

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

V. FEJEZET

KOMMUNIKÁCIÓS TECHNOLÓGIÁK, MÉDIAINTÉZMÉNYEK, TÁRSADALMI ÁTALAKULÁS

Tartalom

Bevezető

5.1. Technológiai megközelítések

HAROLD A. INNIS: A kommunikáció részrehajlása

MARSHALL MCLUHAN: Televízió: a félénk óriás

5.2. Médiamonopóliumok és demokrácia

BEN H. BAGDIKIAN: A demokrácia és a média

ELI NOAM – ROBERT FREEMAN: A médiamonopólium és más mítoszok

JAMES CURRAN: Még egyszer a tömegmédiáról és a demokráciáról

5.3. Globalizáció, információs társadalom, internet

MANUEL CASTELLS: Az új média és a tömegközönség diverzifikációja

FRANK WEBSTER: Az információ és az információs társadalom fogalma

MICHAEL GUREVITCH: Az elektronikus sajtó globalizálódása

COLIN SPARKS: Az internet és a globális közzféra

A kötetben szereplő tanulmányok forrása

Ötödik fejezet Kommunikációs technológiák, médiainstémények, társadalmi átalakulás

Bevezető

Szöveggyűjteményünknek a kommunikáció technikáival és intézményeivel foglalkozó fejezetében az első két írás annak a felismerésnek a jegyében született, hogy szoros kapcsolat áll fenn a kommunikáció technikai eszközei, médiumai és az általuk közvetített kultúra milyensége között. Egy-egy történelmi korszakban a kommunikáció domináns médiuma, az információknak, a tudásnak a legfőbb rögzítési, tárolási és közvetítési módja szükségképpen meghatározza a kultúra arculatát, és óhatatlanul rányomja bélyegét a társadalom szerveződésére, a hatalom természetére és gyakorlására.



Harold A. Innis (1894–1952), a kanadai Toronto Egyetemen (University of Toronto) a gazdaságtörténet és a politikai gazdaságtan professzora, egyike volt az elsőknek, akik felhívták a figyelmet a kommunikáció médiumának a tudásra, a kultúrára és a társadalmi viszonyokra gyakorolt hatására. Elmélete szerint minden médiumnak van valamilyen kötődése, valamilyen elfogultsága, részrehajlása. A médiumok egyik típusa idő-, a másik típusa térkötődésű. Az időkötődésű médiumok, mint az ókor kőbe vésett ábrái és jelei, a kézzel bőrre vagy papiruszra előállított írások hosszú időt, több generációt átívelve rögzítenek üzeneteket viszonylag kis számú befogadó számára; kedveznek a merev, metafizikus gondolkodásnak, és hierarchizált, autoriter hatalmi szerkezetű, erősen zárt, kevésbé változékony, tradicionális közösségekre, illetve társadalmakra jellemzők. Ezzel szemben a térkötődésű médiumok – így a nyomtatás, a rádió és a televízió – viszonylag rövid ideig érvényes információkat nagy területekre, sokak számára juttatnak el; jelenlétük az expanzív birodalmakra, a nagy területekre és sok emberre kiterjedő hatalomra és ellenőrzésre jellemző, és kedvez a kommerciális és technokrata szellemnek. Innis úgy tartja, hogy a nyugati civilizáció története időkötődésű médiumok dominanciájával kezdődött, és a térkötődésű médiumok világa felé tart. Itt szereplő tanulmánya a médiumkötődés, -részrehajlás gondolatát kifejtő *Bias of Communication* (Toronto, 1951, University of Toronto Press) című könyvének egy fontos részlete. A kommunikáció témakörében megjelent másik ismert műve: *Empire and Communication*. Toronto, 1950, University of Toronto Press. Innis felismerései a szintén a Toronto Egyetemen dolgozó irodalomtörténész



Marshall McLuhan (1911–1980) munkásságában teljesedtek ki. McLuhan úgy tartja, hogy a kommunikáció technikai médiumai mintegy kiterjesztik, „meghosszabbítják” az ember érzékeit, az írás a látást (mivel az írott szöveget a szemünkkel érzékeljük), a rádió a hallást, a televízió viszont a látást és a hallást egyaránt (mivel a televízióban a kép és a hangzó, orális nyelv hordozza az üzenetet). Az, hogy egy médium mely érzék kiterjesztése, szükségképpen hatást gyakorol a közölt üzenetekre és a befogadás módjára. Ebből adódik híressé vált aforisztikus következtetése: a (tömeg)kommunikációban tulajdonképpen „a média az üzenet”. 1962-ben jelent meg a magyarul is olvasható *The Gutenberg Galaxy (A Gutenberg-galaxis. A tipográfiai ember létrejötte*. Budapest, 2001, Trezor) című, nagy nemzetközi visszhangot kiváltó könyve, amelyben irodalom- és kultúrtörténeti példák sokaságával szemléltette, hogy a könyvnyomtatás feltalálását követő évszázadok kultúrájának az írásbeliség, a könyv és a sajtó vált a meghatározó hordozójává, és a nyomtatott betűnek ehhez az egyeduralmához, a Gutenberg-galaxishoz képest az új technikai médium, az audiovizuális átvitelt megvalósító és az élőbeszédet, az oralitást a pozícióiba visszahelyező televízió forradalmi átalakulást jelentett. A szöveggyűjteményünkben olvasható írás, amely a szerzőnek az *Understanding Media: The Extensions of Man* című könyvéből (New York, 1964, McGraw-Hill) származik, a televízió által kínált képhang élménynek a „tipográfiai ember” világát átformáló hatását elemzi.

A fejezet következő három tanulmányát a médiahatalom és a demokrácia viszonyának témaköre kapcsolja össze. Az első írás, Ben H. Bagdikian a médiakonzentrációról szóló, számos kiadást megért, nagy hatású könyvének (*The Media Monopoly*. Boston, 1983, Beacon Press) egy részlete, amely arra hívja fel a figyelmet, hogy a profitérdekek vezérelte információ- és médiaipari verseny a vállalatok összeolvadása következtében egyre kevesebb kézben összpontosuló hatalmas mediakonglomerátumok létrejöttét eredményezte. Számos jel arra utal, hogy a médiatulajdonlás koncentrálódása akár a demokrácia alapértékeit is veszélyeztetheti, hiszen a folyamat erősödése, kiteljesedése az információsza- badság, a pluralizmus és a közérdek érvényesülése ellen hat. (A könyv leg- utóbbi kiegészített, átdolgozott változata: *The New Media Monopoly* [Boston, 2004, Beacon Press].)



Ben H. Bagdikian a Californiai Egyeteme Újságíró Karának (University of California, Berkeley, Graduate School of Journalism) emeritus professzora, Pulitzer-díjas újságíró, mediakritikus. Ismertségéhez nem kis mértékben hozzájárult, hogy 1971-ben, amikor a *Washington Post* című mértékadó lap felelős szerkesztőjeként dolgozott, a *New York Times* hasonló lépését követve közzétette lapjában az USA fokozódó vietnami háborús involválódásának Pentagon Papers néven elhíresült titkos doku-

mentumai egy csomagját. A kormány lépéseket tett a publikálás megakadályozására, ezek azonban nem jártak sikerrel. Az esemény, amely nagy belpolitikai vihart kavart, többnyire úgy értelmeződött, mint a sajtószabadság korlátozásának kormányzati kísérletével szemben aratott győzelem.

A második írás Eli Noam és Robert N. Freeman tollából Bagdikiannak a médiatulajdonlás koncentrációjával és ennek következményeivel kapcsolatos téziseit vizsgálja felül. A szerzők szerint Bagdikian megállapításai csak részben helytállóak. A lokális médiában és sajtóban ugyan valóban megfigyelhető a tulajdonlás koncentrációja, az országos médiában és sajtóban viszont változatlanul verseny, pluralizmus és sokszínűség uralkodik, ráadásul az internet belépése merőben új, a koncentrációs tendenciáknak ellenálló helyzetet teremt.



Eli Noam a Columbia Egyetem Üzleti Karának (Columbia Business School) pénzügy- és közgazdaság-professzora és a Columbia Tele-Információs Intézet (Columbia Institute for Tele-Information) igazgatója. A médiahatalom témaköréhez kapcsolódó könyve: *Media Ownership and Concentration in America*. Mahwah, N. J., 2006, Lawrence Erlbaum. **Robert Freeman** Texas Egyeteme McCombs Üzleti Karának (University of Texas at Austin, McCombs School of Business) közgazdaságtan-professzora, aki számos publikációt jelentetett meg a gazdasági-tulajdonosi koncentrációról. Végül a témakör harmadik tanulmánya azt hangsúlyozza, hogy a médiakoncentráció vitathatatlanul létező jelenség, amelynek jelentőségét az adja, hogy a médiában kivívott hatalom nemcsak profitot, hanem politikai hatalmat is termel. Szerzője **James Curran**, a Londoni Egyetem Goldsmith Kollégiumának (Goldsmith College, University of London) médiagazdasággal, médiapolitikával és médiatörténettel foglalkozó kommunikáció professzora. Ismert könyve: *Media and Power*. London, 2002, Routledge.



A fejezet és egyben a szöveggyűjtemény utolsó nagyobb témakörének írásai az új infokommunikációs technikák terjedésének és a globalizációnak a kontextusában vizsgálják a média és a társadalmi kommunikáció alakulását. Az első szöveg szerzője **Manuel Castells**, aki alighanem az egyik leggyakrabban hivatkozott személyisége napjaink társadalomtudományának. Nemzetközi ismertsége és tekintélye az információs társadalomról írt műveinek, mindenekelőtt az 1996 és 1998 között *The Infomation Age* (Cambridge MA, Oxford UK, Blackwell) címmel megjelent trilógiájának köszönhető, melynek első két kötete már magyarul is olvasható: *A hálózati társadalom kialakulása. Az információ kora. I.* Budapest, 2005, Gondolat–Infónia Alapítvány; *Az identitás hatalma. Az információ kora. II.* Budapest, 2006, Gondolat–Infónia



Alapítvány. A Spanyolországban született (1942) Castells Dél-Kalifornia Egyetemének (University of South California, Berkeley) szociológia-professzora, aki az elmúlt évtizedekben a világ mintegy 40 országának közel 300 intézményében tanított és kutatott. Újabb nagy sikerű könyve: *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society* (Oxford, 2001, Oxford University Press). A szöveggyűjteményünkben olvasható írása az *Információ kora* című munkájának a hálózati társadalom létrejöttével foglalkozó első kötetéből származik, és az új médium, az internet közönségének tagolódását, rétegződését vizsgálja.



Frank Webster tanulmánya arra hívja fel a figyelmet, hogy az információs társadalom manapság igen gyakran, de kellő megalapozás nélkül használt fogalmának különféle – technológiai, gazdasági, foglalkoztatási, térszemléletű és kulturális – meghatározásai léteznek, de egyik sem kínál problémátlan választ a kérdésre, hogy végül is mi adja az információs társadalom lényegét, és mi különbözteti meg a más típusú társadalmaktól. A szerző szerint a bizonytalanság egyik oka az lehet, hogy az információs társadalom eszméjének elkötelezett hívei nem veszik figyelembe magának az információ fogalmának a többértelműségét, és hajlamosak az információ szemantikai, tartalmi aspektusait semmibe véve csakis a kvantitatív jellemzőket hangsúlyozni. Frank Webster a Londoni Városi Egyetem (City University London) szociológia-professzora, de korábban dolgozott tengerentúli (USA) és más európai egyetemeken (Birmingham, Tampere) is.

A korábban már röviden bemutatott **Michael Gurevitch** írása a globalizációnak az elektronikus hírforgalomra gyakorolt hatásával foglalkozik. Vitathatatlan tény, hogy a globalizálódás a kommunikáció világában is már jó ideje jelen lévő és egyre erősödő folyamat, ennek ellenére konceptualizációja egyelőre gyerekcipőben jár. Gurevits professzor úgy látja, hogy az érdemi vizsgálatnak a globális kommunikáció résztvevői közötti függőségi viszonyok változásának feltárásából kell kiindulnia.



A kötetet **Colin Sparks** professzornak, a Westminster Egyetem Kommunikáció- és Médiakutató Intézete (University of Westminster, Communication and Media Research Institute) igazgatójának tanulmánya zárja az internet által a közkommunikációk számára kínált lehetőségekről. Sparks szerint kétségtelen, hogy az internetben megvan az a potenciál, hogy globális közszférává, globális ügyek globális megvitatásának színterévé, globális agorává váljon. Jelenleg azonban ez a lehetőség – világméretben nézve – csak egy szűk felhasználói kör előtt áll nyitva, és az új médium, mivel az erőfeszítések többsége a gazdasági hasznosítására irányul, még igen távol esik a közszféra ideális fogalmától.

5.1. Technológiai megközelítések

Harold A. Innis

A kommunikáció részrehajlása

A. L. Kroeber professzor „A kulturális fejlődés konfigurációi” (*Configurations of Cultural Growth*. Berkeley, 1946) című könyvében a nyugati civilizáció történetének különböző szakaszait számba véve a kulturális jelenségek egész sorának felbukkanását írja le. Egyes pontoknál szuggesztív kommentárokat fűz az eseményekhez, rávilágítva a kulturális elemek viszonylagos erősségére vagy gyöngeségére, de tartózkodik azok bővebb tárgyalásától. A magam részéről nem teszek többet egy lábjegyzet hozzáadásánál ezekhez a kommentárokhoz, amelyben a kommunikáció jelentőségét tárgyalom a kulturális vonások felemelkedése és hanyatlása szempontjából. A kommunikáció médiumai fontos hatást gyakorolnak a tudás térbeli és időbeli terjesztésére, és ahhoz, hogy megérthessük a kulturális környezetbe beágyazottan kifejtett hatásukat, szükséges tanulmányozni a médiumok jellemző vonásait. Jellemző tulajdonságai szerint egy-egy médium a tudás terjesztéséhez jobban megfelelhet az idő, mint a tér dimenziójában, különösen akkor, ha a médium anyaga nehéz és tartós, s így nem alkalmas a szállításra; abban az esetben pedig, ha a médium könnyű és könnyen szállítható, akkor a tudás térbeli terjesztésére inkább alkalmas, mint az időbeli megőrzésre. Az időre vagy a térre eső viszonylagos hangsúly határozza meg, hogy az adott médium milyen irányban befolyásolja azt a kultúrát, amelyikbe beágyazódik.

Mihelyt hozzáfogunk az ilyen értelmű vizsgálódáshoz, azonnal kénytelenek vagyunk felismerni annak a korszaknak a tendenciózus beállítódását, amelyben saját magunk dolgozunk. A más civilizációk részrehajlása iránti érdeklődés, illetve annak felismerése önmagában is rávilágít a saját elfogultságunkra. Más civilizációkról meglévő tudásunk nagyrészt az egyes civilizációk által használt médiumok jellegétől függ, vagyis attól, hogy valamely médium mennyire őrződik meg, vagyis mennyire marad hozzáférhető későbbi korokban különböző felfedezések révén, például régészeti expedíciók eredményeként. Az agyagba és kőbe vésett írás jobban megőrződött, mint az, amit papiruszon rögzítettek. Mivel a tartós anyagok az időt és a folyamatosságot hangsúlyozzák, az olyan civilizációs tanulmányok, mint például Toynebe vizsgálatai, arra hajlanak, hogy részrehajlók legyenek a vallás javára, elhanyagolva a tér, különösen az adminisztráció és a jog, a törvény problémáit. Az újságokat és a rádiót előnyben részesítő modern civilizáció eleve bizonyos elfogultsággal tekint a más médiumok domináns

szerepével jellemezhető civilizációkra. Ez ellen nemigen tehetünk többet, mint hogy folyamatos éberségre buzdítjuk magunkat az ilyen jellegű elfogultság következményeivel szemben, és talán remélhetjük, hogy a más médiumok használatából különféle civilizációkban fakadó következmények figyelembevételével világosabban láthatjuk saját szemléletünk részrehajlásait. Mindenesetre kissé szerényebbé válhatunk a saját civilizációnk jellemző vonásait illetően. Talán feltételezhetjük, hogy valamely kommunikációs médium hosszú időn át folytatódó használata bizonyos mértékig meghatározza a kommunikálandó tudás jellegét, és oda vezet, hogy az adott médium mindenre kiterjedő hatása folytán a civilizáció végső fokon elveszíti rugalmasságát, életének fenntartása szerfölött nehezzé válik, és egy új médium jelentős előnyeire építve új civilizáció alakulhat ki.

Úgy tűnik, hogy az egyiptomi civilizációt erősen befolyásolta a Nílus változó vízbősége. A folyam időszaki áradásainak kihasználása egy abszolút hatalom egységes ellenőrzésén alapult. Megállapították, hogy a csillagászati év felfedezése már i. e. 4241-ben lehetővé tette egy olyan naptár kidolgozását, ami kiküszöbölte a holdév használatából fakadó nehézségeket. A vallási ünnepek pontos időpontját megadó naptár felfedezése és alkalmazása Felső-Egyiptomban elősegítette az abszolút monarchia megteremtését, valamint Osiris és Rá, a Nílus és a Nap tiszteletének általános bevezetését. A monarchia uralmának sikeres térbeli kiterjesztése egész Egyiptomra szükségessé tette a folyamatosság vagy az idő problémáival való törődést. A halhatatlanság eszméje erősítette az uralkodó helyzetét. Mint az idő fölötti hatalom kihangsúlyozásának legfőbb eszközei, a bebalzsamozás és a piramisépítés mellett a temetkezési szertartások részeként fejlődésnek indult a képi ábrázolás művészete, és mindezzel együtt járt az írás kialakulása. A kimondott szó, amellyel az uralkodó megadta parancsait, önmagában hordta teremtő erejét. A képi dekoráció hieroglifikus írássá változott. Az írás fokozatosan fejlődött tovább a fonetikusság irányában, és Ménész idejére (i. e. 3315 körül) már sok rendszeresen használt képi jelnek már tisztán fonetikus értéke volt. Az isteni eredetű autokratikus monarchia kora az i. e. kb. 2850-ben épült piramisokban érte el csúcspontját. Ekkorra minden magántulajdon eltűnt, és minden termékeny föld az uralkodó birtoka lett.

A kőbe vésett hieroglifák körül összpontosult tudás monopóliumát később veszélyeztetni kezdte a papirusz mint új és hatékonyabb médium. Körülbelül i. e. 2540-től számítva az uralkodói hatalom hanyatlani kezdett, és lehetséges, hogy hanyatlása egybeesett a napév (*solar year*) felfedezésével a papi osztály részéről: ezzel az eszközzel legyőzhetővé váltak a csillagászati év (*sideral year*) hibái, amelyek évente egy nap nyereséget okoztak. Az uralkodó alacsonyabb státuszba került: mindenható Isten helyett Rá fiává vált. Rá kultuszának főpapja ugyanakkor főisteni rangra emelkedett, és Helio-polisz a papi hatalom központjává vált. Az abszolút monarchiát oligarchia követte. Körülbelül i. e. 2000 után a tömegeket is bebocsátották a vallási szer-

tartásokhoz, mintegy részt juttatva számukra a halhatatlanságból és a politikai jogokból. A mennyek kapuit és a pokol torkát egyaránt megnyitották, és létrejött egy „rendkívül hatékony eszköz az emberek zabolátlan vágyai fölötti uralom” biztosítására. A papirusz és az ecset egyre terjedő használata együtt járt a hieratikus írás karaktereinek kifejlődésével és az írni hivatás kialakulásával. Az írás és a gondolkodás szekularizálódott. Az írás és az olvasás terjedésével kibővült az adminisztráció. A kő helyett a papiruszra való áttérés valóságos társadalmi forradalmat rejtett magában, s a papi osztály megnövekedett hatalma óriási feszültséget eredményezett az egyiptomi civilizációban, kiteve azt a hatékony támadó fegyverekkel felszerelt hódítók beáradásának. A hikszoszok vagy pásztorkirályok elfoglalták és i. e. 1660-tól 1580-ig uralmuk alatt tartották Egyiptomot. Az egyiptomi kultúra elemeinek ereje azonban elősegítette az újjászerveződést, és új forrásokat is mozgósítani tudtak a behatolók kiűzésére. A lovak és a könnyű, négyküllős kerekű szekerek bevezetése a hadviselésben képessé tette az egyiptomi uralkodókat nem csupán a hikszoszok kiűzésére, de óriási új területek meghódítására és egy birodalom felépítésére is.

A politikai szervezet kiterjesztése különféle fajú és vallású emberekre, ami ideiglenes megoldást jelentett a tér problémáira a kormányzásban, arra készítette az uralkodót, hogy megkísérelje az időbeli folyamatosság problémáinak megoldását is. A napkorong vallásos imádata olyan birodalmi vallást teremtett, ami megszüntette az egyiptomiak és a külföldiek közötti különbségtételt. Az elbástyázott papi osztály ellenséges érzületét azonban nem sikerült legyőzni, s ezután a birodalom hanyatlása következett, mígnem Egyiptom az asszírok és a perzsák uralma alá került. A nehézkes írással támogatott tudásmonopólium ellenállt a változás iránti igényeknek, és véget vetett az Egyiptomi Birodalomnak. A bőséges papiruszellátmány és a vallásnak az írásra gyakorolt konzervatív befolyása révén fennmaradt a piktografikus írásmód. A mássalhangzók jeleinek felbukkanása nagyrészt az idegen nevek és szavak bevezetésének eredménye volt. A kimondott szó – az Ekhnaton által az írás és a beszéd szorosabb összhangjának megteremtésére tett erőfeszítések dacára – egyre jobban eltávolodott az írott szótól.

Az Eufrátesz és a Tigris völgyében – ellentétben a nílusi civilizációval – nem állt fenn a szükségszerű egység követelménye, és az ottani civilizációt fejlődésének korai szakaszában számos kicsiny teokratikus városállam kialakulása jellemezte, amelyekben a templom főpapja az Isten közvetlen képviselője volt. A folyók áradása rendszertelen és kiszámíthatatlan volt. A városállamok növekedése feltételezte az időbeli folyamatosságot, míg az írás és olvasás fejlődése a nyilvántartás és a könyvelés olyan komplex rendszereit hozta létre, amelyek értelmezhetőek voltak az egyének és utódaik számára.

A hordalékos eredetű agyag mint az írásbeliség médiuma olyan következményekkel járt a sumer civilizációra, amelyek – a szállítás nehézségeiből fakadóan – elősegítették a decentralizált társadalom kifejlődését. A nedves agyagra

történi írás nehézsége a piktoqramok eltűnéséhez, és az ékírás konvencionális jeleinek és formális mintáinak kialakulásához vezetett. Az írószerszám az agyag követelményeinek megfelelően fejlődött ki. A túlnyomórészt egy szótagos szavakból álló nyelvhez olyan jeleket vezettek be, amelyek kielégítették a gazdaságosság és egységesség követelményét: erre azért volt szükség, hogy lehetővé váljon a szétszórt városok közötti kommunikáció. A templomok vagyonának és kereskedelmének adminisztrációja az írás korai fejlődési szakaszában hangsúlyt helyezett a matematikára és ezen keresztül az absztrakcióra.

A templomi szervezetekben felhalmozódott gazdagság magával vonta a rivalizálást és a háborúkat a városállamok között katonai vezetők fellépésével és hadseregek létrehozásával. A tér fölötti ellenőrzés problémái – ellentétben az idő problémáinak a vallási szervezetekben való sikeres megoldásával – szükségessé tették a hatalom centralizálását egyetlen király kezében. A nagy kiterjedésű területek fölötti ellenőrzéssel együtt járt a hatalom helyi képviselőinek kihelyezése és a vallási féltékenységeket ellensúlyozó eszközként működő törvények érvényesítése. Ugyanebből a célból lerombolták a régi fővárosokat, és a király tekintélyének erősítésére új fővárosokat építettek fel, míg a meghódított városok istenségei beolvadtak a hódítók istenei alá rendelt hierarchiába. A politikai szerveződés nehézségei végül a sumer birodalom végső összeomlásához és a sémi hódítók sikereihez vezettek, ám a kulturális szerveződés előnyei megmutatkoztak az idegen uralom alá került sumer intézmények szívós fennmaradásában: a sémi hódítók csupán átrendezték a városállamok főisteneinek pozícióit.

A sémi népek sikereit új fővárosként Babilon felemelkedése és Hammurábi reformjai jelezték. A monarchia központosított hatalma a palotaépítést, valamint a kő használatát részesítette előnyben a szobrászatban és az írás médiumaként is, különösen az olyan törvények rögzítése érdekében, amelyek az egység megteremtésére voltak hivatottak hatalmas kiterjedésű birodalmakban. A hódítók nyelvét nem lehetett azonossá tenni a meghódítottakkéval, de az utóbbiak által használt jeleket felhasználhatták a hódítók is. A sémi nyelvek Hammurábi idején hivatalossá váltak: a beszélt nyelv sémi volt, de az írott szó a sumerok nem sémi formában maradt meg. A hódítók igényei azonban sietteték az írott nyelv konvencionalizálódását is. A sumer írásrendszer alapja a szó volt, míg az akkádok írásmódja a szótagokra épült. A sumer papok megkövült szent nyelve lett. Hammurábi központosított adminisztrációs rendszerrel bíró nagy kiterjedésű államot épített ki, az írott törvények közös gyűjteményével, közös fővárossal és közös naptárral. Az óriási területen folyó kereskedelmet elősegítette a rögzített szabványos súlyok és egyéb mértékek használata. Fejlődésnek indult a matematika is, nagyrészt a szexagezimális (hatvanas alapú) számrendszer alkalmazásának köszönhetően, amelynek óriási előnyei voltak a törtek kezelésében – ezeket még ma is kihasználják Nagy-Britannia pénzrendszerében és a 24 órás napokra épülő időszámításban.

Az adminisztráció centralizált rendszere bizonyos módosulásokkal fennmaradt az indoeurópai nyelveket beszélő népeknél is. A hatékonyabb hadviselési eszközökkel felszerelt hódítók – különösen a lovak és a hadiszekerek felhasználásának köszönhetően – i. e. 1740 körül elfoglalták Babilont, és uralmuk alatt tartották egészen a 13. század végéig. Az északi régiókban azonban, ahol nem állt rendelkezésre bőséges ellátás az írásra szolgáló agyagból, nehezítette a politikai szerveződést, hogy nem tudtak hathatós megoldást találni az idő problémáinak áthidalására. A hettiták igen jól szervezett központi adminisztrációt dolgoztak ki, erős birodalmi fővárossal és az abból sugarasan kiterjeszkedő kommunikációs rendszerrel, de i. e. 1150 körül indított támadásukkal nem tudták elfoglalni Babilont. Az asszírok sikeresen felbomlasztották a hettita szövetséget, és végül uralmuk alá hajtották az arámiakat, elsősorban nehezebb lovaik segítségével, amelyek lehetővé tették a lovas hadsereg létrehozását, valamint a hettiták által kifejlesztett vas-eszközök felhasználásával. Birodalmi szervezetük alapja a kihelyezett kormányzók fennhatósága alá rendelt tartományi kormányzatok létrehozása volt, amelyek behajtották a kivetett sarcot. Babilóniát végül i. e. 729-ben foglalták el, és a vallási pantheon az asszírok istene, Aszur alá rendelődt. A babilóniai vallás és kultúra ereje azonban továbbra is érződött Babilon kormányzásának nehézségeiben, és végletesen megnyilvánult a város i. e. 689-ben történt lerombolásában, valamint az új főváros, Ninive tekintélyének kiépítésére irányuló kísérletben, melynek során létrehozták a sumer dokumentumok könyvtárát. I. e. 624-ben Egyiptom is a hódítók kezére került és asszíriai tartománnyá vált, de két hatalmas és egymástól eltérő vallási központ kormányzása megoldhatatlannak bizonyult számukra: Ninivét i. e. 612-ben lerombolták.

Az Asszír Birodalom terjeszkedésével együtt járt különféle nyelvű, fajú és kultúrájú népek meghódítása, az arámi városállamok lerombolása és a szűkebb helyi kultúrák eltörlése érdekében nagy léptékben végrehajtott deportálások gyakorlata. Mindezek eredményeként nagymértékben kibővült a kereskedelem. A 12. században házasították a tevéket és kiterjesztették a karavánkereskedelmet. A birodalom kibővülése elősegítette a kereskedelem és az ipar fejlődését. Ezek a fejlemények viszont hatékonyabb írásrendszert követeltek, amit az arámi nyelvek egyre inkább dominánssá váló szerepe mutat.

A tudás monopóliumát legnagyobb mértékben a papi szervezetek birtokolták továbbra is, amelyeknek a hatalmát védték az olyan bonyolult írástípusok, mint például az ékírás. A hieroglifikus írásmód akadályozta a politikai szerveződés fejlődését. Az ezektől a monopóliumoktól való megszabadulás a babiloni és egyiptomi civilizációk peremvidékeiről érkezett, ahol a primitív népek új nyelvei egyszerűséget követeltek meg. Az Egyiptommal i. e. 1500 előtt kapcsolatban állt sémi népek – feltehetően Palesztinában – feltaláltak egy új ábécét, és azt a föníciai partvidéken tovább tökéletesítették. Az egyiptomi papiruszellátmányokhoz való könnyebb hozzáférés és a nádtollakkal

való megismerkedés ezeket a marginális helyzetű népeket hozzásegítette ahhoz, hogy kölcsönvegyék a legegyszerűbb jeleket az egyiptomi rendszerből, és lemondjanak annak komplexitásairól. A hikszoszok betörése láthatólag gátat hozott létre Arábia északi és déli részei között, és az arámi, illetve föníciai írás egymástól való eltávolodásához vezetett. Az arámi írás a nagy távolságokon keresztül folyó szárazföldi kereskedelem követelményeinek megfelelően fejlődött tömör, konvencionális ábécévé, feltehetően összefüggésben a pergamen használatával. Ugyanakkor a föníciai írás a kiterjedt tengeri kereskedelem igényeiből fakadóan fejlődött ki, s olyan ábécét teremtett meg, amely viszont a papirusz használatával állhat kapcsolatban. Az emberi beszédhangokat 22 mássalhangzóval jelölt elsődleges elemekre bontották fel.

A rugalmas ábécé elősegítette a kereskedelem bővülését, a föníciaiak kereskedővárosainak kifejlődését és a különböző nyelveket beszélő kisebb nemzetek kialakulását. I. e. 1200 után Palesztinában valószínűleg héberül beszéltek. A szóbeli hagyományt írásban rögzítették, és az írásnak az egyiptomiak által hangsúlyozott szent jellege tükröződött a zsidók írásában. A szobrászat fontosságát a nagyléptékű politikai és vallási szerveződésben a zsidóknál jól mutatta a képmások készítésének tiltása. A kőbe vésett képmást felváltotta az írott betű. Az absztrakcióra való összpontosítás az írásban megnyitotta az egyetemes erkölcsi normák irányába vezető fejlődés útját, lehetővé téve a próféták hatásának szembeállítását a királyok abszolút hatalmával, és az egyistenhit előtérbe kerülését. A törvényeket összegyűjtötték és törvénykönyvekbe foglalták. Meggyökeresedett és virágzásnak indult az olyan irodalom, mint ami az Ótestamentumban kapott helyet. Miután Szennakherib lerombolta a helyi szentélyeket, i. e. 621 után Jeruzsálemre mint az egyetlen szent városra került a hangsúly. Az Asszír Birodalom bukása után a babilóniaiak kiterjesztették hatalmukat és i. e. 586-ban elfoglalták Jeruzsálemet.

A perzsák – az olyan újabb hadviselési eszközök fölényének kihasználásával, mint a hosszú íj és a hosszú lándzsa, valamint a tökéletesített ábécé segítségével – gyorsan felépítettek egy új birodalmat, hogy átvegyék az Asszír Birodalom helyét. A papok támogatásának eredményeként i. e. 536-ban Kürosz lett Babilónia királya. Kambüész i. e. 525-ben Egyiptomot is a birodalomhoz csatolta. A perzsák örökölték ugyanazokat a problémákat, amelyekkel két, egymástól eltérő vallási központ fölötti uralmuk során az asszírok is küzdöttek. Ezeket részben olyan türelmi politikával oldották meg, amely megengedte a leigázott népeknek, hogy megtartsák isteneiket és vallásukat. A zsidók i. e. 539-ben kiszabadultak a babilóniai fogságból, és Júdea egy hatékony vallási szervezet központjává vált. A perzsák kifinomult adminisztrációs rendszert alakítottak ki, fejlett úthálózatra és lovak használatára alapozva, amelyeknek a segítségével postai jellegű kommunikációt tudtak fenntartani a fővárossal. Satrapiákat hoztak létre, amelyekben három

főtisztviselőt (satrapát, katonai kormányzót és „külügyminisztert”) nevezték ki, akik egymástól függetlenül működtek, közvetlenül a fővárosnak tartozva felelősséggel. A hatalomnak a király kezében való összpontosítása folytán azonban rövidesen előtérbe kerültek az adminisztrációs teljesítőképesség és a folyamatosság fenntartásának problémái, vagyis az idő dimenziójában jelentkező problémák. A nehézségeket csak növelte Babilónia, Egyiptom és Jeruzsálem vallási központjainak kitartó fennmaradása, és más népek, például a görögök megerősödése a birodalom peremén. Új hadviselési technikák bevezetése lehetővé tette Nagy Sándor számára, hogy az i. e. 333-ban és 331-ben megvívott sorsdöntő csatákban megdöntse a birodalmat. A keleti birodalmak sikeresek voltak az óriási térségek fölötti uralmuk megszerzésében és a területi problémák megoldásában, de a folyamatosság és az idő problémáira nem sikerült megoldást találniuk. Asszíria és Perzsia birodalmi a tér fölötti ellenőrzésre helyezték a hangsúlyt, de Babilónia és Egyiptom vallási monopóliumaival szembekerülve nem voltak képesek megoldani az idő problémáit.

A föníciaiak sémi nyelvű mássalhangzós ábécéjét a Földközi-tenger északi partján átvették a görögök is, akik – eltérően a Kis-Ázsiában indoeurópai nyelveket beszélő népektől – megmenekültek az egyiptomi és babilóniai civilizációkkal való szoros kontaktus közvetlen hatásaitól. A tengeren való átkelés szükségszerűsége képessé tette a görögöket arra, hogy jelentős kulturális vonásokat a saját döntésük alapján átvegyenek a maguk számára, miközben másokat elvetnek. Saját írásuk hiányában erős szóbeli hagyományt építettek fel az északról érkező hódító népek udvarai körül. A homéroszi költemények a versmondók és lantosok generációinak művei, és bennük azoknak a közönséggenerációknak az igényei tükröződnek, akiknek azokat elszavalták. A szóbeliségnek ez az erőteljes hagyománya a maga követelményeihez hajlította a mássalhangzókból álló ábécét, és a 24 betű közül ötöt magánhangzóként használt fel. Mivel a magánhangzók egyenlő értékűek voltak a mássalhangzókkal, minden egyes írott szóba bekerültek. Az írott nyelv olyan eszközzé változott, amely megfelelt a szóbeli hagyományok követelményeinek. Ennek az ábécének a bevezetése azt jelentette, hogy nagyobb hangsúly került a hangzásra, mint a látásra, más szóval: a szem rovására a fül részesült előnyben. Korábban birodalmak épültek a látáson alapuló kommunikációra, éles ellentétben a görögök politikai szerveződésével, ami a dolgok szóbeli megvitatására helyezte a hangsúlyt. Görögország megmenekült az írott szó imádatának problémájától, ami oly sok gondot okozott a keleti birodalmakban. Az írás bevezetése valószínűleg azért késlekedett egészen a 7. század elejéig, mert az egyiptomi papirusz nagy mennyiségben és rendszeres behozatalának nehézségei, valamint a kő mint médium korlátai együttesen megvédték a szóbeliség hagyományait. Nem vesztegettek energiát második nyelv megtanulására, és nem épülhettek ki tudásmonopóliumok valamely bonyolult írásrendszer körül.

A görög civilizáció orális hagyományának jelentősége és vitalitása abban a hatásban is megnyilvánult, amit a Nyugat későbbi történetére gyakorolt. Ereje olyan nagynak bizonyult, hogy a modern európaiak számára, akik részesültek az örökségből, szinte lehetetlenné válik objektív nézőpontból megközelíteni a görög civilizációt. Az írásbeliség és a nyomtatás hatása a modern civilizációkra csak tovább növeli annak a nehézségeit, hogy megérthessünk egy orális hagyományokon alapuló civilizációt. Talán beérhetjük azzal, hogy Renan szavait idézzük: „A haladás mindig is annak a kifejtéséből fog állni, amit a görögök elképzelték és megálmodtak.”

A szóbeli hagyományok ereje világosan megnyilvánul a homéroszi költeményekben és a hexameter nagy változatosságú tartalmakra való alkalmazhatóságában. Hésziódosz költészete éles ellentétben állt Homéroszéval, ugyanis elősegítette az egyén megválását a lantos hagyományoktól. A nagyobb érzékenység iránti követelményeket az elégikus és jambikus költészet kifejldése elégítette ki. A 7. század végén és a 6. században az egyiptomi papirusz jobb elérhetősége és a lant mint hangszer használatának terjedése folytán a regösök pozíciója meggyöngült. Ugyanakkor hallatlan fejlődésnek indult a lírai költészet.

Az orális tradíciók ereje nemcsak az ábécét hajlította úgy, hogy megfeleljen a maga szükségleteinek, hanem a korábbi civilizációk más vívmányait is önmagához illesztette. A homéroszi költeményekben az istenek antropomorf istenségekké váltak. A természetfölöttit a természet és a tudomány iránti érzékenység váltotta fel. A jón filozófusok képesek voltak elvetni a szavak burkoltan kreatív cselekvésre utaló másodlagos implikációit. A zsidók előszeretettel használták az „és Isten mondá...” kitélt a teremtés szimbólumaként – erre a varázsigére a görögöknek nem volt szükségük. Úgy látszik, hogy a kaldeusok egzakt kronológiai rendszerének i. e. 747-ben történt bevezetése után tett felfedezéseit, amelyek elősegítették az égi jelenségek periodikus jellegének vizsgálatát, a milétoszi Thalész fel tudta használni az i. e. 585-ben bekövetkezett napfogyatkozás előrejelzésére. Az olimposzi tradíciók, amelyek rögzített határok közé szorították az istenek és az emberek hatalmát, a térben érvényesülő fogalmak, s mint ilyenek a geometria fejlődésének kedveztek. A geometria domináns szerepével jellemezhető természettudomány inkább a dolgok belső tulajdonságai, mintsem más dolgokhoz való kapcsolatai iránt érdeklődött.

A geometria és a térbeli viszonyok iránti érdeklődést a görögök életében megerősítette a földek elhelyezkedése, és a lakható új földek keresése a gyarmatosítás során. Ennek eredményei azokban a rossz következményekben nyilvánultak meg, amelyek a föld monopolizálására irányuló kísérleteket követték. Az írott törvények bővülése a kolóniákban és Athénban a 7. században már azzal fenyegetett, hogy súlyos terhet rak az adósok vállára. A szóbeliség hagyományainak ereje azonban világosan megmutatkozott a szabadság elérésének eszközei iránti folytonos kutatás hatékonyságá-

ban. A folytonos változásokhoz igazodni képes közigazgatási mechanizmusok bevezetése érdekében elegendő hatalmat tudtak adni olyan egyének kezébe, mint Drakón, Szolón és Kleiszthenész. Szolón a jón filozófia hagyományait követve az egyetemes igazságokat kereste, és hathatósan kifejezésre juttatta azt a meggyőződését, hogy az igazságosság törvényének megszegése felbomlasztja a közösség életét. Az egyén felelőssé vált cselekedeteiért, és a tekintély forrásai megrendültek, sőt lerombolódtak. Megszüntették a hitelezők elmozdíthatatlan gyámkövekbe bevéselt jogait, és kerültk a rabszolgák munkaerejének mint bomlasztó erőnek az alkalmazását. Szolón felfedezte a demokrácia titkát „az igazságszolgáltató bíróságok tagjainak az egész népből való kiválasztásában” (Bury).

Szolón reformjaiban a kereskedelemnek a földhöz viszonyítva megnövekedett jelentősége tükröződött, a reformok azonban a 6. században a kereskedőosztály felemelkedésével és erre visszahatásként a türannoszok fellépésével inadekvátnak bizonyultak. Az apollóni vallást és a jón filozófiát Dionüszosz kultuszának előtérbe kerülése váltotta fel. A türannoszok i. e. 537-ben a művészetek fejlődése érdekében összegyűjtötték az orákulumokat, hogy ellensúlyozzák a Delphoi templom presztízsét. A kibővült kereskedelem és a pénz növekvő szerepe magával vonta a geometria és a térbeli viszonyok iránti érdeklődés korlátozását, és szükségképpen nagyobb hangsúlyt helyezett az aritmetikára és az idő problémáira. A térbeli externalitás filozófiája a diszkrét fogalmak használatát kívánta meg, elhanyagolva az időbeli folyamatosságot. A dionüszoszi vallást valószínűleg módosította a Keletről érkező mithraizmus hatása és az orfikus mitológia újjáéledése. Püthagorasz filozófiájában már nagyobb szerepet játszottak a számok, mint a geometria. Mindezeknek a finomításoknak az eredményeként végül lehetővé vált a dionüszoszi és az apollóni vallás összebékítése, és megnyílt a türannoszok megbuktatásához és Kleiszthenész reformjaihoz vezető út. Míg Szolón még nagyrészt a földdel, a térrel és a geometriával kapcsolatos problémákkal volt elfoglalva, addig Kleiszthenész már inkább a kereskedelem, az idő és az aritmetika körébe tartozó problémákkal törődött. Visszaszerezte az idő fölötti ellenőrzést az arisztokratáktól, és olyan szoláris naptárt vezetett be, amely meghatározott rotációs rendszer szerint szabta meg a tanácstagok megválasztását. A családi államot a városállam váltotta fel.

Az orális tradíciók hatékonyságát az állam kifejlésztésében mi sem bizonyítja jobban, mint Athén kulturális virágzása az 5. században, valamint az, hogy a görögök sikeresen meg tudták akadályozni a Perzsa Birodalom további terjeszkedését. A filozófiai gondolkodásnak erőteljes ösztönzést adott a jón menekültek megérkezése Milétoszból. A dráma műfajának kibontakozásához Aiszkhülosz, Szophoklész és Euripidész műveiben a dionüszoszi szertartások és a tragédiák kórusai számára Pindarosz által tökélyre fejlesztett verselés szolgáltatta a hátteret. Az 5. század második felében azonban az írás már egyre mélyebben kezdte kikezdeni az orális tradíciókat.

Nietzsche rámutatott, hogy a tragédia szempontjából mekkora jelentősége volt a zenének, ami segít átélhetővé tenni az egyén megsemmisülése fölötti elragadtatást. A zene szellemének eltűnését a tragédia hanyatlása követte. A törvények kibővülésében a próza iránti érdeklődés tükröződött. A peloponnészosi háború kitörése után gyors fejlődésnek indult a prózában írt irodalom is. Euripidész idejében igen gyakori volt, hogy a színdarabokat felolvasták. Az 5. század végére lemondtak a *busztrófedon** írásmódról és elkezdtek áttérni a balról jobbra haladó írásra. I. e. 403–402-ben a törvények kodifikálásával és újrakiadásával Athénban bevezették a jón ábécét.

Az írásbeliség előretörése Athénban megosztotta a görög közösséget, és kihangsúlyozta a különbségeket, különösen Spártával szemben. Az athéni birodalom képtelennek bizonyult arra, hogy megbirkózzon az eltérő kultúrák által létrehozott feszültségekkel. Az athéni bíróságok nem tudták kikerülni a demokratikus államok iránti részrehajlás vádját. Az államok közötti együttműködés olyan igényeket támasztott, amelyeket nem tudtak kielégíteni. A vég a háború kitörésével és Athén vereségével érkezett el.

A 4. században Platón a görög kultúra maradványait a szókratészi dialógusok formájában próbálta megmenteni, ahol Arisztotelész szavai középponton álltak a próza és a költészet között. Hetedik episztolájában így írt: „Egyetlen intelligens ember sem lesz soha olyan merész, hogy olyan dolgokat illesszen be a nyelvbe, amelyeket az eszével kétségbe kell vonnia, különösen nem olyan formában, ami megváltoztathatatlan – és éppen ennek a helyzetnek kell előállnia annak az esetében, amit írott szimbólumokkal fejezünk ki”. Arisztotelész érdeklődése a tudomány iránt prózában nyilvánult meg. Sem Arisztotelész, sem Platón nem gondolt azonban arra, hogy egy városállamban szükségképpen kell lennie könyvtárnak. Jelentős esemény, hogy i. e. 335-ben Arisztotelész könyvtárat alapított, majd 330-ban közkönyvtárat nyitott. Az írásbeliség terjedése véget vetett az orális hagyományok vitalitásának.

A Görögország kulturális aktivitását éltető miliő biztosításával az orális tradíció igen nagy jelentőségű szerepet játszott a Nyugat későbbi történelmében, illetve közvetlenül Róma történelmében. Az idő és a tér problémáinak megoldásában elért sikerek következményekkel jártak a római kultúrára nézve. A görög kultúra felébresztette Róma veleszületett erőit. A 6. század második felében a görög építészet és a görög istenek bevonultak Rómába is. A Drakón, Szolón és Kleiszthenész működésében csúcspontjukra ért görög reformkísérletekkel egy későbbi időszakban, i. e. 451-ben és 450-ben párhuzamba állítható a decemvirátus törvényeit rögzítő Tizenkét Tábla, valamint a plebejusok megnövekedett ereje, ami i. e. 253-ban az első plebejus *pontifex maximus* kinevezésében kulminált.

A római kultúra viszonylagos elszigeteltségét Görögországtól, ami az 5. és a 4. században még jellemző volt, a görög befolyás újabb felerősödése

* Ógörög írásmód, az egyik sor jobbról balra, a másik sor balról jobbra halad (szerk.)

követte, melynek során a görög kultúra sokoldalú fejlődése visszaszorította Rómáét, és az utóbbit arra kényszerítette, hogy a saját képességeinek fejlesztésére koncentráljon, elsősorban a törvényhozás terén. Az orális tradíció lényegéhez tartozó rugalmasság megnyilvánult a plebejusok felemelkedésében, az alkotmányos változásokban, a jogtudósok tevékenységében, valamint az olyan közigazgatási rendszer létrehozásában, amely képes volt a változó időkhöz való alkalmazkodás egyre fokozódó követelményeit kielégíteni. I. e. 242-ben létrehozták a második praetor, a *peregrinus* státuszát, amelyben az idegen népekkel egyre bővülő mértékben folytatott kereskedelem fontossága tükröződött. A törvénycikkelyek az írásbeliség terjedése ellenére is rugalmasabbá váltak. A praetorok hivatali idejük kezdetén új ediktumokat bocsátottak ki, amelyek alkalmazkodtak a változó igényekhez. A *patria potestas** felbomlott, hogy helyet adjon az egyéni érvényesülésnek, és kialakult a szerződéses forma, „minden jogi kategóriák legmohóbbika”. Külön megfogalmazást nyert a tulajdon fogalma. A *res privata* szükségessé tette a *res publica* ügyeivel való törődést és az állam jogi fogalmának meghatározását. Az i. e. 1. század közepére az írásbeliség hatása megnyilvánult a törvénykönyvek iránti igényekben is. A szóbeli hagyomány korában a törvények és a precedensek egészen Cicero idejéig túlnyomórészt az emberek emlékezetében őrződtek meg. I. e. 54-ben egy hivatali közlöny kiadása arra kényszerítette a szónokokat a szenátusban, hogy igen nagy közönségre legyenek figyelemmel, és megteremtette az igényt a tényekhez ragaszkodó stílus iránt. A bíróságokhoz intézett folyamodványok előterjesztési idejének korlátozása i. e. 52-ben tovább erősítette ezt a tendenciát. A latin nyelvű prózára, ami a köztársaság szükségleteivel összefüggésben a Gracchusok, Cato és Cicero beszédeiben fejlődött ki, nagy hatással volt az írásbeliség terjedése. Az orális tradíció magába olvasztotta a keleti sztoicizmus tanítóinak filozófiáját, és az egyetemesség követelményét támasztotta a törvénnyel szemben. A szokásokat bírálatok érték, a törvény vallási és szertartásos jellege gyengült, miközben erősödött az egyenlőség, enyhült a nyersség és hangsúlyt kapott a szándék kifejezése.

A római jog alkalmazhatónak bizonyult az orális hagyományok világában is, s ez elősegítette a Római Birodalom terjeszkedését a római fegyverek győzelmei nyomában. A Karthágóval vívott háborúk konfliktusba sodorták Rómát a hellenisztikus királyságokkal, és szorosabb kapcsolatba hozták a görög kultúrával. A Nagy Sándor után Makedóniában hatalomra került Antigonidák a görög városállamokat fokozatosan önálló helyhatóságú közigazgatási körzetekké alakították át, de a továbbra is fennmaradt nehézségek lehetővé tették Róma számára, hogy megbuktassa az akháj szövetséget, és uralomra jusson Görögországban és Makedóniában. Egyiptomban a Ptolemaidák örökölték a politikai ellenőrzést. A thébai papi osztály

* *patria potestas*: a családapa hatalma a gyermekei felett a római jog szerint (*Szerk.*)

befolyásának ellensúlyozására új fővárost hoztak létre Alexandriában, óriási könyvtárat alapítottak, és bevezették egy új isten, Szerapisz kultuszát. A hieratikus írásmód és az ecset rovására ösztönözték a demotikus rendszer terjedését és a toll használatát. Amikor Egyiptom fölött is Róma szerezte meg az ellenőrzést, átvette a Ptolemaidák politikáját. Az Attalidák a Ptolemaioszok tekintélyének ellensúlyozására Pergamonban felépítették saját könyvtárukat, és mivel az exporttilalmak miatt nem jutottak hozzá papiruszhoz, nagy mennyiségben használni kezdték a pergament. Rómával kialakított baráti kapcsolataik i. e. 204-ben megnyilvánultak a Magna Mater kultuszának átvételében is. A Szeleukidák – örökölvén a perzsa, babilóniai és zsidó vallásokat követő népek fölött uralkodó Perzsa Birodalom problémáit megkísérelték a városállamokat felhasználni kormányzásukban, de kudarcuk kétségtelenné vált a királyság végső összeomlásában. Ezt a szerencsétlen hagyatékot Róma örökölte.

A birodalom keleti terjeszkedésének eredményeként Rómában teljes mértékben érezhetővé váltak a görög kultúra teljesítményeinek hatásai. A könyvtárakat Görögországból hozták át. A papiruszellátás biztosítva volt Egyiptomból. Kifejlődött a könyvkereskedés, nyilvános és magánkönyvtárak jöttek létre. Az írásbeliség terjedése magával vonta a törvények kodifikációja iránti érdeklődést. Kialakult a bürokratikus adminisztráció. A köztársaságot a birodalom váltotta fel. A császár kezdett szembekerülni a birodalmi kormányzás olyan problémáival, amelyekkel a korábbi civilizációk is szembekerültek, és olyan megoldásokat kellett alkalmaznia, amelyeket Keleten fejlesztettek ki. Fokozatosan egyre fontosabbá vált a császár istenként való imádata. A dinasztikus probléma, ami veszélyeztette a korábbi abszolút monarchiák azon kísérleteit, hogy megvalósítsák az idő fölötti ellenőrzést, megerősítette a hadsereg és a bürokratikus adminisztráció pozícióit. Az új dinasztiák egyre nagyobb mértékben Görögország tekintélyére támaszkodtak.

A törvények hatása alatt az egyén elválasztódott a családtól. A törvénykönyvek növekvő merevségével szemben az egyének a birodalom egész területén a keleti vallásokhoz fordultak. Az idegen vallások kizárására való törekvések fokozatosan elbuktak. Az istenektől való aggályos félelem, ami Polübiosz szerint összetartotta a Római Birodalmat, többé nem volt elegendő. Az arisztokrácia kísérletei az állam hagyományos vallásának fenntartására az új tendenciákkal szemben egyet jelentett az osztálynak a tömegekkel való szembeállításával, és konfliktusokat hozott létre „azoknak a vallási érzelmeivel, akik nélkülöztek a társadalmi privilégiumokat” (Max Weber). A keleti hadjáratokat a mithraizmus terjedése követte, és i. sz. 274-ben Aureliánusz templomot szentelt *Sol Invictus* istennek. Egy keleti vallás elismerése a politikai támogatás alapjaként újjáélesztette a hellenizmus ellenségeskedését, és arra kényszerítette a császárt, hogy a görög igények számára jobban elfogadható vallást támogatót. Képtelen lévén kapcsolatok kiépítése Görögország és Perzsa között, mivel a görögök megtagadták a császár abszolút uralkodóként való elismerését, Róma egy olyan modell

felállítására kényszerült Konstantinápolyban, ami hasonló volt Perzsiához. Következésképpen a bürokrácia igényei tükröződtek a birodalomnak a latin Nyugatra és a görög Keletre való felosztásában. Az illíriai hegyek megakadályozták a latin és a hellenisztikus tartományokat összekapcsoló főváros létesítését, ugyanúgy, ahogy az Alpok később megakadályozta egy olyan főváros megalapítását, amely egyesíthette volna a Szent Római Birodalom német és itáliai tartományait.

