviselt kép között.

## Összegzés

A kommunikációs folyamat három funkciót tölt be a társadalomban:

- a) a környezet felügyelete, feltárva azokat a fenyegetéseket és lehetőségeket, amelyek a közösségnek és belső összetevő részeinek értékpozícióit érintik;
- b) a társadalom összetevőinek kölcsönviszonya a környezetre adott válasz során;
- c) a társadalmi örökség átvitele.

Nagy vonalakban megfelelésekre bukkanhatunk az emberi és állati társulások, illetve az egyedi szervezet között.

A társadalomban a kommunikáció sajátos jellemzőket mutat, amikor a hatalmi tényezők félnek a belső és a külső környezettől. Ha bármely kontextusban mérni szeretnénk a kommunikáció eredményességét, számításba kell vennünk a bevonódott értékeket és annak a csoportnak az önazonosságát, amelynek pozícióját vizsgáljuk. Demokratikus társadalmakban a döntések ésszerűsége a tájékozottságon múlik, ami viszont a kommunikációtól függ – és különösen függ a figyelem egyenértékűségétől a vezetők, a szakértők és a köznép között.

# Everett M. Rogers – D. Lawrence Kincaid

## A kommunikáció konvergenciamodellje és hálózatelemzés

(Részlet)

*Az oktatási hálózatok és társadalmak növekedésének nem az egyszerűsítés, sem a részek vagy tagok támogatása a legeredményesebb módja, hanem a komplexitás és a tagok szabadságaa kölcsönös kommunikáció fenntartása és növelése terén.*

Karl W. Dentsch

A koreai Oryu Li falu fejlődése a társadalmi változás sok alapelvét illusztrálta. Kimutatta, mennyire fontos a kommunikáció, különösen az interperszonális kommunikáció szerepe a változási folyamatban. Ugyanakkor a létező kommunikációs modellek meglepően kevésé illettek Oryu Li esetére. A történetek nagy részét egyszerűen nem képesek kielégítően megmagyarázni. A legtöbb ilyen modell egyirányú, lineáris kommunikációt ír le, és a forrás-csatorna-üzenet-befogadó rendszerében gondolkodik. A kommunikációt teljes kontextusában nézve minden egyes kommunikációs aktus csak a korábban mondottak vagy az utána következő kommunikáció fényében válik érthetővé. Más szavakkal, a való világban, természetes körülmények között a kommunikáció csak akkor érthető, ha nem bontjuk fel forrás-csatorna-üzenet-befogadó sorokra, hanem teljes ciklusként vizsgáljuk, melynek során két vagy több résztvevő kölcsönösen információkat oszt meg egymással egy elérendő közös cél, például kölcsönös megértés és/vagy közös cselekvés érdekében.

Ebben a fejezetben a lineáris kommunikációmodellek őszinte kritikáját adjuk, melyek a múltban szinte teljesen uralták a kommunikációkutatást. Helyettük felvetjük a kommunikáció konvergenciamodelljét, mellyel eltérünk az eddigi lineáris megközelítéstől. Kifejtjük, hogy ha a kommunikációkutatásba beillesztjük a konvergenciamodell, akkor az elmélet és kutatás megfelelő paradigmája a hálózatelemzés. Úgy érezzük, ideje, hogy a konvergenciamodell és a hálózatelemzés átvegye az eddigi domináns irányzat helyét, amely az egyes befogadók közötti lineáris kommunikációs hatások modelljeire alapult.

Úgy gondoljuk, az emberi kommunikáció vizsgálata során a hangsúlynak az egyének helyett az információcsere-kapcsolatokra kellene esnie, mint az elemzés alapegységeire. A legfontosabb kérdés ezzel kapcsolatban az, hogyan is kellene ezt csinálni. Az információcsere-kapcsolatra mint alapegységre való átváltásnak jelenleg legjobb módszere a konvergenciamodellből és a hálózatelemzésből álló intellektuális paradigma<sup>1</sup>. A jövőben majd szülehetnek még életképes alternatívák.

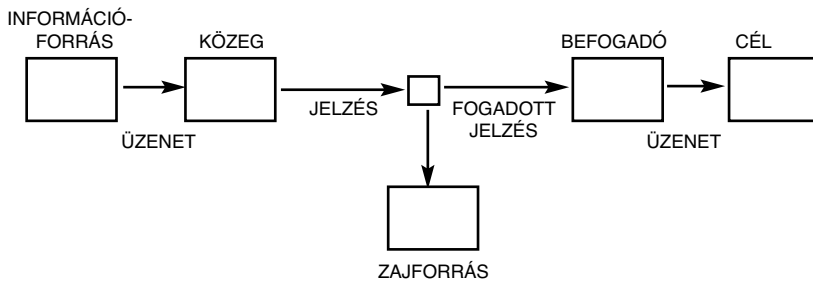
<sup>1</sup> A paradigma egy jelenség tudományos megközelítése, mely a tudósok csoportja számára a problémák és megoldások modelljét biztosítja. Egy-egy forradalmi paradigma köré cso-

# A kommunikáció lineáris modelljei

Milyen modell tudná reprezentálni azt kommunikációs folyamatot, amit korábban Oryu Li kapcsán leírtunk? Most már nem csak Oryu Li esete érdekel minket, hanem a társadalmi rendszerekben végbemenő viselkedésbeli változás kommunikációs modellje. A *modell* a való világ eseményeinek reprezentációja, olyan elvont formában, ami más esetekre is alkalmazható.

A legkorábbi kommunikációs modellt talán Arisztotelész dolgozta ki, aki a beszélőt, a beszédet és a hallgatóságot jelölte meg a kommunikáció elemeiként. A kommunikációt, mai tanulmányozói és művelői szerint, a negyvenes évek végén nagyban befolyásolták Harold Lasswell, valamint Claude E. Shannon és Warren Weaver modelljei. Lasswell (1948) modellje azon alapult, hogy „*ki mond mit, milyen csatornán át, kinek és milyen hatással?*” A csatorna mint elem hozzáadása a média, például a nyomtatás, a távíró és a rádió fejlődésének a következménye volt. A hatás felvétele a modellbe fontos szakítás volt a korábbi modellekkel, amelyek leginkább leíró célokat szolgáltak. A hatás tanulmányozása új területet alapozott meg: az emberi viselkedés változásainak kommunikációs megközelítését.

1. ábra Shannon és Weaver lineáris kommunikációmodellje



Ez a lineáris modell segítette az indulásban a kommunikációkutatást, amely komponenses megközelítéssel vizsgálta a kommunikáció hatásait. Ez a lineáris modell és későbbi változatai képviselték a kommunikációkutatás domináns paradigmáját, egészen mostanáig, amikor is kezdünk rájönni, hogy a lineáris modellek talán megfelelően reprezentálják a kommunikációs *aktust*, de nem tudják leírni a kommunikáció mint *folyamat* komplexitását.

*Forrás: Shannon–Weaver: A kommunikáció matematikai elmélete, 1949, 34.*

portosuló tudósok összessége az ún. „láthatatlan kollégium”, amely közelebről vizsgálja a paradigmát, és fejleszteni próbálja azt a képességét, hogy egy viselkedéstípust megmagyarázzon (Kuhn 1970). Jelenleg a hálózatelemzők is egy ilyen láthatatlan kollégiumot alkotnak. Ennek egyik funkciója, hogy némi rendet teremtsen, ellensúlyozandó a bizonytalanságot, amellyel a tudós szembesül, amikor saját tudományos területén kihívja az ismeretlent. A paradigma egy láthatatlan kollégium tagjai számára kiindulópontot biztosít az empirikus kutatásokhoz.

A kommunikáció akkor „startolt” az akadémiai pályán, amikor Shannon és Weaver előálltak modelljükkel *A kommunikáció matematikai elmélete* című könyvükben (1949). Meghatározásuk szerint kommunikáció „minden folyamat, melynek során egyik elme hathat a másikra”, de maga a modell (2.1. ábra) az elektronikus tervezés céljára készült.<sup>2</sup> Lényegében egy lineáris, egyirányú kommunikációs modell. Technikai fejlődéshez vezetett az üzenet-továbbítás terén, és számos különböző tudományág művelőit fogta össze a kommunikáció tudományában. A hatásra folytatott kísérletek, hogy egységes modellt alkossanak az emberi kommunikációra, sikertelenek voltak, mivel a modell nem veszi számításba a kommunikáció szemantikai és pragmatikai szintjét.<sup>3</sup>

Az elektronikus kommunikáció rendszerint valóban lineáris. Amikor azonban az emberi kommunikáció kutatói kezdték alkalmazni a Shannon–Weaver-modellt, nem vették eléggé figyelembe a visszacsatolást és a zajt mint a kommunikációs folyamat összetevőit. Később egyre inkább alábecsülték a kommunikáció szubjektivitását, vagyis azt, hogy az üzenet általában mást jelent a befogadónak, mint a forrásnak.

Shannon és Weaver legfontosabb újítása az információ fogalma volt (amire később még visszatérünk ebben a fejezetben), amely a kommunikációkutatás egyik fókuszpontjába került. Ez lett a legfőbb konceptuális változó, ami köré az új, intellektuális megközelítés felépült.

Az információs kommunikációelmélet megjelenése óta eltelt harmincegy évben egyéb kommunikációs modellek is születtek: Osgoodé és társaié (1957), Westleyé és MacLeané (1957), valamint Berlóé (1960). Alapjában véve mindegyik hasonlít a Shannon–Weaver-modellre (lásd 2.1. táblázat). Mindegyik megállapít egy sor komponenst, a legtöbb alkalmaz a kommunikációs aktusban egy lineáris sort, és rendszerint aktív forrásban és passzív befogadóban gondolkodik.<sup>4</sup> Legtöbbjük szerint a kommunikáció „folyamat”,

<sup>2</sup> Mostani előnyös nézőpontunkból visszatekintve 1948–49-be furcsának tűnik, hogy Shannon és Weaver könyve (1949) miért volt annyival nagyobb hatással az emberi kommunikáció tudományára, mint Norber Weiner körülbelül ugyanabban az időben megjelent Kibernetikája (1948). Egy lineáris kommunikációs modell sokkal jobban megfelelt az akkoriban születő kommunikációtudomány igényeinek, mint egy kibernetikus modell. A lineáris modellek az ötvenes években különösen Wilbur Schramm révén váltak népszerűvé, és hatással voltak a hetvenes évek modelljeire is. „Az utóbbi negyven évben az általános kommunikációelméletben a legnagyobb változás a passzív befogadó fokozatos elhagyása, és egy rendkívül aktív és szelektív befogadóval való helyettesítése volt, amely inkább manipulálja az üzenetet, mint az üzenet őt – azaz teljes értékű partner a kommunikációs folyamatban” (Schramm 1971, 8).

<sup>3</sup> Habár Shannon és Weaver fölvetették „a befogadó által interpretált és az üzenetküldő által eltervezett jelentés összehasonlítása” szemantikai problémáját.

<sup>4</sup> Bár Berlo (1960) modellje alapvetően lineáris (forrás, üzenet, csatorna, befogadó), figyelemztet rá, hogy „veszélyes azt hinni, hogy az egyik [a felsorolt elemek közül] az első,

melynek során egy forrás egy képzetet továbbít egy befogadóhoz azzal a szándékkal, hogy megváltoztassa annak viselkedését.

Az ötvenes és hatvanas évek lineáris kommunikációs modelljei (közülük az egyik legismertebb Berlo (1960) S-M-C-R [forrás-üzenet-csatorna-befogadó – *a ford.*] modellje) rendkívül hasznosak voltak laboratóriumi kísérletek megtervezéséhez, melyek egyirányú oksági viszonyt tételeztek fel a kommunikációs modell komponensei között. A propaganda és a meggyőzés tanulmányozása esetén talán helytálló is ez a feltételezés, különösen, ha az üzenetet a tömegmédiá továbbítja. Ezek a modellek leírták az egyszerű kommunikációs aktust, de nem a kommunikáció *folyamatát*. Az emberi kommunikáció sok fontos aspektusa nem illik bele egy lineáris modellbe, ezért a lineáris modellekkel dolgozó kommunikációkutatás ezeket inkább figyelmen kívül hagyta.

## 1. táblázat *Kommunikációs modellek*

1.	Claude Shannon és Warren Weaver (1949)	Lineáris	Forrás, kódoló, üzenet, dekódoló, cél, zaj, visszacsatolás	Minden folyamat, melyben egy elme hathat egy másikra.
2.	Charles Osgood és társai (1957)	Lineáris	Üzenet, dekódoló, értelmező, kódoló, üzenet, dekódoló	Egy forrásrendszer befolyásol egy célrendszert az őket összekötő csatornán át továbbítható változtatható jelek manipulálásával.
3.	Bruce Westley és Malcolm MacLean (1957), Newcomb (1953) alapján	Lineáris	Üzenetek, források (képviselő szerepek), kommunikátorok (csatornaszerepek), befogadók (viselkedérendszer-szerepek), visszacsatolás	A személy üzeneteket továbbít B személynek X tárgyról, egy C kommunikátoron keresztül.
4.	David Berlo (1960)	Lineáris	Forrás, üzenet, csatorna, befogadó, visszacsatolás	Folyamat, melynek során egy forrás szándékosan megváltoztatja egy cél viselkedését.
5.	Wilbur Schramm (1973)	Kapcsolati	Információs jelek, kapcsolat a résztvevők között, aktív befogadó	Egy információs jelkészletre fókuszáló kommunikációs aktusok összessége egy meghatározott kapcsolatban.
6.	D. Lawrence Kincaid (1979)	Konvergencia	Információ, bizonytalanság, konvergencia, kölcsönös megértés, kölcsönös megegyezés, kollektív cselekvés, kapcsolatrendszerek	Konvergenciafolyamat, melyben résztvevők információt cserélnek a kölcsönös megértés érdekében.

egy másik pedig az utolsó, vagy hogy függetlenek lennének egymástól. Ez ellentmond a folyamat fogalmának, márpedig a kommunikáció folyamat.” Berlo (i. m. 106) megállapítja: „A forrás viselkedése nem független a befogadótól, és megfordítva. Bármilyen kommunikációs helyzetben a forrás és a befogadó kölcsönösen függ egymástól” (kiemelés a szerzőtől).

A kommunikációkutatás legnagyobb része ezen modellek jegyében ment végbe. Az általános megközelítés adatokat próbált gyűjteni arról, hogyan hat a kommunikáció a befogadó tudására, attitűdjeire vagy nyilvános viselkedésre. A forrásváltozókat, üzenetváltókat, csatornaváltozókat és/vagy befogadódóváltozókat a kutatók független változókként kezelik, hogy összehasonlíthassák a kommunikációs hatások függő változóival. Általában az egyedi befogadó az elemzés és a reakció egysége.

## **„A forrás hitelessége és a meggyőzés: kísérlet a lineáris modell alapján”**

A kommunikációs hatások lineáris modellek alapján való kutatásának legjobb példája Hovland és társai laboratóriumi kísérlete a forrás hitelességéről. Elkülönítettek egy változót, a hitelességet<sup>5</sup>, miközben másokat is megpróbáltak ellenőrizni. Ez a mechanisztikus, atomisztikus tervezés a tömegmédiá üzeneteinek emberi befogadását hivatott reprodukálni laboratóriumi körülmények között.

A kísérlet alapelemei sok későbbi kísérlet alapjául szolgáltak. Azonos kommunikációs üzeneteket juttattak el két véletlenszerűen összeválogatott csoportnak. Az egyik csoport számára az üzenetforrás hitelessége magas volt, a másik számára alacsony. Ezután négy különböző téma következett, egyaránt magas és alacsony hitelességű változatokkal. A kísérlet alanyai (főiskolai hallgatók) az üzeneteket füzetekben kapták meg, amelyek minden témában tartalmaztak cikkeket, minden cikk végén a forrás nevével. A négy téma a következő volt: 1. antihisztamin szerek, 2. atom-tengeralattjárók, 3. acélhiány és 4. a jövő mozija. A magas hitelességgel rendelkező források voltak: 1. a *New England Journal of Biology and Medicine*, 2. J. Robert Oppenheimer (híres atomtudós), 3. a Nemzeti Erőforrás-tervezési Bizottság közlönye és 4. a *Fortune* magazin. Az alacsony hitelességű források 1. egy kommersz képes folyóirat, 2. a *Pravda* (orosz napilap), 3. egy polgári jogvédő újság publicistája, valamint 4. egy női filmes pletykalap munkatársa voltak. A csoportok tagjainak az üzenetek fogadása előtt, közvetlenül utána és egy hónappal később kellett a hozzáállásukkal kapcsolatos kérdésekre válaszolniuk.

Az eredmények azt mutatták, hogy közvetlenül a kommunikációt követően nagyobb attitűdbeli változás következett be a magas hitelességű források hatására, kivéve a jövő moziját illetően, ahol az alacsony hitelességű forrás okozott nagyobb változást. Négy héttel később azonban a két csoport közötti különbségek eltűntek. A végkövetkeztetés az volt, hogy a forrás hitelességének hatása a kommunikáció idejében maximális, de idővel csökken.

<sup>5</sup> A hitelesség fogalmát úgy definiálták, mint annak a mértékét, amennyire a befogadó a kommunikáció forrását megbízhatónak és kompetensnek értékeli.



A kísérlet talán a legismertebb a Yale Egyetem kommunikációs kísérletei közül. A későbbiekben több száz meggyőzési kísérlet modelljévé vált. Megkísérelt izolálni egyetlen kommunikációs változót, a forrás egy jellemzőjét, miközben a többit is próbálta ellenőrzése alatt tartani. Ezért a kommunikációs folyamat lineáris (forrás-üzenet-csatorna-befogadó) modelljét követte, hogy szimulálhassa a kommunikáció és a meggyőzés főbb elemeit. A kísérleti csoportok tagjai közti interperszonális kommunikáció nem volt megengedett. Még a későbbi, interperszonális kommunikációt is használó kísérleteknél is az olvasmány maradt az általános közös kontextus, továbbra is követve a kommunikáció egyirányú, lineáris modelljét.

Láthatjuk tehát, hogy a kommunikáció komponenses, lineáris modellre épülő megközelítése mechanisztikus és atomisztikus volt. A kísérlet alanyainak nem volt szabad kérdéseket feltenniük, vagy egymás között megvitatniuk a nyomtatott üzenet jelentését. A forrás hihetőségének változó létére nem volt lehetősége változni a lineáris modell egyéb összetevőivel, például a befogadó jellemzőivel való kapcsolat révén (például elképzelhető, hogy a válaszadók egy részének a *Pravda* hiteles forrás az atom-tengeralattjárókkal kapcsolatban).

A kísérlet mesterséges valótlanága segített ellenőrzés alatt tartani a többi változót. Sajnos ugyanez a valótlanág megakadályozza, hogy az eredményeket valós szituációkra alkalmazzuk, melyekben az egyének beszélnek egymással.

### *A lineáris modellek kritikája*

Tizenhét évvel az S-M-C-R-modell megjelenése után Berlo elfogadta annak kritikáját, hogy „a tudományról [ami a kommunikáció hatásaira összpontosít] és a kommunikációról [mint folyamatról] alkotott nézeteink ellentmondanak egymásnak” (Smith 1972). Berlo kifejti: „Kijelenthetjük, hogy az S-M-C-R-modell nem kommunikációs modellnek volt szánva, nem felelt meg az elméleti modell követelményeinek, és hogy tulajdonképpen *a kommunikációs kapcsolatok összetevői közti visszahívás stimulálásnak audiovizuális segédlete volt*”<sup>6</sup>. Berlo szerint a felelős annak „a kutatási hagyománynak a terméketlensége”, amelyben tanult (vagyis az egyirányú kommunikáció kísérleti kutatásának főleg pszichológiai megközelítésé).

Berlo (i. h.) azonban továbbra is ragaszkodik ahhoz, hogy a „csináld másokkal” típusú folyamatok, például a meggyőzés lineáris modelljei alkalmazhatók az emberi kommunikáció nagy részére, igaz, nem a legfontosabbra: „Nem ismertem fel, hogy bár lineáris oksági meghatározottság alapjául szolgáló feltételek alkotják a kommunikációs események nagy részét, ez nem az a rész,

<sup>6</sup> Kiemelés a szerzőktől.

amely életünkben szignifikáns különbséget jelent.” Berlo arra következtetett, hogy kommunikációs érdekeink változnak, az irányított meggyőzésből, amely megfelel a lineáris modellnek, „kommunikáció mint csere” lett.

Bauer rámutat az egyirányú modellek behatároltságára a kommunikációkutatásban: „A modell, amelynek a kutatási eredményekből következnie kellett volna, ...a kommunikációnak mint tranzakciós folyamatnak a modellje, ahol mindkét fél körülbelül egyenlő mértékű kiadásra és bevételre számít”. Majdnem egy évtizeddel később ugyanő újra hangsúlyozza, hogy a kommunikáció a közönsége befolyása alatt áll, és kell is, hogy álljon: „Más szavakkal, a hallgatóság befolyásolta a mondanivalóját, mielőtt még hallotta vagy olvasta volna, mit mondott.” Bár az elmúlt tizenhét évben számos kísérlet történt egy tranzakciós modell kialakítására, „ez igen kis hatással volt a szervezett kutatásra”.

A kommunikáció lineáris modelljeinek fő problémája az információ természetéről, átviteléről és felhasználásáról alkotott metaelméleti vagy episztemológiai feltételezésekből ered. Mindennapos tapasztalataink szerint az információ fogalmának értelmezésében van egy olyan tendencia, miszerint azt úgy lehet a forrástól a befogadóig eljuttatni, „mint a vizet egy vödörben” (Diaz Bordenave 1972), ahogy a teherautó szállítja a homokot a városon keresztül, ahogy az injekciós tű adagolja a vakcinát, vagy ahogy a kilőtt golyó célba jut (Schramm 1973). Mindezen analógiák annak a felfogásnak a kritikájaként születtek, ami szerint az információ teljes egészében fizikai entitás, amit csak úgy cipelni lehet ide-oda, mint más anyagi tárgyakat. Az információnak van fizikai aspektusa is, ezért ez az elgondolás sok esetben „működik”. Ez a feltételezés az információ természetével kapcsolatban azonban részben felelős egy másik elméleti hibáért: azért az elképzelésért, hogy minden egyes elme egy izolált entitás, ami elkülönül a testtől, a többi elmétől és a környezettől, amelyben létezik (Bateson 1972). Azaz figyelmen kívül hagyták az emberi kommunikáció kontextusát.

Ezek a feltételezések, miszerint 1. az információ pusztán fizikai szubsztancia, és 2. az egyes elmék elkülönülten léteznek, hét tévképzethez vezettek a múlt kommunikációelméletében és -kutatásában (Kincaid 1979). Ezek:

1. A kommunikáció mint lineáris, egyirányú (általában függőleges) aktus szemlélete, ciklikus, kétirányú folyamat helyett.
2. A forrás tévképzet, mely egyoldalú függőségi viszonyra épít, ahelyett, hogy a kommunikálók kapcsolatát és kölcsönös függőségi viszonyát vizsgálná.
3. A kommunikáció tárgyainak mint egyszerű, izolált fizikai tárgyaknak a szemlélete és elhanyagolása annak a kontextusnak, amelyben léteznek.
4. A kizárólag az üzenetre való összpontosítás, és a csendnek, valamint az üzenet központosításának és időzítésének elhanyagolása.
5. Annak feltételezése, hogy a kommunikáció elsődleges funkciója a meggyőzés, nem pedig a kölcsönös megértés, a konszenzus és a kollektív cselekvés.

6. A kommunikáció egyénekre gyakorolt pszichológiai hatásainak középpontba helyezése, a társadalmi hatásoknak és a rendszeren belüli individuumok egymás közti kapcsolatainak vizsgálata helyett.
7. Hit az egyirányú, mechanisztikus oksági kapcsolatban, az – alapvetően kibernetikus – emberi információs rendszereket jellemző kölcsönös oksági viszony helyett.

Ezek a tévképzetek összeadódnak, és kölcsönös kapcsolatban állnak egymással. Mindegyik támogatja a többit, és együttesen, minden probléma és behatároltság ellenére, a kommunikációs viselkedés összefüggő képét alkotják. Ha a kommunikációt egyirányúnak és függőlegesnek vesszük, és a forrásokat szubjektumoknak tekintjük, amelyek arra használják a kommunikációt, hogy a befogadó objektumokat megváltoztassák (Freire 1973), akkor a pszichológiai hatások és a mechanisztikus okság képzete felé fogunk tendálni. A két utolsó tévképzet talán a legsúlyosabb, ezek részleteibe megyünk most bele, hogy megmutassuk, miért győzheti le őket a hálózat/konvergencia-modell, amelyet ebben a könyvben bemutatunk.

### *A pszichológiai téveszme*

A pszichológiai téveszme<sup>7</sup> a kommunikációban 1. az individuumnak az elemzés tárgyaként vagy egységeként való szemléletéből és 2. abból származik, hogy a kutatók elfogadják, hogy társadalmi problémákat általában az egyéni felelősséggel összefüggésben határoznak meg (Rogers 1977). Ennek eredményeképpen elvész az emberi kommunikáció kapcsolati jellege. A kísérleti alanyok véletlenszerű összeválogatásával a vizsgálat „szociológiai húsdarálóvá” válik, kiszakítja a válaszadót a maga társadalmi kontextusából, és biztosítja, hogy egyik válaszadó sem lép interakcióba semelyik másikkal. „Kicsit olyan, mintha egy biológus átküldené a kísérleti állatokat egy húsdarálón, aztán minden századik sejtet megvizsgálná mikroszkóppal; az anatómia és az élettan kiesik; a struktúra és funkció megszűnik, marad egyedül a sejtbiológia” (Barton 1968). „Természeténél fogva a vizsgálati módszer atomizálással fenyegette a szociológiát... az emberi közösségnek mint egésznek a vizsgálata helyett.”

Csak a legutóbbi időkben és csak elvétve kezd a kommunikációkutatás az egyének alkotta párokra, csoportokra, hálózatokra vagy rendszerre fókuszálni; az egyének közötti kommunikációs kapcsolatokra, maguk helyett az egyének helyett. Az egyén meghaladását elősegítendő, a kommunikációku-

<sup>7</sup> Nem mi vagyunk a pszichológiai téveszme első kritikussai a kommunikációkutatásban. Például Watzlawick és társai (1967, 21–22) már kritizálják a kommunikációkutatást, mert az egyént annak „kommunikációs nexusán” kívül tanulmányozza. Dr. Watzlawick az interakcionista Palo Alto-i iskola egyik vezető alakja (Wilder 1979).

tatás pszichológiai irányzatának rendelkezésre áll a koorrelációs modell (McLeod és Chaffee 1973), a relációanalízis, az általános rendszerszerű megközelítés (Rogers és Agarwala-Rogers 1976a), a fejlődés érdekében történő csoporttranszformáció tudománya (Chu 1976) és a hálózatelemzés.

Ezek a koncepcuális-módszertani megközelítések azt vetik fel, hogy bár a válaszadás egysége az egyén, az elemzés egysége (bár „beszélni” nem tud) valamilyenfajta szociometriai mérés segítségével lehetne a kommunikációs *kapcsolat*. Az adatgyűjtés és -elemzés procedúrái kidolgozás alatt állnak, de amíg a kommunikáció kutatói nem gondolkodnak hálózatban, addig az emberi viselkedést sem lehet hálózatelemzésnek alávetni. Ilyen értelemben a hálózatelemzés egy filozófia, gondolkodásmód, egyben hasznos módszertani eszközök gyűjteménye.

A mesterségesen „destrukturált” pszichológiai téveszme másik alapja a vizsgált társadalmi problémák egyéni felelősségre visszavezethető oksági folyamatként való meghatározása. Az *egyéni felelősség* azt jelenti, hogy saját problémáidért kizárólag az egyént teszik felelőssé, és nem a társadalmat. Nyilvánvaló, hogy bármit is kezdünk egy társadalmi problémával, például kutatjuk, az nem lehet független a társadalmi probléma definíciójától.

Az egyéni felelősségnek sok illusztrációját lehetne idézni különböző viselkedéskutatóktól. Caplan és Nelson (1973) magas fokú egyéni felelősséget találnak olyan társadalmi problémák kutatásakor, mint a közutak biztonsága vagy a faji kapcsolatokat.<sup>8</sup> A társadalmi problémadefiníciók többsége inkább az egyéni, mint a rendszerfelelősségen alapul: a definíciók alkotói ugyanis csak a legkritikább esetben képesek megváltoztatni a rendszert, így inkább elfogadják azt. A társadalomtudományi kutatások pszichológiai irányzatainak általában ez az elfogadás áll a középpontjában. Gyakran a probléma meghatározójának egyedi esete válik a kutatás fő változójává.

Hogyan győzhető le az egyéni felelősség téveszméje? Úgy, hogy nyitottak maradunk az adott társadalmi probléma feltételezett okait illetően, legalább amíg pontos adatokat nem gyűjtöttünk; ha bevonjuk a probléma meghatározásába annak résztvevőit is, nemcsak azokat, akik megoldást keresnek rá; ha nemcsak egyéni belüli, de strukturális változókat is figyelembe veszünk a kommunikáció kutatása során.

<sup>8</sup> Az egyéni felelősség példájául szolgál a detroiti fekete férfiak képzésének elemzése. A képzés nagy súlyt fektetett arra, hogy megtanítsa, mennyire elengedhetetlen a pontosság a munkában, de néhány hónappal később, miután elvégezték a kurzust, és munkát kaptak az autóiparban, a résztvevők nagy részét elbocsátották a sorozatos késések miatt. A kurzus vezetői a résztvevőket hibáztatták lustaságuk miatt (egyéni felelősség), Caplan és Nelson azonban az értékelés alapján arra jutott, hogy a rendszer okozta a hibát, és nem az egyének: az embereknek nem volt ébresztőórájuk, hogy reggel időben fel tudjanak kelni, és nem volt saját autójuk, így a megbízhatatlan tömegközlekedést kellett igénybe venniük. Ennek eredményeképpen gyakran elkéstek. Az értékelők azt javasolták a képzés vezetőinek, hogy vegyenek ébresztőórákat a résztvevőknek (rendszerfelelősség), de ők elutasították a javaslatot

Az újítások elterjedésének kutatása eredetileg (és még évekig) ugyanúgy bűnös volt a pszichológiai, egyéni felelősségre épülő megközelítés követésében, mint mások. Ryan és Gross (1943) például nem gyűjtött szociometriai adatokat a hibrid kukorica mint újítás interperszonális terjedéséről az iowai közösségek tanulmányozásakor, holott 1. úgy találták, hogy a szomszédok közötti interperszonális kommunikáció alapvető szerepet játszott az áttérésről hozott döntésben, 2. a két vizsgált közösség összes tagjának adatait összegyűjtötték, ami ideális alap lett volna kapcsolati adatok gyűjtéséhez egy hálózatelemzés céljára.

Hasonló, egyéni felelősségre épülő, pszichológiai nézőpont hatott a fejlődő országok családtervezési programjaira is a hatvanas és hetvenes években. A kormányok vissza akarták szorítani a népességnövekedést, és kevesebb, általában két-három gyerek vállalására kérték az állampolgárokat. A tipikus falusi szülők azonban négy-öt gyereket szerettek volna, köztük legalább két fiút, akik segítenek a mezőgazdasági munkákban, gondoskodnak róluk öregkorukban, és biztosítják számukra a vallási értelemben vett halhatatlanságot. Ahelyett, hogy megpróbálták volna úrrá lenni ezeken a strukturális kényszereken, és ezáltal beismerték volna a rendszer felelősségét a nagy családokért, a kormányok az egyes szülőket hibáztatták, amiért nem használnak fogamzásgátló szereket, és „túl sok” gyerekük van. Kommunikációs programokat alakítottak ki tehát, hogy megváltoztassák az egyének viselkedését a termékenységgel kapcsolatban (Rogers 1973). A múltban a családtervezés tanulmányozói túl készségesen fogadták el az egyének felelősségét a túlnépesedés problémájáért.

### *A mechanisztikus okság téveszméje*

Az oksági viszony alapeszméjét már a gyermekkor elején elsajátítjuk egy tárgynak (mondjuk, labdának) egy másik tárgy (a kezünk vagy egy másik labda) általi szándékos mozgatásával (deCharms 1968). Ebből a „való” világbeli cselekvésből alakítjuk ki az okság absztrakt fogalmát, amit olyan megállapításokkal írunk le, mint „emiatt ez történik”, vagy „ha ez, akkor az”. A mechanisztikus okságnak ez a kezdeti fogalma általában megbízható: „Nem biztos, hogy a labda oda megy, ahova akarom, de ha meglököm, biztosan menni fog”.

A kommunikáció és információ látszólag minden esetben ugyanígy működik. A gyermek megtanulja, hogy ha hangosan sír, az anyja odafigyel rá. De van egy fontos különbség. Az anya reakciója nem azonnali, mint egy tárgy egy másik tárggyal való ütközésre. Van, hogy egyáltalán nem is jön, bármilyen hangosan sír is a gyerek. Esetleg jön, de nem azt csinálja, amit a gyerek szeretne, mivel rengetegfajta sírás van, és az anyának nehézséget jelenthet értelmezni, hogy egy-egy sírás éppen mit jelent.

A gyermeknek sokkal egyszerűbb a fizikai világban, mechanikai hatásokkal, megjósolható változást előidézni, mint információ segítségével megváltoztatni más emberekkel való kapcsolatainak szociális világát.

Ahogy a gyermek felnő, megtanulja, hogy a tudomány kidolgozta annak módszereit, hogyan lehet a fizikai tárgyak és az energia mozgását elképesztő pontossággal megjósolni és irányítani. Az okságnak a laikus által értett fogalma és nyelve azon a jelenségen alapul, hogy adott szituációban bármilyen befolyás (változó) állandónak tekinthető, kivéve azt a kettőt, melyek között oksági kapcsolat van. Egy egyszerű oksági kapcsolat felfedezése érdekében a kísérletező tudós állandónak próbál tekinteni minden olyan hatást, ami feltételezése szerint befolyásolhatja a vizsgált kapcsolatot, vagy legalábbis feltételezi, hogy „minden más változatlan”. Jól mutatja ezt Hovland és társainak (1953) kísérlete a forrás hitelességéről és a meggyőzésről; a hallgatók véletlenszerű kettéosztásával a kísérlet vezetői a forrás hitelességén kívül minden változót ellenőrizni tudtak.

Ez az analitikus kísérleti módszer a természettudományok terén rendkívül sikeres volt. Ugyanakkor azonban a fizikai kauzalitás szélsőséges és félrevezető koncepcióját keltette az emberi viselkedésre alkalmazva. Gyakran figyelmen kívül maradnak a determinisztikus magyarázat alapjául szolgáló mechanisztikus feltételezések: hogy a vizsgálat hatása vizsgált tárgyra elhanyagolható, és hogy az egyéb tényezőket (például a súrlódást) állandónak tekinthetjük. Például egy fizikus egy biliárdgolyó tömegéből, helyzetéből és sebességéből meg tudja jósolni annak helyzetét egy későbbi időpontban.

A legnagyobb különbség a fizikai jelenségek és az emberi kommunikáció magyarázata között az, hogy a kommunikáció „tárgyainak” (a biliárdgolyóval ellentétben) saját szándékaik is vannak. Az emberi lények nem feltétlenül úgy használják fel az információt, ahogyan azt annak „forrása” akarja, és nem is úgy, ahogyan azt a megfigyelő/kutató szükségképpen értelmezi. A konvergenciamodell ezeket a tényezőket is számításba veszi.

Mint azt már korábban említettük, az eddigi kommunikációkutatás komponense megközelítést alkalmazott, amelyben egy forrás-, üzenet-, csatorna- vagy befogadói komponenst változtattak, hogy meghatározzák ennek a manipulációnak a kommunikáció hatásában megmutatkozó következményeit. A forrásban, az üzenetben, a csatornában vagy a befogadóban bekövetkezett változtatások adják a független változókat, a kommunikációs hatás pedig a függő változó.

Ahhoz, hogy egy  $X$  független változó egy  $Y$  függő változó oka legyen, 1.  $X$ -nek időben meg kell előznie  $Y$ -t, 2. összefüggésben kell állniuk egymással és 3.  $X$ -nek „kényszerítő erővel” kell bírnia  $Y$ -ra. A kommunikációtudomány eddig megelégedett azzal, hogy az adatok kölcsönös összehasonlító elemzése alapján megállapította,  $X$  és  $Y$  összefügg-e. Néhányan  $X$  és  $Y$  időrendjét is meghatározták. A kényszerítő erő, a mód, ahogyan  $X$  hat  $Y$ -ra,

inkább elméleti, mint empirikus probléma, ami az  $X$  és  $Y$  változók természetén alapul. A rendszerelmélet azt állítja, hogy  $X$  és  $Y$  kölcsönösen függ egymástól, így kényszerítő erő után kutatni értelmetlen.  $X$  és  $Y$  egyaránt „oka” és „következménye” egymásnak. A mechanisztikus, egyirányú okság helyét átveszi a kölcsönös okság.

A nyugati tudomány visszatérő motívuma volt a redukcionizmus: a dolgok feldarabolása és a részek tanulmányozása. Atomisztikus és mechanisztikus módszer volt; sokkal kevesebb homályos rész maradt, ha a folyamat egy vagy néhány elemét elkülönítették, és egyenként vizsgálták. Ez az atomisztikus-mechanisztikus megközelítés egészen jól működött a fizikában, a kémiában és a többi természettudományban<sup>9</sup>. Hiányosnak bizonyult azonban a biológia és a társadalomtudományok esetében.

Az élő rendszerekben, amelyek tagjai nagymértékben függnek egymástól, a mechanisztikus atomizmus, amely olyan hatásos volt a fizikában, nem tud mit kezdeni a részek közötti interakciókkal. A hatvanas években új megközelítés alakult ki, hogy betöltse a biológiában és a társadalomtudományban tátongó űrt: az általános rendszerelmélet. A rendszerelmélet központi alapelve az az állítás, hogy az egész több, mint a részek összessége. A rendszerelmélet holisztikus, az egészre, a részek közötti kapcsolatokra, a rendszer és környezete közötti interakciókra és az önszabályozásra koncentrált.

A rendszerelmélet a konvergenciamodellt legjobban befolyásoló elméleti irányzatok egyike.

## **A kommunikáció konvergenciamodellje**

Ebben a részben 1. megvizsgáljuk a konvergenciamodell hátterét, 2. folyamatként határozzuk meg a kommunikációt, melyben a résztvevők információt alkotnak és osztanak meg egymással a kölcsönös megértés érdekében, (3) kibernetikai magyarázatokat fűzünk a konvergenciamodellhez.

### *A konvergenciamodell elméleti gyökerei*

A kommunikáció konvergenciamodelljének alapötletét majdnem egy évszázaddal ezelőtt írta le Charles Sanders Peirce. Érdeklődése a jelek és jelentés világa iránt rávezette a mindennapi nyelvhasználat homályosságának felismerésére. Peirce szerint egy jel objektíven homályos, ha további jelekre vagy további

<sup>9</sup> Bertalanffy (1975, 13–14) teljes képet ad a tudományos hozzáállás megváltozásáról, a 19. századi klasszikus fizikából kialakult az atomisztikus-mechanisztikus módszertől kezdve a rendszerszeri megközelítésig: „Az elkülöníthető egységek egyirányú oksági viszonyainak ez a sémája elégtelennek bizonyult... rendszerekben kell gondolkodnunk, melyek elemei kölcsönös kapcsolatban állnak egymással.”

tapasztalatra van szükség jelentésének körülhatárolásához. Arra következtetésre jutott, hogy „*semmilyen* fogalom, még a matematikai fogalmak sem abszolút pontosak, [mert] ...a szavak semmilyen emberi értelmezése nem épül pontosan ugyanazokra a tapasztalatokra, mint egy másik emberé” (idézi Gallie 1966). Minden szimbólumnak, szónak, mondatnak, tudományos tételnek adott jelentéssel kell bírnia, ha értelmes gondolatot akar kommunikálni.

A jel értelmezéséhez hozzájárul „valamilyen további jel, megerősíti, felerősíti, minősíti, vagy korrigálja, [és] *fejleszti*” (idézi Gallie). Minden megnyilatkozás jelentése az általa hívott válaszban tárul fel, amelynek pedig egy viszontválaszra van szüksége, ami őt interpretálja és így tovább, egy potenciálisan végtelen sorozatban. A kommunikáció szekvenciális aspektusának felismerése azt jelenti, hogy minden jel kompetens használata és megértése csak egy bizonyos fokig lehetséges. Peirce megragadja a konvergenciamodell két alapelvét: azt, hogy az információ lényegéből adódóan pontatlan és bizonytalan, valamint hogy a kommunikáció dinamikus fejlődési folyamat.

Peirce munkájának két tanulóozója, Charles W. Morris és George Herbert Mead, később továbbfejlesztette a jelek, a nyelvi viselkedés és a szimbolikus interakció elméletét, melyet mi (később) a saját jelenlegi paradigmánkat ért befolyások közé sorolunk. Peirce a szemiotika, azaz a jeltudomány egyik megalapítójaként is ismert.

1922-ben Georg Simmel bevezette a „szociális halmazok metszetének” fogalmát, jelendő, hogy minden egyén egyedi, ezért „csoportkapcsolatainak” mintája semelyik másik egyénével nem egyezik meg pontosan. Bár Simmel könyve, *A csoportkapcsolatok hálójá*<sup>10</sup> a csoportkapcsolatokra helyezi a hangsúlyt, a kapcsolatok „hálójá” valójában az egyének hálózatát jelenti, akikkel az adott egyén interakcióba kerül, függetlenül attól, hogy egy meghatározható „csoportba” tartoznak-e. Emiatt mindenki egyedi interperszonális kapcsolatrendszerrel rendelkezik.