A Római Birodalom bürokratikus fejlődése és az óriási területeket átfogó adminisztráció problémáinak sikeres megoldása a papiruszellátástól függött. Ennek a médiumnak az „részrehajlása” láthatóvá vált a bürokrácia monopolhelyzetbe kerülésében, és ugyanakkor arra való képtelenségében, hogy kielégítő megoldást találjon a birodalmak harmadik dimenziójában, nevezetesen az időben jelentkező problémákra. A papiruszellátás korlátaiból fakadó gondok kiküszöbölésére új médium bukkant fel. A törekeny papirusztekercsek hátrányait ellensúlyozták a tartós pergamenre írt kódexek. Az utóbbiakat a keresztények hatékonyan fel tudták használni a nagy terjedelmű héber szövegek rögzítésére, és létre tudták hozni a keresztény szentírás korpuszát. Hozzájárult ehhez, hogy az alexandriai tudósok lefordították görögre a héber szövegeket, továbbá az is, hogy a Caesareában i. sz. 231 után alapított keresztény iskola fejlődése korlátozta a babilóniai papság befolyását, amit viszont a Szeleukidák támogattak a perzsa vallás befolyásának korlátozására, és ami Babilon i. sz. 125-ben történt eleste után végül összebékíthetőnek bizonyult a perzsa vallással. Ezeknek a vallásoknak a támogatása a Szasszanidák idején, i. sz. 228 után hátráltatta a Római Birodalom terjeszkedését, és Constantinust arra kényszerítette, hogy 330-ban Konstantinápolyt válassza új fővárosának, mihelyt irányítani tudta a keresztény lakosság érdekeit. A bürokratikus adminisztráció előnyben részesítette a papiruszt, a vallási szervezetek azonban továbbra is pergament használtak. A kereszténység elismerését a vele versengő pogány kultuszok drasztikus elnyomása követte.

A császárok arra irányuló törekvései, hogy Konstantinápolyt tegyék a civilizált világ központjává – különösen a nyugati birodalom i. sz. 476-ban bekövetkezett bukása után, egy nagy könyvtár megalapításával és egy polgári törvénykönyv megalkotásával – szakítást eredményezett Rómával és Alexandriával is. Justinianus *Digestájának* előszavában a törvény olyan meghatározása olvasható, ami azonos Demoszthenészével, nevezetesen: az istenek találmánya és ajándéka, az értelmes emberek véleménye, a szándékosan és akaratlanul tett rossz cselekedetek jóvátétele és az állam általános értelmű megállapodása mindazokkal, akik abban az államban élnek, egybehangzóan érdekeikkel és akaratukkal. A földrajzi elkülönülés azonban megerősítette a vallási különbségeket, és a keleti birodalmat kitette a perzsák, majd az arabok támadásainak.

A mohamedanizmus terjedése elvágta a papiruszexport útját kelet és nyugat felé egyaránt. A papirusz pergamennel való helyettesítése Nyugaton körül-

belül egybeesett a Karoling-dinasztia felemelkedésével és a Merovingok hanyatlásával. A papiruszt korlátozott nagyságú területen természettkék, és felhasználása egy központosított adminisztráció igényeit elégítette ki, míg a pergamen egy mezőgazdasági kultúra termékeként egy decentralizált rendszernek felelt meg. A pergamen tartóssága és a referenciaforrásként használatos kódexek kényelmes használata különösen alkalmassá tette a pergament az olyan nagyméretű könyvekhez, amelyek tipikusan a szent szövegeket és a jogi munkákat tartalmazták. Az ilyen nagy könyvek másolásának nehézségei azonban korlátozták az elkészíthető példányok számát. Csekély számú nagy könyvet tartalmazó kicsiny könyvtárak jöttek létre, nagy területeken szétszóródva. Mivel a papirusztekercsek domináns szerepével jellemzett civilizáció tudásanyagát át kellett menteni a pergamenre írt kódexekbe, ehhez igen gondos cenzori rendszerre volt szükség. A pogány művek háttérbe szorultak, és a keresztény írásokra került a hangsúly. „A világ történetében még sohasem adtak át a rombolásnak ilyen radikális módon ilyen hatalmas birodalmat.” „Bármilyen tudás, amit az ember nem a Szentírásból szerzett, ha káros, akkor legyen átkozott, ha pedig jóra való, akkor maradjon meg” (Szent Ágoston). A világi tanulás betiltása megnövelte a teológiai tanulmányok súlyát, és Rómát domináns szerephez juttatta. A pergamen körül összpontosult tudásmonopólium a vallásra helyezte a hangsúlyt, a jog háttérbe szorult.

A pergamen mint médium alkalmas volt a kolostori kultúra terjesztésére, Egyiptomból kiindulva egész Nyugat-Európa területén. I. sz. 520 körül Szent Benedek-kolostort alapított Montecasinóban, és olyan szabályokat léptetett életbe, amelyek szent kötelességgé tették a könyvek megőrzését. Munkássága, majd azt követően Cassiodorus működése „a tudomány irányába hajlított a nyugati szerzetesek monasztikus tevékenységét”. A tanulás Európában minden ilyen célzatú erőfeszítés dacára is hanyatlott. Az újjáéledés a nyugati világ peremén indult meg, Írország független, önmagukat kormányozó kolostoraiban. A misszionáriusi buzgalom hasonló kolostorok alapításához vezetett Skóciában és Észak-Angliában, majd a 7. század elején a kontinensen is. Az újjáéledés további lendületet kapott Nagy Károly támogatásától, amit erősített Alcuin Yorkból Károly udvarába való átköltözése is. Anglia és a Frankföld északi része ki volt téve a dánok támadásainak, de az európai kolostorok megszerezték az angol kódexek másolatait, és ezeket kiegészítették Rómából származókkal. A tartós pergamenre írt könyveket nagy távolságokra lehetett elszállítani, a veszélyeztetett régiókból biztonságos területekre helyezve át őket.

A mohamedán befolyás terjedését a Bizánci Birodalomban a monofizita* eszmék segítségével, a képek imádatának tiltásával és a kolostoroknak a gazdasági életre gyakorolt elszívó hatása ellen indított támadásokkal

**monofizita*: eretnek vallási irányzat az 5. század első felében

próbálták ellensúlyozni. A mohamedanizmussal szemben Keleten tanúsított ellenállás ugyanakkor erősítette a mohamedanizmus nyomását Nyugaton, de a veszélyeket i. sz. 732-ben sikeresen elhárította Martell Károly fellépése. Végeredményben elkerülhetetlenné vált a szakadás a Kelet és a Nyugat között. A nyugati ellenállás sikereitől felbátorítva a pápaság szövetségre lépett a Karoling-dinasztiával és kiátkozta a keleti képprombolókat. A Nyugat visszafoglalása érdekében a bizánci császárok i. sz. 775-ben feladták a képprombolással kapcsolatos álláspontjukat. Viszonzásként Nagy Károly betiltotta a képek imádatát. 797-ben Irén császárnő trónra lépése Bizáncriban alkalmat adott Nagy Károly és a pápaság számára ahhoz, hogy a trónt a száli (frank) törvény értelmében üresnek tekintsék. Ennek megfelelően Nagy Károlyt császárrá koronázták. Hatékony adminisztráció kiépítésére való törekvései tükröződtek az egyházi ellenőrzés alatt működő oktatási intézmények létrehozására és egy hatékony, egységes írásmód, a *minuszkula* kifejlesztésére tett erőfeszítéseiben. Európa egyesítését azonban nem tudta megvalósítani, eredményeit lerombolta az örökösök közötti egyenlő osztozkodás teuton elvének érvényesítése. A dánok betöréseinek ellensúlyozására Párizsban, a magyarok visszaverésére pedig Németországban alakultak ki új hatalmi központok. A Szent Római Birodalom részéről a pápaság ügyeibe való beavatkozásokat az egyház hathatós átszervezése és egyházi reformok követték. A pergamen lett az a médium, amelynek felhasználásával az egyház felépítette tudásmonopóliumát.

E tudásmonopóliummal rövidesen versenyre kelt egy új médium, nevezetesen a Kínából származó papír. A textilalapú papírkészítés technikájának felfedezése olyan anyagot eredményezett, melynek segítségével a kínaiak – az ecset használatát bevezetve az írásjelek festésére – képesek voltak kidolgozni a piktogramok igen kifinomult rendszerét. 4-5000 karakterből álló rendszerüket felhasználták annak a mindennapi szükségletnek a kielégítésére, hogy „azokat, akik egymás számára kölcsönösen érthetetlen nyelvet használnak, képessé tegyék párbeszéd folytatására, a ceruzát használva a száj helyett”. Ennek hatékonysága a megjelölt célok elérésében egyet jelentett az alfabetikus rendszer kifejlesztésére irányuló kísérletekről való lemondással.

Az írás kifinomult fejlődése támogatta a tudós osztály pozícióját a birodalom adminisztrációjában. Következésképpen a szűk körű uralkodó osztály és a néptömegek között létrejött széles szakadék elősegítette a buddhizmus átterjedését Indiából. A bráminok tudásmonopóliuma Indiában, ami a szóbeliség tradícióin és a kommunikáció korlátain alapult, szintén a buddhizmus támogatását segítette elő, ami az írásra helyezte a hangsúlyt, és vonzó volt az alsóbb osztályok számára. Nagy Sándor után a buddhizmus előretört az általa alapított birodalomban is, de a makedóniaiak erejének hanyatlása magával hozta a bráminok hatalmának újjáéledését, és a buddhizmus Kína felé terjedt tovább. A papírellátáshoz való hozzáférés Kínában lehetővé tette a buddhisták számára, hogy nagymértékben fejleszteni tudják a fa nyomó-

elemekkel történő nyomtatási technológiát. A klasszikusok reprodukciója és az államhatalom növekedése ugyanakkor a konfucianizmus számára jelentett nyereséget. Az írásrendszer, amely az adminisztráció alapját képezte és a birodalom szerveződésében a tér áthidalására helyezte a hangsúlyt Kínában, többé már nem bizonyult megfelelőnek a kor igényeinek kielégítéséhez. A kínai államnak dinasztikus problémákkal kellett megküzdenie, és 1280-tól 1368-ig a mongolok uralma alá került.

A mohamedanizmus keleti irányú terjedése utat nyitott a papírgyártás technológiájával való megismerkedésnek. Miután az Abbaszidák Bagdadban alapították meg fővárosukat, a papírgyártás kibővült, és intenzív tanulási kedv alapjává vált. Az egyházból kiközösített nesztorianusok olyan iskolákat hoztak létre, amelyekben a görög és latin nyelvű műveket szír nyelvre fordították le. Miután az athéni iskolákat Justinianus 529-ben bezáratta, a tudósok onnan Perzsiába költöztek át. Ezzel a tudományos háttérrel Bagdad a görög, szír és perzsa művek arabra fordításának központjává vált.

Bagdad megnövekedett tekintélye a 9. században Konstantinápolyban a görög, Nyugaton pedig a latin tanulmányok újjáéledését váltotta ki. A görög tanulmányok konstantinápolyi feléledését Róma ellenségesen fogadta. A keleti és a nyugati egyházak közötti versengés együtt járt a misszionárius tevékenység fokozódásával, és a keleti egyház kiterjesztette befolyását Bulgáriára is. Az egyik oldalon, Keleten a szent szövegeket lefordították a szláv nemzeti nyelvekre, míg a latin szövegek nemzeti nyelvekre való lefordítását Nyugaton nem támogatták. A szláv nyelv hangjainak megjelenítésére és a gazdagabb kifejezőmód alapjának megteremtésére feltalálták a cirill és a glagolita* ábécéket. A bizánci oktatásban a világi tanulásra helyezett hangsúly tovább mélyítette a viszályt Rómával, és 1054-ben a keleti és a nyugati egyház végső szétválásához vezetett. Az Abbaszidák hanyatlása egybeesett a szeldzsuk törökök előretörésével, akik 1070-ben elfoglalták Jeruzsálemet. A pápaság visszautasította a bizánci császár támogatás iránti igényeit, és elkezdte szervezni a keresztes hadjáratokat. A Jeruzsálem fölötti ellenőrzés fenntartásában elszenvedett végső kudarck a kereszteseket arra késztették, hogy Konstantinápoly ellen forduljanak. A város 1204-ben a latin államok kezébe került, és csak 1261-ben foglalták vissza a görögök.

A papírgyártás Bagdadból átterjedt Nyugatra, és miután a mongolok 1258-ban elfoglalták Bagdadot, csupán a nyugati központokra korlátozódott. Továbbfejlődése során a 13. század második felében Itáliában új technikai eljárásokat vezettek be, amelyekkel sokkal jobb minőségű papírt állítottak elő. A papírgyártás művészete a 14. században Franciaországban is elterjedt. Mivel fő nyersanyagai a lenvászon rongyok voltak, és a papír fő piacát a nagyvárosok alkották, a gyártás helyét nagymértékben a városokhoz való közelség határozta meg, olyan helyekre koncentrálódva, ahol kellő víz- és

* *glagolita*: a legrégebbi szláv ábécé a 9. századból (Szerk.)

energiaellátás volt biztosítva. Az 1275 körül kezdődött kereskedelmi forradalom tovább növelte a papírgyártás volumenét. Az itáliai kereskedővárosok tevékenysége meggyöngítette a Bizánci Birodalmat. Az arab eredetű termékekkel szemben táplált vallási előítéletek eloszlottak, és a vidéki területeken elhelyezkedő kolostorok tudásmonopóliumát meggyöngítette a városok, a katedrálisok és az egyetemek szaporodása és növekedése.

A papír bevezetésének hatásai, amelyeket eredetileg Bagdad felemelkedése váltott ki, megnyilvánultak továbbá a szicíliai és ibériai mohamedánok tanulási kedvében is. Az Ibériai-félszigeten nagy könyvtárakat gyűjtöttek össze, és miután a mór városokat a spanyolok visszafoglalták, az azokban tárolt filozófiai, matematikai és orvostudományi ismeretek elérhetővé váltak Európa számára. Az Arisztotelész íásaival való megismerkedés olyan törekvésekhez vezetett, mint amilyen például Aquinói Szent Tamásnak (1227–74) a klasszikusok és a keresztény tanítások összehétkészítésére irányuló kísérlete volt. Arisztotelész mint a formális logika megteremtője beilleszthető volt az ortodoxiába. Az egyház azon erőfeszítései, hogy továbbra is domináns szerepet játsszon az egyetemeken folyó oktatásban, kifejezésre jutottak a Szentírás nemzeti nyelveken való terjedésének korlátozásában is. A valdensi és más eretnekek üldözését és az albigensi kereszties hadjáratokat új, prédikáló rendek megalapítása, a dominikánus és a franciskánus szerzetesek megjelenése követte, és megalakult az inkvizíció. A római jog tanulmányozása iránti érdeklődés újjáéledése a 12. században erősítette a császár pozícióját, de ezt ellensúlyozta a kanonikus törvény kodifikációja. A papírhasználat terjedése és a kereskedelem bővülése az ilyen fejlemények dacára is a városok fejlődésének kedvezett, és erősítette a monarchiák helyzetét. A nemzeti nyelvek fontosságának növekedése és a jogtudósok fellépése szintén a politikai szerveződést támogatta, az egyházi szervezetek rovására. Franciaország növekvő ereje tükröződött a pápaság Avignonba költözésében (1308–78) és az Angliával szemben tanúsított ellenségeskedésben. A római jognak kevés hatása volt Angliában, ahol a szokásjog jutott érvényre mind az igazságszolgáltatási rendszerben, mind a parlamentben. Az udvar – ismét csak a Franciaországgal vívott háború következtében – a nemzeti nyelvet támogatta. Hanyatlani kezdett a pergamenalapú tudásmonopólium, amelyben egy egyházi szervezet az idő fölötti ellenőrzésre helyezte a hangsúlyt, és a pergamen egyre erősebb versenytársra talált a papírban, ami a kereskedelem és a városok növekedését, a nemzeti nyelvek előtérbe kerülését, valamint a jogtudósok növekvő szerepét támogatta, és a nacionalizmusban a tér fogalmára helyezte a hangsúlyt.

A kolostorok által ellenőrzött tudásmonopóliumokat a nagyvárosokban kialakult másoló céhek ellenőrzése alá került tudásmonopólium váltotta fel. A nagyméretű könyvek magas ára ösztönözte a gépi reprodukciós rendszerek kifejlesztésére irányuló kísérleteket, és a másolók által uralt terület peremén, Németországban elvezetett a nyomtatás feltalálásához (Guten-

berg). Franciaország központosított közigazgatási rendszere kevesebb alkalmat nyújtott a fennálló intézmények megkerülésére, mint számos, politikailag önálló alkotórészből összetevődő Németország. A Németországban használt durva barna pergamen fogyatékosai fokozták a papír használatára iránti érdeklődést. A kéziratokban használt gót betűk szépsége és a nyomtatásra való alkalmazhatósága további tényezőként fokozta az újítás iránti keresletet, annak ellenére, hogy számos probléma merült fel mind a nyomdafesték, mind az egységes betűminták előállítására terén, és gyors működésre képes nyomdák még nem álltak rendelkezésre. A papírellátás itáliai bősége és Itália Németországhoz hasonló megosztottsága ösztönzően hatott a nyomdászok itáliai városokba költözésére, valamint a római és itáliai betűminták kifejlődésére. A nyomtatás Párizsban csak 1469-ben, Angliában pedig még később jelent meg.

Az évszázadok során felgyűlt kéziratok immár reprodukálhatóvá váltak, és a 15. század végére a nyomdászok új piacok lehetőségeit kezdték keresni. A kiadók kereskedelmi érdekei kezdték háttérbe szorítani a nyomdászok mesterségbeli fortélyait. A nemzeti nyelvek új szerzőket és új olvasókat biztosítottak. A nagy fóliásokat fokozatosan felváltották a kisebb könyvek és pamfletok. Angliában Caxton megkerülte a kontinensen kiadott latin nyelvű könyvekkel való versengést, és megpróbálta kiszélesíteni saját piacát. Az *Eneydoshoz* fűzött előszavában így írt: „Az a köznyelvi angol, amit az emberek az egyik grófságban beszélnek, különbözik attól, amit a másokban [...] Én pedig ezt a könyvet lerövidítettem és lefordítottam a mi angolunkra, mégpedig sem a nyers, sem a kifinomult és pontos változatában, hanem olyan kifejezésekkel, amit megértenek...” Németországban a német nyelv ellenállása a Párizsban francia nyelven kifejlődött skolasztikával szemben nagyobb súlyt helyezett a misztikus tanításokra és a nemzeti nyelvre. A skolasztikus filozófia gőgje elleni támadás érzékelhető Kempis Tamás szavaiban: „de mi haszna van a bölcsességnek, az Isten félelme nélkül?” „Edzés hiányában az elme az észhez fordul” (Henry Adams). A Hohenstaufenek által védelt német zene ellenállt az egyház beavatkozásainak. A nemzeti nyelv iránti igények mellett olyan tudósok, mint Reuchlin és Erasmus a héber és görög nyelvű források iránt mutattak érdeklődést és azokat tanulmányozták. Luther és Tindale lefordították a Bibliát németre, illetve angolra. A Szentírás nemzeti nyelven való kiadását új értelmezések és olyan intenzív, különféle vitáikban és röpiratokon folytatott hitviták követték, amelyek végül a protestantizmus kialakulásához vezettek. A Biblia betű szerinti értelmezéséből különféle eretnekségek és szekták születtek.

A nyomtatás fellendülése Németországban egybeesett a reformációval, ugyanakkor Franciaországban elnyomó intézkedésekre került sor az eretnek kiadványokkal szemben. A párizsi egyetem tekintélye szemben állt a frankfurti könyvvásár és Lipcse mint kiadói központ felemelkedésével. A nyomdászok Franciaországból a szomszédos Svájcba és Hollandiába költöztek, és

az általuk kiadott könyveket visszacsempészték Franciaországba. A 16. században a tanulás Franciaországban visszaesett, de a nemzeti nyelv friss támogatásra talált a nyomdászok részéről, amit Montaigne és Rabelais műveinek kiadása is mutat. A francia 1539 után vált az ország hivatalos nyelvévé. Ennek hatása a hugenották fellépése során az 1598. évi Nantes-i Ediktumban nyilvánult meg, ami első ízben ismerte el egy római katolikus országban, hogy az eretnekeket is megilletik a polgári jogok. A publikációk korlátozásának politikájához a papír exportját támogató politika társult. A szabad sajtónak helyt adó országok számára a francia merkantilista politika jelentős anyagi előnyöket jelentett, és a tiltott irodalom becsempészésének korlátok közé szorítása egyre több nehézségbe ütközött. A nyomdászok antwerpeni elnyomását a Birodalomból való újabb kiköltözések követték, Plantin például Hollandiába települt át. Ugyanakkor nagyarányú intenzív fejlődés vette kezdetét a betűminta-öntési iparágban. A nyomtatás fejlődésével együtt járt a nyomtatott oldalak számának növekedése és az antwerpeni pénzügyi központ gyors megerősödése. Antwerpen 1576-ban történt tönkretétele után megnőtt Amszterdam jelentősége. Az Utrechti Unió 1579-ben már elegendő pénzügyi forrással rendelkezett ahhoz, hogy képes legyen ellenszegülni a birodalom és Franciaország követeléseinek.

Angliában a Tudorok abszolutizmusa idején elnyomták a nyomtatást, de ösztönözték a reneszánsz és a reformáció terjedését. A kolostorok megszüntetését és a papi nőtlenség eltörlését átfogó oktatási reformok követték. A nyomdagépek váltak „az apátságokat és kastélyokat földig romboló faltörő kossá”. A száli frank örökösödési törvény alóli felszabadulás lehetővé tette a nők trónra lépését, és ösztönözte az udvari irodalom fejlődését. A nyomtatás korlátozása fokozta a dráma műfaja iránti érdeklődést, és Shakespeare darabjaiban felvirágoztak a szóbeliség tradíciói.

A 16. század végére az ábécé és a nyomtatás rugalmassága hozzájárult a különféle nemzeti nyelveken születő irodalmak fejlődéséhez, és alapot nyújtott a megosztó nacionalizmus kialakulásához Európában. A 17. században Franciaország a kiadványok elnyomásával és a papírexport ösztönzésével továbbra is merkantilista politikát folytatott. A Nantes-i Ediktum 1685. évi visszavonása a szakképzett papírgyártók elvándorlását idézte elő, és hozzájárult a papírgyártás fejlődéséhez Angliában és Hollandiában. Az állami beavatkozás következtében Franciaországban leromlott papírkészítés tökéletlenségét hatékonyabb módszerek alkalmazása ellensúlyozta Hollandiában. Olyan személyiségek révén, mint például Pierre Bayle és Descartes, akik Franciaországból menekültek el, fejlődésnek indult a kritikai irodalom és az a filozófia, amely később fontos utóhatásokkal járt a 18. század kritikai gondolkodásában. Hollandiában a betűmintaöntés komoly iparággá vált, és a kiadói tevékenység – olyan cégek munkája révén, mint például az Elzevir dinasztiaé – egész Európában piacokat épített ki magának. Angliában a nyomtatás elnyomása hozzájárult a polgárháború kitöréséhez. Az

olyan könyvkereskedők számának a növekedése, akik a kiadási költségek csökkentésének eszközeként támogatták a nyomdászokat, óhatatlanul a lázító irodalom megjelenéséhez és ennek megújult elnyomásához, végül pedig a polgárháború vitairodalmának szárba szökkenéséhez vezetett. A nyomtatás korlátozásával együtt járt a Biblia előtérbe helyezése, ami viszont elősegítette az arisztotelészi és a skolasztikus filozófia elleni támadásokat, és hozzájárult a modern írók iránti érdeklődéshez, továbbá a tudomány és a deizmus kialakulásához. Az 1662-ben alapított Királyi Társaság (*Royal Society*) a tudomány előbbre viteléért, valamint az angol nyelv mint prózai médium tökéletesítéséért szorgoskodott. Megkövetelte „a nyelv matematikai tisztaságát és világosságát”, és elutasított „mindenféle felerősítést, elkalandozást és dagályos stílust”.

A nyomtatás elnyomása akadályozta, hogy a nyelvvel ugyanolyan szinten törődjenek, mint ami Franciaországra volt jellemző. Fokozatosan kidolgoztak szótárakat, de az angol nyelv nem volt alkalmas olyan pontosságú kifejezésre, mint a kontinens törvénykönyvei. A nyomtatás és a kibővült kommunikáció megerősítette a képviselői rendszert a parlamentben. Az elnyomás dacára szaporodtak a különféle hírmondó kiadványok, és kialakult egyfajta kávéházi kultúra. A monarchia abszolút hatalmának ellensúlyozására létrejött a parlament abszolút hatalma, és semmissé tette a szokásjog által biztosított jogalapokat, amelyek tovább éltek a gyarmatokon. A parlament hatalma vált a közbizalom alapjává. Az 1689. évi forradalom után 1694-ben megalapították az Angol Bankot (*Bank of England*). A forradalom 1694-ben hatályon kívül helyezte az engedélyezési törvényt (*Licensing Act*) is. Ezt követően igen nagy számú újságot kezdtek nyomtatni, és 1701-ben megjelent az első napilap. Anna királynő korában Addison és Steele „összebékítette a szellemet és az erényt, hosszú és romlással teljes elkülönülés után, melynek során a szellemet a kicsapongás és tékozlás, az erényt pedig a fanatizmus félrevezette”. A kézi sajtó korlátozásai pamfletekkel vívott politikai háborúhoz, majd 1712-ben bélyegadó bevezetéséhez vezettek. A túlságosan nagy adóteher egy igen alacsony áron kínált árucikken arra készítette a nyomdászokat, hogy különféle kompendiumjellegű munkákat végezzenek. Ilyen volt a hetenként és havonta megjelentetett periodikák előállítására, valamint például 1728-ban Ephraim Chambers „A művészetek és tudományok egyetemes szótára” (*Universal Dictionary of Arts and Sciences*) című művének kiadása is. A politikai tartalmú írások korlátozása siettetette a másfajta irodalom, többek között a regények és a gyermekkönyvek fejlődését, valamint a kölcsönkönyvtárak alapítását. Az 1710. évi szerzői jogi törvény védelmet adott a kiadóknak, de egy 1774-ben hozott döntés, ami a szokásjog alapján megtagadta az örökös szerzői jogot, hatályon kívül helyezte a kiadványok fölötti ellenőrzés jogát és számos kis kiadót arra ösztönzött, hogy újranyomott kiadványokat készítsenek, továbbá támogatta a használt könyvek nagy léptékben kibontakozó adásvételét, míg a nagy kiadókat arra kényszerítette, hogy drága kiadványokra koncentrá-

janak. A skót írók, akiket a 18. század elején nem akadályozott az angol irodalmat kordába szorító Grub Street,* élvezték az egyetemek támogatását, és ismerték a római jogot, olyan filozófiai elgondolásokra összpontosíthatták a figyelmüket, mint amilyenek például Hume és Adam Smith műveiben láttak napvilágot. A skót kiadók kihasználták az angol könyvkiadás korlátait. Constable ugyanakkor Sir Walter Scott műveinek és az *Edinburgh Review* című periodikának a kiadásával foglalkozott.

Walpole bukása után a politikai cenzúra hanyatlása, továbbá a papírgyártás fejlődése, a holland betűmintaöntők monopóliumától való megszabadulás Caslon működése révén, valamint a nagy reklámtáblák betiltására hozott törvények életbe lépése következtében a reklámbevételekre való fokozott támaszkodás az újságkiadás expanziójához vezetett. London városának ellenállása a parlament abszolút felsőbbségével szemben támogatta Wilkes és Junius követeléseit a viták publikációjára való jogra. Alderman Oliver, a parlament egyik tagja kijelentette: „Minden esetben, amikor a király, a Lordok vagy az Alsóház korlátlan hatalomhoz jut, én szemben állok ezzel a hatalommal.” A sajtó támadást indított „a Korona, a Lordok és az Alsóház Angliával szemben álló hármasság” ellen. A korábbi szerkesztőségi vezércikkeket és esszéket az egyszerű újságírók műfaja váltotta fel Junius írásaiban, aki az anonimitást választotta, mivel „semmi esetre sem volt szükséges, hogy kitegye magát a neheztelésnek az ország legrosszabb és leghatalmasabb férfiu részéről”. A rágalmozási perek fenyegetése és az adók az elért eredmények dacára is korlátozták az újságok expanzióját, és hozzájárultak a romantikus irodalom iránti érdeklődéshez. A deizmus pozíciója, amit a forradalom idején erősítettek az egyház problémái, Hume támadásainak hatására meggyengült, és megnyílt az út a romantizmus, valamint Wesley és Whitefield vallási megújítási programja előtt.

Az újságok elnyomásával párhuzamosan szaporodó egyéb kiadványok iránti érdeklődés megakasztotta az irodalom terjedését a gyarmatokon, és az újságokra helyezte a hangsúlyt. A gyarmatokon, hogy kiadhassák a közgyűlések által hozott törvényeket, jelentős igény nyilvánult meg nyomdászok iránt, amit az újságok és a postahivatalok létesítésének igénye követett. A nyomdászok a korlátozások ellen agitáltak, és az Angliából importált érveket visszhangozták. A sajtó alacsony árfekvésű árucikkeire 1765-ben kivetett bélyegadó óriási terhei nyomán sikeresen követelték annak visszavonását. Wilkes és Junius tiltakozásait a parlament felsőbbsege ellen részletesen taglalták a gyarmatokon, és az újságoknak a forradalomban játszott jelentős szerepét elismerte a sajtószabadságot garantáló törvény is. A szokásjogra való támaszkodás itt lehetővé tette, hogy visszautasítsák a parlament felsőbbsegi elvének elfogadását. Az első brit birodalmat az buktatta meg, hogy képtelen volt megtalálni az abszolút függőség és az abszolút függetlenség közötti

* *Grub Street*: egykori londoni utca, amely az irodalom és az újságírás határvidékein megélhetést kereső zugfirkászok és bértollnokok gyülekezőhelye volt. (Szerk.)

középutat. Az abszolút parlamenti hatalom mellett szóló római jog befolyása konfliktust hozott létre, és a gyarmatokon a szokásjogra helyezte a hangsúlyt.

Franciaországban a fokozódó központosítás nagy terheket rakott a monarchia adminisztratív kapacitására. A növekvő egyensúlyhiány, ami a papír exportálására és egyidejűleg a publikációk korlátozására irányuló kísérleteket követte, a hollandiai és svájci nyomdászat fokozott fejlődéséhez és a könyvek Franciaországba való becsempészésének folytatódásához vezetett. A francia írók részéről a korlátozások ellen indított támadások Voltaire, Diderot, Montesquieu, Rousseau és mások írásaiban egyre agresszívabbá váltak. A Chambers angliai munkásságán alapuló Enciklopédia valóságos „lőszerraktárrá” vált a monarchia ellen. A forradalom kitörésével az újságok váltak az eszmék tüzéségévé. A forradalom után Napóleon bevezette a cenzúra rendszerét. A sajtószabadságért a 19. század egész folyamán vívott hosszú küzdelem során először bizonyos előrehaladás történt, ami az 1830. évi forradalomban érte el csúcspontját, ezt III. (Louis) Napóleon uralma alatt visszaesés, majd a köztársaság idején ismét előrehaladás követte. Az újságírók politikusként is aktív szerepet játszottak, zavaró hatásokat gyakorolva Franciaország politikai történetére.

A francia forradalom hatásaitól való félelem Angliában a sajtóra kivetett súlyosan elnyomó adókban nyilvánult meg. A gépek alkalmazása a papírkészítésben és a nyomdáknban, valamint az újságok korlátozása oda vezetett, hogy a hangsúly áttevődött az olyan médiumokra, amelyek nem a hírek terjesztésére szolgáltak. Megnövekedett a különféle periodikák, magazinok és könyvek fontossága, ami kiváltotta az adók csökkentése és az olcsó postai szolgáltatások bevezetése iránti igényt. A reformtörvények vértelen forradalmát megelőzte az 1830. évi francia forradalom során tanúsított önmérséklet és higgadtság. A század második felében megszűnt a *The Times* monopóliuma, amit az adók védtek, s Londonban és vidéken is megnövekedett az újságok száma és előfizetői köre egyaránt. Londonnak a vasúthálózat által is erősített monopóliumát lerombolta a telegráf feltalálása, ami 1868 után ösztönzőleg hatott a vidék versenyképességére. A német oktatás sikerei nyomán, amelyekről azt tartották, hogy nagymértékben hozzájárultak Ausztria 1866. évi és Franciaország 1870. évi legyőzéséhez, 1870-ben megszületett az új oktatási törvény, és jelentősen gyarapodott az új olvasók köre. Newnes és Northcliffe az „új zsurnalizmus” révén kihasználták az új piacot. A kölcsönkönyvtárak monopóliumát megszüntették az új periodikák, az olcsó kiadású regények és az irodalmi úgynökök.

Amikor a 19. század első felében Angliában áthelyeződött a hangsúly az irodalomra, az Egyesült Államokban az adókkal védett hírlapok tudásmonopóliuma és a szerzői jogi törvények hiánya arra készítette az amerikai írókat, hogy újságírásból éljenek meg. A rendszeres gőzhajóáratok bevezetése után a New York-i kiadók, köztük például a Harper számára is elérhetővé váltak az angol irodalom óriási felhalmozott készletei, s ezeket

hozzáférhetővé tették az Egyesült Államok hatalmas olvasóközönsége számára. A kiadók és újságterjesztők, köztük Cyrus W. Field és vállalata 1852-ben elemezték a nemzetközi szerzői jogok bevezetésére irányuló javaslatokat. A hírekre helyezett hangsúly, ami ezt követően jellemezte az emberi jogokat biztosító törvénnyel védett amerikai újságírást, támogatta a technológiai újítások, például a sztereotípiák és a sorszedés bevezetését a gyorsnyomdákban, valamint a rongy alapanyag fával való felváltását. A telegráf – csakúgy, mint Angliában – aláásta a politikai centrumok monopóliumát, és a politikai hatalom lerombolásával hozzájárult a polgárháború kitöréséhez. A technológiai fejlődés hatással volt az „új zsurnalizmus” kialakulására Angliában és a kontinensen. Az Egyesült Államokból áttérjedő technológiai változások sokrétű hatásai lerombolták Európa egységét, és hozzájárultak az első világháború kitöréséhez. Bismarck szerint a britek a parlament iránti elkötelezettségük miatt nem voltak képesek a részvételre az európai diplomácia belső köreinek munkájában, és ez a tehetetlenség az új zsurnalizmus megjelenésével csak fokozódott. Bismarck attitűdje, amit jól érzékeltet az a megjegyzése, hogy „sose higgyenek egy állításnak, amíg annak nem mondanak ellent”, ellentétben állt az anglo-amerikai újságírással. Az intellektuális élet nagy úttörői Németországban egy olyan vezetés örökségét vetették el, amit az állam körülbelül 1832 után szerzett meg, s ami egy elpuhult bürokráciában ért a csúcspontjára. Northcliffe a hírek megszerzésére való törekvéseiben addig példátlan mértékben támaszkodott a kábel- és privát vonalakon terjesztett információkra, és Párizst a zsurnaliztikai gazdagság óriási és olcsó forrásaként használta fel, melynek eredményeként a francia hatások erőteljesebbé váltak. A dinasztikus kabinetpolitika korának diplomáciai intézményei és technikai kudarcot vallottak az új helyzetben, amit a sajtó, az elektromos kommunikáció, a tömeges írni-olvasni tudás és az általános választójog jellemezett. A versailles-i szerződés az önrendelkezésre helyezett hangsúlyával magán viselte a nyomdászati iparág megosztó hatásait. Az idő fölötti monopóliummal bíró újságok hatóköre ugyanakkor a lapok regionális karaktere miatt korlátozott volt a tér áthidalásában. Monopóliumukat instabilitás és válságok jellemezték. A rádió új korszakot nyitott a nyugati civilizáció történetében azzal, hogy a központosításra és a folyamatosság biztosításának szükségszerűségére helyezte át a hangsúlyt. A kommunikációnak a papírra nyomtatott sajtóban megnyilvánuló részrehajlását a rádió más irányú részrehajlásának kellett ellensúlyoznia. A demokráciára, ami – Guizot szavaival – a jelen oltárán feláldozta a múltat és a jövőt egyaránt, az a sors várt, hogy a tervezés és a bürokrácia részrehajlásának legyen kitéve.

Marshall McLuhan

Televízió: a félénk óriás

A tv-kép legismertebb és legpatetikusabb hatása gyermekeink testtartása az alsó osztályokban. A tv megjelenése óta a gyermekek – szemük állapotától függetlenül – átlagosan hat és fél hüvelykre tartják a nyomtatott szöveget. Próbálják átvinni a nyomtatott szövegre a tv mindent átfogó érzékszervi parancsát. Tökéletes pszichomimetikus hozzáértéssel teljesítik a tv-kép utasításait. A szemüket meresztik, kémlelnek, lassítanak, és a mélybe merülnek. Hogy ezt tegyék, arra a képregények hűvös ikonográfiája tanította őket. A tv ezt a folyamatot sokkal tovább vitte. S ezután hirtelenül jött őket a forró nyomtatott médium, annak egyöntetű mintáival és csaknem vonalszerű mozgásával. A nyomtatott szöveget tanácstalanul próbálják mélységben olvasni. A szövegre irányítják minden érzékszervüket, s a nyomtatás visszautasítja azokat. A nyomtatás az izolált és elmélyült vizuális képességet szólítja, nem az egységes érzékelést.

A fejre illeszthető Mackworth-kamera, amikor azt tv-t néző gyerekek viseltek, kimutatta, hogy szemük nem az akciókat, hanem a reakciókat követi.

Néhány esztendővel ezelőtt Torontóban, amikor különböző médiumok szimultán műsorára került sor, a tv meglepő előreugrást tett. Egyetemi hallgatók négy, találmányra összegyűjtött csoportjának egyidejűleg ugyanazt az információt továbbították írásbeliséggel nem rendelkező nyelvek szerkezetéről. Az egyik csoport rádión kapta, a másik a tv-ből, ismét másik előadás formájában, egy csoport pedig olvasta. Az olvasó csoport kivételével az információt egyszerű, folyamatos beszéd formájában közölte ugyanaz az előadó. Mindegyik csoportnak fél órája volt az anyag kifejtésére. Ezután mindegyiknek ki kellett töltenie ugyanazokat a kérdőíveket. Ugyancsak meglepetés volt a kísérlet vezetői számára, amikor kiderült, hogy a tv-n és a rádión keresztül továbbított információ segítségével a diákok jobb eredményt értek el, mint azok, akik előadást hallottak vagy olvasták az anyagot – s a tv-s csoport jócskán megelőzte a rádiós csoportot. Mivel az első kísérlet során semmi nem történt, ami hangsúlyozta volna a médiumok speciális vonásait, a kísérletet megismételték más, szintén véletlen jellegű csoportokkal. Ez esetben minden médiumnak megengedték, hogy teljes mértékben használja fel a maga lehetőségeit. A tv és a rádió részére az anyagot dramatizálták, sok vizuális és hanghatást alkalmazva. Az előadás teljes mértékben kihasználta a tábla és a vita előnyeit. A nyomtatott szöveget a tipográfia

ötletes használatával meg olyan töredélssel tették vonzóbbá, amely jól kiemelte az előadás egyes pontjait. Az eredeti kísérlet megismétlésekor mind a négy médiumot magas fokú intenzitás jellemezte. A tv és a rádió ismét jobb eredményeket mutatott, mint az előadás és a nyomtatott szöveg. A vizsgálatot végző személyek meglepetésére azonban a rádió jelentékenyen megelőzte a televíziót. Hosszú időbe telt, amíg a nyilvánvaló ok megmutatkozott, nevezetesen, hogy a tv hűvös, részt vevő médium. Ha dramatizációval megcsípős megjegyzésekkel forrósítjuk fel a dolgot, kevésbé jól válik be, mert kevesebb lehetőség van a részvételre. A rádió forró médium. Ha növeljük az intenzitást, jobb a teljesítménye. Mert a rádió nem kíván hasonló méretű részvételt a hallgatótól. A rádió szolgálhat úgy, mint háttérzaj vagy zajszintellenőrzés, például mikor az ártatlan tizenéves úgy használja, mint a magányosságba való visszavonulás eszközét. A tv nem felel meg háttérnek. Vele kell lenni. (Ez a megállapítás elterjedt a tv megjelenése óta.)

Nagyon sok dolog nem működik azóta, hogy a tv megérkezett. Nemcsak a mozikat, de a nagy példányszámú magazinokat is nagyon súlyosan érintette ez a médium. Még a képregények is nagyban visszaszorultak. A tv megjelenése előtt sokat foglalkoztak azzal, hogy Johnny miért nem tud olvasni. A tv megjelenése óta Johnny a percepció teljesen új rendszerét sajátította el. Egyáltalán nem az az ember, aki volt. Otto Preminger, az *Anatomy of a Murder* (Egy gyilkos anatómiája) és más nagy sikerű darabok rendezője szerint a filmgyártásban és a filmek nézésében az általános tv-program legelső évétől kezdve nagy változás ment végbe. „1951-ben – írta – harcot indítottam annak érdekében, hogy engedélyezzék a mozikban a *The Moon is Blue* (A Hold kék) bemutatását, azután, hogy a film jóváhagyását megtagadták. Kis harc volt, de megnyertem.” (*Toronto Daily Star*, 1963. október 19.)

Majd így folytatta: „Maga az a tény, hogy a *The Moon is Blue* esetében a »szűz« szót kifogásolták, ma nevetséges, szinte hihetetlen.” Otto Preminger véleménye szerint az amerikai filmek egyre inkább a tv hatása alá kerülnek. A hűvös tv-médium a művészetben és a szórakozásban egyaránt a mélységi struktúrákat segíti elő, s olyan közönséget teremt, amely maga is a mélybe merül. Mivel Gutenberg óta úgyszólván minden technológiánk és szórakozásunk nem hűvös volt, hanem forró, nem mélységi, hanem töredékes, nem a termelőhöz, hanem a fogyasztóhoz igazodó, aligha van egyetlen olyan területe a kialakult viszonylatoknak az otthontól és a templomtól az iskoláig és a piacig, amelyet nem zavart volna meg mélységesen mintájában és szerkezetében a tv.

Azok a pszichikus és szociális zavarok, amelyeket a tv-kép és nem a tv-program vált ki, naponta észrevételekre adnak alkalmat a sajtóban. Raymond Burr, aki Perry Masont játssza, a Helyhatósági Bírák Országos Szövetségének gyűlésén beszélve emlékeztette a bírákat: „Ha a laikusok nem értik meg és nem fogadják el, a törvények, amelyeket önök alkalmaznak, és a bíróságok, amelyeket önök vezetnek, nem maradhatnak fenn tovább.” Amit Mr. Burr nem

említett meg, az az volt, hogy a Perry Mason-program, amelyben ő játssza a főszerepet, tipikusan azok közül a nagyfokú részvételt kívánó tv-élmények közül való, amelyek megváltoztatták a törvényekhez és a bíróságokhoz fűződő viszonyainkat.

A tv-kép semmi közöset nem mutat fel a filmmel vagy a fényképpel, eltekintve attól, hogy formák nem verbális *gestalt*tját vagy alakzatát nyújtja. A tv esetében a néző a vetítővászon. Fényimpulzusok bombázzák, amelyeket James Joyce úgy hívott, hogy „a fénybrigád töltetei”, amelyek „lelke bőrét tudat alatti sejtésekkel” áztatják. Vizuálisan a tv-kép adatokban szegény. A tv-kép nem *nyugodt* felvétel. Nem fénykép semmiféle értelemben, hanem dolgok szüntelenül formálódó kontúrja, amit a letapogató alkot. A létrejövő plasztikus kontúr a fényen keresztül és nem a fényen jelenik meg, s az így létrejövő kép inkább a szobor vagy az ikon tulajdonságaival rendelkezik, semmint a kép tulajdonságaival. Ez a tv-kép másodpercenként mintegy hárommillió fénypontot nyújt a nézőnek. Ebből a néző minden esetben csak néhány tucatot fogad el, hogy ezekből csinálja meg a képet.

A filmkép másodpercenként sokkal több millió adatot szolgáltat, s a nézőnek nem kell hasonlóan drasztikus redukciót végrehajtania, hogy kialakítsa a benyomását. Ehelyett hajlik a kép egészének befogadására. Ezzel ellentétben a tv-mozaik nézője a kép technikai ellenőrzésével öntudatlanul absztrakt műalkotássá rendezi újra a fénypontokat egy Seurat vagy Rouault módján. Ha valakit megkérdeznének, vajon mindez megváltozna-e, ha a technológia a tv-képet a filmek adatszintjére emelné, arra csak ezzel a kérdéssel lehetne válaszolni: „Megváltoztathatnánk egy karikatúrát oly módon, hogy perspektívával, fényvel és árnyékkal egészítsük ki?” A felelet az, hogy „igen”, csakhogy akkor már nem lenne karikatúra. Ugyanígy a „megjavított” televízió már nem lenne televízió. A tv-kép ma fényes és sötét helyek mozaikszerű hálózata, ami egy filmfelvétel akkor sem lehet, ha a filmkép minősége nagyon szegény.

Mint minden más mozaiktól, a tv-től is idegen a harmadik dimenzió, de rá lehet vinni. A tv-ben a harmadik dimenzió illúzióját a stúdióban felépített színhely szolgáltatja, de maga a tv-kép lapos, kétdimenziós mozaik. A háromdimenziós illúzió nagy része a filmek és fényképek nézésekor kialakult szokások átvitelén alapszik. Mert a tv-kamerának nincsen olyan beépített látószöge, mint a filmkamerának. Az Eastman Kodaknak most van egy kétdimenziós kamerája, amely megfelel a tv-kamera lapos hatásának. De tanult emberek számára, akik hozzászórtak a határozott szempontokhoz és a háromdimenziós látványhoz, nehéz dolog a kétdimenziós látvány megértése. Ha könnyű lenne, akkor nem lennének nehézségeik az absztrakt művészettel, a General Motors nem rontotta volna el a gépkocsik tervezését, s a magazinoknak nem lennének nehézségeik a cikkek és a hirdetések viszonyát illetően. A tv-kép minden esetben azt kívánja, hogy „zárjuk le” a tereket görcsös részvétellel, amely mélységesen kinetikai és tapintási jellegű, mivel a tapintás inkább az érzékek összjátéka, semmint a bőr és a tárgy közötti izolált érintkezés.

Sok rendező, amikor a tv-t szembe akarja állítani a filmmel, úgy említi a tv-képet, mint amely „hiányosan definiált” abban az értelemben, hogy kevés részletet és az információ alacsony fokát nyújtja, nagyon hasonlóan a karikatúrához. Egy közletről készült tv-felvétel csak annyi információt nyújt, mint egy nagyméretű felvétel kis szakasza a filmvászonon. Mivel a tv-képnek ezt a központos vonását nem vették észre, a műsortartalom „kritikusai” értelmetlenségeket mondtak a „tv-erőszak”-ról. A cenzori nézetek szószólói tipikusan félművelt, könyvorientációjú egyének, akiknek sejtelmük sincs az újságok, a rádió vagy a tv legegyszerűbb elemeiről sem, és ferdén néznek minden nem könyv jellegű médiumra. Ezeket az embereket pánikba és bizonytalanságba ejti a legegyszerűbb kérdés bármely pszichikus aspektusra vonatkozóan, akár a könyvek tekintetében is. Egyetlen elszigetelt attitűd kivételének heveségét összetévesztik az erkölcsi éberséggel. Ha ezek a cenzorok egyszer rájönnek arra, hogy minden esetben a „médium” az üzenet vagy a hatás alapvető formája, akkor egyszerűen a médiumok elnyomása felé fordulnának, ahelyett hogy a „tartalom” ellenőrzését keresnék. Azt a mai feltevést, hogy a tartalom vagy a műsor befolyásolja a szemléletmódot és a cselekvést, a könyvmédiumból vonták le, amelynek esetében határozott szakadék van a forma és a tartalom között.

Nem furcsa, hogy a tv-nek nyomban ugyanolyan forradalmi médiumnak kellett lennie Amerikában az 1950-es években, mint a rádióknak Európában az 1930-as években? A rádió, amely újjáélesztette az európai szellem törzsi és rokon szövedékeit, az 1920-as és 1930-as években nem fejtett ki ilyen hatást Angliában vagy Amerikában. Ott ugyanis a törzsi kötelékeknek írásbeliség és ipari terjeszkedés útján végbement erőziónya olyan messzire ment, hogy a rádió nem váltott ki semmiféle megjegyzésre érdemes törzsi reakciót. De a tv tíz esztendeje europaizálta még az Egyesült Államokat is, ezt tanúsítják ennek az országnak megváltozott érzései a térrel és a személyes viszonyokkal szemben. Új érzékenység jelent meg a tánc, a plasztikus művészetek, az építészet, a kis autók iránti igény, az olcsó fűzött könyvek, a szoborszerű frizurák és a mintás ruhák vonatkozásában – nem is szólva a konyha és a borok fogyasztása tekintetében bekövetkezett komplex hatásokról. Ennek ellenére félrevezető dolog lenne azt mondani, hogy a tv törzsi állapotba viszi vissza Angliát és Amerikát. A rádió hatása a visszhangzó beszéd és az emlékezet világára hisztérikus volt. De a tv egészen biztosan sebezhetőbbé tette Angliát és Amerikát a rádió számára, míg korábban jelentős immunitással bírtak. Akár jó ez, akár rossz, a tv egységesítő szinesztéziás hatást fejtett ki ezeknek az intenzíven írásbeli népeknek az életére, olyat, amiben századok óta nem volt részük. Okos dolog, ha tartózkodunk minden értékítéletől, amikor e médiumok kérdéseit tanulmányozzuk, mivel a hatásukat nem lehet izolálni.

A szinesztézia vagy egyesített érzéki és képzeleti élet hosszú időn át elérhetetlen álma volt a nyugati költőknek, festőknek és általában művészeknek. Szomorúan és megdöbbenően szemlélték a művelt nyugati ember

töredékes és elszegényedett képzetvilágát a 18. században és később. Ez volt Blake és Pater, Yeats és D. H. Lawrence és sok más kimagasló szerző üzenete. Ők nem készültek arra, hogy az álmaikat a hétköznapi életben a rádió és a televízió esztétikai akciója valósítja majd meg. De központi idegrendszerünknek ezek a tömör kiterjesztései a nyugati embert a színesztézia napi élményébe vonták be. A nyugati életforma, amely századokat élt meg az érzékek szétválasztása és specializálódása óta, képtelen ellenállni a rádió- és tv-hullámoknak, amelyek körülmoszák az absztrakt Individuális Ember nagy vizuális struktúráját. Azok, akik politikai motívumok hatására szeretnék hozzáadni a maguk erejét elektromos technológiánk antiindividualista tevékenységéhez, aprócska, nem tudatos automaták, akik az uralkodó elektromos kényszer mintáit majmolják. Egy évszázaddal ezelőtt hasonló alvajáró módon a másik irányba tekintettek volna. A német romantika költői és filozófusai törzsi kórusban énekeltek a sötét tudattalanhoz való visszatérésről egy évszázaddal a rádió megjelenése előtt, s Hitler ugyancsak megnehezítette a visszatérés elkerülését. Mit gondoljunk azokról az emberekről, akik vissza akarnak térni az írásbeliség előtti módszerekhez, amikor sejtelmük sincs arról, hogy a civilizált vizuális módszer hogyan váltotta fel egykor az auditív törzsi mágiát?

Napjainkban, amikor az amerikaiak új szenvedélyeket fedeznek fel a műkedvelő bűvárkodás és a szűk terű kisautók iránt, hála a tv-kép fékezhetetlen tapintási ösztönzésének, ugyanaz a kép sok angol embernek a törzsi különlegesség faji érzését sugallja. Míg a magas műveltségű nyugatiak mindig idealizálták a fajok integrációjának feltételeit, írásbeli kultúrájuk volt az, amelyik lehetetlenné tette a fajok közötti valóságos egyformaságot. Az írásbeli ember természetesen az emberi különbségek problémáinak vizuális megoldásáról álmodik. A 19. század végén ez az álom hasonló ruhát és nevelést javasolt mind a férfinak, mind a nőnek. A nemek integrálását célzó program kudarca szolgáltatta a témát az irodalom és a pszichoanalízis jelentős részének a 20. században. A vizuális egyformaság alapján véghez vitt faji integráció az írástudó ember azonos kulturális stratégiájának kiterjesztése, azé az emberé, aki számára a különbség mindig kiírtást igényel, mind a nem, mind a faj, mind az idő, mind a tér tekintetében. Az elektronikus ember, aki egyre mélyebben bonyolódik bele az emberi feltételek aktuális kérdéseibe, nem fogadhatja el az írásbeliség kulturális stratégiáját. A néger éppen olyan határozottan elveti a vizuális egyformaságot, ahogy korábban a nők tették, és ugyanazon okból. A nők úgy találták, hogy megfosztották őket megkülönböztető szerepüktől, és a férfiak világának töredékes polgáraivá tették őket. A problémáknak az egyformaság és a szociális homogenizáció fogalmaiban való megközelítése a mechanika és ipari technológia végső kényszere. Anélkül, hogy moralizálni akarnánk, elmondhatjuk, hogy az elektromos korszak, amely mélységesen összekapcsolja az egyik embert a másikkal, vissza fogja utasítani az ilyen mechanikus megoldásokat. Nehezebb dolog egyediséget

és különbözőséget hozni létre, mint a tömegnevelés uniformizált mintáit vinni rá a társadalomra. De van olyan egyediség és különbözőség, amelyet az elektromos feltételek között úgy lehet erősíteni, ahogyan azelőtt soha.