Az egyén személyes hálózatának egyediségéből következik jelentéseinek egyedisége. Más szóval, az információ értelmezéséhez szükséges kódok és fogalmak minden egyén saját korábbi tapasztalataira alapulnak, melyek hasonlíthatnak más egyénekéire, de soha nem azonosak azokkal. Amilyen mértékben hasonlítanak egymásra (átfedik egymást) az egyének interakciós mintái, olyan mértékben lesznek hasonlóak a valóság megértéséhez és értelmezéséhez használt kódjaik és fogalmaik is.

Simmel saját korának két fontos társadalmi megmozdulásával demonstrálta a személyi hálózatok dinamikáját: a munkásmozgalommal és a nőmozgalommal. A társadalmi szerveződés során a takácsok, szerelők, bányászok stb. fogalmából kialakult a „munkás” kollektív fogalma. Más ipari munkásokkal való közös tapasztalataik során a különböző iparok dolgozói fokozatosan kifejlesztettek egy közös tudatot, mivel valamennyien beletartoztak az elvontabb

<sup>10</sup> Simmel könyvét csak negyvenkét évvel később fordították le németről angolra (Simmel 1964).



„bérmunkás” fogalomba. Ez a jelentésbeli változás konvergálást jelentett a munkások nehéz helyzetének mind jobb kölcsönös megértése felé, amelyhez hozzájárult a megnövekedett információcsere és a szakszervezetek megalakulása is.

Nagyjából ugyanebben az időben érvelt az antropológus Edward Sapir a társadalomnak a hagyomány által meghatározott, statikus struktúráként való elgondolása ellen: „Bizalmasan fogalmazva az egész nem más, mint a szerveződési egységek tagjai közötti részleges vagy teljes megértések rendkívül bonyolult hálózata...”, melyet a benne részt vevő individuumok közt fennálló kommunikatív jelleg egyes megnyilvánulásai erősítenek meg és tartanak mozgásban” (kiemelés a szerzőktől). Sapir megközelítése kihangsúlyozza a kommunikációnak mind a dinamikus, mind a kapcsolati aspektusát. E szerint a hozzáállás szerint a kommunikációkutatás fókuszában a kölcsönös megértés fejlődésének kellene állnia, amely az idők során kialakul azok közt, akik információt cserélnek egymással.

Karl Mannheim az emberi viselkedés individuális, pszichológiai tanulmányozásának egyik korai kritikusa volt. Szociológiai megközelítésének célja az volt, hogy „leszámoljon a fikcióval, hogy az egyén kiszakítható a csoportból, a mátrixból, amelyben gondolkodik és tapasztal”. Mannheim szerint az absztrakt gondolat befogadóképessége annyiban nő, amennyiben az egyének és csoportok heterogén közösségek és szerveződések részei. Ebben a gondolatmenetben az egyén „befogadó szubjektum, amely semlegesíti a korábbi merev nézőpontokat”.

Elsődlegesen az eddig idézett munkákra alapul az információelmélet (Shannon és Weaver 1949) és a kibernetika (Weiner 1948). Ezen konceptuális eszközök segítségével Gregory Bateson (1972) megkérdőjelezte az elkülönült, izolált, a testtől és az egyén környezetétől függetlenül vizsgálható elme addig uralkodó koncepcióját. Minden „egyén” csak egy kibernetikus (információs) rendszer részeként létezik, melyben viselkedését meghatározza a korábbi viselkedés. Nincs elme, csak elmék életközössége, mivel „*a rendszer mentális jellemzői nem a részekben, hanem a rendszerben mint egészben figyelhetők meg*” (Bateson 1972). Az elme csak test és agy, illetve ember és környezet zárt rendszerének hálózatában létezik. Nem lehet az emberi rendszert felosztani egy olyan részre, amelyik „gondolkodik”, és egy olyanra, amelyik „nem gondolkodik”, mivel a gondolkodás maga csak ember és környezet (ami az egyén számára az információs hálózatban részt vevő összes többi egyén) rendszerében jelenik meg. Az információt feldolgozó (és gondolkodó, döntő, cselekvő) egység egy rendszer, amelynek határai nem esnek egybe egy személy testével, elméjével vagy tudatával. Bateson szerint a kommunikáció, akár megnyilatkozás, akár cselekvés, nem ennek az alrendszernek a kontextusában, hanem az alrendszer részeként jelenik meg. A kommunikáció nem annak a terméke vagy hatása, ami a kontextusból marad, miután azt a részt, amit el akarunk magyarázni, „kivágtuk belőle”.

Az egyén mint elkülönített entitás képzetének és a környezettől, valamint a többi egyéntől való izolálásának tagadása megegyezik az általános rendszerelmélet alapjával. Az általános rendszerelmélet, „az »egészség« tudománya” nagy befolyással volt az elmúlt harminc év tudományos munkásságára, különösen a viselkedéstudományra. A rendszerelmélet interdiszciplináris jellegét mutatja főbb fejlesztőinek névsora is: a biológus és filozófus Ludwig von Bertalanffy, a matematikus Anatol Rapoport, a filozófus-közgazdász Kenneth Boulding és a szociológus Talcott Parsons.

A rendszer kölcsönösen összefüggő részek összessége, melyek célok összességének elérése érdekében összehangolódnak. A rendszerszerű megközelítés minden társadalomtudományban követőkre talált, mert alternatívát jelentett az emberi viselkedés kutatásában addig uralkodó mechanisztikus atomizmussal szemben. A rendszerelmélet holisztikus: úgy gondolja, hogy az adott rendszer részei közötti összetett interakciók megszűnnének, ha a rendszert az atomisztikus kutatási folyamat során feldaraboljuk. A rendszereket egységes egészként és nem részenként kell tanulmányozni.

Az általános rendszerelmélet, felismerve a kommunikáció pontosságát, a rendszer részei közötti interakcióra helyezte a hangsúlyt. Nem meglepő, hogy olyan sok kommunikációkutató tette lelkesen a magáévá az elméletet. A legtöbb tudós szótárában feltűntek a *visszacsatolás*, *input-output* és a *nyitott rendszer* kifejezések. Sajnos, ugyanakkor a legtöbb kutató (a kommunikáció és egyéb társadalomtudományok terén is) megmaradt a már meglévő kutatási módszereknél: interjúkat készítettek, egyedi változókról gyűjtött adatokat lyukkártyára nyomtak, majd olyan statisztikai eszközökkel értékelték, mint a variancia- vagy a korrelációelemzés. A „maradjon minden a régiben” hozzáállás megakadályozta, hogy a rendszerelmélet teret nyerjen a viselkedéskutatásban.

A rendszerelméletnek mostanáig a biológiára, kibernetikára, kommunikációra és közgazdaságtanra gyakorolt hatásait alaposan megvizsgálva Lilienfeld (1978) arra a következtetésre jutott, hogy „a rendszerelmélet inkább ideológia, mint módszertan”, és hogy vissza kellene fognia térítő törekvéseit. A rendszerelmélet kifejlődésének legfőbb akadálya a megfelelő kutatási módszerek hiánya. Nem lehet holisztikus kutatási eredményeket elérni atomisztikus-mechanikus módszerekkel.

Mit is jelent pontosan a kommunikációkutatás rendszerszerű megközelítése? Leginkább azt, hogy szélesebb körben tanulmányozzuk a kommunikációt, és megkeresünk minden lehetséges kapcsolatot a vizsgált rendszerben. Ezt a kommunikáció kutatóinak általában rendkívül bonyolult, sokváltozós kutatási stratégiákat jelent: több kérdés feltevését, több változó mérését, kifinomultabb statisztikai módszerek (többszörös korreláció, útelemzés, többdimenziós skálák) alkalmazását. De mindezek csak az atomisztikus-mechanisztikus megközelítés kiterjesztései: nem valódi rendszerszerű megközelítések (Richards 1976, 16).

A rendszerszerű megközelítés alkalmazásának az emberi kommunikáció tanulmányozásában két fő akadálya volt: 1. olyan kommunikációs modell

hiánya, amely megfelelően reprezentálná a rendszer részei közti kölcsönös függőségi viszonyt és 2. a kommunikációs kapcsolatok tanulmányozásához szükséges megfelelő módszerek hiánya. A konvergenciamodell és a hálózat-elemzés módszerei ezeket az akadályokat hivatottak elhárítani.

A hálózatelemzés sajátos módszertani megközelítés, mivel rendkívül jól illik a rendszerelmélethez. Hogy miért illik olyan jól hozzá, azt a könyv további fejezeteiben magyarázzuk el.

A kommunikáció lineáris és konvergenciamodelljeinek jelenkori szellem-történetében leginkább a tömegkommunikáció kutatói szerepelnek. Ez a fejlődés részben párhuzamos két láthatatlan kollégium, a szimbolikus interakció- és a kiscsoportkutatás szociológusok és szociálpszichológusok alkotta kollégiumának fejlődésével. A szimbolikus interakcionista, például George Herbert Mead (1934) a chicagói egyetemen és Herbert Blumer (1969) a chicagói egyetemen, majd a kaliforniai Berkeley Egyetemen – alaptételei a következők voltak: 1. az egyének a másokkal való interakcióikból származtatják a jelentéseiket, és 2. ezek a jelentések az emberi cselekvés alapjai. A kiscsoportkutatás láthatatlan kollégiumát Kurt Lewin (1951) alapította, és Robert F. Bales (1950), Dorwin Cartwright és Alvin Zander (1962), valamint Leon Festinger és társai (1950) vitték tovább. A két láthatatlan kollégium történetét és hálózati elemzését Mullins és Mullins.

Az interperszonális kommunikáció eme két kutatócsoportjának elméleti tételei és gyakorlati eredményei egybevágóan jelen paradigmánkkal, a hálózatelemzéssel és a konvergenciával. Sajnos a nagy tudományos eredmények és ígéretet korszaka után a hatvanas években mindkét láthatatlan kollégium munkája megszűnt (Mullins és Mullins 1973). De mindketten nagy befolyással voltak jelenlegi gondolkodásunkra.

## *Az információ fogalma*

Konvergenciamodellünkben a kommunikáció alapeleme az információ. Nehéz meghatározni a kommunikációt anélkül, hogy ne hivatkoznánk az információra vagy valamilyen szinonimájára. Tulajdonképpen mind 1. a hálózat fogalma, mind 2. a konvergencia alapelve az információ fogalmából származik. Az információ az élő rendszerek mindenfajta tanulmányozásának alapfogalmává vált.

Mi is az információ? És mi teszi olyan fontossá az emberi kommunikáció tanulmányozásában? Az *információ* anyagenergia-különbség, amely befolyásolja olyan helyzetek bizonytalanságát, amelyekben alternatívák közötti választás szükséges. A kommunikációkutatásban ez a hagyományos definíció, de úgy érezzük, valamelyest hiányos, nem adja vissza megfelelően a fogalom gazdagságát, sem kapcsolatait más fontos fogalmakkal, melyek ugyanazt a jelenséget segítenek megérteni. A bizonytalanság „csökkenésének” hangsúlyozása elfedi az információfeldolgozás kreatív aspektusait.

Az információt és konvergenciaszerpét az emberi kommunikációban négy összefüggő szempontból vizsgáljuk meg: 1. forma, 2. különbség, 3. invariancia és 4. bizonytalanság. Ezek mindegyikének jelentése függ az ellentététől: 1. szubsztancia, 2. hasonlóság, 3. variancia és 4. bizonyosság. A közöttük lévő különbségek segítenek jelentést adni az információ fogalmának az emberi kommunikációban.

Az *információ* a latin *forma* szóból ered. A *forma* jelentése „alak, körvonal, minta”. Valaminek az alakja, struktúrája, megkülönböztetve az őt alkotó anyagtól. A forma anyag és energia elrendeződése. Bár megkülönböztethető a fizikai szubsztanciától, annak elrendezésével lehetségessé válik. A szubsztancia szó szerint „alatta áll” a formának, az absztrakció alacsonyabb szintjén. A szubsztancia a formának, a változás kifelé irányuló megtestesülésének alapja<sup>11</sup>.

A forma érzékelése is különbségtől függ, az anyag különböző elrendeződésétől. Egy adott forma csak egy ugyanazon szubsztancia több különböző megtestesülési módja közül. A forma kapcsolatban áll más lehetséges megjelenési formákkal. Ahhoz, hogy érzékeljünk és felismerjünk egy formát, megfelelő mértékben kell különböznie más lehetséges formáktól. Az információ „a különbséget megteremtő különbség”, a kommunikáció pedig ennek a különbségnek a transzformációja az információs áramkörön keresztül (Bateson 1972).

Pontosabb úgy fogalmazni, hogy megvizsgálhatunk egy tárgyat a formáját keresve, de passzívan, mintha az jött volna hozzánk, nem tudjuk érzékelni a formát. Tranzitív igeként a *formál* jelentése „egy bizonyos alakot ad valaminek”, illetve „egy bizonyos állapotúvá alakít”<sup>12</sup>. Egy tárgy megfigyelőjének rengeteg forma áll rendelkezésére az elméjében, melyeket aktívan kivetít a tárgyra, hogy megnézze, mennyire illenek rá. A forma kódolása és kategorizálása tehát aktív folyamat, melyet az egyén párosít a tárgy érzékelésével.

Ahhoz, hogy érzékelni tudjuk, a formának térben és időben változatlanok kell maradnia. Egy tükör változatlanabb eszköz az arcunk visszatükrözéséhez, mint egy tó felszíne. Olyan fizikai szubsztancia, ami túl gyorsan változik térben és időben, nehezzé, ha nem lehetetlenné teszi a forma érzékelését.

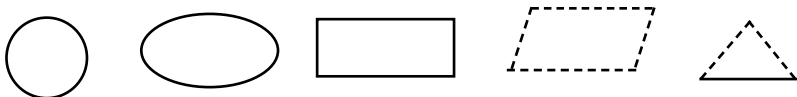
Néhány példával illusztráljuk a kapcsolatot különbözőség és információ között, és bemutatunk olyan kapcsolódó fogalmakat, mint becslés, tolerancia és konvenció. A 2. ábrán az A sorban információt teremtünk azáltal, hogy a tollunkkal egy jellegzetes formát adunk az oldalnak a rendelkezésre álló formák sokaságából.

<sup>11</sup> Az egyéb kommunikációs modellek legtöbbszörében az információcsere közege, amit általában (metaforikusan) úgy írnak le, mintha „szállítaná” vagy „közvetítené” az információt, mint a teherautó a homokot (amint azt már említettük).

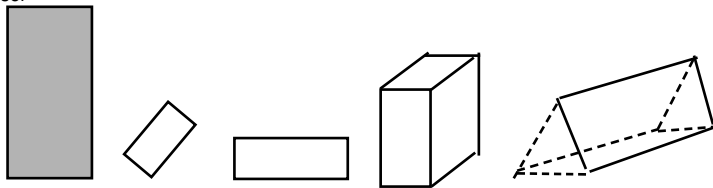
<sup>12</sup> Az eredeti szövegben álló form főnévi („forma, alak”) és igei („formál, alakít”) jelentéssel is bír – (A Ford.)

## 2. ábra Az információ mint forma, különbség és változatlanóság

A sor



B sor



C sor

*From an information view. Found one most useful  
change in being out is precisely the point that there are*

D sor: az információ vagy a külső formája. Látnunk kell, hogy amit Csuang-ce kifejt,  
az pontosan az, hogy vannak

Forrás: Kincaid (1979).

Az *információ* anyagenergia-különbség, amely befolyásolja olyan helyzetek bizonytalanságát, amelyekben alternatívák közötti választás szükséges. A *különbség* fontosságát mutatjuk meg a fenti ábrán; például az A sorban a *téglalap* eléggé különbözik a másik négy formától ahhoz, hogy elkülöníthető legyen tőlük. Ennek az alaknak ugyanakkor valamilyen elkülöníthető, más téglalapokkal közös minőséggel kell bírnia egy bizonyos toleranciahatáron belül ahhoz, hogy középük sorolhassuk.

Rajzunkon látszik, hogy egy téglalaprak nem kell mindig ugyanolyannak, sem teljesen pontosan megrajzoltnak lennie, hogy megfeleljen a legtöbb egyén konvencionális elvárásainak. Bizonyos toleranciahatáron belül a forma hozzávetőlegesen téglalap marad. A becslés és a tolerancia fontos keleti az információfeldolgozásnak az emberi kommunikációban. A toleranciahatár fogalma az információfeldolgozást egy személy kontextusából két vagy több személyébe helyezi át. A *téglalap* fogalma konvención alapul, annak a csoportnak a szabályai és elvárásai határozzák meg, amely téglalapokat alkot, és amely a szót használja a rájuk való hivatkozásra. A becslés és tolerancia mértéke csoportonként különböző, attól függően, hogy az adott csoportnak mi a szándéka a téglalapokkal. Egy építészmérnök, aki precíziós eszközökkel készíti egy épület tervrajzát, kevésbé lesz toleráns, mint egy szabadkézi rajzot készítő művész.

A szem különösen érzékeny az eltérésre két szomszédos terület között, amelyek színe vagy fényereje eltér. Ez az érzékelési különbség az információ fogalmának egyik alapja. Bár esetleg látjuk a „határvonalat” a két terület között a papíron, a térben csak egy terület létezik, két különböző fényerősséggel, sűrűséggel, árnyalattal vagy színnel. Ha ezek között elég nagy a kontraszt, akkor látjuk az őket elválasztó határvonalat is. Magát a különbséget – az információt – viszont nem lehet pontosan lokalizálni. Egyik oldalon sincs, és a köztük lévő térben sem (Bateson 1972). A különbség az absztrakció egy magasabb szintjén van: az érzékelt kapcsolat a két oldal között.

A forma érzékeléséhez szükséges mind a különbség (a határvonal), mind a hasonlóság (változatlanóság) felismerése. Ahhoz, hogy téglalapként érzékeljünk egy téglalapot, a szín, méret és elhelyezkedés számtalan változása után is fel kell ismernünk. A 2. ábra B sorában ábrázolt alakok alapvető „téglalapsága” például változatlan marad, akármilyen eltérő variációkban jelennek meg. Ahhoz, hogy elolvashassuk a C sorban lévő kézírást, a betűk formájának eléggé változatlanoknak kellene maradniuk konvencionális alakjukhoz képest, különben felismerésük lehetetlen. A D sor változatlanósága elégséges, a C soré nem.

Másik példa egy arc karikatúrája. Általában elég kevésbé hasonlít az eredeti arcra méret, szín, árnyalat, mélység stb. tekintetében. Ugyanakkor könnyen felismerhető, mert a legfontosabb hasonlóságot, amely a legnagyobb szerepet játssza egy arc felismerésében, megjeleníti. Ez a hasonlóság az egyes részek közti kapcsolat: az összetevők (szemek, orr, fülek stb.) közti arányok. A szimbolikus nyelv használata és megértése ugyanígy a részek egymás közötti és a mindannyiukat magában foglaló kontextussal való kapcsolatán alapul. Az arány a részek függvénye, de az egész struktúra jellemzője, és a megfigyelő elméjében az absztrakciónak magasabb szintjén helyezkedik el, mint a részek érzékelése.

Ahhoz, hogy egy geometriai formát téglalapként értelmezzünk, az oldalai hosszának és egymással bezárt szögeinek a helyes arányban kell állniuk, vagyis annak a standardnak vagy kódnak megfelelő arányban, amit a megfigyelő kivetít a formára.

A vizuális információfeldolgozásról mondottak vonatkoznak a többi érzékre is. A nyelvi hangok például nem valamilyen belső minőség által nyernek jelentést, hanem a más hangoktól való funkcionális megkülönböztetések sora által. A *dog* („kutya”) szót többféleképpen is kiejthetjük (bizonyos toleranciahatáron belül), egészen addig, amíg eléggé megkülönböztethető a *dag*, *gog* stb. hangsoroktól. Hallásra elég hasonlóknak kell lennie a *dog* konvencionális kódjához vagy ideális hangzásához, hogy a nyelvet ismerő személy helyesen értelmezhesse. Az általunk kiadott beszédhangok önmagukban nem hordoznak értelmet; csak a köztük lévő rendszerszerű különbségek révén lesznek a nyelv részévé.

## A jelentés jelentése

A kognitív információfeldolgozás alapja, mint fentebb leírtuk, az információ fogalma, de szükségesek hozzá egyéb alapelvek is: a bizonytalanság, a döntés, a jelentés és a konvergencia.

Ahhoz, hogy például egy szó betűivel információt teremtsünk, először is valamilyen fizikai szubsztanciát (például a tintát a papíron) kell módosítanunk, hogy a kívánt forma megkülönböztethető legyen más lehetséges formáktól és magától a médiumtól (például az üres laptól). Ez a különbségteremtés energiáfordítást, más néven cselekvést igényel. A betűk geometriai formájának hozzávetőlegesen meg kell felelniük a konvencionális formának, ha másokkal is meg akarjuk osztani és megértetni az információt. A most leírt információalkotás a fizikai valóság szintjén megy végbe.

Egy szó minden egyes betűjének megjelenése kifejezhető valószínűségként az előző betű vagy a környezetében lévő betűk függvényében. Ugyanígy egy szó mondatban való megjelenésének valószínűségét befolyásolják a szót megelőző és követő más szavak. A 2. ábra C sorának kézzel írott szavaiból és betűiből is ki tudunk találni néhányat. Pszichológiai értelemben vett bizonytalanságunkat csökkentjük azzal, hogy az érzékelt mintát összehasonlítjuk az elmékben lévő konvencionális mintákkal, és eldöntjük, illik-e valamelyikhez.

Az információ mint anyagenergia-különbség vagy az események sorában megjelenő különbség megalkotása a fizikai valóság szintjén megy végbe. A fizikai valóságban megjelenő különbségek észlelése érzékeink segítségével percepciók folyamat. A hasonlóság felismerése, és a standard forma kivételése az észlelt mintára interpretatív, mintafelismerő folyamat, amelyet egy számítógép is el tud végezni.

A kommunikációról eddig írott értekezések többsége nem hangsúlyozta eléggé, 1. hogy az információ megalkotása a fizikai valóság szintjén megy végbe, 2. hogy az értelmezés a pszichikai valóság szintjén történik, és 3. hogy a fizikai és pszichikai valóság szintjét az érzékelés köti össze.

Egy szó szemantikai megértése a pszichológiai absztrakciónak egy még magasabb szintjén megy végbe; ez nem egyszerűen abból áll, hogy eldöntjük, melyik általunk ismert szóminta illik legjobban az érzékelt fizikai mintára. Egy adott szónak gyakran több jelentése is van. A szó szemantikai jelentése tehát a bizonytalanság újabb potenciális forrása. Ezt a jelentést, bizonyos toleranciahatáron belül, úgy határozzuk meg, hogy a szómintát az adott kontextusban megtalálható egyéb lényeges fogalmak függvényében értelmezzük.

Szavak segítségével határozzuk meg és közöljük fogalmainkat, de a szó és a fogalom nem egyeznek meg. Bár szavakkal gondolkodunk, egy szó konceptuális jelentése sokkal több magánál a szónál. Egyes fogalmak kifejezéséhez például nem is elég egy szó. A „kezdőrúgás visszavitele” (*kickoff return*) kifejezés jelentése több, mint az öt alkotó két szó jelentésének összessége. Egy kezdőrúgás

[kickoff] és egy visszavitel [return] még nem jelenti a kezdőrúgás visszavételét. A szót nem lehet egy az egyben megfeleltetni a konceptuális jelentéssel (Terwilliger 1968), ahogyan szó és tárgy sem azonosak egymással (Quine 1960).

A kommunikáció konvergenciamodellje nem annyira referenciális, inkább kontextuális szempontból közelíti meg a jelentést<sup>13</sup>. Bár egyes szavaknak van nyilvánvaló fizikai megfelelőjük, az messze nem esik egybe a teljes jelentéssel. A *table* [„asztal”] szó például önmagában nem sokat jelent, függetlenül a székekkel, az üléssel, az írással stb. való kapcsolatától. A szó jelentését pillanatnyi kontextusa adja meg. A *table* szót csak azért tudjuk metaforikusan, tranzitív igeként értelmezni a következő mondatban: *Let's table the motion until the next session* [„Halasszuk el a javaslatot a következő ülésre”], mert ezt sugallja pillanatnyi kontextusa, vagyis az őt körülvevő szavak és a szituáció, amelyben elhangzik.

Bertrand Russel egyszer azt mondta, hogy „végzetes volna, ha mindenki ugyanazt értené ugyanazon a szón”.<sup>14</sup> A jelentések változatossága szükség-szerű része az emberi kommunikációnak. Lehet, hogy ha mindenki ugyan-azokkal a jelentésekkel (tehát azonos megértéssel) rendelkezne, akkor nem is volna szükség kommunikációra. A kommunikáció a jelentések közti különbséget próbálja csökkenteni valamilyen szándékkal, valamilyen tűrés-határon belülre, valamennyi idő alatt. Ha fenn kell tartani a közös cselekvést, a folyamatos kommunikáció elengedhetetlen a jelentés felé való konvergálás szükséges szintjének fenntartásához.

Egy szó jelentése változik, ha másképpen, más kontextusban vagy más szavakkal összefüggésben használják. Egy cselekvés, tárgy vagy szituáció megértéséhez használt szó befolyásolja, hogyan viszonyulunk ahhoz a cselekvéshez, tárgyhoz vagy szituációhoz. A jogtudományban egy jogi fogalom formális meghatározása szükséges, de nem elégséges. Egy kifejezés jogi értelme folyamatosan változik, ahogy „új helyzetekben alkalmazzák, és ez az új alkalmazás visszahat az értelmezésre”. Hasonlóan egy új szlenges kifejezés is közösen elfogadott jelentést kap. A fogalmak tehát úgy nyernek jelentést, hogy emberi célokat szolgálnak a gyakorlatban.

## *Hit és cselekvés*

A jelentés bizonytalansága és hajlama a változásra felvetik az igazság kérdését. Bármilyen szó igazságértékét meghatározza az interperszonális információcsere médiumából egy külső területre, a cselekvések és események

<sup>13</sup> A kontextuális megközelítés fő előmozdítója Wittgenstein filozófiai munkája (1958) volt, Ogden és Richards műve (1927) pedig a referenciális megközelítés jó példája, különösen a szimbólum-képzet-referens „referenciális háromszög”.

<sup>14</sup> Félig-meddig tréfásan Hacking (1975, 173) is megjegyzi: „a kommunikáció azért működik, mert nem ugyanazt értjük ugyanazokon a szavakon!”



világába való kivételése. Az igazság kérdése akkor merül fel, ha a szavakat állításokban használjuk, például „Carter demokrata”. Ennek az állításnak az igazságértéke csak akkor határozható meg két vagy több egyén által, ha elérik a jelentés kölcsönös megértésének megfelelő szintjét.

A jelentés és az igazság elválaszthatatlanok egymástól, ha a fogalmakat és kódokat a tapasztalati világ egyes eseményeire alkalmazzuk. Minden ilyen alkalmazás bizonyos feltételek által meghatározott, specifikus helyzetben megy végbe. Azok az állítások, melyek leírják, milyen feltételek esetén helytálló egy fogalom vagy állítás használata, metaállítások, vagyis állítások az állításokról. Egy fogalom csak közvetetten vonatkozhat a „való világra”, mert jelentése – és ennél fogva helyes alkalmazása is – mindig függ a vele együtt használt fogalmakkal való kapcsolatától.<sup>15</sup>

Az, hogy hogyan értjük meg, amit más mond, és mennyire fogadjuk el igaznak, befolyásolja későbbi, egyedüli vagy másokkal közös cselekvésünket. A beszéd, az írás, a vezetés, a késés egy randevúról stb. mind a fizikai világban végbemenő nyílt cselekvés, azaz mások számára érzékelhető információ. Az érzékelés, értelmezés, megértés és hit eredményei csak valamilyen nyílt cselekvés formájában adhatók mások tudtára. Valamilyen cselekvés, az anyag és energia valamiféle átalakítása szükséges ahhoz, hogy információt hozzunk létre. Ebben az értelemben a cselekvés információ, és minden információ cselekvés eredménye. Látjuk tehát cselekvés és információ egységét.

A cselekvés értelmezésre alkalmas különbséget teremt a többi különbség kontextusában, melyek megjelenhettek volna. Az információ alapja tehát az alternatív minták közötti választás lehetősége, amely minták mindegyikének megjelenési valószínűsége nagyobb nullánál. A bizonytalanság csökken, amikor döntést hozunk, vagyis kiválasztunk egy alternatívát a többi lehetőség kontextusából. Az *információt* korábban úgy definiáltuk, mint „anyagenergia-különbség, ami befolyásolja olyan helyzetek bizonytalanságát, amelyekben alternatívák közötti választás szükséges”. Pszichológiai szinten a választás annak eldöntése, hogy milyen fogalmat alkalmazzunk. Minél több és változatosabb fogalom áll rendelkezésre az egyén kognitív rendszerében, annál fejlettebb lesz az egyénnek a környezetében előforduló különbségek érzékelésére való képessége (Kelly 1955).

Az emberi információfeldolgozásban a bizonytalanság fizikai szinten való csökkentésének nincs sok köze a jelentéshez, amely az absztrakció egy magasabb szintjén áll.<sup>16</sup> A fizikai és szemantikai szinten való információfeldolgozás elkülönülése azt jelenti, hogy a bizonytalanság csökkenése és növekedése egy

<sup>15</sup> Wittgenstein (1958) ugyanezt hangsúlyozza, mikor a newtoni mechanikáról beszél: „inkább egy egységes formát adunk a világ leírásának, mint hogy 'bármit is állítanánk' a világról, (hozzátéve, hogy) 'a fizika törvényei ugyanakkor, ha közvetlenül is, de a világ tárgyairól szólnak'” (idézi Toulmin 1972, 173).

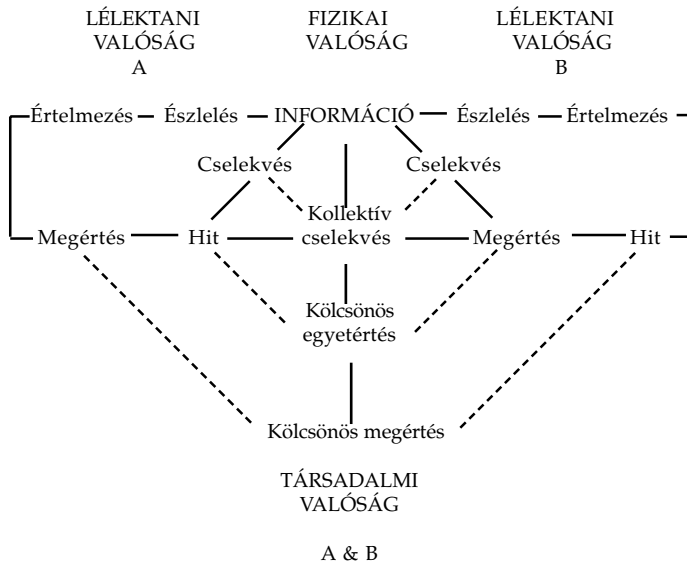
<sup>16</sup> A korábbi információelméleti munkák általános vonása az információfeldolgozás és a jelentésadás nem tiszta elkülönítése.

időben is történhet, csak az információfeldolgozás különböző szintjein. Például egy minta értelmezése, amelyet a *demokrata* szóként érzékelünk, fizikai szinten csökkenti bizonytalanságunkat abban a tekintetben, hogy melyik szóval állunk szemben, pszichikai szinten ugyanakkor növeli bizonytalanságunkat abban a tekintetben, hogy mit jelent a szónak az a bizonyos alkalmazása, amivel találkozunk.

### *A konvergenciamodell alapelemei*

A 3. ábra a kommunikációs folyamat alapelemei közti kapcsolatot mutatja. Három vastag vonal jelzi az információ és cselekvés egységét. Minden információ egy cselekvés következménye (vagy fizikai nyoma), és az emberi információfeldolgozás különböző állomásai után az információ következménye is lehet cselekvés. A konvergenciamodell alapelemei közötti kapcsolatok alapja az egyszerű egység. A kommunikációs folyamatnak nincs kezdete és vége, csak kölcsönös meghatározó kapcsolat van a részek között, melyek jelentést adnak az egésznek.

**3. ábra** *A kommunikáció konvergenciamodelljének alapelemei*



*Forrás:* Kincaid (1979).

Az információ és a kölcsönös megértés a kommunikáció konvergenciamodelljének domináns összetevői. A két vagy több résztvevő között a kommunikációs folyamat során megosztott információ eredménye közös cselekvés, kölcsönös megegyezés és kölcsönös megértés lehet.

Az információ és a kölcsönös megértés a kommunikáció konvergencia-modelljének domináns összetevői. Az egyén szintjén az információfeldolgozás magában foglalja az érzékelést, az értelmezést, a megértést, a hitet és a cselekvést, amely – legalábbis potenciálisan – új, feldolgozható információt eredményez. Ha az információt két vagy több résztvevő *megosztja* egymással, az információfeldolgozás eredménye kölcsönös megértés, kölcsönös megegyezés és közös cselekvés lehet. A 3. ábrán a konvergenciamodell komponensei a „valóság” vagy az absztrakció három szintjén szerveződnek: 1. fizikai, 2. pszichológiai és 3. társadalmi szinten.<sup>17</sup>

Amikor az információ értelmezése és megértése megosztottá válik, már nem egyéni információfeldolgozásról, hanem kommunikációról beszélünk két vagy több egyén között, akiknek közös szándékuk (ha csak egy rövid időre is), hogy megértsék egymást. Hogy a résztvevők valóban konvergálnak-e (vagy divergálnak-e) a kölcsönös megértés felé, azt az empirikus kutatásnak kell kiderítenie. A közös cselekvéshez két vagy több személy cselekvése szükséges, a kölcsönös megegyezés és megértés alapján. Ha két vagy több egyén elhiszi ugyanarról az állításról, hogy érvényes, akkor az konszenzus vagy közös megegyezés révén, amelyhez bizonyos fokú kölcsönös megértés is szükséges, igazzá válik. Terminusaink pozitív jelentéstartalmának azonban nem szabad elfednie a kommunikációs folyamat esetleges másfajta kimeneteleit. Minden elem implikálja önmaga ellentétének lehetőségét is: a félre gondolás, félreértés, félreértelmezés vagy kételkedés csökkenti a kölcsönös megértést, ez pedig egyet nem értéshez és konfliktushoz vezethet (ami szintén egy fajtája a közös cselekvésnek).

A kölcsönös megértésnek és megegyezésnek négy kombinációja lehetséges: 1. kölcsönös megértés és megegyezés, 2. kölcsönös megértés, de egyet nem értés, 3. kölcsönös félreértés, de megegyezés, és 4. kölcsönös félreértés és egyet nem értés.<sup>18</sup>

Mint a legtöbb ábra a kommunikációról, a 3. ábra is csak utalni tud a folyamat dinamikus jellegére. A modell dinamikussá válik, ha figyelembe vesszük két tényezőt: 1. az információfeldolgozással együtt járó bizonytalanságot, illetve 2. a kölcsönös megértést mint a kommunikáció célját. Az infor-

<sup>17</sup> Az emberi érzelmet, amely a társadalomtudomány számára egyfajta rejtély, a konvergenciamodellben mint belső pszichológiai cselekvést vagy az információra való reagálást vettük figyelembe, amely a különbség egy küszöbszintje fölött érzékelhető, és értelmezhető mint bármilyen más, külső vagy belső forrásból származó információ. Az érzelmi reakciók pszichológiai jellemzői hasonlóak, megkülönböztetésük és értelmezésük nagyrészt a situációs kontextustól függ, a jelentés korábban leírt alapelvei szerint. Az érzelem misztériuma főleg megjósolhatatlanságából, valamint értelmezésének és kontrollálásának nehézségéből ered.

<sup>18</sup> McLeod és Chaffee koorientációs modellje (1973) megegyezést, megértést és pontosságot különböztet meg. Pontosság fogalmuk (annak mértéke, hogy egy egyén becslései a másik ismereteit illetően mennyire felelnek meg a másik tényleges gondolatainak) egyenértékű a mi konvergenciamodellünk kölcsönös megértés fogalmával.

mációs áramkörök (vagyis hálózatok), a bizonytalanság és a cél a kibernetikai értelmezés alapelemei. A konvergenciamodell összetevői a kibernetikai értelmezés alapelveinek hozzáadásával válnak dinamikussá (erre a témára később még visszatérünk).

## *A kommunikáció konvergenciamodellje*

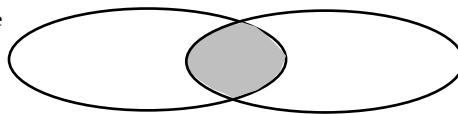
A *kommunikáció* olyan folyamat, melynek során a résztvevők információt hoznak létre és osztanak meg egymással a kölcsönös megértés érdekében.<sup>19</sup> Egy kommunikációs modell tökéletlen, ha csak az üzenetnek az egyik résztvevő általi megértését vizsgálja. A kommunikáció mindig közös esemény, kölcsönös folyamat, információmegosztás két vagy több személy között. Más szavakkal, a kommunikáció mindig kapcsolatot feltételez. A *kommunikációs hálózat* egymással kölcsönösen összekapcsolt egyénekből áll, akiket az információ bizonyos minta szerinti áramlása köt össze. Ez az információmegosztás idővel az individuumok egymáshoz való konvergálását vagy egymástól való divergálását fogja eredményezni a valóság közös megértése terén. *Valóság* alatt nem magát a fizikai valóságot értjük, melyhez az egyéneknek nincs közvetlen hozzáférésük, hanem inkább információkat a fizikai valóságról. Az egyén és környezete közötti interakcióban az információ közvetít, amely nagyrészt nem a fizikai valóságra, hanem további információkra utal. A létrehozott és megosztott szimbolikus információ megfelelő és kölcsönös megértése minden más szociális és kollektív cselekvés előfeltétele.

Bár a kommunikáció célja és elsődleges funkciója a kölcsönös megértés, ez tökéletesen soha nem valósulhat meg, az információcserével szükségképpen együtt járó bizonytalanság miatt. Egy bizonyos témáról szóló információk többszöri megosztása növelheti a kölcsönös megértést, de tökéletessé nem teheti. Szerencsére a legtöbb esetben erre nincs is szükség. Általában a kommunikáció véget ér a kölcsönös megértésnek az adott feladathoz szükséges szintjének elérésekor. A kölcsönös megértés mértékét két vagy több, egymást metsző körrel ábrázolhatjuk, melyek azt reprezentálják, hogy az egyik résztvevő becslései a másik jelentéseivel kapcsolatban mennyire fedik annak tényleges jelentéseit. Az átfedést, vagyis a kölcsönös megértés mértékét sötét szín jelzi a 4. ábrán. A résztvevők megértéseinek egymás felé konvergálása sohasem fejeződik be, soha nem fedik egymást teljesen. A megértéshez szükséges kódok és fogalmak a tapasztalatból származnak. Ebből következően a résztvevőknek a megértéshez használt fogalomrendszerei csak hozzávetőlegesen, bizonyos hibahatáron belül egyeznek meg egymással.

A kölcsönös megértés mindkét (vagy több) részről döntések sorozata, amely a bizonytalanságon alapszik. A bizonytalanság mindig magában hordozza a hiba lehetőségét (például: „Tényleg erre gondol A?”). Sajnos, a *hiba* és *bizonytalanság* szavaknak negatív konnotációi vannak. Bronowski (1973) javasolja a *tolerancia* kifejezést a standard pontosságnak még megfelelő variációk összességére.

#### 4. ábra A kommunikáció mint a kölcsönös megértés felé való konvergálás

A résztvevők megértése



B résztvevők megértése

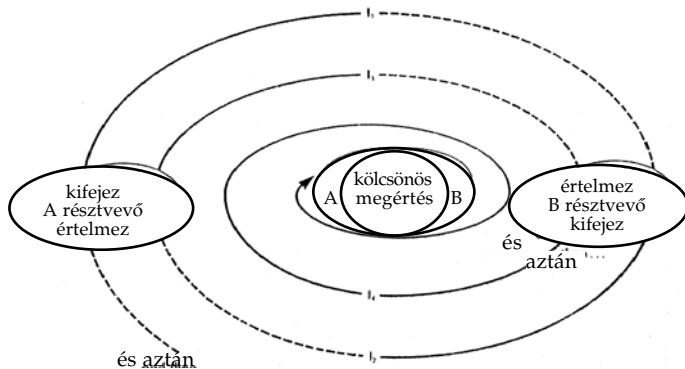
A & B kölcsönös megértése

Forrás: Kincaid és Schramm (1975).

Az információcsere többszöri ismétlésével a kommunikációs folyamat résztvevői konvergálhatnak egymás jelentéseinek mind nagyobb kölcsönös megértésére, nagyobb pontosságot érhetnek el, és bekerülhetnek az adott szándék eléréséhez szükséges toleranciahatáron belülre. Egy bomba hatástalanításán dolgozó két tűzserész esetében ez a toleranciahatár rendkívül szűk. Nagyon magas szinten kell érteniük egymást. Ha viszont valaki azt próbálja elmagyarázni nekünk, hogy milyen szép idő van odakint, sokkal tágabb hibahatárt tudunk elfogadni a kölcsönös megértéshez. Az utóbbi szituáció lehetséges következményei nem indokolnak olyan magas elvárásokat, mint az előző helyzetben.

Csak úgy tudhatjuk meg, hogy egy másik egyén hogyan ért meg egy helyzetet, ha megosztja velünk az információit, és megfordítva. Több információcsere-ciklus után a résztvevők témát válthatnak. A kommunikációs folyamat 5. ábrán látható modellje a kölcsönös megértés konvergens, valamint az információcsere ciklikus jellegét mutatja be.

#### 5. ábra A kommunikáció konvergenciamodellje



A kommunikáció olyan folyamat, melynek során a résztvevők információt hoznak létre és osztanak meg egymással a kölcsönös megértés érdekében. Ez a ciklikus folyamat a két vagy több résztvevő között áramló információknak való jelentésadásokból áll a konvergencia felé történő haladás közben. A konvergencia két vagy több résztvevőnek egyazon pont felé történő haladása, vagy egy egyén mozgása egy másik felé, hogy egy közös érdekből egyesüljenek.

Forrás: Kincaid és Schramm (1975), valamint Kincaid (1979).

A kommunikációs folyamat „asztán”-nal kezdődik, hogy emlékeztessen arra, hogy a folyamat vizsgálatának megkezdése előtt is történt valami. Az A résztvevőnek nem kell ezt feltétlenül figyelembe vennie, amikor információt (I1) oszt meg B résztvevővel. Ennek az egyének érzékelnie és értelmeznie kell az információt, amelyet A létrehozott, hogy gondolatát kifejezze, majd válaszolhat, információ létrehozásával (I2), melyet megoszt A-val. A értelmezi az új információt, majd megint kifejezi magát, több információt (I3) szolgáltatva a témáról. B ezt az információt is értelmezi, és a folyamat folytatódik (I4...In), amíg mindketten úgy nem érzik, hogy a kölcsönös megértésnek az adott feladathoz szükséges hatékony szintjére értek. Minden résztvevő a saját információit is értelmezi, önmaga jobb megértéséhez, és hogy hatékonyabb módját keresse önmaga kifejezésének. Ezért nincsenek az ábrán egyik résztvevőtől a másikhoz mutató nyilak. Mindkét résztvevő megosztja az információt.

Ahogy a modell is sugallja, a kölcsönös megértés sohasem tökéletes. A nyelv jelentése soha nem teljes. Mindig marad valamennyi bizonytalanság és hiba, ahogy a nyelv folyamatosan fejlődik, éppen a kommunikáció folyamatán keresztül.

A *konvergencia* nem statikus fogalom. A létező kommunikációs modellek fejlesztésének egyik fő akadály a dinamikus természetét megfelelően visszaadó elnevezések hiánya. A konvergencia dinamikus: mindig feltételez mozgást és célt vagy szándékot. Szükséges hozzá a változás mértékének és irányának tanulmányozása, valamint az információt cserélő két vagy több személy hálózatáé. Az egy irányba, egy pont felé való mozgás mindig implikálja a más pontoktól elfelé való mozgást (divergencia). A konvergencia és a divergencia ugyanannak a folyamatnak két aspektusa. Mint korábban már említettük, a kommunikációban mindig benne van a félreértés, az egyet nem értés, a divergencia lehetősége.

Konvergencia csak két személy *között* lehetséges. Modellünk arra kényszerít bennünket, hogy tanulmányozzuk a kapcsolatokat, különbségeket, hasonlóságokat és ezeknek a kapcsolatoknak az időbeli változásait. Az elemzés legkisebb egysége a pár, amelynek tagjait valamilyen módon összeköti a köztük áramló információ. A párokból kiindulva a kutató kiterjesztheti az elemzést a résztvevők személyi hálózatára, csoportokra és nagy, teljes hálózatokra.

Hogyan vezet a kommunikáció csoportok kialakulásához? Hogyan járul hozzá egymástól divergáló frakciók szerveződéséhez a hálózaton belül? Milyen típusú kommunikáció (vagy más esemény) szükséges a konvergenciának divergenciává alakításához, és fordítva? Ezek a kérdések a kommunikáció konvergenciamodelljének és a kommunikációkutatás hálózati megközelítésének érintkezési felületén vetődnek fel.

# 1.2. Média – a tapasztalati és a tapasztalatokon túli világ

Walter Lippmann

## A külvilág az elménkben

(Részlet)

A közvélemény vizsgálódását tehát azzal kell kezdenünk, hogy felismerjük a háromszögű összefüggést a cselekvés színtere, a színtérről alkotott emberi kép és a kép által kiváltott emberi reagálás között, amely utóbbi visszahat a cselekvés színterére. Olyan ez, mint a színészek saját tapasztalata alapján megírt színdarab, amelynek cselekménye a színészek valós életében játszódik le, és nem csak a színpadi szerepekben. A film gyakran nagy ügyességgel hangsúlyozza ki a belső indítéknak és a külső viselkedésnek ezt a kettős drámáját. Két férfi veszekedik, látszólag valami pénzen, szenvedélyességük azonban megmagyarázhatatlan. Azután elhalványul a kép, és azt játsszák el, amit a két férfi közül az egyik vagy a másik lelki szemei előtt lát. Az asztalnál pénzen veszekedtek. Emlékezetükben újra ifjúságukat élik, amikor a leány elhagyta az egyiket a másikért. Megvilágosodott előttünk a külső dráma: a hős nem kapzsi, a hős szerelmes.

Egy hasonló jelenet játszódott le az amerikai szenátusban 1919. szeptember 29-én reggel. Egyes szenátorok reggelizőasztaluk mellett egy híradást olvastak a *Washington Post* című lapban arról, hogy az amerikai haditengerészek partra szálltak Dalmáciában. Az újságban ez állt:

Most már bebizonyosodott tények

A következő fontos tények már bebizonyosodottnak látszanak. Az Adrián állomásozó amerikai tengeri erők parancsnokához, Andrews ellentengernagyhoz a Brit Tengerészeti Minisztériumtól érkezett a parancs a haditanácson és a Londonban tartózkodó Knapps ellentengernagyon keresztül. Az Amerikai Tengerészeti Minisztérium beleegyezését vagy ellenvetését nem kérték ki...

Daniels tudomása nélkül

Daniels meglehetősen furcsa helyzetbe került azzal, hogy az ideérkezett távirati jelentések szerint azok az erők, amelyek felett állítólagosan kizárólagos ellenőrzést gyakorol, az ő tudomása nélkül tengeri hadviselés jelleget öltő műveleteket folytatnak. Teljes mértékben tisztában voltunk azzal, hogy a Brit Tengerészeti Minisztérium esetleg parancsot óhajt adni Andrews ellentengernagynak, hogy cselekedjék Nagy-Britannia és szövetségeseinek nevében, minthogy a helyzet áldozatot követelt valamelyik nemzet részéről, ha D'Annunzio híveit sakkban akarták tartani. Azzal is tisztában voltunk,

hogy az új népszövetségi terv keretében külföldieknek módjukban lenne az amerikai tengeri erők sürgős esetben való irányítása akár az Amerikai Tengerészeti Minisztérium beleegyezésével, akár a nélkül... stb.

Az első felszólaló Knox szenátor volt, Pennsylvaniából. Felháborodottan vizsgálat indítását követeli. Amíg Knox felháborodottan tudni óhajtja, hogy igaz-e a jelentés, addig Brandages, fél perccel később, már azt szeretné tudni, mi történék, ha haditengerészek estek volna áldozatul. Knox, akit foglalkoztatott ez a kérdés, megfeledekzik arról, hogy vizsgálatot kért, és válaszol. Ha amerikai haditengerészeket öltek meg, ez háborút jelentene. A vita még mindig feltételes módon folyik. A továbbiakban McCormich illinoisai szenátor arra hívja fel a szenátus figyelmét, hogy a Wilson-kormányzat hajlamos kisebb nem hivatalos háborúk folytatására. Megismétli Theodore Roosevelt szellemes mondását a „béke folytatásáról”. Újabb vita. Brandages megjegyzi, hogy a haditengerészek „valamilyen valahol székelő Legfőbb Tanács utasítására” cselekedtek, de nem emlékszik arra, hogy ki képviseli az Egyesült Államokat ebben a testületben. Ilyen Legfelsőbb Tanácsot nem ismer az Egyesült Államok alkotmánya. Ezért a New Indiana-i szenátor ténymegállapítási indítványt tesz.

Mind ez ideig a szenátorok homályosan még mindig felismerik, hogy kósza hírről tárgyalnak. Jogászok lévén, még emlékeznek az evidencia egyes formáira. Hús-vér emberként azonban már teljesen átérzik azt a felháborodást, amit méltán kiválthat az a tény, hogy amerikai haditengerészeket háborúba küldött egy idegen kormány, még hozzá a Kongresszus hozzájárulása nélkül. Érzelmi alapon hinni is akarnak ebben, mert a republikánusok ellenzik a Népszövetség gondolatát. Ez azután magával sodorja a demokraták vezetőjét, Hitchcock nebraskai szenátort. Megvédelmezi a Legfelsőbb Tanácsot: a háborús felhatalmazás alapján működött. A békét még nem kötötték meg, mivel a republikánusok halogatják. Ennek alapján az akció szükségszerű és törvényes volt. Most már mind a két fél feltételezi, hogy igaz a jelentés, és az ennek alapján levont következtetések pártállásukat tükrözik. Ez a rendkívüli feltevés azonban egy olyan vitában alakult ki, amelyben a feltevés igaz voltának kivizsgálására vonatkozóan előterjesztett határozati javaslatot tárgyalták. Ebből kitűnik, hogy még tapasztalt jogászok számára is mennyire nehéz felfüggeszteni a reagálást a válasz megérkezéséig. A reagálás spontán. A fikciót igazságnak tekintik, mivel a fikcióra nagy szükségük van.

Néhány nappal később egy hivatalos jelentésből kitűnt, hogy a haditengerészek nem a brit kormány vagy a Legfelsőbb Tanács parancsára szálltak partra. Nem az olaszok ellen harcoltak. Az olasz kormány felkérésére szálltak partra, hogy megvédjék az olaszokat, és ezért az olasz hatóságok hivatalosan köszönetet mondtak az amerikai parancsnoknak. A haditengerészek nem álltak háborúban Olaszországgal. A kialakult nemzetközi gyakorlat szerint cselekedtek, aminek semmi köze nem volt a Népszövetséghez.



Az akció színtere az Adriai-tenger volt. E színtér képét a washingtoni szenátorok elméjében, ez esetben valószínűleg tudatos csalási szándékkal, egy olyan ember alakította ki, akit egyáltalán nem érdekelt az Adriai-tenger, de annál inkább a Népszövetség elleni harc. Erre a képre a szenátus a Népszövetséggel kapcsolatos pártellentétek megerősödésével reagált.

Nincs szükségünk annak eldöntésére, hogy ebben a szóban forgó esetben normális standardján felül vagy alul cselekedett-e a szenátus. Az sem lényeges a mi szempontunkból, hogy a szenátus kedvezően állja-e meg a helyét a Házzal, vagy bármely más parlamenttel összehasonlítva. Ebben a pillanatban csak arra szeretnék gondolni, hogy az emberek világméretekben mindenütt hatást fejtenek ki környezetükre, az álkörnyezettől kapott ingerek indítéka alapján. Mert még abban az esetben is, ha teljes mértékben kirekesztjük a szándékos csalás esetét, az államtudománynak még mindig számolnia kell olyan tényekkel, mint amikor két nemzet támadást intéz egymás ellen, mindegyik abban a meggyőződésben, hogy önvédelemből cselekszik, vagy amikor két hadban álló osztály közül mindegyik bizonyos abban, hogy a közös érdek nevében beszél. Erre valószínűleg azt fogjuk mondani, hogy két külön világban élnek. Pontosabban azonban ugyanabban a világban élnek, de külön-külön világban gondolkodnak és éreznek.

Ezekhez a külön világokhoz, vagyis ezekhez a magánjellegű vagy csoport, vagy osztály, vagy vidék, vagy foglalkozás, vagy nemzet, vagy szekta formálta mesterséges képződményekhez viszonyul az emberiség politikai alkalmazkodása a Nagy Társadalomban. Sokféleségüket és bonyolultságukat lehetetlen leírni. Mégis igen nagy részben ezek a fikciók határozzák meg az emberek politikai viselkedését. Talán ötven szuverén parlamentre kell gondolnunk, amelyek legalább száz törvényhozó testületből állnak. Ezekhez tartozik legalább ötven hierarchiája a tartományi és városi gyűléseknek, amelyek végrehajtási, igazgatási és törvényhozási szerveikkel egyetemben a formális hatóságokat alkotják a földön. Ebből azonban még mindig nem tárul fel a politikai élet bonyolultsága. Mert e számtalan hatósági intézmény mindegyikében ott vannak a pártok, amelyek maguk is az osztályokban, szekciókban, klikkekben és érdekszövetségekben gyökerező hierarchiákat alkotnak, azokon belül pedig az egyes politikusok, akik mind az összeköttetés, emlékezés, félelem és remény szövédékeként egyéni gócai.

Ilyen vagy olyan módon, gyakran szükségszerűen homályos okoknál fogva, uralmi helyzet, kompromisszum vagy kölcsönös engedmények eredményeként parancsok indulnak ki ezektől a politikai testületektől, amelyek hadseregeket hoznak mozgásba, vagy békét csinálnak, katonát szednek, adót vetnek ki, száműzetésbe küldenek embereket, bebörtönöznek másokat, megvédik a magántulajdont vagy elkobozzák, megkönnyítik a bevándorlást vagy megnehezítik, javítják a hírközlést vagy megcenzúrázzák, iskolákat alapítanak, hajóflottákat építenek, „politikát” hirdetnek meg vagy a „sors” nevében nyilatkoznak, gazdasági sorompókat állítanak fel, vagyont szereznek vagy túladnak

rajta, egyik népet a másik uralma alá helyezik, egyik társadalmi osztályt előnyben részesítik valamely másikkal szemben. Ezeknek a döntéseknek mindegyikéhez a tényekről alkotott valamilyen nézetet mérvadónak kell tekinteni, a körülményekről alkotott valamilyen nézetet a következtetés alapjaként és az érzelem serkentőjeként kell elfogadni. Melyik nézetet, és miért éppen azt?

De még ezzel nem kezdjük kimeríteni a reális bonyolultságot. A formális politikai struktúra társadalmi környezetben helyezkedik el, amelyben számtalan kisebb-nagyobb testület és intézmény, önkéntes és félig önkéntes egyesület, országos, tartományi, városi és kerületi csoportosulás tevékenykedik, és igen gyakran ezek hozzák azt a döntést, amelyet a politikai testület regisztrál. Min alapulnak ezek a döntések?

„A modern társadalom – írja Chesterton – eleve ingatag, mert arra az elképzelésre épül, hogy mindenki ugyanazt fogja tenni különböző okok fennforgása esetén... és amint bármely fegyenc fejében egy teljesen magányos bűn pokla éghet, ugyanúgy bármely külvárosi tisztviselő házában, illetve kalapja alatt egy teljesen különálló filozófia lappanghat. Az egyik ember esetleg teljesen materialista, aki úgy érzi, hogy teste ijesztő gép, amely szellemét kitermeli. Az ilyen ember úgy hallgathatja gondolatait, mint egy óra unalmas ketyegését. A szomszéd talán a Christian Science (Keresztény Tudomány) nevű szekta tagja, és saját árnyékánál valamivel kevésbé lényegesnek tekinti testét. Odáig juthat, hogy szinte káprázatnak tekinti saját kezét-lábát, mint a delirium tremens bódulatában látott tekerdő kígyókat. A harmadik ember az utcában esetleg nem »keresztény tudós«, hanem éppen ellenkezőleg, keresztény. Ahogy szomszédai mondanák, tündérvilágban él, egy titkos, de számára valóságos tündérvilágban, amely telis-tele van földöntúli arcokkal és jelenségekkel. A negyedik ember esetleg teozófus, és nagyon valószínű, hogy egyben vegetáriánus is; és igazán nem tudom, miért ne engedném meg magamnak azt a szeszélyes gondolatot, hogy az ötödik ember pedig ördögimádó... Mármost, függetlenül attól, hogy ez a fajta változatosság értékelhető-e, vagy sem, ez a fajta egység mindenesetre ingatag... Azt várni, hogy mindenki mindig eltérően gondolkodik továbbra is, és mégis ugyanazokat a dolgokat cselekszi, igen kétes spekuláció. Azt jelenti, hogy nem közösségre, még csak nem is konvenciókra alapozzuk a társadalmat, hanem a véletlenek találkozására. Előfordulhat, hogy négyen összetalálkoznak ugyanannál a lámpaoszlopnál: egyikük borsózöldre akarja mázolni a nagy városi reform szerves részeként; egy másik breviáriumát akarja olvasgatni a lámpa fényénél; a harmadik azért jött oda, hogy alkoholmámoros lelkesedési rohamában esetlen buzgalommal átölelje; a negyedik pedig csak egyszerűen azért, mert a borsózöldre festett lámpaoszlop kiválóan alkalmas arra, hogy oda adjon találkoztót szíve hölgyének. Oktalan dolog lenne azonban azt várni, hogy ez estéről estére megismétlődjék...”<sup>1</sup>

<sup>1</sup>G. K. Chesterton: *The Mad Hatter and the Sane Householder* (Az őrült spanyol és a józan családtya). Vanity Faier, 1921. január, 54.

A lámpaoszlopnál álló négy ember helyébe helyettesítsük be a kormányokat, a pártokat, a testületeket, a társaságokat, a szociális rétegeket, a szakszervezeteket és érdek-képviselői szerveket, egyetemeket, szektákat és a világ nemzetiségeit. Gondoljunk arra a törvényhozóra, aki olyan jogszabályt szavaz meg, amely távoli népek életére hat ki, gondoljunk a döntést hozó államférfiúra. Gondoljunk a békekonferenciára, ahol újrendezik az európai határokat, egy idegen országban működő nagykövetre, aki igyekszik megkülönböztetni saját kormányának szándékait a külföldi kormány szándékaitól, egy háborút követelő szerkesztőre, egy lelkészre, aki a szórakozások megrendszabályozására hívja fel a rendőrséget, egy klub társalgójára, ahol éppen sztrájkra határozzák el magukat, egy varrókörre, ahol az iskolák megreformálására készülődnek, kilenc bíróra, akik arról döntenek, vajon egy oregoni törvényhozó testületnek jogában áll-e megszabni a nők foglalkoztatásának idejét, egy minisztertanácsra, amelyen valamely idegen kormány elismeréséről döntenek, egy pártkongresszusra, ahol jelöltet választanak és politikai programot tűznek ki, huszonhétmillió választópolgárra szavazás közben, egy Corkban élő írre, amint éppen egy Belfastban élő írre gondol, a Harmadik Internacionáléra, amely az egész emberi társadalom átszervezését tervezi, egy vállalati igazgatósági ülésre, ahol az alkalmazottak követeléseivel foglalkoznak, egy pályaválasztás előtt álló fiatalra, a következő idény keresleti és kínálati esélyeit mérlegelő kereskedőre, a piac várható alakulásán töprengő tőzsdésre, egy új vállalkozás hitelkérelmének teljesítését latolgató bankárra, a hirdetőkre, a hirdetések olvasóira... Gondoljunk a sokféle amerikaira, amint a „Brit Birodalom”, „Franciaország”, „Oroszország” vagy „Mexikó” maga alkotta fogalmára gondol. Nem is olyan nagyon különbözik a kép attól a látványtól, amelyet Chesterton négy embere nyújt a borsózöld lámpaoszlopnál.

## 6.

Ezért mielőtt megvizsgálnánk az emberek velük született különbségeit, nem tesszük helytelenül, ha először arra fordítjuk figyelmünket, hogy megnézzük, milyen roppant különbségek vannak az egyes emberek között a világról szerzett ismeretekben<sup>2</sup>. Nem vonom kétségbe, hogy vannak jelentős biológiai különbségek. Minthogy az ember az állatvilágba tartozik, különös is lenne, ha nem lennének. Gondolkodó lényekről lévén szó, mindazonáltal nagyon felületes dolog lenne általánosságokba bocsátkozni az emberek viselkedésének összehasonlítását illetően, amíg nem találunk mérhető hasonlóságot azok között a környezetek között, amelyekre viselkedésükkel reagálnak.

Ennek a gondolatnak az a gyakorlati értéke, hogy nagyon is szükséges kifinomultságot vezet be a természetről és a nevelésről, a veleszületett tulaj-

<sup>2</sup> Vö. Wallas: *Our Social Heritage* (Társadalmi örökségünk), a 77. oldaltól kezdve.

donságokról és a környezetről régóta folyó vitába. Mert az álkörnyezet az „emberi természetből” és a „körülményekből” összetevődő hibrid termék. Nézetem szerint ebből kitűnik, hogy mennyire haszontalan dolog csalthatatlanság kinyilatkoztatásokat tenni arról, hogy milyen az ember és mindenkor is milyen lesz annak alapján, amit észlelésünk szerint cselekszik, illetve arról, hogy melyek a szükségszerű társadalmi viszonyok. Mert nem tudjuk, hogy az emberek miként viselkednének a Nagy Társadalom tényeivel szemben. Valójában mindössze annyit tudunk, hogy milyen viselkedéssel reagálnak arra, amit felelősségünk tudatában a legjobb akaratukkal is csak a Nagy Társadalomról alkotott igen tökéletlen képnek nevezhetünk. Ilyen evidencia alapján lelkiismeretlenség lenne következtetnünk akár az emberre, akár a Nagy Társadalomra.

Vizsgálódásunk vezérfonala tehát a következő lesz. Abból a feltevésből indulunk ki, hogy amit az egyes emberek cselekednek, az nem közvetlen és biztos ismeretekre, hanem saját maguk alkotta, illetve másoktól kapott elképzeléseken alapul. Ha az atlaszában azt olvassa, hogy lapos a világ, akkor nem fog annak közelébe hajózni, amit bolygónk szélének hisz, mert fél, hogy leesik. Ha a térképen ott szerepel az örök ifjúság forrása, akkor akad majd egy Ponce de Leon, aki a keresésére indul. Ha valaki aranynak látszó sárga agyagra bukkan, akkor egy ideig pontosan úgy fog cselekedni, mintha aranyat talált volna. A világról alkotott elképzelésük módja fogja mindenkor meghatározni, hogy mit fognak cselekedni az emberek. Azt azonban, hogy mi lesz cselekedeteik következménye, nem ez határozza meg. Erőfeszítéseiket és érzelmeiket határozza meg, nem pedig vívmányaikat és eredményeiket. Pontosán ugyanazok, akik lehangosabban hirdetik „materializmusukat” és az „ideológusok” iránt érzett megvetésüket – a marxista kommunisták –, ugyan mire alapozzák minden reményüket? Arra, hogy propaganda segítségével egy osztálytudatos csoportot alakítsanak ki. A propaganda azonban mi lenne egyéb, mint erőfeszítés annak a képnek a megváltoztatására, amelyre az emberek reagálnak, az egyik társadalmi sémának egy másik sémával való helyettesítésére? Mi az osztályöntudat, ha nem a világ érzékelésének egyik módja? A nemzeti öntudat pedig egy másik módja? Giddings professzor rokonságtudata pedig annak a hiedelemnek a folyománya, hogy a sokaság között egyeseket határozottan rokon lelkeknek ismerünk fel?

Kísérjük meg a társadalmi életet az élvezetek követéseként és a fájdalom kerüléseként értelmezni. Hamarosan azt fogjuk mondani, hogy a hedonistának ebben a tekintetben semmi kétsége sincs, de még ha feltételezzük is, hogy az ember valóban ezeket a célokat követi, akkor is érintetlenül marad az a sarkalatos kérdés, hogy miért gondolja az élvezetekhez vezető utak közül az egyiket valószínűbbnek a másiknál. Vajon a lelkiismeret útmutatása magyarázatul szolgál-e? Akkor ugyan mivel magyarázható, hogy pontosan olyan a lelkiismerete az illetőnek, mint amilyen? Netán a gazdasági önérték elméletével? De miért fogják fel az emberek saját érdeküket inkább

az egyik módon, mint valamely más módon? Biztonságra vagy megbecsülésre, vagy uralkodásra vágyódnak, vagy esetleg arra, amit – eléggé ködösen – énjük kiélésének szokás nevezni? Miként fogják fel biztonságukat, mit tekintenek megbecsülésnek, hogyan képzelik el az uralkodás eszközeit, illetve milyen fogalmuk van arról az énjükről, amelyet kiélni kívánnak? Élvezet, fájdalom, lelkiismeret, szerzésvágy, védettség, előmenetel, fölény, ezek a fogalmak kétségtelenül kapcsolatba hozhatók az emberi cselekedetek bizonyos megnyilvánulásaival. Esetleg ösztönös hajlamok készítenek őket ilyen célok felé. Azonban sem a cél megállapítása, sem az elérésére törő tendenciák bármilyen leírása sem képes magyarázatot adni a viselkedésre. Már maga az a tény, hogy az emberek elméleteket építenek ki, egymagában is bizonyítja, hogy az álkörnyezet a világról alkotott belső kép, meghatározó tényezője a gondolatnak, érzelemnek és cselekvésnek. Amennyiben ugyanis a valóság és az emberi reagálás között közvetlen és azonnali kapcsolat lenne, nem pedig közvetett és következtetett reláció, akkor a határozatlanság és a kudarc ismeretlen fogalom lenne, és (ha mindnyájan olyan kényelmesen helyezkednénk el a világban, mint a magzat az anyaméhben) Bernard Shaw nem jelenthette volna ki, hogy az élet első kilenc hónapjának a kivételével egyetlen emberi lény sem képes olyan jól intézni az ügyeit, mint egy növény.

Ezzel kapcsolatban merül fel a legnagyobb nehézség a pszichoanalitikai sémának a politikai gondolkodásra való alkalmazását illetően. Freud követői azzal a problémával foglalkoznak, hogy egyes egyének képtelenek más egyénekhez és a konkrét körülményekhez alkalmazkodni. A pszichoanalitikusok feltevése szerint e belső kisiklás helyreigazítása esetén jóformán teljesen problémamentes lenne ennek a nyilvánvalóan normális kapcsolatnak a felvétele. A közvélemény tárgyát azonban közvetett, láthatatlan és talányos tények képezik, és ezek mindennek mondhatók, csak éppen nyilvánvalónak nem. A közvélemény tárgykörébe tartozó helyzetek csak nézetek alakjában ismeretesek. A pszichoanalitikus viszont csaknem mindig abból a feltevésből indul ki, hogy a környezet megismerhető, ha pedig nem megismerhető, akkor legalábbis elviselhető bármely tiszta elme számára. Éppen ez a feltevés a probléma a közvéleményt illetően. A könnyen megismerhető környezet feltételezése helyett a szociológus elsősorban annak vizsgálatával foglalkozik, hogy miként érzékelik az emberek a tágabb politikai környezetet, és miként lehetne eredményesebben érzékelni. A pszichoanalitikus egy  $x$ -hez való alkalmazkodást vizsgál, amit ő környezetnek nevez; a szociológus pedig az általa álkörnyezetnek nevezett  $x$ -et tanulmányozza.

A szociológus persze örök lekötöztetjé az új pszichológiának, mégpedig nemcsak azért, mert helyes alkalmazása esetén olyan nagy segítséget nyújt az embereknek ahhoz, hogy a maguk lábán álljanak, bármi lett legyen is, hanem azért is, mert az álmok, a fantázia és a racionalizálás tanulmányozása révén rávilágított arra, hogy miként alakul ki az álkörnyezet képzelete. A szociológus azonban nem tekintheti kritériumnak sem azt, amit a fennálló tár-

sadalmi renden belül „normális biológiai pályafutásnak”<sup>3</sup> szoktak nevezni, sem a „vallási tilalmaktól és dogmatikus konvencióktól mentes”, társadalmi renden kívüli pályafutást.<sup>4</sup> Mi lenne tehát a szociológus szempontjából a normális társadalmi pályafutás? Vagy mi lenne a tilalmaktól és konvencióktól mentes életpálya? A konzervatív kritikusok kétségtelenül az elsőt, a romantikusok pedig a másodikat tételezik fel. Ezzel a feltevéssel azonban az egész világot eleve meghatározottnak tekintik. Ezzel valójában azt mondják, hogy a társadalom olyasmi, ami a normálisról alkotott fogalmuknak felel meg, illetve hogy olyasmi, ami a szabadságról alkotott fogalmuknak felel meg. Mindkét fogalom csak vélemény, mégpedig a közvéleményt tükröző vélemény, és noha a pszichoanalitikus mint orvos, esetleg ilyen álláspontra helyezkedhet, a szociológusnak azonban nem szabad a pillanatnyi közvélemény termékeit kritériumként alkalmaznia a közvélemény kérdésének tanulmányozásánál.

## 7.

A politikai cselekvés világa érzékszerveinkkel fel sem fogható. Csak feltárás, tudósítások és a képzelet útján közelíthetjük meg. Az ember nem arisztotelészi isten, hogy egyetlen pillantásával az egész életét átfogja. Evolúciós folyamat során kialakult élőlény, amely éppen hogy csak a valóságnak életben maradásához szükséges részletét képes befogni, és az idők végtelenjéhez képest csak néhány szempillantásnyi élesen látást és boldogságot képes magának szerezni. Mégis, ugyanez az élőlény feltalálta a módját annak, hogy lássa, ami szabad szemmel láthatatlan, hallja, ami füllel nem hallható, roppant nagysága és végtelen kicsinységű tömegek súlyát határozza meg, és több tételt számláljon meg és különítsen el, mint amennyire egyedileg emlékezni képes. Megtanulja elméjével látni a világ olyan hatalmas részleteit, amit egyébként sohasem lenne képes látni, tapintani, szagolni, hallani vagy emlékezetében tartani. Fokozatosan hitelt érdemlő képet alkot magának elméjében a megfoghatatlan világról.

A külvilágnak azokat a képleteit, amelyekkel más emberi lények viselkedésével kapcsolatban dolgunk akad, amennyiben ez a viselkedés keresztezi a miénket, tőlünk függő vagy érdekel bennünket, nagy általánosságban közügyeknek szoktuk nevezni. Az ezeknek az emberi lényeknek elméjében levő, önmagukról, másokról, szükségleteikről, szándékaikról és kapcsolataikról alkotott képek az emberek közügyekről alkotott véleményét jelentik. Az embercsoportok vagy a csoportok nevében cselekvő egyének cselekvésének alapjául szolgáló képek összessége alkotja a közvéleményt. Így a következő fejezetekben mindenekelőtt annak az okát fogjuk vizsgálni, miért van az, hogy a belső kép olyan gyakran félrevezeti az embereket a

<sup>3</sup> Edward J. Kempf: *Psychopathology* (Kórlélektan), 116.

<sup>4</sup> Uo. 151.

külvilággal kapcsolatos ügyek intézésében. Ennek keretében mindenekelőtt a tényekhez férkőzést korlátozó legfontosabb tényezőket fogjuk szemügyre venni. Ilyen tényező a mesterséges cenzúra, a társadalmi érintkezés korlátai, a közügyek figyelemmel kíséréséhez naponta rendelkezésre álló, aránylag csekély idő, az események igen rövid híradásokba sűrítésének kényszerűségéből eredő torzulás, a bonyolult világ kis szókinccsel történő kifejezéséből eredő nehézség, végezetül pedig az emberek életének szokványos menetét fenyegetni látszó tényektől való félelem.

Az elemzés ezután ezekről a többé-kevésbé külső korlátozó tényezőkről a felé a kérdés felé fordul, miként befolyásolják ezt a külvilágból átszivárgó híryanagot az elraktározott képzetek, előre megalkotott vélemények és előítéletek, amelyek ezt a híryanagot értelmezik, kiegészítik és a maguk részéről erőteljesen irányítják figyelmünk játékát, sőt látásmódunkat is. Ezek után annak vizsgálatára térünk rá, hogy miként alakul át ez a külvilágból érkezett korlátozott híryanag az egyénben sztereotip kifejezések témájává, miként azonosul az egyén által érzett és felfogott önérdékkel. Az ezt követő részben azt vizsgáljuk, hogy miként kristályosodik ki az egyéni nézetekből az ún. közvélemény, és miként alakul ki a nemzeti akarat, a csoportszellem, a társadalmi szándék, vagy ahogyan éppen nevezni akarjuk.

Az első öt rész alkotja könyvünk leíró anyagát. Ezután a közvéleményre vonatkozó hagyományos demokratikus elmélet elemzése következik. Okfejtésünknek az a lényege, hogy a demokrácia eredeti formájában sohasem nézett komolyan szembe az abból eredő problémával, hogy az emberek elméjében élő képek nem felelnek meg automatikusan a külvilágnak. Azután pedig, mivel a demokratikus elméletet bíráló ér a szocialista gondolkodók részéről, vizsgálat tárgyává tesszük e leghaladóbb és legátfogóbb ilyen jellegű kritikát, az angliai guild szocialisták kritikáját. Ezzel annak felderítése a szándékom, hogy ezek a reformerek figyelembe veszik-e a közvéleménnyel kapcsolatos fő nehézségeket. Arra a következtetésre jutok, hogy éppen úgy figyelmen kívül hagyják a nehézségeket, mint az eredeti demokraták, minthogy ők is azt feltételezik, még hozzá egy sokkal bonyolultabb civilizációban, hogy valamilyen misztikus módon benne él az emberek szívében a rajtuk kívül álló világ ismerete.

Niklas Luhmann

## A tömegmédiá valósága

(Részlet)

### A tömegmédiá funkciója

Ha ennek az elemzésnek az alapján valaki a tömegmédiá társadalmi funkciójáról akar megtudni valamit, vissza kell térnie egy alapvető különbséghez, nevezetesen az *operáció* („művelet”) és *obszerváció* („megfigyelés”) különbségéhez. Az operáció olyan események tényszerű történése, melyek reprodukciójából következik a rendszer önszervező alapelve, a rendszer és környezete közötti különbség reprodukciója. Az obszerváció distinkciókat használ, hogy leírjon valamit (és csak azt). Természetesen az obszerválás is operáció (máskülönben nem is létezne), de egy rendkívül összetett operáció, mely a distinkció segítségével különbözteti meg vizsgálatának tárgyát attól, amit nem vizsgál; és ez utóbbiba mindig beletartozik magának az obszervációnak a művelete is. Ebben az értelemben az obszerváció önmaga vakfoltja, amely lehetővé teszi egy bizonyos tárgynak a vizsgálatát és leírását.

Operáció és obszerváció megkülönböztetésére azért van szükségünk, hogy egy olyan meglátást vizsgáljunk a társadalom elméletében, amely a biológiai evolúcióelméletben terjedt el. Ez annak a felismerése, hogy az élőlényeknek a környezethez való alkalmazkodása *nem vezethető vissza kognitív képességekre és eredményekre*, hanem az élet és az alkalmazkodás eleve biztosított egy kognitív képességeket kifejleszteni tudó rendszer megléte esetén. Természetesen ez nem jelenti rögtön azt, hogy ugyanez érvényes lenne a társadalmi rendszerekre is. De ha alaposabban megvizsgáljuk a problémát, hamarosan rájövünk, hogy ha egy rendszernek pusztán a kogníció által kellene alkalmazkodnia a környezetéhez, akkor minden rendszer többet követelne magától, mint amennyire képes. Ez szükségszerű, amennyiben a rendszer a környezet komplexitása miatt nem rendelkezik a „megkövetelt változatossággal” (Ashby). Maga az obszerváció fogalma is annak megállapítását jelenti, hogy a világot nem lehet megfigyelni, még kevésbé megérteni, mert minden megfigyelés generál egy „jelöletlen teret” is, amit nem figyel meg. Nehéz megérteni, hogy a tudatos rendszerek és a kommunikációalapú társadalmi rendszerek hogyan szabadulnak meg a rendszer és környezete közötti illetén egyenlőtlenségtől. A kérdés az, vajon mennyi része van a környezeti kogníciónak az egyes rendszertípusok evolúciós lehetőségeiben. Először is arról kell megbizonyosodnunk, hogy környezet tolerálja-e a rendszer önszervező



alapelvét. A társadalom mint rendszer esetében arról, hogy kommunikáció kommunikációhoz kapcsolódik, és nem kell az egyikről a másikra való minden átálláskor ellenőrizni az összes szükséges környezeti feltételt, azaz nem kell például arról kommunikálni, hogy a résztvevők egyáltalán élnek-e még. Ilyen körülmények között a kogníció elsőrendű fontosságú, amennyiben *befelé irányul*. Az első, amiről meg kell bizonyosodnunk, az, hogy az egyik kommunikáció illeszkedik-e a másikhoz. Ezenkívül fontos a helyzetnek megfelelő viselkedés – azt viszont nem kell ellenőriznünk, hogy elegendő-e a levegő a hangnak egyik szervezettől a másikig való szállításához. Ha a feltételek váratlanul nem adóttak, ezt észleljük, s megoldásokat keresünk (megint csak kommunikációs értelemben).

Mindezek eredményeképpen felmerül a kérdés, hogy milyennek kell lennie a kommunikációnak ahhoz, hogy ne csak reprodukálja önmagát, hanem kognitív funkciókkal is rendelkezzen, és el tudja különíteni egymástól az információs és reprodukív összetevőket. A válasz, hogy a kommunikáció csak akkor megy egyáltalán végbe, ha képes a megnyilatkozást elkülöníteni az információtól (a megértésben). Enélkül a kommunikáció összeomlana, és a résztvevők olyan valaminek az érzékelésére lennének kénytelenek támaszkodni, amit csak viselkedésként tudnak meghatározni. A megnyilatkozás és az információ elkülönítése pontosan megfelel annak a követelménynek, hogy nem szabad a kommunikációról kommunikációra történő átmenetet függővé tenni attól, hogy az információ teljes és releváns-e. És éppen emiatt az alapvető, elsődleges különbségtétel miatt képes a kommunikáció binárisan kódolni önmagát (például az elfogadható/nem elfogadható, releváns/nem releváns síkján), és ezáltal kitapogatni saját útját a környezetben egy olyan distinkció segítségével, ami ezzel a környezettel egyáltalán nincs összefüggésben. E nélkül a distinkció nélkül, amely behatolt saját véghezvitelébe, a rendszer képtelen lenne hasonlóságokat felismerni vagy memóriát kifejleszteni. Nem lenne képes fejlődni sem, saját komplexitását felépíteni, kipróbálni a strukturálás lehetőségeit, és ezáltal megfelelni saját alapelve fenntartása minimális feltételeinek. A társadalom, ahogyan mi ismerjük, lehetetlen volna.

Ugyanezen okokból a kommunikáció megértésének terén sem lehetnek nagy elvárásaink. Természetesen támaszthatunk elvárásokat erőszakosan is, de akkor azok speciális, megkülönböztetett diskurzust igényelnek. Az ambivalenciák és félreértések általában elviselhetők, amíg nem gátolják a kommunikációt; sőt, gyakorlatilag minden megértés félreértés, a *félre* megértése nélkül.

Ettől a rendszer- és társadalomelméleti gondolatmenettől nagyot kell ugranunk a tömegmédiáig a modern társadalomban. Elvégre tömegmédia funkciója a társadalmi rendszer önmegfigyelésének irányítása – amin nem egy specifikus tárgyat értünk, hanem a világnak rendszerre (társadalomra) és környezetre való felosztását. Ez egy univerzális, nem tárgyspecifikus

obszervációt von maga után. Más kontextusban már beszéltünk a rendszer memóriájának funkciójáról, ami háttérrel biztosít minden további kommunikációnak, amit viszont folyamatosan áthat a tömegmédiá. Az obszerváció ugyanakkor maga teremti meg saját létének feltételeit, és ilyen értelemben önszervező alapelvként működik. A megfigyeléshez használt a rendszer termékei, és nem a világ előre megadott attribútumai, sem pedig a világ egészének ontológiailag vagy transzcendentálisan alátámasztható kategóriái. Ez azt is jelenti, hogy további kommunikációhoz szükséges lendület a rendszeren belül reprodukálódik, és nem magyarázható antropológiailag, például tudásvágyként.

Ennek következtében a „tömegmédiá valóságát” soha nem foghatja fel az, aki annak feladatát releváns információk közlésében látja, és azt tapasztalja, hogy ezt nem teljesíti, hogy eltorzítja a valóságot, hogy manipulálja a közvéleményt – mintha lehetne másképp is. A tömegmédiá a társadalomban pontosan felismeri a reprodukció és információ, az önszervező alapelv fenntartásának, és az ingerlés kognitív vágyának kettősségét. Az, hogy előnyben részesíti az információt, ami a közlés során elveszíti meglepetésértékét, s így fokozatosan nem információvá válik, nyilvánvalóvá teszi, hogy a tömegmédiá funkciója az ingerlés felkeltésében és fenntartásában áll – nem pedig a tudás bővítésében vagy az emberek normákhoz való nevelésében. A világnak és annak a társadalomnak a meghatározása, amely felé a modern társadalom törekszik a tömegmédiá rendszerén belül és kívül, az ingerlésnek egy adott pillanathoz köthető információn keresztüli felkeltésének és fenntartásának eredménye (és ez így egy egészen különböző különbség).

Ebből természetesen nem következik, hogy ingerlés csak a tömegmédiá rendszerében fordul elő, és, mondjuk, házasságokban, iskolai órákon vagy egyéb interakciók során nem; mint ahogy hatalom sem csak a politikai rendszerben, egységesítés sem csak a jogrendben és igazság sem csak a tudományban létezik. Az ingerelhetőség az önszervező rendszerek egyik legáltalánosabb strukturális jellemzője, ami a modern meghatározásban elfoglalja a dolgok azon lényegének helyét, amit *természetnek* hívunk. Az ingerelhetőség olyan rendszerekben jelenik meg, amelyek rendelkeznek az ellentmondások észrevételét és kompenzálását lehetővé tevő memóriával – azaz képesek valóságot generálni. Ez a memória, ingerelhetőség, információfeldolgozás, valóságteremtés és memória rekurzív kontextusának kialakulásához vezet. Az erre specializált funkciórendszer differenciálása a szintén erre specializált kommunikációs eszközök fejlesztését, ugyanakkor normalizálását szolgálja. Csak a tömegmédiától várjuk el mindezt nap mint nap, és csak emiatt képes arra, hogy a kommunikáció megvalósításával folyamatos belső mozgásban tartsa a társadalmat, mint egy agy, és ezzel megakadályozza, hogy túl erősen kapcsolódjon merev struktúrákhoz.