Átmenetileg a világ minden írásbeliség előtti szinten álló csoportja érezni kezdte azokat a kitörő és agresszív energiákat, amelyeket az új írásbeliség és mechanizáció nekilendülése szabadított fel. Ezek a kitörések éppen akkor következtek be, amikor az új elektromos technológia összekapcsol bennünket, hogy globális méretekben osztozzunk azokban.

Különböző okok következtében igen nehéz megragadni a tv-nek a hatását, amely központi idegrendszerünk legújabb és leglátványosabb kiterjesztése. Mivel életünk egészét érintette – a személyi, a társadalmi és a politikai aspektust –, nagyon irreális lenne, ha e befolyás „rendszeres” vagy vizuális bemutatásával próbálkoznánk. Ehelyett sokkal megvalósíthatóbb a tv-t úgy „mutatni be”, mint találomra összegyűjtött adatok komplex *gestaltját*.

A tv-kép alacsony intenzitású vagy definíciójú, s ezért ellentétben a filmmel, nem nyújt részletes információt a tárgyról. A különbség hasonló ahhoz, ami a régi kéziratok meg a nyomtatott szövegek között áll fenn. A nyomtatás intenzitást és egyöntetű pontosságot eredményezett, míg korábban diffúz szerkezet érvényesült. A nyomtatás hozta be az egzakt mérhetőség és ismételhetőség iránti érzéket, amit ma a tudománnyal és a matematikával hozunk kapcsolatba.

A tv-rendezőik hangoztatják, hogy a beszédnek a televízióban nem kell olyan gondos pontosságúnak lennie, mint a színházban. A tv-színésznek nem kell kivetítenie sem a hangját, sem önmagát. Továbbá a tv-alakítás halhatatlanul intim annak következtében, hogy a néző sajátos módon bekapcsolódik a tv-kép elkészítésébe vagy „lezárásá”-ba. Így azután a színésznek magas fokú spontán alkalmiságot kell megvalósítania, amely érdektelen lenne a filmben, és elveszne a színpadon. Mert a közönség ugyanolyan teljességgel vesz részt a tv-színész belső életében, mint a mozisztárnak a külső életében. Technikailag a tv egyre inkább premier plán médium. A premier plán, amit a film megdöbbenésre használ, a tv-ben egészen közönséges dolog. S míg egy akkora fénykép, mint a tv képernyője, egy tucatarcot megfelelő részletességgel mutatna, addig egy tucatarc a tv-képernyőn csak egy folt lenne.

Az a sajátos jelleg, amely a tv-kép és a színész viszonyát jellemzi, az oka annak az ismert reakciónak, hogy a való életben képtelenek vagyunk felismerni egy olyan személyt, akit hetenként látunk a tv-ben. Nem mindenki olyan talpraesett közülünk, mint az az óvónő, aki ezt mondta Garry Moore-nak: „Hogy szabadult meg a tv-től?” Bemondók és színészek egyaránt arról számolnak be, milyen gyakran közelednek hozzájuk emberek, akik úgy érzik, hogy előzőleg már találkoztak velük. Egy interjúban Joanne Woodwardot megkérdezték, mi a különbség a között, hogy valaki filmsztár, és a között, hogy tv-színésznő. Így válaszolt: „Amikor filmekben játszottam, ezt hallottam az emberektől: »Ott megy Joanne Woodward.« Ma azt mondják: »Ott megy valaki, akit azt hiszem, ismerem.«”

Egy hollywoodi hotel tulajdonosa, aki olyan negyedben él, ahol sok mozisztár és tv-színész lakik, arról számolt be, hogy a turisták érdeklődése a tv-sztárok felé fordult. Mi több, a legtöbb tv-sztár férfi, azaz „hűvös jellem”, míg a legtöbb filmsztár nő, tehát úgy ábrázolható, mint „forró jellem”. A férfi és női sztárok az egész sztárrendszerrel együtt szerényebb státuszt töltenek be a tv megjelenése óta. A film forró, magasan definiált médium. A hoteltulajdonos legérdekesebb megfigyelése az volt, hogy a turisták Perry Masont és Wyatt Earpot akarták látni. Nem Raymond Burr-ra és Hugh O'Brianra voltak kíváncsiak. A régi, filmkedvelő turisták kedvenceiket úgy akarták látni, amilyenek a *valóságos* életben voltak, nem ahogyan a filmszerepeikben mutatkoztak. A hűvös tv-médium kedvelői sztárjaikat a *szerepeikben* akarják látni, míg a filmkedvelők a *valóságos dolgot* akarják.

Az attitűd hasonló megfordulása ment végbe a nyomtatott könyv esetében. Kevés érdeklődés mutatkozott a szerzők élete iránt a kézírásos művek idején. Napjainkban az újságokban megjelenő képregény közel áll a kifejezés fametszetes és kézírásos formájához. Watt Kelly *Pogója* nagyon hasonlít egy gótikus kódexlapra. De a képregények iránti nagy közönségérdeklődés ellenére kevés kíváncsiság övezi az ilyen művészek magánéletét, éppen úgy, mint a népszerű dalírók magánéletét. A nyomtatással a magánélet az olvasók legfőbb témája lett. A nyomtatott szöveg forró médium. Ugyanúgy a közönségre vetíti a szerzőt, mint a film. A kézirat hűvös médium, amely nem vetíti ki a szerzőt, hanem magához vonja az olvasót. Így van ez a tv-vel is. A néző bekapcsolódik és részt vesz. Ily módon a tv-sztár szerepe lebilincselőbb, mint a magánélete. Így történhet meg, hogy a tömegközlekedési eszközök kutatója, a pszichiáterhez hasonlóan, több adatot nyer a megkérdezettektől, mint amennyit azok maguk észleltek. Mindenki sokkal több élményben részesül, mint amennyit megért. És sokkal inkább az élmény, semmint a megértés az, amely a viselkedést befolyásolja, különösen a közlési eszközök és a technológia dolgaiban, ahol az egyén szinte elkerülhetetlenül nincs tudatában annak, hogy azok milyen hatással vannak rá.

Egyesek talán ellentmondást látnak abban, hogy egy olyan hűvös médium, mint a tv, sokkal sűrítettebb és tömörebb, mint egy olyan forró médium, amilyen a film. De jól tudjuk, hogy egy félpercnyi televíziós adás hárompercnyi színdarabban vagy zenés bohózzal egyenértékű. Ugyanaz áll a kézírásra is, szemben a nyomtatott szöveggel. A „hűvös” kézírás sűrített formájú, aforizmaszerű, és allegorikus megállapításokra törekedett. A „forró” nyomtatott médium a kifejezést az egyszerűsítés és a jelentések „kimondása” felé terjesztette ki. A nyomtatás a sűrített írást felgyorsította, és egyszerűbb töredékekbe „terjesztette” ki.

Egy hűvös médium, akár a kimondott szó, a kézzel írt anyagok vagy a tv, sokkal több tennivalót ad a hallgatónak vagy a használónak, mint egy forró médium. Ha a médium erősen definiált, a részvétel alacsony. Ha a médium alacsony intenzitású, a részvétel magas. Talán ez az oka annak, hogy a szerelmesek úgy gügyögnek.

Állítólag egy nigériai, miután megnézett egy tv-westernt, élvezettel ezt mondta: „Nem tudtam, hogy maguk itt Nyugton ilyen kevésre becsülik az életet.” Ezt a megjegyzést ellensúlyozza az a mód, ahogy gyermekeink viselkednek, amikor tv-westernt néznek. Ha ellátjuk őket az új, kísérleti, fejre illeszthető kamerával, amely követi a szemmozgásokat, miközben a képet nézik, kiderül, hogy a gyerekek a tv-színész arcán tartják a szemüket. Még a fizikai erőszak idején is tekintetüket az *arcreakciókra* összpontosítják, s nem a kitörő *akciókra*. Pisztolyt, kést, öklöt és minden egyebet figyelmen kívül hagynak az arckifejezés kedvéért. A tv nem annyira az akció, mint inkább a reakció médiuma.

Az a tény, hogy a tv-médium olyan témákat kíván, amelyek folyamatokkal és komplex reakciókkal kapcsolatosak, tette lehetővé, hogy a dokumentumjellegű filmek kerüljenek előtérbe. A film fölényesen tudja kezelni a folyamatot, de a mozinéző inkább az akció passzív fogyasztására van kárhoztatva, semmint a reakcióban való részvételre. A filmwestern, ugyanúgy mint a filmdokumentum, mindig alacsony forma volt. A tv megjelenésével a western új jelentőséget kapott, mivel témája mindig ez: „csináljunk egy várost”. A közönség részt vesz abban, ahogy sovány és nem sokat ígérő alkotórészekből kialakul és létrejön egy közösség. S mi több, a tv-kép kedveli a vadnyugati nyergesek, ruhák, bőrök, fából összerótt hitvány ivók és hotelporták változatos és nyers együttesét. Ezzel szemben a filmkamera az éjszakai mulatók sima, csillogó világában és a nagyváros luxust árasztó helyein van otthon. S mi több, a különbség abban a tekintetben, hogy mi iránt mutattak a filmkamerák előszeretettel a húszas-harmincas években, s a tv-kamerák az ötvenes és hatvanas években, nos ez a különbség eljutott az egész lakossághoz. Tíz év után az új amerikai ízlés ruházatban, étkezésben, lakásban, szórakozásban és járműben e formák viszonyának azt az új alakzatát, azt a „csináld magad” mentalitást fejezi ki, amit a tv-kép erősített meg.

Nem véletlen, hogy olyan nagy filmsztárok, mint Rita Hayworth, Liz Taylor és Marilyn Monroe, az új tv-korszakban válságos vizekre jutottak. Olyan korszakba rohantak bele, amely kérdésessé tette a tv előtti fogyasztás minden, „forró” médiumbeli értékét. A tv-kép kétségbe vonja a hírnév értékét éppen úgy, mint a fogyasztói javak értékét. „Számomra a hírnév”, mondta Marilyn Monroe – egész biztosan csak időleges és részleges boldogság. A hírnév nem napi táplálék, nem olyasmi, ami kielégíti az embert. Ha az ember híres, minden gyengeségét eltúlozzák. Az iparnak úgy kellene viselkednie a sztárjaival szemben, mint annak az anyának, akinek a gyereke éppen most futott ki egy autó elől. De ahelyett, hogy magukhoz szorítanák a gyermeket, büntetni kezdik.”

A filmközösséggel elbánt a tv, s ez a közösség most mindenkit szidalalmaz rémült ingerültségében. A nagy filmbáb fentebbi szavai, aki feleségül ment Mr. Bascballhoz és Mr. Broadwayhoz, bizonyára igen jelentősek. Ha Amerika sok gazdag és jelentős alakját nyilvánosan megkérdéznék, mi a pénz-

nek és a sikernek mint a boldogság és emberi jólét eszközeinek abszolút értéke, nem szolgálhatnának megrendítőbb precedenssel Marilyn Monroénál. Csaknem ötven esztendőn keresztül Hollywood a „bukott nőt” úgy állította be, mint mindennek a tetejét és velejét. S váratlanul a szerelmi istennő szörnyű kiáltást hallat, azt sikoltja, hogy embereket enni rossz, s elítélően nyilatkozik az egész életformáról. Ez pontosan a külvárosi beatnikek módszere. E beatnikek visszautasítanak egy töredékes és specializált fogyasztói életet valamiért, ami alázatos bekapcsolódást és mélységes elkötelezettséget kínál. Ugyanaz a mód ez, amely újabban a lányokat elfordította a szakemberkarriertől a korai házasság és a nagy család felé.

A mélyreható részvétel utáni hasonló vonzódás váltott ki a fiatalokban erős hajlandóságot a jelentős mértékben liturgikus felhangú vallási élményre is. A rádió- és tv-korszak liturgikus újjáéledése még a legzordabb protestáns szektát sem hagyja érintetlenül. Kóruséneklés és gazdagon díszített öltözék jelent meg mindenfelé. Az ökumenikus mozgalom szinonim az elektromos technológiával.

Ugyanúgy, ahogy a tv, ez a mozaikháló, a művészetben nem segíti elő a perspektívát, nem segíti az életben sem a linearitást.

A tv megjelenésével véget ért az egy tömbbel történő szavazás a politikában. Ez az elkülönülés és szétforgácsolódás olyan formája volt, amely a tv megjelenése óta nem működik. Szavazóblokk helyett itt van az ikon, a mindent magában foglaló kép. Politikai álláspont vagy platform helyett pedig itt van a politikai testtartás vagy póz. A termék helyett a folyamat. Az új és gyors növekedés folyamatában a körvonalak elhomályosulnak. A tv-kép rendelkezik a homályos körvonalak fölényével, s ez maga is kiváltója egy új „lezárásnak” vagy befejezésnek, különösen egy olyan fogyasztói kultúrában, amely hosszú időn át az éles körvonalú, a többi vizuális értéktől elkülönített vizuális értékekkel volt kapcsolatban. Oly nagy a változás az amerikai életben annak következtében, hogy elveszett a lojalitás a fogyasztói csomagolással szemben a szórakoztatásban és a kereskedelemben, hogy minden vállalkozás a Madison Avenue-től és a General Motorstól Hollywoodig és a General Foodsig alapvetően megrendült, és arra kényszerült, hogy új cselekvési stratégiákat keressen. Amit az elektromos kitágulás és összehúzódás személyek és nemzetek között okozott, azt teszi a tv-kép a személyekben és az érzékszervekben.

Ezt az érzéki forradalmat nem nehéz megmagyarázni a festőknek és a szobrászoknak, mert amióta Cézanne a festészetben lemondott a forma illúziójáról a szerkezet javára, mindig arra törekedtek, hogy éppen azt a változást vigyék végbe, amit a tv most fantasztikus méretekben valósított meg. A tv az eszköz és az élet Bauhaus-programja, vagy a Montessori-féle nevelési stratégia, amelyik totális technikai kiterjesztést és kommerciális támogatást kapott. A művészi stratégia agresszív törekvése arra, hogy a nyugati embert újraalkossa, a tv-n keresztül vulgáris terjeszkedéssé és nyomasztó proccolássá lett az amerikai életben.

Nem lehet eltúlozni azt, hogy ez a kép milyen mértékben hozta közel Amerikát az európai érzékelésmódhoz és érzékenységhöz. Amerika ma

éppen olyan dühödten europaizálódik, mint ahogyan Európa amerikanizálódik. Európa a második világháború idején sokat kifejlesztett abból az ipari technológiából, amire tömegfogyasztása első szakaszában szüksége volt. Másfelől viszont az első világháború volt az, amely felkészítette Amerikát ugyanerre a fogyasztási fellendülésre. Az elektromos robbanásra volt szükség ahhoz, hogy feloldja egy szétforgácsolt Európa különbségeit, s megtegye azt, amit Amerikában az ipari robbanás végzett el. Az ipari robbanás, amely az írásbeliség és az ipar töredékes expanzióját kíséri, kevés egysegítő hatást tudott kifejteni a sok nyelvű és sok kultúrájú európai világban. A napóleoni nekilendülés az új műveltség és a korai iparosodás kombinált erejét hasznosította. De Napóleonnak még annál kevésbé homogén anyaggal kellett dolgoznia, mint amilyennel az oroszoknak manapság. A művelődési folyamat homogenizáló ereje 1800 táján Amerikában messzebbre ment, mint Európában bármikor. Amerika kezdettől fogva nevelési rendszerének, ipari és politikai életének lényegévé tette a nyomtatási technológiát. Ennek jutalma a szabványosodott dolgozók és fogyasztók példátlan tömege lett, olyan, amivel azelőtt egyetlen kultúra sem rendelkezett. Hogy kultúrtörténezeink megfedkeztek a tipográfia homogenizáló hatalmáról és a homogénné vált lakosság ellenállhatatlan erejéről, az nem válik a becsületükre. A politikával foglalkozó tudósok soha sehol nem voltak tudatában a tömegkommunikációs eszközök hatásának egyszerűen azért, mert senki sem hajlandó ezek személyes és társadalmi hatásait tanulmányozni, függetlenül tartalmuktól.

Amerika hosszú idővel ezelőtt megvalósította a maga Közös Piacát azáltal, hogy társadalmi szervezetét mechanikai és műveltségi téren homogénné tette. Európa most ér el egységet a nyomás és a kölcsönös kapcsolatok elektromos jegyében. Hogy műveltség útján mennyi homogenizációra van szükség ahhoz, hogy effektív termelő-fogyasztó csoportot lehessen létrehozni a posztmechanikus korszakban, az automatizáció korában, azt soha senki sem kérdezte. Mert soha nem ismerték fel teljesen, hogy a műveltség szerepe az ipari gazdaság kialakításában alapvető és döntő. A műveltség minden időben és helyen nélkülözhetetlenül szükséges ahhoz, hogy az árrendszerek és piacok működésképesek legyenek. Erről a tényezőről nem vettek tudomást éppen úgy, ahogy ma a tv-ről sem vesznek tudomást, pedig a tv számos olyan hajlamot segít elő, amely ellentétben áll a műveltségbeli egyöntetűséggel és ismétlődéssel. Ez ösztönzi az amerikaiakat arra, hogy legendás történelmük mindenféle furcsa és visszamaradt tárgyát keressék. Sok amerikai ma fáradságot és költséget nem kímél, csak hogy megkóstolhasson egy újfajta bort vagy ételt. Az egyöntetűnek és az ismételhetőnek most át kell adnia a helyét az egyedien fonáknak; olyan tény ez, amely növekvő két-ségbeesést és zavart okoz az egész szabványosított gazdaságnak.

A tv-mozaiknak az a hatalma, hogy a „tartalomtól” függetlenül az amerikai ártatlanságot mélységes kifinomultsággá alakítsa át, nem titokzatos, ha közvetlenül vesszük szemügyre. Ez a mozaikszerű tv-kép már sejtette kör-

vonalaikat a népszerű sajtóban, abban, amelyik a távíróval nőtt fel. A távíró kommerciális használata Amerikában 1844-ben kezdődött, Angliában korábban. Az elektromos elv és annak számos velejárója nagy figyelmet kapott Shelley költészetében. A művészi szemmérték ezekben a dolgokban rendszerint megelőzi a tudományt és a technológiáit egy teljes nemzedékkel vagy még többel. Hogy mi az értelme a távírómozaiknak abban a formában, ahogyan az újságokban megnyilvánul, az nem került el Edgar Allan Poe figyelmét. Felhasználta arra, hogy két meglepően új találmányt alakítson ki: a szimbolista verset és a detektívtörténetet. Mindkét forma „csináld magad” jellegű részvételt követel az olvasótól. Azáltal, hogy nem teljes képet vagy folyamatot nyújtott, Poe bevonta olvasóját az alkotó folyamatba oly módon, hogy azt Baudelaire, Valéry, T. S. Eliot és sok más szerző csodálta és követte. Poe úgy ragadta meg az elektromos dinamikát, mint az alkotásban való nyilvános részvétel egyik formáját. Ennek ellenére a homogenizált fogyasztó még ma is panaszskodik, ha arra kéri: vegyen részt egy absztrakt vers vagy festmény, vagy bármiféle struktúra megalkotásában vagy befejezésében. De Poe már akkor tudta, hogy a mélységbeli részvétel egyenesen következik a távírómozaikból. A lineárisabb és betűkben gondolkozó irodalmi brahminok ezt képtelenek voltak meglátni. Még ma is képtelenek. Nem akarnak részt venni az alkotó folyamatban. Hozzászórtak a teljes csomaghoz prózában és versben és a plasztikus művészetekben. S ezeknek az embereknek kell szembenézniük az ország valamennyi tantermében a diákokkal, akik a szimbolista és mitikus struktúrák tapintható, nem piktorialis módjához szoktak a tv-kép jóvoltából.

A *Life* című képeslap 1962. augusztus 10-én arról írt, hogy „nagyon sok 10–14 éves korú fiatal túl hamar és túl gyorsan nő fel”. Nem tettek észrevételt azzal kapcsolatban, hogy a növekedés hasonló gyorsasága és a koraérettség volt mindig a normális a törzsi kultúrákban és a nem írásbeli társadalmakban. Anglia és Amerika elősegítette az elnyújtott serdülőkör kialakulását azáltal, hogy tagadta a tapintási részvételt, vagyis a szexet. Ebben nem volt tudatos stratégia, inkább általános elfogadása azon tény következményeinek, hogy az elsődleges hangsúlyt a nyomtatott szóra és a vizuális értékekre helyezték, mint a személyi és társadalmi élet szervezésének eszközeire. Ez a hangsúly az ipari termelés és a politikai konformitás győzelmére vezetett, s önmaga elégséges igazolásul szolgált.

A tiszteletreméltóság, vagyis az a képesség, hogy az egyén az életet vizuális felügyelet alatt tudja tartani, uralkodóvá lett. Egyetlen európai ország sem adott a nyomtatásnak ilyen elsőbbséget. Vizuálisan Európa mindig satnya volt az amerikaiak szemében. Másfelől viszont az amerikai nők, akik sohasem voltak egyenlők semmiféle vizuális kultúrában, mindig absztrakt, mechanikus babáknak tűntek az európaiak számára. A tapintás a legfőbb érték az európai életben. Ez az oka annak, hogy a kontinensen nincsen serdülés, csak ugrás van a gyermekkorból a felnőttmódszerekhez. Ilyen az amerikai helyzet is

a tv megjelenése óta, s a serdülés megszűnésének ez az állapot folytatódni fog. Az a befelé tekintő élet, amelynek hosszú-hosszú gondolatai és távoli céljai vannak, amelyek követéséhez szibériai típusú vasútvonalak kellenek, nem fér össze a tv-kép mozaikszerű formájával, amely közvetlen *mélyiségi* részvételt parancsol, és nem tűr halasztást. E kép parancsai annyira eltérőek s mégis következetesek, hogy pusztá említésük annyi, mint az elmúlt évtized fejlődésének leírása.

A fűzött könyv (paperback) jelensége, a könyv eme „hűvös” formája állhat a tv-parancsok jegyzékének az élén, mert a könyvkultúra valami mássá váló átalakítása nyilvánul meg ezen a ponton. Az európaiaknak kezdettől fogva voltak fűzött könyveik. Az automobil megjelenése óta előnyben részesítették a kis kocsik nyújtotta körbeburkolt teret. A könyv, a ház, az autó „elkerített tere” sohasem érdekelte őket. A fűzött könyvvel, különösen annak intellektuális formájában, megpróbálkoztak Amerikában az 1920-as, majd a harmincas és negyvenes években. Azonban csak 1953-ban lett egyszerre elfogadott. Egyetlen kiadó sem tudja igazán, hogy miért. Nem csak arról van szó, hogy a fűzött könyv inkább tapintható, mint a vizuális csomagolás; mély dolgokkal ugyanolyan könnyedén foglalkozhat, mint felületeikkel. A tv megjelenése óta az amerikaiak elvesztették ártatlanságukat és gátlásaikat a mélykultúrával szemben. A fűzött könyv olvasása felfedezte, hogy élvezheti Arisztotelészt vagy Konfuciust, egyszerűen csak le kell lassítania. A művelt ember régi szokását, hogy egyforma nyomtatott sorok mentén vágat előre, hirtelen kiszorította a mélyiségi olvasás. A mélyiségi olvasás persze nem alkalmas a nyomtatott szóra. A szavak és a nyelv mélyiségi fürkészése inkább az orális és kézírásos kultúrák természetes vonása, semmint a nyomtatásé. Az európaiak mindig érezték, hogy az angolok és az amerikaiak kultúrájából hiányzik a mélység. A rádió, s különösen a tv megjelenése óta az angol és az amerikai irodalomkritikusok mélységben és finomságban bármilyen európai teljesítményt felülmúltak. A beatnik, aki a Zen után nyúl, csak a tv-mozaik parancsát viszi át a szavak és percepciók világába. Maga a fűzött könyv is hatalmas, mozaikszerű mélyiségi világ lett, amely kifejezi az amerikaiak megváltozott érzéki életét, akik számára a mélyiségi élmény a szavak esetében, akár a fizikában, elfogadhatóvá lett, sőt kifejezetten keresik azt.

Hogy hol kezdjük az amerikai attitűdöknek a tv megjelenése óta végbement átalakulásának a vizsgálatát, az teljesen önkényes. Jól látható ez egy olyan nagy és hirtelen változáson, amilyen a baseball hanyatlása. A Brooklyn Dodgerek átköltöztetése Los Angelesbe önmagában véve is nagy horderejű dolog volt. A baseball a Nyugatot olyan kísérletbe vitte bele, amely arra irányult, hogy megtartsa a közönséget a tv okozta megrendülés után. A baseballjáték jellegzetes módja az, hogy egy időben egy dolog történik benne. Lineáris, kiterjedt játék, amely a golfhoz hasonlóan tökéletesen alkalmazkodik egy individualista és befelé irányuló társadalom szemléletéhez. Az időzítés és a várakozás a lényege, mikor is az egész mezőny izgatottan várakozik egyetlen játékos teljesítményére. Ezzel ellentétben a labdarúgás, a kosárlabda és

a jégközi olyan játékok, amelyekben szimultán fordulnak elő események, s ezekben az egész csapat egyidejűleg vesz részt. A tv megjelenésével az egyéni teljesítmény olyan izolációja, ami a baseballban fordul elő, elfogadhatatlan lett. A baseball utáni érdeklődés hanyatlott, sztárjai pedig a filmstárokhöz hasonlóan úgy találták, hogy a hírnévnek vannak rendkívül nyomasztó dimenziói is. A baseball, a filmekhez hasonlóan, forró médium volt, amely az egyéni virtuozitást és a sztárteljesítményt emelte ki. Az igazi drukker statisztikai információk tárháza; ezek az információk számos korábbi játék kirobbanó lövéseivel és kapu elleni támadásaival kapcsolatosak. Semmi sem mutathatná jobban ezt a sajátos kielégülést, amit egy olyan játék nyújtott, amely az ipari nagyvároshoz tartozott, ahhoz a nagyvároshoz, amelynek népszerűsége, részvényei és kötvényei, termelési és eladási rekordjai szüntelen robbanásban voltak. A baseball a forró sajtó- és filmmédium első fellendülésének korához tartozott. Örök szimbóluma marad a tüzes babák, belevaló csajok, a nagymenők, vampok és démonok korának. Röviden szólva, a baseball forró játék, ami lehűlt az új tv-klimában, éppen úgy, ahogy lehűlt az előző évtized legtöbb forró politikusa és forró témája.

Napjainkban nincs hűvösebb médium vagy forróbb téma, mint a kiskocsi. Hasonlít egy hifiáramkör rosszul bekötött hangszórójához, amely erősen torzítja a mély hangokat. A kis európai kocsi, hasonlóan az európai fűzött könyvhöz és az európai női szépséghez, nem volt vizuális csomagolási munka. Vizuálisan az európai autók egész garmadája olyan szegényes dolog, hogy nyilvánvaló: akik csinálták, sohasem gondoltak rá úgy, mint amire rá lehet nézni. Az európai autók olyan ilyasvalamik, amiket fel lehet venni, akár egy nadrágot vagy egy pulóvert. Olyan típusú térrel rendelkeznek, amelyet az amatőr bűvárok, a vízisielők vagy a dingivitorlázók keresnek. Közvetlen tapintási értelemben ez az új tér rokon azzal, amit a képlak (picture window) hóbortja nyújt. Mint „látvány”, a képlaknak sohasem volt semmi értelme. De mint kísérletnek arra, hogy az ajtón kívül egy új dimenziót fedezzünk fel azáltal, hogy úgy teszünk, mintha aranyhalak lennénk, a képlaknak van értelme. Ugyanúgy van értelme annak a fanatikus erőfeszítésnek, amely a belső falakat és elrendezéseket olyan érdekessé akarja tenni, mintha azok a ház külső oldalai lennének. Pontosan ez az impulzus viszi ki a belső tereket és bútorokat a fedett udvarokba, megkísérelve a külső teret úgy élni át, mint a belsőt. A tv-néző pontosan ebben a szerepben van szüntelenül. Ő egy tengeralattjáró. Atomok bombázzák, amelyek véget nem érő kaland során, homályos képek és rejtélyes kontúrok közepette úgy tárják fel a külsőt, mintha az belső lenne.

Az amerikai autó formáját a tipográfia és a moziképek vizuális parancsával összhangban alakították ki. Az amerikai autó zárt tér volt, nem tapintható tér. A zárt tér pedig – mint azt a nyomtatásról szóló fejezetben láttuk – olyan, amelyben minden tértulajdonság vizuális fogalmakra redukálódik. Így az amerikai autóban, miként azt egy francia jegyezte meg egy évtizeddel ezelőtt, „az ember nem az úton van, az ember az autóban van”. Ezzel szem-

ben az európai autó az embert valósággal végig akarja vonszolni az úton, s a kocsi alsó része tekintélyes rezgést szolgáltat. Újsághír lett belőle, amikor kiderült, hogy Brigitte Bardot mezítláb szeret vezetni, hogy maximálisan érezze a rezgést. Még az angol autók is, bármilyen gyenge a vizuális megjelenésük, elég bűnösek voltak – európai szempontból – ahhoz, hogy így hirdessék őket: „hatvan mérföld óránkénti sebességnél csak az óra ketyegését hallani”. Ez bizony nagyon szegényes hirdetés lenne egy tv-nemzedék számára, amelynek mindennel együtt kell lennie, s amelynek fel kell ásnia a dolgot, hogy eljusson hozzájuk. A tv-néző annyira vágyik gazdag tapintási hatásokra, hogy megeshetne, hogy vissza akar térni a síhez. A keréknak az ő számára nincs meg a szükséges dörzsölődése.

Az első tv-évtized ruhái ugyanazt a történetet ismétlik, amit a járművek. A forradalmat a bokán felül éró, hosszú zoknit viselő lányok harangozták be, akik a vizuális effektusok egész rakományát szemétre vetették egy maréknyi tapintható effektusért, de ezek annyira szélsőségesek voltak, hogy a lúdtalpas pléhpopfáság halott rétegét hozták létre. A tv hűvös dimenziójának része az a pléhpopfájú mamlasz, akit a média hozott divatba. A serdülőknak a régi, forró médiumok, a rádió és a film meg a régi könyvek idejében friss, mohó és beszédes arckifejezése volt. Az 1940-es évek egyetlen államférfija vagy magasabb hivatalnok sem mert volna olyan halott és szoborszerű pófát vágni, mint a gyermek a tv-korszakban. A táncok, amelyek a tv-vel jöttek be, ugyanezt mutatták – valamennyi hasonló volt a tv-vel, ami csak egy nagyon élettelen dialógus formája, amelynek gesztusai és grimaszai azt mutatják, hogy a táncolók be vannak vonva a mélybe, „de nem mondanak semmit”.

A ruházat és a díszítés az elmúlt évtizedben annyira a tapintható és a szoborszerűség irányába fejlődött, hogy túlzott bizonyítékait szolgáltatja a tv-mozaik új tulajdonságainak. Idegeinknek tv általi kiterjesztése érdes alakzatokba elegendő hatalommal rendelkezik ahhoz, hogy hasonló elképzeléseket váltson ki a ruházatban, a hajviselésben, a járásmódban és a gesztusokban.

Míndez hozzájárul a sűrített belső robbanáshoz – a ruhák és terek nem specializált formáinak visszatéréséhez, ahhoz, hogy az emberek ugyanazon helyiség, tárgy és eszköz többféle használatát, egyszóval az ikonszerűt keressék. A zenében és a költészetben meg a festészetben a tapintási robbanás azt jelenti, hogy olyan minőségekre helyeződik a hangsúly, amelyek közel vannak a mindennapi beszédhez. Így Schönberg és Sztravinszkij meg Carl Orff és Bartók, noha korántsem voltak a rejtélyes hatások keresői, manapság úgy tűnik, hogy a zenét nagyon közel hozták a hétköznapi emberi beszéd feltételeihez. Ez a beszédre jellemző ritmus az, amely egykor olyan melódiátlannak tűnt a műveikben. Bárki, aki Perotinus vagy Dufay középkori műveit hallgatja, úgy találja, hogy azok nagyon közel vannak Bartókhoz és Sztravinszkijhoz. A reneszánsz nagy külső robbanása, amely a hangszereket elválasztotta az énektől és a beszédétől, s speciális funkciókat adott azoknak, most az elektronikus belső robbanás korában visszafelé játszódik le.

A tv-kép tapintási jellegének egyik legelevenebb példája az orvosi tapasztalat körében fordult elő. A zártkörű sebészeti oktatásban az orvostanhallgatók kezdettől fogva egy különös hatást jelentettek: az volt az érzésük, hogy nem figyelnek egy operációt, hanem végzik azt. Úgy érezték, hogy ők tartják a szikét. Ily módon a tv-kép, amely a mély részvételt segíti elő a tapasztalat minden aspektusában, a testi jóléttel kapcsolatban valóságos megszállottságot teremt. Az orvossal és a kórteremmel foglalkozó tv-filmek hirtelen megjelenése, mint olyan programé, amely versenyre kelhet a westernnel, egészen természetes. Fel lehetne sorolni egy tucat olyan ki nem próbált programot, amely azonnal népszerűnek bizonyulna ugyanezen okból. Tom Dooley és Medicare eposza természetes kinövése volt az első tv-évtizednek.

Most, hogy példák terjengős során át vizsgáltuk a tv-kép tudat alatti erejét, feltehetően a kérdés: „Milyen *immunitás* lehetséges olyan médium tudat alatti hatása ellen, mint a tv?” Az emberek hosszú időn át azt gyanították, hogy a buldogbutaság, ha azt szilárd helytelenítés támogatja, elég adekvát védelem minden új tapasztalattal szemben. E könyv mondanivalója viszont az, hogy egy médium sajátos hatalmának legvilágosabb megértése sem háríthatja el az érzékeknek azt a közönséges „elzáródását”, amely arra készítet bennünket, hogy megfeleljünk a kínált tapasztalat sablonjainak. Az elme legnagyobb fokú tisztasága sem jelent védelmet a baktériumok ellen, noha a szaktársai Louis Pasteurt kizárták az orvosi hivatásból a baktériumok láthatatlan tevékenységére vonatkozó alapfeltevése miatt. Ahhoz, hogy ellenállhassunk a tv-nek, szükségünk van olyan rokon médiumok ellendőzésára, amilyen a nyomtatott szöveg.

Van egy különösen érzékeny terület, amely ezzel a kérdéssel jelentkezik: „Mi volt a tv hatása politikai életünkre?” E téren legalább a kritikai tudatosság és éberség nagy tradíciói tanúskodnak azokról a biztosítékokról, amelyeket a hatalom hitvány használata ellen állítottunk.

Ha Theodore White *The Making of the President: 1960* című munkáját „A televíziós vitákról” szóló fejezetnél nyitjuk ki, akkor a televízió kutatója megdöbbenést érez. White statisztikákat közöl arról, hogy hány készülék van az amerikai lakásokban, és naponta hány órát használják ezeket a készülékeket, de egyetlen utalás sem történik a tv-kép természetére vagy arra, hogy milyen hatással volt a jelöltekre vagy a nézőkre. White a vita „tartalmát” és a vitázók magatartását veszi szemügyre, de az sohasem jut eszébe, hogy miért volt a tv elkerülhetetlen katasztrófa egy olyan intenzív és éles kép számára, amilyen Nixon, és miért volt jótétemény a homályos és kusza Kennedy számára.

A viták vége felé Philip Deane, a londoni *Observer* munkatársa *A seriff és az ügyvéd* címen (1960. november 15.) taglalta a *Toronto Globe and Mail*ben kifejtett elképzeléseimet a tv-nek a választásokra gyakorolt várható hatásáról. Gondolatmenetem lényege az volt, hogy a tv olyan mértékben előnyös Kennedy számára, hogy ő nyeri meg a választásokat. Tv nélkül Nixon nyerné. Cikke vége felé Deane ezeket írja:

„A sajtó túlnyomórészt azt mondta, hogy Mr. Nixon nyert az utolsó két vitában, és hogy rossz volt az elsőben. McLuhan professzor úgy gondolja, hogy Mr. Nixon sokkal határozottabban hangzott. Tekintet nélkül az alelnök nézeteinek és elveinek értékére, túlságosan nagy hangerővel védelmezte azokat a tv-médium szempontjából. Mr. Kennedy éles válaszai hibát jelentettek, de ő ennek ellenére olyan képet nyújt, amely közelebb van a tv-hőshöz, mondja McLuhan professzor. Kennedy egy kissé a félénk, fiatal seriffhez hasonló, míg Mr. Nixon, aki sötét szemét már-már ránk mereszti, ravasz mellébeszélésével inkább vasúttársasági ügyvédre emlékeztet, aki olyan bérleti szerződéseket ír alá, amelyek nem állnak a kisváros lakosságának érdekében. Valóban, azáltal, hogy ellentámadásba ment át, és ugyanazokat a célokat vallja a magáénak, mint a demokraták, Mr. Nixon segíthet ellenfelének a Kennedy-kép elhomályosításában, zavart keltve abban a tekintetben, hogy voltaképpen mi is az, amit Kennedy meg akar változtatni. Mr. Kennedynak így nem válnak hátrányára a világos problémák. Vizuálisan kevésbé definiált képet nyújt, és közönyösebbnek tűnik. Kevésbé látszik félni attól, hogy eladja magát, mint Mr. Nixon. McLuhan professzor ennyiben Kennedynak adja a vezetést anélkül, hogy lebecsülné azt a félelmetes hatást, amit Mr. Nixon az Egyesült Államok konzervatív erőire gyakorol.”

Egy másik módja annak, hogy megmagyarázzuk, ki az elfogadható tv-személyiség, szemben az el nem fogadhatóval, hogy kijelentjük: bárki, akinek a megjelenése erősen leleplezi az életben betöltött státuszát és szerepét, rossz a tv-ben. Bárki, aki olyan, mintha tanító, orvos, üzletember vagy még egy tucat más lehetne egyszerre, jó a tv-ben. Ha a mutatott személy osztályozhatónak látszik, mint amilyennek Nixon látszott, a tv-néző semmit sem tölthet bele. Kellemetlenül érzi magát az illető tv-képével. Kényelmetlenül jegyzi meg: „Van valami a fickóban, ami nincs rendben.” A néző pontosan ugyanezt érzi, ha egy túlzottan csinos lányt lát a képernyőn, vagy bármilyen, intenzíven „magas definiáltságú” képet vagy üzenetet kap a műsor megrendelőitől. Nem véletlen, hogy a reklámozás a komikus hatások jelentős új forrása lett a tv beköszöntése óta. Mr. Hruscsov nagyon kitöltött vagy befejezett kép, ami úgy jelenik meg a tv-ben, mint egy humoros karikatúra. Képtáviraton és a tv-ben Mr. Hruscsov egy joviális komikus, teljesen lefegyverző egyéniség. Pontosan az a képlet, amelytől valaki filmszerepre megfelelő lehet, ugyanazt a személyt alkalmatlanná teszi arra, hogy a tv-ben elfogadják. Mert a forró filmmédiumnak olyan emberekre van szüksége, akik nagyon határozottan valamilyen *típusnak* látszanak. A hűvös tv-médium nem tudja megemészteni a típusokat, mert a nézőnek azt a munkáját, hogy „lezárja” vagy befejezze a képet, kudarcra kárhoztatja. Kennedy elnök nem látszott gazdag embernek vagy politikusnak. Vegyeskereskedőtől vagy professzortól futballtrénerig minden lehetett volna. Beszéde nem volt annyira előre kész, hogy tönkretette volna körvonalának és arckifejezésének kellemes homályát. A palotából a fakunyhóba, a gazdagságból a Fehér Házba ment, a tv-felfordulás és rendtelenség mintája szerint.

Ugyanezeket az alkotórészeket találjuk meg bármelyik népszerű tv-figurában. Ed Sullivan, aki kezdettől fogva mint a „nagy kőarc” volt ismert, olyasvalaki, aki rendelkezik a felépítés szükséges nyersségével és azzal az általános szoborszerűséggel, amely elengedhetetlen ahhoz, hogy valaki komoly méltányolást kapjon a tv-ben. Jack Paar egészen más – nem is kusza, nem is szoborszerű. Másfelől viszont jelenléte a tv-ben teljes egészében elfogadható, kifejezetten hűvös és keresetlen verbális tevékenysége miatt. A Jack Paar-műsor tárta fel, hogy a tv-nek mélységesen szüksége van spontán csevegésre és dialógusra. Jack felfedezése, hogy a mozaikszerű tv-képet kiterjeszti a műsor egész formátumára, mikor is látszólag bárkit bárhonnét elcsíp a legkisebb beavatkozásra. Valójában azonban értett ahhoz, hogyan hozzon létre mozaikot a többi médiumból, az újságírás és a politika, a könyvek és a Broadway és általában a művészet világából, míg végül is félelmetes riválisa lett magának a sajtómozaiknak. Miként Amos és Andy csökkentette a templomok látogatottságát a rádió régi napjaiban, ugyanúgy Jack Paar biztosan megritkította az éjjeli mulatók közönségét kései műsoraival.

S mit mondjunk a Nevelés Televízióról? Amikor a hároméves gyerek a tv előtt ül, és az apjával meg a nagypjával az elnök sajtókonferenciáját nézi, az illusztrálja a televízió komoly nevelési szerepét. Ha azt kérdezzük, mi a tv viszonya a tanulási folyamathoz, akkor a felelet biztosan az, hogy a tv-kép, azáltal, hogy a hangsúlyt a részvételre, a dialógusra, a mélységre helyezi, Amerikát a nevelés programozásának követelménye elé állította. Hogy lesz-e valaha is tv minden tanteremben, az mellékes. A forradalom már végbe ment az otthonokban. A tv megváltoztatta érzéki életünket és mentális folyamatainkat. A tv kedvet teremtett ahhoz, hogy mindent *mélységben* tapasztaljunk, s ez a nyelvtanulást ugyanúgy érinti, mint az autók stílusát. A tv megjelenése óta senki sem elégedett a francia vagy angol költészet könyvszerű ismeretével. Az egyhangú kiáltás ma ez: „Beszéljünk franciául!” és „Halljuk a lantost!”. S ami elég furcsa, a mélységi igénnyel együtt jár a ripszropsz programozás igénye. Ne csak mélyebbre, hanem tovább is: ez lett a szokásos népszerű követelmény a tv megjelenése óta.

Remélhetőleg eleget mondtunk a tv-kép természetéről ahhoz, hogy megmagyarázzuk, miért kell ennek így lennie. Hogyan hathatná át az életünket még jobban, mint amennyire eddig tette? A puszta tantermi használat nem tudná kiterjeszteni a befolyását. Persze tantermi felhasználása megköveteli a tantárgyak és a tantárgyak megközelítésének újjászervezését. Ha csak annyi történe, hogy a mai tanrendet tv-re vinnék, az annyi lenne, mintha a mozikat vinnék a tv-re. Az eredmény olyan hibrid, amely nem lenne azonos egyikkel sem. A helyes megközelítés ezt kérdezi: „Mi olyat tehet a tv a francia nyelvtanért vagy a fizikáért, amit a tanterem nem tehet?” A tv illusztrálhatja a folyamat összjátékát és mindenféle forma növekedését oly módon, ahogyan semmi más nem teheti.

Az érem másik oldala az a tény, hogy a vizuálisan szervezett nevelési és társadalmi világban a tv-gyermek hátrányos helyzetű nyomorék. Közvetett utalást tett erre a megdöbbenő fordulatra William Golding *A legyek ura* című regénye. Egyfelől nagyon hízelgő, amikor jólnevelt gyerekek csapatáról azt mondják, hogy mihelyt kijutnak a nevelő látóköréből, a bennük buzgó vad szenvedély felforr, és elsodor gyermekkocsit és járókát. Másfelől Mr. Golding pasztorál példabeszédének van bizonyos jelentése a tv-gyermekben végbemenő lélektani változások szempontjából. Ez a kérdés oly jelentős bármely eljövendő kulturális és politikai stratégia szempontjából, hogy megérdemli, hogy címként emeljük ki, és tömören összegezzük:

Miért nem tud a tv-gyermek előrenézni?

A belemerülést a mélység élményébe a tv-n keresztül csak a vizuális és mozaikszerű tér közötti különbség fogalmaiban magyarázhatjuk meg. E radikálisan eltérő formák megkülönböztetésének a képessége egészen ritka a mi nyugati világunkban. Azt szokták mondani, a vakok országában a félszemű ember nem lesz király. Ugyanis a vakok hallucináló holdkórosnak gondolják. Egy rendkívül vizuális kultúrában ugyanolyan nehéz a térformák nem vizuális tulajdonságait közölni, mint a vaknak a vizualitást magyarázni. *A relativitás ABC-jében* Bertrand Russell azzal kezdi a magyarázatát, hogy semmi nehéz nincsen Einstein gondolataiban, csakhogy azok képzeletvilágunk teljes reorganizációját kívánják. Nos, pontosan ez a képzeleti reorganizáció az, ami a tv-ben megvalósult.

A szokásos képtelenség arra, hogy különbséget tegyünk fénykép és tv-kép között, nemcsak napjaink tanulási folyamatának egyik bénító ténye; jellemzője ez a nyugati kultúra egy korszakot átfogó kudarcának. A művelt ember, aki olyan környezethez szokott, amelyben a vizuális érzéket terjesztették ki mindenhová az organizáció elve gyanánt, néha feltételezi, hogy a primitív művészet mozaikjellegű világa vagy akár a bizánci művészet világa csupán fokozati különbséget képvisel, bizonyos kudarcát annak, hogy vizuális ábrázolásait a teljes vizuális hatásosság szintjére hozzák. Mi sem lehetne ennél távolabb az igazságtól. Ez olyan téves koncepció, amely századokon át rontotta az egyetértést Kelet és Nyugat között. Napjainkban a színes és a fehér társadalmak közti viszonyt rontja.

A legtöbb technológia olyan teljességet hoz létre, amely egész nyilvánvalóan különválasztja az érzékeket. A rádió a hallás, az igényes fényképezés a látás kiterjesztése. De a tv mindenekfelett a tapintási érzék kiterjesztése, amely az érzékek maximális összjátékát vonja magával. A nyugati ember számára azonban a mindent átfogó kiterjesztés a fonetikus írás eszközével történt, az pedig a látási érzék kiterjesztésének a technológiája. Ezzel szemben az írás valamennyi nem fonetikus formája művészi mód,

amely az érzéki hangszerelés nagy változatosságát őrzi meg. Egyedül a fonetikai írásnak van meg az a hatalma, hogy elválassza és töredékessé tegye az érzékeket, és levetkezze a szemantikai komplexséget. A tv-kép megfordítja az érzéki életnek azt az analitikus széttöredezését, amit a nyomtatáson alapuló műveltségi folyamat eredményezett.

A folyamatosság, az egyöntetűség és a következetesség hangoztatása, amely a műveltségből ered, szembeállít bennünket azokkal a nagy technológiai eszközökkel, amelyek a folyamatosságot és a linearitást töredezett ismétlődésen keresztül valósítják meg. Az ókori világ ezt az eszközt a téglában találta meg, akár falról, akár útról volt szó. Az ismétlődő, egyforma téglák, ez a nélkülözhetetlen alkotója útnak és falnak, városoknak és birodalmaknak, a vizuális érzék kiterjesztése. *A téglafal nem mozaikjellegű forma*, a mozaikjellegű forma pedig nem vizuális struktúra. A mozaikot lehet látni, ahogy a táncolást is lehet, de vizuálisan nincs *strukturálva*, s nem is kiterjesztése a vizuális képességnek. Mert a mozaik nem egyöntetű, nem folyamatos vagy ismétlődő. A mozaik nem folyamatos, nem szimmetrikus és nem lineáris, hasonlóan a tv-képhez. A tapintási érzék számára minden dolog váratlan, ellenkező, eredeti, ösztönös, furcsa. G. M. Hopkins *Tarka szépség* című verse katalógusa a tapintási érzék ismérveinek. A vers a nem vizuális elem manifesztuma, s hasonlóan Cézanne-hoz, Seurat-hoz vagy Rouault-hoz, nélkülözhetetlen kulcsot ad a tv megértéséhez. A modern művészet nem vizuális, mozaikszerű struktúrája – hasonlóan a modern fizika és elektromos információ alakzataihoz – csak kevés elkülönülést tesz lehetővé. A tv-kép mozaikszerű formája részvételt és bekapcsolódást kíván, ugyanúgy, mint a tapintási érzék. Ezzel ellentétben az írásbeliség, azáltal, hogy a vizuális képességet kiterjeszti az idő és a tér egységes szerkezetére, pszichikusan és fizikailag lehetővé teszi az elkülönülést és a be nem kapcsolódást.

A vizuális érzék, ha azt fonetikus írásbeliséggel terjesztjük ki, erősíti azt az analitikus szokást, hogy csak egyetlen szemszöveget észleljünk a formák világában. A vizuális képesség lehetővé teszi számunkra, hogy időben és térben egyetlen mozzanatot izoláljunk, mint az ábrázolóművészetben. Egy személy vagy egy tárgy vizuális ábrázolásában egyetlen fázist vagy mozzanatot, vagy aspektust választunk ki a személy vagy tárgy ismert vagy érzett fázisai, mozzanatai, aspektusai közül. Ezzel szemben az ikonografikus művészet úgy használja a szemet, ahogy mi a kezünket használjuk, hogy olyan átfogó képet alkossunk, amely a személy vagy dolog sok mozzanatából, fázisából vagy aspektusából áll. Az ábrázolás ikonszerű módja tehát nem vizuális, és nem is specializációja az egyetlen pozícióból néző vizuális szempontnak. Az észlelés tapintási módja hirtelen, de nem specializált. Totális, színesztéziás, és átfog minden érzéket. A tv-gyermek, akit áthat a mozaikszerű tv-kép, a világgal olyan szellemben találkozik, amelyik ellentétes az írásbeliséggel.

A tv-kép, hogy úgy mondjuk, még az ikonnál is nagyobb méretű kiterjesztése a tapintási érzéknek. Ahol egy írásbeli kultúrával találkozik, ott szűköszerűen növeli az érzéki keveréket, mert a töredékes és specializált tapaszt-

talatot varrat nélküli szövődékké alakítja át. Az ilyen átalakítás természetesen „katasztrófa” egy specializált, írásbeliségen alapuló kultúra számára. Elhomályosít sok népszerű attitűdöt és eljárást. Tompítja az alapvető pedagógiai technikák hatását és a tantervek helytálló voltát. Ha másért nem, már csak emiatt is fontos lenne ismerni a formák dinamikus létét, azt, hogy miként rakódnak ránk és egymásra. A tv közellátóvá teszi az embert.

Azok a fiatal emberek, akik átéltek egy tv-évtizedet, természetesen magukba szívták a mély bekapcsolódásnak azt a szükségletét, amely a szokványos kultúra távoli, vizuális céljait irreálissá és érdektelenné, sőt nemcsak érdektelenné, de vérszegénnyé is teszi. A totális bekapcsolódás a mindent átfogó *mostaniba* az, amit a tv mozaikszerű képe a fiatal életekben kivált. Az attitűd e változásának semmi köze a műsorhoz, ez ugyanaz lenne, ha a műsorok kizárólag a legmagasabb igényű kulturális tartalommal rendelkeznének. Az attitűdnek a tv mozaikszerű képével kapcsolatos változása minden esetben bekövetkezne. Természetesen a mi dolgunk nemcsak az, hogy megértsük ezt a változást, hanem az is, hogy kiaknázzuk pedagógiai gazdaságosságát. A tv-gyermek bekapcsolódásra vár, és nem akar specializált munkakört a jövőben. Szerepet és mély elkötelezettséget akar a társadalomban. Ez a gazdagon emberi szükséglet féktelenül és félreértetten manifesztálódik azokban az eltorzult formákban, amelyeket a *West Side Story* rajzol meg.

A tv-gyermek mer előrenézni, mert azt akarja, hogy bevonják, s nem tud töredékes és pusztán vizuális célt vagy rendeltetést elfogadni sem a tanulásban, sem az életben.

Gyilkosság a televízióban

Jack Ruby lelőtte Lee Oswaldot, miközben szorosan körülfogták az örök, akiket megbénítottak a televíziós kamerák. A televízió megbabonázó és magával ragadó hatalmának aligha volt szüksége erre a kiegészítő bizonyítékra az emberi percepcióra kifejtett sajátos hatása tekintetében. A Kennedy-gyilkosság közvetlenül megértette az emberekkel egyfelől azt, hogy milyen hatalmas van a televízióknak a mély részvétel megteremtésében, másfelől pedig azt, hogy milyen fantasztikusan bénító hatása is van. A legtöbb embert megdöbbenetette, hogy az esemény milyen mélységes jelentőséget árasztott a számára. Sokakat meglepett a tömegreakció hűvös volta és nyugalma. Ugyanez az esemény, ha ezt (televízió hiányában) sajtó és rádió tárgyalta volna, teljesen más élményt nyújt. A nemzet halántéka átforrósodott volna. Az izgalom mérhetetlenül nagyobb lett volna, a tudatos, közös részvétel viszont sokkal kisebb.

Mint korábban kifejtettük, Kennedy kitűnő tv-kép volt. Ugyanolyan hatással használta ezt a médiumot, amilyen hatásosan Roosevelttel tanulta meg használni a rádiót. A tv birtokában Kennedy természetesen találta, hogy a nemzetet bevonja az elnöki hivatalba, mind operatíván, mind képileg. A tv

messzebbre nyúl a hivatali tulajdonságainál. Potenciálisan az elnökséget monarchikus dinasztivá alakíthatja át. Egy választáson alapuló elnöki rendszer nemigen nyújthatja az elkötelezettségnek azt a mélységét, amit a tv-forma kíván. A tv-ben a diákhallgatóság még a tanárokat is olyan karizmatikus és misztikus jelleggel látszik felruházni, amely messze felülmúlja a tanteremben vagy előadóteremben kialakuló érzéseket. A tv-oktatás közönségreakcióit vizsgáló számos tanulmányban visszatér ez a meglepő tény. A nézőnek az az érzése, hogy a tanár szinte egy szent dimenziójával bír. Ennek az érzésnek az alapja nem fogalmakban vagy eszmékben van, hanem a hivatalban és a megmagyarázhatatlanban látszik megbújni. Meglepi mind a diákokat, mind azt, aki azok reakcióit vizsgálja. Beszédesebben aligha figyelmeztethetne bennünket valami is a tv jellegére. Ez nem annyira vizuális, mint inkább tapintási-hallási médium, amely valamennyi érzékünket bevonja a mélységi összjátékba. Olyan emberek számára, akik hosszú idő óta hozzászoktak a tipográfiai és fotografiai változatok vizuális élményéhez, a tv-élmény *szinesztéziája* vagy tapintási mélysége látszik annak a tényezőnek, amely eltávolítja őket szokásos és passzív elkülönülő attitűdjüktől.

A hagyományos, irodalmi műveltségű ember banális és rituális megjegyzése arról, hogy a tv a passzív nézőknek nyújt élményt, meg sem közelíti az igazságot. A tv mindenekfelett olyan médium, amely alkotó módon részt vevő válaszokat kíván. Azok az ősrök, akik elmulasztották Lee Oswaldot megvédeni, nem voltak passzívak. Annyira elmerültek a tv-kamerák pusztá láttára, hogy elvesztették az érzéküket egyébként gyakorlati és specializált munkájuk iránt.

Talán a Kennedy-temetés volt az, amikor a tv a legerősebb benyomást tette a közönségre azzal a hatalmával, hogy egy alkalmat a testületi részvétel jellegével ruházzon fel. A sport kivételével soha nemzeti eseménynek még nem volt ilyen közönsége. Ez az esemény megmutatta: a tv példátlan képességgel rendelkezik abban a tekintetben, hogy a közönséget egy komplex *folyamatban* való részvételbe vonja be. A temetés mint testületi esemény, még a sport képét is elhalványította, és jelentéktelen arányúra zsugorította. Röviden: Kennedy temetése megmutatta, milyen hatalommal rendelkezik a tv ahhoz, hogy az egész lakosságot bevonja egy rituális folyamatba. Vele összehasonlítva a sajtó, a film, de még a rádió is csak csomagoló eljárás a fogyasztók számára.

A Kennedy-esemény mindennél jobb alkalmat ad arra, hogy tudomásul vegyük a „hideg” tv-médium egy paradox vonását. A mélybe merít bennünket, de nem izgat fel, nem agitál, nem korbácsol fel. Feltehetőleg ez a jellemzője minden igazán mély élménynek.

5.2. Médiamonopóliumok és demokrácia

Ben H. Bagdikian

A demokrácia és a média

Amerikában a közösségek és újságjaik közötti kötelékek már a kezdetektől fogva igen erősek. A 18. században a pionírok a tengerparti városokból indulva behatoltak a kontinens belsejébe, és szorosan a nyomukban jártak a vándorló nyomdászok, akik azt szerették volna, hogy minden településnek meglegyen a maga újságja. A korai rádióállomások nem korlátozódtak olyan országos központokra, mint New York és Washington, hanem olyan helyekről is közvetítették műsoraikat, mint például Medford Hillside (Massachusetts) és Stevensville (Montana). Az újságok mindmáig viselik a nekik otthont adó városok nevét, s a rádió- és televízióállomásoktól megkívánják, hogy meghatározott közösségekben működjenek, a helyi stúdiókban a helyi kérdésekről szóló műsorokat állítva elő. Ez nem valami mellékes furcsaság, hanem központi fontosságú vonás, mert megfelel az Egyesült Államok sajátos kormányzati rendszerének.

A legtöbb fejlett országban minden fontos közérdekű ügyet a fővárosban intéznek el. Nem így az Egyesült Államokban. A szavazók a közösségekben szerte az Egyesült Államokban rendszeresen megválasztanak 500 ezer helyi tisztségviselőt, 65 ezer helyi kormányzati testület és bizottság működtetéséhez. A helyi tisztségviselők irányítják az iskolákat, a bíróságokat, a különféle zónák kijelölését, a tűzvédelmet és a rendőrséget, sok más életfontosságú funkcióval együtt. Még az országos kormányzatnak is van egy helyi alapú demokratikus összetevője a Képviselőházban, 435 helyi választókerület képviselőivel, amelyek közül némelyik hatásköre csupán néhány városi kerületre terjed ki. Ez a rendszer megfelel egy olyan ország számára, amit a lakosság, a helyi kultúrák, a gazdaság és a földrajzi adottságok rendkívüli változatossága jellemez. Ám egyúttal ijesztően nagy felelősséget ró a szavazókra. Az Egyesült Államoknak – más fejlett demokráciáktól eltérően – nincs olyan parlamentáris politikai rendszere, amelyben a szavazók a politikai pártokra adják le szavazócéduláikat. A pártok a legtöbb országban megkülönböztethető álláspontokat foglalnak el a különféle országos programokkal kapcsolatban, amelyeknek a különbségeit a szavazók könnyen felismerhetik. Az ezekben az országokban szavazó állampolgárok tudják, hogy amikor leadják szavazatukat valamelyik párt jelöltjére, akkor egy bizonyos politikára szavaznak. Az Egyesült Államokban a szavazók olyan egyéni jelöltekre adják le szavazatukat, akik nem kötődnek semmiféle pártprogramhoz, kivéve retori-

kájukban, vagy még akkor sem mindig. Egyes republikánusok liberálisabbak, mint némelyik demokrata, egyes szabadelvűek radikálisabbak, mint bizonyos szocialisták, és sok helyi jelölt indul bármiféle párthoz való tartozás nélkül. Egyetlen amerikai állampolgár sem szavazhat értelmesen anélkül, hogy ne ismerné az egyes jelöltek eszméit, politikai hátterét és elkötelezettségeit bizonyos ügyek iránt. Egyetlen országos terjesztésű újság vagy műsorközlő állomás sem képes megfelelően beszámolni a 65 ezer helyi választóköri terület valamennyi fontos ügyéről, illetve az azok érdekében fellépő jelöltekről. Ezt csupán a helyi médiumok tudják megtenni, és ha ezt elmulasztják, akkor a szavazók az egyetlen információs alternatívára, a fizetett politikai propagandára vannak utalva, vagy egyáltalán nem jutnak információhoz.

Az egyes szavazókerületek saját tömegtájékoztatási eszközeinek sohasem alakult ki semmiféle pontos mintázata. Valaha azonban létezett ilyesmi. 1900-ban például 1737 városi körzet volt és 2226 napi- és hetilap. Az újságok egy-egy város saját médiumai voltak, és a legtöbb lap ugyanabban a városban élő saját olvasóinak az érdeklődését szolgálta ki. Ez részletesebb tájékoztatást és politikai elemzést jelentett. Az olvasók erősen kötődtek ezekhez az újságokhoz, és nagyobb részét biztosították a lapok bevételeinek, mint amennyit az 1980-as évek újságolvasói fizetnek mézesmázosabb napilapjaikért. A múltban több kisebb újság volt, és a kisebb újságok azt jelentették, hogy kevesebbe került új lapokat indítani. Ha a meglévő lapok nem elégtették ki a közösség valamely jelentősebb részének az érdeklődését, akkor számítani lehetett arra, hogy valamely vállalkozó vagy egy megfelelő politikai beállítódású kiadó új lapot indítson az addig érintetlen közönség kiszolgálására. Ennek eredményeként a századforduló táján az újságok gyorsabban és pontosabban tükrözték a lakosság szükségleteiben és igényeiben bekövetkező változásokat.

A reklámbevételek hajszolása megváltoztatta az amerikai nyomtatott sajtó sokoldalúságát és rugalmasságát. Csökkentette a média válaszképességét az olvasói igényekre. A kiadók nagyobb mértékben támaszkodtak a hirdetési bevételekre, mint az előfizetési díjakra. A reklámok minden egyes napon felduzzasztották az újságok terjedelmét, s ezek előállításához nagyobb nyomdaüzemekre, több papírra és nyomdafestékre, valamint nagyobb személyzetre volt szükség, ami azzal az eredménnyel járt, hogy többé nem volt könnyű az újonnan jötteknek belépni a sajtóüzletbe. Ahogy az ország népessége növekedett, és új közösségek alakultak ki, a régi minta eltűnt. A változó politikai erőviszonyoknak megfelelő új lapok helyett a meglévő újságok terjeszkedtek ki saját lakóközösségi kereteiken túl az új közösségek felé, és egyre inkább nem valamennyi új polgárt kívánták elérni, hanem inkább csak a jobb módú fogyasztókat. Hamarosan mindegyik nagyvárosi újság mintegy „elővételi jogon” kiterjesztette előfizetőinek körét több ezer négyzetmérföldnyi területre, amelyeken közösségek és szavazókerületek százaai voltak megtalálhatók. Az újonnan befogott lakosságot valósággal elöntötték a regionális célzatú reklámok egyre

növekvő áradatával, de az újságok – és később a rádió- és televízióállomások – nem voltak képesek többé azt nyújtani minden egyes közösségnek, amire annak szüksége lett volna saját problémáinak és szükségleteinek megértéséhez.

1900-tól 1950-ig az amerikai lakosság megduplázódott, miközben a városok száma majdnem a háromszorosára, 4700-ra emelkedett. A napilapok száma azonban ugyanekkor 2226-ról 1900-ra csökkent. Az új városok és nagyvárosok polgárai – eltérően a korábbi időktől – szinte semmiféle rendszeres tájékoztatást nem kaptak saját közösségeik ügyeiről, és még a régebbi városok polgárai is kevesebb információhoz jutottak, mint korábban, mivel újságjaik és műsorközlő állomásaik figyelme kifelé, szélesebb területek felé fordult.

Az egyes nagyvárosi újságok és televízióállomások óriási hatóköre felgyorsította az ország városi geográfiájának alapvető megváltozását. A második világháború után a jómód és az autók terjedése elősegítette sok családnak az elővárosokba költözését. A „városmegújítási” programok a belvárosi negyedeket, amelyek korábban koherens lakóhelyi és helybeli kereskedelmi központok voltak, regionális nagyvállalati központok elhelyezkedésének a színtereivé tették. Ez a változás megszüntette az újságok értékesítéséből befolyó jövedelem egyik fő forrását. Az új államközi országútrendszer kifejlődése ösztönözte a lakóhelyek, az üzemek és a hivatalok nagyobb területen való szétszóródását, tovább erősítve a politikai közösségek és a belvárosi hírközönség felhígulását. A korábban lakóhelyi komplexumként működött belvárosi körzeteket leromboló programokat ironikus módon még támogatták is a nagyvárosi újságok, amelyek az adott helyzetben az ingatlanügyletek és más fejlesztési programok végrehajtói felé orientálódtak, de mindezek a változások romboló hatást fejtettek ki az újságok hagyományos napi előfizetői bevételeire. A demográfiai változások szintén sietteték a helyi tulajdonban lévő kiskereskedelmi vállalkozások kimúlását az egyre nagyobb országos és multinacionális vállalatok térnyerése érdekében, ami viszont még távolabbra taszította az újságokat és a műsorközlő állomásokat a saját közösségeik igényeinek kielégítésétől.

A második világháború után a tömeges reklám folyamatosan lerombolta az egymással versengő napilapokat, s a monopóliumok váltak a normává. Az új elővárosokban voltak új napilapok, de jóval kisebb számban, mint amennyi az amerikai városokban a múltban létrejött. Az új monopóliumok nagyvállalatai a belvárosi negyedekből kiterjeszkedtek az elővárosokra, maguknak szerezve meg a legjobb hirdetéseket, amelyek egyébként egy-egy kisebb helyi napilapot szolgáltak volna. A meglévő lapok nem fedték le az újságírás szintjén az új közösségeket. 1920-ban 2722 város és 2400 napilap volt az országban. 1980-ra a városok száma 8765-re nőtt, ám ugyanekkor már csak 1745 napilap jelent meg. Ma több mint 7000 amerikai városnak nincs saját napilapja.

A második világháború után kialakult új minta igen mély hatást gyakorolt arra a módra is, ahogyan a híreket szerkesztették. Az egyik változást az olyan „hírek” új kategóriájának a megjelenése jelentette, amelyek valójában nem is voltak hírek. Ezek azt a szürke, „pehelysúlyú” tartományt vették célba,

ami részben az olvasók érdeklődését kielégítő szórakoztatásból, de leginkább a vásárlási kedvet fokozó „csalik” kihelyezését szolgáló könnyű olvasmányokból tevődött össze, még több reklám befogadásának előkészítéseként. Az ilyen „pehelysúlyú” anyagok közlése az újságokat még tovább vastagította, miközben drasztikusan csökkentette azt a terjedelmet, amely hagyományosan az egyes újságok központi magját alkotta: a friss híreket és a helyi eseményekkel kapcsolatos kommentárokat. Az újságkiadó vállalatok prioritásai csendben átrendeződtek, a fontos politikai eseményekről való tudósításoktól a reklámközpontú szerkesztőségi anyagok felé orientálódva. Az új hangsúly megváltoztatta az újságok munkatársi gárdáját, adminisztratív működését és szerkesztőségeik vezetését is.

Az újságok új formája kihatással volt az olvasók és a sajtó viszonyára is. 1900-ban az újságok előfizetői személyes jövedelmüknek kétszer akkora hányadát fordították napilapok megvásárlására, mint az 1980-as évek előfizetői. 1900-ban mindegyik újság többet jelentett olvasói számára, mivel a hírek szorosabban kapcsolódtak az olvasók saját közösségéhez, és mindegyik újság közelebb állt olvasóinak politikai és társadalmi érdeklődéséhez. A régi újságok válaszkészsége saját olvasóik igényeire a társadalmi fejlődés iránti érzékenységet tükrözte: ahogy a társadalmi erők változtak, leggyakrabban úgy változtak velük együtt az újságok is. Az 1900-as évek újságjai nagyobb felelősséggel viszonyultak olvasóikhoz, mivel pénzügyi sorsuk olvasóik hűségétől függött. A hírek olvasása – egyebek között – intenzív törődést jelentett a politikai és társadalmi változásokkal, és az egyes olvasókat személy szerint is nagyobb mértékben vont be a közügyekbe. Az egyes újságok érzékenysége és válaszkészsége a célközönségét jelentő társadalmi csoportok felé ugyanakkor nem jelentett minden szempontból kizárólag előnyöket a társadalom számára. A közösség különféle szegmentumainak könnyebb volt különböző módokon látniuk a világot. Az újságok speciális orientációja gyakran növelte a szakadékokat a közösségeken belül. Nem világos azonban, hogy ez vajon rosszabb volt-e, mint az ellentétek csillapítására törekvő hírszolgáltatás, ami kerüli a pártos kiállást egy olyan társadalomban, amelynek a politikai rendszerét a pártok melletti elkötelezettségre alapozták, és jó okkal hibáztatható a mai apátiáért. Nem világos továbbá az sem, hogy a nagy területek ellátása érdekében egységessé tett híryanagok megfelelő tájékoztatást adnak-e az állampolgárok helyi szinteken meghozandó alapvető politikai döntéseikhez.

A monopóliumok és a tömeges reklám előretörése csökkentette az egyes közösségekre vonatkozó információ mennyiségét az újságokban. Ez megváltoztatta az újságokat, még jóval azelőtt, hogy a műsorszórás fontosabb hírközlési rendszerré vált volna, bár a rádió és a televízió is hamarosan átvette ugyanezt a doktrínát, mivel az új médiumok léte még nagyobb mértékben a reklámbevételekre alapozódott.

Az újságok azért tették semlegesebbé az általuk szolgáltatott tájékoztatást, mert attól féltek, hogy a közönségük egy részének a kedvéért határozottabb

állásfoglalással megfogalmazott hírek és nézetek sértők lehetnek a közönség egy másik része számára, és ennek következtében csökkenhet előfizetőik köre, ami viszont meghatározta a reklámok közlésének díjszabását. Míg valaha az újságoknak – speciális olvasóközönségük kielégítése folytán – nyereséget hozott, ha bizonyos kérdések és eszmék szócsövévé váltak, a hasonló törekvések ma veszélyeztetik a nagyobb profitok megszerzését. Az újságok és később a műsorközlő állomások is valamennyi potenciális jómódú fogyasztót maguknak kívántak megszerezni, tekintet nélkül azok személyes politikai beállítódására. Következésképpen, ha valamely csoport egészében szegénynek számított, ami bizonyos kisebbségek esetében igaz is volt, az újságok igyekeztek nem tudomást venni a velük kapcsolatos hírekről és az őket érintő kérdésekről. Az alacsonyabb jövedelmű közösség problémái általában nem váltak hírré mindaddig, amíg valamilyen robbanás nem következett be, ami viszont már érintette a jómódú fogyasztókat is.

Az alapvető médiapolitikában a problémák elkenése vált a követendő normává. A társadalmilag érzékeny híryanagok közlése a lakosság valamely szegmentumának érdekében bántó lehet a más véleményen lévők számára, akik az igazán fontos réteget képezik az újságok érdekei szempontjából, mivel – a köztük is fennálló nézetkülönbségekre való tekintet nélkül – tőlük várható, hogy megvásárolják a reklámozott árucikkeket. A híryanagok semlegessé tétele maguknak a híreknek a kiválasztásában és a beszámolóik stílusában egyaránt megnyilvánult. Az amerikai újságírás elkezdte kiszűrni az eszméket és az ideológiákat a közügyekből, a hazafisággal és az üzleti vállalkozással kapcsolatos legbiztonságosabb és leginkább sztereotípiává vált tartalmak kivételével. Azt a szemléletet tette magáévá, amit az újságírók két nemzedéke helytelenül „objektivitásnak” nevezett.

Az „objektivitás” standard változatának hívei úgy tartják, hogy az a 19. század végén, a szenzációhajhászás ellenében jött létre. Ez nagymértékben így is volt, és ez önmagában is vonzóvá tette a komoly újságírók szemében. Az „objektivitás” nagyobb fegyelmet kívánt a riporterektől és a szerkesztőktől, mivel azt a követelményt támasztotta velük szemben, hogy minden egyes közleményt valamilyen tekintélyhez kössenek. Egyetlen közlekedési balesetről sem lehetett beszámolni egy rendőrőrmester szavainak idézése nélkül. Semmiféle háborús eseményről nem lehetett hírt adni a kormánytisztviselők jóváhagyása nélkül. Az „objektivitás” megnövelte a szó szoros értelmében vett tények mennyiségét a hírekben, és sokat tett a fokozódó fegyelem és a morális érzék erősítéséért az újságírásban.

Az új doktrína azonban nem volt igazán objektív. Különböző személyek ugyanarról a jelenetről írva sohasem produkálják ugyanazt a beszámolót. Az a mód pedig, ahogyan az „objektivitást” alkalmazták, nagy árat követelt az újságírástól, és sokba került a közérdeknek is.

Az „objektivitás” követelménye – minden technikai előnye mellett – ellentmondott az újságírás alapvetően szubjektív természetének. Az

újságírási folyamat minden egyes alapvető lépése magában foglal egy értékekkel terhelt döntést: A környezet végtelen számú eseménye közül melyek érdemlik meg, hogy tudósítsunk róluk, és melyeket kell figyelmen kívül hagyni? A riporter végtelen számú megfigyelése közül melyekről kell beszámolni? A tudomására jutott tények közül melyek kerüljenek be a sztoriba? A cikkben érintett események közül melyik kerüljön az első bekezdésbe? Melyik sztori legyen kiemelve az első oldalon, és melyiket kell eltemetni az újság belsejében, vagy félredobni? Ezek közül egyik sem igazán objektív döntés. Az „objektivitás” fegyelmező technikái a tudományosság megtévesztő auráját teremtik meg, és ez majdnem egy évszázadon keresztül a kikezdzhetetlen korrektség illúzióját nyújtotta az amerikai újságírásnak.

Az „objektív újságírás” túlnyomó hangsúlyt helyezett a megalapozott tekintélyes és hivatalos forrásokra, s eközben hajlamos volt figyelmen kívül hagyni nagy és fontos területeket, amelyekről a hatóságok nem szívesen beszéltek. A társadalmi erők küzdelmét személyiségek retorikus versengéseként mutatta be, magát a riportert olyan alárendelt szereplőként állítva be, akinek nem áll módjában a hivatalos információkban vagy indokolásokban nyilvánvalóan meglévő rések betöltése. Az „objektivitás” még tovább szélesítette a magántőke hatalmának realitásai és a nagyközönség illuzórikus képzetei között tátongó szakadékot, ami állandó fenyegetést jelent a demokráciára.

Az „objektivitás” abban az irányban hatott, hogy a hírek felületesek maradjanak, mivel valamely egyedi tárgy túlságosan mély boncolgatása untathatja a közönség egy részét, vagy bántó lehet valakik számára. Kiszűrte az események értelmezését és a háttér érzékeltetését, noha erre ebben, a politikai traumáktól sújtott évszázadban óriási szükség volt. A tények felsorolása világháborúkról, népiirtásokról, válságokról és a nukleáris fegyverek túlszaporodásáról hasznos, de nem adekvát tájékoztatás: már a fenti témák pusztá felsorolása is azt sugallja, hogy valamennyi tény egyenértékű. A hírekről való beszámolás legbiztonságosabb módszere a tekintélyes személyiségek szavainak reprodukálása volt, ám a legtöbb tekintélyes figura – az imázsteremtés és a reklám (*public relations*) természetéből adódóan – igen gyakran tesz pontatlan és a saját érdekeit szolgáló kijelentéseket. A fizikai bűnözés, a természeti katasztrófák és a balesetek politikailag biztonságos témák voltak, és ezek közlése tehető felelőssé azért a speciális amerikai híradási gyakorlatért, hogy a médiumok előszeretettel közöltek beszámolókat távoli balesetekről, függetlenül attól, hogy azok mennyire voltak fontosak a közönségüknek. A hírek hivatalosabbá és rendszerpártibbá váltak. Ez a doktrína az aktívan dolgozó újságírókra talán tudat alatt gyakorolta a legerősebb hatást: elhomályosította, és ennél fogva elfogadhatóbbá tette a hivatással ellentétes kompromisszumok megkötését a menedzseri hatalommal és a nagyvállalatok által befolyásolt politikával. A doktrína sok éven át kitartóan ható, kifinomult és alattomos működése és az ítéletalkotás, az állásfoglalás kerülésének ebből fakadó racionáléja megkönnyítette a komoly írók számára, hogy

ne foglalkozzanak a társadalmi eszmékkel és a politikai erővel, hanem a személyiségek versengésére koncentráljanak. Ez hozta létre a „Mi a hír?” örök kérdésére adott tautologikus választ: „A hír az hír.” A 20. század közepére az „objektivitás” elérte az elfogadott igazság státuszát. Az első nagyobb válság, amit az „objektivitás” idézett elő az újságírók számára ebben az évszázadban, Joseph McCarthy szenátor körül robbant ki, akinek az alakját nagyrészt abból a feltételezésből kiindulva rajzolták meg, hogy az újságírók csak akkor kötelesek leírni valamit, aminek az igazságát és jelentőségét igazolni tudják, ha az valamely tekintély szájából hangzik el.

McCarthy 1950 és 1954 között hazugságokkal és torzításokkal megbénította a kormány nagy részét, és hisztériát keltett az egész országban. Egyre vadabb kijelentéseket tett szovjet ügynökök magas pozíciókba való beépüléséről, beleértve az Egyesült Államok elnökének a hivatalait, továbbá az USA hadseregének legfelső vezetését és a Külügyminisztériumot. Abban az óriási politikai romhalmazban, amit McCarthy hagyott maga után, a szenátor egyetlen olyan szovjet ügynököt sem leplezett le, aki már előbb nem bukott le. Sok kompetens újságírónak bizonyítékai voltak arra, hogy McCarthy állításai hazugságok vagy okos torzítások voltak, egyes esetekben magának a szenátornak a saját bevallása szerint is, amire alkalomadtán az újságírókkal és szerkesztőkkel folytatott kedélyes ivászatai során került sor. A legtöbb újságíró-szervezet azonban tartotta magát a doktrínához, ami megkívánta, hogy a legdrámaibb tekintélyes személyiségtől csupán „hivatalos” nyilatkozatokat használjanak fel, McCarthy pedig az Egyesült Államok szenátora volt.

McCarthy hatalmának összeomlása után az újságírási kánon újraértékelésére fordított évek sem voltak mentesek az objektivitásból fakadó további kudarcoktól az apolitikus sajtóban. A faji kérdések megítélése a második világháború után politikailag és társadalmilag egyaránt igen erőteljes és hatásos erjedésen ment át, de az ilyen természetű problémák csak akkor váltak fontos hírekké, amikor tömeges tüntetésekből és lázadásokból robbantak ki, amelyekről azután később inkább rendőrségi akcióként, mintsem az amerikai színpad mélyreható változásairól számoltak be. Ugyancsak a társadalmi gondok exponálásától való vonakodás okozta azt is, hogy a strukturális szegénység egy gazdag társadalomban makacsul elhanyagolt jelenség maradt mindaddig, amíg fizikailag is érzékelhető jelenséggé nem vált.

A műsorközlés kialakulása az 1920-as években nem hozott létre olyan alternatív hírközlési rendszert, amely kibővítette volna a híradások spektrumát, és valódi versenyt teremtett volna a hírek megszerkesztésében és az eszmék elemzésében. Ehelyett a levegőn át sugárzott műsorokban – kisebb kivételekkel – egyszerűen beolvasták a nyomtatásban megjelent híreket, legtöbbször megcsonkított formában. A rádiós és televíziós híradók leg-hosszabbika is kevesebb információt nyújtott, mint egy fél újságoldal. Ez alól kivételt jelentett néhány kiváló híradás Európából, közvetlenül a második világháború előtt, noha azokat a rádióriportereket, akik ezt megteremtették,

gyorsan félreállították. A televízió ételtel telj közvetlensége erőteljes dimenziót adott hozzá a hírekhez, de tovább zsugorította még a nyomtatott sajtó szűk spektrumát is.

A televízió legfőbb hatása az újságokra nem zsurnalisztikai, hanem komerciális jellegű volt. Megdöbbenő alkalmassága az áruk eladására és a műsorok több ezer négyzetmérföldnyi területeken megvalósítható olcsó terjesztése verseny kialakulását eredményezte a nyomtatott és az elektronikus média között a potenciális fogyasztók egyre nagyobb körének elérése érdekében, olyan nagyra tágitva az elérhető közönség körét, hogy magukról a hirdetésekkel célba vett konkrét közösségekről immár lehetetlenné vált híreket közölni.

A televízió nyilvánvaló előnyei az újságokkal szemben a közvetlenség, a mozgás, a szín és a kényelmes elérhetőség. Vannak azonban óriási hátrányai is: mindegyik állomás egyidejűleg csak egy üzenetet tud továbbítani. Ha ez az üzenet túlságosan hosszú vagy túlságosan vitatható egyes nézők számára, akkor ezek egy másik csatornához fordulnak, vagy elkövetik azt a végső, legszörnyűbb bűnt, ami a televíziós vállalkozókat rémálmaikban kísérti: kikapcsolják a készüléket. Valahányszor egy néző csatornát vált, egy televízióállomás elveszít egy fogyasztót. Az újságoknál nem áll fenn ez a probléma. Ha akarják, hosszú történeteket közölhetnek, amelyekben örömet fogja lelteni az olvasók egy bizonyos csoportja. Más olvasók a következő rovatra fordíthatják a figyelmüket, vagy oda lapozhatnak, ahol inkább kedvükre való anyagot találnak. A szemünkkel való pásztázás a cikkek között vagy a lapok forgatása nem jelenti azt, hogy az újság kiadója elveszített volna egy fogyasztót.

A televíziós vállalkozók kezdettől fogva tudták, hogy fogyasztóik igen vegyes összetételű körében maximális figyelmet kell fenntartaniuk. A televízióműsorokra – a rendszeres szórakoztatás, a közérdekű témák, a hírek vagy a reklámok terén egyaránt – a nyomtatásnál sokkal inkább jellemző, hogy nem időzhetnek túlságosan sokáig bármely egyedi témánál, és nem lehetnek társadalmilag vagy politikailag vitathatók. A televízió korán megtalálta erre a választ története során. Ez pedig a figyelemfelkeltés és a történelemben való bekerülés két fejedelme: a szex és az erőszak. A szexet közvetett módon kellett felhasználni, tekintettel az országos közönség erkölcsére, tehát az burkoltan hatotta át a televíziót a szórakoztatás témáiban, a színésznők és a színészek kiválasztásában, a kétértelmű reklámokban és a tudat alattira való kifinomult utalásokban. Az erőszakot könnyebb volt hangsúlyozni, hiszen a bűnözés a nyomtatott sajtó standard témájaként is kiemelkedő szerepet játszott, továbbá a fegyverek és az erőszak megbecsült helyet foglaltak el az ország mitológiájában. Az erőszak bemutatása politikailag biztonságosan történhetett a rabló-pandúr típusú műsorokban, amelyekben a rendőrök erőszak alkalmazásával arattak győzelmet a bűnözők fölött, és a kémdrámákban is, amelyekben a kiválasztott külföldi ellenséget sikerült erőszakkal legyőzni.

Hiába a közönség szinte kezdettől fogva megnyilvánuló elégedetlensége, a szex és az erőszak együttes jelenlétének mértékét semmi sem tudta csökkenteni.

Egyes társadalomtudósok, valamint az Egyesült Államok egészségügyi szolgálatának munkatársai is felméréseket végeztek a televízióban bemutatott szex és erőszak magas előfordulási arányáról és ennek konkrét társadalmi következményeiről. Mindhiába: ha a televíziós producerek a szervezett bírálatok hatására esetenként csökkentik is ezek közül valamelyiknek az arányát, ugyanakkor növelik a másikat.

Ezeknek a televíziós „ikreknek” a társadalmi és lelki hatásai kiszámíthatatlanok. Az egészségügyi szolgálat vizsgálatai kimutatták, hogy a televíziós erőszak növeli a gyakorlatban előforduló tényleges erőszak megjelenését, továbbá a gyermekek körében az erőszak elfogadását. Más vizsgálatok kimutatták, hogy azok a gyermekek, akik sokat nézik a televíziót, cinikusabbak, mint azok, akik kevesebbet tévéznek. A televíziós reklám a legdrágább és legkifinomultabb művészeti produktum az amerikai társadalomban, amihez a legrafináltabb producereket és a legjobb színészeket szerződtetik, s a legkiválóbb technikai kivitelezést biztosítják. Egy 30 másodperces reklámokból álló sorozat létrehozása és közvetítése többbe kerül, mint amennyit egyes iskolakörzetek évente fordítanak a gyermekek oktatására. A reklámok magas szintű művészi kivitelezése a 30 másodperces időtartamot tette meg a figyelem alapvető egységének, ami ideális bizonyos marginális árucikkek eladására, de negatív pszichológiai és intellektuális következményekkel jár az átlagos amerikai gyermekekre, akik – mint a statisztikák mutatják – kétszer annyi órát fordítanak tévénézésre, mint amennyit az iskolában eltöltenek.

Nem csupán a morális züllés az, ami a szexet és az erőszakot állandóan jelenlévővé teszi a műsorokban, és távol tartja azokból a komoly tárgyakat. Nagy szerepet játszik ebben a televíziók vezetőinek az a vágya is, hogy az áruk és szolgáltatások eladására a lehető legnagyobb közönséget biztosítsák műsoraiknak, ameddig csak lehet. Ugyanez a makacs fennmaradás jellemzi – finomabb szinten – a televízióreklámokban rejlő érzelmi manipulációt. A reklámok szintén immúnisak maradtak a fogyasztói ügynökségektől, a társadalomkritikusoktól és a szülőktől érkező komoly tiltakozások változatos sokaságával szemben. A reklámok által végrehajtott cinikus manipuláció, csakúgy, mint a televíziós műsorszerkesztést általában is átható cinizmus, nem makacs rosszindulatból fakad, hanem azoknak az óriási nyereségeknek a hatalmából, amelyeket egyrészt a reklámokat finanszírozó nagyvállalatok, másrészt a médiakorporációk évente elkönnyvelnek.

A reklám igen befolyásos helyet foglal el az amerikai kultúrában. Világszerte a szimbólumává vált annak, hogy az ország a tejjel-mézzel folyó Kánaán földjének hírnevét szerezzék meg, ahol végtelen anyagi gazdagság vár mindenkire. A reklám mint művészi kifejezési forma – az ügyes grafikai kivitelezés és a szexualitás jelenléte miatt – igen gyakran szórakoztató és lebilincselő. Egyes reklámok gyakorlatiasak és informatívak. A legtöbb reklám egyfajta képzelt világot teremt, olyant, ahol nem csak kívülről nyomhatják rá orrukát az exkluzív üzletek kirakataira az egyszereű emberek. A reklám

valamennyi permutációjában – mint a nemzeti gazdagság szimbóluma, mint tervszerű szórakoztatás, mint hasznos termékekhez irányító útjelző és mint az érzelmek kiváltásának ravasz technikája egyaránt – egész generációkat kondicionált arra, hogy elfogadják az amerikai tájkép elkerülhetetlen részeként, ami épp annyira mindenütt jelen levő és megszokott, akárcsak a házak vagy a fák.

A reklámok bírálatára válaszként a média tulajdonosai azt mondják, hogy a közönség szereti a reklámokat. Egyesek nyilvánvalóan csakugyan kedvelnek bizonyos hirdetések, gyakran jobban is, mint amennyire azokat a kevésbé gondosan elkészített műsorokat kedvelik, amelyekbe a reklámokat beágyazzák. Kérdéses azonban, hogy a közönség valóban jóváhagyja-e azt, amit a reklámokban kap. A Reklámügynökségek Amerikai Egyesülete (*American Association of Advertising Agencies*) egy 1964 és 1974 között tíz éven át folytatott vizsgálat eredményeként megállapította, hogy jelentősen csökkent az a közhiedelem, miszerint „a reklám jobb termékeket eredményez a közönség számára”, illetve a reklám segít az életszínvonal emelésében vagy az árak csökkentésében. A tíz év során ugyanakkor erősödött az a közvélekedés, hogy a hirdetések gyakran ráveszik az embereket olyan dolgok megvásárlására, amelyeket egyébként nem vennének meg, és ugyanakkor az is, hogy a legtöbb reklám sértő az emberek intelligenciájára nézve.

1977-ben Louis Harris felmérést végzett az amerikaiak főbb tevékenységeivel kapcsolatos közvélekedés megállapítására, és ekkor a reklám nézése a lista végére került. Úgy tűnik, hogy a közönség azt ismétli, amit Április Bolondja mond Aliznak Csodaországban: „Sőt mindegy lenne, hogy 'azt szeretem, amit kapok', vagy 'azt kapom, amit szeretek'.”

A közönség körében a televízióval és a hirdetésekkel szemben megnyilvánuló ellenállás hatására az érzelmek manipulációja még kifinomultabbá vált. A televíziónak az emberi viselkedés kondicionálására szolgáló fegyvertárát kiegészítették különböző társadalomtudományi és pszichológiai technikákkal. Egy cég tanácsokat ad a hirdetőknak, hogy termékeikkel vajon az emberi agy bal oldali (analitikus) vagy jobb oldali (emocionális) féltekéjét kell-e megcélozniuk. A reklámokban feltűnő képek által kiváltott agyhullámok típusának és stimulációjának meghatározására a tanácsadó cég szakemberei elektródákat illesztenek önkéntes közreműködők koponyájára. Azt mondják a hirdetőknak, hogy az olyanféle termékek reklámjainak, mint például az illatszerek vagy a sör, az agy jobb féltekéjére kell irányulniuk, míg az autók vagy a biztosítások hirdetései a bal féltekét kell célba venni. A legtöbb tévéreklám az érzelmekre hat. A *General Electric* megbízásából végzett közvélemény-kutatás vezetője szerint „a reklámok által kiváltott reakciók nagy része a jobb féltekét érinti”.

Egy másik cég infravörös sugarakkal működő készüléket használ fel gyors szemmozgások rögzítésére a televíziós reklámok nézése közben, és olyan tanácsokat ad a hirdetőknak, hogy a legnagyobb hatást a szexuális érdeklődést kiváltó tárgyakkal, például egy bikinit viselő nő képét a reklámozott termék márkanéve mellé helyezve lehet elérni. Egy manhattani

cég az önkéntelen garatreakciókat méri, és számítógépeket használ az emberek bizonyos reklámokra adott reakcióinak tesztelésére, s gyakran arra a megállapításra jut, hogy egy-egy reklám még akkor is tartós hatást gyakorol, ha az emberek azt mondják, hogy nem tetszik nekik. Egy texasi cég az emberi kísérleti anyagok ujjhegyeihez csatlakoztatott elektródákat használ annak megállapítására, hogy a reklámokban milyen szimbólumok – szex, tűz, óceán, erdő – keltik fel a legnagyobb érdeklődést valamely termékkel kapcsolatban. A *Chuck Blore & Don Ruchman* reklám cég egyik társtulajdonosa, Chuck Blore ezt mondta: „A reklám annak a művészete, hogy az emberi intelligenciát csak éppen annyi ideig tudjuk elnyomni, hogy abból pénzt csinálhassunk.”

Ha ez igaz, akkor a reklám sikeresen elnyomja az intelligencia igen nagy részét. Becslések szerint egy átlagos amerikai gyermek 17 éves koráig 350 ezer reklámot lát, és ezek a reklámok – a dél-kaliforniai egyetemen dolgozó Billie Wahlstrom szavaival – „az amerikai kultúra propagandafegyverei”.

Az Amerikai Reklámügynökségek Egyesületének becslése szerint naponta átlagosan 1600 reklámüzenet bombázza a fogyasztókat. Ezeknek a legnagyobb része nyilvánvalóan nem fejt ki különösebb hatást az egyénre, sőt valószínűleg nem is vesz tudomást az ember valamennyiről. Az átlagos fogyasztó naponta körülbelül 80 reklámnak szentel pillanatnyi figyelmet, és ezek közül csupán 12-nek az üzenete tudatosodik benne. Ám ahhoz, hogy ép elméjét és gondolatainak koherenciáját megőrizhesse az ember, az ilyen kitarító és rafinált bombázás közepette ki kell feszítenie maga körül egyfajta érzékelési védőhálót, ami azonnal és legtöbbször tudatosítás nélkül detektálja és elhárítja a bejövő jeleket. Egy autó vezetője például a szeme sarkából megpillant egy távoli reklámtáblát, és egy másodperc töredéke alatt meghozza azt a döntést, hogy az számára nem érdekes, s így nem fordít semmi figyelmet a hirdetés tartalmára. A reklámok alkotói tudják ezt, tehát a reklámügynökségeknek – hogy át tudjanak hatolni a minden emberi lény által saját ép értelmének védelmében kifejlesztett védőernyőjén – új szimbólumok, képek és gondolatok állandó folyamára van szükségük.

A reklám piaci standjai mögött leselkedő farkas a szex, a szépség, valamely köztiszteletben álló vagy népszerű személyiség, vagy akár egy félig-meddig szent szimbólum báránybőrét is magára öltheti. A reklámügynökségek által gyakran „cél táblának” tekintett emberi lények – felkészülve arra, hogy kiszűrjék az olyan nem kívánt szimbólumokat, amelyekkel már találkoztak – sokszor nem tudnak elhárítani valamilyen új képet, és még mielőtt felismernék, hogy az csak ugyanazt a jól ismert üzenetet továbbítja hozzájuk új álöltözékben, az „azonosítatlan repülő tárgy” máris áthatolt a védőernyőn, és célba ért a becsapott elmében.

Amikor bizonyos szülői csoportok és mások arról panaszkodnak, hogy a tévé műsorok, a szex és az erőszak milyen rossz hatású az ifjúságra, a műsor-közlők hagyományosan azt válaszolják, hogy a televízióban mutatott szex és erőszak nem változtatja meg az emberi viselkedést. Ezt a választ cáfolják az

Egyesült Államok egészségügyi szolgálatának kiterjedt vizsgálatai és felmérései. Ám a műsorközlők minden egyes évben több mint 10 milliárd dollár értékű reklámidőt adnak el, amelynek az egyetlen célja az emberi viselkedés megváltoztatása. Feltehető, hogy a legrafináltabb nagyvállalatok nem költenének el továbbra is dollármilliárdokat, ha úgy gondolnák, hogy nem tudják megváltoztatni az emberi viselkedést a saját érdekében.

Annak a kimutatása, hogy a fizikailag megfigyelhető külső viselkedését nem mindenki változtatja meg, aki ki van téve valamilyen reklámnak vagy reklámokat tartalmazó rendszeres műsoroknak, egészen más dolog, mint annak a feltételezése, hogy ebből a tapasztalatból nem származik semmiféle érzelmi vagy intellektuális változás: ez éppen olyan, mintha azt állítanánk, hogy az a katona, akit a csataterén valamilyen időpontban nem találnak el a golyók, érzelmileg és intellektuálisan érintetlenül kerül ki onnan.

A reklámoknak mindig megújuló szimbólumok álöltözetébe való bebújtatása hozzájárult a szimbólumok élettartamának pusztító erejű kopásához a modern kultúrában. Ennek a kopásnak nem a reklám az egyetlen oka. A modern kommunikáció valamennyi formája kiveszi belőle a részét. Kétszáz évvel ezelőtt a társadalom közös szimbólumai az egyház és az uralkodók voltak, azok zászlói és ikonjai külön-külön, egyedi mivoltukban jelentek meg, és a közönség csupán „élő adásban” látta őket. A mechanikus nyomtatás és más tömegkommunikációs eszközök ezt megváltoztatták. A mai társadalom telítve van képekkel, s ezek közül egyesek a változás állandó állapotában vannak, mint például a televízió esetében, vagy folyamatosan változó állapotokban, mint a rádiónál. A nyomtatás a szavakat és illusztrációkat milliószeresen képes reprodukálni és eljuttatni emberek millióihoz. Az elektronikus készülékek és a modern nyomtatási eljárások révén a zászlók, a kereszttek és más érzelmi töltésű szimbólumok tömegesen létrehozhatók, óriási közönségek számára. Ám egyetlen más erő sem közelíti meg azt, amilyen mértékben ez a kereskedelmi folyamat felhasznál minden szent és félig szent szimbólumot az anyagi fogyasztás kultúrájának ápolására. A reklám a szimbólumokkal való manipuláció olyan forrása, amely ismeretlen volt a korábbi generációk idején. A reklámpiar háztartásonként ezer dollárt költ el arra, hogy áttörjön az emberi érzékek – és néha az emberi intelligencia – ellenállásán. A szimbólumok kiárúsítása a televízió műsoridejében naponta hat és fél órán keresztül, folyamatosan zajlik. A nyomtatott képek minden héten a magazinoldalak megszámlálhatatlan milliárdjain, továbbá naponta négy milliárd kinyomtatott napilapoldalon jelennek meg. Amikor a nézők és az olvasók hozzászoknak a tömegesen megjelenített szimbólumokhoz, azok a legfrissebb eszméhez, személyiséghez vagy nemzeti érzéshez igazodva megváltoznak, mígnem napok vagy hetek elmúltával az újabb formák is értelmetlenné válnak, és beolvadnak a tömegkommunikáció céltudatosan és folyamatosan ontott salaktömegébe.

A reklámokat szponzoráló nagyvállalatok készek olyan szimbólumokat is felhasználni, amelyekről idegenkednek, és az új báránybőrre való csilla-

píthatatlan étvágyukkal elcsépelik és banálissá teszik azokat is. Az 1960-as években a hippik rendszerellenes érzületét kifejező pszichedelikus művészi és a ruházkodási stílust szinte azonnal adoptálta a reklám és az illusztrációk világa a megtagadott és elutasított rendszer által fenntartott médiában – nem azért, mintha rokonszenvezett volna vele, hanem mert így új és megnyerő köntösben kínálhatta portékáit a régi piaci standokon. A vietnami háború idején az intenzív háborúellenes mozgalom szimbólumait és kifejezéseit átvették a reklámokban és a műsorszerkesztésben még olyan nagyvállalatok is, amelyek szerződéses keretekben a háború aktív résztvevői voltak.

A fogyasztókért vívott médiacsata talán legkönnyebben mérhető kártételeit az amerikai politikai rendszer szenvedte el. A tömeges reklám – anélkül, hogy ez szándékában állt volna – igen jelentős szerepet játszott az amerikai kormányzás alapvető egységének lerombolásában.

A hírek terjesztése többé nem egyes városok vagy nagyvárosok közönségét veszi célba. Az amerikai politika az ország húszszer városi és vidéki helyszíne szerint szerveződik, ahol a polgárok szavaznak. A média azonban 210 televíziós „piac” alapján szerveződik, annak megfelelően, hogy a kereskedők és a médiavállalatok el tudják adni a reklámokat. Ennek eredményeként az ország információs szükségletei és információs médiumai katasztrofálisan eltávolodtak egymástól.

Egy átlagos televízióállomás több mint tízezer négyzetmérföldnyi területre, körülbelül 50 közigazgatási körzetre kiterjedően sugározza műsorait. A nagyvárosi napilapokat – nem véletlenül – körülbelül ugyanekkora területen terjesztik. (Az *Atlanta Constitution and Journal* című lap előfizetői köre például 55 közigazgatási körzetre terjed ki, amelyek közül 39-nek nincs saját napilapja.) Egy átlagos közigazgatási körzetben 26 helyi önkormányzat van, amelyek közül 22-nek van joga helyi adók beszedésére, és 5 számít iskolakerületnek. Ez annyit jelent, hogy egy átlagos nagyvárosi újság, illetve televízióállomás uralkodó szerepet játszik a hírközlésben egy-egy akkora területen, amelyen 1300 választótestület található, amelyek jelentős számú képviselőt küldenek az USA képviselőházába. Ha mindegyik ilyen testület az adott területen csak hetenként egyszer ülésezne, és minden nagyvárosi hírmédium kizárólag ezekről az ülésekről adna hírt, és semmiféle egyéb közösségi eseményről nem számolna be, akkor egy tipikus félórás hírműsorban 5,5 másodperc, illetve a hírekben 38 szó jutna mindegyikre. Valójában azonban a tévéállomások, a rádióadók és a nagyvárosi hetilapok nem foglalkoznak a terjesztési körükben levő valamennyi választótestület dolgaival, sőt még az egyes közösségek általános érdekű híreivel sem. Ezt még akkor sem tudnák megtenni, ha megpróbálnák, mert olyan óriási területeket fognak át, olyan nagyszámú helyi közösséggel. Más országokban, ahol a nemzeti politika centralizált választótestületekben dől el, a helyi híryananyagok iránti szükséglet elha-

nyagolható. Az Egyesült Államokban azonban a helyi hírekről való tudósítás döntő fontosságú.

Noha sem a nagyvárosi tévé- és rádióállomások, sem az újságok nem foglalkoznak a hatókörükben lévő valamennyi közösséggel, reklámkapacitá-sukat régiójuk főbb hirdetőinek a rendelkezésére bocsátják, és így megfosztják gazdasági bázisuktól a valódi helyi állomásokat és lapokat. A napilapokat nélkülöző közösségek közül sokban jelennek meg heti magazinok, amelyek gyakran fontos funkciókat töltenek be, s a legjobbak megfelelően kitöltik ezt a hiányt. A legtöbb közösségben azonban vagy ilyenek sincsenek, vagy csak olyan, a vásárlók számára készülő reklámkiadványok jelennek meg, amelyek nem tartalmaznak semmiféle társadalmi és politikai hírt, vagy legfeljebb jelentéktelen mértékig foglalkoznak vele. A legtöbb napilap ténylegesen kiad ilyen hír nélküli reklámlapokat a központjuknak otthont adó városok körül található kisebb közösségekben, hogy tovább növelje bevételeit. A helyi hirdetések ily módon való begyűjtésével azonban még inkább megfosztják bázisuktól a független helyi lapokat.

Ennek a mintának a kialakulása koránt sem volt szükségszerű. 1851-ben Horace Greeley a brit parlament egyik bizottsága előtt tanúskodva így írta le az ő korában az Egyesült Államokban fennállt rendszert:

„Amikor egy város akkorára növekszik, hogy körülbelül tizenötezer lakost számlál, akkorra már van egy napilapja, sőt néha már akkor is, ha a lakosok száma csak tízezer. [...] Tizenötezerre tehető az az átlagos lélekszám, amelynél egy napilap beindul, húszezer főnél már kettő van, és így tovább, a központi városokban [...] három vagy akár öt újság is megjelenik naponta.”

Ha ugyanez a minta még ma is létezne, az országban 4600 napilap jelenne meg a mai 1700 helyett. Ma az USA lakosságának 43%-a olyan közigazgatási körzetekben él, ahol nincsenek napilapok. Ha a rádióállomások működési engedélyét a politikai és társadalmi szükségletek alapján bocsátanák ki, akkor minden egyes közigazgatási körzetnek lenne legalább három saját állomása, ám jelenleg a rádió- és tévéállomások a csekély számú fontosabb nagyvárosi kereskedelmi piacra koncentrálnak. Az állampolgári és a kereskedelmi igények közötti szakadék a választás útján betölthető amerikai hivatalokat kizárólag a gazdag férfiak és nők számára teszi hozzáférhetővé, illetve rajtuk kívül csak olyan más jelöltek jöhetnek számításba, akik mögött gazdag férfiak és nők állnak. A hagyományos választási politika megkívánta a jelöltek személyes megjelenését a szavazók bizonyos csoportjai előtt. Ez nagyszerű lehetőséget biztosított a retorikai képességek csillogtatására, a bölcselkedésre, a cinizmusra és a leegyszerűsített nyilatkozatokra. Mivel azonban a jelöltek gyakran olyan csoportok előtt kellett személyesen megjelennie, amelyek erősen érdekeltek voltak az életüket befolyásoló ügyekben, és azokról kellő tájékozottságuk is volt, az üres retorika hatékonysága korlátozott lett. A farmerek esetleg elfogadhattak álokoskodásokat a városi gyáripari dolgo-

zóról, de magas szintű kritikai ítélőkészséggel foglaltak állást a mezőgazdasági kérdésekben, és minden bizonnyal megkövetelték a jelöltektől a részletekbe menő pontosságot. Ugyanez vonatkozik az autógyári dolgozókra, a nagyvállalati vezető rétegekre, a vasúti alkalmazottakra vagy a szakszervezeti vezetőkre is. Mindegyik csoport mélyrehatóan kívánt foglalkozni az őket leginkább érintő tárgyakkal. Egy-egy jelölt sikerét vagy kudarcát a választásokon az döntötte el, hogy mindezen érdekeknek a mozaikjait hogyan tudta összerakni.

Am ha egy jelöltnek sikerült elkerülnie a határozott állásfoglalást, ez növelte annak a lehetőségét, hogy valamennyi szavazó szemében a legmegfelelőbbnek tűnjön. Ehhez a televízió tökéletes médiumnak látszott. A televíziózás immár jól megalapozott amerikai szokás. A kedvenc műsorokat nagy, előre felmérhető közönség nézi. Az érzelmekre ható reklámok beillesztése a műsorokba elfogadott gyakorlattá vált olyan termékeknél, mint illatszerek, hashajtók, vécépapírok, autók, izzadásgátlók, protézisek vagy aranyérkenőcsök. Egy-egy politikai jelölt reklámja könnyen beilleszthető volt az elfogadott rövid megszakítások idejébe a rendszeres műsorokban. A gondosan kiszámított és nagy pontossággal szerkesztett politikai hirdetések – a reklám minden közvetlenségével és szimulált őszinteségével felruházva, ám komoly tartalom nélkül – eljuthattak az otthonokba, ahol a nézők a legkönnyebben prédául ejthetők voltak.