A tömegmédiá funkciórendszerével szemben a tudomány képes a kognitív nyereségre, pontosabban a szociális tanulási folyamatokra speciali-

zálódni, a jogrendszer pedig megszerezi és normatívvá teszi az elvárásokat a tények ellenében, és nem hajlandó tanulni. A tudomány és a törvénykezés ugyanakkor sohasem tudja megosztani ezt a kognitív-normatív rendszert, és ezáltal megfelelni a szociális kommunikáció minden követelményének. Normális körülmények között a szociális kommunikáció sem a tudomány, sem a törvény felé nem orientálódik. A modern globális társadalomban azonban nem korlátozódik a közvetlen környezetben megtalálható mindennapi tudásra sem. Következésképpen úgy tűnik, hogy ezt a sem kognitívan, sem normatívan nem specifikált követelményt a tömegmédiának kell teljesítenie. A tömegmédiátársadalmilag elfogadott, és az egyének számára ismerős jelent garantal minden funkciórendszernek, amit adottnak vehetnek egy rendszerspecifikus múlt megállapításakor, és a rendszer számára fontos jövőbeli döntések meghozásakor. Így más, saját szükségleteiktől függő rendszerek is alkalmazkodni tudnak elvárásaikhoz; a gazdaság például az új vállalati és piaci körülményekhez, aztán erre alapozhatják a kapcsolatot múltjuk és jövőjük között.

Parsons látta meg, hogy a tömegmédiát fő hozzájárulása a modern társadalombeli „csereberéhez” a kommunikáció szabadságfokának növelése – hasonlóan a pénz szerepéhez a gazdaságban. Kiszélesíthetjük ezt a diagnózist, ha figyelembe vesszük, hogy a társadalom „ingerléskapacitása” növekszik, és hogy tömegmédiát általi kommunikáció mennyire átszövi a mindennapi kommunikációt a különböző társadalmi interakciókban és szerveződésekben. A tömegmédiát egyrészt csökkenti a kommunikációt, másrészt azonban fenntartja annak folyamatosságát. A korábbi kommunikációk eredményeképpen újabb és újabb kommunikációkat hoz létre. Ebben az értelemben kitermeli a társadalom „sajátértékeit” – azokat a viszonylag stabil iránymutatókat kognitív, normatív és evaluatív téren, melyeket *ab extra* nem adhatunk meg, olyan műveletekből következnek, melyek rekurzívan vonatkoznak saját eredményükre.

Úgy tűnik, egy évszázados hagyomány félrevezetett bennünket, és emiatt a tömegmédiát kedvezőtlen színben tűnik fel számunkra. A hagyomány úgy szól, hogy a társadalmi rendszer stabilitása a *konszenzusra* épül – sőt, egy expliciten vagy impliciten megkötött társadalmi szerződésre, és ha közös vallásra nem is, de egy konszenzuálisan elfogadott közös meggyőződésre, ahogyan azt Jürgen Habermas életvilág-konceptiója összefoglalja. Ha nem így lenne, akkor a tömegmédiát destabilizáló tényezővé válna, amelynek egyetlen célja ezeknek az előfeltevéseknek a lerombolása, és olyasvalamivel való helyettesítése lenne, amit a franciák valószínűleg szimbolikus erőszaknak hívnának.

Valójában a társadalom stabilitása (= reprodukálóképessége) elsődlegesen azon *objektumok* generálásán alapszik, amelyek a későbbi kommunikációban adottnak vehetők. Nagyon kockázatos lenne elsősorban szerződésekre és konszenzusokra támaszkodni, amelyek tulajdonképpen normatív szükségletek. Az objektumok a kommunikáció rekurzív működéséből keletkeznek, *anélkül hogy*

az ellenoldalt betiltanák. Csak annak eldöntését hagyják függőben, hogy az egyén egyetért-e velük, vagy sem. A modern társadalom a tömegmédiának köszönheti, hogy ilyen objektumok „léteznek”, és nehéz elképzelni, hogy egy kommunikatív műveletekre épülő, az egyéni horizontokon messze túlmutató társadalom hogyan lenne képes működni, ha ezt a nélkülözhetetlen feltételt nem biztosítaná *maga a kommunikációs folyamat*.

Mindezzel csak újra meg akartuk erősíteni, hogy a kommunikációnak először is az idő problémáját kell megoldania, és ez különösen a tömegmédiára vonatkozik, amely a folyamatos gyorsulás nyomása alatt működik. A probléma az, hogyan juthatunk el egyik kommunikációtól a másikig, különösen úgy, hogy társadalmi rendszer rendkívül összetetté és önmaga számára is áttekinthetetlené vált, ráadásul naponta hatalmas változatossággal szembesül, melyet e kommunikáció segítségével ingerlésként kell továbbbitania. Lehetetlen ezt egy előzőleg megállapított konszenzustól függővé tenni, amely felől műveletileg meg is kell bizonyosodnunk. Éppen ellenkezőleg: minden explicit kommunikáció újra és újra felveti az elfogadás vagy elutasítás kérdését, kockára teszi a konszenzust, tudván, hogy kommunikáció akkor is, sőt főleg akkor lehetséges, ha véleménykülönbség áll fenn. A modern körülmények között a véleménykülönbség megkockáztatása, a kommunikációnak kommunikációval való tesztelése többé-kevésbé mindenfajta gátlástól megszabadult. Pontosan ezért kell a kommunikációnak önmaga konstituálta objektumok mentén szerveződnie, amelyek témakörként kezelhetők. Ennélfogva a tömegmédiára hárul az a feladat, hogy ismerőséget generáljon, és percről percre változtassa azt, hogy az ezután következő kommunikáció résztvevői mind az elfogadás, mind az elutasítás előidézésének kockázatát vállalhassák.

Ez az elemzés a társadalmi memória elméletében összegezhető. Egy olyan rendszernek, amely képes obszerválni az operációi által keltett rendszer/környezet különbséget, időlegesen kétirányúsítania kell obszerváló műveleteit (vagy, Spencer Brownnal szólva, ki kell váltania ennek a különbségnek a rendszerbe való újrabelépését). Ez a kettős irányultság, amely magában foglal egyrészt egy memóriát, másrészt egy nyitott jövőt, biztosítja a lehetőséget bármilyen szembenállás két pólusa közötti oszcillálásra. A probléma, ami a társadalmi rendszer előtt állt, de amit a tömegmédiá végre megoldott, a következő: hogyan kombinálható az emlékező és oszcilláló funkció, ha erre kizárólag a jelen, azaz gyakorlatilag semmi idő nem áll rendelkezésre? Ez csak új formája régi kérdésnek, miszerint hogyan tudja egy komplex rendszer egyidejűleg biztosítani a megfelelő redundanciát és a megfelelő változatosságot?

Ha a memória funkcióját úgy akarjuk meghatározni, hogy kezdettől fogva tekintettel vagyunk a jövőre is, el kell vetnünk azt a pszichológiailag egyébként helytálló gondolatot, hogy a memória feladata a múltbeli események alkalmankénti felidézése. A memória emlékezés és felejtés folyamatos

együttesét produkálja, amely minden obszervációval kezdettől fogva együtt jár. Ennek a működésnek nagyobb része a felejtés, csak kivételes esetben marad meg valami. Felejtés nélkül, új műveletekhez szükséges tárhely felszabadítása nélkül ugyanis a rendszernek nem volna jövője, nem beszélve azokról az azzal járó előnyökről, hogy minden egyes esetben lehetőség van egy szembenállás két pólusa közötti új oszcillációra. Más szóval: a memória fő funkciója a nyomok eltüntetése, az elfojtás, illetve ennek alkalmankénti megakadályozása. Akkor keres vissza valamit, akár rövid, akár hosszú távon, ha az éppen folyó műveletek lehetőséget adnak a felszabadított tárhely „újrafeltöltésére”. Ebből nem következik az, hogy a memória mindig a környezettől függően működik, és a rendszernek a változó körülményekhez való folyamatos alkalmazkodását szolgálja. Ugyanakkor a külső (saját memóriával rendelkező) megfigyelő számára így tűnhet. Mindazonáltal a rendszeren belül minden, ami végbemegy, egy folyamatosan reaktívált konzisztenciateszt, melynek során a memória rekurziókat hajt végre, és megszervezi a rendszer ellenállását a jelentéssel kapcsolatos váratlan, új elvárások esetére. És, mint már említettük, a rendszer műveleteinek a rendszer műveleteivel szembeni ellenállásából következik, hogy rendszer valóságot generál.

A memória illetően mutatványaihoz a kommunikatív rendszerekben általában és a tömegmédiában különösen kommunikáció témái szolgálatják az alapot. A megnyilatkozások sorának rendszerezése és a jövőbeli igen/nem opciókra való nyitottság mindig egy-egy téma köré szerveződik. A témák kommunikatív relevanciák kivonatai, „lokális” modulok, melyek szükség szerint cserélhetők vagy variálhatók. Ennek eredményeképpen különösen differenciált memóriát tesznek lehetővé, amely képes tolerálni, sőt elősegíteni a témák gyors változását, azzal a kikötéssel, hogy később visszatér az éppen félretett témákhoz.

Minden funkciórendszernek saját, specifikus memóriája van. Például a pénzgazdaság memóriája úgy van megtervezve, hogy elfelejtse az egyes alkalmakor kifizetett összegek nagyságát, így a forgalom áttekinthetőbb. A tömegmédiá memóriája ugyanígy a rendszeren belül működik, de az egész társadalmi rendszerre alkalmazható funkciókat is kitermel. A tömegmédiának múlt és jövő összekapcsolására való társadalmi használata láthatóan együtt jár a redundanciának és változatosságnak kiemelkedően nagy mértékű elvárásával, amit a modern társadalom támaszt, és amelyet időlegesnek kell tekintenie, és számításba venni múlt és jövő megkülönböztetésénél. E nélkül az idő- és térbeli nyújtás nélkül ugyanis a folyamatosan újraalkotott valóság összeomlana belső ellentmondások miatt. És nem utolsósorban ez magyarázza, miért van szükség ehhez a működéshez erős szelektorokra, melyeket viszont differenciációs és operációs zárlattal kell védeni.

## A nyilvánosság

Az előbb tárgyaltakból talán kivehető volt, milyen kérdéseket kell feltennünk a tömegmédiá „funkciójával” kapcsolatban. A tömegmédiá hozzájárul a társadalom általi valóságteremtéshez. Ennek része a társadalom önmeghatározásának és kognitív horizontjának folyamatos reaktualizálása, alapuljon az konszenzuson vagy véleménykülönbségen (például az „erdők kipusztulása” téma esetében). A tömegmédiának nem kizárólagos célja a valóság alkotása. Végeredményben minden kommunikáció hozzájárul a valóság formálásához azzal, hogy bizonyos dolgokat megköt, másokat elfelejt. Mindenesetre a tömegmédiá fejlődése elengedhetetlen, ha cél a széles körű terjesztés és a névtelen, tehát megjósolhatatlan felvétel a rendszerbe. Paradoxul hangozhat, de ez a legkevésbé sem jelenti azt, hogy cél a felvételre adott reakciók *áttekinthetlensége* lenne. A tömegmédiá hatása, ha ugyan nem funkciója láthatóan az áttekinthetlenség reprodukciója az áttekinthetőségen keresztül, a *hatások áttekinthetlenségének* reprodukciója a *tudás áttekinthetőségén* keresztül. Más szóval a jövő reprodukciója.

Ez az első hallásra paradox tétel, amely csak a múlt és a mindenkori jelen elkülönítése révén érthető meg, felhasználható, ha el akarjuk különíteni a tömegmédiá és a nyilvánosság rendszerét. Ennek érdekében először is meg kell határozunk a „nyilvánosság” fogalmát, ami élesen elkülönül a tömegmédiá rendszerétől, csakúgy, mint a „közvélemény” fogalmától.

Úgy tűnik, a „nyilvánosság” fogalmának mindig szerves része volt a megjósolhatatlanság. A klasszikus jogi diskurzus a *nyilvánost* a mindenkori által való hozzáférhetőséggel határozza meg, vagyis a hozzáférés korlátozásának elfogadhatatlanságával. Ebben az értelemben a tömegmédiá nyomtatott és sugárzott termékei nyilvánosak, mert nincs meghatározva, hogy ki olvashatja, nézheti vagy hallgathatja őket. De konceptuális sémánk felől nézve mindez csak része a nyilvánosságnak. A nyilvános illemhelyek például sem nem vélemények, sem nem médiatermékek. A hozzáférhetőség fogalma térnek és cselekvésnek konkrét vagy metaforikus értelmezésén alapul. Ez a behatárolás pontosítható, ha *cselekvés* helyett *obszervációt* használunk. Ezután, követve Dirk Baecker javaslatát, a nyilvánosságot meghatározhatjuk, mint reflexiót minden rendszerhatárra a társadalmon belül, vagyis mint a társadalmi alrendszerek, azaz interakciók, szerveződések, társadalmi funkciórendszerek és megmozdulások rendszeren belüli környezetét. Ennek a definíciónak az az előnye, hogy alkalmazható a társadalmi funkciórendszerekre is. A gazdasági rendszeren belül gazdasági szerveződések és interakciók környezete a „piac”, a politikai rendszeren belül a politikai szerveződések és interakciók környezete a „közvélemény”.

Továbbra is áll, hogy rendszerek határai műveletileg átléphetetlenek. Ugyanakkor minden megfigyelőrendszer képes reflektálni erre. Belülről is látja, hogy kell lennie külső oldalnak, másképp a határ nem volna határ. Ha

az ingerlés élménye ismétlődően jelentkeznek, a rendszer feltételezheti, hogy léteznek más rendszerek is, melyek képesek válaszolni neki. Másrészt, ha a rendszer észreveszi, hogy kívülről megfigyelik, anélkül hogy tudná, ki és hogyan, megfigyelhetőként gondolja el önmagát a nyilvánosság közegeiben. Ennek eredménye, bár nem szükségszerűen, egy általánosítható (nyilvánosan védhető) nézőpont felé való törekvés lehet. Funkcionálisan egyenértékű stratégiák a titkolózás és képmutatás.

A titkolózás, szimuláció, színlelés, képmutatás témáját különösen a 16–17. század (nyomatott!) irodalma dolgozta ki, nyilvánvalóan pusztán politikai elméletként jelentek meg, az államérdék nevében, de feltűnik a színjátszásban is, magától értetődő utalásokkal a piacra és a társadalmi viselkedésre. A 18. században a közéletnek mint az ésszerűség megalapozásának hangsúlyos követelése a társadalmi érintkezés szükségességére nehezedő stressz ellen irányult. De ez már a közéletnek egy szűkebb, mivel szabályozott fogalma, a sajtó- és vélemény szabadságnak, valamint a cenzúra eltörlésének követelésével. A vita a nyilvánosságnak egy jóval általánosabb fogalmán alapul, amely háttérrel biztosít olyan stratégiáknak, mint a titkolózás vagy a képmutatás, majd a „magánszférára” való törekvésnek. A közélet tehát általános közege a határok meghaladhatatlanságára való reflektálásnak és ebből következően a megfigyelések megfigyelésének.

Még mielőtt a közvélemény fogalma a 18. század végén felbukkant volna, a sajtót már használták arra, hogy a politikai törekvésekkel kapcsolatos kommunikációnak nyilvános visszhangot adjanak, és a döntéshozó hatalmat ezzel a nekik címzett írásoknak és azok visszhangjának kettős szorításában tartsák. Angliában már a 17. században kinyomtatták a parlamenthez és a Koronához címzett kérelmeket, bár megtartották a levélformát, címezéssel és tiszteletteljes stílussal. Franciaországban a 18. században kezdték a király elleni tiltakozásokat kinyomtatni, hogy az egyedüli „közszerelő”, az uralkodó ellen hangolják a nyilvánosságot. A hatalmi politikai apparátusban való kommunikáció nyilvános hozzáférhetőségét tehát kiterjesztette a nyomtatott sajtó, és csak ezután merült fel a közvélemény mint a politikai vitákat eldöntő hatalom képzelete. Illetve, mivel a nyilvánosság nem képes politikai döntést hozni, sőt bizonyos fokig kívül esik a politika rendszerén, politikailag csak azon belül használják fel, majd bemásolják a rendszerbe.

Ebből következően a tömegmédiá feladata nem a nyilvánosság megteremtése, hanem reprezentálása. A „reprezentálás” kifejezést itt szűkebb, kontrasztív értelemben használjuk. Éppen azért, mert a nyilvánosság mindig meghatározza a rendszer határának másik, hozzáférhetetlen oldalát, beleértve a tömegmédiát is, és nem specifikálható egyes együttműködő rendszerekre, szükségképpen reprezentálja azokat, valóságkonstrukciók formájában, melyekben minden alrendszer, sőt minden ember részt kap, mindenfajta irányulási kötelezettség nélkül. Így, az események folyamatos történésével összhangban, a nyilvánosság reprezentációja a tömegmédiában egyidejűleg garantálja az átlátható-

ságot és az átláthatatlanságot is, ami részben tematikus tudás, objektumok formájában, amelyek minden pillanatban konkretizálódnak, ezenkívül a bizonytalanságot is, azzal kapcsolatban, hogy ki reagál mindegyikre, és hogyan.

Mint azt már megjegyeztük, „autologikus” fogalomról beszélünk. Ez vonatkozik magára a tömegmédiára is. Azzal, hogy rendszerként reprodukálja önmagát, határokat teremt maga körül, és ezzel létrehoz egy olyan területet is, amelyhez nem férhet hozzá. Erre a területre mint közéletre reflektálnak, amíg nem kerülnek szóba olyan specifikus külső kapcsolatok, mint a politika vagy a hirdető. A reflexió státusa ebben az esetben megváltozik, ezek funkciója ugyanis felismerhető. Így nemigen akad segédeszköz a titkolózáshoz vagy színleléshez, bár tulajdonképpen az is színlelés, ha azt állítjuk, hogy nincs színlelés. Ehhez csatolható még egy metaforikus meghatározás, a szakmai etika formájában, amely lehetővé teszi az újságíróknak, hogy cselekedeteiket közszolgálatként értelmezzék, és ezzel támasszák alá függetlenségi és semlegességi törekvéseiket és intézményesítsék azok normáit. Jó okunk van korlátozni az újságírást/etikát/szakmát, ha a tömegmédiarendszerének önszabályozásáról van szó. Bármennyire utópisztikusan hangzik, ebből kiindulva nagy lépést tehetnénk a közönségtől és egyéni érdekcsoportoktól való függetlenség felé. De ezek a vívmányok csak az autonómia igen szigorúan szabályozott fogalmának segítségével érhetők el. Ennélfogva itt és csak itt van értelme az egyébként paradox kifejezés, a „relatív autonómia” használatának.



Pierre Bourdieu

## Az újságírás hatalma<sup>1</sup>

(Részlet)

A tárgy itt nem az „újságírók hatalma” – s még kevésbé az újságírás mint „negyedik hatalmi ág” –, hanem az olvasók és a hirdetők piaci kényszerének egyre inkább alávetett újságírási mező *mechanizmusainak* hatalma, *először is az újságírók felett* (és az értelmiségi újságírók fölött), s azután – részben az ő közvetítésükkel – a különböző kultúratermelési, igazságszolgáltatási, irodalmi, művészi, tudományos mezők fölött. Azt kell tehát megvizsgálni, hogy az ugyancsak piaci kényszerek uralta mező gyakorolta strukturális kényszer miképpen módosítja – többé vagy kevésbé mélyen – az erőviszonyokat az egyes mezőkön belül, befolyásolva azt, ami ott zajlik és ami ott termelődik, nagyon hasonló hatást gyakorolva ezekben a látszólag nagyon különböző mezőkben. Mindezt úgy, hogy ne essünk a két ellentétes hiba egyikébe sem, sem a „még sosem láttunk ilyet”, sem a „mindig is így volt ez” illúziójába.

Az a hatalom, amelyet az újságírási mező – s rajta keresztül a piaci logika – a kultúratermelési mezőkre gyakorol, még a legautonómbbakra is, nem radikálisan új dolog: múlt századi írók műveinek alapján minden gond nélkül felrajzolhatnánk egy teljesen reális képet arról, hogy e hatalom milyen általános hatást gyakorol ezen a védett világon belül.<sup>2</sup> De nem szabad elfeledkeznünk a jelenlegi helyzet sajátosságairól. Hiszen a homológiák okozta egybeeséseken túlmenően szinte példa nélküli a televízió fejlődésének

<sup>1</sup> Azt gondoltam, hasznos ezt a szöveget – amely az *Actes de la recherche en sciences sociales*-ban már megjelent – itt újra publikálni. Ebben szigorúbb és ellenőrzöttebb formába öntöttem a fent hozzáférhetőbb formában megjelent témák többségét (Bourdieu). Ebben az írásban valamennyi jegyzet a szerzőtől származik. (A szerk.)

<sup>2</sup> Erről könnyűszerrel meggyőződhetünk, ha elolvassuk Jean-Marie Goulemot és Daniel Oster *Gens de lettres. Ecrivains et bohèmes* (Tollforgatók. Írók és bohémek) című könyvét, melyben az íróknak az irodalmi milióról szóló spontán szociológiájában (melynek elvével nincsenek tisztában) alkotó megfigyelésekre és jegyzetekre számos példát találunk, különösen ahogy ellenfeleiket, vagy mindazt, ami nekik nem tetszik az irodalom világában, objektívnál próbálják. (Vö. Jean-Marie Goulemot – Daniel Oster: *Gens de lettres. Ecrivains et bohèmes* [Tollforgatók. Írók és bohémek]. Párizs, 1992, Minerve.) De ha ráérzünk a homológiákra, az irodalmi mező múlt századi működésének elemzésében a sorok között a mai irodalmi mező rejtett működéséről is olvashatunk (mint tette azt Philippe Muray: *Des règles de Port aux coulisses de sa misère* [A művészet szabályaitól a nyomor kulisszáiig] című művében. Art Press, 186, 1993. június, 55–67. o.).

hatása az újságírási mezőre – s rajta keresztül az összes többi kultúratermelési mezőre. Ez a hatás összehasonlíthatatlanul nagyobb, mint amit az iparszerűen űzött irodalom (a nagy tömegekhez eljutó sajtó és a folytatásos regények) megjelenése kiváltott, pedig az íróknál ezek váltották ki azokat a felháborodott vagy lázadó reakciókat, amelyek – Raymond Williams szerint – a „kultúra” modern fogalmának megszületéséhez vezettek.

Az újságírási mező a különböző kultúratermelési mezőkre a saját struktúrájával, vagyis az újságíróknak és újságoknak a külső erővel – az olvasók, illetve a hirdetőik piacával szembeni pozíciójával, formájukban és működésükben összefüggő hatások együttesével nehezedik rá. Egy hírközlő szerv autonómiájának foka kétségtelenül a reklámok és az állami segítség (hirdetések és szubvenciók) összebevételhez viszonyított arányától, valamint attól függ, mekkora egy-egy hirdető súlya. Ami pedig egy adott újságíró autonómiájának mértékét illeti, az először is a sajtókoncentráció fokától függ (mely pedig a lehetséges munkáltatók számának csökkentésével növeli a munkalehetőségek bizonytalanságát). Függ továbbá a lapnak az újságok (erő)terében elfoglalt pozíciójától, tehát attól, hogy az „értelmiségi”, illetve a „piaci” pólustól mekkora távolság választja el őket. Függ azután az újságnál, illetve sajtóorgánumnál elfoglalt helyzetétől (munkatárs, bedolgozó stb.), amely meghatározza a munkajogi státushoz kapcsolódó – nevezetesen a közismertségtől függő – garanciákat, amelyekkel rendelkezik, és a fizetését is (amely a kifinomult *public relations* általi sebezhetőségét és a megrendelők hatalmából fakadó létfenntartó vagy bértől való függését is csökkentheti). És függ az információtermelésre való képesség autonómiájától (egyes újságírók, mint például a tudományos ismeretterjesztők vagy a gazdasági újságírók, különösen kiszolgáltatottak). Valóban: világos, hogy a különböző hatalmak – közülük is különösen a kormányzati szervek – nemcsak a hatalmukban álló gazdasági kényszerrel befolyásolnak, hanem a legitim információ monopóliumából – különös tekintettel a *hivatalos forrásokra* – fakadó nyomásgyakorlási lehetőséggel is. Ez a monopólium először is a kormányzati és a közigazgatási szerveknek, például a rendőrségnek, de az igazságszolgáltatási, tudományos stb. szerveknek is fegyvert ad a kezükbe az újságírókkal vívott harcban, s amelyben ők megpróbálják az információkat vagy az információt közvetítőket manipulálni, miközben a sajtó meg az információgazdákat igyekszik manipulálni, hogy információhoz jusson, méghozzá csak ő jusson hozzá. Nem elfelejtkezve az állam főhatóságainak óriási szimbolikus hatalmáról, arról, hogy az újságírási mezővel kapcsolatos tevékenységükkel, döntéseikkel, beavatkozásukkal (interjúk, sajtókonferenciák stb.) meghatározhatják az események *napirendjét* és fontossági sorrendjét, amelyet az újságok kénytelenek követni.

## Az újságírási mező néhány tulajdonsága

Ahhoz, hogy megértsük, hogyan erősíti az újságírási mező minden mezőben – a „piacit” a „tisztával” szemben, a gazdasági és a politikai hatalom csábítására leginkább fogékonyakat a „szakma” elveinek és értékeinek megvédésére leginkább hajlamosakkal szemben, látni kell, hogy egyszerre jellemző rá a többi mezővel analóg struktúra szerinti szerveződés és a „piaci” tényezők nagyobb súlya.

Az újságírási mező mint olyan, a 19. század során főleg a – lehetőleg „szenzációs”, jobban mondva: „érzelmekre ható” „*napi krónikát*” nyújtó, illetve az elemzésekkel és „kommentárokkal” szolgáló, „objektivitásukat”<sup>3</sup> hangoztató lapok közötti kettősség köré szerveződött. Ez a mező két logika és két legitimációs elv közötti opozíció színhelye: az újságíró társak általi elismerés, amely a belső „értékeket” vagy elveket leginkább elismerőknek dukál, illetve a nagyközönség általi elismerés, amelyet az eladott jegyek, az olvasók, hallgatók, nézők száma, vagyis az eladási számok (*bestsellerek*) és az anyagi haszon tesz kézzelfoghatóvá; a közönség ítélete itt elválaszthatatlanul összefonódik a piac ítéletével.

Mint ahogy az irodalmi mező vagy a művészeti mező, az újságírási mező is sajátos, tisztán kulturális logika szerint működik, és ez az egymásra kölcsönösen gyakorolt kényszereken és egymás fölött gyakorolt ellenőrzésen keresztül hat az újságírókra; az ezeknek a várakozásoknak való megfelelésen (amit néha deontológiának neveznek) alapul a szakmai megbecsülés. Tulajdonképpen az „átvételektől” eltekintve (amelyek jelentése ugyancsak azok mezőbeli pozíciójától függ, akik idéznek, illetve akiket idéznek) kevés igazán vitathatatlan pozitív szankció létezik. Ami a negatív szankciókat illeti – például ha valaki elmulasztja megnevezni a forrását –, efféle szinte nem is létezik. Így aztán az a jellemző, hogy nem említik a forrásukat (különösen, ha az egy kisebb lap) csak akkor, ha a felelősséget nem akarják vállalni.

De az újságírási mező – csakúgy mint a gazdasági vagy a politikai mező, és sokkal inkább, mint a tudományos, művészeti, irodalmi vagy akár

<sup>3</sup> A megbecsültségükre kényes lapok azt célzó igyekezetéről, hogy az információt megkülönböztessék a populáris sajtó egyszerű történeteitől, ami az amerikai újságírásban az „objektivitás” gondolatának megszületését eredményezte, lásd M. Schudson: *Discovering the news*. New York, 1978, Basic Books. Az írásukra kényes és az irodalmi mező felé forduló újságírók, illetve a politikai mezőhöz közelálló újságírók közötti ellentét hatásáról Franciaországban, arról, ahogy ez az elkülönülési folyamat végbement, és ahogy a tiszta „szakmát” kitalálták (gondoljunk például a riporterre), olvashatunk T. Ferenczi: *L'invention du journalisme en France: naissance de la presse / la fin du XIXème siècle* (Paris, 1993, Plon) cími művében (Az újságírás feltalálása Franciaországban: a modern sajtó születése a 19. század végén). Arról, hogy milyen formában jelentkezik ez a kettősség a francia napilapoknál és hetilapoknál, s hogyan függ össze a különböző olvasási és olvasói kategóriákkal, lásd P. Bourdieu: *La Distinction. Critique sociale du jugement de gout* (A megkülönböztetés. Az ízlés szociális kritikája). Paris, 1979, Minuit, 517–526. o.

igazságszolgáltatási – folyamatosan alá van vetve a piac ítéletének, az olvasók közvetlen vagy a nézettségi adatok közvetett szankciójának (még akkor is, ha az állami segítség biztosíthat a közvetlen piaci kényszerekkel szemben némi függetlenséget). Tevékenységük során az újságírók bizonytalannal inkább hajlamosak a „nézettségi kritérium” elfogadására („rövid, könnyen érthető anyagot csinálni”) vagy a termékek, sőt akár előállítóik megítélésére („jól mutat a televízióban”, „jól eladható” stb.), minél magasabb pozíciót foglalnak el (tévészerkesztő, főszerkesztő stb.) egy, a piactól minél közvetlenebbül függő orgánumnál (kereskedelmi televízió, szemben egy kulturális adóval stb.). A legfiatalabb és legkevésbé gyökeret eresztett újságírók ezzel szemben hajlamosabbak arra, hogy a „szakma” elveit és értékeit szembeállítsák az „ősök” realistább vagy cinikusabb elvárásaival.<sup>4</sup>

Az efféle múltékony javaknak, a *híreknek* a termelésére szakosodott mező specifikus logikájában az olvasók kegyeiért folytatott verseny könnyen az elsőbbségért, a legeslegfrissebb hírekért (a *szenzációért*) folytatott versengés formáját öltheti – persze annál inkább, minél közelebb vagyunk a piaci „pólushoz”. A piaci kényszer csak a mezőhatáson keresztül érvényesül, hiszen sok ilyen *szenzációnak*, amelyet a közönség meghódításában aduásként tartanak számon, az a sorsa, hogy az olvasók vagy nézők észre sem veszik, csak a konkurencia (lévén hogy egyedül az újságírók olvassák az összes újságot...). A mező struktúrájának és mechanizmusainak részét képező harc az elsőbbségért az egész újságírói tevékenységüket a gyorsaságnak (vagy sietségnek) és a folyamatos megújulásnak alávetni hajlamos újságírókat vonzza és részesíti előnyben.<sup>5</sup> Az újságírói gyakorlat időbelisége folyamatosan erősíti e diszpozíciókat, hiszen a napról napra élés és gondolkodás, valamint az információknak az aktualitásuk alapján történő megítélése (ez a tévéhíradók „aktualitásmániája”) folyamatos amnéziát eredményez (ez az újdonságok dicsőítésének negatív ellenpontja), valamint a termelőknél és a termékeknek az „új” és a „lejáró” kettőssége szerinti megítélését váltja ki.<sup>6</sup>

<sup>4</sup> Csakúgy mint az irodalmi mezőben, a külső kritérium – az eladások szerinti hierarchia nagyjából épp az ellentettje a belső kritérium – az újságírói „komolyság” – szerinti rangsornak. És ennek a kereszteződő struktúrának a komplexitását (amelyet az irodalmi, művészeti és igazságszolgáltatási mezőben is megtalálunk) még tovább bonyolítja, hogy minden sajtóorgánium (lapok, rádió, tévé) maga is almezőként működik, s a „kulturális” és „piaci” közötti oppozíciót ezen a szinten is megtaláljuk, úgy hogy egymásba épült struktúrák sorával van dolgunk (például: a:b::b1:b2).

<sup>5</sup> A gyakorlat teljesen önkényesen létrehozott időkényszeren keresztül hat a szinte észrevétlen strukturális cenzúra, ami a meghívottak szavait sziri meg.

<sup>6</sup> Az, hogy a „lejáró” minősítés manapság – az újságírói mező határain is túlnöve – mindenféle kritikai érvelést helyettesíthet, azért is van, mert a siető új jelentkezőknek nagyon is érdekükben áll, hogy ezt az értékelési elvet alkalmazzák, amely vitathatatlan előnyhöz juttatja az utoljára érkezetteket, vagyis a legfiatalabbakat. Ez a kettősség, lévén, hogy nem áll másból, mint a „korábbi” és a „későbbi” szinte teljesen üres ellentétéből, mentesíti őket a bizonyítás feladata alól.

Létezik egy másik nagyon paradox mezőhatás, amely nemigen segíti az – akár kollektív, akár egyéni – autonómiát. A verseny ugyanis arra serkent, hogy folyamatosan figyeljék a konkurencia tevékenységét (ez egészen a kölcsönös kémkedésig fajulhat). A cél: kihasználni a versenytársak kudarcait, elkerülni az általuk már elkövetett hibákat; úgy akarják megakadályoznia versenytársak sikerét, hogy közben megpróbálják átvenni azok *feltételezett* eszközeit. Kötelességüknek érznek átvenni például egyes különszámtémákat, egyes könyveket, melyekről amott kritika jelent meg, amelyekről „nem lehet nem beszélni”, meghívottakat, akiket okvetlenül meg kell hívni, témákat, melyekről „tudósítani” kell, csak mert mások felfedezték, és még újságírókat is, akikért nem is azért küzdenek meg, mert annyira szeretnék őket maguk mellett tudni, hanem azért, hogy ne a konkurencia szerezzék meg őket. Így lehetséges az, hogy ezen a téren a verseny – mint más területeken is –, ahelyett hogy automatikusan eredetiséghez és sokszínűséghez vezetne, éppen ellenkezőleg, a kínálat egyhangúvá válását eredményezi. Ez könnyen belátható a nagy hetilapok címlapjai vagy a széles rétegekhez szóló rádiók és tévék összehasonlításával. De ez a nagyon erőteljes mechanizmus azzal a hatással is jár, hogy suba alatt az egész mezőre ráerőlteti a piacnak legközvetlenebbül és legteljesebben alávetett médiumok (mint amilyen a televízió) „választásait”, és ez az egész termelést a szentesített értékek megőrzésének irányába tereli. Ezt az is mutatja, hogy a folyóiratokban megjelenő toplisták, melyeknek révén az értelmiségi újságírók a maguk mezőről alkotott képét másokra rá akarják tukmálni (s egymásnak „alájátszva” ki akarják vívni kollégáik elismerését), mindig egymás mellé helyezik a nagyon is gyorsan elévülő művek szerzőit, kiknek alkotása – az ő támogatásukkal – néhány hétig a *bestsellerek* között szerepelhet, és a „biztos értékeket” – ez utóbbiak szentesítik az őket felszentelők jó ízlését, s ezenkívül, mint „klasszikusok”, hosszú távú *bestsellernek* is jók. Vagyis ha a hatásuk majdnem mindig egyes személyek tevékenységén keresztül érvényesül is, azon mechanizmusok intenzitását és irányultságát, melyeknek színhelye az újságírási mező, s amelyeknek hatása a többi mezőben érvényesül, az újságírási mezőt jellemző *struktúra* határozza meg.

## **A befurakodás hatásai**

Az újságírási mező hatalma minden más mezőben a nagy számoknak és a piacnak leginkább alávetett pólushoz közel álló cselekvőket és intézményeket erősíti. Ez a hatás annál erősebb, minél jobban alá vannak vetve ennek a logikának – strukturális értelemben – az azt elszenvedő mezők, és minél inkább alá van vetve az azt gyakorló újságírási mező – konjunkturális értelemben – azoknak a külső kényszereknek, amelyek strukturálisan jobban érintik, mint a többi kulturális mezőt. Márpedig – mostanában – például

azt figyelhetjük meg, hogy mivel a külső szankciók kezdik elveszteni szimbolikus erejüket, és a „komoly” lapok és újságírók elvesztik aurájukat, maguk is kénytelenek engedményeket tenni a piac és a *marketing* logikájának, amelyet a kereskedelmi televízió honosított meg, valamint a számok és a „médiajelenlét” általi felszentelés újfajta legitimációs elvének, amely bizonyos (kulturális vagy politikai) termékeknek vagy bizonyos „termelőknek” a szakosodott mezők specifikus szankcióinak látszólagosan demokratikus pótszerét nyújtja. Az újságírók körében – különösen a nézettségi adatokra legérzékenyebb televíziósok körében – egyes „tévéelemzések” éppen annak köszönhetőek sikerüket, hogy *demokratikus legitimitással* ruházzák föl a piacot azzal, hogy *politikaiként* (vagyis a közitéletének tárgyaként) tüntetik föl a kultúra termelésének és terjesztésének problémáját.<sup>7</sup>

Így azután a gazdasági logika közvetlen vagy közvetett uralmának egyre inkább alávetett újságírási mező hatalmának erősödése a különböző kulturális termelési mezők autonómiáját fenyegeti, mégpedig azzal, hogy mindegyiken belül azokat az ágenseket vagy vállalatokat erősítik, akik, illetve amelyek a leginkább hajlamosak a „külső” haszonnak elébe menni, mert kevesebb a specifikus (tudományos, irodalmi stb.) tőkájük, és kevesebb, a mező által – rövidebb-hosszabb távon – biztosított specifikus profitból részesülnek. Az újságírási mező hatalma a kultúratermelési mezők fölött (nevezetesen a társadalomtudományok és filozófia terén) főleg az újságírási mező és a szakosodott mezők (irodalmi, tudományos stb.) közötti bizonytalan térben elhelyezkedő kultúratermelők beavatkozásán keresztül hat. Az „értelmiségi újságírók”<sup>8</sup> kettős kötődésüket kihasználva hátrítják el mindkét mező specifikus követelményeit, s viszik magukkal mindkettőbe a másikban többé-kevésbé megszerzett hatalmat. Ők két nagyon lényeges hatást válthatnak ki: egyrészt újfajta kultúratermelési formákat honosítanak meg, amelyek egy nem jól körülhatárolható köztes térben, az egyetemi ezoterizmus és az újságírói egzoterizmus között lebegnek. Másrészt – különösen kritikai munkásságuk révén – a kulturális termékek bizonyos megítélési elveit terjesztik el. A piac ítéletét a szellemi tekintély látszatával ruházzák föl, felerősítik egyes fogyasztói csoportok *allodoxiára* való hajlamát – ezzel is a nézettségi adatok és *bestsellerlisták* hatását erősítik a kulturális termékek befogadásának tekintetében és – közvetve

<sup>7</sup> Ehhez elég újságíró-problémákat (például a TF1 és az *Arte* közötti választást) az újságíróknak tetsző nyelven megfogalmazni: „Kultúra és televízió: együttélés és apartheid között”. Vö. D. Wolton: *Éloge du grand public* (A nagyközönség dicsérete). Paris, 1990, Flammarion, 163. o. Szabad legyen futólag megemlítenünk – a tudományos elemzés érdekességét, nehézkességét igazolandó –, hogy mennyire fontos a köznyelv prekonstrukcióival és előfeltevéseivel (különösen az újságok nyelvezetével) való szakítás ahhoz, hogy megfelelően megkonstruálhassuk a kutatás tárgyát.

<sup>8</sup> Ezen a bizonytalan körvonalú kategórián belül külön kellene tárgyalni azokat a kultúratermelőket, akik az ipari léptéki kultúratermelés megjelenésével egy időben kifejlődött hagyomány jegyében az újságírástól a létezés lehetőségét várják, és nem (ellenőrzési vagy felszentelési) hatalmat, amely a többi mezőre hatna (Zsdanov-effektus).

és hosszabb távon – a termelés vonatkozásában is azzal, hogy a döntéseket (például a kiadókét) kevésbé igényes, de könnyebben eladható termékek javára befolyásolják. Ebben számíthatnak azok támogatására, akik az „objektivitást” a jó társasági illemtudással és a minden érintett iránti valamiféle eklektikus semlegességgel azonosítják, és átlagos kulturális műveket a józan ész értékeinek nevében<sup>9</sup> avantgárdnak kiáltanak ki (s nemcsak a művészetben). De ez utóbbiak maguk is számíthatnak mindazon fogyasztók helyeslésére, sőt cinkosságára, akik – hozzájuk hasonlóan – hajlamosak az *alldoxiára* a „kulturális értékek gócpontjától” való távolságuk miatt, és mert érdekükben áll, hogy elsajátítási képességeik behatároltságát saját maguk előtt elfedjék – a *self deception* logikája szerint, melyet jól jellemez a tudományos ismeretterjesztő lapok olvasói által gyakran használt formula: „ez egy nagyon magas színvonalú tudományos folyóirat, amely ugyanakkor közérthető”.

Így kerülhetnek fenyegetett helyzetbe a mező autonómiájából és a külvilág igényeivel szembeni ellenálló képességéből fakadó vívmányok. A külvilág igényeit ma a nézettségi adatok szimbolizálják; ellenük szólamlottak fel a múlt század írói, amikor fellázadtak az ellen a gondolat ellen, hogy a művészet – de mondhatnánk a tudományt is – az általános választójognak legyen alávetve. E fenyegetés árnyékában két stratégia lehetséges – ezek attól függően ritkábban vagy gyakrabban alkalmazhatók, hogy melyik mezőről van szó, s annak mekkora az autonómiája. Az első: határozottan kijelölni a mező határait, megpróbálni helyreállítani az újságírói gondolkodásmód és cselekvésmódok befurakodásától fenyegetett határokat. A második: alászállni az elefántcsonttoronyból (a zolai modell szerint), az ott megszületett értékeket a külvilágban elterjesztetni, megkísérelni minden rendelkezésre álló eszközt felhasználva – akár a szakosodott mezőkön belül, akár azokon kívül és magán az újságírási mezőn belül is – elfogadtatni a külvilággal az autonómia közegeiben elért eredményeket és vívmányokat.

A felvilágosult tudományos véleményalkotásnak megvannak a maga gazdasági és kulturális feltételei. Nem várhatjuk el a választásoktól (vagy a közvélemény-kutatásoktól), hogy tudományos kérdésekben döntsenek (noha néha közvetve és mit sem sejtve megteesszük ezt), anélkül hogy egyúttal meg ne semmisítenénk a tudomány termelésének feltételeit, vagyis a bejáratnál felállított sorompót, amely a tudósok (vagy művészek) városát védelmezi a külső (tehát faragatlan és nem helyénvaló) termelési és értékelési elvek befurakodásától. De ebből nem következik, hogy ne lehetne a sorompón a másik *irányba* átlépni, s hogy eleve lehetetlen volna az autonómiából fakadó eredmények demokratikus szétosztásán munkálkodni. Feltéve, hogy világosan látjuk: a tudományos kutatás legrendkívülibb vagy a művészet legmodernebb teljesítményeinek nyilvánosságra hozatala az ezen (tudományos vagy művészi)

<sup>9</sup> A modern művészet számos kritikája mostanában alig különbözik – hacsak az ítéletalkotás céljában nem – attól az ítélettől, mint amit az avantgárd művészetet a nép határozatának vagy – ami ugyanaz – a közvélemény-kutatásnak alávetve kapnánk.

információterjesztési eszközök monopóliumának megkérdőjelezését (e monopólium valójában az újságírási mező tulajdona), továbbá a piaci demagógia által megkonstruált többségi várakozás megjelenítésének kritikáját feltételezi. Azoknak a kereskedelmi demagógiáját, akiknek megvannak az eszközeik arra, hogy a kulturális termékeket létrehozók közé (akikhez ebben az esetben odasorolhatjuk a politikusokat is) és a fogyasztók nagy tömegei közé álljanak.

A profi termelők (vagy termékeik) és az egyszerű fogyasztók (olvasók, hallgatók, nézők, de a választók is) között meglévő távolság alapja a szakosodott termelési mezők kisebb vagy nagyobb autonómiája, amely a demokratikus elvek szempontjából többé vagy kevésbé meghaladható, illetve többé vagy kevésbé elfogadhatatlan az egyes mezőkben. És – a látszattal ellentétben – ez a politikai rendben is megfigyelhető, amelynek deklarált elveivel pedig ellentétben áll. Noha az újságírási, illetve a politikai mezőben működő ágensek szünet nélkül versenyben és harcban állnak egymással, s noha az újságírási mező bizonyos értelemben a politikai mező részét képezi, és ott nagyon erős hatást gyakorol, e két mezőben közös, hogy nagyon közvetlenül és nagyon szorosan a piac, illetve a néphatározat uralma alatt áll. Ebből az következik, hogy az újságírási mező hatalma felerősíti a politikai mezőben részt vevő ágensek hajlamát arra, hogy alávéssék magukat a tömegek elvárásainak és követeléseinek, ezek pedig gyakran indulati jellegűek és átgondolatlanok, és sokszor a sajtó általi tálalásuk teszi őket mozgósító követelésekké. A sajtó, különösen a (kereskedelmi) televízió ugyanúgy hat, mint a közvélemény-kutatások, kivéve amikor az autonómiája által biztosított kritikai szabadságot és hatalmat használja föl. Ezekkel egyébként neki magának is számolnia kell: amellett hogy a közvélemény-kutatás a racionális demagógia eszköze is lehet, amely a politikai mező külvilágtól való elzárkózását erősítheti, a választókkal közvetlen kapcsolatot hoz létre – *közvetítés nélkül*, és ez partvonalon kívül helyezi el az összes, társadalmilag szervezett vélemény kidolgozására mandátumot nyert egyéni vagy kollektív ágenszt (például pártokat, szakszervezeteket). A közvélemény-kutatás minden mandátummal rendelkezőt s minden szóvivőt megfoszt a „közvélemény” legitim kifejezésének monopóliumától (amelyen a múlt nagy vezércikkíróival osztoztak); s ezáltal attól is, hogy az őket mandátummal felruházók valós vagy feltételezett véleményének kritikus (és néha – mint a törvényhozásban – kollektív) kidolgozását elvégezhessék.

Mindennek következményeképpen az újságírási mező egyre növekvő hatalma, amely maga is alá van vetve a kereskedelmi logika politikai mező feletti egyre növekvő hatalmának, részese a politikai mező autonómiáját csökkentő folyamatoknak (miközben a politikai mezőt megkísérli a demagógia – most, hogy a közvélemény-kutatások a demagógia racionális gyakorlásának eszközét nyújtják). A politikai mező gyengülésével gyengül a (politikus vagy más) képviselők arra való lehetősége is, hogy *szakértői* kompetenciájukat vagy a *kollektív értékek* őrzőiként elnyert tekintélyüket hangoztathassák.



Nem hagyhatjuk ki, befejezésképpen, a jogászokat, akik „jámbor képmutatás” árán képesek annak a hitnek a fenntartására, hogy döntéseik nem külső (különösen gazdasági) kényszereknek engedelmessé válnak, hanem az általuk őrzött transzcendens normáknak. Az igazságszolgáltatási mező nem az, aminek hiszi magát, nem valami teljesen mentes világ a politikai vagy gazdasági szükségszerűségekkel kötött kompromisszumoktól. De az a tény, hogy képes ilyenként elfogadtatni magát, nagyon is valós társadalmi következményekkel jár, mindenekelőtt azokra nézve, akiknek szakmájuk, hogy igazságot szolgáltatassanak. De mi lesz a jogászokkal, akik a kollektív képmutatást többé-kevésbé őszintén testesítik meg, ha egyszer köztudottá válik, hogy nem a transzcendens és univerzális értékeknek és igazságnak engedelmessé válnak, hanem, mint minden más társadalmi ágensnél, a gazdasági kényszerek, az újságírói népszerűség csábítása náluk is megzavarja az eljárást, felforgatja a hierarchiát?

*Az újságírókra nehezedő s általuk a többi kulturális termelőre gyakorolt rejtett kényszerek leleplezése (kell-e mondani?) nem jelenti felelősök kijelölését, bűnösök pellengérré állítását.*<sup>10</sup> A cél, hogy a dolgok tudatosítása révén mindenki lehetőséget kapjon arra, hogy e mechanizmusok hatalma alól felszabaduljon, s hogy egyszer megszülessen a művészek, írók, tudósok s a terjesztés eszközeinek kvázi monopóliumával rendelkező újságírók kollektív cselekvési programja. Csak egy ilyen együttműködés tenné lehetővé, hogy hatékonyan munkálkodjunk a legegységesebb kutatási eredmények elterjesztésén, s – legalább részben – megteremtjük az univerzálisához való hozzáférés gyakorlati feltételeit.

<sup>10</sup> Hogy elkerüljük a „pellengérré állítást” vagy a karikatúrát – amit azzal válthatunk ki, ha eredeti formában publikálunk felvett vagy kinyomtatott szövegeket –, számos alkalommal le kellett mondanunk arról, hogy a bizonyítást kitűnően alátámasztó dokumentumokat idézzük, amelyek ráadásul a kiemelés hatásmechanizmusa révén, amely szakít a megszokott, családias kontextussal, emlékeztették volna az olvasót arra a sok hasonló példára, ami a hétköznapokban fel sem tűnik.

Luc Boltanski

## Mennyire valóságos a cselekvés?

(Részlet)

### 1. Harmadik kétely: a vágy homályossága

Most a harmadik kételyt vesszük sorra, amely a mások megsegítésének önzetlen, érdek nélküli és az érzelmek által valószínűleg a testbeszédben is megmutató vágyát illető gyanúból ered. Ez a kétely vizsgálódásunk központi tárgya. Az olyan rejtett motívumok feltárása, mint például vágyat oltani a televíziónézőbe, hogy erőszakot lásson a képernyőn, visszatérő témája a médiakritikának, különösen az újságírók által írt kritikáknak. A „szenzációhajhászás” kritikája a 19. század vége óta velejárója az újságírásnak, amelyet, ha olyan valóságot próbál bemutatni, mellyel a tudósító első kézből szembesül, rögtön az a vád éri, hogy a nézők „egészségtelen mértékű érdeklődését” kívánja felkelteni a legborzalmasabb bűntettek részletezésének segítségével. Ez a kritika alapvetően a bűnügyi és szexuális botrányok tárgyalásának szól. De az elmúlt húsz évben a pszichoanalízis és egyéb értelmezések kiterjesztették ezt a kételyt, elfogadhatóvá és az ellenkezéseknek ellenállóvá tették, ami példa nélküli eredmény. Ebben a fejezetben néhány példát mutatunk arra, hogy a vágy és ugyanakkor annak homályossága melletti kitartás hogyan támasztotta alá a tisztátalanság gyanúját, ami az elmúlt két évszázadban az altruisztikus vágnak jutott.

Ennek a gyanúnak a kifejeződésével már sok esetben találkoztunk: Hobbes és Mandeville által ihletett írásokban, amelyek az érzelmet és az érzelmességet gúnyolják; Baudelaire-nél, aki szadista módon ironizál a jó érzelmek álszentségéről; Nietzschénél, aki betegséghez hasonlítja a könyörületet; végül azokban a konstrukciókban, melyek Nietzschének Bataille általi újraértelmezéséből erednek, és megmutatják a hatalom akarásának és a haragnak a működését az altruisztikus értékek misztifikált megnyilvánulásaiban. Szintén láttuk, hogyan hajlik át ez a gyanú vádaskodásba az érzelmi attitűdök értékének megkérdőjelezése érdekében, ami általában kimerül a filantróp burzsoázia gazdasági vagy szimbolikus osztályérdekeit leleplező támadásokban, vagy néha, radikálisabb célzattal, az esztétika területére, a moralitás és a zsidó-keresztény gyökerek teljes elutasításában.

Ugyanakkor a hetvenes évek közepéig ezek a támadások elsősorban a politikai vágy a művészi avantgárd irányából érkeztek, és a burzsoázia, a rendszer, a katolicizmus stb. ellen irányultak, mondhatjuk tehát, hogy a *baloldaltól* indultak ki a *jobboldal* ellen. Hasonlóan, amikor ez a téma a hatvanas évek

elején a szociológiai és történelmi akadémikusok kritikáusai elé került, leginkább arra használandó fel, hogy az emberbaráti vagy egészségügyi jótékonyági akciókat összekapcsolják a kapitalista kizsákmányolás érdekeivel. Ez az orientáció fenntartotta legalább a lehetőségét egy olyan érzelmenek, amely abból a vágyból eredt, hogy lássuk mások szenvedéseinek végét, mint például a nyomor feletti forradalmi felháborodást vagy az imperialista háborúk elleni tiltakozásokat.

Ez a lehetőség azonban eltűnik, amikor a politikai ellenfelek motívumaira utaló vádaskodások mellett maguk a vádaskodást keltő motívumok is lepleződnek. Ez alapvetően a pszichoanalitikai szókinccs segítségével ment végbe. Először is a *vágy* minden érzelm és leendő altruisztikus cselekvés alapja, így a gyanúsítás retorikájának segítségével az altruista vágyak mögött egoista vágyak tárulnak fel, ami átvezet a rejtett érdekekhez vagy frusztrációkhoz, elfojtásokhoz.

Ennek két példáját fogjuk megvizsgálni. Az első, amely a szociális munkásokkal kapcsolatos, megmutatja, hogyan alakul át a külső kritika belső kritikává. A jótékony cselekvés mögött meghúzódó rejtett érdekek leleplezése kiterjeszti a jó érzelmek és a jótékonyág mint az uralkodás eszközeinek kritikáját, amely általában tartalmazza annak elemzését, hogy a szociális munkásoknak egy katolikus burzsoá általi szexuális elnyomása hogyan szolgált az alacsonyabb osztályok elnyomásának hátteréül. De ezek az elemzések nem csak történelmi szempontból használhatók. A hetvenes évek végén újra felhasználták őket az avantgárd politikában részt vevő szociális munkások, akik a vágyat jelölték meg szakmai és politikai cselekedeteik alapjául, és kritikának vetették alá. A *Champ social* által 1976-ban összeállított szöveggyűjteményben azt olvashatjuk: „egy egészséges, jótékony és altruista vágy mindig a saját vágyra vezethető vissza”. Ennek a vágnak az elemzése azt mutatja, hogy messze van a feddhetetlenségtől. Példánk okáért *A szociális munkás szexualitása* című fejezet kimutatja, hogy a szociális munkás „libidinális kielégülést talál az ügyfelei problémái iránt érzett felelősségben”: „Egyes szociális munkások nem csapják be magukat, és tisztában vannak vele, mennyire kétértelmű az, ha (szakmánk egy híres frázisával élve) ráhangolódnak mások vágyaira.”

A szexuális vágy elfojtása hatalomvágygá alakul, ami altruista vággal lepleződik. Ugyanez az érv található meg a militantizmus szélsőséges kritikájában, ahonnan következő példánkat vesszük. Vegyünk például egy röpiratot, amelyet 1972-ben adott ki a Forradalmi Ifjúság Szervezet. Milyen okok veszik rá a militánst arra, hogy harcoljon? „Nincs kérdés, amelylyel jobban zavarba lehetne hozni egy militánst. Legrosszabb esetben végeérhetetlen halandzsába kezdenek a kapitalizmus réméről, a harmadik világ szegény gyermekeiről, repeszgránátokról, áremelkedésről, elnyomásról...” A „militáns képtelen észlelni a vágyait, és szembesülni azokkal”. Motiválhatja: a) letagadott vallásos attitűd („önfeláldozás, meg nem alkuvás, vágy a térítésre, behódolás”); b) „a hírnév vágya” („a militantizmusban olyan sze-

mélyes fontosságra találnak rá újra, amit társadalmi pozíciójuk degradálódása során elveszítettek"); c) elfojtott szexuális vágy (a militáns mindent visszautasít, „ami a szerelemben pusztító, a határok megtagadásában pedig pozitív”).

A militánsokat az okokról nyilatkozni kényszerítő vágnak egy példaszerű, deleuziánus alapokból kiinduló és azoktól nem túlságosan eltávolodó kritikája található F. Fourquet-tól a *Recherche* 1974-es számában: a) „Nincs ember és nincs praxis – csak hajtóerő van és intenzitás. Nincs világ, nincs termelőerő – csak vágy van és hatalom” (106); b) a militánst megszállta „az elfojtás mérge” (56); c) a *vádaskodás*, a militáns mániája, ennek az elfojtásnak a megtestesülése (62); d) a vágy hatalomvágy: „Ebből az empirikus megfigyelésből indulunk ki: furcsa és bensőséges kapcsolat van a vágy és a hatalom között” (110); e) észlelnünk kell saját vágyainkat, és szembesülnünk kell velük (113).

## 2. Negyedik kétely: a cselekvési szándék hiábavalósága

Vizsgáljuk meg most negyedik kételyünket, mely a szerencsétlenek érdekében való cselekvés szándékával foglalkozik. Az első fejezetekben láttuk, hogy a bajbajutottak szenvedéseinek megszüntetésére vagy enyhítésére irányuló cselekvésre való hajlam egyik alapvető feltétele annak, hogy megindokoljuk és elfogadjuk mások szenvedésének szemlélését. Szintén láttuk, hogy amikor a közvetlen cselekvés nem lehetséges, a szemlélőnek a hatékony közbeszéd erejére kell támaszkodnia. A csupán a hatókörén belül lévőeknek címzett média olvasásának, hallgatásának vagy nézésének izolált helyzetében az illetőnek legalább a lehetőségét biztosítani kell annak, hogy közlétegye az érzelmeit, és szavak formájában közölje őket másokkal. De ahhoz, hogy megalkothassa cselekvésre való elkötelezettséget, ami felismerhetően tartalmazza a cselekvés *szándékát*, erősen hinnie kell szavai hatékonyságában, vagyis abban, hogy képesek befolyásolni, megváltoztatni a valóságot. Ez a hit önmagában is különbséget feltételez a való világ között, amelyben a cselekvést végrehajtják, és a reprezentáció világa között, amely biztosítja a cselekvés irányításához szükséges információt a valóságról.

A politikai kommunikáció klasszikus elméletei is ebbe a keretbe illenek. Vegyük azt a helyzetet, amelyben vannak kormányzók, akik rendelkeznek a világ politikai valóságának közvetlen befolyásolására való képesség monopóliumával, és vannak kormányzottak, akiknek nincs meg ez a képességük. Az utóbbiak nem változtathatják meg a világot a hangjuk hallatásával, azzal, hogy beszédeikkel nyomást gyakorolnak a kormányzókra. Van némi irányításuk a valóság felett, ami abban a hatalomban fejeződik ki, amit azok döntésein keresztül gyakorolnak, akik képviselik, és ezáltal kormányozzák őket. Minél távolabbi a valóság, amelyre a cselekvés irányul, annál erősebb a ragaszkodás az effajta közvetítés hatékonyságához, tehát erősebb lesz, ha például egy távoli ország szegényeinek érdekében kell közbenjárni, mint ha a kilakoltatott szomszéd család vagy az elbocsátott munkatárs érdekében. De

ezek a különbségek nem befolyásolják a világban végrehajtott cselekvés valóságosságát. Tehát az utcai *demonstráció*, ami a szavazással, petíciókkal és a közvélemény-kutatóknak adott válaszokkal együtt a kormányzottak egyik eszköze arra, hogy nyomást gyakoroljanak a kormányzókra, nem törekszik kevésbé hitelesen a cselekvésre, hogy ha a polgárok a saját érdekeikért demonstrálnak (például a leépítések ellen), mint ha mások érdekeiért (például a politikai menekültek kitoloncolása ellen), vagy egy távoli ügy érdekében (például a békéért a harmadik világban).

Ebben a sémában a média közvetítései biztosítják az információt a világról, amelyre még nagyobb szükség van a cselekvés irányításához, ha a valóság távoli, és ezáltal az egyén nehezebben fér hozzá közvetlen megfigyelésen, ismerősök verbális tanúságtételein vagy olyanok elbeszélésein keresztül, akik első kézből értesültek a tényekről. Az információ minőségével kapcsolatban tehát az alapvető kérdés az objektivitás, amennyiben az az információ közvetítőjének függetlensége, kiváltképp a pénzügyi függetlensége által garantálható. A politikai kommunikációnak ezt a koncepcióját sok elemzés vizsgálta, melyek, átvéve a frankfurti iskolától az ideológia kritikáját, arra vállalkoztak, hogy *dekonstruálják* a média által közvetített tények szerkezetét.

A vállalkozás három lépcsőre bontható. A kiindulópont az volt, hogy hamis semlegességgel vádolták meg a médiát, legalábbis azokat a médiumokat, amelyek domináns és manipulált ideológiát hordoznak – amivel úgy javították ki a politikai kommunikáció koncepcióját, hogy nem kérdőjelezték meg azt, hiszen a kiindulási alap továbbra is az objektivitás maradt –, és ebből kiindulva próbálták felfedni a politikai és kommunikációs technikák közti számos átfedést, amelyek egy ponton az azonosságig jutnak: ez a pont a látvány. Míg az első esetben a cselekvés és a közvetítés különbözik (bár a közvetítés lehet a kritikák által említett manipuláció alanya), a másodikban kölcsönösen áthatják egymást, a színpadi cselekvés képzetével, amely a kezdetektől fogva figyelembe veszi a közvetítést. Ugyanakkor, bár a kritika a látvány birodalmának majdnem teljes uralmát fedi fel, a kritika normatív támogatás mégis egy olyan világ lehetőségéből adódik, amelyet nem lehet meghamisítani, ahol a cselekvés nem csak látszat (*simulacrum*), és ahol a szavaknak valóban van hatásuk, mivel a kritika éppen egy lehetséges világállapot, jóllehet implicit felismeréséből indul ki, amely a kritizált valóság ellentéte. Éppen ezt a lehetőséget zárják ki a végső elemzésben azok a konstrukciók, amelyek a különbség lebontására törekednek a világ és a között, ami stimulálja. Így azonban a közvetítés kritizálásának a világ megismerését célzó és különösen az a szándéka, hogy szavakkal hassunk egy olyan világra, amely kívül áll a közvetítésen, amelyből azt ismerjük, illuzórikussá válik. A cselekvés szándéka végrehajthatatlan, mivel a látványból nem maradhat ki semmi. Mikor a szemlélő azt hiszi, hogy cselekszik, valójában csak színpadi értelemben cselekvő.\* Fenntartja a látszatot.

\* Az angol *actor* egyaránt jelent „cselekvő”-t és „színész”-t – a *ford.*

Nyissák csak ki Patrick Champagne legújabb könyvét, a *Faire l'opinion*ot, ami jó példa a második típusú elemzésre. Champagne a gazdademonstrációk tanulmányozásából kiindulva nagyobb ambíciókat követ: globális kihívást teremt a demokrácia illúzióját keltő politikai játszma számára. Általános érve az, hogy a közvélemény hatása, amelynek segítségével a politikusok legitimálni akarják cselekedeteiket, valójában nem is létezik. Alapvető nézetei a következők:

A politikusok úgy tesznek, mintha a közvéleményt tartanák szem előtt, amelynek hangja nyomást gyakorol a döntéseikre. Azok a személyek és intézmények – közvélemény-kutatások, újságok, kommunikációs tanácsadók, a televízió, politológusok, újságírók, szövegírók, számítógépek, tüntetők stb. –, akik és amelyek a közvéleményt külső erőként akarják bemutatni, amelyek csak napvilágra hoznak, valójában kölcsönösen támogatják egymást annak érdekében, hogy megkonstruálják ezt a közvéleményt, és megteremtsék a létezésébe vetett hitet. Ezt az illuzórikus hitet szeretné rekonstruálni a szociológus. Ez különböző terepeken megy végbe. Először is a közvélemény-kutatások terén, Pierre Bourdieu hetvenes években megszületett módszertani kritikájának segítségével: a kérdések bezártság és teher érzetét keltő megfogalmazása, a válasz verbális jellege, ami nem ad semmi gyakorlati információt, a nem válaszolás kizárása stb. Ezek a nehezen vitatható módszertani kritikák a „közvélemény-házalók” elleni vádakot hivatottak támogatni, akik „egyszerű terméket” gyártanak, de akik, a politológusok támogatásával, létrehozzák a közvéleményt azzal, hogy megteremtik a hitet a létezésében.

A második terület a politikusok önreprezentációja. Természetesnek tűnik, hogy a politikust valójában a kommunikációs tanácsadók „állítják elő”. Végül ugyanez a dekonstrukció megy végbe a tudósítás és információ területén: az eseményeket megkonstruálják; létezik „a médiaesemények teremtésének mezője”, és „nem véletlenül érik a sajtót rendszeresen olyan vádak, hogy mesterségesen gyárt eseményeket, vagy hogy túl nagy nyilvánosságot ad egyes csoportoknak vagy ügyeknek” (*Faire l'opinion*, 243, 260). Azt az illúziót, hogy létezik közvélemény, egy termék megalkotásának ilyen esetei támogatják (amely terméket a szerző „általános dominanciának” nevez, a rokon elméletek „általános csereviszony” fogalmára utalva). A politikusok véleményeket adnak elő annak érdekében, hogy megnyerjék a közvéleményt, amely maga is a vélemények gyártásának és a politikusok, újságírók és politológusok kategorizálásának az eredménye.

És a demonstráció, a közvélemény politikai kifejezésének hagyományos eszköze nem külső behatás a hitnek ebbe a „körébe”? Nem, mivel, legalábbis manapság, ezeket is szövszólók konstruálják, akik nem „valós csoportokat” képviselnek, hanem „politikusok által és politikusokért gyártott közösségeket”, és figyelembe veszik a médiában való megjelenést is: „tudósítóknak szóló demonstrációkat” hoznak létre, „specifikus termékeket, hogy elkáprázz-

tassák és megmozgassák azokat, akik nézik, mielőtt az olvasók vagy televíziónézők elé tárják” (uo. 235). Szintén lehetetlen „elkülöníteni a tényeket a róluk készült beszámolóktól, az utcai demonstrációt a médiában bemutatottól” (uo.). Azok, akik azt hiszik, hogy a demonstrációtól cselekvőkké válnak, valójában csak színpadi cselekvők: „Miközben hatni akarnak a kutatók által összeszedett közvéleményre, a demonstrálók nem annyira tevékeny részei, mint inkább önkéntelen részei egy látványnak, melynek a forgatókönyvét sem mindig ismerik” (uo. 259). Amit ők cselekvésnek hisznek, az pusztán hozzájárulás a látványhoz: ezek a „hamis csoportok... nem cselekvő, inkább reprezentáló csoportok, és gyakorlatilag egyetlen funkciójuk az, hogy helyeseljenek a megszervezőiknek” (példaként a szerző az *SOS Racisme*-ot hozza fel, 260–262).

Miközben leleplezi a látvány birodalmát, és az illuzórikus közbeszédet, amely azt hiszi, kívül tud kerülni a látványon, és önállóan cselekedni, Champagne fenntartja, legalább nosztalgia és kívánság formájában, az olyan beszéd igényét, amely cselekvéssé válhat, ha a valóságra alkalmazzák. Megjegyezve, hogy a korábbi demonstrációk „sokkal inkább a kifejezés formái voltak” (201), felhívással fordul azokhoz a politikusokhoz, akik képesek „kitörni a körből”, és visszaadni a beszédet az embereknek (281). Éppen ez a kívánság azonban, ami kimarad a reflexiókból, amelyek meghaladni próbálják a „panoptikum” vagy a „látvány társadalmának” kritikáját. Lapozzuk csak át Jean Baudrillard könyveit, főleg a Franciaországban 1981-ben megjelent *Simulacres et simulation*ot, amely az elméleti alapot jelenti legújabb elemzéseikhez az öbölháború média általi kezeléséről vagy a temesvári hamis tömegsírokról. Miért nem vagyunk többé a látvány társadalma? Mert, a hamis reprezentáció kritikájaként, a látvány társadalmának kritikája megmarad a reprezentáció logikájában, és ezáltal feltételezi egy külvilág létezését, jelekkel reprezentálható vagy eltorzítható valóság formájában. A „szimulákrumok és szimuláció korában”, melyhez elérkeztünk, a jel „visszatért a pusztán utalás állapotába”. A rendszer, amelynek részei vagyunk, „többé maga sem más, mint óriási szimulákrum”, amely „soha nem válik valósággá, mindig csak önmagává, végtelen körben, határ vagy kimutatás nélkül” (5–6). A valóságra való utalás lehetőségének megszűnésével eltűnik az illúzió kritikája is. Ezért aztán „a tv feloldódik az életben, az élet a tv-ben – észrevétlen kémiai oldódás” (30). Egy csapásra képtelenné válunk megkülönböztetni az okot az okozattól, a szubjektumot az objektumtól, a célt az eszköztől, és persze, ami számunkra a leglényegesebb, az aktívát a passzívtól (31). A kommunikáció „zárt körré válik, mint egy *csapda*” (81). Maradunk a kör képzeténél, de ez a kör tökéletesen záródik önmagába, mindenfajta kitekintés lehetőségét kizárja: „a médium az üzenet – a küldő a befogadó – a pólusok körkörössége – a panoptikus és perspektivikus tér vége – modernitásunk alfája és ómegája” (82): „Az egyik pólus átfolyása a másikba... tehát a közvetítés, egyiknek a másiktól való elválasztásának lehetetlensége. A médiahatások körkörössége” (83).

Vegyük például az öbölháborút: „A hadszíntéren, az öbölben, minden rejte van... csak a tévé működik üzenet nélküli médiumként, a tiszta televízió képzetét adva”: „A »valós idejű« információ tökéletesen irreális térben mozog, ami végül a tiszta, használhatatlan, pillanatnyi televízió képzetéhez vezet, amelynek előbukkan az eredeti funkciója, az üresség megtöltése, a lyuk feltöltése a képernyőn, ami által a leíró szubsztancia megszűnik” (66 és 22). A „csupán önmagukra vonatkozó” „virtuális képzetek” „hiperreális univerzumában”, amelybe a média alámerít minket, „egyetlenegy cselekményt játszunk el – a cselekvést!” (45). A cselekvésben vagy a világba kivetítve cselekvést közvetítő beszédben hinni tehát értelmetlen naivitás.

Ez a szerencsétlenség is jó azonban valamire. A cselekvés hozzáférhetetlensége, *irrealitása*, ad valamilyen elszánt jelleget a távoli szenvedés látványának, ha a cselekvőképtelenség hatását nem csökkenti az, hogy ennek a szenvedésnek a valóságosságát gyengítik közvetítéssel kapcsolatos kételyek: objektív vagy célzatos? Valódi vagy fikcionális? Valóságos vagy megkonstruált? Hiteles vagy hamis? A médiát érintő „bizalmi válságnak”, amelyet J.-L. Missika, talán helyesen, összeköt a „kiábrándulással és kétséggel”, amelyek annak felismeréséből származnak, hogy a televízió át kapott kép „szellemi konstrukció”, az egyik hatása az, hogy enyhíti az aggodalom és megalázottság érzését, és az önbecsülés elvesztését, amelyet a sebesült, bebörtönzött, megkínzott, éhező vagy halott emberek tehetetlen szemlélése gyakran kivált.

Az elszakadásnak az a formája, amikor kikapcsoljuk a készüléket – amelyre, mint láttuk, mindig rászüthető az önző közönyösség bélyege – nem az egyetlen módja az inaktív aggályok enyhítésének. Van még egy lehetőség, a Missika által leírt attitűdnek megfelelően, amikor is a figyelmet a messziről megfigyelt helyszínről a médium felé irányítjuk, és ezzel megszabadulunk az érzelmeinket irányító kötelezettségtől és a diskurzustól, amelyben mindez megjelenik. A reprezentáció kritikája tehát, ha nem is kerekedik felül a közvetítetteken, legalább elősegíti a szenvedés zárójelbe tételét, és kételyeket támaszt annak valóságossága felől, ami, a médium már említett homályosságától elmosódva, már nem készlet azonos erejű cselekvésre. Ha, mint a *Dictionnaire de la communication* két szerkesztője írja, „a temesvári hamis halottak eltakarják a panamai lakónegyedek bombázásának több ezer valódi áldozatát”, akkor az ártatlanok lemészárlása felett érzett felháborodás, rémület és szégyen helyét is mindig átveheti a kétely. [...]

## 5. Médiacselekvés

Ha cselekvés teljes kapacitása a humanitárius megmozdulást végző *cselekvőknek* jut, nem pusztán passzív szerep jut-e a szemlélőknek (és ugyanezt kérdezhetjük a segílyt kapókról)? De ha a szemlélő passzív, nem passzívok-e azok is, akik háborognak a humanitarizmus indokolt közvetítésén? Láttuk, hogy a távoli szenvedés megindoklása a szemlélő részéről attól függ, orientált-e a cselekvés



felé. De ha ez az orientáció nem valódi, nem esik-e vissza a néző olyan elke-  
serítő látványok tiltott fogyasztásába, amelyek, a fikciós közvetítésekhez hason-  
lóan, felkavaró és mély érzelmek keltését célozzák? Ez a Bernard Kouchner-  
nek,\* az egymással versengő cégekhez tartozó humanitárius mozgalmak tagjai  
által is címzett leggyakoribb panaszok egyike, ami nincs messze attól, amit ő  
maga jegyez meg, amikor a hírek „mindenáron való szenzációhajhászásán” és  
a „képek perverzítésán” sajnálkozik, vagy amikor bocsánatot kér a médiában  
tapasztalható „cinizmusért”.

De akkor miért nem szakítunk mindezzel? Tudjuk, hogy Kouchner vezér-  
motívumai a közvetítésre való igény, a népszerűség igénye és a fontoskodás  
voltak, ezt az utóbbi két könyve csak megerősíti. „A legfontosabb ok a  
közöny, a küzdelem a kamera közreműködése nélkül folyik.” „A kamera  
előtt kisebb a halál kockázata.” A nyomorról és elnyomásról készített képek  
közzétételével a tudósítók valamelyes védelmet biztosítanak a szenvedő  
vagy elnyomott népszerűségnek, és azoknak is, akik a segítségükre sietnek,  
mivel így nehezebb úgy megszabadulni tőlük, hogy elúzik vagy megölik  
őket. Ki ellen kapnak védeltséget ezek az emberek? Bernard Kouchner szá-  
mos alkalommal elismétli: a rajtuk uralkodók ellen. Erőszakos cselekedeteik  
nyilvánossá tétele megteszi a hatását a népszerűséget, gyakran az etnikai  
kisebbségeket gyötrő állami vezetőkre, jó esetben az erőszak mérséklésre,  
rossz esetben körültekintésre és színlelésre készíti őket. De ezek az erősza-  
kos cselekedetek nem kerülnek nyilvánosságra abban az országban, ahol  
elkövették őket. A nyilvánosság hatása tehát feltételez egy nemzetközi nyil-  
vános teret. Diplomáciai közbenjárások eredményeképpen születnek, vagy  
is nyomás hatására, amelyet más országok gyakorolnak azoknak az álla-  
moknak a vezetőire, amelyekben a szenvedés és atrocitások végbemennek.  
A szenvedő vagy elnyomott kisebbségeknek adott médianyilvánosság hatá-  
sai tehát más vezetőkön jelentkeznek. Akkor viszont mi szükség a széles  
körű közvetítésre? Nem állnak a vezetők rendelkezésre sokkal kifino-  
multabb eszközei az információszerzésnek? Ezt általában azzal szokták ma-  
gyarázni, hogy az állami vezetők akkor lépnek közbe, ha a saját országuk  
közvéleménye ilyen irányú nyomást gyakorol rájuk, vagy ha arra követ-  
keztetnek, hogy ez a közvélemény támogatni fogja őket. Gondolatmenetünk  
végkövetkeztetése tehát, hogy a nézők, legalábbis a demokratikus államok-  
ban, döntő szerepet játszanak azokban a közbelépésekben, amelyek szüksé-  
gesek a távoli szenvedés megszüntetéséhez vagy enyhítéséhez. De hogyan  
fordulhat elő az, ami pedig gyakran előfordul, hogy ekkora fontosságot tulaj-  
donítunk a közvéleménynek, ugyanakkor hangsúlyozzuk a nézők passzivi-  
tását, és elítéljük „voyeurizmusukat”?

Úgy látjuk, a válasz az *action of public opinion* kifejezés kétértelműségében  
rejlik, ahol az *action* egyaránt jelenthet „hatás”-t és „szándékos cselekvés”-t.

\* A könyv megjelenése idején Franciaország egészségügyi minisztere, majd az ENSZ ko-  
szovói főmegbízottja – (A Ford.)

Létezik olyan, teljesen kétségkívül sohasem realizált, extrém helyzet, amelyben a passzív közönség is gyakorolhat hatást. Ez akkor történik meg, ha a vezetők, akik majdnem monopolhelyzetben vannak a nemzetközi cselekvést illetően, a nézők érzelmeiről, vágyairól és szándékairól kapott reprezentációkra támaszkodva, vagy a jövőbeli szavazatok reményében, közbelépést kezdeményeznek. Ez helyzet hasonlít ahhoz a nagyon is valóságos és gyakori esethez, amikor a vezetők a közvélemény-kutatások eredményei alapján döntenek. A közvélemény-kutatók kérdéseire való felelés csak igen hozzávetőlegesen és kevésbé felel meg annak, amit általában valaminek a végrehajtásaként vagy cselekvésként értelmezünk, tehát *a cselekvés általános tapasztalatának*. A közvélemény-kutatás esetében a beszélő gyakorlatilag a *pusztán verbális beszéd* végletébe esik, mivel az *effektív beszéddel* ellentétben nem befolyásolja önmaga hatását, még ha lehetséges is, hogy bizonyos esetekben a közvélemény-kutatóknak adott válasz hatékonyabb más beszédformáknál.

Megvizsgáljuk ezeket a formákat, hogy tisztázzuk, mi köze a vélemény hatásának (*action*) a hagyományos értelemben vett cselekvéshez (*action*). Ebben az esetben válik aktuálissá, hogy a beszéd, amely, mint láttuk, a néző fő eszköze a távoli szenvedés közvetítése által keltett morális követelésekkel való megbirkózásra, megérthető effektív beszédként is, és így adekvát válasz lehet a cselekvés igényére.

# 1.3. A kommunikáció kulturális megközelítései

Stuart Hall

## Kódolás – dekódolás

A tömegkommunikáció-kutatás hagyományosan a körforgás vagy hurok formájában konceptualizálja a kommunikációs folyamatot. Ezt a modellt lineáritása miatt – küldő/üzenet/befogadó –, az üzenetcsere szintjére való összpontosítása és amiatt bírálják, mert a különböző mozzanatok nem fogja fel tagoltan mint összetett kapcsolati struktúrákat. Lehetséges (és hasznos) azonban úgy is elgondolni ezt a folyamatot, mint olyan struktúrát, amelyet összekapcsolt, de külön mozzanatok – termelés, terjesztés, elosztás/fogyasztás, újratermelés – hoznak létre és tartanak fenn. A folyamatot ezáltal „összetett domináns struktúrának” gondolnánk el, amelyet összekapcsolt gyakorlatok tagozódása tart fenn, ám ezek mindegyike megőrzi különállását, sajátos modalitása, külön formái és létfeltételei vannak. Ennek a második megközelítésnek, amely arra hasonlít, ami az árutermelés vázát alkotja Marx *Grundrissé*jében és *A tőkében*, az a további előnye van, hogy egyértelműbben mutatja meg, hogyan tartható fenn a folyamatos körforgás – termelés-elosztás-termelés – a „formák átmenetével”.<sup>1</sup> Rávilágít azoknak a formáknak a sajátosságára, amelyekben a folyamat terméke minden pillanatban „megjelenik”, s így arra, hogy társadalmunkban és a modern médiarendszerben mi különbözteti meg a diszkurzív „termelést” másfajta termelési fajtáktól.

Az ilyen gyakorlatok „tárgyai” a jelentések és üzenetek olyan sajátos jel-hordozók formájában, amelyek, mint a kommunikáció és a nyelv bármely formája, kódok működése révén szerveződnek a diszkurzuslánccolat szintagmáján belül. A termelés apparátusai, viszonyai és gyakorlatai így bizonyos pillanatban (a „termelés/körforgás” pillanatában) a „nyelv” szabályain belül létrejött szimbolikus hordozók formájában bukkannak fel. Ebben a diszkurzív formában játszódik a „termék” körforgása. A folyamat ezért – termelési oldalról – éppúgy igényli anyagi instrumentumait – „eszközeit” –, mint a saját (társadalmi) termelési viszonyait – a gyakorlat megszerveződését és kombinációját a médiaapparátusokon belül. Ámde a termék körforgása éppúgy a *diszkurzív* formában zajlik, mint elosztása különböző közönségek között. Ha egyszer létrejött a diszkurzus, utóbb társadalmi gyakorlattá kell lefordítani – ismét át kell alakítani –, ha azt akarjuk, hogy a körforgás teljes és hatékony legyen. Ha nincs „jelentés”, nem lehetséges „fogyasztás” sem. Ha a jelentés

<sup>1</sup>Marx gondolatmenete módszertani következményeit fejti ki és kommentálja S. Hall: „A Reading of Marx's 1857”. Introduction to the Grundrisse, in *dWPCS* 6 (1974).

nem artikulálódik a gyakorlatban, nincs hatása. E megközelítés értéke, hogy miközben mindegyik mozzanat, artikulált formában, szükséges a körforgás egészéhez, teljes mértékben egyetlen mozzanat sem garantálhatja a következő mozzanatot, amellyel artikulálódik. Minthogy mindegyiknek megvan a sajátos modalitása és létfeltétele, mindegyik képes szakadást vagy szünetet előidézni a „formák átmenetében”, amelynek folyamatosságától a hatékony termelés (azaz „újratermelés”) árama függ.

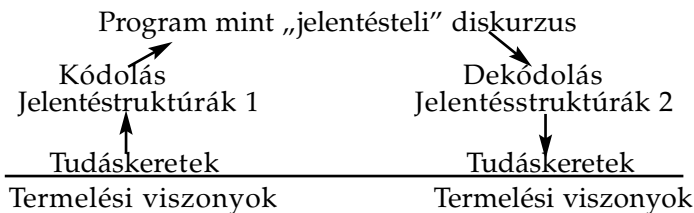
Ezért, bár semmilyen módon nem akarjuk kizárólag „a tartalomelemzésből fakadó irányokra”<sup>2</sup> korlátozni a kutatást, el kell ismernünk, hogy az üzenet diszkurzív formájának kitüntetett helyzete van a kommunikatív cserében (a terjedés szempontjából) s a „kódolás” és „dekódolás” mozzanatai, jóllehet az egész kommunikációs folyamat szempontjából csak „viszonylag önállóak”, meghatározó mozzanatok. Egy „nyers” történelmi esemény, *ebben a formában* nem közvetíthető például televíziós adásban. Az események csak a televíziós diskurzus aurális-vizuális formáin belül jelölhetők. Mihelyt valamely történelmi esemény a diskurzus jegyében zajlik, mindazon összetett formális „szabályok”-nak van alávetve, amelyek révén a nyelv jelent valamit. Paradox formában kifejezve, az eseménynek először „sztorivá” kell lennie, mielőtt *kommunikatív esemény* lehet. Ebben a mozzanatban a diskurzus formális alszabályai „uralkodnak”, bár természetesen nem helyezik hatályon kívül az így megjelölt történelmi eseményt, a társadalmi viszonyokat, amelyek között a szabályok működnek vagy az ily módon megjelölt esemény társadalmi és politikai következményeit. Az „üzenet forma” az esemény szükségszerű „megjelenési formája” a forrástól a befogadóhoz való átmenetben. Ezért az „üzenet formává” (vagy a szimbolikus csere módjává) való átalakítás és az onnan történő visszaalakítás nem „esetleges” mozzanat, amelyet tetszes szerint figyelembe vehetünk vagy figyelmen kívül hagyhatunk. Az „üzenet forma” meghatározó mozzanat; jóllehet más szinten csak a kommunikációs rendszer felszíni mozgásait foglalja magába, s egy újabb lépcsőfokban integrálandó azon teljes kommunikációs folyamat társadalmi viszonyaiba, amelynek csak a részét alkotja.