A televízióállomások ugyanakkor több emberhez jutnak el, mint amennyihez egy-egy jelölt – az elnökjelöltek kivételével – el akar jutni. A jelölt azonban nem tehet mást, mint hogy „megveszi” azokat a szavazókat is, akikre nincs szüksége a megválasztásához, mégpedig óriási költséggel. (Az a tény, hogy a jelöltek politikai üzenetei a közönség többsége számára irrelevánsak, annyit jelent, hogy az ilyen reklámok megjelenésekor a nézők jelentős része csatornát vált, ami viszont azt vonja magával, hogy a televízióállomások megpróbálják visszautasítani a politikai hirdetéseket, amennyire tudják.) A chicagói nagyvárosi térség egyik választókerületéből például egy jelölt számára lehetetlen bejutni az USA képviselőházába a tévéhirdetések költségeinek fedezése, vagyis komoly pénzügyi támogatás nélkül. Egy képviselőházi hely tipikus választókerületéhez 150 ezer háztartás tartozik. Egy tipikus nagyságú terület lefedő chicagói központú televízióállomás ugyanakkor hárommillió háztartást ér el, négy állam 35 közigazgatási körzetében. A jelölt vagy kifizeti a számára szükségtelen 2 millió 850 ezer háztartásra eső hirdetési díjat is, vagy elesik attól a lehetőségtől, hogy a televízión keresztül eljusson a saját körzetéhez, amit viszont egy gazdagabb jelölt meg tud vásárolni.

Egy főműsoridőben sugárzott 30 másodperces reklám elkészítése a szponzornak több mint 250 ezer dollárjába kerülhet. (Kevés politikai hirdetés kerül ilyen sokba, de még a kevésbé kidolgozott politikai hirdetések költsége is elég magas a televízióban ahhoz, hogy nyugtalanító gátat jelentsen az amerikai politikába való belépés előtt.) A 30 másodperces reklámokat ismételni kell ahhoz, hogy hatékonyak legyenek. Egy 30 másodperces politikai hirdetés sugárzása egy chicagói állomásnál, tíz alkalommal ismételve – csupán a

műsoridő díját tekintve – több mint ötvétezer dollárba kerül. Erről az állomásról sugározva ez a reklám akkora közönséghez jut el, melynek a 95%-a nem a jelölt választókerületében szavaz.

Kevés jelölt engedheti meg magának, hogy 15 perces vagy 30 perces televíziós műsoridőt vásároljon, ami a kereskedelmi televíziózásban a nem szórakoztató műsorok körében olyan hosszú időnek számít, hogy a legtöbb állomás el is zárkózik az ilyen igényektől, attól féltve, hogy elveszíti közönségének többségét. Még ha egy jelölt meg is akar vásárolni ennyi műsoridőt, ennek is vannak hátrányai: minél hosszabb az idő, annál nehezebb elkerülni a komoly kérdéseket. (Ronald Reagan 1980-ban folytatott elnökválasztási kampányában, ami a történelem legdrágább kampánya volt, az erre fordított hálózati idő 70%-át 30 másodperces, 25%-át pedig ötmásodperces reklámok tették ki, és az összes időnek csupán 5%-át foglalták el a 30 perces megnyilatkozások.) Így a televíziós választási hadjáratok, amelyek ma – a közvetlen postai üzenetekkel együtt – az amerikai kampányok legfőbb mechanizmusát alkotják, legnagyobbbrészt óhatatlanul olyan érzelmi manipulációval és szónoki fogásokkal élnek, amelyek az ötmásodperces és a 30 másodperces reklámokban fejlődtek ki. A jelölteknek a meghallgatásukra összegyűlt valóságos közönség előtti személyes megjelenését felváltotta a televíziós korteskedés, ami szinte teljesen kiküszöbölte a koherens vitákat. A szavazók egész generációja soha életében nem hallott komoly tartalmú üzeneteket a választási kampányokban; s ez minden bizonnyal összefüggésben áll azzal, hogy a szavazóknak ez a generációja egyre kevésbé veszi a fáradságot magának ahhoz, hogy egyáltalán szavazzon.

Ha az USA képviselőházába pályázó chicagói jelölt egy chicagói újsághoz kívánna fordulni, hogy elérje a maga 150 ezer háztartását, ez sem jelentene lényeges különbséget, sem költségekben, sem hatékonyságban. A főbb chicagói lapok terjesztési köre 37 választókerületre terjed ki, mintegy hétmillió főnyi lakossággal. Egy tíz alkalommal megismételt féloldalas hirdetés megjelentetése százezer dollárba kerülne. A sikeres pályázás a közhivatalokért igen drága mulatság, és a kampányokat 4:1 arányban azok nyerték, akik a legtöbbet költöttek erre. Abraham Lincoln százezer dollárt költött; McKinley 1900-ban nem egészen négymilliót, Rooseveltt 1932-ben kevesebb mint hárommilliót, Kennedy 1960-ban tízmilliót, Nixon 1968-ban 25 milliót, Reagan pedig 1980-ban 152 milliót. 1976 és 1980 között a közhivatalokért folytatott kampányok összköltsége az országban megduplázódott, és elérte a 900 millió dollárt.

Kaliforniában, ahol a legjobb nyilvántartásokat vezetik, az 1976. és az 1978. évi választások között a képviselőházi helyekért folytatott kampányok költsége 45%-kal emelkedett, a szenátusi helyekért folytatott kampányoké pedig ugyanekkor 72%-kal nőtt. Ma negyedmilliárd dollárba kerülhet valakinek, hogy elnökké válasszák, és többmillió dollárral jár a szenátorrá vagy a kongresszusi képviselővé válás. Nem meglepő tehát, hogy a kam-

pányokban drámaian megnövekedett a vagyonos gazdasági érdekcsoportok szerepe.

Az ország fő tömegközlelési eszközeinek és politikai rendszerének egymáshoz nem illeszkedő kialakítása megfosztotta a választókat a releváns információktól, kiszolgáltatva őket a fizetett politikai propaganda kényénekedvének, ami közel áll az ürességhez vagy az értelmetlenséghez, sőt gyakran annál is rosszabb. Lerombolta a demokráciának azt a központi követelményét, hogy azok, akiket kormányoznak, ne csupán üres jóváhagyásukat, hanem megfelelő tájékozottságon alapuló jóváhagyásukat adják a kormányzáshoz.

Eli Noam – Robert N. Freeman

A médiamonopólium és más mítoszok

E tanulmány szerzői azt állítják, hogy a verseny országos szinten nem csökkeni, hanem növekedni fog. A médiaforradalomban a helyi médiumok alkotják a gyenge láncszemet. Azt mondják, hogy a tábornokok mindig az utolsó háborút vívják, nem pedig egy újat. Az a kérdés, hogy vajon nem ugyanezt teszik-e néha a médiakritikusok is. Sok éven át a magántőke által a média fölött gyakorolt hatalom koncentrációja miatt aggódtunk. A félelem okát egy médiamogul szolgáltatta, akinek politikai ambíciói voltak: William Randolph Hearst, aki hadjáratot kezdett, és polgármesternek, kormányzónak, majd elnöknek jelöltette magát. És mindez csupán az újságok felhasználásával történt. Később a televízió három nagy hálózat ellenőrzése alá került, amelyeknek a központjai mind ugyanabban a körzetben, egymástól legfeljebb tízutcányi távolságra voltak Manhattanben: ekkor a szívünk, lelkünk, gondolataink, irattárcánk és szavazófülkéink fölötti ellenőrzéstől való félelmeket balról és jobbról egyaránt felerősítették. Ma pedig, amikor az elektronikus média egyre okosabbá és ügyesebbé, hatalmasabbá és meggyőzőbbé válik, és minden héten különféle médiumok összeolvadásáról hallunk, ugyanez a félelem érzékelhető, jobban, mint azelőtt valaha is, hogy végül csupán négy ilyen óriásvállalat marad, ezek fogják igazgatni a világot, és ezeknek a fele egy Rupert nevű fickó kezében lesz.

Ezeket a félelmeket Benjamin Bagdikian fogalmazza meg „A médiamonopólium” (*The Media Monopoly*) című cikkében, ami a *Television Quarterly* című folyóiratban jelent meg. Rámutatott a média világában végbemenő összeolvadások szaporodására, a nagyobb médiavállalatok számának csökkenésére, és azok fokozódó diverzifikálására, ahogyan különféle médiumokra terjesztik ki tevékenységüket. Leértékelte a változatos és nyilvánosan hozzáférhető internet jelentőségét, rámutatva azoknak az amerikaiaknak a csekély részarányára, akiknek a rendelkezésére állnak a megfelelő berendezések ahhoz, hogy csatlakozzanak a hálózatra. Csalódását fejezte ki a fölött, hogy az 1996. évi távközlési törvény mindaddig inkább egyre nagyobb mértékű együttműködéshez, mintsem fokozódó versengéshez vezetett.

Mindezt értékelve fontos megértenünk, hogy a média világa hogyan fejlődött eddig, különböző fázisokon keresztül. Az elektronikus média múltjában húsz évvel ezelőtt korlátozott számú médiumunk volt: mindössze három hálózat, egy telefontársaság és egy számítógépes társaság. Ma a sokcsatornás

média fázisában vagyunk, több tucat tévécsatornával és számos telefonhálózattal. Ez azonban még nem jelenti a történet végét. A harmadik fázis, amelybe most lépünk be, a kibermédia kora. A kibertext már megvalósult. Itt van már a kiberaudio is. A kibertelefónia és a kibervideó most bontakozik ki. Ez idővel a tömegközlelési eszközök teljesen új rendszerének kialakulásához fog vezetni. A kormány, a médiavállalatok és a médiakritikusok azonban még mindig visszafelé tekingetnek, a régi szép napokra, amikor még a hiány volt uralkodó.

A médiakoncentrációról folyó vitának gyakran anakronisztikus íze van. Vessünk tehát először egy pillantást a tényekre. Igen, egy sereg összeolvadás valóban végbement. Egyesek közülük gondot okoznak, mások nem. Ha túllépünk a részleteken, a fontosabb kérdés az, hogy az amerikai média összességében vajon koncentráltabbá vált-e? A válasz – ellentétben a konvencionális felfogással – nem nyilvánvalóan „igen”. Először is, miközben a hal a tavacskaiban nagyobbra nőtt, maga a tavacska is növekedett, még hozzá gyorsabban, mint a hal. 1987 óta az információs iparág növekedése 8%-kal gyorsabb volt, mint az inflációé. Másodsor, mindezek a halastavacskaik egyre inkább egyetlen nagy tavat alkotnak, ahogy a technológiai és szabályozási gátak leomlanak közöttük.

A tíz legnagyobb vállalat részesedése az USA információs iparából 1987-től mostanig 59%-ról 39%-ra csökkent. Ebből egészen más következtetés adódik, mint azoknak az állításaiból, akik szerint az amerikai médiát ma tíz vállalat tartja a kezében. 1979-ben az *AT&T* tette ki önmagában a teljes média- és információs ipar egynegyed részét. Ma, hatókörének kétszeri megcsökkentése után az *AT&T* – pusztán a dollárban kifejezett forgalmát tekintve – kétségkívül nagyobb lett, de az egész iparágnak csupán a 7%-át mondhatja magáénak. Az *IBM* az elmúlt 15 év során háromszorosára nőtt, de a média- és információs iparágból való részesedése egyharmadával csökkent, kevesebb mint 10%-ra. A *CBS* részaránya korábban 2% volt, egy évtizeddel később azonban, a *Westinghouse* és az *Infinity* cégekkel való összeolvadás után az új vállalat részesedése csupán 1%. A *Bell Atlantic* és a *Ninex* azelőtt külön-külön körülbelül 3,5%-os részesedéssel bírt. Egy évtizeddel később, összeolvadásuk után 4%-os összesített részarányuk is alig nagyobb ennél. A fő kivétel a *Disney/CapCities/ABC*, amelynek a részaránya ma kétszer akkora, mint ami ezeknek a cégeknek az összesített részesedése 1979-ben volt. Ám ez még mindig csak 2%. Továbbá mind a *Microsoft*, mind a *TCI* felnövekedett a semmiből, és ma az iparág 1-1%-a az övék. Ennek a növekedésnek azonban csak igen kis része tulajdonítható az összevonásoknak.

Amikor a koncentrációról van szó, a nézetek szélsőségesek, a beszéd olcsó, de számok alig állnak rendelkezésre. Így tehát bebiztosítottuk a kezünket azzal, hogy iparágról iparágra, vállalatról vállalatra haladva összegyűjtsük a tényleges piaci részesedésre vonatkozó számadatokat, összesen 60 aliparágot véve számba, a könyvkiadástól a filmgyártáson keresztül a mikroprocesszorokig, hogy nyomon tudjuk követni a koncentráció trendjeit

az elmúlt 15 évben. Ezután összesítettük az adatokat olyan tágabb szektorokra, mint például a távközlés, a videoforgalmazás stb., majd egy általános iparági koncentrációs trend megállapítása érdekében ismét összesítettük ezeket a szektorális összesített adatokat. Valószínűleg ez a legrészletesebb vizsgálat, ami a médiakoncentrációról valaha is folyt Amerikában.

Milyen eredményre jutottunk? Nos, az információs iparág általános koncentrációja az elmúlt évtizedben – meglepő módon – nem növekedett, hanem valamelyest csökkent.

Ennek az eredménynek az igazolására a koncentráció két különböző mutatóját használtuk: a négy legnagyobb cég összesített részarányát mindegyik szektorban, valamint az Igazságügyi Minisztérium *HHI*-indexét, ami érzékenyebb, de kevésbé intuitív mutató. Ha a *HHI*-index értéke 1000 pont alatt van, ez azt jelenti, hogy a piac koncentrálatlan; 1800 pont fölötti érték magas koncentrációt jelent; 1000 és 1800 pont között pedig a piac mérsékelt koncentrálnak tekinthető.

Ha csupán a klasszikus médiaiparágakat vesszük tekintetbe (kizárva a távközlést, a számítógépeket, a szoftvert és a kiegészítő berendezéseket), akkor az iparág koncentrációja ugyan növekedett, de az Igazságügyi Minisztérium normái szerint még mindig koncentrálatlan maradt. A koncentráció mértékét növelő fő tényezők a kábeltelevíziós rendszerek voltak, amelyek a növekedés felét idézték elő, de hozzájárult ehhez (20%-ban) az otthoni videózás is. A koncentráció legnagyobb arányú csökkenése a távközlési szolgáltatások, a számítógépek, a televíziós műsorközlés és a zene területén következett be. Az *AT&T* részaránya hosszabb távon 80%-ról az 50%-ot alig meghaladó szintre csökkent. Ezt a trendet fokozatosan erősíteni fogják hamarosan további újonnan belépő cégek is, elsősorban a mobil és a helyi telefónia területén. A számítógépeket tekintve a piac súlypontja áttevődött a nagyszámítógépekről a mikroszámítógépekre, és ezen a területen nincs olyan nagy cég, amely a piacnak 10%-nál nagyobb részét uralná. Ez a váltás ugyanakkor lejjebb szállította a belépés előtt álló korlátokat a szoftverpiacon is, ami azelőtt vertikálisan integrálódott a hardverrel, s így módon a négy legnagyobb cég részaránya körülbelül egyharmadnyira csökkent. A televíziós műsorközlés koncentrációja új műsorközlő és kábelhálózatok beindulásával szintén csökken. A négy legnagyobb kábelcsatorna részaránya kétharmadról 40%-ra esett vissza. A fizetős kábelszolgáltatások terén a *Time Warner* részesedése enyhén csökkent, de ez a cég még mindig a piac felét ellenőrzi. A zenében a négy legnagyobb vállalat részaránya 80%-ról 60%-ra csökkent. Másrészt a koncentráció más iparágakban *növekedett* (5. táblázat). A mikroszámítógépek operációs rendszereinek piacából a *Microsoft* 90%-ot ellenőriz, akármit is beszélnek a platformfüggetlen *Java* kidolgozásáról. Ez a Bill Gates-probléma.

Fennáll továbbá a kábelkérdés. A négy legnagyobb kábelcég részesedése az 1979. évi egynegyed részről máig majdnem kétharmadnyira nőtt. Ez igen nagy kapuórségi hatalmat biztosít a piacon, de ezeknek a vállalatoknak most meg kell

küzdeniük a műholdas televíziós cégekkel. A tévéállomások és a kiskereskedelmi könyvesboltok tulajdonviszonyaiban szintén növekedett a koncentráció, továbbá megduplázódott a rádióállomások és a könyvkiadás tulajdonviszonyaiban is. A négy legnagyobb cég azonban – a jövedelmükkel mérve – még mindig csak körülbelül a negyedrészt uralja ezeknek a piacoknak. Az állomások számát tekintve a legnagyobb rádióvállalatnak 102 állomás van a birtokában, ami soknak tűnik, de az országban több mint 12 ezer állomás működik.

Más iparágakban a koncentráció mértéke viszonylag nem sokat változott. A filmgyártás meglehetősen koncentrált maradt, a négy legnagyobb cégé az egész piac 60%-a. A mozi-, az újság- és a magazinpiac viszonylag koncentrálatlan maradt, itt a négy legnagyobb vállalat az értékesítéseknek csak a negyedrészt mondhatja magáénak. Ennélfogva nem lehet egyszerűen azt állítani, hogy az amerikai média általában véve koncentráltabbá vált. Mindazonáltal, még ha bizonyos cégek nem is játszanak domináns szerepet egyik speciális piacon sem, akkor is fel kell tenni azt a kérdést, hogy nincs-e a kezükben túl sok hatalom akkor, ha közepméretű cégeként jelen vannak mindegyiken. Attól lehet ugyanis tartani, hogy a vertikálisan integrált cégek domináns szerephez jutnak oly módon, hogy csápjaitak kinyújtják minden lehetőség felé. Gazdasági értelemben azonban ez csak akkor történhet meg, ha az adott cégnek valóságos piaci hatalma van, legalábbis egy piacon, amely azután kiterjeszkedik és befolyást gyakorol más piacokra is. Az ilyenfajta, egyetlen cég domináns szerepével jellemezhető piacok azonban – mint láttuk – egyre ritkábbak.

Az egyik kivétel a kábeltévé, ahol a *TCI* és a *Time Warner* még mindig a saját csatornáit részesíti előnyben a versenytársaival szemben. New Yorkban a *Time Warner* kiléphetett a *Murdoch* cég *Fox News* csatornájából, ami a saját tulajdonában levő *CNN* vetélytársa. Ez a probléma a műholdas televízió terjedésével megszűnhet. A másik fontos kivétel a *Microsoft*, amely kiterjesztette piaci hatalmát a számítógépes operációs rendszerek területéről, és kapuórré válhat más iparágakban is, a valódi verseny nyújtotta enyhülés lehetősége nélkül. A médiapolitikának a 21. században a *Microsoft* fogja a legnagyobb fejfájást okozni.

Ott azonban, ahol a piacok versengenek, a vertikális integrációnak nem sok értelme van. A *Disney* nem fogja a legjobb műsorait az *ABC*-nek adni, ha más hálózatok többet kínálnak értük. És viszont, ha a *Disney* cég az *ABC* televíziós hálózatban facsarja ki a citromjait, ez csak kárt okoz a vállalatnak. Így nagyobb centrifugális erők jönnek létre a szervezeten belül, s ez versengő környezetben a vállalat szétbomlásához fog vezetni. Versengő környezetben a médiacégeknek karcsúsodniuk kell, és az optimális hatékonyságra kell koncentrálniuk. A tartalom előállítására a nézők megnyerése érdekében el fog különülni a műsorok terjesztésétől, és az újságírás is elválík a politikai lobbitevékenységtől.

És mi a helyzet a sokat emlegetett szinergiákkal? Ezekről sokat beszélnek az utóbbi időben, de ténylegesen ritkán mutatják ki őket. A *Disney* cég

főigazgatója, Michael Eisner a megaösszevonas bejelentésekor pontosan ötször mondta ki a „szinergia” szót egymás után, úgy darálva, mint valami mantrát. A több iparágban – a filmgyártásban, a könyvkiadásban és a játékiparban – egyidejűleg beharangozott fejlesztéseket azonban egyszerű szerződésekkel is meg lehet valósítani. Ezekhez nincs szükség 15 milliárd dolláros cégösszevonasokra.

Húsz évvel ezelőtt a CBS megvásárolta a *New York Yankees* baseball-csapatot és a nagy *Simon & Schuster* kiadóvállalatot, csupán azért, hogy efféle felmagasztalt szinergiát valósítson meg. Semmi sem lett belőle. A *Sony* felvásárolta a *Columbia* filmstúdióit és hanglezgyárait, hogy egy kézben össze tudja olvasztani a film- és zeneipart a fogyasztói elektronikával, és milliárdokat veszített a filmekben. A zeneiparban való részesedése egyegyed részről egyhatodnyira csökkent. A *Time Warner* esetében a szinergiák negatívvá váltak, amikor a rapzenei üzlet a mélybe rántotta a hírmagazinok hitelességét, ma a vállalat csupán ellenségeskedő hűbéri birtokok gyűjteménye. A *Disney*, a *Viacom* és a *News Corp.* ugyanide fog jutni, miután birodalomépítő vezetőjük elhagyja a színpadot.

Noha a médiavállalatok változatosabbá váltak, a többszörös tulajdonlás előnyeit csak addig fogják tudni kihasználni, amíg fenntartják piaci hatalmukat a terjesztésben. Míg az 1996. évi távközlési törvény életbelépése szinte azonnal kiváltotta a médiaösszevonasok hullámát, egyúttal kinyitotta a kaput a kábeles és más vezetékes, illetve a műholdas és a földi bázisú, vezeték nélküli elosztási rendszerek közötti verseny előtt. Ezek a fejlemények nem fognak olyan hirtelenséggel végbemenni, mint a médiaüzletek. Idővel azonban alá fogják ásni a diverzifikált mediakorporációk racionáléit és gazdasági hatalmát egyaránt.

Vajon azt jelenti mindez, hogy nincs is koncentrációs probléma? Nem. A mediakoncentráció valódi problémái azonban nem országosak, hanem helyi szinten merülnek föl: az amerikai városok 98,5%-ának csupán egyetlen újságja van. (Ezekről ritkán szólnak vezércikkek.) Az amerikai otthonok 98%-ában nincs választási lehetőség a kábelszolgáltatók között. Az alternatív helyi lakossági telefonszolgáltatás megvalósulhat, de még nincs itt. A helyi rádiók koncentrálódása jelentősen megnőtt, amióta az 1996. évi távközlési törvény megemelte a helyi tulajdonlás felső határait, és ez ma nagyobb probléma, mint az országos rádiók koncentrálódása.

Ezek közül a fejlemények közül egyik sem meglepő. A médiaforradalomban a helyi médiumok alkotják a gyenge láncszemet. Az országos médiumok versengésének eredménye a szűk közönségre irányított műsorközlés (*narrowcasting*). A műsorok drágák, és ahhoz, hogy nyereséget termeljenek, az egész világ számára kell készülniük, nem csupán egy-egy város részére. A médiavállalatoknak országos és nemzetközi szinten aggregálniuk kell az egyre fogyatkozó közönség figyelmét. Ez igaz a kibermédiumok esetében is, amelyek kezdettől fogva globálisak. A helyi médiumok a jövőben még

nagyobb bajban lesznek. A kibertelevíziózásban a hirdetések célzottá és testre szabottá válhatnak, és a hirdetőik el fognak pártolni a helyi újságoktól mint üzeneteik fő hordozóitól.

Ismétlem azonban, hogy országos szinten nagyobb lesz a verseny, több csatorna lesz, és gazdagodni fog a tartalom. A csatornák számának növekedésével kisebb vállalatok léphetnek be a piacra. Az internet igen gyorsan fontos médiaággá válik. 1996-ban az internethasználók számát az USA-ban 9 millió és 42 millió közé tehetjük, attól függően, hogy kinek a becslését fogadjuk el. Ezek a becslések eddig évente megduplázódtak. A jelenlegi internet elsősorban a szöveges, grafikus és audioinformációk médiuma. A jövőben kisebb vállalatok is be fogják kapcsolni videoszervereiket az ilyen kiberhálózatokba, és a felhasználók igényelni fogják őket. Hasonló lesz a helyzet a mai könyvkiadáshoz, néhány nagy játékosal és mellettük számos kisebb szereplővel a színpadon.

Eloszlatja ez minden aggodalmunkat? Nem valamennyit. A változatosság még nem garantálja a nyíltságot. A versengés a népszerűtlen hangok kizárásához vezethet, hogy azok ne váljanak sértővé. A hirdetőknél nagyobb hatalmuk lesz. A tartalomban több szenzációhajhászás fog érvényesülni. A múltban a magánkézben lévő csatornák környezetében a közszolgálati médiumok biztosították a szólásszabadság szilárd alapját, mivel megakadályozták, hogy egyesek diszkriminációt alkalmazzanak bármilyen nyilatkozóval vagy jogszerű megnyilatkozással szemben. Ma azonban az efféle közmegegyezés napjai megvannak számlálva. Ennél is fontosabb, hogy az internet szabályozási státusza laza, és tág tér nyílik a harácsolás előtt. És ezek azok a kérdések, amelyekre koncentrálnunk kell.

James Curran

Még egyszer a tömegmédiáról és a demokráciáról

Bevezetés

Az új idők új gondolkodásmódot kívánnak meg. A kelet-európai országok átalakították médiarendszereiket, fél szemmel a Nyugatra sandítva új eszmékért és modellekért (valamint beruházásokért). Az üzleti és a politikai érdekek kombinált nyomása alatt az állami kézben lévő műsorközlés domináns szerepe Nyugat-Európában gyengül. A tévécsatornák gyors szaporodása és az új kommunikációs technológiák szintén átformálják a média tájképét, olyan módon, ami szellemi alkalmazkodást kíván meg.¹

Ez a fejezet ennél fogva megkísérel többet nyújtani a média demokratikus szerepével kapcsolatos hagyományos liberális érvek tankönyv stílusú összefoglalásánál,² és a média relevanciáját a jelen szempontjából teszi mérlegre. A liberális értékelések nagy része egy olyan korszakból származik, amikor a média elsősorban szűk körben terjesztett politikai közleményekből állt, és az állam irányításában még mindig egy kicsiny földbirtokos elit játszott domináns szerepet. Ez olyan kánonok örökségét hozta létre, amelynek kevés köze van a jelenkori valósághoz, ám ezeket folytonosan kritikátlanul ismételtetik, mintha semmi sem változott volna. Elérkezett az ideje, hogy tisztességesen eltemessük őket.

A média demokratikus szerepének tárgyalása elválaszthatatlanul összekötődik az arról folyó vitával, hogy a médiának hogyan kellene szerveződnie. A hagyományos liberális felfogás részben abból a célból fogalmazódott meg, hogy legitimálja a sajtó „felszabadítását” és teljes mértékben szabadpiaci alapokra helyezését (Curran 1978). Ennek a tradicionalista felfogásnak a kétségbe vonása tehát egyúttal megkérdőjelezi azt a szabadpiaci programot is,

¹ Köszönettel tartozom a Kaliforniai Egyetem San Diegó-i campusán működő kommunikációs tanszék oktatóinak és hallgatóinak a tanulmány kidolgozásához nyújtott értékes segítségükért.

² A „liberális” zavaró kifejezés, amely Nagy-Britanniában és az USA-ban más jelent. Itt a történelmileg kialakult brit értelmezésben használom, arra a gondolatvilágra utalva, amit a liberálisok a 18. és a 19. század folyamán fejlesztettek ki. A 19. századi brit liberális gondolkodásra vonatkozóan lásd Boyce (1978) és Curran (1978). A 18. századi értelmezést tekintve pedig mind Nagy-Britanniára, mind Amerikára nézve lásd Holmes (1990).

amelynek a legitimálását célozta. Az a folyamat azonban, melynek során visszatérünk az első elvekhez, és újraértékeljük a média demokratikus szerepét, egyúttal kérdéseket vet fel a piaci megoldásokhoz képest alternatívát nyújtó konvencionális állami szolgáltatások megfelelő voltáról is.

Az újraértékelés a média demokratikus szerepének felülvizsgálatához, valamint a média szerveződésének új módjára vonatkozó javaslatokhoz vezet. Ezek minden bizonnyal elvethetők jobbnak tekintett alternatívák kedvéért. Bármilyen álláspontot foglalunk is el azonban, egy dolog világos: a médiáról és a demokráciáról szóló irodalomnak szüksége van egy bútorszállító teherautóra, amely megszabadíthatja az évszázadok során felgyűlt nemkívánatos limlomoktól és kacatoktól. Az pedig, hogy mit kell kidobni, mit kell annak a helyére állítani és intellektuális bútorzatunkat hogyan kell átrendezni, olyan kérdés, amit kritikusan kell mérlegelni.

Habermas és a közszféra

A média demokratikus szerepének újragondolásához jó kiindulópontot nyújt Jürgen Habermas egyik nagy, megtermékenyítő hatású tanulmánya (1989), amely későbbi olvasatával követőinek majdnem kultuszjellegű táborát teremtette meg az USA-ban és Észak-Európában.³ Röviden összefoglalva, Habermas azt állítja, hogy a korai modern kapitalizmus kifejlődése létrehozta a nyilvános viták független arénáját. A magántulajdon által biztosított gazdasági függetlenség, az irodalom és a regények által is elősegített kritikai gondolkodás, a kávéházakban és szalonokban virágzó vitakultúra és mindenekelőtt a független, piaci alapokra épülő sajtó kialakulása új közönséget hozott létre, amely képes és hajlamos volt részt venni a kritikus politikai vitákban. Ebből kovácsolódott ki az az ésszerűsége alapuló konszenzus, ami megszabta az állam fejlődésének irányát.

Habermas a „burzsoá közszféra” kifejlődését – a magánszféra és az állam között elhelyezkedő olyan közéleti tér kialakulását, amelyben kiformalódott a közvélemény, és megteremtődött a kormányzat „állampolgári” felügyelete – végigvezeti a 17. századtól a 19. század első feléig. Ezután – állítja Habermas – a közszférában domináns szerephez jutott a kibővült államapparátus és a szervezett gazdasági érdekek. Létrejött a hatalmi viszonyok új, korporációs mintája, amelyben a szervezett érdekek alkudoztak egymással és az állammal, fokozódó mértékben kizárva a nagyközönséget. A média megszűnt a megerősödés és a racionalitás ügynökének lenni, és olyan újabb eszközzé vált, amellyel a nagyközönség félreállítható. A racionális és kritikus viták színterének biz-

³ A Habermasra nagymértékben támaszkodó újabb médiatanulmányok szerzői közé tartoznak többek között Dahlgren (1987), Elliott (1986), Garnham (1986), Hallin és Mancini (1984), Scannell (1989), Skogerbo (1990), Keane (1991), Hallin (1994), Hoynes (1994) és Stevenson (1995).

tosítása helyett manipulálta a tömegek véleményét. A politikát látványossággá tette, és előre megemésztett konvencionális gondolatokat terjesztett, a passzív fogyasztók szerepére korlátozva a közönséget.

Noha Habermas elég óvatos volt annak a leszögezéséhez, hogy a közszférában való részvétel a klasszikus korszakban a vagyonos osztályra korlátozódott, támadások érték azért, hogy idealizálja ezt a történelmi korszakot (Mortensen 1977, Hohendahl 1979, Curran 1991; Eley 1992, Schudson 1992). Bírálták továbbá azért is, ahogyan a médiát és a közszférát a következő időszakban jellemezte (Fraser 1987, Dahlgren 1991, Garnham 1992).⁴ Habermas tanulmányának mint történettudományi munkának az értéke talán megkérdőjelezhető, mindazonáltal erőteljes és magával ragadó víziót nyújt a média szerepéről egy demokratikus társadalomban, és ilyen értelemben történelmi hitelessége irreleváns. Extrapolálható belőle a közsféra olyan modellje, mintegy semleges zónaként, ahol a közjót érintő releváns információ széles körben hozzáférhető, a vitákat nem nyomja el semmiféle domináns erő, és mindazok, akik részt vesznek a nyilvános vitákban, ezt egyenlő alapokon teszik. Ezen a közszférán belül az emberek kollektívan, racionális viták folyamatain keresztül határozzák meg azt az utat, amelyet a társadalom fejlődése számára kívánnak, és ez formálja ki a kormány politikájának vitelét. A média elősegíti ezt a folyamatot azzal, hogy színteret biztosít a nyilvános vitákhoz, és a magánemberként egzisztáló polgárok véleményét közéleti tényezővé emeli.

Habermas nyitva hagyta azt a kérdést, hogy ez a modell, amit állítólag a korai 19. században egy (főleg férfiakból álló) szűk osztály valósított meg, hogyan általánosítható a tömegpolitika korában egy erősen differenciált és jól szervezett kapitalista társadalomban. A válasz – mint látható lesz – az, hogy a közsféra nem állítható helyre a kibővítés egyszerű folyamatával, részvételi lehetőségek megteremtésével mindazok számára, akik korábban ki voltak zárva a közéletből. A közszférát (és benne a média szerepét) újra át kell gondolni, és új formában kell újjászületnie.

Először azonban a média demokratikus szerepének konvencionálisabb értékeléseire fordítjuk a figyelmet. Ennek során a liberális kánon három kulcsfogalmára fogunk koncentrálni, a médiát mint a közérdek „házórzójét” (*házórzó*), mint a közönség képviselőjét (a „negyedik rendet”, és mint a közönség tájékozódásának forrását vizsgálva. Ezeket szkeptikusan mérlegeljük, mielőtt megfogalmaznánk a média demokratikus szerepének alternatív felfogását, és egy lehetséges módot próbálnánk meg körvonalazni, ahogyan az megvalósítható.

⁴ Korábbi pesszimista értékelését hallgatólagos módon maga Habermas is revideálta a közönség alkalmazkodásának és a médiumok által közvetített értelmezésekkel szembeni ellenállásának későbbi hangsúlyozásával (lásd Habermas 1984, 391. skk.): ezt a tanulmányát – zavaró módon – első könyvének megjelenése (1989) előtt fordították le, és publikálták angolul. Lásd továbbá Habermas 1992.

A média mint a közérdek „házőrzője”

A klasszikus liberális felfogás szerint a média legfontosabb szerepe a demokráciában az, hogy megvalósítsa a nagyközönség felügyeletét az állam fölött. Ezt rendszerint az állami hatalommal való visszaélések gyakorlatának feltárásaként definiálják, bár néha kiterjesztik oly módon, hogy magában foglalja a kormány működésével kapcsolatos általános közéleti viták elősegítését is.

Ez a „házőrző” szerep állítólag fontosságában felülmúlja a média minden más funkcióját, és ez szabja meg azt a formát, amelyben a médiának szerveződnie kellene. A média teljes függetlenségét a kormányzattól csakis szabadpiaci alapokra való helyezésével lehet biztosítani. Ha a média állami szabályozásnak van alávetve, akkor házőrző kutyaként elveszíti harapósságát, és akár törleszkedő szobakutyává válhat az állam szolgálatában.

Úgy tűnik, hogy az USA-ban ez a nézet vált az új konszenzus alapkövévé. Két konzervatív beállítottságú politológus, Kelley és Donway például úgy érvel, hogy a média bármiféle reformja – akármennyire kívánatos is – elfogadhatatlan, ha „ennek az ára a „házőrző kutya” funkciójának feladása. Ezt az árat pedig elkerülhetetlenül meg kell fizetni. Az olyan sajtó, ami engedélyekhez van kötve, koncessziókon alapul vagy államilag szabályozott, ki van téve a politikai nyomásnak, amikor a hatalmon levők érdekeivel foglalkozik” (Kelley és Donway 1990–97). Ezt az álláspontot más formában megfogalmazza egy centrista nézeteiről ismert politológus, Stephen Holmes is: „Vajon minden olyanfajta szabályozás, ami a médiát »semleges fórummá« kívánja tenni, nem csökkenti-e egyúttal azon képességét, hogy kritikus szemmel portyázó megfigyelőként szakadatlanul vizsgálja és agresszív módon bírálja a kormányt?” (Holmes 1990, 51). Úgy tűnik, hogy még az erősen reformista nézeteket valló kommentátorok is osztják ugyanezeket a félelmeket. „Nem tudok elképzelni semmiféle tartalmi szabályozást, bármennyire közvetett legyen is az” – írja a médiakritikus Karl Stepp –, amely a kormányt nem juttatná olyan helyzetbe, hogy bizonyos nézeteket és információkat másokkal szemben előnyben részesítsen vagy kedvezőtlenül ítéljen meg. Még a szabadabb véleménynyilvánítás csatornáinak megnyitására irányuló úgynevezett strukturális lépések is valamiféle szuper-sorompóór túrhetetlen szerepéhez juttatná a kormányzatot” (Stepp 1990, 194).

Ezek a megfontolások követték ki az utat az amerikai műsorközlés fokozódó deregulációjához. A televíziós csatornák az Egyesült Államokban „fel lettek szabadítva” az alól a kötelesség alól, hogy „vegyesen” állítsák össze mindennapi műsorukat, valamint a tisztességesség doktrínája alól is, ami megkívánja, hogy a közügyekről mindig a szemben álló nézőpontok egyidejű figyelembevételével és szóhoz juttatásával kell beszámolniuk. A televíziós állomásláncok egy tulajdonos általi birtoklását korlátozó szabályokat feloldották, és elejtették azt a követelményt is, hogy a kábeltévé-társaságoknak levegőn át sugárzott műsorokat is közvetíteniük kell. Jelenleg megkérdőjelezi még a mű-

sorközlő állomások számára kiadott engedélyek megújítandóságának elvét is, ami a még megmaradt szabályozási elemek sarokkövét alkotja.

Ami az USA-ban végbement, az Nagy-Britanniában is megkezdődött, bár az utóbbi esetben jelentős ellenállás mellett. Mint az USA-ban, itt is nagy nyomattékkal állították, hogy a műsorközlés állami szabályozása gátolja a kormányzat kritikus felügyeletét (Adam Smith Institute 1984; Veljanovski 1989). Mint Rupert Murdoch (1989, 9) tömören megfogalmazta: „Az állami műsorszolgáltatók ebben az országban [Nagy-Britanniában] nagy árat fizetnek az állam által szponzorált privilégiumaikért. Ez az ár a szabadságuk volt.” Ezek és hasonló érvek hozzájárultak az 1990. évi műsorközlési törvény életbeléptetéséhez, amely lehetővé tette a tévé- és rádióállomások árverés útján való értékesítését (bizonyos minőségi biztosítékok mellett) és a magánműsorközlésszektor kibővülését, valamint a kereskedelmi tévé- és rádióállomások esetében enyhítette a tartalom ellenőrzését. Az állami műsorközlés alapvető infrastruktúrája, melyet Nagy-Britanniában a BBC és a közéleti kötelességeket a magán műsorközlőkre is rákényszerítő szabályozó ügynökségek alkotnak, az állami műsorközlés folyamatos politikai és közvéleményi támogatásának köszönhetően érintetlenül fennmaradt (Curran és Seaton 1996).

A szabadpiaci, illetve állami „házőrző” funkciók kérdésében folyó vita azonban erős visszhangot keltett Nagy-Britanniában is, csakúgy mint az USA-ban, mivel ez mindkét országban fontos eleme a nyomtatott sajtót legitimáló ideológiának. Valóban, ezt a kérdést idézik fel és fogadják el a legtöbbször kiindulási alapként mindenféle további szabályozás ellenzéséhez. A Legfelsőbb Bíróság az USA-ban 1974-ben meghiúsította még azt is, hogy Floridában életbe léptessék a sajtó válaszadási jogára vonatkozó törvényt, mégpedig azon az alapon, hogy az gátolná a köztisztviselők bírálatát és lehűtené a heves politikai vitákat, továbbá korlátozná a kiadók véleménynyilvánítási szabadságát, amit az alkotmány első kiegészítése biztosít (Barron 1975). Nagy-Britanniában a Királyi Sajtóbizottság (*Royal Commission on the Press*) hasonlóképpen szembeszállt az újságok bármilyen formában való szelektív szubvencionálásával, mivel az „nyilvánvaló módon magával vonná azt a veszélyt, hogy a kormány beavatkozik a sajtó működésébe”. „Soha semmiféle állami testületnek sem szabad” – tették hozzá – „olyan helyzetbe kerülnie, hogy mintegy cenzorként diszkriminációt alkalmazhasson az egyik vagy a másik pályázó javára”, mivel ez az állami hatalommal való megfélemlítéshez vezethetne (*Royal Commission on the Press*, 1977, 126).

Mindezek az érvek azonban kereken ellentmondanak azoknak a tételeknek, amelyek történelmileg központi szerepet játszottak a műsorközlés megszerveződésében mind Nagy-Britanniában, mind az USA-ban. A Független Televízió Bizottság (*Independent Television Commission*) Nagy-Britanniában még ma is élvezi (és fel is használja) azt a szabadságjogot, hogy „mintegy cenzorként az egyik vagy a másik pályázó javára” dönthessen valamilyen rendszerbérlet (*franchise*) odaítélésével, és nem kell szükségképpen

ragaszkodnia a legmagasabb ajánlat elfogadásának elvéhez. A pártok oldaláról érkező támadásokra való válaszadási jogot egy időre szentesítették az amerikai műsorközlésben is, ironikus módon a Legfelsőbb Bíróság támogatásával, noha ugyanezt az amerikai sajtóra vonatkozóan betiltották (Lichtenberg 1991).

Ezt a következetlenséget vonakodva ugyan, de hosszú időn át elfogadták a szabadpiac szószólói is, azon az alapon, hogy a műsorközlés technikai értelemben hátrányos helyzetű médium (*Royal Commission on the Press*, 1997, 9; vö. Horwitz 1991). Az általánosan elfogadott álláspont az volt, hogy a televíziós és a rádiós műsorközlést korlátozza az elektromágneses spektrumban rendelkezésre álló frekvenciák csekély száma, és ennek következtében a műsorközlésnek a közérdeket kell szolgálnia, vagy pedig – ahogyan az USA-ban érveltek – olyan módon kell történnie, hogy a szolgáltatók mindazoknak az érdekeit vegyék figyelembe, akik nem jutottak rendszerbérlet-hez. E szerint az érvelés szerint a műsorközlők azért esnek más megítélés alá, mint a sajtó, mert a sajtóorgánumok száma nincs alávetve fizikai korlátoknak.

Az állami műsorközlés elsőbbségének ez a pragmatikus igazolása az 1980-as években az új tévétechnológiák elterjedése következtében összeomlott (Pool 1983). 1995-re Nagy-Britanniában és az USA-ban a legtöbb embernek több televíziós csatornához volt tényleges vagy potenciális hozzáférése, mint ahány újsághoz. Hasonló trend nyilvánult meg sok más országban is. A műsorközlés deregulációja előtt hívatóan tágra nyílt az ajtó a nyugati világ legnagyobb részében.

Privát „házőrök”: retorika és valóság

Úgy tűnik tehát, hogy az egyre jobban bővülő műsorközlési rendszer kontextusában a média hagyományos közéleti „házőröként” való meghatározásának parancsoló erejű logikája van. Legitimálja a műsorközlés szabadpiaci alapokon való megreformálását, miközben igazolja a sajtó továbbra is akadálytalan kapitalista szerveződését. Első pillantásra sok érv látszik támogatni ezt a megközelítést. A kormányzat kritikus felügyelete nyilvánvalóan fontos aspektusa a média demokratikus működésének. Az USA-ban a *Watergate* néven elhíresült műveletek feltárása Nixon elnöksége idején, vagy az olyan kevésbé ismert (más országokban történt) visszaélések nyilvánosságra hozatala, mint például az állam részvétele a Bofors fegyverek illegális eladásában Svédországban, vagy Nyikiforov leleplezése a helyi állami tisztviselők korrupciójáról a Szovjetunióban – ami 1989-ben Nyikiforov meggyilkolásához vezetett –, mind heroikus példák arra a módra, ahogyan a média közszolgálatot végzett az állami tisztviselők bűnös gyakorlatának kivizsgálására és megszüntetésére.⁵

⁵ Meg kell jegyezni azonban, hogy az állam jogtalan eljárásainak feltárása Svédországban és a Szovjetunióban az állami médiában történt meg, és az USA-ban a *Watergate*-botrányban szintén szerepet játszottak a műsorközlő médiumok (amelyek akkor a jelenleginél szigorúbb szabályozásnak voltak alávetve). A valóságban a nyomozó és feltáró jellegű újságírás (*investigative journalism*) nem korlátozódik a szabadpiaci alapon működő médiára.

A média „házórző” szerepe fontos, azonban talán Don Quijote-i vállalkozás lenne azt állítani, hogy minden mást meg kell előznie. Ez a konvencionális nézet egy olyan időszakból ered, amikor a vezető „médiák” erősen átpolitizált, kis példányszámban terjesztett újságok voltak, míg a legtöbb kortárs médium főleg a szórakoztatást szolgálja. A hírekről való tudósítás általában, még az úgynevezett hírmédiák esetében is, a teljes tartalomnak csupán egy kis részét teszi ki,⁶ és még ezeknek a híradásoknak is csak egy részét szentelik az állam kritikus vizsgálatának. Az így nyert tudás tehát valójában annyit jelent, hogy a média szerepét azzal határozhatjuk meg, amit az többnyire *nem* tesz.

A hagyományos megközelítés még egy másik módon is megköpötnak látszik: a média „házórző” szerepét ugyanis csupán az állam vonatkozásában definiálja. Ez az elavult megfogalmazás egy olyan időszakból származik, amikor az állam nem képviselői alapon működött, korrupt és potenciálisan despotikus volt, és a szólásszabadságot és a szabad sajtót életfontosságú védekezésnek tekintették az állami abszolútizmus közvetlen fenyegetésével szemben (például Cato 1720). Ez a szemlélet a társadalom olyan leegyszerűsített felfogásába ágyazódott be, amelyben a konfliktus meglétét elsősorban az egyén és az állam, illetve a tudatlanság és a felvilágosodás között tételezték fel (Curran 1978). Elhanyagolta a hatalom nem állami eszközök, hanem más struktúrák révén történő gyakorlását, és nem fordított figyelmet a sajtó szerepére, amit az a privát szférában folyó kizsákmányolás ellen leginkább az otthonokban és a gazdaságban fejtett ki. Világos, hogy a „házórző” szerep tágabb meghatározására van szükség. A médiát a jóvátétel kiharcolásához felhasználható erőforrásnak kell tekintenünk a mások fölötti hatalommal való visszaélés mindenféle formájával szemben.

Mihelyt azonban elfogadjuk ezt a tágabb definíciót, be kell látnunk, hogy ez meggyöngíti a szabadpiac helyzetét, mivel a piaci alapú média általában nem független a hatalom valamennyi struktúrájától, beleértve az állami és az üzleti érdekeket egyaránt. Valóban, az utóbbi három évtizedben megnyilvánult összeolvadási, illetve felvásárlási láz következtében ma nagyszámú mediavállalat kötődik a pénzügyi és az ipari tőke központi szektoraihoz. Nagy-Britanniában például az 1969 és 1986 közötti időszakban 9 multinacionális konglomerátum megvásárolt több mint 200 újságot és magazint, amelyeknek a vásárlás időpontjában összesen 46 millió fős előfizetői köre volt (nem számítva ide az általuk egymásnak eladott kiadványokat) (Curran és Seaton 1996). A sajtó nagy részét az USA-ban, Ausztráliában, Új-Zélandban, Németországban, Franciaországban, Kanadában és Svédországban is – hogy csak azokat az országokat említsük, amelyekre nézve bőséges adatok állnak rendelkezésünkre – hasonlóképpen felvásárolták, vagy azok nagyobb

⁶ A kortárs média tekintetében a közügyekkel foglalkozó tartalom arányára vonatkozó becsléseket nyújt Curran és Seaton (1996) és Strid és Weibull (1988), továbbá Neumann (1986), idézi Abramson (1990).

részvénycsomaggal beépültek nem kiadói tevékenységet végző nagyvállalatokba (Mayer 1993; Bagdikian 1992; Chadwick 1989; Farnsworth 1989; Tunstall és Palmer 1991; Lorimer és McNulty 1991; Hadenius és Weibull 1986). A dereguláció felé mutató trend másik eredménye az volt, hogy a televízió egyre jobban beágyazódott a „nagy üzlet” (*big business*) világának vállalati struktúrájába. Különböző konglomerátumok uralják az új televíziós ipart Európában, és ellenőrzésük alatt tartják a televíziót Ausztráliában is (Sanchez-Tabernero és mtsai 1993; Tunstall és Palmer 1991; Chadwick 1989). Hasonló trend alakult ki az USA-ban is (Bagdikian 1992). 1990-ben például a japán *Matsushita Electric Industrial Company* megvásárolta az MCA vállalatot, a televízióműsorok egyik főbb hollywoodi gyártóját, miután 1980-ban az NBC amerikai műsorközlő hálózat felvásárlásával példát mutatott erre a *General Electric*.

A tulajdoni viszonyok ilyen változó mintázatának egyik következményeként a médiavállalatok időnként tartózkodtak attól, hogy kritikusan vizsgálják azoknak az óriási konglomerátumoknak a tevékenységét, amelyekhez tartoztak (Hollingsworth 1986; Bagdikian 1992; Curran és Seaton 1996). Kivételes esetekben az anyavállalatok a saját érdekeiket érintő kritika elnyomása érdekében be is avatkoztak a média munkájába. Így például a *Toshiba* cég, Japán egyik vezető nukleáris vállalkozója 1988-ban visszavont egy olyan lemezt, ami a *Toshiba-EMI* zenei leányvállalatának megbízásából készült, mert az támadta Japán nukleáris programját (Murdock 1990). A szabadpiac inkább veszélyezteti a kommerciális média szerkesztési integritását, mintsem biztosítékot nyújtana arra, és különösen károsan hat a média felügyeleti funkciójára a magántőkével működő nagyvállalatok hatalmát illetően.

Ennél is fontosabb, hogy a média tulajdonviszonyainak változásai befolyásolták a média viszonyát a kormányzathoz. A kutatók egyik „iskolája” azt állítja, hogy a médiakonglomerátumok ténylegesen független hatalmi központok, amelyek politikai erejüket nagyvállalati profitok megszerzésére használják fel. Így például Chadwick (1989) egy fontos tanulmányában azt állítja, hogy az 1980-as években Ausztráliában számos vállalkozó taktikai szövetséget kötött a munkáspárti kormányzattal annak érdekében, hogy hivatalos engedélyt szerezzenek Ausztrália kereskedelmi televíziói és sajtója fölötti ellenőrzésük megszüntetésére. Ennek eredményeként az 1987. évi választások alkalmából példátlan mértékű vezércikk szintű támogatást kapott a Munkáspárt, míg a hagyományosan ellenzéki lapok opportunistá módon mintegy kivárára rendezkedtek be. Bagdikian azt állítja, hogy a Reagan-korszakban a médiakonglomerátumok ehhez hasonló módon szemet hunytak a hivatali korrupció fölött, és bizonyos műsorokat ellehetetlenítettek „egy politikai szövetséges védelmében” (Bagdikian 1990, X). Részletesebb elemzésükben Tunstall és Palmer (1991) arra a következtetésre jutottak, hogy a főbb médiakombinátok politikája Európában részben azzal

magyarázható, hogy „szabályozási kedvezmények „megszerzésére törekednek (ez alatt főként a médiára vonatkozó állami szabályozás megszüntetését vagy enyhítését értve). Ebből viszont az következik, hogy a médiakonglomerátumok nem a közérdek szolgálatában álló független „házőrök”, hanem önérvényesítésre törekvő, pénzsóvár nagyvállalatok, amelyek magánérdekeik érvényesítésére használják fel hatalmukat.

Egy másik politikai gazdaságtani hagyomány szerint a média tulajdonviszonyainak átalakulása részét képezi egy olyan információs-kulturális komplexum kialakulásának, amely szoros kapcsolatban áll a kormányzattal (Schiller 1989; Herman és Chomsky 1988). A hangsúly itt nem annyira a médiakorporációk és a kormányok közötti egyedi kölcsönhatásokra esik, mint inkább arra a jelenségre, hogy a média integrálódása a kapitalizmus rendszerébe abban az irányban hat, hogy a média jóváhagyja – bár néha bizonyos fenntartásokkal – a tőkét támogató diskurzusokat. Mint egy figyelemre méltó tanulmányban olvasható: „a multinacionális tőke (a „nagy üzlet”) által gyakorolt ellenőrzés a médiaintézmények fölött ahhoz vezet, hogy a média az utóbbi időben már a konzervativizmus irányában mutat elfogultságot, elősegítve ezáltal mindazt, amit a médiumok a saját gazdasági érdekükben állónak tekintenek” (Kellner 1990, 172). Ez a szemlélet számos változatban nyilvánul meg, amelyek közül egyesek meggyőzőbbek, mint mások,⁷ ám képviselői ritkán szállnak szembe közvetlenül „a média mint a közérdek házőrője” liberális koncepciójával. Az ilyen irányú kutatások fő hajtóereje azonban – akár explicit, akár implicit módon – az, hogy a médiakonglomerátumok nem a *lakosság* által a kormány fölött gyakorolt ellenőrzés forrásai, hanem csupán olyan eszközök, amelyek révén a domináns gazdasági erők informális befolyást igyekeznek gyakorolni az államra.

A kormányzat kritikai vizsgálatát elhomályosíthatja a politikai pártosság is. A szabad verseny elméletében a baloldali pártosságot kiegyensúlyozza a jobboldali pártosság, s így mindig jelentékeny sajtókapacitás áll készen arra, hogy feltárja a kormányzat hibáit, bármelyik párt is van hatalmon. Ez az elmélet akkor kezd összeomlani, amikor a jobboldal van kormányon, és a sajtó ugyanakkor – mint Európa legnagyobb részében jelenleg is – túlnyomórészt szintén jobboldali. Noha konfliktusok keletkezhetnek jobboldali lapok és jobboldali kormányzatok között is, a kritikai hajlamot megfékezi a párthűség és a hazafiság. Extrém esetekben ez már-már a kritikai ítéletalkotás felfüggesztéséhez is vezethet. A „rettenthetetlen házőrő” hagyományai például nem találtak kiváló képviselőre Lord Matthewsban, aki a következő kijelentést tette: „Egy olyan dilemmával nézek szembe, hogy [adott esetben] vajon jelentést kell-e tennem egy brit *Watergate*-ügyről, ami

⁷ A hagyományos politikai gazdaságtan különféle megközelítéseinek hasznos értékelő felmérését nyújtja Murdock (1982). A radikális politikai gazdaságtani megközelítés meggyőzően körültekintő bemutatását lásd Golding és Murdock esszéjében, ebben a kötetben.

kárt okozhat a nemzetnek. Hitem szerint Nagy-Britanniáért harcolok” (idézi Hollingsworth 1986, 31). Ebben az időben Nagy-Britanniában Lord Matthews ellenőrzése alatt volt a harmadik legnagyobb újságcsoporthoz. Az a központi jelentőségű hagyományos feltételezés tehát megkérdőjelezhető, hogy a szabadpiac táplálja a félelmet nem ismerő újságírókat és riportereket. Emellett azonban kritikusan kell tekintenünk azokra a radikális beszámolókra is, amelyek szintén a kereskedelmi médiának a nagy üzletbe való „beta-golódására” helyezik a hangsúlyt. A média finanszírozása terén végbemenő átalakulás hangsúlyozását ugyanis nem mindig egyensúlyozza ki a médiaszervezeteken belül ezzel a tendenciával szemben ható olyan befolyások elemzése, amelyek a viszonylagos újságírói függetlenség irányában hatnak. A valóságban a közönség előtti hitelesség és a politikai legitimitáció igénye, az újságírók önbecsülése és hivatásos elkötelezettsége, valamint az újságírói függetlenség normatív állami támogatása mind olyan fontos tényezők, amelyek az anyavállalatok üzleti és politikai érdekeivel szemben, a kereskedelmi média alárendelődése és kiszolgáltatottsága ellenében hatnak. Ezt jól illusztrálja az a különleges csata, ami a *Lonrho* multinacionális konglomerátum tulajdonában lévő *Observer*, egy brit vasárnapi újság hasábjain zajlott le.

1984 áprilisában a *Lonrho* főigazgatója azt mondta az *Observer* szerkesztőjének, Donald Trelfordnak, hogy ne közöljön egy cikket a zimbabwei hadsereg által a szakadár Matabele tartományban elkövetett atrocitásokról. A szóban forgó riport közlése veszélyeztette volna a *Lonrho* máris feszült viszonyát egy olyan ország kormányával, amely körülbelül 15 millió fonttal járult hozzá a vállalatcsoport profitjához. Donald Trelford visszautasította a tulajdonos kívánságát, és leköszölte a cikket. A szerkesztőség munkatársai, valamint a lap független igazgatói, akiket akkor neveztek ki, amikor a *Lonrho* átvette az *Observer*-t, egyöntetűen őt támogatták. Az ezután következő elhúzódozó heves viták során (miközben a *Lonrho* állítólag visszavonta a hírdetéseit a saját lapjából) Trelford felajánlotta a lemondását. Ez nehéz helyzetbe hozta a tulajdonost: Trelford lemondásának elfogadása ugyanis aláásta volna az újság hitelességét, a visszautasítása viszont csak megerősítette volna a szerkesztő pozícióját. Rowland egy ideig eljátszadózott azzal a gondolattal, hogy eladja az újságot. Végül olyan levélváltásra szánta el magát, melynek révén többé-kevésbé emelt fővel kerülhetett ki az ügyből, és megerősítette Trelford kinevezését. A nyilvánosság szétsége gyakorlatilag ténylegesen megakadályozta, hogy egy hatalmas konglomerátum manipulálni tudja egyik leányvállalatát. Mindazonáltal ez nem akadályozta meg a *Lonrho* cégcsoportot abban, hogy nyomást gyakoroljon az *Observerre* más alkalmakkor, amikor a szerkesztőség vezető munkatársai nem voltak ennyire eltökéltek (Curran és Seaton 1996).

A közérdek „házőrzői”: újrértékelés

A közszolgálati műsorközlő szervezetek nagyrészt ugyanezekből az okokból tanúsítottak ellenállást a műsorszerkesztésbe való állami beavatkozással szemben. A közönség előtti hitelességük, hosszú távú stratégiai érdekeik, valamint az általuk foglalkoztatott újságírók önbecsülése egyaránt autonómiájuk védelmezésére ösztönözte őket. A műsorközlés függetlenségének elve sok liberális demokráciában élvezi a politikai elit általános támogatását, részben annak a saját érdekében is. A miniszterek tudják, hogy egy napon, amikor kiszavazzák őket a hivatalukból, szükségük lesz arra, hogy szóhoz jussanak. Egyes műsorközlő szervezeteket azért is nehéz befolyásolni, mert a hatáskörök decentralizáltak bennük, vagy pedig különféle ellenőrzések és kiegyensúlyozó mechanizmusok belső rendszerével vannak védve. A közszolgálati műsorközlés autonómiájának végső és legfontosabb védelmezője azonban maga a közvélemény támogatása. A közvélemény elítélése az országok egész sorában, Németországtól és Nagy-Britanniától Izraelig és Ausztráliáig számos alkalommal megakadályozta a politikusokat abban, hogy fokozott politikai ellenőrzést érvényesítsenek a műsorok fölött. Több ilyen eset közvetlenül párhuzamba állítható az *Observer* történetével.⁸

A legfrissebb brit tapasztalatok olyan bonyolult következtetésekre vezetnek, amelyek egyrészt alátámasztják, másrészt cáfolják a szabadpiaci hagyományok híveinek érveit. Az egyik oldalon a brit műsorközlés a nyolcvanas évek során a Margaret Thatcher vezette radikális jobboldali kormány részéről a függetlensége ellen indított kitartó támadások következtében elveszítette autonómiájának egy részét (Barnett és Curry 1994; Cockerell 1989; Leapman 1987; Schlesinger és mtsai 1983). Ennek ellenére is folytatta azonban azt a gyakorlatot, hogy a kormányzatot következetesebb kritikai vizsgálatnak tegye ki, mint a túlnyomórészt jobboldali országos sajtó, amely az 1980-as évek nagy részében erősen elkötelezett volt a Thatcher-adminisztráció céljai és törekvései mellett. A thatcheri érában – miközben a műsorközlők és a kormányzat között egyre jobban eszkalálódó konfliktusok támadtak – az országos sajtó többsége és a kormány közötti viszony az időnkénti pengeváltások dacára is figyelemre méltóan harmonikus volt.⁹ Ezt az ellentétet jól illusztrálja az az izgalom, amit az ITV „Halál a sziklán” (*Death on the Rock*) című dokumentumfilmje váltott ki. A film azt sugallta,

⁸ Ezt különösen jól dokumentálja Etzioni-Halevy (1987) összehasonlító vizsgálata. A brit kormánynak az észak-írországi szektarianizmusról forgatott „Valódi életek” (*Real Lives*) című dokumentumfilm betiltására tett hiábavaló – és az *Observer* történetével nyilvánvaló párhuzamokat mutató – kísérleteiről részletes információt közöl továbbá Leapman (1987), valamint Barnett és Curry (1994).

⁹ Az 1990-es években a konzervatív kormány és a konzervatív sajtó viszonya feszültebbé vált, részben frakciós okok miatt (egyes konzervatív lapok jobbról támadták a kormányzatot), részben pedig azért, mert a kormány elveszítette a közvélemény támogatását.

hogy a brit hadsereg egyik SAS-egysége törvénytelenül megölte az IRA tagjait Gibraltárban, és hogy ezt az események hivatalos változata elkendőzte. A külügyminiszter, Sir Geoffrey Howe felszólította a kereskedelmi televíziók működését szabályozó hatóságot, az IBA-t a műsor sugárzásának azon az alapon való megakadályozására, hogy az előítéleteket táplál egy megindítandó hivatalos vizsgálat ügyében. Az IBA ezt megtagadta, és a műsor 1988 április 28-án adásba ment. Jelentések szerint a miniszterelnök Thatcher asszony olyan érzéseket táplált a műsorral kapcsolatban, hogy az „jóval mélyebbre hatolt annál, hogysen csupán bosszantó legyen”, és elégedetlenségét a sajtó nagy része visszhangozta. A *Daily Star* című napilap egyik szalagcíme szerint „A tévé szégyent hozott a SAS-ra” (1988. április 29.). A *Daily Mail* „Szenvedélyeket vált ki, hogy a SAS »a tévé ítélőszéke« elé kerül” címen közölt cikket (április 29.), továbbá lehozott egy olyan kritikát, amely szerint a műsor „siralmasan egyoldalú képet adott a gyilkosságokról”. A *Sunday Times* több cikkben is kétségbe vonta a műsorban megszólaltatott legfőbb tanú szavahihetőségét, és vitába szállt a műsorban elhangzott állításokkal.

Ez a nyilvános légelhárító ösztűz azonban nem félemlítette meg a műsorközölőket. A műsor készítője, a *Thames* televíziós társaság Lord Windlesham (egy korábbi észak-írországi konzervatív miniszter) vezetésével vizsgálatot indított, amely azzal a következtetéssel zárult, hogy a „Halál a sziklán” egészében véve nem sértette meg sem az IBA részrehajlás-mentességi követelményét, sem pedig az 1981. évi műsorközlési törvényt”. Ez a belső jelentés – noha tartalmazott kritikai elemeket is – dicsérte a műsor „éles és határozott hangvételét”, valamint készítőinek „lelkiismeretes és kitartó” munkáját (Windlesham és Rampton 1989, 143). A műsor megérdemelten elnyert több díjat, köztük a tévéiparágban a legnagyobb elismerést jelentő BAFTA-díjat is, ami szimbolikusan megerősítette a műsorközlők közösségének ellenállását a kormányzattal és a konzervatív újságkritikákkal szemben. A történet végső csattanójaként 1991 májusában a „*This week*” című kutató-feltáró televíziós sorozat megindításának 35. évfordulójáról való ünnepélyes megemlékezések keretében ismét műsorra tűzték a filmet. (Annak idején a „Halál a sziklán”-t ebben a sorozatban mutatták be először.) Ez az incidens is rávilágít arra a módra, ahogyan a bonyolult valóság eltérhet a hagyományelvű ideológiaiák által írt forgatókönyvektől. Az államhoz kötődő házörző kutyák ugathatnak, miközben a magánterületek házörzői alszanak.

Ám gyakran mindkettő aluszékony maradhat. Míg a sajtó éberségét elhomályosíthatják a gazdasági érdekek és a tulajdonosaik iránti párthűség, a közszolgálati műsorközlés éberségét alááshatja a kormányzat álcázott nyomása. A közszolgálati műsorközlés terén számos olyan mechanizmus létezik, amit a politikusok manipulálhatnak (Kuhn 1995; Blumler 1992; Ostergaard 1992; Browne 1989; Etzioni-Halevy 1987). A műsorközlési hatóságok „lepaktálhatnak” az állami támogatókkal; pénzügyi nyomást lehet kifejteni az állami támogatás növelésének megtagadásával; légelhárító sortüzek

intézhetőik bizonyos célpontok ellen azzal a céllal, hogy éket verjenek a műsorközlők és a közönségük közé; informális és formális kifogásokat lehet emelni az öncenzúra erősítése érdekében; továbbá – valamennyi között a leghatékonyabb eszközként – a műsorközlő szervezetek jövője is fenyegethető a törvényhozás átszervezésével. Ezek a különféle szankciók a műsorközlési költségek emelkedése, a televíziók közötti verseny és a közszolgálati műsorközléssel szemben fellépő politikai ellenzék legitimációja következtében még élesebbé váltak.

A magánkézben lévő és az állami média autonómiáját érintő fenyegetések azonban legtöbbször nem egyforma súlyúak, mivel rendszerint nem ugyanolyan mértékű ellenállásba ütköznek. A különféle társadalmakban, valamint az idő függvényében a körülmények természetesen változnak. Általában azonban az várható, hogy a média független „házórző” szerepe az egyelőre még kevésbé szabályozott régiókban jobban fog érvényesülni, mint ott, ahol erősebb a szabályozás, vagyis a liberális demokráciákban, ahol már érett állami műsorközlő rendszerek működnek. A magánkézben lévő média-vállalatok tulajdonosainak nagyobb legitimációjuk van a saját szervezeteikben, mint azoknak a kabinettagoknak, akik a közszolgálati műsorközlő szervezeteket igyekeznek befolyásolni. A tulajdonosok kisebb valószínűséggel ütköznek ellenállásba, amikor ellenőrzést kívánnak gyakorolni, míg a kormányok minisztereinek a mozgásterét erősen korlátozzák éppen azok az akadályok és kiegyensúlyozó mechanizmusok, amelyeket a beavatkozások megelőzésére hoztak létre az autonóm műsorközlési rendszerekben. Ugyanakkor a közfigyelem is kevésbé éber a magánkézben lévő média esetleges manipulálását illetően, mint amennyire az állami médiával kapcsolatban, és így a védelem kevésbé adekvát formáját nyújtja.

A számlák kiegyenlítése

A világos áttekintés kedvéért hasznos lehet összekapcsolni azokat a különböző vonalakat, amelyek mentén gondolatmenetünk halad. A médiától megkövetelt közérdekvédő házórző szerep nem legitimálja, ahogy egyes neoliberalisok kívánnák, a szabadpiaci médiarendszert. Részben azért nem, mert a közérdekű „házórző” szerepről, noha fontos, nem állíthatjuk megalapozottan, hogy a kortárs tömegkommunikáció legnagyobb részének a működését jellemezné, mivel az túlnyomórészt a szórakoztatás szolgálatában áll. Ennél is fontosabb azonban, hogy a hagyományos liberális érvek két téves premisszán alapulnak. Ezek egyike szerint a társadalom jólétét leginkább az állam fenyegeti – a valóságban azonban számos tényező lehet kizsákmányoló és elnyomó a társadalomban. A második tévedés pedig az, hogy ha a média függetlenedik az államtól, akkor „függetlenné” válik. Ez a vélekedés nem vesz tudomást arról a módról, ahogyan a magánkézben

lévő média a magántulajdonon keresztül egyre inkább összekapcsolódik a hatalom nagyvállalati struktúráival, mégpedig olyan formában, ami megfosztja függetlenségétől, és károsítja a nagyközönség nevében folytatott kritikus felügyeleti funkcióját.

A fentiekhez még hozzátehetjük azt a további ellenvetést, hogy a vitázó feleket sokszor valósággal megbűvöli a rendszer logikája, továbbá olyan állítások hangoztatása is, amelyek kevés figyelmet fordítanak a média empirikus szociológiájára. Valójában egymással szemben ható befolyások érvényesülnek mind az állami, mind a magánkézben lévő médiában, amelyek megakadályozhatják azok alárendelődését az államnak vagy a magánérdekeknek. Ezek az egymást kiegyenlítő hatások néhány állami műsor-közlési rendszerben erősen fejlettek, s ugyanakkor jóval kevésbé fejlődtek ki a nem szabályozott magánszektorban.

Röviden: a média közérdekvédő „házőrzőként” való működése által felvetett komplex kérdéseket nem lehet megoldani azzal, ha egyszerűen és gondolkodás nélkül, katekiszitikus módon a szabadpiac híveit szegődünk. Olyan gyakorlati intézkedésekre van szükség, amelyek inkább a média kritikus éberségét erősítik, nem pedig egy bizonyos rendszer önelégült jóváhagyását szolgálják.

Fogyasztói képviselet

A média közérdeket védő „házőrző” funkcióját túlértékelő szemlélet alapvetően negatív és védekező jellegű. A média szerepét elsősorban a kormányzat monitorozásában, a közönség védelmében, továbbá annak megakadályozásában látja, hogy a hatalmasok átlépjék a számukra kijelölt határokat, ily módon azonban nem tesz eleget annak a pozitívabb, habermasi médiáfelfogásnak, miszerint a média a közakarat kinyilvánításának eszköze.

Van azonban egy olyan fonala a hagyományos liberális gondolkodásmódnak, amely érzékeny a habermasi szemléletre. Ez a „negyedik rend” szerepét tulajdonítja a médiának. Egyes viktoriánus kommentátorok azt állították, hogy az újságok minden egyes alkalommal, amikor kikerülnek a standokra, mintegy a választásoknak megfelelő megméretésnek vannak kitéve, ellentétben a politikusokkal, akiket csak ritkán választanak újra (Boyce 1978). Következésképpen – e szerint az érvelés szerint – a sajtó teljes mértékben képviseleti intézmény, és partnerként kell elfogadni a kormányzás folyamatában. Thomas Carlyle szerint a sajtónak a nép akaratából eredően „egyfajta kormányzati ágként hatalmat kell adni a kezébe, tőle elvehetetlen súllyal a törvényhozásban” (Carlyle 1907, 164).

Ezt a gondolatot a 20. században kevésbé nyers és célratoró formában újrafogalmazták, a szuverén fogyasztó fogalmával összefüggésben. Ennek központi premisszája az, hogy „a sajtó általános formáját és jellegét végül

nem más határozza meg, mint az olvasói”, a szabadpiac „láthatatlan keze” által (Whale 1977, 85). A médiatulajdonosoknak a piactalapú rendszerben, ha benn akarnak maradni az üzletben, meg kell adniuk az embereknek, amit azok akarnak, és ez biztosítja, hogy a média egészében a vásárlóközönség nézeteit és értékeit tükrözze, és mintegy a közönség szócsöveként szolgáljon.

Ennek a sajátos álláspontnak a hagyományos sajtótörténeti munkák (például Siebert és mtsai 1956) szinte mitologikus erőt tulajdonítanak. Nagy-Britannia esetében az az elfogadott történeti kép, hogy a sajtó fejlődésében három főbb szakasz különböztethető meg (Christie 1970; Aspinall 1973; Koss 1981, 1984). Az első szakaszban a sajtó cenzúrájának volt alávetve, és szinte az állam kiterjesztéseként működött. A második szakaszban a politikai pártok játszottak benne uralkodó szerepet, és a sajtó a pártrendszer kiterjesztéseként szolgált. A harmadik és utolsó szakaszban (az 1940-es évektől kezdődően) a sajtó irányítói olyan piaci szemléletű, pragmatista üzletemberek lettek, akik inkább az értékesítés maximalizálására, mintsem valamilyen politikai álláspont előbbre vitelére törekedtek. Ez állítólag azt eredményezte, hogy a fogyasztó kezébe került a sajtó fölötti végső ellenőrzés, s így az újságok többé nem a szervezett politikai érdekek, hanem a közönség képviselőivé alakultak át.

A fogyasztói képviselői tézisnek egy kifinomult változata megtalálható a kritikai szemléletű revizionista amerikai szociológiában. Ez a felfogás – ahogyan Alvin Gouldner (1976) munkáiban tükröződik – jóváhagyja a hagyományos szabadpiaci szemlélet központi következtetéseit, miközben tudomásul veszi a gyöngeségeit is. Gouldner felhívja a figyelmet az „óriásira duzzadt, végtelenségig kapitalizált és egyre inkább központosított média” létezésére, és azt állítja, hogy „a tulajdonosi viszonyok általában véve számos korlát közé szorítják a médiavilág alakulását, a tulajdoni rendszer támogatásának irányába terelve azt”. Ugyanakkor az általa végső soron felszabadító hatásúnak tekintett piaci alapú médiarendszert élesen megkülönbözteti az állami tulajdonú médiától, amit a szovjet modellel azonosít, és „a racionalitás katasztrófális visszaesésének” nevez. Ez a manicheus megkülönböztetés kettsős alpra támaszkodik: az állami tulajdonlás Gouldner véleménye szerint a valóság hivatalos értelmezésének és a média által képviselt valóságfelfogásnak az összeolvadásához vezet, míg a piac felszabadítja a médiát még azoknak az uralma alól is, akik működtetik. Ennek a felszabadulásnak a fő rugója szerinte a nyereségre való törekvés. Ez készítheti arra a vezető kiadókat, hogy „toleráljanak (és támogassanak) egy olyan ellenkultúrát, ami ellentétes a saját *hosszú távú* tulajdonosi érdekeikkel. [...] Hajlamosak lesznek (és eddig is hajlamosak voltak) eladni egy olyan, a sajátjukkal ellentétes kultúrát, ami az ifjúság tömegeit nyíltan elidegeníti a szüleiktől és a kormányzattól is, mivel – és mindaddig, amíg – ez profitot hoz számukra.” Gouldner szerint tehát előáll „az alapvető burzsoá ellentmondás az egyik oldalon bármiféle eladható termék létrehozása, a másik oldalon pedig csupán azoknak a dolgoknak a megengedése között, amelyek a meglévő intéz-

ményeket támogatják". Ezt az ellentmondást a rövid távú nyereség győzelme oldja fel, oly módon, hogy „végül a rendszer felbomlasztja önmagát, mivel nincs olyan védelem a saját *jövője* számára, ami megakadályozhatná, hogy akár a rendszer integritásának a feláldozása árán is ragaszkodjanak a gyors megtérülésből származó profitokhoz” (Gouldner 1976, 157).

Rendelkezésünkre áll tehát egy különféle tudományágakat és különböző elméleti megközelítéseket képviselő szerzők munkáiból összetevődő masszív szakirodalmi korpusz, amely lényegében ugyanazt az álláspontot hangoztatja: a szabadpiac olyan médiarendszert hoz létre, ami megfelel az emberek nézeteinek, és azokat juttatja kifejezésre. Mint minden meggyőző mitológia, ez is tartalmazza az igazság bizonyos elemeit. Általános konklúziója mindazonáltal mélységesen félrevezető – legalább hat különböző okból.

Először is az oligopóliumok dominanciája a piacon csökkentette a média sokféleségét, a közönség választási lehetőségeit és az állami ellenőrzést. A legtöbb nyugati országban hosszabb ideje folytatódik az egymással versengő újságok számának csökkenése, a helyi monopóliumok és az egy kézben lévő újságláncok növekedése mellett (Hoyer, Hadenius és Weibull 1975; Rosse 1980; Curran és Seaton 1996). Ezzel párhuzamosan ugyancsak hosszabb ideje folyik a magazin-, lemez- és könyvkiadás, valamint a filmgyártás központosított ellenőrzésének konszolidációja (Locksley és Garnham 1988; Garnham 1990; Murdock 1990; Bagdikian 1992; Sanchez-Tabernero és mtsai 1993). A televízió esetében a kép vegyesebb, mivel egyes országokban a kereskedelmi televíziózás oligopolisztikus ellenőrzését különféle szabályozó intézkedések akadályozzák vagy korlátozzák.

Az oligopóliumok hatalomátvételének mértékét a média világában jól illusztrálják Ausztrália, Nagy-Britannia és az USA tapasztalatai. Ausztráliában 1989-ben két ember (Packer és Murdoch) tartotta ellenőrzése alatt a 30 legjobban értékesíthető magazin eladási bevételeinek 84%-át; 1988-ban egyedül Murdoch a magáénak tudhatta a világvárosi napilapok előfizetéseinek figyelemre méltó 63%-át, továbbá a vasárnapi lapok 59%-át és az elővárosi helyi lapok 55%-át; s emellett három másik vállalat dominált a kereskedelmi tévépiacon (Chadwick 1989). Nagy-Britanniában az 1980-as évek közepén mindegyik médiaszektorban az öt legnagyobb vállalat tartotta kezében az országos terjesztésű újságok 93%-át, a videokölcsönzés 66%-át, a lemez-, kazetta- és CD-értékesítés 59%-át, valamint a helyi esti újságok 53%-át, az ITV közvetítéseinek 45%-át és a könyvértékesítés 40%-át (Curran és Seaton 1991). Az USA-ban négy vállalat tulajdonában van a tévépiac körülbelül kétharmad része, három kiadó dominál az országos hírmagazinpiacon, és a helyi sajtó legnagyobb része láncokba szerveződött (Bagdikian 1992; Hoyne 1994).

A szabadpiac elkötelezett hívei ezekkel a trendekkel kapcsolatban két dolgot hangsúlyoznak. Helyesen rámutatnak arra, hogy a piacnak néhány nagyvállalat kezében való összpontosulása bizonyos piacokon nem volt

folymatos és szakadatlan (*Royal Commission on the Press*, 1977; Burnett és Weber 1988). Egyesek kimutatják a médiarendszer egy részének expanzióját is, és azt állítják, hogy ez élénkíti a versenyt. A specializálódott magazinok, a számítógéppel szerkesztett hírlevelek és általában a számítógépi szerkesztésű kiadványok, a helyi rádióállomások, az online szolgáltatások és mindenképp a tévécsatornák szaporodását mind bizonyítéknak tekintik a piac saját erejéből való regenerálódására (Pool 1983; Compaine 1985; Daahlgren 1991).

Ezek fontos értékelő megállapítások, ám elsiklanak három egymással összefüggő és egymást kiegyensúlyozó erőteljes trend fölött, amelyek eredményeként országos kontextusban fokozódik a média egésze fölötti ellenőrzés koncentrálódása, és a piac hatalma nemzetközi kontextusban is növekszik. 1960 óta erősen felgyorsultak az összeolvadások és a vállalatfelvásárlások a különböző médiaszektorokban, nagy multimédia-kartelleket hozva létre. A műsorközlés privatizációjára ható általános trend, valamint az új televíziós iparágak növekedése is lehetővé tette a médiakonglomerátumok számára, hogy egy olyan szektorra is kiterjesszék, ahol növekedésük korábban akadályokba ütközött. Váltás megy végbe emellett a globális piac integrálásában a televízióműsorok, a könyvek és az üzleti információk területén is (a zenei és a filmszektorban már jól megalapozott trendeket követve), ami szintén lehetőséget adott egyes vállalatok számára ahhoz, hogy új piacokra törjenek be.

Mindezek a trendek egyesülve a magántőkével fenntartott média hatalmának példátlan mértékű koncentrálódását eredményezték. A legnagyobb kiterjedésű birodalom Murdoch médiavállalata (*Murdoch's News Corporation*), amelyhez hozzátartozik egy kelet–nyugati irányban Budapeستől Bostonig, észak–déli irányban pedig Londontól Queenslandig nyúló újságbirodalom; egy kiterjedt magazin- és könyvbirodalom, beleértve a *Harper Collins* vállalatot; továbbá egy tévé- és filmbirodalom, beleértve a *Fox TV* és a *20th Century Fox* vállalatokat az USA-ban; a brit *Sky Broadcasting* csatornát Észak-Európában, valamint a *Star TV* hálózatát Ázsiában. Ehhez még csatlakoznak újabb *online* és interaktív szolgáltatások kifejlesztését célzó további közös vállalkozások a *Telstra* ausztráliai távközlési vállalattal és az USA második legnagyobb távolsági telefonszolgáltatójával, az *NCI*-vel. Az európai központtal létrejött főbb konglomerátumok között meg kell említeni a *Bertelsmann* csoportot, amely erős könyv-, tv-, film-, rádió- és magazinbirodalmat épített ki Németországban, beleértve az *RTL Plus* televíziós csatornát és Németország legnagyobb kábeltelevíziós vállalatát, továbbá magában foglalja – számos más külföldi médiaérdekeltsége között – a *Bantam* és az *RCA* amerikai könyv- és lemezóriákat is. Fontos szerepet játszik továbbá Berlusconi *Fininvest* csoportja, amelynek az ellenőrzése alá nemcsak kiterjedt film- és sajtóérdekeltségek tartoznak, hanem a három fő kereskedelmi tévécsatorna is Olaszországban, továbbá televíziós holdingok Németországban

(Telefűnf), Spanyolországban (Telecinco) és Kanadában. Az USA-ban, Kanadában és Japánban olyan nagy konglomerátumok állíthatók ezekkel egy sorba, mint a *Time-Warner*, az *International Thomson* és a *Sony*. Az ilyen vállalatbirodalmak a rendelkezésükre álló hatalmas források és a nagy méretekből fakadó gazdaságosság kihasználásával uralkodó helyzetbe kerültek az összekapcsolódó piacokon, ami aláásta a piac mint szabad és nyílt versenypálya működését, és megszüntette az olyan küzdőtereket, amelyeken minden résztvevőnek egyenlő esélye van a sikerre.

A fogyasztói képviselői tétel második, ezzel összefüggő hibája az, hogy a médiaiparágak fokozódó kapitalizációja korlátozza a piacra való belépés esélyeit. Nagy-Britanniában például egy új országos napilap indítása 20 millió, egy új kábeltélevízió-állomás alapítása 30 millió, egy új műholdas televíziós vállalkozás létrehozása pedig több mint 500 millió fontba kerül. A marginális médiaszektorokba még mindig lehetséges olcsóbban belépni, például szennyezésmentes papírra nyomott időszaki kiadványok és speciális magazinok kiadásával vagy helyi rádióállomások létesítésével, de ezeknek a kommunikációs ipar „parancsnoki magaslataihoz” képest jóval kevesebb befolyásuk van. Viszonylag kis tőkebefektetéssel be lehet lépni továbbá a főbb szabályozatlan médiaszektorokba is, ahol a névleges jelenlét fenntartható igen alacsony költségvetéssel, kezelhető veszteségek mellett. A kis beruházás azonban gyakran gyenge minőséghez és magas árhoz vezet, és e kettő kombinációja rendszerint már kezdettől fogva marginalizálja az ilyen vállalkozásokat.

A médiaipar erős kapitalizációja ténylegesen létrehozott egy olyan befolyási zónát, amelyben a domináns gazdasági erők kivételezett helyzetben vannak, és amelyhez más jelentős társadalmi erőktől meg van tagadva a közvetlen, illetve közvetítetlen hozzáférés. Nicholas Garnham szavaival: „Ma furcsának találnánk, ha a szavazati jogot a vásárlóerőtől vagy a tulajdoni viszonyoktól tennénk függővé, ám a tömegmédia eszközeihez mint információs csatornákhöz és vitafórumokhoz való hozzáférést éppen az ilyen erők és a tulajdonjogok határozzák meg” (Garnham 1986, 47).

Éppen ez a kontextus az, amelyben a szabadpiac dicsőítését az egyes médiaszektorok jelenlegi terjeszkedését illetően kritikusan kell értékelnünk. Széles körben elterjedt meggyőződés, hogy a többféle médium megjelenése nagyobb változatosságot és több választási lehetőséget hozott létre. Am ez az egyre divatosabb álláspont figyelmen kívül hagyja, hogy az uralkodó piaci struktúrák korlátokat állítanak a terjeszkedés által létrehozott „sokféleség” elé. Egyes baloldali bírálók azt hangoztatják, hogy ha többre van szükség, ez nem szükségképpen azt jelenti, hogy ugyanabból a dologból kell több. Annyi azonban bizonyos, hogy a választási lehetőségeket mindig *előre strukturálják* a versenyfeltételek. A mai kontextusban ez gyakran egyfajta „osztályszűrőt” jelent, amit a piacra való belépés magas költségei állítanak fel, s ami egyenlőtlen esélyeket teremt a nagy és a kis versenytársak esetében, biztosítja az oligopóliumok uralmát a piacon, és erősíti a tömeges

piac táplálása által létrehozott korlátozásokat. Ennek az előzetes strukturálásnak a következményei röviden megvilágíthatók azokkal az újabb változásokkal, amelyek az amerikai televízióban és a brit sajtóban mennek végbe.

Az USA-ban a televíziós csatornák számának nagymértékű megnövekedése kibővítette a kulturális és műfaji változatosságot. A hálózatok alapvető étlapja kiegészült ellenműsorokkal, független állomásokkal és mindenekelőtt kábeltelevíziós csatornákkal, hogy választási lehetőségünk legyen a rabló-pandúr sorozatok, szakértői beszélgetések, csevegőműsorok, vetélkedők, szappanoperák, klasszikus vígjátékok, amatőr fellépések, klasszikus hollywoodi filmek, európai művészfilmek, újabb amerikai filmek, gyermekeknek szóló rajzfilmek, etnikai kisebbségek számára készült idegen nyelvű műsorok és sok-sok más között. Amit azonban nem sikerült elérni, az a hasonló növekedés a közérdekű műsorok ideológiai változatossága terén. Entman úttörő kutatásai szerint a helyi független állomások túlnyomó többsége „kevés politikai információt és az állam elszámoltathatóságára vonatkozóan még kevesebb hírt” közöl (Entman 1989, 110). A CNN megnyitott két új hírcsatornát is, amelyek azonnali tudósításokat nyújtanak lényegében ugyanabban az ideológiai keretben, mint a három nagy hálózat (CBS, NBC és ABC). Amit az új kereskedelmi vállalkozások közül egyik sem tett meg, az a hírek baloldali szemléletű tálalása. Valóban, a legnagyobb politikai sokszínűség a PBS és egy viszonylag új szereplő, a *C-Spam* csatorna aktuális ügyekkel foglalkozó műsoraiban lelhető fel – mindkét esetben olyan nonprofit szervezetekről van szó, amelyek kívül állnak az üzleti piacon, alultőkésítettek és marginalizáltak.

A brit országos sajtó újabb terjeszkedése hasonlóképpen nagyobb választási lehetőségeket hozott a fogyasztóknak, az ideológiai látókör lényeges kiterjesztése nélkül. 1986 és 1990 között a költségkímélő új technológiák bevezetése nyolc új országos napilap létesítéséhez vezetett. A piacvezetők azonban a kifinomultabb tördeléssel és új reklámtechnikákkal mesterségesen felszórólták a költségeket, szándékosan a versenytársak kifulladására törekedve. Ennek következtében csupán öt új országos lap maradt életben az 1990-es években is.¹⁰ Ezek többsége folyamatosan veszteséges volt, és egyik sem volt közülük baloldali beállítódású. A szerkesztőségek véleménye és a közvélemény közötti szakadék Nagy-Britanniában makacsul fennmaradt. Az 1992. évi általános választásokon a konzervatív párt az országos napilapok előfizetői számával mérve 70%-os, a ténylegesen leadott szavazatok arányában azonban csak 42%-os támogatást szerzett.

Röviden: a piac torzulásai szükségessé teszik, hogy a média képviseleti tételét erősen kritikusan szemléljük. Amikor ezt a tételt először megfogalmazták, sokkal nagyobb mértékben volt érvényes, mint ma. A sajtó preindusztriális fejlődési szakaszában kétségkívül az volt a helyzet, hogy az

¹⁰ Ezek közé két depolitizált „puhapornólap”, a *Sport* és a *Sunday Sport*, továbbá két kisebb, gazdag elitközönségnek szóló centrista újság, az *Independent* és az *Independent on Sunday*, valamint egy bulvárlap, a *Today* tartozott (ez utóbbi 1995-ben megszűnt).

egyének és a társadalmi csoportok széles köre felállíthatta „kecskelábú asztalait” az eszmék szabad piacterén. Ez választási lehetőséget adott ideológiailag eltérő beállítódású újságok között, olyan körülményeket teremtve, amelyek között a „közönség” jelentős befolyást gyakorolhatott a sajtóra, és valóban elérhette, hogy az őt képviselje (Curran 1977). Már régóta nem ez azonban a helyzet, még akkor sem, ha a hagyományos szabadpiaci érveket még mindig úgy hangoztatják, mintha semmi sem változott volna.

A fogyasztói képviselet tételének harmadik hibája az, hogy nem vesz tudomást a média és a közönség közötti viszonyban a 19. század óta bekövetkezett változásokról. A „népszerű” média közönsége sokkal nagyobb, és tagjainak politikai és társadalmi összetételét tekintve jóval heterogénabb lett: a közönségre nem szükségképpen jellemző többé ugyanaz a meggyőződés vagy közös érdeklődés, ami „képviselehető”. A szórakoztató tartalom kibővülése a hírmédiumokban, ami ösztönzően hat a médiafogyasztásra, szintén csökkentette a politikai megerősítés iránti igényt. A média olyan szemlélete, ami abban a korszakban alakult ki, amikor az átpolitizált újságok erősen differenciált olvasótáborokat szolgáltak ki, a kortárs média valóságának nem felel meg többé. A Nagy-Britanniában végbe ment változások jól illusztrálhatók a legnagyobb példányszámú napilap, a *Sun* példájával. A lap vezércikkeinek csupán 15%-át szenteli közérdekű híreknek és a velük kapcsolatos kommentároknak, miközben több mint 10 milliós politikailag megosztott olvasóközönség vásárolja. Elfogadhatóan lehet érvelni amellett, hogy a *Sun* bizonyára kapcsolatot talál olvasóinak érzésvilágához (Holland 1983), ám az semmi esetre sem állítható, hogy olvasóközönségét politikai értelemben képviselné. Az 1987. és az 1992. évi általános választások alkalmából olvasóinak csupán egy kisebbsége szavazott a konzervatívokra, holott a lap kitartóan ezt a döntést sugallta (Harrop 1988; McArthur 1992).

Negyedszer: az a revizionista állítás, miszerint a média irányítói ideológiai elkötelezettségüket alárendelik a piac parancsainak, csupán részben igaz. Ez olyan szelektív megállapításokon alapul, amelyek leegyszerűsítenek és tévesen tükröznek egy bonyolult helyzetet. Azt állítják többek között, hogy a közös tulajdonoshoz való tartozás terjedésének eredményeként elválik egymástól a média irányítása és a tulajdonjog, és hogy a médiának a versengő környezetben alá kell vetnie magát a fogyasztás törvényeinek. Valójában nagyszámú kommunikációs konglomerátumot – köztük igen nagy és kiterjedt vállalatbirodalmakat is – mindmáig egyetlen főrésztvényes vagy család ellenőríz (Sanchez-Tabernero és mtsai 1993; Herman és Chomsky 1988). A média irányítói között jelentős számban vannak azok, akiket inkább az ideológiai elkötelezettség, mintsem a politikailag semleges üzleti szemlélet jellemez (Curran és Seaton 1996; Frenkel 1994; Tunstall és Palmer 1991). A médiatulajdonosok viszonylagos politikai függetlensége a piactól elsősorban a szórakoztató tartalom és az oligopóliumok előtérbe kerülésének köszönhető.

Mindhárom fenti pontot jól illusztrálja Rupert Murdoch karrierje (Munster 1985; Leapman 1987; Shawcross 1993). Általában ő maga tartotta ellenőrzése alatt

azokat a médiavállalatokat, amelyekbe befektetett, miközben nézetei fokozatosan egyre inkább jobboldalivá váltak, különösen az 1970-es évek eleje óta, és azok hangoztatását tekintve inkább ügyesen meglovagolta a piac áramlatait, mintsem hogy passzívan hagyta volna magát sodorni általuk. Így alkalmanként fejet hajtott az erősebb piaci jelzések előtt: tartózkodott például attól, hogy megváltoztassa a *Village Voice* című radikális New York-i magazin hangvételét. Más alkalmakkor köpönyeget is fordított, amikor ez előnyösnek látszott: a Victoriában megjelenő *Sun* és a New South Wales-i *Herald* az 1987. évi választások alkalmából, amikor Murdoch vállalati érdekei úgy kívánták, hogy engedje meg a rugalmasságot a lapok szerkesztésében, a jobboldali munkáspárti vezetőt, Bob Hawke-ot támogatták. Körültekintően engedett a nyomásnak, amikor az új technológia elősegítette egy új versenytárs, a londoni *Independent* megjelenését azzal, hogy 1990-ben Simon Jenkins független észjárású konzervatív újságíróként nevezte ki a *Times* főszerkesztőjének, mintegy késői beismerésként, hogy a *Times* Thatcher-párti politikája következtében olvasóinak egy része átpártolt az új laphoz. Am ahol és amikor csak lehetséges volt, újságjaira a jobboldal irányában fejtett ki nyomást, oly módon, hogy személyesen választotta ki a jobboldali nézeteket valló szerkesztőket, az örökölt vagy ügyvivőként működő szerkesztőket pedig agresszíven megfogalmazott jobboldali tanácsokkal bombázta (Evans 1983; Giles 1986). Ideológiai meggyőződésének ezekben a megnyilvánulásaiban az a hajlama volt a legfeltűnőbb, hogy újságjai közül egyeseket a radikális jobboldal felé igyekezett elmozdítani (ez történt például a londoni *Sun*, a *Sunday Times* és a *Times* esetében), szemben olvasóik többségének a nézeteivel (Curran és Seaton 1996). Ha Murdochban a piac diktátumainak passzív szolgáját látnánk, ez a piac túlságosan mechanisztikus és leegyszerűsített felfogása lenne, és azt jelentené, hogy Murdoch képességeit és személyes meggyőződésének erejét alulbecsüljük.

Ötödször: a szuverén fogyasztói ellenőrzés koncepciója nem vesz tudomást azoknak a hatásoknak a változatosságáról, amelyek a médiatartalmakat alakítják. Az eszmék piacterén működő kereskedőről alkotott ismerős kép, ami rendszeresen visszatér a szabadpiac retorikájában, elhanyagolja a rögzült gyakorlatokkal és szerkezetekkel működő, erősen bürokratizált médiaszervezetek valóságát, ahol az újságírók legtöbbször csak korlátozott körű forrásokra támaszkodnak. Ez a felfogás más szóval egyszerűen nem vesz tudomást arról a terjedelmes szociológiai irodalomról, ami megmutatja a különféle módokat, amelyekkel a közönségtől származó nyomások szelektíven interpretálhatók, „visszatükrözhetők”, sőt akár vissza is utasíthatók a médiaszervezeteken belül.¹¹

Hatodszor: a piaci demokrácia idealizált eszméje nem vesz tudomást a reklám központi pénzügyi szerepéről a kereskedelmi műsorközlésben és a

¹¹ Michael Schudson esszéje ebben a kötetben hasznos összefoglalást nyújt erről az irodalomról. Azokról a módokról, ahogyan az újságírók egyrészt elutasíthatják a közönségük részéről érkező nyomást, másrészt ellenállhatnak annak, megdöbbentő beszámolót nyújt Gans (1979).

sajtóban. A hirdetések bírálói hajlamosak arra a direkt befolyásra koncentrálni, amit a hirdető a hirdetésekre fordított pénz ideológiai okokból történő visszatartásával gyakorolnak a szerkesztőségekre, valamint arra a nyomásra, amit ily módon kifejtene a médiára annak érdekében, hogy mintegy behódoljanak a hirdető ideológiai elvárásainak, és készségesen azok szolgálatába álljanak (Hoch 1974; Barnouw 1978; Bagdikian 1992). Ennek a hatásnak a mértéke a különböző médiumok esetében jelentősen változik, és a befolyásolási szándék gyakran erős ellenállásba ütközik a szerkesztőségek részéről (Curran 1986). Számos ok szól amellett, hogy ezeknél a hatásoknál még fontosabbak azok a közvetett módok, amelyeknek a felhasználásával a hirdető alakítja a médiát. A sajtó struktúrája inkább az olvasói kör bővítése, mintsem annak csökkentése irányában orientálódik, mivel az előbbi olvasónként nagyobb reklámbevételt eredményez (Baker 1994; Curran 1986). Ez kevésbé igaz a kereskedelmi televíziózásra, mivel a műsorok kisebb pontossággal választják ki, illetve teremtik meg a közönségüket, mint a sajtóközlemények. A reklámművészet – főként az USA-ban – mindazonáltal arra készíti egyes műsorszolgáltatókat, hogy a magasabb reklámbevételek érdekében a jómódú nézők kedvében járjon az alacsony jövedelmű nézők rovására (Gittlin 1994; D'Accy 1994). A reklám így ahhoz vezet, hogy a társadalomban meglévő gazdasági egyenlőtlenségek reprodukálódnak bizonyos médiumok struktúrájában, illetve közönségorientációjában is.

Az egyéni fogyasztók hatalmának törvényét közelebbről megvizsgálva azt látjuk, hogy az többszörös korlátozásoknak van kitéve és csak torzításokkal érvényesül. Úgy tűnik, hogy a közönség képviselőjeként felfogott média hagyományos koncepciója általában nem alkalmazható a kortárs médiára. Ez a szemlélet, ami akkor alakult ki, amikor a legtöbb médium még valamely párt szócsöve volt és világosan meghatározott választótésztületek „nevében” emelt szót, kevésbé látszik megfelelőnek a piaci alapú hírközlési rendszerekre, amilyenek például az USA-ban működnek, s amelyek túlnyomórészt mindkét párthoz tartozó közönséget szolgálnak ki, miközben önmagukat csupán az „információ” terjesztőiként határozzák meg.

A bizonyos választótésztületek nevében mintegy néprtribunként fellépő média fogalma tehát többé-kevésbé idejétmúltnak tűnik. A média mint képviseleti ügynökség eszméjét mégis érdemes fenntartani, ugyanis a piacnak van bizonyos szerepe abban, hogy a médiaszervezetek fogékonyvá váljanak a közönség igényeire. Ezekre a témákra még visszatérünk. Itt elegendő annyit megállapítanunk, hogy a média képviseleti szerepének konvencionális felfogását újra át kell gondolni.

Tájékoztató szerep

A média mint „házőrző” és a média mint „képviselő” fogalmai mellett az elemzők hangsúlyozzák a média „tájékoztatói forrásként” betöltött szerepét is. Ez rendszerint az önkifejezés elősegítésében, a közönség racionalitásának előmozdításában és a kollektív önmeghatározás lehetővé tételében jelenik meg. A médianak ezeket a különböző funkcióit – állítják a „tájékoztató” hívei – csakis a szabadpiaci viszonyok között lehet megfelelően betölteni.

Gyakran találkozunk olyan állításokkal, hogy a szabadpiac bárki számára lehetővé teszi véleményének nyilvánosságra hozatalát, ha kívánja. Ez állítólag biztosítékot nyújt arra, hogy mindenféle lényeges szempont és nézőpont hangot kapjon, és hogy a változatos, akár ellentmondó forrásokból származó információk széles skálája váljék elérhetővé, miközben elősegíti a dolgok helyes megítélését és a bölcs kormányzást is.

Ezeket a nézeteket eredetileg azon az alapon hangoztatták nyomatékos formában, hogy korlátozásoktól mentes vitákban az igazság mindig győzedelmeskedik a tévedések fölött. A racionalizmus és az azt alátámasztó naiv empiricizmus felvilágosodás kori eszméinek hanyatlása miatt ezt az álláspontot körültekintőbb módon újra kellett fogalmazni. Erre az óvatosabb megközelítésre jó példa Oliver Holmes amerikai jogtudós sokat idézett kijelentése, miszerint „a kívánatos végső jó eredmény jobban elérhető az eszmék szabad ütköztetésével: az igazság legjobb próbája az, ha a gondolat erejét önmaga elfogadtatására a piaci verseny mérlegére tesszük...” (idézi Barron 1975, 320). Ezt a tételt igen sokféle módon megfogalmazták: A szabadpiac mozgósítja a nemzet kollektív intellektuális forrásait, lehetővé téve, hogy a kollektív ítéleteket az alternatív cselekvési lehetőségek ismeretében hozzák meg, elősegíti a közönség racionális gondolkodását. Egyszerűbben: „Az eszmék szabad piacterének önkorrekciós képessége van a tévedések és az elfogultságok helyesbítésére” (Kelley és Donway 1990, 90).

A piaci rendszert dicsőítik továbbá mint az önkormányzás elősegítésére szolgáló legjobb utat is: A szabadpiaci alapon működő média a nézőpontok sokaságából tájékoztatja az állampolgárokat, nyílt kommunikációs csatornákat tart fenn a kormányzat és a kormányzottak, valamint a társadalom különféle csoportjai között, továbbá semleges zónát nyújt a közvélemény kialakulásához. Röviden: a piac folyamatai központi szerepet játszanak a nép szuverenitásának gyakorlásában.

Mindezeket a hozsannákat egyre több támadás éri, még a piaci rendszer mellett elkötelezetett táboron belül is. A bírálatok egyik vonala szerint a *piac hibái* korlátozzák az önkifejezéssel kapcsolatos egyéni szabadságjogok érvényesítését, és következőképpen megakadályozzák, hogy a nyilvános viták valóban változatos forrásokból származó megfelelő tájékoztatás alapján folyhassanak. Ahogy a befolyásos Hutchins Bizottság a média koncentrációjának kialakulását és a piacra való belépés korlátait számba véve már

1947-ben megállapította: „A szabad, nyilvános vitához való jog gyakorlása ennél fogva elveszítette korábbi realitását” (Commission on Freedom of the Press, újranyomva 1974). Ez a megállapítás akkor olyan állásfoglalásokat váltott ki, hogy a közvélemény racionalitása csorbát szenvedett, és a kollektív irányítás meggyengült, mivel azoknak az embereknek, akiknek valami hasznos mondanivalójuk volt, nem mindig adatott esély arra, hogy azt ki is mondják. Ahogy az amerikai politológus, Alexander Meiklejohn megfogalmazta: „Az önkormányzás képtelenség, kivéve akkor, ha az az „én”, amelyik kormányoz, elég erős és eltökélt ahhoz, hogy akaratát valóra váltsa” (Meikle John 1983, 276).

A bírálók egy másik vonal mentén is támadásba lendültek, azt állítva, hogy a piac *belső* karakterisztikumai mintegy „kiszipolyozzák” a média tájékoztató potenciálját. A Hutchins Bizottság brit megfelelője, az 1947–49 között működött Királyi Sajtóbizottság (*Royal Commission on the Press, RCP*) arra a megállapításra jutott, hogy a sajtó azért nem képes megfelelően tájékoztatni az embereket, mert maga is a piac terméke. „A sajtó nagyrészt abból az egyszerű tényből következőleg nem képes lépést tartani a társadalom követelményeivel, hogy egy olyan iparágnak, amely termékeinek eladásából él, azt kell adnia a közönségnek, amit a közönség meg akar venni” (RCP, 1949, 177). Következésképpen a sajtó inadekvát voltában csupán a közönség alkalmatlansága tükröződik, nyomtatékosan aláhúzva. Ezt a paternalista ítéletet később a következőképpen fogalmazták át: „A bevételek maximalizálására és a legjobb megítélésre irányuló nyomás ahhoz vezetett, hogy a sajtó a legnagyobb közös nevező alapjára helyezkedjen, alábecsülve a közönség képességeit” (Hoggart 1957; Thomson 1974). Ezt a jellegzetesen brit vitát utóbb az Atlanti-óceán mindkét oldalán felváltotta egy kevésbé nyíltan moralizáló elemzés, ami rávilágított a piacra orientált rendszeren belül produkált híradások néhány jellegzetességére: egyszerűsített, tömörített, perszonalizált és kontextusukból kiszakított információk, inkább akcióra, mintsem folyamatra orientáltak, vizuális megjelenítéssel az elvonatkoztatás helyett, és sztereotípiákkal az emberi dolgok bonyolultságának megmutatása helyett (Newcomb 1987; Inglis 1990; Gitlin 1994; Hallin 1994).¹² Mivel ezeknek a bírálatoknak jó része azon az alapon fogalmazódott meg, hogy mindezek a fogyasztósságok a tömegpiacon értékesítendő árucikként felfogott hírek feldolgozásának melléktermékei, egyúttal támadást jelentettek az ellen a felfogás ellen is, miszerint a piaci folyamatok biztosítják a média tájékoztató szerepének megfelelő betöltését.

¹² Erre a megközelítésre jó példát nyújt Hallin (1994), aki kimutatja, hogy a híradások szerkesztésénél alkalmazott egységek (*sound byte*) átlagos időtartama az amerikai televízióhálózatokban közvetített hírekben az 1968. évi 40 másodpercről az 1980-as években 10 másodperc alá csökkent.

A szakmai felelősség modellje

Ennél a pontnál érdemes rövid kitérőt tennünk. A horizonton – igen alkalmas pillanatban – megjelent a hivatásos médiaszakember figurája: az amerikai lovasság tökéletes időzítéssel sietett a média megmentésére. Nem véletlen egybeesés, hogy mind a Hutchins Bizottság, mind a Királyi Sajtóbizottság ugyanabban az időpontban jutott arra a megállapításra, hogy az általuk diagnosztizált fogyatékoságokat a hivatásos médiaszakemberek orvosolhatják: az újságíróknak a komoly szakemberek köpenyét kell magukra öltetniük, s ily módon a média képessé válhat tájékoztató szerepének betöltésére és egyszersmind a közérdek szolgálatára (Commission on the Freedom of the Press, 1974; RCP, 1949).

Mindkét bizottság beszámolóját a szakmai felelősség kérdését nyomatókusan hangoztató közéleti megnyilatkozások sorozata követte. A professzionizmus kultusza módot látszott nyújtani arra, hogy a piaci vezérlés hibáit a média demokratikus szerepének hagyományos felfogásával gyógyítsák. A professzionizmus megkövetelte az újságírók magasabb célok – a semlegesség és a tárgyilagosság, egyszóval az igazság – melletti elkötelezettségét. Ebbe beletartozott bizonyos eljárások követése a tények igazolására, a különféle forrásokra való támaszkodás és az egymással ellentétes értelmezések bemutatása is. Ily módon a vélemények és a tájékoztatás pluralizmusa, ami valaha a szemben álló felek ütköztetésével valósult meg a szabadpiacon, most újra megteremthető lett a monopolisztikus média „belső pluralizmusán” keresztül. A piac által a hírek szenzációhajhász és trivializált tálalása irányában kifejtett nyomás ellensúlyozhatóvá vált a tájékoztatás iránti elkötelezettséggel. A média demokratikus szerepe tehát rehabilitálható lett, strukturális reformok nélkül.