Ebből az általános nézőpontból durván a következőképpen jellemezhetjük a televíziós kommunikációs folyamatot. Az adás létrehozásához szükség van a sugárzás intézményi struktúráira, a produkciós gyakorlatra és hálózatokra, a szervezeti viszonyokra és technikai infrastruktúrára. A *tőke* analógiájára ez nevezhető a „munkafolyamatnak” a diszkurzív módozatban. Itt a termelés üzenetet teremt. Bizonyos értelemben tehát itt kezdődik a körforgás. A termelési folyamat természetesen nem nélkülözi a „diszkurzív” oldalt; keresztül-kasul jelentések és eszmék hatják át: a termelési rutinokkal kapcsolatos használatba vett tudás, történetileg meghatározott technikai készségek, szakmai ideológiák, intézményes tudás, meghatározások és feltevések, a közön-

<sup>2</sup> J. D. Halloran: „Understanding television”. Paper for the Council of Europe Colloquy on Understanding Television’. University of Leicester, 1973.

ségre vonatkozó feltételezések hatják át a program létrehozását e termelési struktúra révén. Továbbá, bár a televízió termelési struktúrái indítják el a televíziós diskurzust, ezek nem alkotnak zárt rendszert. Témákat, kezelési módokat, napirendeket, eseményeket, személyeket, a közönségre vonatkozó képeket, „helyzetmeghatározásokat” vesznek át más forrásokból és más diszkurzív alakzatokból a tágabb társadalmi-kulturális és politikai struktúrában belül, ahol a közönség egyszerre a televíziós üzenet „forrása” és „befogadója”. Így hát – Marx kifejezését kölcsön véve – a forgalom és a befogadás voltaképpen a televíziós termelési folyamat „mozzanatai”, s egy sor kerülő úton és strukturált „visszacsatoláson” keresztül ismét betagozódnak magába a termelési folyamatba. A televíziós üzenet fogyasztása vagy befogadása ezért maga is a tágabb értelemben vett termelési folyamat „mozzanata”, bár ez utóbbi az „uralkodó” jellegű, mert az üzenet „megvalósulásának kiinduló pontja”. A televíziós üzenet termelése és befogadása ezért nem azonosak, ám kapcsolatban vannak egymással: elkülönült mozzanatok abban a totalitásban, amelyet a teljes kommunikációs folyamat társadalmi viszonyai alkotnak.

Bizonyos ponton azonban a sugárzott struktúráknak kódolt üzeneteket kell átadniuk értelemmel bíró diskurzus formájában. A termelés intézményi-társadalmi viszonyainak meg kell felelniük a nyelv diszkurzív szabályainak ahhoz, hogy „valóra váljanak”. Ez újabb megkülönböztető mozzanatot teremt, amelyben a diskurzus és a nyelv formális szabályai játszanak uralkodó szerepet. Mielőtt ennek az üzenetnek „hatása” lehet (bárhogyan fogalmazzuk is meg azt), „szükségletet” elégíthet ki vagy „használatba” vehető, először értelmes diskurzusként el kell sajátítani, azaz értelmesen dekódolandó. A dekódolt jelentéseknek ez a sora „hat”, befolyásol, szórakoztat, oktat vagy beszél rá, igen összetett észleleti, kognitív, érzelmi, ideológiai vagy viselkedésbeli következményekkel. „Meghatározott” pillanatban a struktúra kódot alkalmaz és „üzenetet” közvetít; másik meghatározott pillanatban az „üzenet”, dekódolásai útján belefolyik a társadalmi gyakorlat struktúráiba. Ma már világosan látjuk, hogy ez a visszaáramlás a közönség befogadásába és „használatába” nem érhető meg egyszerűen a viselkedéstudomány révén. Az elszigetelt elemek – hatások, alkalmazások, „jutalmak” – pozitivisták kutatásában feltárt jellegzetes folyamatokat magukat is áthatják a megértés struktúrái, s olyan társadalmi és gazdasági viszonyok hozzák létre őket, amelyek a lánc befogadói végén formálják „megvalósulásukat”, s amelyek lehetővé teszik, hogy a diskurzusban felbukkanó jelentések a gyakorlatba vagy a tudatba tevődjenek át (s ezáltal társadalmi értékre vagy politikai hatékonyságra tegyenek szert).



Nyilvánvaló, hogy amit „jelentésstruktúrák 1”-nek és „jelentésstruktúrák 2”-nek nevezünk az ábrán, az nem lehet ugyanaz. Nem alkotnak „közvetlen azonosságot”. A kódolás és dekódolás kódjai talán nem tökéletesen szimmetrikusak. A szimmetria mértéke – azaz a „megértés” és „félreértés” mértéke a kommunikatív csereben a „megszemélyesítések”, a kódoló-termelő és a dekódoló-termelő helyzete közötti szimmetria-aszimmetria (egyenértékűségi viszonyok) fokától függ. Ez viszont azok között a kódok közötti identitás/nem identitás fokától függ, amelyek tökéletesen vagy tökéletlenül adják át, szakítják meg vagy módszeresen torzítják el mindazt, ami átadásra kerül. A kódok közötti illeszkedés hiánya jórészt a műsorsugárzók és a közönség közötti viszony és helyzet strukturális különbségeivel függ össze, de van némi köze a „forrás” és a „befogadó” kódjai közötti aszimmetriához is a diszkurzív formává való átalakulás, illetve a belőle való kiválás pillanatában. Amit „torzulásnak” vagy „félreértésnek” neveznek, az éppen a kommunikatív csere két oldala közötti *egyenértékűség hiányából* fakad. Ismét csak ez határozza meg az üzenet „viszonylagos önállóságát”, ám „meghatározottságát” a diszkurzív mozzanatokba való belépés, illetve az azokból való kilépés során.

Ennek a kezdetleges paradigmának az alkalmazása már kezdte átalakítani a korábbi kifejezésre, a televíziós „tartalomra” vonatkozó értelmezésünket. S azt is kezdjük látni, hogy alakíthatja át a közönség befogadására, „olvasatára” és válaszára vonatkozó értelmezésünket is. A kommunikációkutatásban már régebben is sokszor hirdettek új kezdetet és véget, ezért legyünk óvatosak. Mindazonáltal van némi alapunk azt gondolni, hogy új és izgalmas, egészen új szakasz nyílik az úgynevezett „közönségkutatásban”. A szemiotikai paradigma a kommunikatív láncolat bármelyik végén azzal kecsegtet, hogy eloszlatja azt a tétova behaviorizmust, amely oly sokáig kísértette a tömegmédiakutatást, különösen a tartalmi megközelítés szintjén. Noha tudjuk, hogy a tv-műsor nem behaviorinput, mint amilyen térdkalács reflexkiváltás céljából való megütögetése, a hagyományos kutatók mintha mégsem lettek volna képesek anélkül fogalmi keretbe foglalni a kommunikatív folyamatot, hogy valamiféle lopakodó behaviorizmushoz ne folyamodnának. Tudjuk, hogy – mint Gerbner megjegyezte – az erőszak bemutatása a képernyőn „nem erőszak, hanem az erőszakra szóló üzenet”,<sup>3</sup> mégis továbbra is úgy kutatjuk az erőszak kérdését, mintha képtelen volnánk megérteni ezt az ismeretelméleti különbséget.

A televíziuális jel összetett. Ezt magát is kétfajta, a vizuális és az auditív diskurzus alkotja. Ráadásul, Peirce kifejezésével, ikonikus jel is, mert „birtokol valamit az általa képviselt dolog tulajdonságaiból”.<sup>4</sup> Ez a probléma jelentős zavart okozott, s éles vitákat váltott ki a vizuális nyelv kutatói között.

<sup>3</sup> G. Gerbner et al.: *Violence in TV Drama: A Study of Trends and Symbolic Functions*, 1970, The Annenberg School, University of Pennsylvania.

<sup>4</sup> Charles Peirce: *Speculative Grammar*.

Mint hogy a vizuális diskurzus egy háromdimenziós világot fordít le kétdimenziósra, természetesen *maga* nem lehet a jelölője vagy fogalma annak, amit jelöl. A kutya a filmen tud ugatni, de harapni nem! A valóság a nyelven kívül létezik, de állandóan a nyelv által és a nyelven keresztül közvetítődik; amit pedig tudhatunk és mondhatunk, annak a diskurzusban és a diskurzus által kell létrejönnie. A diszkurzív „tudás” az áttetsző reprezentáció terméke, a jelek ezért kódolt jelek is – jóllehet a kódok itt másként működnek, mint más jelek kódjai. A nyelvben nincs nulla fok. A naturalizmus és „realizmus” – a reprezentáció látszólagos hűsége a reprezentált dologhoz vagy fogalomhoz – a nyelv és a „valóságos” egyfajta sajátos artikulációjának eredménye, okozata. Diszkurzív gyakorlat eredménye.

Elképzelhető persze, hogy bizonyos kódok annyira széles körben elterjedtek adott nyelvi közösségben vagy kultúrában, s olyan korán megtanuljuk őket, hogy mintha nem is konstruáltak volnának – jel és jelzett artikulációjának okozatai –, hanem „természettől” adva lennének. Az egyszerű vizuális jelek ebben az értelemben „szinte-egyetemességre” tettek szert, jóllehet vannak arra bizonyítékok, hogy még a látszólag „természetes” vizuális kódok is kultúrafüggőek. Ez azonban nem jelenti, hogy semmilyen kód nem működik közre, inkább azt, hogy a kódok mélységesen *természetessé váltak*. A természetessé vált kódok működése nem a nyelv áttetszőségét és „természetességét” fedi fel, hanem a használatba vett kódok mélységét, megszokottságát és majdnem-egyetemességét. Látszólag „természetes” felismeréseket keltenek. Ennek (ideológiai) hatása, hogy elleplezik a bennük működő kódolást. Ám ne járassák velünk a bolondját az ilyen látszatok. A természetessé vált kódok voltaképpen azt bizonyítják, milyen nagyfokú megszokás jön létre, amikor a jelentéscsere kódoló és dekódoló oldalai alapvetően fedésbe és kölcsönös megfelelésbe – egyenértékűségbe – kerülnek. A kódok hatása a dekódoló oldalra gyakran feltételezi a természetessé vált észleletek státuszát. Ennek nyomán azt gondoljuk, hogy a „tehén” vizuális jele *maga* az állat, a tehén (nem csak *reprezentálja* azt). Ha viszont a tehén vizuális reprezentációjára – még inkább a „tehén” nyelvi jelére – gondolunk egy állattenyésztési kézikönyvben, azt láthatjuk, hogy különböző fokon mindkettő *mesterséges* ahhoz az állatfogalomhoz képest, amelyet reprezentálnak. Valamely önkényes jelnek – legyen az akár vizuális, akár verbális – egy jelölt fogalmával való artikulációja nem a természet, hanem a konvenció terméke, a diskurzusok konvencionalizmusa viszont kódok beavatkozását, támogatását igényli. Eco mondja, hogy az ikonikus jelek „azért látszanak a való világ tárgyainak, mert a nézőben az észlelés feltételeit (vagyis kódjait) reprodukálják”.<sup>5</sup> Ezek az „észlelési feltételek” azonban rendkívüli mértékben kódolt, jóllehet valójában nem tudatos művelet – a dekódolás – eredményei. Ez éppúgy áll a fotografiai vagy televíziós képre, mint bármely más jelre. Az ikonikus jelek azonban különösen könnyen „olvashatóak” természetesen, mert ez a fajta jel kevésbé önkényes, mint a nyelvi jel;

<sup>5</sup>Eco, Umberto: „Articulations in the cinematic code”. In *Cinemantics*, no. 1.

a „tehén” mint nyelvi jel a reprezentált dolog *egyetlen* tulajdonságát sem birtokolja, míg a vizuális jel *némelyiket* mégis.

Ez segíthet tisztázni egy zavart a mostani nyelvelméletben, s pontosabban meg is határozhatjuk, miként használunk bizonyos fontos terminusokat ebben a cikkben. A nyelvelmélet gyakran használja a „denotáció” és a „konnotáció” közötti különbségtevést. A „denotáció” kifejezést széles körben azonosítják a jel szó szerinti jelentésével; minthogy ez a szó szerinti jelentés majdnem általános elismertségnek örvend, különösen ha vizuális diskurzust alkalmazunk, a „denotációt” gyakran összekeverik a „valóság” szó szerinti irodalmi leírásával – s ezáltal valamilyen „természetes jellel”, amely kód közbeavatkozása nélkül jön létre. A „konnotációt” viszont egyszerűen kevésbé rögzített, ennél fogva konvencionálisabb és változékonyabb, asszociatív jelentésekre alkalmazzák, amelyek nyilvánvalóan esetről esetre változnak, ennél fogva kódok közbeavatkozásától kell függeniük.

Mi *nem* így használjuk a denotáció-konnotáció megkülönböztetést. A mi nézőpontunkból a megkülönböztetés csak *analitikus*. Az analízisben hasznos, ha olyan megközelítő szemmértékkel élhetünk, amelynek segítségével különbséget tehetünk egy jel azon oldalai között, amelyek bármely nyelvi közösségben és bármikor a jel „szó szerinti” jelentésének (denotáció) tekinthetők és a jel asszociatívabb jelentései között, amelyek kiválthatók (konnotáció). Az analitikus megkülönböztetés azonban nem keverendő össze a való világban létező különbségekkel. Igen kevés olyan eset van, amikor adott diskurzusban szerveződő jelek *csak* „szó szerinti” (azaz csaknem általános megegyezésnek örvendő) jelentésüket jelentik. A tényleges diskurzusban a legtöbb jelben keverednek a denotatív és konnotatív *oldalak* (ahogy fentebb meghatároztuk őket). Feltehető akkor a kérdés, egyáltalán miért ragaszkodunk a megkülönböztetéshez. Nagyrészt analitikus értéke miatt. Mivel a jelek mintha „asszociatív” jelentésük szintjén (tehát konnotatív szinten) tesznek szert teljes ideológiai értékükre – azaz nyílnak meg tágabb ideológiai diskurzusokkal és jelentésekkel való artikulációk számára –, mert a „jelentések” itt *nem* a természetes észleléshez rögzülnek (azaz nem válnak teljesen természetessé), s cseppfolyós jelentéseik és képzettársításaik teljesebben kiaknázhatók és alakíthatók át.<sup>6</sup> Ezért a jel konnotatív *szintjén* változtatják meg és alakítják át a szituációs ideológiák a jelölést. Ezen a szinten világosabban láthatjuk az ideológiák aktív beavatkozását a diskurzusból és a diskurzusból: a jel itt nyitva áll új hangsúlyok előtt, s Volosinov kifejezésével, teljes mértékben részesévé válik a jelentések körüli harcnak – a nyelven belüli osztályharcnak.<sup>7</sup> Ez nem azt jelenti, hogy a denotatív vagy „szó szerinti” jelentés ideológián kívüli. Tulajdonképpen azt mondhatjuk, hogy ideológiai értéke erősen *rögzült*, minthogy olyannyira egyetemessé és „természetessé” vált. A „denotáció” és „konnotáció” kifejezések tehát pusztán hasznos anali-

<sup>6</sup> Lásd a gondolatmenetet in S. Hall: „Determinations of news photographs”. In *dWPCS* 3, 1972.

<sup>7</sup> Volosinov: *Marxism and the Philosophy of Language*. The Seminar Press, 1973.



tikus eszközök, amelyek segítségével konkrét kontextusokban nem az ideológia nyelvi jelenléte vagy hiánya között tudunk különbséget tenni, hanem a különböző szintek között, amelyeken ideológiák és diskurzusok metszik egymást.<sup>8</sup>

A vizuális jel, e jel kontextuális referenciája és különböző diszkurzív jelentés- és asszociációmezőkben való elhelyezkedése konnotációjának szinte az a pont, ahol *már kódolt* jelek kerülnek metszésbe valamely kultúra mély szemantikai kódjaival s öltenek újabb, aktívabb ideológiai dimenziókat. Vehetnénk egy példát a reklámdiskurzusból. Itt sincs „tiszta denotatív” s kétségtelenül nincs „természetes” reprezentáció. A reklámokban minden vizuális jel egy olyan minőséget, helyzetet, értéket vagy következtetést konnotál, amely a konnotatív elhelyezkedéstől függően implikációként vagy implikált jelentésként van jelen. Barthes példájával, a kardigán mindig „meleg ruhadarabot” jelöl (denotáció), ennél fogva a „melegen tartani” tevékenységet/értéket. Inkább konnotatív szinten azonban jelentheti a „tél eljövételét” vagy a „hideg napot” is. A divat speciális alkódjai szerint pedig a kardigán az *haute couture* egyik divatos stílusát, illetve informális öltözködési stílust jelöl. A megfelelő vizuális háttér elé helyezve s a romantikus alkód segítségével pozicionálva, „hosszú őszi erdei sétát” is jelenthet.<sup>9</sup> Ezek a kódok alkotják az eszközt, amelynek segítségével a hatalom és az ideológia jelent valamit konkrét diskurzusokban. A jeleket olyan „jelentés-térképekre” utalják, amelyekbe minden kultúrát osztályoznak; s ezekbe a „társadalmi-valoróság-térképekbe” „bele van írva” a társadalmi jelentések, gyakorlatok és szokások, hatalom és érdek egész tárháza. Mint Barthes megjegyzi, a jelölők konnotatív szintjei „szoros kommunikációban állnak a kultúrával, a tudással és a történelemmel, s úgyszólván általuk hatol be a környező világ a nyelvi és szemantikai rendszerbe. Ha tetszik, ideológia-töredékek.”<sup>10</sup>

A televíziós jel úgynevezett denotatív *szintjét* bizonyos igen összetett (de korlátozott vagy „zárt”) kódok rögzítik. Konnotatív szintje viszont, bár szintén kötött, nyitottabb, aktívabb *átalakulásoknak* van kitéve, amelyek kiaknázják poliszemikus értékeit. Minden ilyen már létrehozott jel potenciálisan egynél több konnotatív alakzattá alakítható át. A poliszémiát azonban nem szabad összekeverni a pluralizmussal. A konnotatív kódok *nem* egyenlők egymással. Minden társadalom és kultúra több-kevesebb eltökéltséggel igyekszik érvényre juttatni a társadalmi, kulturális és politikai világra vonatkozó saját osztályozásait. Ezek *uralkodó kulturális rendet* alkotnak, bár ez sem egyértelmű, sem vitathatatlan. A „domináns diskurzusok struktúrájának” ez a kérdése döntő fontosságú. A társadalmi élet különböző területei diszkurzív szférákká bomlanak, amelyek hierarchikusan *uralkodó vagy preferált*

<sup>8</sup> Hasonló tisztázásra lásd Marina Camargo Heck. „Ideological dimensions of media messages”, 122–127.

<sup>9</sup> Roland Barthes. „Rhetoric of the image”. In *WPCS* 1, 1971.

<sup>10</sup> Roland Barthes: *Elements of Semiology*. Cape, 1967.

*jelentésekbe* szerveződnek. Új, problematikus vagy zavarba ejtő eseményeket, amelyek ellene szegülnek várakozásainknak s ellentétesek a „józan észre épülő elképzeléseinkkel”, a társadalmi struktúrák „magától értetődő” ismeretével, a maguk diszkurzív szférájába kell utalni, mielőtt elmondható volna róluk, hogy „van értelmük”. „Beburkolásuk” legközönségesebb módja, hogy a „problematikus társadalmi valóság meglévő halmazainak” egyik vagy másik szférájába soroljuk be az új jelenséget. Azért mondunk *dominánsat* „meghatározott” helyett, mert valamely eseményt mindig lehetséges egynél több „halmazban” elrendezni, osztályozni, jelölni és dekódolni. Ám „dominánsat” azért mondunk, mert létezik a „preferált olvasatoknak” egyfajta mintája; s ezekbe beépült az intézményi/politikai/ideológiai rend, s maguk is intézményesültek.<sup>11</sup> A „preferált jelentések” szféráiba egy sor jelentés, gyakorlat és hiedelem formájában beágyazódik az egész társadalmi rend: a társadalmi struktúrák mindennapi tudása, hogy „miként működnek gyakorlatilag a dolgok ebben a kultúrában”, a hatalmi és érdekrangsor, a legitimációk, korlátok és szankciók struktúrája. Ha tehát egy „félreértést” akarunk tisztázni a konnotatív szinten, a kódok *által* a társadalmi élet, a gazdasági és politikai hatalom és az ideológia rendjeire kell hivatkoznunk. Továbbá, minthogy ezek a halmazok „uralmi struktúrákat” alkotnak, de nem zártak, a kommunikatív folyamat nem abból áll, hogy minden vizuális tényt problémamentesen adott helyére teszünk előre megszabott kódok sorában, hanem *performatív szabályokból* – kompetencia- és használati szabályok, használatban lévő logika –, amelyek aktívan próbálnak valamely szemantikai szférát egy másikra *kényszeríteni* vagy *vele szemben előnyben részesíteni*, s egyes tételeket a nekik megfelelő jelentéssorokba kényszerítenek, illetve onnan kiebrudalnak. A formális szemiológia túl gyakran hanyagolta el ezt a *gyakorlati értelmezést*, jöllehet valójában ez alkotja a műsorkészítés valóságos viszonyait a televízióban.

*Domináns jelentésekről* beszélve tehát nem egyoldalú folyamatról beszélünk, amely megszabja, miként jelölendő az összes esemény. Abból a „munkából” áll, amelyre ahhoz van szükség, hogy kikényszerítsük, elhihetővé tegyük és jogosnak tüntessük fel az esemény *dekódolását* azoknak a domináns meghatározásoknak a határai között, amelyek szerint konnotatíván megjelöltük. Terni megjegyzi:

Az *olvasni* szón nemcsak bizonyos számú jel azonosítására és dekódolására való képességet értünk, hanem annak szubjektív képességét is, hogy alkotó viszonyba hozzuk őket egymással és más jelekkel; önmagában ez a képesség a feltétele annak, hogy teljesen tudatában legyünk egész környezetünknek.<sup>12</sup>

<sup>11</sup> A „preferált olvasat” részletes bírálatára lásd Alan O’Shea: „Preferred reading”. Kiadatlan előadás, CCCS, University of Birmingham.

<sup>12</sup> P. Terni: „Memorandum”. Council of Europe Colloquy on „Understanding Television”. 1973, University of Leicester.

Itt a „szubjektív képesség” fogalmával vitatkoznánk; mintha csak valamely televíziós diskurzus referense objektív tény, míg az értelmezés szintje egyéni és magánügy volna. Szerintem ennek éppen az ellenkezője a helyzet. A televíziós gyakorlat éppen azokért a viszonyokért vállal „objektív” (azaz rendszerszerű) felelősséget, amelyeket különálló jelek teremtenek egymással bármely diszkurzív helyzetben, s így folyamatosan újrendezi, behatárolja és előírja, hogy az „egyén teljes környezetének mifajta tudatába” rendeződjenek ezek a tények.

Ezzel a félreértések kérdéséhez érünk. Televíziós műsorkészítők, akik rájönnek, hogy az üzenetük „nem ment át”, gyakran megpróbálják kifizéteni a kommunikációs lánc szemeit, ily módon elősegítve kommunikációjuk „hatásosságát”. Számos, a „szakpolitikai orientáltságú elemzés” objektivitását igénylő kutatás úgy termeli újra ezt az adminisztratív célt, hogy megpróbálja kideríteni: mennyire emlékszik az üzenetből a közönség, s megpróbálja növelni a megértés mértékét. Nem kétséges, léteznek szó szerinti félreértések. A néző nem ismeri az alkalmazott kifejezéseket, képtelen követni a gondolatmenet vagy a kifejtés összetett logikáját, nem ismerős számára a nyelvezet, idegennek vagy nehéznek találja a fogalmakat, becsapja a bevezető narratíva. A műsorkészítőket azonban még gyakrabban aggasztja, hogy a közönség nem az általuk szándékolt jelentést veszi ki a műsorból. Tulajdonképpen arra gondolnak, hogy a nézők nem a „domináns” vagy „preferált” kódokon belül mozognak. Eszményük a „tökéletesen áttetsző kommunikáció”, s ehelyett „módszeresen eltorzított kommunikációval” kell szembesülniük.<sup>13</sup>

Az utóbbi időben az ilyenfajta eltéréseket rendszerint a „szelektív észlelésre” hivatkozva magyarázzák. Ezen az úton kerüli ki a pluralizmus maradáka egy rendkívül tagolt, aszimmetrikus és nem egyenértékű folyamat kényszereit. Ám a „szelektív észlelés” szinte soha sem annyira szelektív, esetleges vagy magánjellegű, mint a fogalom sejteti. A minták az egyéni változaton túlmutatóan jelentős klasztereket mutatnak. Minden új közönségvizsgálatnak ezért a „szelektív észlelés” elméletének kritikájával kell kezdődnie.

Korábban azt mondták, hogy mivel nincs szükségszerű megfelelés kódolás és dekódolás között, az előbbi kísérletet tehet a preferálásra, de nem írhatja elő vagy garantálhatja az utóbbit, amelynek megvannak a saját létezési feltételei. Ha ezek nem egészen torzak, a kódolás megteremti azokat a határokat és paramétereket, amelyekben belül a dekódolás működik majd. Ha nem volnának határok, a közönség egyszerűen tetszése szerint bármit beleolvashatna bármelyik üzenetbe. Nem kétséges, ilyen teljes félreértések is léteznek. A túlnyomó többségnek azonban tartalmaznia kell *némi* kölcsönösséget kódoló és dekódoló mozzanatok között, különben egyáltalán nem beszélhetnénk hatékony kommunikatív cseréről. Mindazonáltal ez a „meg-

<sup>13</sup> A kifejezés Habermastól ered. In „Systematically distorted communications”. In P. Dretzel (ed.): *Recent Sociology* 2. 1970, Collier-Macmillan. Itt azonban más értelemben használjuk.

felelés" nem adott, hanem konstruált. Nem „természetes”, hanem két különböző mozzanat artikulációjának terméke. S az előbbi nem képes meghatározni vagy garantálni, egyszerűen szólva, hogy milyen dekódoló kódok kerülnek alkalmazásra. Máskülönb a kommunikáció teljesen egyenértékű körforgás volna, s minden üzenet a „tökéletesen áttetsző kommunikáció” esete volna. Végig kell tehát gondolnunk, miféle artikulációváltozatokban kombinálódhat kódolás és dekódolás. Ennek elemzése érdekében hipotetikus elemzést ajánlunk némely lehetséges dekódoló helyzetről, hogy meg erősítsük a „nincs szükségszerű megfelelés” érvet.<sup>14</sup>

Három hipotetikus helyzetet különböztetünk meg, amelyből megkonstruálhatók valamely televíziós diskurzus dekódolásai. Ezeket empirikusan ellenőrizni és finomítani szükséges. Ám az érv, hogy a dekódolások nem kikerülhetetlenül következnek a kódolásokból, hogy tehát nem azonosak azokkal, erősíti a „nincs szükségszerű megfelelés” érvét. Hozzásegít ahhoz is, hogy a „félreértés” köznapi jelentését a „módszeresen eltorzított kommunikáció” elmélete értelmében dekonstruáljuk.

Az első hipotetikus helyzet a *domináns-hegemonikus helyzet*. Ha a néző teljes egészében veszi mondjuk egy televíziós hír vagy belpolitikai műsor konnotált jelentését, s az üzenetet a szerint a referencia-kód szerint dekódolja, amelyben kódolták, akkor azt mondhatjuk, hogy a néző a *domináns kódon belül mozog*. Ez a „teljesen áttetsző kommunikáció” ideáltipikus esete – vagy legalábbis annyira közel áll hozzá, amennyire „gyakorlatilag” közel kerülhetünk. Ezen belül elkülöníthetjük a *szakmai kód* által teremtett helyzeteket. Ez az a helyzet (amelyet olyasmi teremt, amit talán egyfajta „metakód” működésének foghatunk fel), amelybe a professzionális műsorkészítők helyezkednek, amikor egy *már* hegemon módon jelölt üzenetet kódolnak. A szakmai kód „viszonylag független” a domináns kódtól, amennyiben saját, kiváltképpen technikai-gyakorlati jellegű kritériumokat és transzformációs műveleteket alkalmaz. A szakmai kód azonban a domináns kód „hegemoniáján” *belül* működik. A domináns meghatározások reprodukálását tulajdonképpen éppen azzal szolgálja, hogy zárójelbe teszi hegemon minőségüket, s ehelyett áthelyezett szakmai kódolásokat alkalmaz, amelyek az olyan semleges-technikai kérdéseket állítják előtérbe, mint a vizuális minőség, hír- és prezentációs érték, televíziós minőség, „szakmaiság” stb. Az észak-írországi politika, a chilei államcsíny vagy az ipari kapcsolatokról szóló törvény hegemon értelmezését alapvetően a politikai és katonai elit teremt meg; a prezentáció és formátum konkrét kiválasztását, a szereplő személyek megválasztását, a képek kiválasztását, a viták színrevitelét a szakmai kód működése révén döntenek el és kombinálják. Összetett és itt tovább nem taglalható kérdés, hogy miként képesek a műsorkészítő szakemberek *egyszerre* megmaradni a saját

<sup>14</sup> Az itt kifejtetthez némileg közel álló szociológiai megfogalmazásra, amely azonban nem felel meg a diskurzuselméletre vonatkozó gondolatmenetnek, lásd Frank Parkin: *Class Inequality and Political Order*. 1971, Macgibbon and Kee.

„viszonylag önálló” kódjaikban, és úgy cselekedni, hogy (bár nem ellentmondásmentesen) reprodukálják a jelenségek hegemon jelölését. Elegendő arra rámutatni, hogy a szakembereket nem csak a műsorkészítés mint „ideológiai apparátus” intézményes helyzete kapcsolja a meghatározó elitekhez,<sup>15</sup> hanem a *hozzáférés* struktúrája is (azaz a kiválasztást végző elitszemélyek és „helyzetmeghatározásaik” módszeres „túlhangsúlyozása” a televízióban). Akár azt is mondhatnánk, hogy a szakmai kódok pontosan azzal szolgálják a hegemon meghatározások reprodukálását, hogy *nem nyíltan* elfogultak a domináns irányban: az ideológiai reprodukció ezért itt nem szándékoltan, tudattalanul, „az emberek háta mögött” történik.<sup>16</sup> Konfliktusok, ellentmondások, akár félreértések természetesen rendszeresen keletkeznek a domináns és a szakmai jelölések s a jelölő szervek között.

A második helyzet, amelyet meg szeretnénk különböztetni: a *kialkudott kód* vagy pozíció. A közönség többsége valószínűleg kellően érti, mi a domináns meghatározás és a szakmai jelölés. A domináns meghatározások azonban éppen azért hegemonok, mert olyan helyzet- és eseménymeghatározásokat képviselnek, amelyek „dominánsak” (*globálisak*). A domináns meghatározások burkolatlan vagy nyíltan nagy totalizációkhoz, nagy szintagmatikus világnézetekhez kapcsolják az eseményeket; „nagy látószögű” képet alkotnak a problémákról: az eseményeket a „nemzeti érdekekkel” vagy a geopolitikai szinttel hozzák összefüggésbe, még akkor is, ha megcsonkított, visszajára fordított vagy misztifikált módon jelenítik meg ezeket a kapcsolódási pontokat. A hegemon nézőpont meghatározása, hogy *a)* saját terminusaiban határozza meg a lehetséges jelentések, adott társadalmon vagy kultúrán belüli viszonyok egész területének szellemi horizontját, világát; és *b)* a legitimitás jegyét viseli magán – „természetesnek”, „elkerülhetetlennek”, „magától értetődőnek” tűnik fel a társadalmi rend vonatkozásában. A dekódolás a *kialkudott változaton* belül adaptív és szemben álló elemek keverékét tartalmazza: elismeri, hogy a hegemon meghatározások jogosan teremtik meg a nagy jelöléseket (elvont szint), míg a korlátozottabb, szituációs szinten megteremti a saját alapszabályait – a szabályok alóli kivételekkel operál. Beleegyezik a domináns eseménymeghatározások kiváltságos helyzetében, ugyanakkor fenntartja a jogot, hogy alkudozzon a „helyi feltételekre”, a saját *testületi* helyzetére vonatkozó alkalmazások terén. A domináns ideológiának ez a kialakult változata emiatt ellentmondásokkal van átszöve, bár ezek csak bizonyos alkalmakkor válnak teljesen láthatóvá. A kialakult kódok az által működnek, amit konkrét vagy szituációs logikának nevezhetnénk; ezeket a logikákat pedig a hatalom diskurzusaihoz és logikájához való eltérő és

<sup>15</sup> Lásd Louis Althusser: „Ideology and ideological state apparatuses”. In *Lenin and Philosophy and Other Essays*. 1971, New Left Books.

<sup>16</sup> A gondolatmenet kiterjesztésére lásd Stuart Hall: „The external/internal dialectic in broadcasting”. *4th Symposium on Broadcasting*. University of Manchester, 1972, és „Broadcasting and the state: the independence/impartiality couplet”. AMCR Symposium, 1976; University of Leicester (CCCS kiadatlan előadás).



Jean Baudrillard

## A jelentés összeomlása a médiában

Olyan világban élünk, melyben mind több az információ és mind kevesebb a jelentés. Vizsgáljunk meg három feltevést.

Bármely információ jelentést (negentrpikus tényezőt) produkál, de nem tudja tartani a lépést az értelem minden területen megnyilvánuló nagyfokú csökkenésével. Az üzenet és a tartalom újbóli betáplálására tett próbálkozások ellenére a jelentés elvész, felemésztyődik, mielőtt újra betáplálnák. Ebben az esetben szükség van egy alapvető termelési szintre a kudarcot valló média pótlásához. Ez a szólásszabadság ideológiája, ez áll amögött, hogy a média számtalan individuális közvetítő sejtje, „antimédiúra” esett szét (kalózárádiók stb.).

Esetleg az információnak semmi köze a jelentéshez, hanem valami más, egy másik rend működési modellje, kívül a jelentésen és a jelentés szorosan értett körforgásán. Ez Shannon elmélete: egy információs szféra, amely tisztán funkcionális, technikai médium, amely nem tartalmazza a jelentés véglegességét, ezért nem foglalható bele egy értékítéletbe. Egyfajta kód, mint a genetikai kód: az, ami, úgy működik, ahogy, a jelentés valami más, ami bizonyos értelemben a tény után következik, ahogy Monot-nál is a *Chance et necessitében*. Ebben az esetben egyszerűen nincs összefüggés az információ növekedése és a jelentés csökkenése között.

Vagy éppen ellenkezőleg, szoros és szükségszerű összefüggés van köztük, amennyiben az információ rombolja vagy semlegesíti a jelentést. A jelentés elvesztése közvetlenül kapcsolódik az információ, a média és a tömegmédia bomlasztó, lebeszélő cselekvéséhez.

A harmadik elmélet a legérdekesebb, de ez szöges ellentétben áll minden közkeletű véleménnyel. A szocializációt mindenhol a médiaüzenetek befogadásával mérik. Mindenki, aki ennek egy szintje alatt marad, deszocializált, vagy virtuálisan aszociális. Mindenütt úgy hiszik, hogy az információ a jelentés felgyorsított körforgását hozza létre, többletértéket ad a jelentésnek, hasonlóan a gazdasági többletértékhez, amely a tőke gyors forgásából származik. Úgy tartják, az információ hozza létre a kommunikációt, és bár a veszteség hatalmas, az általános konszenzus szerint egészében véve még így is felesleg alakul ki a jelentésből, amely újrafelosztásra kerül a társadalmi térben – ahogyan a konszenzus azt is tartja, hogy az anyagi termelés, minden hátránya ellenére, az anyagi javak feleslegét alakítja ki. Ebben a

mítoszban mind bűnrészesek vagyunk. Ez modernitásunk alfája és ómegája, ami nélkül társadalmi szervezetünk hitele összeomlana. Sőt, *ténylegesen össze is omlik*, mégpedig azért, mert ahol az információ látszólag jelentést hoz létre, ott valójában éppen az ellenkezője történik.

Az információ felfalja önnön tartalmát. Felemészti a kommunikációt és a társadalmat. Mégpedig két okból.

1. Ahelyett, hogy megteremtené a kommunikációt, *pusztán háttérrel ad neki*. Ahelyett, hogy jelentést hozna létre, *pusztán háttérrel ad a jelentésnek*. A szimuláció gigantikus, ismerős folyamata. Irányítatlan interjú, beszéd, hallgatók, akik beleszólnak, részvétel, minden szinten zsarolás a beszéddel: „Te is részese vagy, te vagy az esemény” stb. Egyre több információt hódít meg ez a fantomtartalom, ez a hasonszenvi beültetés, a kommunikációnak az ébredező álma. A körkörös elhelyezkedés, amelynek segítségével irányíthatjuk a közönség vágyait; a kommunikáció antiszínháza, amely, mint tudjuk, nem más, mint a hagyományos intézmény negatívjának felhasználása, a negatív integrált áramköre. Roppant energiák tartják a helyén ezt a szimulákrumot, elkerülendő a nagyfokú deszimulációt, amely szembesítene minket a radikális jelentésvesztés valóságával.

Nincs értelme megkérdezni, hogy a kommunikáció elvesztése okozza-e az eszkalációt a szimulákrumban, vagy a szimulákrum jelenik meg először, hogy lebeszéljen, rövidzárlatot okozzon, mielőtt a kommunikáció lehetősége is kialakulna (a modell alakulása vet véget a valódinak). Nincs értelme megkérdezni, melyik az első, ez egy körkörös folyamat – a szimuláció, a hiperreális folyamata. Valószínűbb a valódinál, így törli el azt.

Ezért nemcsak a kommunikáció, de a társadalmiság is egy zárt áramkörben működik, funkciója a *csábítás* – amihez a *mítosz* ereje kapcsolódik. Az információban való hit és a hozzá való hűség is ahhoz a tautologikus bizonyításhoz kapcsolja magát, amelyet a rendszer ad önmagáról, megkettőzve egy meghatározhatatlan valóság jeleit.

Azt hihetnénk azonban, hogy ez a hit éppen olyan homályos, mint a mítoszokban való hit volt az ősi társadalmakban. *Hisszük is, és nem is*. Nem mondjuk magunknak, hogy „Tudom, de mégis”. Mindannyiunkban egyfajta inverz szimuláció felel meg a jelentés és a kommunikáció szimulációjának, amelybe a rendszer zár minket. Erre a tautológiára a tömegek ambivalenciával felelnek, az elrettetésre pedig elhidegüléssel vagy mindig enigmatikus hittel. A mítosz létezik, de nehogy azt gondoljuk, hogy az emberek hisznek is benne: ez a kritikus gondolkodás csapdája, amely gondolkodás csak úgy gyakorolható, ha feltételezi a tömegek naivitását és ostobaságát.

2. A kommunikációnak e mögött az erőltetett megrendezése, a tömegmédiá mögött az információ nyomása ellenállhatatlanul a társadalmiság destrukturalódásához vezet.



Az információ tehát lebontja a jelentést, és lebontja a társadalmiságot, egy olyan ködös állapotba, amely nem a megújulás, éppen ellenkezőleg, a totális entrópia szolgálatában áll.<sup>1</sup>

A média tehát nem szocializációt teremt, hanem éppen ellenkezőleg: a társadalmiság összeomlását a tömegekben. És ez csak makroszkopikus kiterjesztése a *jelentés összeomlásának* a jel mikroszkopikus szintjén. Ezt az összeomlást McLuhan tétele alapján kell elemezni: *a médium üzenet*; ebből kell még levonni a megfelelő következtetéseket.

Ez azt jelenti, hogy a jelentés minden tartalma a médium egyedül domináns formájában foglaltatik benne. Csak a médium képes egy eseményt létrehozni – legyen annak tartalma bármilyen, akár konformista, akár felforgató. Ez komoly probléma minden elleninformáció, kalózádió, antimédium stb. számára. De van itt valami még komolyabb, amit maga McLuhan sem látott. A tartalomnak e mögött a neutralizálása mögött ugyanis a médium a maga formájában még mindig használható manipulációra, és a valóság transzformálható a médium hatásának formaként való használatával. Ha minden tartalom kiürül belőle, valószínűleg még mindig marad egyfajta lázadó, felforgató használati értéke *a médiumnak*. Ez azt jelenti – és végső soron ide vezet McLuhan tétele –, hogy nem csupán az üzenet omlik össze a médiumban, hanem ugyanakkor maga a médium is a valóságban, *a médium és a valóság is összeomlik* egyfajta hiperreális köddé, amelyben már a médium definíciója és működése sem határozható meg önmagában.

Még a média „hagyományos” státusza mint a modernitás jellegzetessége is megkérdőjeleződik. McLuhan tétele: *a médium üzenet*, amely a szimuláció korának kulcstétele (a médium az üzenet – a küldő a befogadó – a pólusok körkörössége – az átlátható és perspektivikus tér megszűnése – a *mi* modernitásunk alfája és ómegája), ennek a tételnek a határait kell elképzelni, ahol, miután minden tartalom és üzenet felszívódott a médiumban, a médium mint olyan is szertefoszlik. Alapvetően még mindig az üzenet kölcsönöz

<sup>1</sup> Itt nem beszéltünk az információról, csak a kommunikáció társadalmi vonatkozásában. De csodálatos volna átgondolni ezt a feltevést a kibernetikus információelmélet paraméterei között. Az alaptétel ugyanakkor kényszeríti az információt, hogy a negentrópia szinonimája legyen, ellenállva az entrópiának, túltermelve a jelentést és a szervezést. De hasznos lenne rögzíteni az ellenkező feltételezést is: INFORMÁCIÓ = ENTRÓPIA. Például: *egy rendszer vagy esemény által elért információ vagy tudás már a rendszer entrópiájának és neutralizálódásának egy formája* (kiterjesztendő a tudományra általában, a társadalom- és humán tudományokra különösen). *Egy eseményre reflektáló vagy azt közvetítő információ ennek az eseménynek a degradált formája*. Ne habozzunk elemezni a média 1968 májusában játszott szerepét ennek jegyében. A diáklázadás kiterjedése tette lehetővé az általános sztrájkot, ez viszont semlegesítette a megmozdulás virulenciáját. A megerősödés nem pozitív kiterjedés volt, hanem maga a halálos csapda. Nem szabad figyelmen kívül hagyni az információn keresztüli küzdelem univerzalizálódását. Nem szabad figyelmen kívül hagyni az egyidejűleg elektronikus és szóbeli szolidaritás minden szintjén előforduló szolidaritási kampányokat. A különbségek univerzalizálására irányuló minden stratégia a rendszer entropikus stratégiája.

némi hitelt a médiumnak, az üzenet adja meg neki meghatározott közvetítői státuszát a kommunikációban. Üzenet nélkül a médium is nagy ítélet- és értékrendszereink határozatlan státuszába kerül. Egy közvetlen hatású, egyszerű *modell* egyszerre generálja az üzenetet, a médiumot és a „valódit”.

Végül az, hogy *a médium üzenet*, nemcsak az üzenet végét jelenti, hanem a médiumét is. Nincs többé média a szó szoros értelmében (az elektronikus tömegmédiairól beszélek) – tehát mint közvetítő erő két valóság, a valóság két állapota között. Sem tartalmában, sem formájában. Szigorúan véve ezt jelenti az összeomlás. Egyik pólus beleolvadását a másikba, a pólusok közötti rövidzárlatot minden jelentésrendszerben, az egyértelmű elnevezések és oppozíciók eltörlődését, a médium és a valóság közöttiét is, tehát a kettő közötti bármilyen közvetítés vagy dialektikus közbenjárás lehetőségét is. Minden médiahatás körköröségét. Így tehát a szó szerinti értelemben, egyik pólustól a másikba tartó egyirányú vektorként értett jelentés lehetetlenségét is. Ennek a kritikus, de eredeti helyzetnek a legvégső határaival kell szembeesnlünk: számunkra ennyi maradt. Hiába álmodozunk tartalmi forradalomról, hiába álmodozunk formai megvilágosodásról, mert a médium és a valódi immár egyetlen köddé egyesült, melynek igazsága megfejthetetlen.

A tartalom összeomlásának, a jelentés felszívódásának, a médium továbbésének, a kommunikációban lévő minden dialektikus modellbe való visszászívódásának, a társadalmiság tömegekben való összeomlásának ténye katasztrófálisnak, kétségbeejtőnek tűnhet. De csak annak az idealizmusnak a szempontjából, amely egész információszeéletünket uralja. A jelentés és a kommunikáció szenvedélyes idealizmusában élünk, és ebből a nézőpontból szemlélve valóban *a jelentés katasztrófája az*, ami ránk vár.

Ismerjük fel azonban, hogy a „katasztrófa” csak a rendszer által ránk erőszakolt lineáris nézőponthoz és a produktív véglegességhez képest hordozza a vég és a megsemmisülés „katasztrófális” jelentését. Etimológiailag maga a kifejezés csak fordulatot jelent, egy ciklus alja felé való fordulást, amely ahhoz vezet, amit „eseményhorizontnak” nevezünk, a jelentés elérhetetlen horizontjához: azon túl semmi sincs, ami *számunkra valamit jelentene* – viszont kitörünk a jelentés ultimátumából éppen a katasztrófa érdekében, hogy az ne tűnjön annak az ítéletnapnak, amiként mostani képzeletünkben funkcionál.

A jelentésen túl ott van a bűvölet, amely a jelentés neutralizálódásából és összeomlásából származik. A társadalmiság horizontján túl ott vannak a tömegek, amelyek a társadalmiság neutralizálódásából és összeomlásából származnak.

Ma a legfontosabb ennek a kettős változásnak az értékelése – a tömegek tiltakozásáé a jelentés ellen, és hallgatásuké (ami egyáltalán nem passzív ellenállás) –, a jelentés média általi veszélyeztetéséé és bűvöletéé. Minden egyéb alternatív próbálkozás a jelentés feltámasztására emellett másodlagos.

A tömegeknek és a médiának ez a kibogozhatatlan összefonódása szemmel láthatóan paradoxont tartalmaz: a média neutralizálja a jelentést, és ezzel formálatlan [*informe*] vagy informált [*informée*] tömegeket hoz létre, vagy

pedig a tömegek állnak sikeresen a médiának irányítva vagy felszíva minden média által termelt üzenetet anélkül, hogy válaszolnának azokra? Korábban a *Requiem a médiáért*-ben elemeztem és elítéltem a médiát mint a *válasz nélküli* kommunikáció egyirányú modelljének intézményét. De ma? A válasz hiánya már nem a hatalom stratégiájaként érhető meg, hanem a hatalommal szembesülő tömegek válaszstratégiájaként. Hogy van ez?

A hatalmat segíti a tömegmédiá a tömegek manipulálásában, vagy a tömegeket a jelentés likvidálásában, a jelentésben elkövetett erőszakban és az elragadtatásban? A média indukál bűvöletet a tömegekben, vagy azok csinálnak látványosságot belőle? Mogadishu-Stammheim: a média a terrorizmus morális elítélése és a politikai félelem kihasználásának közegében él meg, de ugyanakkor a legteljesebb kétértelműségben propagálja is a terrorcselekmény „brutális báját”, ő maga is terrorista, amennyiben ő maga is a csábítás ütemére menetel (vö. Umberto Eco erről az örök morális dilemmáról: hogyan nem beszélhetünk terrorizmusról, hogyan találhatnánk meg a média *jó felhasználási módját* – *ilyen nem létezik*). A média jelentést hordoz és ellenjelentést, minden irányba manipulál egyszerre, ezt a folyamatot nem irányíthatja semmi, a rendszeren belüli és a rendszert leromboló szimuláció átvívó közege, egy abszolút möbiusi, körkörös logika szerint – és ez pontosan olyan. Nincs alternatíva, nincs logikus megoldás. Csak logikus *elkeseredés* van, és katasztrofális megoldás.

Egy kitétel. Szemtől szemben állunk a rendszerrel, egy kettős helyzetben és oldhatatlan kettős kötésben – pontosan úgy, mint a felnőttvilág elvárásaival szembesülő gyerekek. A gyerekektől egyszerre várják el, hogy felelős, szabad és tudatos autonóm szubjektumként, ugyanakkor aláztos, engedelmes és alkalmazkodó objektumként alkossák meg magukat. A gyermek minden szinten ellenáll, és az ellentmondó elvárásokra kettős stratégiával reagál. Annak az elvárásnak, hogy legyen objektum, engedetlenséggel, lázadással, emancipációval, röviden a szubjektumság igényével áll ellen. Annak az elvárásnak, hogy legyen szubjektum, makacsul és hatékonyan, egy objektum kitartásával áll ellen, vagyis éppen az elvárás ellenkezőjével: gyerekességgel, hiperkonformizmussal, teljes függőséggel, passzivitással, butasággal. Egyik stratégiának sincs több objektív értéke a másiknál. A szubjektum-ellenállást ma egyértelműen pozitívnak értékelik – ugyanígy a politikai szférában is csak a szabadság, emancipáció és önkifejezés gyakorlása, a politikai szubjektum megalkotása számít értékesnek és bomlasztónak is. De ez a felfogás nem veszi figyelembe az objektumszokások ugyanúgy meglévő és minden kétséget kizáróan felsőbbrendű hatását, a szubjektumpozíció és a jelentés megtagadásáét és pontosan ez a tömegek szokása – amit az „idegenség” és „passzivitás” gúnynevek alá temetünk. A felszabadító szokások a rendszer *egyetlen* aspektusára reagálnak, az állandó ultimátumra, amit kaptunk, hogy pusztá objektumként alkossuk meg magunkat, de egyáltalán nem reagálnak a másik elvárásra, hogy szubjektumként alkossuk

meg magunkat, szabadítsuk fel, fejezzük ki magunkat mindenáron, szavazunk, termeljük, döntünk, beszélünk, vegyünk részt a játékban – a zsarolás és ultimátum egy formájára, amely éppen olyan komoly, sőt ma még komolyabb, mint a másik. Egy olyan rendszer ellen, amelynek érvei az elnyomás és az elfojtás, a védekező stratégia a szubjektumság igényének felszabadítása. De ez a stratégia sokkal inkább a rendszer korai szakaszára reflektál, és bár még mindig szembesülünk vele, már nem stratégiai terep: a rendszer jelenlegi érve a beszéd maximalizálása, a jelentés maximális termelése. A megfelelő védekezés tehát a jelentés és a kimondott szó elutasítása – vagyis a rendszer mechanizmusainak hiperkonformista szimulációja, amely az elutasítás és a nem befogadás egy formája. Ez tömegek stratégiája: egyenértékű azzal, mintha a rendszernek a saját logikájával válaszolnánk, megduplázva azt, visszatükröznénk a jelentést, anélkül hogy befogadnánk. Ez a stratégia (ha beszélhetünk még stratégiáról) érvényesül ma, mert a rendszernek a ma érvényesülő szakasza vezette be.

A rossz stratégia választása súlyos probléma. Az olyan megmozdulás, ami csak a felszabadításra, az emancipációra, a történelmi szubjektum, a csoport, a szubjektumok és tömegek „tudatos felébredésén”, és nem a tudattalanjukon alapuló szó feltámasztására játszik rá, nem látja, hogy a rendszer irányába halad, amelynek imperativusa ma éppen a jelentés és a beszéd túltermelése és regenerálása.

Ulrich Saxer

## A posztmodern mítosza: kommunikációtudományi megfontolások

*„Posztmodern” címén, különösen Franciaországban, dekonstruálódik a tudomány jól bevált, hagyományos fogalomtára, a modernre kimondják a „naiv racionalizmus” ítéletet, és egy „vad”, szinte minden empirikus alapot nélkülöző gondolatmenetet kezdenek bevezetni a társadalomtudományok, különösen a médiakommunikáció területén. Nem lehet nem észrevenni a szubjektumorientált radikális konstruktivizmus közelségét, ami a posztmodernistáknál társul a strukturáltság és az izomorfia hiányával, egy olya területen, mint a média, melyet erősen befolyásol a mezo- és makroszint. Mindezen okok alapján inkább javasolható az empirikus kommunikációtudomány, amelyről a későbbiekben szó lesz, és amely nem „ül fel” a divatos posztmodernizmusnak, annál kevésbé, mivel magának a „posztmodernnek” a fogalma sincs teljesen tisztázva. Mítosz marad, ami sajnálatos módon megint csak megakadályozza a latin nyelvterületről érkező kezdeményezések befogadását.*

A híres francia posztmodernisták, Baudrillard, Derrida, Lyotard és Virilio nevei egyre kísértének a médiatudományi szemináriumokon és jegyzetekben. Sőt, ennél többen is vannak, mivel az idők során kialakult az ifjabb nemzedékük is, ha német nyelvterületen nem is túl jelentős számban (Bohrer 1998, 805). Mindazonáltal itt az ideje, hogy ezt az irányzatot vázlatosan áttekintsük, mivel a kommunikációtudomány minden, csak nem immúnis a szellemi divatokkal szemben.

Az úgynevezett posztmodernről folytatott médiaorientált viták állása persze nem egészen tiszta. A „posztmodernizmus” kifejezés ugyanis a fogalmak dekonstruálását is implikálja. Annál inkább folyik a nyilvános kommunikáció szubjektumorientált radikális konstruktivista elméletének kidolgozása (Merten–Schmidt–Wieschenberg 1994). A továbbiakban ezeket a kezdeményezéseket ismertetjük, alapvetően abból kiindulva, hogy kétséges, vajon tényleg a kommunikációtudomány ismeretelméleti megalapozását jelentik-e.

### 1. A vita állásához

A posztmodernizmus-vitának, különösen francia résztvevőinek már egyszerű áttekintése is a legnagyobb nehézségekbe ütközik. Ez a témának azzal a sajátos jellegével van összefüggésben, ami a fogalmi zavarosságból, meghatározatlanságból és a felvetett problémák megértésének nehézségeiből adó-

dik. Kérdéses, hogy az egész egyáltalán megér-e egy kommunikációtudományi elemzést. Mégis szükség van erre, mivel a nyilvános kommunikáció tudományát, mint a kommunikáció-, publicisztika-, valamint médiatudományt magában foglaló tudományágat, még mindig fenyegetik a külső ideológiai hatások, és az a veszély, hogy a tárgy érthetősége meghaladja a felfogóképességet (Saxer 1995). Mindkettőre számos aggodalmat keltő példát szolgáltat a posztmodernizmus-vita. Másrészt ezzel összefüggésben nem mulaszthatjuk el átkutatni az általa létrehozott ötletkavalkádot valami használható után.

Az értékelés, és ahogy eredetileg terveztük, a posztmodern „diskurzus” – egyike a posztmodernizmus legkedvesebb szavainak – recenziójának nehézségei már a „posztmodern” fogalmánál elkezdődnek. Először is időben kellene meghatároznunk, de ebben egyáltalán nincs egyetértés. Mint korjellemzés a sokat idézett *A történelem végére* emlékeztet (Gumbrecht 1998, 808–809), vagy mindenesetre annak utózóngéire (Seel 1998, 890): a Merkur érdemes különkiadásában, *A posztmodern mérlegében* (1998) a modern megkapja a „naiv racionalizmus” titulust, a posztmodernről pedig bebizonyosodik, hogy „feltörte a megcsontosodott modernitás önelégültségét”.

Ezzel legalább címszavakat kaptunk a „posztmodernnek” nevezett jelenség-halmaz valamelyes konkretizálásához. A lehangoló ténnyel, hogy a „modern projektnek” visszavonhatatlanul vége, szemben áll az optimista magyarázat, amely a szabadságot ünnepli egy átok alól feloldott világban. A tetszőlegességhez, melyet a posztmodern egyik alapelvének kiáltottak ki, hozzátartozik a fogalmak dekonstruálása is, melyek eddig egyfajta megértési konvenciót biztosítottak a tudósok között. Az is a posztmodern diskurzus lényegéhez tartozik, hogy a posztmodernisták egyfolytában médiafogalmakkal érvelnek, de szinte soha nem pontosítják azokat. Az 1991-es öbölháborút *par excellence* médiaháborúnak állították be (Virilio 1993), és általában megtették az „intermedialitást” domináns társadalmi valóságnak. Az azonban legalábbis kétséges, hogy ettől fölöslegessé válik-e a média fogalmának pontos meghatározása. A posztmodern tézis művészettörténeti eredete mindezt a társadalomtudományos nyelven szólva „vad” gondolkodás felé viszi el. „Így aztán rendkívül meglepő, hogy Virilio összevisza asszociációi milyen gyakran találunk célba” (Kloock 1997).

A posztmodernizmusnak természetesen számtalan történeti előfutárát nevezhetjük meg. Itt elsősorban a modern kommunikációtudományhoz fűződő némi gondolati kapcsolat érdekes. A francia gondolkodás etnocentrikussága természetesen megnehezíti az angolszász szerzőkkel való kapcsolatfelvételt. Mindazonáltal M. McLuhan és J. Meyrovitz munkái között szembetűnő a párhuzam: mindketten kidolgozták a médiatársadalom átfogó elméletét, amit összehasonlíthatunk a posztmodernizmus-vita kiindulópontjaival:

– McLuhan leghíresebb tétele: „A médium egy üzenet” (1994, 71. skk.) sok mindent elárul. Mindenható kommunikációs technikák vízióját jeleníti meg, és az

empirikus megfigyelések figyelmen kívül hagyásával kifejezetten messianisztikusnak tűnik (Saxer 1968). A „világfalu”, amit a kanadai kommunikációfilozófus egy emberöltővel ezelőtt jövendölt meg mint a kommunikációs technológia fejlődésének eredményét, a kommunikáció folyamatos globalizálódása ellenére is csak csökevényesen valósult meg. A konzervatív médiafelhasználók nem kezdenek azonnal érdeklődni minden iránt, ami kommunikációtechnikailag megvalósítható. Az, hogy a médiumok tulajdonképpen szervek és nyúlványok, amit McLuhan igen erélyesen mutat be, valamint hogy a média formái fontosabbak, mint a bennük lévő tartalom, az a *posztzszurnalizmus* korában (Altheide–Snow 1991) már hétköznapi megállapítás.

- J. Meyrovitz, aki újabban ugyanezen a gondolkodói hagyomány mellett kötelezte el magát, McLuhanból indul ki, és a *No sense of Place*-ben a tapasztalásnak a tértől való függetlenedését konstatálja az elektronikus média hatására. Virilio később (1998, 143) még tovább fejleszti ezt a diagnózist, és „valós idejű terrorról” beszél, amely televíziós tudósítással változtatta az öbölháborút. A posztmodernista felfogás szerint a televíziós tér és idő számúzi a valódit; persze, hogy a televízió nézők többségükben a négy fal között maradnak, és nyugodtan nyitogatják a sörösüvegeket, amíg a mindennapi rituálé, a régi-új híradó ott vibrál a lakásukban, és amíg meg tudják különböztetni a jól ismert tévés díszleteket a mindennapi valóságtól. A tömegkommunikáció és különösen a televíziózás dramatizálása hozzátartozik a posztmodernisták érvrendszeréhez, akik láthatóan teljesen elvesznek saját tárgyuk bővületében. Egy empirikus kommunikációtudomány, amely mindezeket bizonyos távolságból figyelné meg, ekkora önfeláldozást csak a tőle várt, megvizsgált érvek reményében engedne meg.

## 2. A fogalmak destrukciója

A *meghaladott fogalmak destrukciójának* programja, ahogyan a legkülönbözőbb posztmodern szövegekből kiderül, éppen ezektől függ, ahogyan függ a mélyen elutasított moderntől is. A „posztmodern modernitás” (Früchtel 1998, 768), ez a fából vaskarika, egyszerű és hagyományos fogalmakra reagál, és a tetszőlegesség értelmében alkalmatlannak bélyegzi azokat. Mivel egy összefüggő fogalomrendszer kialakítása a legnagyobb tudományos eredmények közé tartozik, ennek a „destrukciónak” a minőségét az utána következő újításokon keresztül kell vizsgálnunk.

Az *eredmény* kijózanító, de megfelelő, amíg racionális és nem posztmodern logikát alkotunk ezekből a fogalmakból:

- A *destrukció* fogalma reaktív, tehát függ a moderntől, amit a posztmodern teoretikusok éppen temetni szándékoznak. A kettejük között lévő fogalmi

függőségi viszony csak még jobban elmélyíti ezt az összetartozást. A „posztmodern” fogalmainak homályossága lépten-nyomon megbosszulja magát, mert olyan elméleti alap kialakulásához vezet, ami aligha érdemli meg ezt a nevet.

- Tudvalevően a fogalmak alakítják ki a tudomány fókuszát. Ha „dekonstruáljuk” őket, akkor egy adott tudományág nélkülözhetetlen kellékeit vetjük el. A „vad gondolkodás”, ami az ilyen „diszciplínátlanítás” eredménye, lehet, hogy izgalmas, de biztos, hogy kipróbálatlan (Baudrillard 1991). És éppen a nyilvános kommunikáció tudományának esetében, mely még mindig illetékessége határait próbálja megállapítani (Saxer 1995), a tárgymeghatározás ilyesfajta behatárolatlansága végzetes lehet. Bizonyos tekintetben a régi sajtótudomány is rajtaütésszerűen kezdett el az újságokkal foglalkozni, de nem mulasztotta el kialakítani az ehhez szükséges tudományos eszköztárat. Ugyanígy a posztmodernista természettudósoknak is meg kell maradniuk kompetenciájuk korlátai között: „...semmi okunk arra, hogy komplex emberi problémákkal foglalkozva a természettudományokat utánozzuk” (Sokal–Priemont 1998).
- A kommunikációtudomány által már régen alátámasztott megkülönböztetések a *posztmodernista általánosítás* hatására egyszerűen elsüllyednek. Virilio például nem képes különbséget tenni hír és propaganda között (1993, 85), mintha a nyugati újságírói kultúra és a kommunikációtudomány nem állapította volna meg már régen azokat a kritériumokat, amelyek alapján ez lehetséges. Ennek tulajdonképpen megfelel, hogy ugyanő a Tienanmen téri vérengzést úgy kommentálja, mint „Peking lakosságának a Kínai Néphadsereg tankjai által való lemészárlását” (Virilio 1998, 28). Az egészét. Ha a tudomány egyértelmű beszédet jelent, akkor a posztmodernista írások nagy része nem számít annak, és újra felvetődik a kérdés, hogy mégis mit akar kinyerni belőlük az empirikus kommunikációtudomány, miért szívják belőlük a nektárt egyes francia kollégák. Ugyanilyen terméketlen tudománytörténeti közzjáték volt a tudományág marxista újraideologizálása a hetvenes és nyolcvanas években.
- A posztmodern történetfilozófia radikális: legújabb felfogása szerint a világtörténelem „szöveg”, se több, se kevesebb. Az irritáció, amit a valóságnak a modern társadalomban képek és hangok általi megkétszereződése, és ezáltal elvesztése okoz, a médián keresztüli folyamatos önmegfigyelés a posztmodern írások egyik állandó témája: kései visszhangja Anders víziójának, az *Antiquiertheit des Menschen*nek (1956), amely szerint a világ „fantom és sablon”. Ha minden szöveg, akkor ez persze tetszőleges olvasási és értelmezési lehetőségeket jelent, és figyelmeztetés a televíziós ajánlatok struktúrájára nézve, hogy ne utasításokat, hanem valóban ajánlatokat tegyenek közzé. Az, hogy például az élsport már régóta elválaszthatatlan a televíziótól, hogy egyre több médiaeseményt a tömegkommunikációs eszközök tiszteletére, azok válogatási kritériumait szem előtt tartva ren-



deznek meg, kétségtelenül a valóság eddigi arányainak megfordulását tükrözi a modern társadalomban, ami a posztmodernisták szeizmográfként jeleznek. Érdemes lenne a *szöveg* fogalmát mélyebben is megvizsgálni, hogy ellentételezhető legyen vele a *valóság*nak a kommunikációtudományban még mindig igen leegyszerűsített fogalma (Ammann–Moser–Vaissière 1999).

A posztmodernisták inflatorikus médiafelfogása és zavaros következtetések az intermedialitásról természetesen még nem nyertek igazolást. Az 1998-ban *Intermedialitás* címmel megjelent publikáció (Heibig 1998) sem jut tovább a koncepció tisztázatlanságán való sajnálkozáson (Füger 1998). Az alapfogalom, a *medium* tisztázása nélkül problémás ezt a fogalmat az *intermedialitás* felé kibővíteni. A német kommunikációtudomány jelenleg ugyanezekkel a konceptualizálási nehézségekkel küzd (Saxer 1997). Természetesen az „intermedialitás” felel meg a mai médiafogyasztók befogadási tapasztalatának, akik számára a média a világ magától értetődő, tudat előtti módon regisztrált része, amiből az egyetemes recepciókutatás még mindig valóságidegen, egyedi ingereket próbál kiszűrni. Leszögezhetjük tehát, hogy a posztmodern dekonstrukció nemhogy pótolná a fogalmi hiányosságokat, hanem egyre újabbakat idéz elő.

### **3. A világ mint szubjektumorientált (radikál)konstruktivista rendszer**

Bár a posztmodernista források heterogenitása nem teszi lehetővé ennek a gondolati hagyománynak a lezárt jellemzését, mindenesetre kivehető belőle egy *konstruktivista alap*. A strukturalizmus erősen meggyökerezett a francia gondolkodásban, és, bár nem ortodox, lassan meghaladottá válik. Persze kétséges marad, hogy elég erős-e a nyilvános kommunikáció elméletének szubjektumorientált (radikál)konstruktivista megalapozása, még ha ezt is hirdetik a szószólói (Merten–Weischenberg–Schmidt 1994). Ennek ellenérveit még nem cáfolták meg, sőt, maga McLuhan sem zárkózott el egy szubjektív, „radikális konstruktivizmus mint tömegmédia-elmélet” elől (1994).

A *radikális konstruktivizmust* alapvetően a tárgy strukturáltságának, izomorfijának hiánya jellemzi (Saxer 1993, 68. skk.). Ez a tárgy makro-, mezo- és mikroszociológiai szinten is definiált, az egész társadalomra kiterjedő jelenség, következésképpen csak mikroszociológiailag nem értelmezhető. A pszichológiai érzékeléseméletre alapuló radikális konstruktivizmus nem vesz tudomást a nyilvános kommunikáció szervezeti jellegéről. A szervezeti jellegű sajtó a legtöbb médiadolgozó számára maga a hétköznapi valóság; minden olyan elmélet, amely nem veszi számításba, például a szubjektumorientált radikális konstruktivizmus, amely a világot kizárólag mint akaratot és képzetet érzékeli (Schopenhauer), rövidlátó.

A posztmodern gondolkodók konstruktivizmusa természetesen sem nem következetes, sem nem összefüggő. McLuhan gondolkodásmódja asszociatív, hogy ne mondjam, csapongó volt (Ludes 1978, 77. skk.), Baudrillard, Derrida, Virilio és a többiek pedig a legnagyobb természetességgel gyűjtögetnek innen-onnan. Emiatt aztán fel- és megfoghatatlanná, leírhatatlanná válnak. A fogalmak folyamatos destruálása itt a gondolatrendszer védelmét szolgálja: a kritika nem tud mit kezdeni olyasmivel, amit nem képes fogalmilag elhelyezni. Aztán: „Napjaink ortodoxája a paradoxon” (Luhmann). Állításra állítás a válasz, mint McLuhannél, a megfelelő tudományos bizonyítási gyakorlat a posztmodernistáknál szinte teljesen hiányzik, így itt sem említjük meg. Így a posztmodern „klasszikusok” viszonylag sértetlenül fennmaradnak, bár már szárnyra kelt a híresztelés, hogy a posztmodern is kezd túlhaladottá válni (Müller 1998). És mi jön utána? Ismét felmerül a legutóbbi idők egyre sürgősebb korszakolásának problémája.

Egy empirikus kommunikációtudománynak, amely mellett itt érvelünk, óvakodnia kell attól, hogy szellemi kölcsönzöt csináljon egy tudományos rendszerből, amely valójában nem is tudományos rendszer, hanem asszociációk halmaza. A tudományban a *határsértés* rendszerint hitelvesztéssel jár, amiből egyenesen következik majd a francia társadalom-, illetve kommunikációtudományok nemzetközi elszigetelődése. Ha a tudomány nem törekszik az ismeretek rendszerszerű gyűjtésére, akkor előbb-utóbb eltéved. Pontosan ez történt a radikális konstruktivisták és a francia posztmodernisták esetében. A kommunikációtudománynak nem posztmodern látomásokra van szüksége, hanem elméletekre a média alakulásáról a modernitásban (Hömberg-Pürer 1996). És az, hogy az emberi tapasztalat mindig magában foglalja az emberi konstrukciót, a kommunikációtudománynak a médiavalóság terén végzett kutatásai alapján vitathatatlan. Emiatt aztán „a posztmodern mítosza” teljesen szükségtelen.

#### 4. A posztmodern mítosza

Mi marad abból a rövid életű gondolkodási irányzatból, ami a „posztmodern” szót írta a zászlajára, annak minden implikációjával együtt, egészen a poszt-feminizmusig (Müller, 1998)? Mit nyerhet belőle egy empirikus kommunikációtudomány, amely még mindig a megformálódás nehézségeivel küzd? Elsősorban az a fontos, hogy sikerüljön ezt a vitát egy *másik kultúrkörrel*, nevezetesen a franciával megismertetni. Ezt nem lehet csak úgy elhanyagolni. Nagy bosszúság, hogy német kommunikációtudománynak csak az angol-szász kutatási hagyomány áll rendelkezésére, a délnyugat-európai nem. Ezen értekezés szerzője ugyanakkor nem titkolja el, mennyire irritálják a posztmodern megnyilvánulások, melyeknek megítélésére ez a folyóirat felkérte, és amelyek áttanulmányozása után még mindig nincs tisztában vele,

mi az a „posztmodern”, mert ezzel a címkével a legkülönbözőbb történet-, művészet-, illetve médiafilozófiai tételeket gyűjtötték egybe. Primitíven fogalmazva: A posztmodernizmus-vita az „anything goes” szlogenjének megfelelően olyannak mutatja magát, mint egy önkiszolgáló bolt, nemcsak a hamisításnak, de az általánosításnak is ellenáll. A német ajkú kommunikációkutatóknak – mivel rendelkezésre állnak fordítások – itt kell valami, a kommunikációtudomány számára használható ötlet után kutatniuk, főleg, ha felfogásuk a társadalomtudományokról kevésbé ortodox, mint az itt bemutatott.

A tudományos provincializmus az idegen nyelvek elhanyagolásánál kezdődik: a francia és az olasz, nem beszélve a spanyolról, szinte teljesen hiányzik a hazai kommunikációtudomány nyelvi térképéről. Ezek segítségével a német nyelvű kommunikációtudomány kinyerhetné a „vad gondolkodásból” azokat az alternatív gondolatokat, melyek segíthetnek kicsit elszabadulni a luhmanni rendszerelmélet Prokrusztész-ágyáról: az öbölháború médiaelméleti értelmezését (Virilio), a szemiotikai jelölések transzdiszciplináris kibetűzését (Baudrillard) és magát a tapogatózó gondolkozást (Derrida). Ezzel persze újabb veszély is leselkedik a nyilvános kommunikáció tudományára, mely mindig ideológiafüggő. A szórványosan felbukkanó nemzetiszocialista és marxista törekvések után ugyanis további ideológiai kisiklásokat nem engedhet meg magának.

A francia dominancia jellemezte posztmodernizmus-vita mérlege, mint ilyen esetekben általában, ambivalens. Az empirikus kommunikációtudomány nyelvi és megismerési konvencióit megkérdőjelezi, de nem tudjuk, hogy milyen alapon. A tudományág számára végzetes lenne, ha egy olyan ideológiai konstrukció ötletparádéjának hatása alá kerülne, amelynek jellege tisztázatlan, és amely láthatóan már bekerült a történelem lomtárába. A kaotikus elméletalkotás a kommunikációelméleti újítások körében (Saxer 1993) sajnálatos velejárója a tudományágnak. Elengedhetetlenül szükséges ellenben kezdeményezések átvétele más kultúrkörökből, hogy valóban nemzetközi integrációs tudományá alakulhasson. Az idegen tudáselemeket beilleszteni a rendszerbe ugyanolyan kötelessége, mint a különböző szempontok által vizsgált tudományos teremtés fejlesztése, és a figyelem ráirányítása. Ezért a posztmodern francia gondolkodóknak sem a kincsesbánya egyszerű kirablására, hanem gondos átvizsgálására kellene törekedniük. A feladat nem könnyű, de a cél megéri a fáradságot.

## Irodalom

- Altheide, David L. – Snow, Robert P.: *Media Words in the Postjournalism Era*. New York, 1991.  
Anders, Günter: *Die Antiquiertheit des Menschen*. München, 1956.  
Ammann, David – Moser, Heinz – Vaissière, Rogers (Hrsg.): *Medien lesen. Der Textbegriff in der Medienwissenschaft*. Zürich, 1999.

- Baudrillard, Jean: *Der symbolische Tausch und der Tod*. München, 1991.
- Bohrer, Karl Heinz: Hat die Postmoderne den historischen Ironieverlust der Moderne aufgeholt? In Postmoderne. Eine Bilanz. *Sonderheft Merkur*, Heft 9–10, 52. Jg. 1998. szeptember–október.
- Füger, Wilhelm: Wo beginnt Intermedialität? Latente Prämissen und Dimensionen eines klärungsbedürftigen Konzepts. In Heibig, Jörg (Hrsg.): *Intermedialität und Praxis eines interdisziplinären Forschungsgebietes*. Berlin, 1995, 41–57.
- Früchtl, Josef: Gesteigerte Ambivalenz. Die Stadt als Denkbild der Postmoderne. In Postmoderne. Eine Bilanz. *Sonderheft Merkur*, Heft 9–10, 52. Jg. 1998. szeptember–október, 766–780.
- Gumbrecht, Hans Ulrich: Präsenz, Gelassenheit. Über Federico Garcia Lorcas „Poeta en Nueva York“ und die Schwierigkeit, heute eine Ästhetik zu denken. In Postmoderne. Eine Bilanz. *Sonderheft Merkur*, 9–10, 52. Jg. 1998. szeptember–október, 808–825.
- Heibig, Jörg (Hrsg.): *Intermedialität. Theorie und Praxis eines interdisziplinären Forschungsgebietes*. Berlin, 1998.
- Hömbert, Walter – Purer, Heinz (Hrsg.): *Medien Transformation. Zehn Jahre dualer Rundfunk in Deutschland*. Konstanz, 1996.
- Kloock, Daniela: Paul Virilios Ereignislandschaft. *Medienwissenschaft*, 2/99, 165–167.
- Lan, Mariann: Das Unbehagen im Postfeminismus. *Sonderheft Merkur*, Heft 9–10, 52. Jg. 1998. szeptember–október, 919–928.
- Ludes, Peter: *Einführung in die Medienwissenschaft. Entwicklungen und Theorien*. Berlin, 1998.
- Luhmann, Niklas: Der „Radikale Konstruktivismus“ als Theorie der Massenmedien? In *Communication Sociales*, 27. Jg. 1994, II. 1, 7–12.
- McLuhan, Marshall: *Understanding Media. The Extensions of Man*. London, 1994.
- Merten, Klaus – Schmidt, Siegfried J. – Weischenberg, Siegfried (Hrsg.): *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*. Opladen, 1994.
- Meyrowitz, Joshua: *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York, 1985.
- Müller, Hans Peter: Das stille Ende der Postmoderne. *Sonderheft Merkur*, a: a. O. 975–981.
- Saxer, Ulrich: Messianismus und Wissenschaft bei Marshall McLuhan. In *Communication Socialist*, 1. Jg. 1968, II. 2, 81–93.
- Saxer, Ulrich: Von wissenschaftlichen Gegenständen und Disziplinen und den Kardinal-sünden der Zeitungs-, Publizistik-, Medien und Kommunikationswissenschaft. In Schneider, Beate – Reumann, Kurt – Schiwy, Peter (Hrsg.): *Publizistik. Beiträge zur Medienentwicklung*. Festschrift für Walter J. Schütz. Konstanz, 1995, 39–55.
- Saxer, Ulrich: Fortschritt als Rückenschritt? Konstruktivismus als Epistemologie einer medien-theorie. Kommentat zu Klaus Kippendorf. In Günter Bentele – Manfred Rühl (Hrsg.): *Theorie öffentlicher Kommunikation*. München, 1993, 65–73.
- Saxer, Ulrich: Basistheorien und Theorienbasis in der Kommunikatonswissensschaft: Theorienchaos und Chaostheorie. In Bentele, Günter – Rühl, Manfred (Hrsg.): *Theorien öffentliches Kommunikation*. München, 1993, 175–187.
- Saxer, Ulrich: Konstituenten einer Medienwissenschaft. In Schanze, Helmut – Ludes, Peter (Hrsg.): *Qualitative Perspektiven des Medienwandels*. Positionen der Medienwissenschaft in Kontext „Neuer Medien“. Opladen, 1997, 15–26.
- Seel, Martin: Philosophie nach der Postmoderne. *Sonderheft Merkur*, Heft 9–10, 52. Jg. 1998. szeptember–október, 890–897.
- Sokal, Alan – Bricmont, Jean : Postmoderne in Wissenschaft und Politik. In Postmoderne. Eine Bilanz. *Sonderheft Merkur*, Heft 9–10, 52. Jg. 1998. szeptember–október, 929–943.
- Virilio, Paul: *Krieg im Fernsehen*. München–Wien, 1993.
- Virilio, Paul: *Rasender Stillstand*. Frankfurt a. M., 1998.

Jeffrey Alexander

## **A tömegmédiá rendszerszemlélete történelmi és összehasonlító nézőpontból**

A nagyobb pontosságra való törekvés esetenként arra vezet, hogy a mai szociológia figyelmen kívül hagyja általánosságban a „társadalmat”, azt a vonatkoztatási pontot, melynek tapasztalati jelentősége csak elméleti homályosságához hasonlítható. Az egészről szóló beszéd általánosításra és történelmi távlatosságra csábít, ami viszont nagyon rontja az egyértelmű igazolás esélyét; de pontosan az általánosítás és a történelmi távlat az, amire szükség van, ha meg akarjuk érteni a társadalom összetevőit és határait. Ha az egész figyelmen kívül hagyása nehézséget okoz a „célzott” szociológiai kutatás egyes területein, különösen veszélyes az arra irányuló törekvésben, hogy megértsük azokat az intézményeket, amelyeknek a tulajdonképpeni funkciója az, hogy a társadalmat mint általános egészet szólíthassuk meg. A média ilyen intézmény.

Olyan elméleti megközelítésben szeretnénk a hírközlő médiával foglalkozni, amely mélyreható és általános, ugyanakkor nem zárja ki a tapasztalati értelemben vett specifikációt. Úgy fogjuk kezelni a médiát, mint ami egyfelől a társadalmi rendszer elméletéeként, másfelől pedig a történelmi és összehasonlító perspektívát adó társadalmi csoportképzés elméletéeként értelmezhető. Reményeink szerint azzal, hogy a hírközlő médiát ebbe a szélesebb elméleti hagyományba ágyazva kezeljük, sikerül valamelyest feltérképezni a tömegkommunikációnak más társadalmi intézmények működéséhez és bizonyos társadalmi változásokat érintő problémák szociológiai feltárásához fűződő viszonyát. A kisebb tanulmányok ugyanis általában alábecsülik e kérdések jelentőségét. Azt is reméljük továbbá, hogy sikerül új, szélesebb összefüggésrendszerbe helyezni a média gyakorlatát, amit általában nem látnak át teljes egészében vagy egyszerűen adottnak tekintenek. Végül pedig ezen elemzés során szeretnénk rávilágítani bizonyos problematikus erkölcsi és politikai kérdésekre, amelyek a hírek közlésével kapcsolatban a társadalomban zajló ideológiai viták középpontjába kerültek.

## **A tömegkommunikáció mint hírközlő eszköz a társadalom rendszerében**

A média olyan szimbolikus szövedékeket hoz létre, amelyek kulturális szinten ugyanolyan láthatatlan rendszerei a társadalomnak, mint ahogyan a jogrend hoz létre konkrét és „valóságos” közösséget. A modernizálódó és réteg-

ződő társadalomban a média valóságos csoportos együttlétet helyettesítő funkcionális elem, mert már lehetetlenné vált, hogy „mindenki egyszerre jelen legyen” egy találkozón.<sup>1</sup> Bár a tömegkommunikációnak van bizonyos atomizáló hatása a társadalmi lét érzékelésében, nem a társadalmi rendszer elvont és általános értelemben vett funkciójáról van szó: a tömegkommunikáció a társadalmi integrációnak alapvető formáit hozza létre, bár csak bizonyos meghatározott típusaiban.

Ahogy a kulturális mintákat kognitív, expresszív és minősítő jellegű elemekre (Parsons 1951, 24–112, 1961), a média teljesítményét kognitív és expresszív komponensekre bonthatjuk. Az expresszív kategóriába sorolhatjuk azokat a leíró, ismertető anyagokat, melyeket műsorának legnagyobb részében a televízió közvetít. A kognitív jellegű híryananyagok újságokban és televíziós híradókban megjelenő közlések. Ezen megközelítések, szórakoztató és hírközlő médiumok egymástól alapvetően különböző társadalmi funkciót töltenek be; nagyon eltérő társadalmi forrásoktól függenek, és gyakran egymásnak ellentmondó kritériumok alapján sikernek nevezett dolgok szerint ítéltethők meg (Fass 1976). Itt és most a hírközlő médiára és a kognitív dimenzióra kívánunk szorítkozni.