A szakmai felelősség ideológiája sok ünneplő és dicsőítő hívet talált, különféle okokból, amelyek közül nem mindegyik nevezhető nemesnek.¹³ Középpontjában azonban egy igen csábító eszme áll: a professzionizmus azt jelenti, hogy az újságírók elsőrendű kötelessége a közönség szolgálata. Azt követeli meg, hogy – legalábbis legradikálisabb szószólói szerint – az újságírók a különféle olyan belső és külső erők ellensúlyaként működjenek, amelyek fenyegetik a média integritását, beleértve a médiabirodalmak irányítóit, a hirdetőket, a reklámügynökségeket és a kormányzatot is (Hallin 1994). Úgy tűnik, hogy a média-professzionizmus a pontosság és a tényyszerűség hangsúlyozásával a média szerepének olyan meghatározását adja, miszerint a média hozzásegíti az embereket, hogy világosan lássák saját érdekeiket. A professzionizmus ilyen színben feltüntetve tehát látszólag nem az ellenőrzésnek és az irányításnak, hanem a képességek fokozásának

¹³ A média professzionizmusa tekintélyromboló elemzéseit nyújtják különösen Schudson (1978), Schiller (1981), Tuchman (1978) és Elliott (1978).

a filozófiája: a szakmai önérvényesítési érdek ebben az esetben egybeesni látszik a közérdekkel.¹⁴

A szakmai elkötelezettség azonban nem létezhet vákuumban. Az újságírók bizonyos struktúrákban működnek, amelyek befolyásolják – és eltorzíthatják – azt, ahogyan a professzionalizmust értelmezik (Tuchman 1978; Schlesinger 1987; Tiffen 1989; Bewins 1990). A szakmai vélemények kialakításának gyakorlata nagyfokú autonómiát tételez fel. Noha a legtöbb amerikai újságíró hangsúlyt helyez működési szabadságára, az adatok arra utalnak, hogy az újságírók autonómiája az 1970-es évek eleje óta csökkent, különösen a nagy hírközlési szervezeteknél (Weaver és Wilhoit 1986). Az újságírók függetlenségét másutt megnyirbálta, sőt hatályon kívül is helyezte a beavatkozó médiamedenedsment (Ericsson, Baranek és Chan 1987; Frenkel 1994; Curran és Seaton 1996). Egyszerűen fogalmazva: a professzionalizmus nincs biztosítva az olyan médiaszervezetekben, amelyeknek a központi céljai között nem szerepel a szakmai normák érvényesítése. Ez a tény valójában a közszolgálati műsorközlés mellett szól.

A szakmaiság esendő továbbá azért is, mert nem világos, hogy milyen alapon igazolható. Az újságírói szakmában nincsenek meg azok a belépési követelmények, képzési rendszerek és önszabályozó mechanizmusok, amelyekkel a magasabb képzettséget igénylő szakmák általában rendelkeznek. Következésképpen az újságírók státuszában egyfajta kettősség vagy bizonytalanság érvényesül, és ez gyengíti szakmai megítélésüket. Az egyik ismételten hangoztatott bírálat szerint az újságírók hajlamosak készségesen elfogadni az események olyan meghatározásait, amelyeket a hatalom birtokosai fogalmaznak meg (Hall és mtai 1978; Entman 1989; Abramson 1990). Ez azonban már bevésődött egy sajtóságos szakmai meggyőződésrendszerbe, ami az újságíró szerepét olyan alárendelt közreműködőként határozza meg, aki csupán közvetíti a hiteles és mértékadó forrásokból származó információkat. A professzionalizmus egy másik változata az igazságkeresésre helyezi a hangsúlyt, de ezt is gyakran korlátozott és defenzív módon értelmezi. Az egyik igazságkeresési stratégia a híreseményekről való tudósítások „tudományosítására” való törekvés: a politika technikai és stratégiai vonásaira való koncentráció „bennfentes” szemlélete képessé teszi az újságírót annak elkerülésére, hogy szükségképpen szubjektív résztvevőként szerepeljen a politikai folyamatban (Hallin 1994). A választásokról szóló tudósításoknál (például a kampánystratégiák és a különféle „játszmák”

¹⁴ Ebből logikusan következik vagy az iparági demokrácia (lásd Ascherson, 1978), vagy az újságírói autonómia jogi védelme iránti igény (lásd Baistow 1985). Noha ezek az érvek csábítóak, felvetnek egy problémát is. Az újságírók hajlamosak arra, hogy ugyanazoknak a híreknek tulajdonítsanak értéket, továbbá szívesen vadásznak falkában, és gyakran alakítanak ki csoporttíteleket. Az újságírók megerősödése valamennyi médiumban potenciálisan tehát a szerkesztési elvek nagyobb uniformizálásához vezethet. A jelen tanulmány végén megfogalmazott javaslatok részben éppen ezért szándékosan szelektív megközelítéssel viszonyulnak az újságírói kontroll helyesléséhez.

tekintetében) a téma inkább felmagasztosított lóversenyként, mintsem demokratikus küzdelemként való tálalása lehetővé teszi az újságíró számára, hogy menedéket találjon az értelmezés „semleges” formáiban. Egy másik, szinte mechanikusan alkalmazott defenzív jellegű stratégia a konvencionális hírértékekre való támaszkodás. Ez lehetővé teszi a média manipulálását a híryananyagok létrehozásához és fényképezési alkalmak teremtéséhez értő közéleti szereplők által, akik ki tudják használni az újságírók számára előírt tudósítási kódokat (Gitlin 1991).

További problémát okoz, hogy a professzionalizmus önmagában is homályos fogalom. Különböző emberek számára és főleg különböző kultúrákban mást és mást jelent. Az USA-ban a televíziós híryananyagok a főbb hálózatokban egyre inkább olyan strukturált és vizuálisan is illusztrált narratív szövegek formáját öltik, amelyeknek a jelentése viszonylag „zárt”. Ezzel ellentétben Olaszországban – és valójában Európa nagy részében is – a televíziós híradások „nyitottabbak”, több „beszélő fejet” mutatnak, és szívesebben hajlanak az események több szempontból való értelmezésére (Hallin és Mancini 1984).¹⁵ Ebben a különbségben az tükröződik, hogy a politikai pártok sok európai országban meghatározóbb politikai és általános „világértelmező” szerepet játszanak, mint az USA-ban, különösen az amerikai televíziózás erősebben a népszerűségi rangsorokra koncentráló kommercializmusához viszonyítva. Tükröződik benne továbbá a professzionalizmus eltérő meghatározása is, ami a műsor-közölők által a társadalomban elfoglalt hely más felfogásán alapul. Az USA-ban a hangsúly a szórakoztatásra és a kívülállásra kerül – a híreket szerkesztett „sztorik” formájában tálalják, amelyeknek a jelentését világosan jelzi a tudósító. Sok európai országban nagyobb hangsúlyt helyeznek a riporter mint tényleges tanú, illetve passzív közvetítő szerepére, aki ilyen minőségében pusztán lehetővé teszi a néző számára, hogy megismerhesse a világ eseményeinek különféle, egymással esetleg szemben álló értelmezéseit.¹⁶

Összegezve: a professzionalizmus ideológiája nem nyújt megfelelő módot a média demokratikus szerepének megvalósítására, noha a szabadpiac hagyományainak megfelelően egyes kritikus írók is néha így állítják be. Ezt a megközelítést részben azért értik félre, mert a szakmai elkötelezettséghez szükség van azt támogató struktúrákra, részben pedig azért, mert a professzionalizmus szabályai maguk is homályosak. Ez a kettősség álcázza a média demokratikus szerepéről szóló vita megoldatlanságát.

¹⁵ Hallin és Mancini mélyreható tanulmánya csupán egyetlen európai országról, Olaszországról szól, amelynek sajátos televíziós rendszere és politikai kultúrája van. Mindazonáltal az Olaszországban és más európai országokban sugárzott televíziós híradóknak vannak közös vonásaik.

¹⁶ Ezt a meghatározást a tudósítók szerepéről folytatott széles körű nyilvános vita nyomán különösen explicit formában fogadták el Németországban. Lásd Williams 1976.

A hagyományos felfogás fogyatékosságai

Ez a vita részben azért megoldatlan, mert nincs egyetértés arról, hogy a média tájékoztató szerepének milyen formát kell öltenie. A bírálók rámutatnak, hogy a hagyományos nézetek a demokratikus folyamat egyénközpontú értelmezésének a keretei között fogalmazódnak meg (Curran 1991). Ez a felfogás a média szerepét a szavazók véleményének a szondázásában, a kormányzat és az állampolgárok közötti kommunikációs csatorna funkciójának betöltésében, valamint egy olyan alap biztosításában látják, amelyre támaszkodva az egyéni vélemények aggregátumaként felfogott közvélemény kialakul.

Ez a felfogás ma azért nem megfelelő, mert a politikának szinte az iparosítás előtti koncepciójához nyúl vissza. A modern liberális demokráciákban az egyének a saját érdekeik érvényesítésére törekszenek, védelmet keresnek, és megpróbálják befolyásolni a közvéleményt és a kormányzatot, olyan közösségi szervezeteken keresztül, mint például a politikai pártok, a szakaszervezetek, a gazdasági egyesületek és a civil társadalom szerveződésének ezernyi változatos formája. Ezek a jelenlegi demokratikus rendszer építőkövei. A hagyományos liberális elmélet azonban nem mond semmit arról, hogy demokratikus teljesítményük fokozása érdekében a médiának hogyan kell viszonyulnia ezekhez.

A hagyományos felfogás második hiányossága az, hogy mesterséges és tarthatatlan megkülönböztetést tesz a tájékoztatás és a képviselet között, oly módon, hogy az információkat leválasztja politikai és társadalmi kontextusukról. Így a média tájékoztató szerepének sikeres betöltését illetően a megítélés hagyományos kritériuma általában valamelyik a két alábbi dolog közül: vagy a média diskurzusának „minősége”, vagy pedig a médiában biztosított különböző megnyilatkozási alkalmak száma, ami – mint Horwitz (1991) rámutat egyik kiváló esszéjében – egyre inkább az amerikai jogtudomány által elfogadott mércévé válik.

Ebből az értelmezésből hiányzik annak a felismerése, hogy a képviselet eszméje és a képviseleti rendszerek részét alkotják annak a diszkurzív arzenálnak, amit az egymással versengő csoportok használnak fel érdekeik érvényesítésében. Ezt a politikai pártok programjait szemügyre véve igen egyszerű módon be lehet látni. A jobboldali politikai pártok általában arra hajlanak, hogy a törvényességet és a rendet, a honvédelmet és a nemzetközi kapcsolatokat hangsúlyozzák, mivel ezek azok a területek, amelyeken a szavazók legtöbbször erősnek tekintik őket. A baloldali pártok ugyanakkor a jólétet és a foglalkoztatást hangsúlyozzák, mivel többnyire ezeken a területeken tudják a legtöbbre értékelt teljesítményeket nyújtani. A versengő politikai pártok következképpen túl akarják licitálni egymást a választások alkalmából annak érdekében, hogy a műsorkészítők az általuk felvállalt „kérdéseket” tegyék a választások előtti médiavisszhang domináns témáivá.

Szoros verseny esetén az eredményeket jelentősen befolyásolhatja, hogy a kommentátorok hogyan viszonyulnak ezekhez, és ténylegesen hogyan választanak a versengő programok között.¹⁷

A versengés hasonló, de ennél bonyolultabb folyamat megy végbe a különböző társadalmi csoportok között is. A társadalmi ügyek értelmezésének és magyarázatának különböző módjai, eltérő nyelvezetek és fogalmi kategóriák, más-más asszociációs láncok és a „józan ész” fogalmának eltérő értelmezései egyesek érdekeit előnyben részesítik, míg másokéit hátrányos helyzetbe hozzák. A média tájékoztató szerepe sohasem tisztán „információs”: egyúttal egyfajta eszköz is a szervezett csoportok diskurzusai közötti választáshoz, olyan módokon, amelyek potenciálisan befolyásolhatják a források elosztását és a „jutalmakat” a társadalomban.

Az ideológiai sokféleség funkciója tehát nem egyszerűen abban áll, hogy elősegíti az alternatívák ismeretén alapuló racionális vitát, hanem egyúttal módot nyújt a társadalmi igazságosság előmozdítására is, azáltal, hogy az eltérő törekvésű társadalmi csoportok alkalmat kapnak érdekeik meghatározására a saját elgondolásaik szerint, és azok hirdetésére a nyilvánosság előtt. Ebben a kontextusban kell értelmeznünk a média szerepét is a társadalmi egyetértés kialakulásának elősegítésében. A tradicionalisták azt állítják, hogy a médiának közvetítenie kell a konfliktusokban, pontos információk és az ellentétes vélemények közlésével. Ez teljes mértékben ésszerű álláspontnak látszik, legalábbis a dolgok felszínét tekintve. Ám a valóságban álcázhat egy olyan manipulációs folyamatot, melynek révén valamelyik osztály vagy társadalmi koalíció képes saját érdekeit közössé és egyetemessé tenni, mivel a kezében tartja a kulturális javak „termelésének” a csatornáit. A média fenntarthatja azt a látszatot, hogy pontos információkat terjeszt, és így elősegíti az egymással ütköző érvekre alapozott vitát. Ezt ténylegesen meg is teheti. Azáltal azonban, hogy ezt a vitát a polémiák „legitim” területeire korlátozza, olyan alapfeltételekből kiindulva, amelyek nem kérdőjelezik meg a társadalmi hatalom struktúráját, egyúttal a társadalmi jóváhagyás egyfajta mesterségesen kialakított formáját is létrehozhatja.

A klasszikus liberális modell gyakran megfigyelhető harmadik fogyatékosága abban áll, hogy túlértékeli a közéleti diskurzus racionalitását. Chafee (1983, 294) ezt így fogalmazza meg: „A nyilvánosság előtt folyó vitát nem tudom többé úgy felfogni, mint valami elektromos mixer működését... Rázzuk össze egy kicsit, és az igazság a felszínre fog emelkedni, miközben a hibák üledéke lesüllyed a fenékre”. Chafee a maga fenntartásait mindenekelőtt az ítéletalkotás szubjektív elemeire és az információelosztás torzulásaira alapozza, valamint arra, hogy a médiából olyan bőséggű információ ömlik, amit egyetlen egyén sem képes elsajátítani (vö. Peterson 1956).

¹⁷ Azokra a módokra nyújtott példákat illetően, ahogyan a média tematikája és preferenciái képesek befolyásolni a választási eredményeket, lásd Iyengar és Kinder (1987).

Ezeket az elemeket alátámasztják a véleményformálásban szerepet játszó nem racionális elemekre, valamint a tömegkommunikáció által terjesztett információk befogadásának erősen szelektív módjaira vonatkozóan végzett kutatások is (Graber 1988; Neuman, Just és Crigler 1992). A nyilvános közéleti diskurzus a valóságban nem mindig követi a klasszikus liberális modell racionális útját.

Az előzőekkel összefüggő negyedik fogyatékoság az, hogy a média demokratikus funkcióinak hagyományos elemzéseiből rendszerint kimarad a szórakoztatás, mivel az nem illik bele a racionális véleménycsere klasszikus liberális koncepciójába. A valóságban azonban a média szórakoztató funkciója egyike azoknak a módoknak, amelyek révén az emberek intuitív és expresszív szinten bekapcsolódnak a társadalom irányításáról folyó nyilvános dialógusba (Curran 1991). Az például, hogy a bűnözés hogyan – az egyes emberekben lakozó gonoszként, vagy társadalmi kontextusban ábrázolva – jelenik meg a médiában, olyan értelmezéseket nyújt, amelyek potenciálisan befolyásolhatják a büntetőjogi politikával kapcsolatos attitűdöket. Általánosabban kifejezve: a média által közvetített kulturális és szórakoztató műsorok kognitív térképeket nyújtanak, amelyek strukturálják és értelmezik a valóságot, és mintegy kommentárokat fűznek az általunk közösen megélt társadalmi folyamatokhoz. Ilyen értelemben ezek is integráns részét alkotják a média tájékoztató funkciójának.

A szórakoztatást azért is figyelmen kívül szokás hagyni ebből a szempontból, mert feltételezik, hogy a média által közvetített közéleti viták egyetlen demokratikus célja változásokat előidézni a kormány politikájában és demokratikus ellenőrzést gyakorolni az állam fölött. Ez azonban túlságosan korlátozottan határozza meg a szóban forgó célt, annak a közélet és a magánélet között tett elfogadhatatlan megkülönböztetésnek az alapján, amit a feminista jelszava, miszerint „a politika személyes ügy”, jogosan von kétségbe. A média szórakoztató és kulturális műsorain keresztül közvetített normatív „vita” fontos eszköz, melynek révén az emberi interakciókat irányító társadalmi normák megerősítése, adaptációja és felülvizsgálata megy végbe (Newcomb és Hirsch 1984).

A hagyományos modell ötödik fogyatékosága természetesen abban áll, hogy az nem tesz különbséget a publikáció törvényes joga és annak gazdasági lehetőségei között. A piacra való belépés akadályai a már említett okok miatt korlátozzák a kifejezés egyéni szabadságát. Korlátozzák azonban továbbá a csoportok önkifejezési szabadságát is – ez a szempont a hagyományos megközelítésben nem jelenik meg. Nem csupán az egyének, hanem a társadalom egész csoportjai előtt is csupán korlátozott lehetőségek állnak arra, hogy a médián keresztül megjelenjenek a közéleti szférában. Ez a hiányosság viszont már hosszabb ideje aláássa a mindenki érdekében történő önmegvalósítást, és korlátozza a közösség egyes szegumentumainak arra való képességét, hogy hatékonyan hangot adjanak érdekeiknek, vélemény-

nyüknek és a viszonylagos prioritásokkal kapcsolatos állásfoglalásaiknak. Ugyanakkor megakadályoz más csoportokat abban, hogy ezekre reagáljanak, sőt néha abban is, hogy egyáltalán tudomást szerezhessenek az övéktől eltérő felfogásokról.¹⁸ A társadalom fejlődésével kapcsolatos kollektív ítéletek kialakulásához vezető demokratikus folyamat meggyöngyült, mivel valójában már hosszabb ideje – legalábbis adekvát és mindenki számára elérhető módon – nem igazán közösségi jellegű.

Alternatív felfogások

Ezekben a bírálatokban implicit vagy explicit módon benne vannak a média tájékoztató szerepének újbóli átgondolására irányuló javaslatok is, amelyeket az alábbiakban igyekszem röviden, összefoglaló jelleggel áttekinteni.

A média által közvetített nyilvános párbeszédnek hozzáférést kell biztosítania a közönség számára az értékek és a felfogások sokféleségéhez, szóragoztató tartalmú műsorokban és publikációkban éppúgy, mint a közügyekkel foglalkozó tudósításokban. A plurális értelmezések ösztönzésével a médiának képessé kell tennie az egyént arra, hogy újra tudja értelmezni saját társadalmi tapasztalatait, és azokat viszonyítani tudja a társadalom és az emberi természet más felfogásaihoz, megkérdőjelezve a domináns kultúra feltételezéseit és eszméit. Képessé kell tennie továbbá mindenkit arra, hogy – eltérő felfogások és más-más források alapján – saját maga döntse el, hogyan védelmezheti és hogyan viheti előbbre saját jólétét a közösségben és

¹⁸ Azzal, hogy különféle csoportok mennyire tájékozatlanok lehetnek arról, amit mások gondolnak, még akkor is, hogy ha látszólag integrált közösségekben szorosan egymás mellett élnek, akkor találkoztam egy apró, de sokatmondó példával, amikor a Keleti Megyék Napilapkiadó Csoportja (*Eastern Counties Newspapers Group*) megbízásából két egymással összekapcsolt csoportvitát vezettem egy kelet-angliai faluban. Arra a kérdésre, hogy mi aggasztja leginkább a résztvevőket, a munkásosztályhoz tartozó házaspárokból származó első csoport azt válaszolta, hogy a gyermekeik számára megnyíló jó munkalehetőségek és a fiatalok szabadidős tevékenységére szolgáló lehetőségek hiánya, valamint a tinédzserek körében a társadalmi fegyelem problémái. A középosztálybeli házaspárokból álló második csoport fő problémája ugyanakkor elsősorban a környezet veszélyeztetése és az adott térség növekvő urbanizálódása volt (ami szélesebb munkalehetőségeket, és több szabadidős létesítményt hozna létre), és ennek a csoportnak a tagjai meg voltak győződve arról, hogy az első csoport teljes mértékben osztozik aggodalmaikban. Amikor tájékoztatást kaptak arról, hogy nem ez volt a helyzet, láthatóan meghökkentek, és egyesek jogosan azt vetették fel, hogy a helyi újságnak tájékoztatnia kellett volna őket arról, hogy más emberek az adott közösségben hogyan éreztek. Úgy tűnhet, hogy ez a példa csupán a társadalmilag rétegződött vidéki Anglia egyik speciális aspektusát illusztrálja. Más, monopoll helyzetben lévő újságok sem képesek azonban megfelelő csatornát nyújtani a társadalmi osztályok közötti kommunikációhoz, saját helyi közösségeikben. Például a *Los Angeles Times*, amelynek óriási források állnak rendelkezésére, és amelyet jó okkal az USA egyik legjobb napilapjának tekinthetünk, 1992-ben, a 20. századi Amerika legsúlyosabb zavargásainak egyike idején egészen rendkívüli módon tájékozatlan volt arról, hogy Los Angeles nagy létszámú dolgozó osztályai hogyan éreztek és gondolkodtak – és igen kevés jelzést adott le arra nézve, ami előtt a város akkor állt.

egyéniileg is, mindezt a szélesebb közérdek alternatív meghatározásaihoz viszonyítva és a megfelelő súllyal mérlegelve.

Ez az egyenjogúságot fogja szolgálni, többféle módon is. Az alárendelt helyzetben lévő osztályok és csoportok számára nagyobb hozzáférést fog biztosítani olyan eszmékhez és érvekhez, amelyek szemben állnak az alárendeltségüket legitimáló szemlélettel, és képessé fogja tenni őket arra, hogy teljesebben feltárhassák azokat a módokat, ahogyan a saját előnyükre változtathatják meg a társadalom szerkezetét. A média által közvetített kulturális és szórakoztató műsorok, valamint egyéb, a „fikció” kategóriájába sorolható művek, amelyek segítik az embereket annak az elképzelésében, hogy milyen is lehet a „másik” helyében lenni, különböző körülmények között és más személyiségformáló tapasztalatokkal, valószínűleg szintén elősegíthetik az empátiát és a megértést, és hozzájárulhatnak a társadalmi haladást szolgáló szövetségek létrejöttéhez.

A médiarendszer egy további (kiegészítő) demokratikus funkciója az, hogy képviseleti ügynökségként működjön. Ezt olyan módon kell megszervezni, hogy képessé tegye a különböző társadalmi csoportokat és szervezeteket alternatív szempontok kifejezésére. Ez azonban túlmegy az eltérő véleményeknek a közéletben való egyszerű terjesztésén. A médiarendszer egy részének úgy kell működnie, hogy étellel töltsen meg a civil társadalmat. Segítenie kell a közösségi szervezeteket a számukra elérhető támogatások mozgósításában, segítenie kell őket, hogy támogatóik nézeteinek képviselőiként működjenek, és alternatív lehetőségek megmutatásával támogatnia kell őket abban, hogy hatékony tiltakozásokat szervezhessenek és hajthassanak végre. Más szóval, a média képviseleti szerepe magában foglalja az olyan körülmények kialakításában való közreműködést, amelyek között az alternatív szempontok és felfogások teljes mértékben érvényesülhetnek.

A változatosság a kifejezés szintjén és a fogyasztás szintjén ugyanannak az éremnek a két oldalát jelenti. A kifejezés sokféleségére helyezett hangsúly azonban egyúttal kimondatlan elkötelezettséget jelent a társadalom demokratikus struktúráiban való részvétel elősegítése mellett, és az olyan társadalmakban, ahol a „másságot” és az abból adódó konfliktusokat gyakran elnyomják, olyan eszközként működhet, ami képessé teszi a különféle csoportokat saját érdekeik meghatározására és megfogalmazására. Ugyanakkor eltávolodást jelent a klasszikus liberális modelltől, amely szerint a magánszemélyek a tömegkommunikáció révén – harmonikusan egybehangzó érdekeik alapján – bensőséges közösségbe hozhatók egymással, hogy ráérezzenek közös céljaikra és azokért küzdeni tudjanak. Ez azonban, mivel adott az a mód, ahogyan az elitek a demokratikus tevékenység alacsony szintjén álló társadalmakban meghatározzák a tömegkommunikáció hivatkozási kereteit és tematikáját, valójában a felülről való ellenőrzés megvalósításának a receptje.

A média harmadik demokratikus funkciója a társadalom céljainak valóra váltásában való közreműködés, a szemben álló csoportok közötti megegye-

zések vagy kompromisszumok elősegítésével. A médiának ehhez a folyamathoz a konfliktusok megoldására és a közösen elfogadható célok meghatározására szolgáló demokratikus eljárások elősegítésével kell hozzájárulnia. Tájékoztatnia kell például a választótestületeket a választásoknál szóban forgó politikai döntési lehetőségekről, és ezáltal segítenie kell olyan választások megvalósításában, amelyek a társadalom fejlődésére vonatkozó kollektív döntések valódi meghatározó pillanatai lehetnek. A médiának erősítenie kell továbbá a kormányra a közvélemény részéről folyamatosan gyakorolt nyomást, megfelelő publicitást biztosítva a civil társadalom önszerveződő csoportjainak. Fel kell ismerni, hogy a társadalom központi fontosságú médiumai egyúttal az osztársadalmi megbékélés fontos mechanizmusát alkotják, ugyanis az elfogadható megegyezéshez vagy kompromisszumhoz vezető folyamatok előbbre vitele során köteleességszerűen biztosíthatják, hogy a különböző érdekcsoportok egyaránt részt vegyenek az általuk közvetített dialógusban.

A demokratikus médiarendszer ilyen felfogásából fakadó egyik probléma azonban az, hogy megnehezíti a kollektív megegyezés elérését. A média a legtöbb társadalomban a hatalmi hierarchiához kapcsolódik és arra hajlik, hogy a társadalmi integrációt és a társadalmi kontrollt segítse elő. Egy olyan megközelítés, ami ezzel szemben az ilyen kapcsolatok destabilizálására és hatékony kommunikációs források alárendelt és másképpen gondolkodó csoportok érdekében való felhasználására törekszik, osztódással szaporodó erőket szabadíthat fel, előre megjósolhatatlan módokon. Eredményezheti a fennálló társadalmi renddel szemben megnyilvánuló ellenállás osztályalapú és más formáit, ám olyan időszakokban, amikor az általános társadalmi kötelékek gyengülni látszanak, ugyanúgy vezethet az etnikai, vallási vagy regionális alapú szolidaritás megerősödéséhez is. Az alternatív kommunikációs rendszerek ilyen felfogásába tehát bele kell építeni a tudatos elkötelezettséget a konfliktus és az összebékülés, a széttöredezés és az egység tekintetében egyfajta egyensúly elérése mellett. Ennek érdekében olyan tereket kell létrehozni, ahol a különböző összetételű csoportok a saját köreiken belül hatékonyan kommunikálhatnak közös érdekeiknek a társadalomban való érvényesítéséhez. Ugyanakkor ezeket a különféle csoportokat be kell vinni a tágabb közösségi diskurzus helyszíneire is, ahol ellentétes érdekeket ütköztető vita mehet végbe a békés kompromisszum elérésének elősegítésére. E mögött a követelmény mögött – valójában ennek az alternatív megközelítésnek az egész koncepcióját megvilágítva – az a törekvés húzódik meg, hogy a társadalom adott hatalmi viszonyain alapuló társadalmi rend hallgatólagos elfogadását fel kell váltani egy olyan egyenlőségelvű társadalmi berendezkedéssel, amely az egymással ütköző érdekek hatékony kifejezésre juttatásán és összebékítésén alapul.

Milyen lehet egy ilyen médiarendszer struktúrája és szervezete? Milyenfajta újságírást részesítene előnyben? Ezek a kérdések további kérdéseket

szülnek, olyan értelemben, hogy bármely médiarendszer megtervezésénél számításba kell venni a szórakoztató és kulturális tartalom létrehozását is, ezek azonban kívül esnek e tanulmány tárgyán. Bármiféle tervezet, amely csupán azt veszi tekintetbe, hogy mi szolgálja a társadalom demokratikus szükségleteit, csupán részleges hozzájárulás lehet egy átfogóbb vitához. Mindazonáltal – ezt a megállapítást is szem előtt tartva – meg kell vizsgálnunk, hogy mit vonhat magával a média demokratikus működésének újraértékelése a konkrét gyakorlatban?

Egy működő modell felé

Az alábbiakban következő vázlatos leírás az amerikaiak szemében a politikai realitásoktól távol esőnek tűnhet. Noha ez az elgondolás működő modellként nem létezik egyetlen országban sem, mindazonáltal alapul vesz számos olyan összetett jellemvonást, amelyek különféle európai országok gyakorlatából szűrhetők le. Ebben a formában éppen azért mutatható be, mert elérhető elemekből épül fel.

A modell egyetlen pillantással áttekinthető az 1. ábrán. Központi szektora a tömeges közönséget elérő közszolgálati tévécsatornákból áll. Ezek alkotják azt az eszközt, melynek segítségével a különböző csoportok képesek kifejezésre juttatni eltérő véleményüket, felfogásukat és értékeiket, s ugyanakkor megismerhetik másokéit. Mivel ezek a csatornák még mindig eljutnak a közönség többségéhez, alkalmat adnak a különböző osztályok és csoportok számára ahhoz, hogy *ugyanabban* a közéleti vitában vegyenek részt, amelyik meghatározza a társadalom fejlődési irányait. A különféle csoportok interaktív eszmecseréjéhez oly módon biztosítanak teret, hogy széles körben elérhetővé teszik a társadalom

1. ábra



kérdéseinek különféle értelmezéseit, lehetőséget adva az egyéneknek arra, hogy felismerhessék, miben állnak saját érdekeik, és azokat össze tudják vetni a különböző módokon meghatározott közérdekkel.

Ezek a tömeges elérhetőségű tévécsatornák képezik egyúttal a „fix pontot”, a legfőbb segélyforrást egy olyan, erősen differenciált médiarendszerben, amely a különbségek hangsúlyozására szerveződik. Ezek – a közös tapasztalatok egységes készletét nyújtva – az azonosulás közösségi szimbólumainak kiemelt közvetítésével és olyan közérdekű eseményekről való tudósításokkal, amelyek vagy abban segítik a társadalmat, hogy önmagát idealizált módon lássa, vagy a közös értékeket és emlékeket ünnepelik, a kollektív egység fókuszaként szolgálnak, és megerősítik a társulási kötelekeket a társadalomban (Peters 1989; Scannell és Schardiff 1991; Dayan és Katz 1992). Mindezeknek a funkcióknak a betöltésével fontos hatóerőként támogatják a megegyezést vagy a kompromisszumot elősegítő kölcsönösség kultúráját.

A központi szektort a körülötte elhelyezkedő médiaszektorok támogatják, amelyek közül három elsősorban a kisebbségi nézeteket és az eltérő véleményeket juttatja kifejezésre. A *civil* médiaszektor a szervezett csoportokhoz és társadalmi hálózatokhoz kapcsolódó kommunikációs csatornákból áll. A *professzionális* médiaszektor által elfoglalt tér teljesen független mind az államtól, mind a piactól: itt a hivatásos kommunikációs szakemberek a saját belátásuk szerint minimális korlátozással alakítják ki viszonyukat a közönséghez. A *társadalmi piac* szektorát korlátozott pénzügyi forrásokkal rendelkező csoportok tartják fenn. Ezekhez hozzáadódik még a hagyományos *piaci* szektor, amely a közönséghez mint fogyasztókhöz viszonyul, s amelynek a fő funkciója a médiarendszeren belül az, hogy fékezze a kisebbségi érdekek túlzott mértékű érvényre jutását a többség örömeire szolgáló tartalmak kiszorítása ellenében.

Ez az erősen differenciált médiarendszer, amelyben a különféle szektorok különböző elvek szerint szerveződnek, a nézőpontok és felfogások sokféleségének kifejeződését segíti elő. Mivel számos módon nyilvánosan elszámoltatható, utat nyit a médiarendszer által szolgált társadalom lehető legátfogóbb képviselőjének megvalósítása előtt. Felépítése mindenekelőtt az egymással szemben álló nézőpontok kifejezésre juttatásához és azok lehetőség szerinti összeegyeztetéséhez nyújt közös teret. A vázolt szerkezet részleteit és a mögötte meghúzódó gondolkodásmódot az alábbiakban abban a reményben vizsgáljuk tovább, hogy ezzel további vitákat sikerül kiváltani.

Irodalom

- Abramson, J.: „Four Criticisms of Press Ethics”. In Lichtenberg, Judith (ed.): *Mass Media and Democracy*. New York, 1990, Cambridge University Press.
- Adam Smith Institute: *Omega Report: Communications Policy*. London, 1984, ASU.
- Ang, I.: *Desperately Seeking the Audience*. London, 1991, Routledge.
- Ascherson, N.: „Newspapers and Internal Democracy”. In Curran, James (ed.): *The British Press*. London, 1978, Macmillan.
- Aspinall, A.: *Politics and the Press, c. 1780–1850*. Brighton, 1973, Harvester.
- Baistow, T.: *Fourth-Rate Estate*. London, 1985, Commedia.
- Baker, C.E.: *Advertising and a Democratic Press*. Princeton, NJ, 1994, Princeton University Press.
- Bagdikian, B.: *The Media Monopoly*. 3. kiadás. Boston, 1990, Beacon Press.
- Barnett, S. – Curry, A.: *The Battle for the BBC*. London, 1994, Arium.
- Barnouw, E.: *The Sponsor*. New York, 1978, Oxford University Press.
- Barron, J.: *Freedom of the Press for Whom?* Ontario, 1975, Midland Book.
- Bevins, A.: „The Crippling of the Scribes”. *British Journalism Review*, 1 (1990), 2.
- Blumler, J.: „Television in the United States: Funding Sources and Programme Consequences”. In West Yorkshire Media in Politics Group. *Research on the Range and Quality of Broadcast Services*. London, 1986, HMSO.
- Blumler, J. (ed.): *Television and the Public Interest*. London, 1992, Sage.
- Boyce, G.: „The Fourth Estate: The Reappraisal of a Concept”. In Boyce, George – Curran, James – Wingate, Pauline (eds.): *Newspaper History*. London, 1978, Constable.
- Brittan, S.: „The Case for the Consumer Market”. In Veljanovski, Cento (ed.): *Freedom in Broadcasting*. London, 1989, Institute of Economic Affairs.
- Browne, D.: *Comparing Broadcasting*. Ames, 1989, Iowa State University.
- Burnett, R. – Weber, R.: „Concentration and Diversity in the Popular Music Industry, 1948–86”. Gothenburg, 1988, University of Gothenburg (mimeo).
- Carlyle, T.: *On Heroes, Hero-Worship and the Heroic in History*. London, 1907, Chapman and Hall.
- Cato: „Of Freedom of Speech: That the Same is Inseparable from Publick Liberty”. *Cato's Letters*, No. 15, 1720. február 14. Reprinted in Bosmajian, N. (ed.): *The Principles and Practice of Freedom of Speech*. 2. kiadás. Lanham, 1983, University Press of America.
- Chadwick, P.: *Media Mates*. Melbourne, 1989, Macmillan.
- Chafee, Z. jnr.: „Does Freedom of Speech Really Tend to Produce Truth?” In Bosmajian, H. (ed.): *The Principles and Practice of Freedom of Speech*. 2. kiadás. Lanham, 1983, University Press of America.
- Christie, I.: *Myth an Reality in Late Eighteenth Century British Politics*. London, 1970, Macmillan.
- Cockerell, M.: *Live From No. 10*. 2. kiadás. London, 1989, Faber and Faber.
- Commission on Freedom of the Press (Hutchins Report)*. Chicago, 1947, University of Chicago Press. Reprinted (ed. Robert Leigh), Midway Reprint, 1974.
- Companie, B.: „The Expanding Base of Media Competition”. *Journal of Communication*, 35 (1985).
- Curran, J.: „Capitalism and Control of the Press, 1800–1975”. In Curran, J. – Gurevitch, M. – Woollacott, J. (eds.): *Mass Communication and Society*. London, 1977, Arnold.
- Curran, J.: „The Press as an Agency of Social Control: An Historical Perspective”. In Bocye, G. – Curran, J. – Wingate, P. (eds.): *Newspaper History*. London, 1978, Constable.
- Curran, J.: „Advertising as a Patronage System”. In Christian, Harry (ed.): *The Sociology of Journalism and the Press*. Sociological Review Monograph 29. Keele, 1980, University of Keele Press.

- Curran, J.: „The Impact of Advertising on the British Mass Media”. In Collins, R. et al. (eds.): *Media, Culture and Society: A Critical Reader*. London, 1986, Sage.
- Curran, J.: „Rethinking the Media as a Public Sphere”. In Dahlgren, Peter – Sparks, Colin (eds.): *Communication and Citizenship*. London, 1991, Routledge.
- Curran, J. – Seaton, J.: *Power without Responsibility: The Press and Broadcasting in Britain*. 4. és 5. kiadás. London, 1996, 1991, Routledge.
- D’Acci, J.: *Defining Women*. Chapel Hill, NC, 1994, University of North Carolina.
- Dahlgren, P.: „Ideology and the Public Sphere”. In Slack, J. D. – Fejes, F. (eds.): *The Ideology of the Information Age*. Norwood, NJ, 1987, Ablex.
- Dahlgren, P.: „Introduction”. In Dahlgren, Peter – Sparks, Colin (eds.): *Communication and Citizenship*. London, 1991, Routledge.
- Dayan, D. – Katz, E.: *Media Events*. Cambridge, MA, 1992, Harvard University Press.
- Dimitras, P.: „Greece”. In Bernt Ostergaard (ed.): *The Media in Western Europe*. London, 1992, Sage.
- Eley, G.: „Nations, Publics, and Political Cultures: Placing Habermas in the Nineteenth Century”. In Calhoun, Craig (ed.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MA, 1992, MIT Press.
- Elliot, P.: „Professional Ideology and Organisational Change: The Journalist Since 1800”. In Boyce, Geogre – Curran, James – Wingate, Pauline (eds.): *Newspaper History*. London, 1978, Constable.
- Elliot, P.: „Intellectuals, the „Information Society” and the Disappearance of the Public Sphere”. In Richard Collins et al. (eds.): *Media, Culture and Society: A Critical Reader*. London, 1986, Sage.
- Entman, R.: *Democracy Without Citizens*. New York, 1989, Oxford University Press.
- Ericson, R. – Baranek, P. – Chan, J.: *Visualizing Deviance*. Milton Keynes, 1987, Open University.
- Etzioni-Halevy, E.: *National Broadcasting Under Siege*. London, 1987, Macmillan.
- Evans, H.: *Good Times, Bad Times*. London, 1983, Weidenfeld and Nicholson.
- Farnsworth, J.: „Social Policy and the Media in New Zealand”. In *Report of the Royal Commission on Social Policy*. Vol. 4. Wellington, NZ, 1989, Government Printer.
- Fraser, N.: „What’s Critical about Critical Theory? The Case of Habermas and Gender”. In Benhabib, Seyla – Cornell, Drucilla (eds.): *Feminism as Critique: On the Politics of Gender*. Minneapolis, 1987, University of Minnesota Press.
- Frenkel, E.: *The Press and Politics in Israel*. Westport, CT, 1994, Greenwood.
- Gans, H.: *Deciding What’s News*. London, 1979, Constable.
- Garnham, N.: „The Media and the Public Sphere”. In Golding, Peter – Murdock, Graham – Schlesinger, Philip (eds.): *Communicating Politics*. Leicester, 1986, Leicester University Press.
- Garnham, N.: *Capitalism and Communication*. London, 1990, Sage.
- Garnham, N.: „The Media and the Public Sphere”. In Calhoun, Craig (ed.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MA, 1992, MIT Press.
- Giles, F.: *Sundry Times*. London, 1986, John Murray.
- Gitlin, T. (ed.): *Watching Television*. New York, 1986, Pantheon.
- Gitlin, T.: „Blips, Bites and Savy Talk: Television and the Bifurcation of American Politics”. In Dahlgren, Peter – Sparks, Colin (eds.): *Communication and Citizenship*. London, 1991, Routledge.
- Gitlin, T.: *Inside Prime Time*. Revised edition. London, 1994, Routledge.
- Gonding, P. – Elliott, P.: *Making the News*. New York, 1979, Longman.
- Gouldner, A.: *The Dialectic of Ideology and Technology*. London, 1976, Macmillan.
- Graber, D.: *Processing the News*. 2nd edition. White Plains, NY, 1988, Longman.

- Gross, L.: „Out of the Mainstream: Sexual Minorities and the Mass Media“. In Seiter, Ellen et al. (eds.): *Remote Control*. London, 1989, Routledge.
- Gustaffson, K. E.: „Policies to Maintain Newspaper Diversity – The Case of Sweden“. Paper delivered at the CSCE Seminar on Free Media. Warsaw, 1993a, November 1993.
- Gustaffson, K. E.: „Government Policies to Reduce Newspaper Entry Barriers“. *Journal of Media Economics*, 6 (1993b), 1.
- Gustaffson, K. E.: *The Theory of Communicative Action*. Vol. 1. Boston, 1984, Beacon Press.
- Gustaffson, K. E.: „Further Reflections on the Public Sphere“. In Calhoun, C. (ed.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MA, 1992, MIT Press.
- Hadenius, S.: „Vulnerable Values in a Changing Political and Media System: The Case of Sweden“. In Blumler, Jay (ed.): *Television and the Public Interest*. London, 1992, Sage.
- Hadenius, S. – Weibull, L.: *Massmedier*. Stockholm, 1986, Bonnier.
- Hall, S. – Critcher, C. – Jefferson, T. – Roberts, B.: *Policing the Crisis*. London, 1978, Macmillan.
- Hallin, D.: *We Keep America on Top of the World*. London, 1994, Routledge.
- Hallin, D. – Mancini, P.: „Speaking of the President: Political Structure and Representational Form in U.S. and Italian News“. *Theory and Society* (1984), 13.
- Harrop, M.: „Press“. In Butler, David – Kavanagh, Dennis: *The British General Election of 1987*. London, 1988, Macmillan.
- Herman, E. – Chomsky, N.: *Manufacturing Consent*. New York, 1988, Pantheon.
- Hoch, P.: *Newspaper Game*. London, 1974, Calder and Boyars.
- Hohendahl, P.: „Critical Theory, Public Sphere and Culture, Jürgen Habermas and His Critics“. *New German Critique* (1979), 16.
- Hoffmann-Riem, W.: „Protecting Vulnerable Values in the German Broadcasting Order“. In Jay Blumler (ed.): *Television and the Public Interest*. London, 1992, Sage.
- Hoffmann-Riem, W.: „Development of Broadcasting Law in the Federal Republic of Germany“. *European Journal of Communication*, 7 (1992b), 2.
- Hoggart, R.: *The Uses of Literacy*. London, 1957, Chatto and Windus.
- Holland, P.: „The Page Three Girl Speaks to Women, Too“. *Screen* (1982), 24.
- Hollingsworth, M.: *The Press and Political Dissent*. London, 1986, Pluto Press.
- Holmes, S.: „Liberal Constraints on Private Power?: Reflections on the Origins and Rationale of Access Regulation“. In Lichtenberg, Judith (ed.): *Mass Media and Democracy*. New York, 1990, Cambridge University Press.
- Horwitz, R.: „The First Amendment Meets Some New Technologies: Broadcasting, Common Carriers, and Free Speech in the 1990's“. *Theory and Society*, 1991.
- Hoyer, S. – Hadenius, S. – Weibull, L.: *The Politics and Economics of the Press: A Developmental Perspective*. London, 1975, Sage.
- Hoynes, W.: *Public Television for Sale*. Boulder, 1994, Westview.
- Hulten, O.: *Mass Media and State Support in Sweden*. Stockholm, 1984, Swedish Press Institute.
- Iyengar, S. – Kinder, D.: *News That Matters*. Chicago, 1987, University of Chicago Press.
- Inglis, F.: *Media Theory*. Oxford, 1990, Blackwell.
- Keane, J.: *Media and Democracy*. Cambridge, 1991, Polity.
- Kelley, D. – Donway, R.: „Liberalism and Free Speech“. In Lichtenberg, Judith (ed.): *Mass Media*. New York, 1990, Cambridge University Press.
- Kellner, D.: *Television and the Crisis of Democracy*. Boulder, 1990, Westview Press.
- Koss, S.: *The Rise and Fall of the Political Press in Britain*. Vols. 1 and 2. London, 1981, Hamish Hamilton.
- Kuhn, R.: *The Media in France*. London, 1995, Routledge.

- Leapman, M.: *Barefaced Cheek*. London, 1983, Hodder and Stoughton.
- Leapman, M.: *The Last Days of the Beeb*. 2nd edition. London, 1987, Coronet.
- Lichtenberg, J.: „Introduction“. In Lichtenberg, J. (ed.): *Mass Media and Democracy*. New York, 1991, Cambridge University Press.
- Locksley, G. – Garnham, N.: „Trends in Communication in Europe“. *CCIS Working Paper No 3*. London, 1988, Polytechnic of Central London.
- Lorimer, R. – McNulty, J.: *Mass Communication in Canada*. Toronto, 1991, McLelland and Stewart.
- Macarthur, B.: „Sunshine for the Tories“. *British Journalism Review*, 3 (1992), 2.
- Mayer, M.: *Making News*. Revised edition. Boston, MA, 1993, Harvard Business School Press.
- McNair, B.: *News and Journalism in the UK*. London, 1993, Routledge.
- McQuail, D.: „The Netherlands: Safeguarding Freedom and Diversity Under Multichannel Conditions“. In Blumler, Jay (ed.): *Television and the Public Interest*. London, 1992, Sage.
- Meikeljohn, A.: „The Rulers and the Ruled“. In Bosmajian, Haigh (ed.): *The Principles and Practice of Freedom of Speech*. Lanham, 1983, University Press of America.
- Mortensen, F.: „The Bourgeois Public Sphere – A Danish Mass Communications Research Project“. In Berg, M. et al. (eds.): *Current Theories in Scandinavian Mass Communication Research*. Greaa, Denmark, 1997, GMT, 1977.
- Munster, G.: *Rupert Murdoch*. Ringwood, Australia, 1985, Viking.
- Murdoch, R.: *Freedom in Broadcasting* (MacTaggart Lecture). London, 1989, News International.
- Murdock, G.: „Large Corporations and the Control of the Communication Industry“. In Gurevitch, M. – Bennet, T. – Curran, J. – Woollacott, J. (eds.): *Culture, Society and the Media*. London, 1982, Methuen.
- Murdock, G.: „Redrawing the Map of the Communications Industries: Concentration and Ownership in the Era of Privatization“. In Marjorie Ferguson (ed.): *Public Communication*. London, 1990, Sage.
- Neumann, W.: *The Paradox of Mass Politics*. Cambridge, MA, 1986, Harvard University Press.
- Neumann, W. – Just, M. – Crigler, A.: *Common Knowledge*. Chicago, 1992, University of Chicago Press.
- Newcomb, H. (ed.): *Television: The Critical View*. New York, 1987, Oxford University Press.
- Newcomb, H. – Hirsch, P.: „Television as a Cultural Forum“. In Rowland, W. – Watkins, B. (eds.): *Interpreting Television*. Beverly Hills, CA, 1984, Sage.
- Nieuwenhuis, A. J.: „Media Policy in the Netherlands: Beyond the Market?“ *European Journal of Communication*, 7 (1993), 2.
- Ostergaara, B. (ed.): *The Media in Western Europe*. London, 1992, Sage.
- Peters, J.: „Democracy and American Mass Communication Theory: Dewey, Lippmann, Lazardsfeld“. *Communication* (1989), 11.
- Peterson, T.: „Social Responsibility Theory of the Press“. In Siebert, F. et al.: *Four Theories of the Press*. Urbana, 1956, University of Illinois Press.
- Picard, R.: *The Ravens of Odin*. Ames, 1988, Iowa State University.
- Pool, I. de S.: *Technologies of Freedom*. Cambridge, MA, 1983, Harvard University Press.
- Porter, V. – Hasselbach, S.: „Beyond Balanced Pluralism: The Re-regulation of Broadcasting in the Federal Republic of Germany“. In Dahlgren, Peter – Sparks, Colin (eds.): *Communication and Citizenship*. London, 1991a, Routledge.
- Porter, V. – Hasselbach, S.: *Pluralism, Politics and the Market Place*. London, 1991b, Routledge.
- Rosse, J. N.: „The Decline of Direct Newspaper Competition“. *Journal of Communication* (1980), 30.
- Royal Commission on the Press: *1947–49 Report*. London, 1949, HMSO.

- Royal Commission on the Press: *1974–77 Final Report*. London, 1977, HMSO.
- Sanchez-Tabernero, A. et al.: *Media Concentration in Europe*. Manchester, 1993, European Institute for the Media.
- Scannell, P.: „Public Service Broadcasting and Modern Public Life”. *Media, Culture and Society*, 11, (1989), 2.
- Scannell, P. – Cardiff, D.: *Social History of Broadcasting*. Vol. 1. Oxford, 1991, Blackwell.
- Schiller, D.: *Objectivity and the News*. Pennsylvania, 1981, University of Pennsylvania.
- Schiller, H.: *Culture Inc*. New York, 1989, Oxford University Press.
- Schlesinger, P.: *Putting „Reality” Together*. London, 1987, Routledge.
- Schlesinger, P. – Murdock, G. – Elliott P.: *Televising „Terrorism”*. London, 1983, Pluto.
- Schudson, M.: *Discovering the News*. New York, 1978, Basic Books.
- Schudson, M.: „Was There Wver a Public Sphere? If So, When? Reflections on the American Case”. In Calhoun, Craig (ed.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MA, 1992, MIT Press.
- Seppstrup, P.: *Transnationalization of Television in Western Europe*. London, 1990, Libbey.
- Shawcross, E.: *Murdoch*. London, 1993, Pan.
- Siebert, F. – Peterson, T. – Schramm, W.: *Four Theories of the Press*. Urbana, Illinois, 1956, University of Illinois Press.
- Skogerbo, E.: „The Concept of the Public Sphere in a Historical Perspective: An Anachronism or a Relevant Political Concept”. *Nordicom Review* (1990), 2.
- Stapp, C.: „Access in a Post-Responsibility Age”. In Lichtenberg, Judith (ed.): *Mass Media and Democracy*. New York, 1990, Cambridge University Press.
- Stevenson, N.: *Understanding Media Cultures*. London, 1995, Sage.
- Strid, I. – Weibull, L.: *Mediesveridge*. Goteborgs, 1988, Goteborgs University Press.
- Tan, A.: *Mass Communication Theories and Society*, 2nd edition. New York, 1985, Wiley.
- Thompson, D. (ed.): *Discrimination and Popular Culture*. London, 1974, Heinemann.
- Tiffen, R.: *News and Power*. Sydney, 1989, Allen and Unwin.
- Tracey, M.: *A Variety of Lives*. London, 1983, Bodley Head.
- Tuchman, G.: *Making News*. New York, 1978, Free Press.
- Tunstall, J.: *Television Producers*. London, 1993, Routledge.
- Tunstall, J. – Palmer, M.: *Media Moguls*. London, 1991, Routledge.
- Veljanovski, C.: „Competition in Broadasting”. In Veljanovski, C. (ed.): *Freedom in Broadcasting*. London, 1989, Institute of Economic Affairs.
- Weaver, D. – Wilhoit, G. C. (eds.): *The American Journalist*. Bloomington, 1986, University of Indiana Press.
- Whale, J.: *The Politics of the Media*. London, 1977, Fontana.
- Williams, A.: *Broadcasting and Democracy in West Germany*. Bradford, 1976, University of Bradford Press.
- Windlesham, L. – Rampton, R.: *The Windlesham/Rampton Report on Death on the Rock*. London, 1989, Faber and Faber.