Ám azonnal fölmerül egy olyan kérdés, amely a szociológiai szakirodalom kritikus problémáját érinti: vajon a „kognitív” kifejezés jól jellemzi-e a híradások orientáló jellegű tevékenységét? Kognitív mintákról tipikusan akkor szoktunk beszélni, amikor a társadalmi valóság „objektív” definícióiról van szó, olyan definíciókról, amelyek inkább magát a tárgyat illetik, és nem a szubjektumnak azzal kapcsolatos érzéseit (azaz olyan orientációt, amely expresszív mintát követ), sem pedig a szubjektum és a tárgy közötti viszonyt (azaz morális vagy minősítő jellegű mintát követő orientációt). A híreknek mint az „információ” átadásának felfogása ezt a kognitív jelleget mind a hétköznapi, mind pedig a szociológiai nyelvezetben tükrözi. Ahogyan azonban a közelmúlt posztpozitivisták filozófiai és tudománytörténeti érvelése hangsúlyozta, még a lepuritánabb kognitív kijelentés is szükségszerűen

<sup>1</sup> A médiának ezt a jelentős integratív képességét különösen jól érzékelhetik a hétköznapi életben is az amerikai társadalom tagjai és megfigyelői. Amint azt egy, a 19. század elején Amerikába látogató utazó le is írta: „Az újságok befolyása és példányszáma messze meghaladja az Európában ismert értékeket. Az igazság az, hogy a lakosság kilenczede nem is olvas egyebet... Minden falunak, nem is, szinte minden kunyhónak megvan a maga sajtója... Újságok ütnek fel a fejüket az ország valamennyi hajszálrepedésében”. (Thomas Hamilton: *Men and Manners in America*. Philadelphia, 1833, II. köt., 72–73, idézi Mott 1941, 168). Tocqueville-t is meglepte, hogy a sajtó mint egy bizonyos fajta integráció független motorja működik. Úgy jellemezte, hogy „ez az az erő, amely a politikai élet lüktetését az óriási terület valamennyi körzetén keresztül hajtja... A periodikus sajtónál csak maga a néphatalom erősebb” (*Democracy in America*, 1835., I. rész, XI. fej.). A később tárgyalandó társadalmi szerkezeti helyzetben nem meglepő, hogy az amerikai sajtó jelentőségét Tocqueville ahhoz az individualizmushoz és voluntarizmushoz mérte, amelyeket ugyancsak a korai amerikai társadalom egyedi vonásaiént értékelt.

hordoz valamiféle értékelő jellegű vagy morális dimenziót, amely ha másodlagos is, feltétlenül jelentős. A tudósok tapasztalati érzékelését befolyásolja csoporthoz tartozásuk, valamint tágabb értelemben vett morális, kulturális és metafizikai megfontolásaik is (Polanyi 1958; Kuhn 1969; Holton 1973). A szakmai elkötelezettségen alapuló fegyelmezett önvizsgálat nem képes legyőzni a tudományos megfigyelés nem tapasztalati elemeit, csak arra képes, hogy megváltoztassa e nemkognitív kényszerek természetét (Toulmin 1972). Logikusan következik mindebből, hogy a hírekkel kapcsolatos ítéletek – mint az empirikus megfigyelés kevésbé fegyelmezetten végrehajtott gyakorlatai – szükségszerűen részlegesen minősítő jellegűek lesznek. Ebből pedig azt szűrhetjük le, hogy azért nem helyes elsődlegesen a politikailag nyíltan részrehajló hírközlés hatására vagy az újságírói etikára összpontosítani, amint azt a médiával foglalkozó irodalom nagy része tette (például Noelle-Neumann 1978), mert az elfedi azt a tényt, hogy a hírközlés fő funkciója a médiában tulajdonképpen pontosan az, hogy „részrehajlásra” ösztönöz, hogy a kognitív megállapítások keretével bizonyos nem empirikus alapú értékítéleteket gerjesszen. A riporter részrehajlással és a szakmai etikával kapcsolatos felvetés a híranyag kognitív dimenzióját érinti, de ha elfogadjuk azt a megközelítést, hogy az erkölcsi állásfoglalásra buzdítás is „jó” és szükséges társadalmi funkció, akkor az elemzés tapasztalati és elméleti fókuszpontja is el kell mozduljon. Akkor ugyanis az a probléma, hogy a hírközlő média konkrétan milyen értékítéletet teremt, milyen feltételek mellett, és talán még az is, hogy megfogalmazzuk, hogy e feladata teljesítésének melyek az ideális és melyek a kóros körülményei.

A minősítő jellegű szimbolikus ítéleteknek két lehetséges orientációs megnyilvánulásán lehet: vagy az értékek, vagy a normák szintjén. A normák középső, átmeneti helyzetben vannak az általános értékrend és az emberi cselekvés során folyamatosan keletkező „nyers adatok” vagy „egyszerű tények” között. Ha nem fogadjuk el az emberi élet teljesen atomizált és elhatárolt jellegéről szóló nézetet, akkor szükségszerű, hogy belássuk, hogy a „tegyen mindenki kedve szerint” felfogás nem válhat a társadalmi lét rugójává (Bellah 1970, 261). Általánosabb érvényű és pontosabb igazolásra és legitimitációra van szükség. Persze az is igaz, hogy a társadalmi lét túlságosan változatos, túl mozgékony és túlságosan profán ahhoz, hogy olyan módon szervezhetőnek tekintsük, ami megkérdőjelezhetetlenül megfelel azoknak a széles értelemben vett szent tantételeknek, melyekből az az általános érvényű összefüggésrendszer, amelyet „értékmintának” tekintünk, összeáll. Az integráció rugalmasabb formáját jelentik a „normatív” minták, amelyek ugyan szintén generalizálják az érték-dimenziót, de ugyanakkor specifikusabbak és adott helyzethez alkalmazkodóbbak, egyben nyitottabbak a társadalmi igényrendszer eltolódásának megfelelő állandó újrafogalmazásra.

A hírközlő médiával kapcsolatos leginkább szembeszökő tény az, hogy ezen a normatív szinten mozog. Ahogy az egyén folyamatosan azzal próbál-

kozik, hogy különböző normatív magyarázatok megfogalmazása révén rendezze személyes tapasztalati anyagát, az újságok is ezt csinálják nagyban, a társadalom vonatkozásában. A hírek és kommentárok tekinthetők a nyers információ folyamatos feldolgozása menetének, ami általánosabb kategóriákba rendezés útján azt éri el, hogy a társadalom tapasztalati anyaga fölfoghatóvá váljék.<sup>2</sup> Ezek a kategóriák előzetesen meghatározott normatív irányvonalakat, egyben általános értékrendet is közvetítenek abban a tekintetben, hogy mi várható a társadalomban.<sup>3</sup>

<sup>2</sup> Arról van tehát szó, hogy kapcsolat van az egyénnek azon szükséglete, hogy általános kategóriákban értelmezze személyes tapasztalatát, és azon szükséglet között, hogy valamiféle „normatív teljesítményen” keresztül a társadalmi szinten is eredményes legyen az ember. A 19. század elején a bostoni *Daily Advertiser* egyik szerzője fogalmazta meg ezt a kapcsolatot az egyéni integráció és interpretáció, illetve az intézményesített interpretáció között, mégpedig nagyon világosan. Azt írta, hogy „a hírek iránti csillapíthatatlan étvágy a köszöntés új, általános formáját termelte ki, amelyet ma már barátok és idegenek egyaránt szívesen használnak: *Mi újság?*” (1814. április 7., idézi Mott 1941, 202; kiemelés az eredetiben).

Sajátos okból használjuk itt a „kategóriák” kifejezést. Hangsúlyozni kell ugyanis, hogy amellet, hogy a nem tapasztalati jellegű minősítéseknek nagyon is helyzethez kötött és rugalmas fajtáival van dolgunk (lásd alább a jogi intézményekkel való összevetést), van egy másik dimenzió is, amely megkülönbözteti a híryanag általi minősítést a többitől. Amellet, hogy normatív és specifikus, a „hírek” anyaga kifejezetten a kognitív ítéletek ellen irányul. A racionális ítéleteknek a mindennapi élet *természetére utaló* társadalmi elemét adja, mégpedig egyedülállóan standardizáló módon. A jog viszont társadalmi és standardizáló keretet biztosít a mindennapi élet *erkölcsiségére utaló* ítéleteknek. A „hírek” anyaga a normatív-konszenzuális ítéleteket kognitív meghatározottságú irányba tereli, a jog pedig morális irányt mutat. A hírekkel kapcsolatos ítéletek normatív eleme közel sem olyan szembeszökő, mint a jog normatív eleme, mivel látszólag tisztán kognitív formában jelenik meg. Persze ugyanez a gond a tudományos állásfoglalásokkal is, és ez az egyik alapvető oka annak, hogy a pozitivistá felfogás olyan erősen tartja állásait. Azon elméleti hagyományok szellemében, amelyek a kognitív felfogásnak ilyen társadalmi strukturálása mellett kardoskodnak, Parsons (1961) nagyon pontos konceptuális elemzését adja azon módozatoknak, amelyekben a kultúra *normatív* szférája (amit ő egyben integratív és morális szféraként is azonosít) szabályozza a kognitív, expresszív és morális ítéleteket. A kognitív felfogás és szociális strukturálásának legkreatívabb feltárása kétségtelenül Garfinkel művében (1967, passim) található. Ha, ahogyan Garfinkel fogalmaz, az egyén elkezd a külső történéseket úgy szemlélni, mint amelyek mintegy „dokumentálják” és finomítják előzetes tapasztalatait, akkor a hírközlő eszközt létfontosságú kapcsolatoknak kell tekinteni ezen egyéni dokumentáció és olyan társadalmi események között, amelyeket a személy soha nem fog közvetlenül megtapasztalni. Ríporterek is alkalmazzák a „dokumentáló módszert” személyes eseményértelmezésük elősegítésére, és kutatásaik eredménye így dokumentálja az eseményeket az olvasók számára.

<sup>3</sup> A híryanagok értelmező jellege és szélesebb értelemben vett kulturális mintákhoz való viszonyuk megnyilvánul minden olyan ríportban, amelynek értelmezése ellentétes módokon lehetséges, és amely ezért a politikai küzdelmek terepe. Például 1978 márciusának elején a Kongresszus Nemzetközi Kapcsolatok Bizottsága 37 tagja közül 21 levélben követelte az Egyesült Államok elnökétől, hogy fontolja meg még egyszer, aláír-e egy ellentmondásos fegyverkereskedelmi egyezményt Izraellel, Egyiptommal és Szaúd-Arábiával. A *The Washington Post* olyan cikkben számolt be erről, amelyben az ügyet több Izrael mellett kiálló csoport akcióihoz kapcsolta, úgy jellemezve a képviselők álláspontját, mint „határozott kampányt azért, hogy útját állják az egyezménynek” (*Near East Report*, 1978, 46). A kongresszusi képviselőket itt úgy jelzik,



A hírek szerkesztésének sajátos szempontjai és szakmai követelményei úgy tekinthetők, mint amelyek e középhasaladó szintű „normatív alkotás” érvényesülésének kritériumát jelentik. A híryanagot bevezető kiemelt sorokat, az úgynevezett *leadet* tanulmányozva például általában azt tapasztaljuk, hogy nemcsak egyszerűen kognitív értelemben a teljes körű tényfeltárára irányulnak, hanem ugyanolyan erőteljesen kifejeznek normatív és morális álláspontot is, és hogy a jó vagy rossz *lead* között éppen ez az implicit kritérium tesz különbséget. A *lead* ugyanis éppen arra irányuló eszköz, hogy az eseménynek mint adathalmaznak a „jelentőségét” hangsúlyozzuk azáltal, hogy azt – implicit módon – ahhoz viszonyítjuk, aminek az emberek elképzelése szerint ilyenféle helyzetben történnie kellett volna, vagy az emberek általános értékítéletével állítjuk szembe.<sup>4</sup>

mint akik politikailag részrehajlók, azaz nem teljesítik alkotmányos kötelességüket, illetve nem úgy cselekednek, mint lelkiismeretes emberek. Nem kétséges, hogy öt évvel korábban – amikor Izrael mélyebben gyökerező szimpátiát élvezett – ezt a „tényt” egészen más módon tálták volna, ha egyáltalán elég érdekesnek tartották volna ahhoz, hogy bekerüljön a hírekbe.

Egy másik, hasonlóképpen tanulságos eset a közelmúltban Kanadában játszódott le. 1979. február közepén René Levesque, Québec miniszterelnöke, akit köztudottan erős francia nacionalista érzelmek fűtöttek, vendégül látta Raymond Barré francia miniszterelnököt. Az angol nyelvű kanadai lapok mindvégig úgy jellemezték Levesque magatartását, mint amely kinos volt, mert túl sokat ivott és „nem megfelelően viselkedett”. A francia nyelvű sajtó egészen másként számolt be a történetről. Az eseményeket úgy állították be, mint amelyek nagyon kellemesek voltak, Levesque könnyedsége és jókedve bizonyítékát látták benne. A *Globe and Mail* című vezető angol nyelvű lap megvádolta a francia nyelvű sajtót, hogy takargatják a kinos részleteket, Michel Roy, a montreali *Le Devoir* szerkesztője amellet érvelt, hogy a kérdéses incidensről adott beszámolók egymásnak ellentmondó általános felfogást tükröznek: „Margaret Trudeau titkai és utazásai soha nem kaptak olyan előkelő helyet a francia nyelvű sajtóban, mint amilyet kollégáink szenteltek nekik... Az, hogy mit lehet kihozni egy anekdotából, maganéletiből, egy közéleti személyiség szabálytalan viselkedéséből – anélkül hogy egy pillanatra is igazolni akarnánk a cenzúra létjogosultságát –, sokkal kevésbé érdekli a francia sajtót” [mint az angolt] (*Los Angeles Times*, 1979). Roy érvelése szerint a francia újságírók és szerkesztők nem is tekintették hírértékűnek „az incidenseket”, hiszen azok nem sértették általános elvárásukat egy közszereplő viselkedésével kapcsolatban.

Bár Paletz és munkatársai (1971) durhami (Észak-Karolina) városi tanácsi híreket érintő tanulmánya nagyon is hangsúlyozza a kifejezetten politikai jellegű részrehajlást a híryanagokban, azt is joggal mondhatjuk el róla, hogy a híryanag normatív-szervező és interpretáló funkcióját dokumentálja. A tanulmány azt mutatja ki, hogy a tanács tevékenységéről szóló beszámolók az eseményeket olyan „értelemmel, okszerűséggel és időbeni koherenciával” ruházták föl, amelyek nem voltak a történéseknek eredendő sajátjai: „a konvencionális újságírás magában foglalja a sűrítést és összegzést; az eseményeknek értelemelem és koherenciával való fölruházását (annak ellenére, hogy az események sokszor összevarták a résztvevőket, sőt maga a riporter sem mindig fogta föl a maga teljességében azt, hogy mi történt, és hogy annak mi volt az értelme); a tanács döntéseinek kiemelését más tevékenységekkel szemben... és azt, hogy tisztelettel emlegessék a tanácsot és annak tagjait” (1971, 81).

<sup>4</sup> A hírek interpretáló és „magyarázó” (vagyis normatív) funkciója implicit módon bár, de megnyilatkozik abban a szigorú szakmai követelményrendszerben, amit az újságírók a hírekkel kapcsolatban megfogalmaznak. A nagyobb hírügynökségek előírásai mind egybehangzóak abban a tekintetben, hogy erősen hangsúlyozzák az egyszerű, közérthető stílus

Annak mérlegelése, mi „érdemes arra, hogy szerepeljen a hírekben”, mi „friss” és nem „avult”, az, hogy milyen szinten honorálandók az egyes „felfedezett” dolgok, ebből a normatív jellegből következik. Mert normatív funkcióját a média hatékonyan csakis azáltal képes gyakorolni, hogy állandóan új, eredeti és meglepetésszerű társadalmi híradással él. Ez a normatív funkció magyarázza az újságírói szerepről és szakmáról kialakult képet is. A figura „kemény” és „cinikus” jellege mintegy annak a garanciája, hogy a riporter sokat látott fickó, akit már próbára tett az élet, és akit ezért már nem érintenek meg az események, így csak a közvetlenül tapasztalt, kiemelt száraz „tényeket” továbbítja. Én ennek éppen az ellenkezőjét állítanám. Szerintem az újságírók elkötelezett alapon hozzák meg értékítéletüket, keménykedő cinizmusuk szakmai alapon elvárt szerep, ami hozzátartozik az olyanféle döntésekhez, amelyeket hozniuk kell. Ezek sokkal inkább részrehajló és rugalmas normatívák, mint a szélesebb értelmezésű kulturális mintázatot megvalósító intézmények szóvivőinek általánosítóbb, önelégült és „vallásos” ítéleteket tükröző megnyilatkozásai.<sup>5</sup>

fontosságát. Ennek az egyszerűségnek az oltárán azonban szükségszerűen föláldoznak számos mozzanatot, tehát arra kényszerülnek, hogy csak a legfontosabb részleteket emeljék ki. Harold Evans, a *The Sunday Times* szerkesztője a *Newsman's English* című kézikönyvben megfogalmazza: „Megerősítő mondatokat használjunk. A legfontosabb, hogy az újságolvasó nem azt akarja tudni, hogy mi nem. Azt kell megmondani neki, hogy mi igen.” (1972, 25; kiemelés tőlünk). Evans egyértelműen megfogalmazza azt az újságírói szabályt, hogy egyszerűen és pontosan fogalmazzanak, azt írják meg, aminek az egyén társadalmi léte szempontjából van jelentősége. „[Az újságírónak] ragaszkodnia kell a célszerű, hangsúlyos és tömör megfogalmazáshoz. Minden szónak érthetőnek kell lennie az átlagember számára, minden mondatnak első pillantásra világosnak kell lennie, és minden szövegnek az emberről kell szólnia. *Soha nem hagyhatunk kétséget afelől, hogy köze van a mindennapjainkhoz.*” (1972, 17; kiemelés tőlünk). A híranyag értelmező funkciója és sajátos nyelvezete közötti szoros kapcsolatot jelzi az alábbi, Curtis McDougalltól, a Northwestern Egyetem tiszteletbeli zszurnalisztikai professzorától származó figyelmeztetés: „A homályosságot és határozatlanságot azzal kerüljük el, a közlés világosságát azzal fokozzuk, hogy a fontos dolgokat a mondat elejére tesszük. Azáltal is erőteljesen hangsúlyozzuk a cselekvéses, jelentőségteljes, jellemző elemeit az egyes híreknek és történeteknek, hogy elkerüljük a homályos és nem egyértelmű kifejezéseket, és elhagyjuk a fölösleges mellékkörülményeket, szavakat, fordulatokat és tagmondatokat.” (1968, 104; kiemelés tőlünk). A hírszerkesztésnek ezek a fogásai ellentétesek a szakmai tudatosság követelményeivel, amelyek szerint az egyszerűsítő stílusnak az a funkciója, hogy elősegítse a semleges és objektív igazság közvetítését. Ez az ellentmondás néha nyilvánvalóan megmutatkozik, mint amikor a *The Professional Journalist* szerzője, Hohenberg egyfelől azt mondja, hogy semmit mondás és pongyola fogalmazás helyett az újságíró közölje „egyszerűen és világosan, hogy mi történt” (1978, 100), másfelől azt, hogy az újságírónak az a dolga, hogy értelmezzen, tehát hogy „az ésszerűség szabályrendszerébe illesse be a híreket” (uo. 440). A hírek szövegeinek szélesebb kontextusba helyezett rendkívül érzékeny elemzésére lásd Harris 1978.

<sup>5</sup> Való igaz, hogy ez a folyamatos szakmai elkötelezettség a normatív értékelés iránt tükröződik a riporter szerephez elszakíthatatlanul hozzátartozó rászédhetőségben is, amit jól mutat, milyen gyakran bizonyul hírlapi kacsnak az, amiről a sajtó beszámol (Shaw 1975).

A társadalom minden területére igaz az, hogy a társadalmi intézményekhez különböző társadalmi ellenőrzési formák kapcsolódnak, amelyek válaszként a szociális kényszerekre és társadalmi konfliktusokra különféle forrásokat biztosítanak a társadalmi intézményeknek. A jogrendszer az az intézmény, amit a társadalmi ellenőrzéssel közönségesen asszociálunk a normatív szektorban. A törvények olyan megváltoztatható formulákat jelentenek, amelyek konzisztensek az általános értékekkel, ugyanakkor megengedik a társadalomnak, hogy válaszként egy kialakuló kényszerre és konfliktusra megváltoztassuk és továbbfejlesszük azokat. A hírközlést az különbözteti meg a jogrendszertől, hogy sokkal rugalmasabb. Azáltal, hogy naponta szembenéz a változó értékekkel, érdekviszonyokat kifejező csoportosulásokkal, valamint az objektív gazdasági és társadalmi valósággal, és azok fényében újrafogalmazza önmagát, a média lehetőséget biztosít a „közvélemény” számára, hogy reaktív módon, tömegalapon szerveződjön. Az információközvetítés és a normatív szervezés e funkciójának gyakorlása révén a hírközlés igen nagy rugalmasságot kölcsönöz a társadalom belső feszültségkezelő normatív dimenziójának. E rugalmasság érdekében a tömegmédiának le kell mondenia bizonyos olyan lehetőségekről, amelyek egyébként biztosítják a társadalmi ellenőrzést. Például nem támaszkodhat arra az öntudatosságra, legitimációra és azokra az érvényesítési lehetőségekre, melyek a jogrendnek természetes sajátja. Egyfelől a hírközlés, másfelől a jogrend között számos egyéb intézmény is áll, amelyek egyéb normatívákat jelölnek ki. Ilyenek például a politikai pártok, amelyek öntudatosabbak, mint a média, ugyanakkor sokkal kevésbé rugalmasan reagálnak a társadalmi eseményekre; ami pedig a jogrendszert illeti, a pártok olyan normákat állítanak, amelyek rugalmasabbak és felelősebbek, viszont kevésbé legitimáltak, és érvényre juttatásuk is kétségesebb.

A vietnami háborúval kapcsolatos amerikai híradások szembeszökően pontosan illusztrálják azokat az alapvető jellemzőket, amelyeket a tömegmédiának tulajdonítunk: az eseményekkel kapcsolatos minősítések nem kognitív jellegű dimenzióit; a normatív, illetve értékjellegű ítéletek sajátos jellemzőit; valamint azt a rugalmasságot, amit ez a funkció a társadalmi ellenőrzés működtetéséhez. Lehet emellett érvelni, hogy az amerikaiak hosszadalmas ázsiai jelenléte során a háború „tényei” viszonylag állandóak maradtak. Viszont ahogy múlt az idő, a háborúról változó módon tudósítottak, azt a látszatot keltve, hogy adott időben az már egy másik háború. Ha a tapasztalati tény nem változott meg, akkor valamely, az amerikai médiát illető nem tapasztalati jellegű hatás változott, különösen azoknak a szolidáris csoportoknak a normatív meghatározása, amelyek azzal a céllal jöttek létre, hogy tiltakozzanak a háború ellen, valamint azok az általánosabb értékorientációk, amelyeket az intellektuális közösségek megfogalmaztak. Bár másodlagos, de jelentős szempontként azt is fel kell vetni, hogy a média azoknak a hazai gazdasági és politikai kényszereknek is hatása alá került,

amelyeket a háború teremtett, és amelyek az értelmiségi és szolidaritási csoportok szűrőjén keresztül érvényesültek. Ezeknek a változó hatásoknak a következménye az, hogy a vietnami háború „új tényei” – a címek, kiemelt szövegek, interjúk és közvetlen híradások – fokozódóan ellenségesek, és azzal kölcsönhatásban hozzájárultak az azzal kapcsolatos közfelfogás átalakulásához.<sup>6</sup>

Egészen nyilvánvaló illusztrációja az itt vázolt elméleti pozíciónak a Watergate-botrány megjelenése az amerikai sajtóban. A Watergate idején azzal kapcsolatban zajlott a csata különböző társadalmi csoportok között, hogy mi volna a megfelelő normatív „keret” a betörés és a választási szabályok megszegésének interpretálására, ami a republikánus adminisztráció felelősségének hangoztatásától a kisszerű betörésig terjedő skálán mozgott, illetve a baloldal jellemzésében reakciós újfasiszta összeesküvés is fölmerült. A társadalmi csoportok és normatív definíciók 1972-es elnökválasztás előtti egyensúlya miatt – amely helyzetet e tanulmányban később, más összefüggésben fogunk jellemezni – azok a „tények”, amelyek a Watergate-tel kapcsolatos tudósításokban megjelentek, az előbbi, mérsékeltebb „megfigyeléseket” támasztották alá. Csak később, újabb események fényében, amikor a tágabb értelmezésű nemzeti definíciók megerősödtek, kerülhetett sor arra, hogy a Watergate-ügy „valódi” tartalma bekerülhessen a hírekbe. Visszatekintve világosan láthatjuk, hogy a Watergate-tel kapcsolatos tények egyáltalán nem

<sup>6</sup> Ennek az interpretációnak elmozdulásnak talán leglátványosabb illusztrációját jelentette az 1968-as vietnami újévi („Tet”) offenzíva tálalása az amerikai sajtóban. Az amerikai haditudósítóknak az észak-vietnami hadsereg jelentős teljesítményével kapcsolatos élményeit a hivatalos amerikai katonai források iránti növekvő bizalmatlanság, az amerikai kormányzati tekintély iránti egyre növekvő általános elidegenedés, és az amerikai erők ázsiai harcainak kimenetelével kapcsolatos, egyre mélyebben gyökerező kételyek fényében kell látni. Ez az oka annak, hogy a Tet-offenzíváról küldött sajtótudósítások az Egyesült Államok és Dél-Vietnam által elszenvedett pszichológiai vereséget és nem az amerikai válasz tisztán katonai jellegét hangsúlyozták, amikor pedig a tényeket úgy is lehetett volna interpretálni, mint egyfajta tartózkodást, vagy – tekintetbe véve az észak-vietnamiak katonai céljait – amerikai győzelmet (Baestrup 1978, *passim*).

A Tet-hadművelet e negatív beállításának hazai következményei természetesen messzehatóak voltak. Kétségtelen, hogy nagy része volt abban, hogy Lyndon Johnson nem szállt síkra egy második elnöki periódus elnyeréséért, ami azt is jelenti, hogy közvetetten hozzájárult Richard Nixon elnökké választásához. Ez az eset akkor egyéb intézményekkel és mértékadó fórumokkal szembeállítva világosan megmutatja az események értelmezésének valódi autonómiáját is. Mégis, maguk e haditudósítóknak a minősítései közvetlenül reagáltak más intézmények és hivatalos értelmezők változó álláspontjaira. Szoros kölcsönhatás van a híradások, új tények felfedezése, az értelmiség (mind az elit, mind pedig a különvéleményt megfogalmazók) folyóiratokban közzétett véleménye, a kis példányszámú képes lapok és a széles körben terjesztett nagy magazinok anyagai között. Az értelmiségi fórumok és kis példányszámú magazinok bizonyos értelemben új orientációk megteremtőinek is tekinthetők, és e felfogás szerint a nagy hetilapok és napilapok ezen felfogások „terjesztői” (vö. Hirsch 1978). Másfelől viszont ezeket a fórumokat igazán függetlennek kell tekinteni, melyek azonban (személyes kapcsolatok és információcsatornák révén) szorosan kapcsolódnak a társadalmi rendszer más intézményeihez (vö. Kadushin 1975).

értelmezhető az „alkotmányosság”, „személytelen magasabb hatóság” és egyéb hasonló általános értékelkövetkeztségek nélkül. Csakis ezeknek a felmerülő definícióknak a változó események nyers adataival együttes szemlélete tehetné lehetővé a kritikusabb normatív következtetéseket, amelyeket gyors híradások formájában le kellett vonni.

Bár két, viszonylag jelentős példát hoztunk arra, hogy mennyire rendszerjellegű módon meghatározott helyzetben van a tömegmédiá, és csak igen leegyszerűsített formában tárgyaltuk őket, hiszem, hogy még a legkisebb hír természetes története is ugyanilyen belső és külső nyomást mutat, és hogy ezeket a kényszereket gazdag empirikus anyaggal lehetne igazolni.

E rész befejezéseként az itt vázolt elméletet egy olyan megközelítéshez viszonyítva mutatjuk be, amely szöges ellentétének tetszik, s amely a tömegmédiát tömegtársadalmi terméknek tekinti, illetve újabban, „kritikai” elméletként jelenik meg (Mills 1956, 298–324; Benjamin, 112–113; Hall és Whannel 1964, 364–386; Mueller 1973, 86–126; Dahlgren 1978; Golding 1978). E szemlélet szerint a hírközlésnek nincs integráló szerepe, sokkal inkább atomizálja a társadalmat, és nem segíti, hanem inkább akadályozza a független és öntudatos társadalmi cselekvést. Noha a tömegmédiára vonatkozó, az atomizálással kapcsolatos megjegyzés valóságalapja tagadhatatlan, két szempontot meg kell említenünk ezzel a tömeges társadalmi kritikával kapcsolatosan. Először is a különféle információelemek nem annyira összefüggéstelenek, mint ahogyan az első pillantásra látszik, mivel mint normatív értékelések, rendszerint általánosabb értékorientációs alapjuk van. Másfelől az egyes hírek átfogó koherenciájának hiánya az erősen tagolt társadalom tényleges viszonyait tükrözi. A fentebb vázolt perspektívából szemlélve az atomizáltságot a hírközlő fórumok azon elkötelezettsége következményének látjuk, hogy az információt normatív szinten, ugyanakkor a lehető legrugalmasabb módon közvetítse. A rugalmasság fenntartása érdekében a felállított normáknak nem szabad szent értékekhez vagy megadott szervezeti formához kötödniük, noha az ilyen kapcsolat kétségtelenül erősebb koherencia benyomását keltené. Vagyis azt állítom, hogy az egy újság címoldala vagy egy félórás tévéhíradó tulajdonképpen normatív megállapítások sorozatából áll, amelyek mindegyike szituációhoz kötött integrációt biztosít. Az általános rendezetlenség benyomása szükséges ahhoz, hogy a tömegmédiá sikeresen teljesítse az országos társadalmi tapasztalat normatív hálójában megvalósuló „tájékoztatási” feladatát. Mi több, látni fogjuk azt is, hogy szó sincs arról, amit a tömegtársadalom kritikusai állítanak, hogy passzivitást és beletörődést indukálna. Az integrációnak ez a módja lehetőséget nyújt a hatékony önkéntes cselekvésre és az egyén jogainak megerősítésére.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Ez az utóbbi, a tömegtársadalmat érintő és a kritikai elmélettől származó utalás arra vonatkozóan, hogy a média rendelkezik azzal a képességgel, hogy nagy erővel nyomja el a reflexiókat, illetve passzivitásra kényszerítsen, egy olyan filozófián alapul, amit határozottan el kell utasítanunk. Arról a feltételezésről van szó, hogy az egyén képes arra,

hogy a kívülvilágot egyéni módon értelmezze, anélkül, hogy ennek bármilyen kapcsolata lenne a társadalmilag elfogadott normákkal. Így a kritikai elmélet szerint maga az a tény, hogy a normatív interpretáció (a durkheimi értelemben vett) az egyén fölötti „társadalmi tényeken” alapul, magától értetődő, nyilvánvaló bizonyítéka a tömegkommunikációs hatások antivoluntarista jellegének. Mi azonban ennek az ellenkezőjét állítjuk. Azt, hogy mivel minden személyes döntés normatív meghatározottságú környezetben jön létre, a döntő motívum nem az, hogy *vajon egyáltalán*, hanem hogy *hogyan és mi*. Tehát az, hogy mi a természete ennek a normatív intézménynek, és hogyan befolyásolja a cselekvést. Ez a reflexivitás és autonómia kérdésének történelmi és összehasonlító szemléletét vezeti be, amely teljességgel hiányzik a kritikai elmélet által meghatározott szemléletű újabb médiairadalom nagy részéből.

Míg ez az újabb keleti, „erősmédia” felfogáson alapuló megközelítés túlhangsúlyozza a médiának az egyénnel szembeni szerepét – és ennek megfelelően gyakorlatilag semmisenek tekinti a másodlagos intézményi élet valóságát –, a szakma korábbi klasszikusai (mint Katz és Lazarsfeld 1955-ös munkája a kétfázisú kommunikációs folyamatú modellről) olyan „gyengemédia” modellt alakítottak ki, amely a másik véglelet képviselte. Ezek a tanulmányok nem annyira arra összpontosítottak, hogy mi a média sajátos kulturális befolyása a normatív felfogásra, hanem arra, hogy képes-e a média arra, hogy rövid távon befolyásolja a politikai eseményeket, és emellett azt is vizsgálták, hogy a média-befolyását el lehet-e választani a társadalmi összefüggésektől. Az biztos, hogy a média hatástalan, ha túlságosan elszakad közönsége és a hozzá kötődő csoportok szocializált értékeitől (vö. Shils és Janowitz 1948 [1975]). Kritikai-szociológiai hozzájárulása pontosan abban áll, hogy ezeket a háttérben jelen lévő értékeket hozzárendeli a modern társadalomban napról napra felmerülő változatos események garmadájahoz. A médiakutatás jelenlegi fázisában nem azt a kérdést kell feltenni, hogy primer csoportok vagy média, hanem azt, hogy milyen sajátos funkciókat valósít meg a média a primer csoportok, a másodlagos intézmények és a jelen társadalmi folyamatai szempontjából.

A tömegkommunikációs kutatás harmadik olyan elmélete, amelyet ebben a tanulmányban kritikával kívánunk illetni, az ortodox marxista vagy uralkodó osztály modell, amely szerint a média az uralkodó gazdasági elit eszköze, mellyel saját érdekeinek megfelelően ellenőrzi az információk közvetítését (a kanadai helyzet ilyen szemléletű elemzését végezte el a közelmúltban, 1975-ben Clement, 270. skk.). Ennek a szemléletnek az az alapvető elméleti gyengesége, hogy átsiklik a médiafolyamatban az önkéntes cselekvés döntő fontosságú szerepe fölött. Figyelmen kívül hagyja azt aényt, hogy a hírekben kifejezésre jutó értékítéletek sokkal inkább a riporterek szocializált értékorientációjának, mint a médiatulajdonosok irányításának következményei. A nyugati média fejlődésének általános folyamatát történetileg szemlélve azt látjuk, hogy egyre jobban elkülönül a szociális csoportokhoz fűződő közvetlen kliensi kapcsolatoktól, amint azt alább részletezni is fogjuk. (Elizabeth Baldwin 1977-es érvelése szerintem sikeresen kérdőjelezi meg a kanadai média és az üzleti elit közötti átfedések tényét, miután ismételt elemzés tárgyává tette azokat az adatokat, amelyeket Clement használt.) Az uralkodó osztály modell viszont azzal érvel, hogy a média nemcsak megőrizte szoros kötődését a társadalmi érdekekhez, hanem a média helyzetének minden történelmi elemzése elsősorban a társadalmi osztályokra kell hogy összpontosítson (vö. Golding 1974, 23–29). Mi azonban ragaszkodunk ahhoz a véleményünkhöz, hogy a média egyes jelentősebb intézményes alrendszeréhez fűződő kapcsolatának sok szempontú elemzését kell elvégezni.

# Irodalom

- Albert, P. – Terrou, F.: *Histoire de la Presse*. Paris, 1970, Universitaires de France.
- Alexander, J. C.: „Formal and Substantive Voluntarism in the Work of Talcott Parsons: a Theoretical and Ideological Reinterpretation”. *American Sociological Review*, 43 (1978. április), 177–198.
- Alexander, J. C.: „Core Solidarity, Ethnic Outgroup, and Social Differentiation: A Multi-Dimensional Model of Inclusion in Modern Societies”. In Dofny, J. – Akiwowo, A. (eds.): *National and Ethnic Movements*. London – Beverly Hills, 1980, Sage Publications, 5–28.
- Alexander, J. C.: *Theoretical Logic in Sociology*. Berkeley, 1981, University of California Press (Four volumes), forthcoming.
- Baestrup, P.: *Big Story: How the American Press and Television Reported and Interpreted the Crisis of TET 1968 in Vietnam and Washington*. New York, 1978, Doubleday.
- Baldwin, E.: „The Mass media and the Corporate Elite: a Re-Analysis of the overlap between the media and Economic Elites”. *Canadian Journal of Sociology*, 2 (1), 1977, 1–27.
- Bellah, R. N.: *The Systematic Study of Religion*. In *Beyond Belief*. New York, 1970, Harper and Row, 260–280.
- Bellanger, C. J. – Godechot, P. Guiral – Terrou, F.: *Histoire Générale de les Presses Francaises*. Paris, 1969–1976), Presse Universitaires de France (five volumes).
- Bellet, R.: *Presse et Journalisme sous le 2nd Empire*. Paris, 1967, Armand Colin.
- Benjamin, W.: *Charles Baudelaire: a Cynic Poet of the Era of High Capitalism*. London, 1973, New Left Review Books.
- Berstein, C. – Woodward, R.: *All The President's Men*. New York, 1974, Warner Communications.
- Boussel, P.: *L’Affaire Dreyfus et la Presse*. Paris, 1960, Armand Collin.
- Clement, W.: *The Canadian Corporate Elite*. Toronto, 1975, McClland and Stewart.
- Commager, H. S.: *The American Mind*. New Haven, 1950, Yale.
- Conte, F.: „La Presse Sovietique et le Première Débarquement Americain sur la Lune”. In Tudesq, A. J. (ed.): *La Presse et L’Évenement*. Paris, 1973, Mouton, 117–136.
- Dahlgren, P.: „TV News and the Suppression of Reflexivity”. Paper delivered and the IXth World Congress of Sociology. Uppsala, Sweden, 1978. augusztus (Published in this volume, 101–113).
- Dahrendorf, R.: *Class and Class Conflict in the Industrial Revolution*. Stanford, 1959, Stanford.
- Daniel, R.: *Une Image de la Famille et de la Société sous la Reconstruction*. Paris, 1965, Les Editions Ouvrières.
- Eisenstadt, S. N.: *The Political System of Empires*. New York, 1969, Free Press (Second edition).
- Evans, H.: *Newsman's English*. New York, 1972, Holt, Rinehart and Winston.
- Fass, P. S.: „Television as a Cultural Document: Promises and Problems”. In *Television as a Cultural Force*. New York, 1976, Praeger, 37–58.
- Frédéric, P.: *Un Siècle de Chausse aux nouvelles – De L’Agence d’Information Havas/l’Agence France-Press, 1835–1957*. Paris, 1959, Flammarion.
- Garfinkel, H.: *Studies in Ethnomethodology*. Englewood Cliffs – New Jersey, 1967, Prentice-Hall.
- Golding, P.: *Mass Media*. London, 1974, Longman.
- Golding, P.: „The Missing Dimension – New Media and the Management of Social Change”. Paper delivered at the IXth World Congress of Sociology. Uppsala, Sweden, 1978. augusztus (Published in this volume, 63–81).
- Hall, S. – Whannel, P.: *The Popular Arts: A Critical Guide to the Mass Media*. Boston, 1964, Beacon.
- Hardin, C. M.: *Presidential Power and Accountability: Toward a New Costitution*. Chicago, 1974, University of Chicago.
- Harris, W. F.: „Government without Newspapers?” Paper delivered at the IXth World Congress of Sociology. Uppsala, Sweden, 1978. augusztus.

- Hirsch, P. M.: „Institutional Functions of Elite and Mass media”. Paper delivered at the IXth World Congress of Sociology. Uppsala, Sweden, 1978. augusztus (published in this volume, 187–200).
- Hohengerg, J.: *The Professional Journalist*. New York, 1978, Holt, Rinehart and Winston (fourth edition).
- Holton, G.: *The Thematic Origins of Science: From Kepler to Einstein*. Cambridge, Massachusetts, 1973, Harvard.
- Huntington, S. P.: *Political Order in Changing Societies*. New Haven, 1968, Yale.
- Kadushin, C.: *The American Intellectual Elite*. Boston, 1975, Little Bown.
- Katz, E. – Lazarsfeld, P. F.: *Personal Influence*. New York, 1955, Free Press.
- Knightley, P.: *The First Casualty*. New York, 1978, Harcourt Brace Jovanovich.
- Kuhn, T.: *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago, 1969, University of Chicago.
- Lang, K. – Lang, G. E.: *Politics and Television*. Chicago, 1968, Quadrangle.
- Manévy, R.: *La Presse de la IIIe République*. Paris, 1955, J. Foret.
- McDougall, C. G.: *Interpretive Reporting*. New York, 1968, Macmillan (fifth edition).
- Mills, C. W.: *The Power Elite*. London, 1956, Oxford.
- Mott, F. L.: *American Journalism*. New York, 1941, Macmillan.
- Mueller, C.: *The Politics of Communication*. New York, 1973, Oxford.
- Near East Report*. Washington Letter on American Policy in the Near East, Vol. XXII (11), 1978. március 15.
- Neustadt, R. E.: *Presidential Power*. New York, 1960, Wiley.
- Noelle-Neumann, E.: „Mass Media and Social Change in Developed Societies”. Paper delivered at the IXth World Congress of Sociology. Uppsala, Sweden, 1978. augusztus (published in this volume, 137–165).
- Paletz, D. – Reichert, P. – McIntire, B.: „How the Media Support Local Governmental Authority”. *Public Opinion Quarterly*, 1971, Spring.
- Parsons, T.: *The Social System*. New York, 1951, Free Press.
- Parsons, T.: „Introduction to Culture and the Social System”. In Parsons, T. et al. (eds.): *Theories of Society*. New York, 1961, Free Press, 967–993.
- Parsons, T.: „On the Concept of Influence”. In T. Parsons: *Sociological Theory and Modern Society*. New York, 1967, Free Press.
- Parsons, T. – White, W.: „The Mass Media and the Structure of American Society”. In Parsons, T.: *Politics and Social Structure*. New York, 1969, Free Press, 241–251.
- Polanyi, M.: *Personal Knowledge*. New York, 1958, Harper and Row.
- Roth, G.: *The Social Democrats in Imperial Germany*. New York, 1963, Bedminster Press.
- Seguin, J.-P.: *L'Information en France, de Louis XII/Henri II*. Geneva, 1961, E. Droz.
- Seguin, J.-P.: *L'Information en France avant le Périodique: 517 Canards Imprimés entre 1529 et 1631*. Paris, 1964, G-P Masionneuve et Larose.
- Shaw, D.: „Hoax: A Risk That Haunts Newspapers”. *Los Angeles Times*, 7, 1975. július.
- Shils, E. – Jovanowitz, M.: „Cohesion and Disintegration in the Wehrmacht in World War II.” 1948. Reprinted in Edwards Shils: *Chenter and Periphery: Essays in Macro-sociology*. Chicago, 1948, University of Chicago Press, 345–383.
- Simmonet, P.: „*Le Monde*” et le Pouvoir. Paris, 1977, Les Presse d’Aujourd’hui.
- Smelser, N. J.: „Stability, Instability, and the Analysis of Political Corruption”. In Barber, B.–Inkeles, A. (eds.): *Stability and Change*. Boston, 1970, Little Brown, 7–29.
- Tocqueville, A. de: *Democracy in America*. 1835.
- Tudesq, A.-J. (ed.): *La Presse et L'événement*. Paris, 1973, Mouton.
- Walzer, M.: *Revolution of the Saints*. Cambridge, Massachusetts, 1965, Harvard.