5.3. Globalizáció, információs társadalom, internet

Manuel Castells

Az új média és a tömegközönség diverzifikálódása

Az 1980-as évek során az új technológiák átalakították a média világot.¹ Az újságokat ekkor már a távolból írták, szerkesztették és nyomtatták, s lehetővé vált ugyanannak az újságnak többféle kiadása, a fontosabb területek igényeihez szabva (például a *Le Figaro* több francia nagyvárosban; a *New York Times* az USA keleti és nyugati partvidékén; az *International Herald Tribune* pedig három kontinens több országában, egy időben, de eltérő tartalommal jelenik meg). A walkmankészülékek a személyesen kiválasztott zeneszámokat mindennapi életünk hordozható hangkulisszáivá tették, s lehetővé vált, hogy a fiatalok – elsősorban a tinédzserek – hangokból falat építsenek maguk köré, amely elválasztja őket a külső világtól. A rádió egyre inkább specializálódott: tematikus, sőt egyes esetekben csak speciális érdeklődésre számot tartó állomások jöttek létre (például 24 órás műsoridővel dolgozó könnyűzenei szolgáltató csatornák és olyan stúdiók, amelyek hónapokon át kizárólag egyetlen énekesnek vagy popzenekarnak szentelik magukat, mindaddig, amíg az újabb sláger megjelenik). A rádióállomások neves vendégeket fogadó beszélgetős műsorai alkalmasnak bizonyultak az ingázó dolgozók utazásra, illetve a távmunkások különféle kétékezi munkákra fordított idejének kitöltésére. A videomagnók robbanásszerűen elterjedtek az egész világon, és sok fejlődő országban elsődleges alternatívát jelentettek az unalmas hivatalos televízióműsorokkal szemben.² Noha a fogyasztók a videomagnók potenciális felhasználási lehetőségeinek nagy részét a technikai hozzáértés hiányosságai miatt korántsem aknázták ki teljesen, a készülékek használata a videokölcsönző üzletek megjelenésével gyorsan kommercializálódott, és elterjedésük érezhető rugalmasságot vitt a vizuális médiumok világába. A filmek videokazetták formájában éltek tovább. A tel-

¹ Ez a média világában globális szinten megfigyelhető új fejleményekkel kapcsolatos alfejezet részben azokra az információkra és gondolatokra épül, amelyeket Manuel Campo Vidal bocsátott rendelkezésemre. Vidal tekintélyes televíziós újságíró Spanyolországban és Latin-Amerikában, az Antena-3 televíziós társaság alelnöke; lásd Campo Vidal (1996). A tudományos világban az 1980-as évek során kidolgozott trendek kivetítését illetően, a jövőre nézve lásd továbbá Rogers (1986). A média diverzifikálódását történelmi perspektívából, mély belátásokkal, szinte látnoki módon elemzi de Sola Pool (1983).

² Alvarado 1988.

jes videógyártás több mint 25%-át kitevő videoklipek új kulturális műfajt teremtettek, amely jelentősen hozzájárult egy egész generáció képzeletvilágának átformálódásához, és ténylegesen megváltoztatta a zeneipart. A lehetőség, hogy a televízióműsorokat fel lehet venni, és tetszés szerinti időben megnézni, módosította a televíziós közönség szokásait, és a fentebb tárgyalt legkisebb erőfeszítési minta ellenében hatva felerősítette a szelektív televíziózást. A műsorokat videóra rögzítő közönség másodlagos választásai folytán is tovább erősödött a televíziós kínálat diverzifikálódása, ami a közönség további szegmentálódásához vezetett.³

Az emberek felvételeket kezdtek készíteni magánéletük eseményeiről, a nyaralásokról, a családi ünnepekről, és a hagyományos fényképalbumok mellett saját mozgóképarchívumokat hoztak létre. Ez a saját készítésű felvételek nyilvánvaló korlátainak ellenére alapjaiban változtatta meg a képek egyirányú áramát, és valós élettéményeket vetített a képernyőkre. A helyi közösségekben is elérhetővé vált videotechnológia Andalúziától Dél-Indiáig számos országban hozzájárult a kezdetleges helyi műsorszórás felvirágzásához, melynek során a videofilmek terjesztése helyi eseményekről hírt adó beszámolókkal és közérdekű bejelentésekkel keveredett, gyakran a kommunikációt szabályozó törvényes keretek határait feszegetve.

A leginkább meghatározó lépés azonban a televíziós csatornák megsokszorozódása volt, ami a műsorok fokozódó diverzifikálódásához vezetett. A kábeltelevíziós technológiák fejlődése, amit az 1990-es években nagymértékben előmozdított a száloptikai kábelek megjelenése és a digitalizálás, továbbá a közvetlen műholdas sugárzás, drámai módon kiszélesítette a műsorszórásra igénybe vehető átviteli frekvenciasávokat, és nyomást gyakorolt a hatóságokra, hogy enyhítsék a kommunikációra, és különösen a televízióra vonatkozó szabályozásokat. Az Egyesült Államokban ugyanakkor következett be a kábeltelevíziós műsorok robbanása, amikor a műholdas televíziózás Európában, Ázsiában és Latin-Amerikában. Hamarosan új hálózatok jöttek létre, amelyek komoly kihívást jelentettek a már korábban megalapítottak számára. Európában a kormányok elveszítették az ellenőrzést a televíziózás legnagyobb része fölött. Az USA-ban a független tévéállomások száma az 1980-as években 62-ről 330-ra emelkedett. A kábelrendszerek a főbb világvárosi körzetekben 60 csatornán közvetítenek műsorokat, keverve a televíziós hálózatok, a független állomások és a kábelhálózatok műsorait (melyek jórészt specializálódtak), továbbá a „fizetős” televízióműsorokat. Az Európai Unió országaiban a televíziós hálózatok száma 1980-ban még csak 40 volt, az 1990-es évek közepére azonban már 150-re emelkedett, s ezek egyharmad része műholdas adást sugárzott. Japánban az állami tulajdonú közszolgálati MHK hálózatnak két földi alhálózata és két specializáló-

³ Doyle 1992; Dentsu Institute for Human Studies/DataFlow International, 1994.4 Chatter Jee (megjelenés alatt).

dott műholdas szolgáltatása van; ezenkívül öt kereskedelmi hálózat működik. 1980-tól az 1990-es évek közepéig a műholdas tévéállomások száma 0-ról 300-ra emelkedett.

Az UNESCO felmérései szerint 1992-ben a világon több mint egymilliárd tévékészülék működött, ebből 35% Európában, 32% Ázsiában, 20% Észak-Amerikában, 8% Latin-Amerikában, 4% Közép-Keleten és 1% Afrikában. A tévékészülékek birtoklása terén a 2000. évig 5%-os éves növekedést prognosztizáltak, amelyben Ázsia játszotta a vezető szerepet. A televíziós kínálat ilyen burjánzása mindenütt mély hatást gyakorolt a közönségre. Az USA-ban, ahol 1980-ban még a három legnagyobb hálózat ellenőrizte a fő műsoridő 90%-át, ezek részaránya 1990-ben 65%-ra csökkent, majd a trend felgyorsulásával 1995-ben 60%-ra, majd 1999-ben körülbelül 55%-ra esett vissza. A CNN a világ legfőbb hírforrásává vált, olyannyira, hogy vészhelyzetekben a politikusok és az újságírók a világ minden országában egyaránt a CNN műsorát figyelik. A közvetlen műholdas televíziózás erőteljesen behatol az ázsiai piacra is: Hongkongból a Csendes-óceán egész ázsiai területére sugároznak műsorokat. Az indiai média szintén egyre inkább globalizálódik.⁴ Itt 1994-ben a Hubbard Communications és a Hughes Corporation két egymással versengő közvetlen műholdas műsorszórórendszerrel állított üzembe, amelyek/la carte rendszerben szinte bármilyen műsort bárhol és bárhová képesek közvetíteni az USA, az ázsiai csendes-óceáni régió és Latin-Amerika egész területén. A kínai közösségek az USA-ban nézhetik a Hongkongból sugárzott napihíreket, míg a kínaiak már Kínán belül is hozzáférhetnek az amerikai szappanoperákhoz (a Falcon Crest* 450 millió nézőt regisztrált Kínában). 1985-ben a média világában érvényesülő új trendek egyik legjobb és legkorábbi értékelésében Françoise Sabbah így írt:

„Összegezve: az új média szegmentált és differenciált közönséget vonz, ami – jóllehet létszámát tekintve igen népes – nem tekinthető többé tömegközönségnek abban az értelemben, hogy az általa befogadott üzenetek egyidejűleg érkeznének és mindenki számára ugyanazok volnának. Az új média nem tömegmédia többé abban a hagyományos értelemben sem, hogy korlátozott számú üzenetet juttatna el egy homogén tömegközönséghez. Az üzenetek és a források változatos sokasága miatt maga a közönség is jobban szelektál. A célba vett közönség hajlamos rá, hogy maga válassza ki a hozzá érkező üzeneteket, ezáltal tovább mélyítve szegmentálódást, és erősítve az individuális kapcsolatok kialakulását a küldő és a fogadó között.”⁵

⁴ Chatter Jee (megjelenés alatt).

* Falcon Crest: amerikai szappanopera, melyet 1981 decemberében kezdtek közvetíteni Amerikában, és kilenc éven keresztül nagy közönségsiker volt. (A ford.)

⁵ Sabbah 1985, 219.

Youichi Ito a médiahasználat fejlődését elemezve Japánban szintén arra a következtetésre jutott, hogy a fejlődés a tömegtársadalomtól a „szegmentált társadalom” (*bunshu shakai*) kialakulása felé vezet, mégpedig az új kommunikációs technológiák eredményeként, amelyek a diverzifikált és specializált tájékoztatásra törekednek, mivel a közönség az ideológiák, az értékek, az ízlések és az életstílusok tekintetében egyaránt egyre inkább szegmentálódik.⁶

Így tehát a médiavilág változatossága és a közönség különféle módokon történő célbavételének lehetőségei miatt azt mondhatjuk, hogy az új média rendszerében az üzenet maga a médium, vagyis az üzenet jellemző vonásai határozzák meg a médium karakterét. Például ha az üzenet (explicit formában) a tinédzserek zenei környezetének kialakítása, akkor az MTV (Music Television) műsora ennek a hallgatóságnak a nyelvezetéhez és rítusaihoz igazodik, nem csupán tartalmában, hanem a csatorna egész szervezetében és a műsorgyártás, illetve a sugárzás technológiája és stílusa tekintetében is. Egy 24 órás világméretű hírszolgálat létrehozása egészen más rendszert, eltérő műsorkészítési gyakorlatot és sugárzási struktúrát kíván meg, mint ahogyan az időjárás-jelentés is globális vagy kontinentális léptékű tájékoztatást nyújt. A televízió jelene és jövője a decentralizálódás, a diverzifikálódás és a testreszabás kulcsszavaiban foglalható össze. McLuhan megállapítása tágabb kontextusban: a (még mindig ekként működő) médium üzenete más-más médium a különböző üzenetekhez.

Az üzenetek és a médiában megjelenő kifejezési módok diverzifikálódása azonban nem vonja maga után, hogy a fontosabb nagyvállalatok és a kormányok elveszítenék az ellenőrzést a televíziózás fölött. Az elmúlt évtized során épp az ellenkező tendenciát figyelhettük meg.⁷ A teljes átalakulás állapotában lévő piac jelentős részeinek kihatása érdekében megacsoportok és stratégiai szövetségek alakultak ki, és a befektetések valósággal özönltek a kommunikáció területére. Az 1980 és 1995 közötti időszakban a három fő amerikai televíziós hálózat tulajdonost váltott, kettő közülük kétszer is: a Disney és az ABC összeolvadása 1995-ben fordulópontot jelentett abban a folyamatban, melynek célja a televíziónak a kialakuló multimédia-üzletágba való integrálódása volt. A TF1 nevű vezető francia csatornát privatizálták. Berlusconi ellenőrzése alá vonta az összes magántévéállomást Olaszországban, és ezeket három magántulajdonban lévő hálózattá szervezte. A magántelevíziók három privát hálózat kifejlődésével virágzásnak indultak Spanyolországban, és jelentős mértékben behatoltak az Egyesült Királyságba és Németországba is, minden esetben nagy hatalmú nemzeti vagy nemzetközi pénzügyi csoportok ellenőrzése alatt. Az orosz televízió szintén diverzifikálódott, beleértve a „független” televíziós csatornákat is, amelyeket egymással versengő oligarchák ellenőriznek. A latin-amerikai televíziózás a néhány fontosabb szereplő körül történő koncentrálódás folyamatán ment át. Az

⁶ Ito 1991b.

⁷ Lásd például a *The Economist*-ban idézett adatokat (1994a); továbbá Trejo Delarbre 1988; Doyle 1992; Campo Vidal 1996.

ázsiai csendes-óceáni térség vált az új televíziózás saját útját járó szereplői (például a Murdoch's Star csatorna) által leghevesebben ostromlott területté, és ebben az ostromban részt vesznek olyan „régí motorosok” is, mint az újonnan globálissá vált BBC, versenyben a CNN-nel. Japánban az állami tulajdonban tartott NHK hálózatai mellé versenytársként felsorakoztak a magánhálózatok (Fuji TV, MTV, NTV, TBS, TV Asahi és TV Tokyo), valamint a kábeles és közvetlen műholdas műsorközvetítést nyújtó állomások. 1993-tól 1995-ig a világon összesen körülbelül 80 milliárd dollárt költöttek televízióműsor-készítésre, és ez a költség évente 10%-kal emelkedett. Az 1990-es évek végén továbbra is az összeolvadások és a stratégiai szövetségek jellemezték a médiaipart, miközben a vállalatok megpróbálták kihasználni a nagy tömegű szolgáltatások gazdaságosságából fakadó előnyöket, és igyekeztek szoros együttműködésben közösen kezelhető területeket találni a kommunikációs piac különböző szegmenseiben.⁸ Az 1. ábra a világméretű médiaüzlet koncentrálódását mutatja a 10 legnagyobb multimédia-csoport kezében, a 2. ábra pedig bemutatja az európai piacon 1998-ban jelen lévő különféle médiacsoportok közötti kölcsönös kapcsolatok bonyolult hálózatát⁹ az 1998. illetve 1999. évekre nézve.* Az iparág profilja a következő évek során kétségkívül meg fog változni, valószínű azonban, hogy a multimédia világát még hosszú időn át a hálózatosodás logikája és a versengő partnerkapcsolatok fogják jellemezni.

A médiabirodalmak egyrészt együttműködési kapcsolatokra lépnek, másrészt konfliktusokba kerülnek a távközlési kábelhálózatok és a műholdas rendszerek működtetőivel, valamint az Internetszolgáltatókkal, és emiatt a szövetségek és a versenysztratégiák hálózata egyre bonyolultabb lesz.

Az üzleti versengés és koncentrálódás eredménye, hogy míg a közönség szegmentálódott és diverzifikálódott, a televízió nagyobb mértékben kommercializálódott, mint korábban bármikor, és globális szinten egyre inkább oligopolisztikussá vált. A műsorok tényleges tartalma – ha a legtöbb népszerű program mélyén meghúzódó szemantikai formulák összességét vesszük figyelembe – lényegében nem sokban különbözik az egyes hálózatokban. Az a tény azonban, hogy nem mindenki ugyanazt és ugyanakkor nézi, és hogy minden egyes kultúrának és társadalmi csoportnak speciális viszonya alakul ki a saját médiarendszerével, alapvető különbséget jelent a standardizált tömegmédia régi rendszeréhez képest. Emellett a „szörfölés” (több műsor egyidejűleg, pontosabban felváltva történő nézése) mint széles körben elterjedt gyakorlat lehetővé teszi a nézők számára, hogy összeállítsák saját vizuális mozaikjait. A különféle médiumok globális szinten valóban kölcsönhatásba kerültek egymással, a műsorok és az üzenetek globális hálózatban keringenek, ám mégsem egy globális faluban, hanem globálisan létrehozott és különböző helyekre szétosztott, testre szabott kunyhókban élünk.

⁸ Schiller 1999.

⁹ Lásd a *The Economist*-ban közzétett ábrákat (1999c, 62).

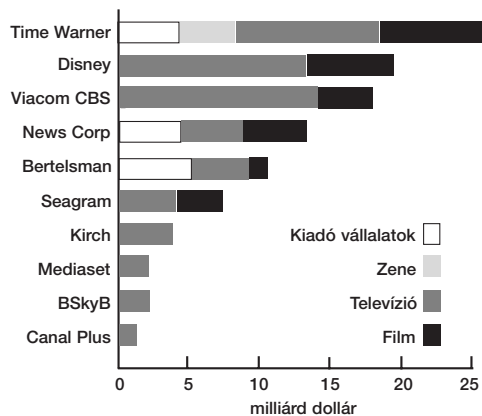
* Az angol szövegben itt csak az 1998. évszám szerepel, a 2. ábra azonban – a címe és a szerző által megadott hivatkozás szerint is – az 1999. évre vonatkozik. (*A ford.*)

A média diverzifikálódása azonban – a nagyvállalati és intézményi ellenőrzés környezeti feltételei miatt – nem változtatta meg az üzenetek egyirányú logikáját, és a piaci reakciók legegyszerűbb formáinak kivételével nem tette ténylegesen lehetővé a közönségtől érkező visszacsatolást sem. A közönség ugyan egyre változatosabb nyersanyagokat kapott, amelyekből már minden mindenki felépíthette a saját, egyéni képét is az univerzumból, a McLuhan-galaxis azonban mégiscsak az egyirányú kommunikáció világa volt, nem pedig a kölcsönhatásoké. Ez a világ kiterjesztette a tömegtermelés és az ipar logikáját a jelek birodalmára, ahol ez a logika bizonyos mértékig még ma is uralkodik, és – a McLuhan géniuszának kijáró minden elismerésünk mellett – sem bizonyult alkalmasnak az információs kor kultúrájának kifejezésére. Azért nem alkalmas rá, mert az információfeldolgozás messze túlmutat az egyirányú kommunikáción. A televízióknak szüksége volt a számítógépre, hogy megszabadulhasson a képernyőtől. E kettő párosítása azonban – amely a társadalom egészére kiható, komoly potenciális következményekkel járt – csak egy hosszú kerülő út megtétele után jöhetett létre. A számítógépek előbb megtanultak egymással beszélni, hogy azután képesek legyenek megszólítani a televíziót. Csak ezután juthatott szóhoz a közönség is.

1. ábra A médiaértékesítések megoszlása a főbb médiacsoportok között 1998-ban (milliárd dollárban megadva)

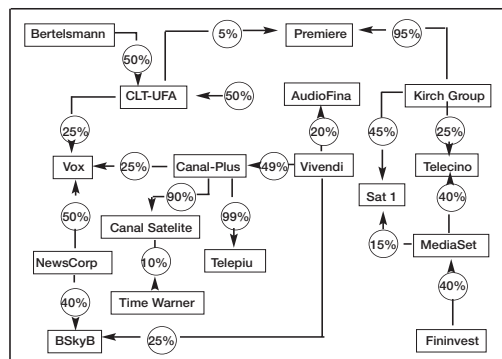
(A szerző megjegyzése: 2000 januárjában a Time Warner összeolvadt az America On-Line internetszolgáltató vállalattal, létrehozva a világ legnagyobb multimédia-csoportját.)

Források: Vállalati jelentések, Veronis, Suhler és Társai; Zenith Media, Warburg Dillon Read. Az ábrát az Economist (1999c, 62) dolgozta ki.



2. ábra A médiacsoportok közötti stratégiai szövetségek Európában, 1999.

Forrás: Warburg Dillon Read. Az ábrát az Economist (1999c, 62) dolgozta ki.



5.3. Globalizáció, információs társadalom, Internet

Frank Webster

Az információ és az információs társadalom fogalma

Mielőtt megfelelően értékelhetnénk a mostanában megfigyelhető információs trendek és jelenségek értelmezésének különféle megközelítéseit, figyelmet kell szentelnünk azoknak a különféle definícióknak, amelyek a viták egyes résztvevőitől származnak. Azt hiszem, különösen hasznos lehet, ha már a kiinduláskor megvizsgáljuk, hogy azok, akik „információs társadalomról” beszélnek – és mindenütt találkozunk velük! –, mire gondolnak, amikor ezt a terminust használják. Azoknak a kitartó ragaszkodása a kifejezéshez, akik előszeretettel élnek vele, és az a magabiztos állításuk, miszerint korunk egyik fő jellemzője nem más, mint az újdonsága, sürgetően elemzés után kiált – talán még annál is sürgősebben, mint azoknak a foratókönyvei, akik azt állítják, hogy minden változatlan marad. E fejezet fő célja a következő kérdések felvetése: Amikor az emberek „információs társadalomról” beszélnek, vajon mit értenek ez alatt? Milyen kritériumokat nyújtanak ahhoz, hogy az „információs társadalmat” megkülönböztethessük más típusoktól? Természetesen elkerülhetetlen, hogy amikor megvizsgálom az „információs társadalom” elméleteit, tekintetbe kell vennem azoknak a szempontjait is, akik elutasítják ezt a kifejezést, hiszen az „információs társadalom” eszméjének legtöbb kritikája magában foglalja a bírálók kételyeinek kifejezését.

Később túllépek az „információs társadalom” meghatározásainak vizsgálatán, és azokat a különféle értelmezéseket elemzem, ahogyan a témához hozzászólók magát az »információt« felfogják. Mint látni fogjuk, itt – éppen annak az elemnek a fogalmában, ami az összes vita alapját képezi – olyan különbségek vannak, amelyekben visszatükröződik az „információs társadalomnak” a jelen újszerűségét hangsúlyozó teoretikusai és az „informatizálódás” olyan gondolkodói között fennálló szakadék, akik felismerik, hogy a múlt ereje súlyosan kihat a mai fejleményekre.

Az „információs társadalom” meghatározásai

Az „információs társadalom” meghatározásai között analitikailag ötféle definíciót lehet megkülönböztetni, amelyek mindegyike kritériumokat tartalmaz annak azonosítására, ami új. Ezek a következő típusokba sorolhatók: technológiai, gazdasági, foglalkoztatási, térszemléletű és kulturális meghatározások.

Ezeknek természetesen kölcsönösen egymást kizárónak kell lenniük (lásd például Dordick és Wang), habár – mint látni fogjuk – egyes teoretikusok a saját forgatókönyvük bemutatásakor más-más tényezőket hangsúlyoznak. Vegyük szemügyre közelebbről ezeket a meghatározásokat.

Technológiai meghatározások

Az „információs társadalom” leggyakoribb definíciója a látványos technológiai innovációra helyezi a hangsúlyt. A kulcsgondolat az, hogy az információ feldolgozása, tárolása és továbbítása terén történt áttörések az információs technológiák (IT) széles körű alkalmazásához vezettek a társadalom gyakorlatilag valamennyi szegmentumában. A fő kérdés itt a számítógépek árának megdöbbentő csökkenése, teljesítményük csodálatra méltó növekedése, és ebből következően kiterjedt alkalmazásuk bárhol és mindenütt (Office of Technology Assessment, 1990). Mivel ma lehetséges és gazdaságos számítógépeket építeni be az írógépekbe, az autókba, a tűzhelyekbe, az órákba, az üzemekben működő gépekbe, a televíziókba és a gyermekjátékokba, következésképpen minden bizonnyal olyan nagyságrendű társadalmi változásokat fogunk tapasztalni, melyek révén egy új korszakba lépünk be. Könyvek, magazinokban megjelent cikkek és televízió-műsorok sokasága ösztönözte és ösztönzi egy új típusú emberfajta kifejlődését, aki meg van győződve arról, hogy a „nagy hatalmú mikrochip” egy egészen új „szilíciumcivilizáció” beköszöntését hirdeti.

Az „információs társadalom” meghatározásához vezető technológiai megközelítések kissé kifinomultabb változatai figyelmet fordítanak a távközlés és a számítástechnika konvergenciájára és átfedéseire is. Ezekben az esetekben a gondolatmenet a következő vonalat követi: az olcsó információfeldolgozási és -tárolási technológiák (a számítógépek) kifejlődése ahhoz vezet, hogy ezek igen széles körben elterjednek. Egyik legfőbb alkalmazási területük a távközlés, különös tekintettel a kapcsolóközpontokra, amelyekben – ha számítógépesítik őket – a távközlési funkció ténylegesen összeolvad a számítástechnika általános fejlődésével, és ennek eredményeként még drámaibb fejlődés következik be az információ kezelésében és terjesztésében. Ez az egységesedés különösen váratlan fejlemény, mivel a számítógépek széles körű elterjedése azzal jár együtt, hogy optimális használatukhoz összeköttetésekre van szükség közöttük. Röviden: a távközlés számítógépesítése következtében egyre inkább az a helyzet, hogy a számítógépek más számítógépekhez kapcsolódnak, ebből pedig az a kilátás adódik, hogy a terminálok összeköttetésbe kerülnek egymással a hivatalok, bankok, otthonok, üzletek, gyárak és iskolák között és azokon belül is.

A hálózatba kötött számítógépek világának ezt a forgatókönyvét gyakran az elektromos áramszolgáltatáshoz hasonlítják: az „információs hálózat”^{*}

* Az 1995-ben írt eredeti szövegben az „information grid” kifejezés szerepel, melynek a pontos fordítása „információs rács” lenne, helyesebbnek tűnik azonban a ma használatos „hálózat” kifejezést használni, annál is inkább, mert az angol nyelvben a „grid” (rács) szóval az országos elektromos hálózatot jelölik. (A ford.)

működése analógiába állítható az elektromosáramel-látással. Mint ahogyan az elektromos hálózat összeköt minden otthont, irodát, gyárat és üzletet azzal, hogy energiát szolgáltat számukra, az információs hálózat ugyanígy információt szolgáltat mindenütt, ahol arra szükség van. Ez természetesen evolúciós folyamat, az integrált szolgáltatások digitális hálózatának (*Integrated Services Digital Network, ISDN*) kialakulása révén azonban máris rendelkezünk az „információs társadalom” alapvető elemeivel.

Az információs hálózat csatornái, miután létrejöttek, a modern kor legfőbb közlekedési útjaivá válnak, hasonlóan az ipari korszak közútjaihoz, vasútvonalaihoz és csatornáihoz. Mint ahogyan az utóbbiak döntő fontosságú szerepet játszottak, mivel rajtuk szállították minden irányban azokat az anyagokat és árucikkeket, amelyek létrehozták az ipari forradalmat, ugyanúgy az *ISDN* fogja biztosítani az alátámasztó infrastruktúrát az „információs társadalom” számára.

Kétségtelen, hogy itt technológiai alapon történt az „információs társadalom” meghatározása, amely akár drámaian új technológiai innovációk, akár az ehhez többletként megjelenő *ISDN*-rendszerek *hatásának* eredményeként születik meg: az új rend fő megkülönböztető jegye mindkét esetben a technológia.

Az „információs társadalom” technológiai megközelítéseinek elutasítására nagy a kísértés. El vagyunk árasztva az álmélkodó és rácsodálkozó írássokkal, amelyek a technológiai változás sebességétől és nagyságrendjétől lenyűgözve, naivan azt mondják nekünk, hogy „a számítógépek forradalma [...] mindent átfogó, elemi erejű hatásokat fog kifejteni, befolyásolva minden egyes emberi lényt a Földön, életének valamennyi aspektusában”. Egyes futurológusok átvették ezt a hangnemet, s írásaik jellemző módon tele vannak „ébresztő” célzatú vészjelzésekkel, a valóság birodalmának sekélyes elemzéseivel és túlzott önbizalommal, azt sugallva, hogy csupán a szerző értette meg azt, amit majdnem mindenki másnak még ezután kell felfognia. Ez a fajta megközelítés aligha támasztja alá hathatósan a technológiai mércék érvényességét.

Mindazonáltal tudomásul kell vennünk, hogy igen sok komoly tudós elfogadja azt, ami ennek a hasonló felfogásnak a gyökerét képezi, még akkor is, ha olyan írók, mint Alvin Toffler és James Martin arra ösztönöznek bennünket, hogy minden további nélkül vessük el a technológiai kritériumokat. Nagy Britanniában például egy igen tekintélyes elméleti iskola kidolgozta a változások neoschumpeteriánus megközelítését. Azt a schumpeteri gondolatot, hogy a főbb technológiai innovációk „kreatív rombolással” járnak, ezek a kutatók kombinálják Kondratyevnek a gazdasági fejlődés „hosszú hullámainról” szóló tézisével, és arra a következtetésre jutnak, hogy az információs technológia egy új korszak kialakulásának letéteményese. Ez az új „technoökonómiai paradigma” hozza létre az „információ korát”, amely a következő évszázad elején fog beérni.

Michael Piore és Charles Sabel azt állítja, hogy az új technológiák alapot nyújtanak a munkavégzés radikálisan új módjára, a „rugalmas specializálódásra”. A kommunikációs és számítógépes technológiák információs előnyt biztosítanak a kisvállalatok számára, amelyek ennek köszönhetően immár képesek gyorsan felmérni a piacokat és rugalmasan alkalmazkodni az igényekhez. Következésképpen láthatóvá válik a „tömegtermelés” vége, és küszöbön áll a tömegcikkék sokoldalúan képzett és alkalmazkodóképes szakemberek által testre szabott, nagyrészt egyedileg gyártott termékekkel való felváltása.

El kell ismernünk, hogy az „információs társadalom” technológiai meghatározásai – józan ésszel mérlegelve – megfelelőnek tűnnek. Végül is, ha az „ipari társadalom” kulcsjellemzőjének a „feltalálások sorozatát” tekinthetjük, akkor miért ne fogadhatnánk el az IT káprázatos fejlődését egy új típusú társadalom kialakulásának alapjaként? Ahogy John Naisbitt megfogalmazza: „a számítógépes technológia ugyanaz az információs kor számára, mint ami a gépesítés volt az ipari forradalom szempontjából”. Ám vizsgáljuk meg azt is, hogy mi szól ez ellen!

Az „információs társadalom” technológiai definícióival kapcsolatban legalább két jól megalapozott kifogást kell tennünk.

Amikor azt az irodalmat olvassuk, ami az új technológia által máris hozott és a jövőben tőle várható rendkívüli és mélyreható változásokról szól, nem tagadhatjuk, hogy ennek a technológiának a jelenléte mindannyiunk számára máris megdöbbenően érzékelhető és kitapintható. Akár a „mikroelektronikai forradalomnak” az otthonokra, illetve a számítógépes numerikus vezérlési (*Computer Numerical Control, CNC*) technológiának a termelési folyamatokra gyakorolt hatásairól, akár a számítógépek, a telekommunikáció és a biotechnológia „harmadik hullámának” elsőpró erejéről hallunk, amelyek „megkongatják az industrializmus fölött a lélekharangot, és egy új civilizáció születését hirdetik”, az új technológiák *jelenléte* magától értetődő valóság. Mivel ez így van, és mindannyian láthatjuk a saját szemünkkel, nyilvánvalónak látszik, hogy a technológiákat indokoltan tekinthetjük egy új társadalom megkülönböztető jegyeinek.

Amikor azonban mélyebbre hatolva vizsgálódunk, nem térhetünk ki az elől, hogy észrevegyük a technológia megdöbbenő mértékű bizonytalanságát és meghatározatlanságát a legtöbb ilyen könyvben. *Ebben* a társadalomban, *ma*, vajon mennyire van csakugyan jelen az IT, és mennyiben visz ez bennünket közelebb ahhoz, hogy megfeleljünk az „információs társadalom” státuszának? Mennyi IT-re van szükség ahhoz, hogy azonosítani tudjuk az „információs társadalom” beköszöntését? Ha egyszerűen csak valamilyen használható mércét próbálunk találni, hamarosan tudatára ébredhetünk annak, hogy igen sokan azok közül, akik a technológia fontosságát hangsúlyozzák, nem képesek semmit sem nyújtani számunkra, ami ilyen hétköznapi módon, a valóságos világban kipróbálhatóan alkalmazható

lenne. Kezdjük úgy érezni, hogy az IT valóban mindenütt jelen van... és ugyanakkor sehol sincs.

Ez a mérési probléma, valamint a hozzá társuló nehézségek annak a pontnak valamilyen technológiai skálán való meghatározásával kapcsolatban, amelynek elérésekor egy társadalom úgy ítéltethető meg, hogy belépett az „információs korba”, minden bizonnyal központi fontosságúak egy megkülönböztethetően új típusú társadalom bármilyen elfogadható meghatározása szempontjából. Ezekről a gondokról a népszerű futurológusok nem vesznek tudomást: dicsőítik az új technológiákat, és gátlások nélkül feltételezik, hogy ezeknek az elterjedése *magától értetődően, önmagában is* az „információs társadalom” beköszöntését jelenti. Meglepő módon megkerülik más tudósok is, akik azt állítják, hogy az IT az „információs társadalom” legfőbb mutatója, de beérik azzal, hogy általánosságban leírják a technológiai innovációkat, feltételezve, hogy ez már elegendő az új társadalom megkülönböztetéséhez.

Vannak azonban olyan tudósok is, akik nem elégednek meg ennyivel, és úgy találják, hogy a mérés problémája jelentős akadálya az előrehaladásnak. Ők két különösen kellemetlen kérdéssel találják szemben magukat. Először is: Hogyan lehet megmérni a technológia elterjedésének mértékét? Másodszor: Mikor szűnik meg egy társadalom „iparinak” lenni, és mikor lép be az „információs” kategóriába? Ezek rendkívül nehéz kérdések, amelyeknek az „információs társadalom” lelkes szószólóit habozásra kell készíteniük. Nagy-Britanniában például az „Információs és kommunikációs technológiai program” (*Programme on Information and Communication Technologies, PICT*) keretében folyó társadalomtudományi kutatásoknak több mint egy évtizeden át az volt a feladatuk, hogy térképezzék fel és próbálják mérni az „információs társadalom” megvalósulását, ám mindeddig nem tudtak semmiféle meggyőző eredményt elérni (Miles és mtsai 1990). Amikor különféle vizsgálatok során felmérték bizonyos információs technológiák terjedését az üzemekben és az irodákban, bizonyára voltak kézzelfogható eredményeik. Hogyan lehet azonban ezt a terjedést általánosabb érvénnyel is felmérni? Vajon az IT-re fordított költségekkel? (Ám adottak lévén az új technológiák erősen változó költségei, hogyan lehet elválasztani a gazdasági változókat az információkezelési teljesítmény centrálisabb jelentőségű elemeitől?) Vagy a bevezetett információs technológiai eszközök mennyiségével, illetve azok skálájával? Vajon az IT-költségekre kell koncentrálni, vagy az egy főre jutó alkalmazásokra? Esetleg az a jobb megoldás, ha mindezt intézményi alapon vizsgáljuk? Hogyan lehet kvantifikálni annak a folyamatnak a jelentőségét, melynek során a mikroszámítógépes alkalmazások fejlődése messze maga mögött hagyja az úgynevezett *mainframe* rendszereket? Továbbá, ha úgy döntünk, hogy az IT tényleges mibenlétére koncentrálnunk, mit tekinthetünk releváns technológiának? A videoberendezések például vajon a személyi számítógépek elé sorolandók-e, és a hálózati rendszerek vajon megelőzik-e a

robotikai alkalmazásokat? El lehet képzelni egy olyan időszakot, amelyben már kidolgozták az „informatizálódás” bizonyos, széles körben elfogadott mérőszámait, ám még ekkor is fennmarad egy komoly kérdés: A fejlődési görbe mentén hol van az a fordulópont, amely elválasztja az „információs társadalmat” attól, amit csupán „fejlett ipari társadalomnak” szoktunk nevezni?

Ezt a második ellenvetést igen gyakran hangoztatják az „információs társadalom” technológiai meghatározásaival szemben. A bírálók tiltakoznak az olyan állítások ellen, hogy valamely adott területen a technológiákat először feltalálják, és azok csak ezt követően *hatnak* a társadalomra, arra ösztönözve az embereket, hogy alkalmazkodjanak az újdonsághoz. A technológia e szerint a felfogás szerint előjogokat élvez minden mással szemben, és ebből adódnak az egész társadalomra kiterjesztett meghatározások: a gőzgép kora, az automobil kora, az atomkor, és így tovább.

Legfőbb ellenvetésünk itt nem az, hogy ez a szemlélet, ami a technológiát tekinti a társadalmi dinamika fő tényezőjének, óhatatlanul technológiai determinizmus, és ennél fogva a változási folyamat túlzott leegyszerűsítése. Minden bizonnyal ez is igaz, de még fontosabb, hogy ez a felfogás teljesen leválasztja és külön kategóriába számúzi a technológiai innováció társadalmi, gazdasági és politikai dimenzióit. Ezek a technológia elsőrendű fontosságú birodalmából származnak és annak alárendeltek, miközben úgy tűnik, hogy maga a technológia önfenntartó, bár rányomja bélyegét a társadalom valamennyi aspektusára.

Ezzel a felfogással szemben kimutatható, hogy a technológia nem választható el ilyen módon a társadalom világától. Éppen ellenkezőleg, annak integráns alkotórésze. A kutatási és fejlesztési döntések például prioritásokat fejeznek ki, és ezekből az értékítéletekből kiindulva bizonyos típusú technológiák jönnek létre (a nyugati világban például a katonai programok a 20. század legnagyobb részében lényegesen több pénzügyi támogatást kaptak, mint az egészségügyiek, s ennek következtében – aligha meglepő módon – olyan szintű fegyverrendszerek jöttek létre, amelyek mellett a közönséges nátha kezelésében elért eredmények eltörpülnek). Számos vizsgálat kimutatta, hogy a technológiák hogyan viselik magukon a társadalmi értékek lenyomatát, akár a New York-i hidak építészeti megtervezéséről legyen szó, ahol azok magasságát úgy határozták meg, hogy megakadályozzák a tömegközlekedési rendszerek behatolását bizonyos területekre, akár az olyan autók gyártásáról, amelyek megfelelnek a magántulajdon értékeinek, a család méretével kapcsolatos feltételezéseknek (tipikus esetben két felnőtt, két gyerek), a környezettel kapcsolatos attitűdöknek (a nem megújítható energia tékozló és egyben környezetszennyező felhasználása), bizonyos státuszszimbólumoknak (a Porsche, a Mini, a Rover) és a közlekedés inkább egyéni, mintsem tömeges formáinak, vagy pedig olyan házak felépítéséről, amelyek nem csupán lakóhelyek, hanem egyben az életmód, a presztízs és

a hatalmi viszonyok vagy a különféle életstílusok iránti preferenciák kifejeződései.

Erről a kérdésről igen kiterjedt irodalom született, nem kívánom azonban a mondandómat *ad nauseam*, a megcsömörlésig fejtegetni. Mindössze arra van szükség, hogy az „információs társadalom” meghatározásával kapcsolatban leszögezzük ellenvetéseinket a technológia hiposztázálásával szemben. Hogyan lehet elfogadható valami olyasmiből, amit a társadalomtól független jelenségnek tekintünk, vagyis a technológiáról azt állítani, hogy az határozza meg a társadalmi világot?

Gazdasági meghatározások

A közgazdaságtannak van egy jól megalapozott ágazata, amely „az információ gazdaságtana” nevet viseli. Ezen belül – valójában e tudományág megalapítójaként – a néhai Fritz Machlup (1902–1983) szakmai munkásságának legnagyobb részét annak a célnak szentelte, hogy felmérje és értékelje az információs iparágak kiterjedését és növekedését. Machlup úttörő munkája, „A tudás termelése és elosztása az Egyesült Államokban” (*The Production and Distribution of Knowledge of the United States*, 1962) az „információs társadalom” gazdasági mércéinek kidolgozása terén alampűnek számít.

Machlup megkísérelte statisztikai eszközökkel nyomon követni az információs iparágak fejlődését. Vizsgálataiban az alábbi öt nagyobb csoportot különböztette meg az ágazatban (összesen ötven alágazatra bontva):

- a) oktatás (például iskolák, könyvtárak, főiskolák);
- b) kommunikációs médiumok (például rádió és televízió, reklámpar);
- c) információs gépek (például számítógépes berendezések, hangszerek/ zenei eszközök);
- d) információs szolgáltatások (például jog, biztosítás, orvostudomány);
- e) más információs tevékenységek (például kutatás és fejlesztés, non-profit tevékenységek).

Ilyenfajta kategóriákkal dolgozva gazdasági értéket lehet hozzárendelni mindegyik csoporthoz, és nyomon lehet követni hozzájárulásukat a nemzeti össztermékhez (GNP). Ha az a trend érvényesül, hogy ezek a GNP növekvő hányadát állítják elő, akkor kijelenthetjük, hogy az idő függvényében kimutatható az „információs gazdaság” kialakulása. Pontosán ezt állította Machlup (1962) egy korai tanulmányában, amelyben úgy számította, hogy 1958-ban az Egyesült Államok GNP-jének 29%-a származott a tudásiparágakból, ami abban az időben figyelemre méltó mértékű bővülést jelentett.

A vezetéselméleti guru, Peter Drucker már az 1960-as években azt állította, hogy „a tudás vált a modern gazdaság alapjává”, mivel „az árucikkek gazdaságáról [áttértünk] a tudásgazdaságra”. Ma már közhelynek számít azt mondani, hogy olyan társadalommá fejlődöttünk, melynek „megkülönböztető jegye az, hogy [...] a gazdagság fő létrehozói a tudás és a szervezés”.

Az így felfogott „információs gazdaság” kialakulásának valószínűleg a legjobban ismert – és minden bizonnyal a legtöbbet idézett – elemzését Marc Porat kilencötletes kutatási beszámolója nyújtja. Fritz Machlup az információs iparágak öt kategóriába sorolásakor a „tudástermelés” általános meghatározásait alkalmazta, tág értelemben idesorolva mindazokat az ágazatokat, amelyek új információt termelnek, és azokat is, amelyek azt terjesztik. Porat nagyrészt Machlup megközelítését követte annyiban, hogy az USA gazdaságát az 1960-as évek végén leképező számítógépes modelljének megtervezésekor a kormány statisztikai forrásaira támaszkodott, de a gazdaságot felosztotta „elsődleges”, „másodlagos” és „nem információs” szektorokra. Ezt a hármas felosztású sémát azért alkalmazta, mert felismert egy gyöngeséget Machlup munkájában, aki nem vette számításba azokat az információs tevékenységeket, amelyek az eredeti vizsgálat szempontjából álcázottak lehetnek, például azért, mert más iparágak belső elemei voltak. Az „elsődleges információs szektorba” azokat az iparágakat sorolta, amelyek információikat hozzáférhetővé teszik a meglévő piacokon vagy bárhol másutt, ahol azokhoz gazdasági érték rendelhető (például tömegközlelési eszközök, oktatás, reklám, számítógépgyártás). Megpróbált továbbá azonosítani egy „másodlagos információs szektort” is, ami lehetővé tette számára, hogy tipológiájába be tudjon illeszteni olyan fontos információs tevékenységeket is, mint a kutatás és fejlesztés például egy gyógyszeripari vállalaton belül, a kormány szerveknél belső használatra készített információk, vagy egy olajvállalat könyvtári forrásai.

Ilyen módon Porat képes volt megkülönböztetni kétféle információs szektort, majd ezeket ismét összevonta, elkülönítve belőlük a gazdaság nem információs elemeit, és végül újra összesítve az országos gazdasági statisztikákat arra a következtetésre jutott, hogy az USA nemzeti össztermékének 46%-át az információs szektor állítja elő. *Ipsa facto*,* „az Egyesült Államok ma információ alapú gazdaság. Mint ilyen, egyúttal „információs társadalom, [ahol] a gazdasági tevékenység fő színterei az információs áruk és szolgáltatások termelése, valamint [a másodlagos információs szektorba tartozó] állami és privát bürokráciák”.

Az információ gazdasági jelentőségének ilyen mennyiségi kifejezése igen figyelemre méltó teljesítmény. Nem meglepő tehát, hogy azok, akik meg vannak győződve az „információs társadalom” kialakulásáról, az információs tevékenység emelkedő görbéjének kimutatására törekedve, ami egy új korszakba vezető utat jelöl ki, azóta is rutinszerűen fordulnak Machluphoz és különösen Porat-hoz mint szaktekintélyekhez.

Az „információs társadalom” gazdaságtani megközelítésével kapcsolatban azonban vannak nehézségek is. Ezek egyike az, hogy a tények tárgyilagos bemutatására szolgáló súlyos statisztikai táblázatok mögött – abban a tekin-

* A tényből következően (lat.). (A ford.)

tenben, hogy milyen kategóriákat állítunk fel és mit számítunk bele az információs szektorba, illetve mit zárunk ki onnan – meghúzódik jókora mennyiségű rejtett, önkényes értelmezés és értékítélet is.

Marc Porat számára például bizonyos nehézségeket okoz az olyan „kvázivállalatok” azonosítása, amelyek beágyazódnak valamely nem információs vállalkozásba. Ám abból a helyes feltételezésből kiindulva, hogy a kutatás és fejlesztés egy petrokémiai vállalatnál is információs tevékenységet foglal magában, elfogadható-e, hogy ezt statisztikai célokból elkülönítsük a gyártási elemektől? Mindenesetre valószínűsíthető, hogy a tevékenységek összemosódnak, mivel a K + F szekció szorosan kötődik a termelési ágakhoz, és bármilyen matematikai okokból való elkülönítése meghamisítja valódi szerepét. Általánosabban kifejezve: amikor Porat a „másodlagos információs szektort” vizsgálja, valójában minden iparágat feloszt információs és nem információs tartományokra. A „gondolkodás” és a „cselekvés” efféle megkülönböztetéseit azonban rendkívül nehéz elfogadni: Hová tegyük például a CNC rendszerek működtetését, vagy a hierarchikus irányítási funkciókat, amelyek a termelés integráns elemei? Itt azzal az ellenvetéssel élhetünk, hogy Porat önkényesen végez felosztást az iparágakon belül, hogy felrajzolhassa a „másodlagos információs szektort”, szembeállítva a „nem információs” világgal.

Lehetséges, hogy az ilyen ellenvetések nem érvénytelenítik Machlup és Porat eredményeit, és fenntartásainkat nem is ezzel a céllal vázoltuk. Ezek csupán felhívják a figyelmet arra, hogy statisztikai táblázataikba óhatatlanul beszűrődnek bizonyos értékítéletek, s ily módon alátámasztják az egészséges szkepticizmust az „információs gazdaság” kialakulásának efféle elgondolásaival szemben.

Egy második nehézség abban áll, hogy az összesített adatok elkerülhetlenül homogenizálnak igen eltérő gazdasági tevékenységeket. Egészében tekintve lehet azt mondani, hogy a reklám és a televízió gazdasági értékének növekedése az „információs társadalom” eljövételét jelzi, de az emberben sürgős szükségérzet marad az információs tevékenységek között minőségi alapon való különbségtételre. Ha azt kérdezzük, hogy melyik gazdaságilag értékelt jellemző fontosabb az „információs társadalom” kialakulása szempontjából, akkor azt kívánjuk a tudósoktól, hogy tegyenek különbséget például a stratégiai kutatóközpontoktól, a nagyvállalati agytrösztöktől, a transznacionális bankházaktól, a 35 mm-es kamerák gyártóitól, a szoftvertervezőktől vagy a *Saatchi és Saatchi* cég reklámszövegíróitól származó információk között.

Az információs gazdaságtan művelőinek lelkes igyekezete arra, hogy árcédulát akasszanak mindenre, azzal a szerencsétlen következménnyel jár, hogy elmulasztják megismertetni velünk az információs szektor igazán értékes dimenzióit. Machlup és Porat nem törekednek az „információs társadalom” *kvantitatív* és *kvalitatív* mutatóinak megkülönböztetésére, bár józan ésszel belátható, hogy a *Sun* négymillió eladott példányát aligha lehet na-

gyobb információs értékűnek tekinteni a *Financial Times* kétszázézer példányánál: az előbbi jó okkal vélhetjük kevésbé informatívnak, noha a *Sun* példányainak eladásából származó bevételek gazdasági értéke kétségkívül nagyobb. Ehhez a megkülönböztetéshez még visszatérünk, mivel annak a lehetőségére utal, hogy olyan társadalom felé haladunk, amelyben az információs tevékenységnek – a GNP-hez való hozzájárulásával mérve – nagy súlya van, de kevés következménnyel jár a gazdasági, társadalmi és politikai élet rugóira nézve.

Ezek a közgazdászok természetesen kizárólag az információs szektor kvantitatív mutatóinak kifejlesztésével foglalkoznak, s így az információ minőségi értékének kérdése számukra kevésbé fontos. Mindazonáltal itt még a saját mércéik szerint is problémák merülnek fel. Az egyik ilyen kérdés, amit már említettünk, a következő: A gazdasági növekedés mely pontjánál lépünk be az „információs társadalomba”? Amikor a GNP 50%-a származik információs tevékenységekből? Ez ésszerűen megválasztott pontnak tűnik, amelynél – világos, kvantitatív terminusokkal kifejezve – az információ elkezd domináns szerepet játszani. Sajnos azonban (legalábbis az „információs társadalom” teoretikusai számára nem örvendetes módon) ettől a ponttól még bizonyos távolságra vagyunk. Machlup és Porat szorgalmas követőinek tanulmányai segítségével bármikor megítélhető, hogy vajon beköszöntött-e már az új korszak. Michael Rogers Rubin és Mary Taylor Huber (1986) Machlup vizsgálatainak nagyszabású felújítása eredményeként arra a következtetésre jutott, hogy az Egyesült Államokban a „tudásiparágak” hozzájárulása a GNP-hez 1958 és 1980 között 28,6%-ról 34,3%-ra emelkedett, ám ekközben 1970 óta gyakorlatilag semmilyen változás nem történt, s ez „a teljes GNP más összetevőinek átlagos növekedési arányához képest rendkívül szerény növekedési arány”. Porat nagy hatású kutatásainak az említett szerzők által való megismétlése az 1970-es évekre vonatkozóan csekély bővülést mutatott ki az információs szektorban, összehasonlítva a GNP más összetevőivel. Ezek az ökonometriai vizsgálatok aligha adják harsonaszóval hírül az „információs társadalom” beköszöntét.

Foglalkoztatási meghatározások

Az „információs társadalom” kialakulásának egyik kedvelt mutatója a foglalkoztatásban bekövetkezett változásokra helyezi a hangsúlyt. Egyszerűen szólva itt arról van szó, hogy akkor érkezünk el az „információs társadalomba”, amikor a foglalkozások, illetve a munkahelyek nagyobb része már az információs munka területére esik. Vagyis az „információs társadalom” akkor érkezik el, amikor az irodai dolgozók, a tanárok, a jogászok és a szórakoztatási ipari dolgozók száma meghaladja a szénbányászok, acélmunkások, dokkmunkások és építőipari dolgozók számát.

A foglalkoztatási meghatározást gyakran kombinálják egy gazdasági mutatóval. Marc Porat például úgy számította, hogy az 1960-as évek végén az USA munkaerejének valamivel kevesebb mint a felét az „információs szektorban” foglalkoztatták, s ez majdnem ötszáz százalékos növekedést jelentett egy évszázad során, mialatt a mezőgazdasági foglalkoztatás zuhanásszerűen csökkent, és az információs foglalkozások tömegesen gyarapodtak. A munkahelyek változó megoszlása felületesen szemlélve megfelelő mércének tűnik. Végül is nyilvánvalónak látszik, hogy amikor a fizikai erőt és kézügyességet kívánó munka, például a szénbányászat vagy a föld megművelése visszaszorul, és helyébe egyre inkább különféle adatok és szövegek kezelése lép, mint például az oktatásban és a nagy, bürokratikus szervezetekben, akkor új típusú társadalomba lépünk be. Ma „csupán a munkaerő egyre zsugorodó kisebbsége fáradozik az üzemekben, és [...] a munkaerőpiacon ma azok az információs dolgozók játszanak domináns szerepet, akik annak a ténynek köszönhetően keresik meg a kenyerüket, hogy birtokukban van az az információ, amelyre szükség van a dolgok elvégzéséhez”.

Ezt a trendet számos beszámoló emeli ki. A Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (*Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD*) két nagy hatású kiadványa (1981, 1986) például adatokat közölt valamennyi tagországából, amelyek „folyamatos növekedést jeleznek [...] azokban a foglalkozásokban, amelyek elsősorban az információ létrehozására és kezelésére, valamint az ezt támogató infrastruktúra működtetésére irányulnak” (1986). Másutt Marc Porat „az információs munkaerő megdöbbentő növekedési arányát” állapítja meg, kimutatva, hogy ez 1860 és 1980 között 18,7 évenként megduplázódott, s ezáltal az Egyesült Államokat „az információs gazdaság küszöbére” juttatta.

A foglalkozások megoszlásában bekövetkezett váltás áll az „információs társadalom” legnagyobb hatású, Daniel Bell által kidolgozott elméletének középpontjában is. Bell a „fehérgalléros társadalom” (vagyis az „információs munka”) kialakulásában és az ipari munka hanyatlásában megnyilvánuló változásokat olyan mélyrehatóknak látja, hogy ezek egyúttal az osztályalapú konfliktusok végét, a közösségi tudat gyarapodását és a nemek közötti egyenlőség megvalósulását is jelzik.

Bell elméletének vizsgálatával és kritikájával a következő fejezetben foglalkozunk, de itt is indokoltnak látszik megemlíteni néhány általános ellenvetést az „információs társadalom” foglalkoztatási mércéivel kapcsolatban. Fontos probléma merül fel a dolgozók bizonyos kategóriákba sorolásának metodológiáját illetően. Itt ugyanis a végtermék – egy puszta statisztikai adat, amely pontosan megadja az „információs dolgozók” százalékos arányát – elrejtí azokat a komplex eljárásokat, amelyek segítségével a kutatók kialakítják a saját kategóriáikat, és az embereket besorolják ezek egyikébe vagy másikába.

Marc Porat például kifejlesztett egy később nagy hatásúvá vált tipológiát azoknak a foglalkozásoknak a meghatározására, amelyekben a dolgozók

elsősorban az információ termelését, feldolgozását vagy elosztását végzik. Hármás felosztású rendszere több mint négyszáz olyan munkakörtípust vesz számításba, amelyek szerepelnek az USA népszámlálási és munkaügyi statisztikáiban (*US Census and Bureau of Labour Statistics*). Ezeket Porat a következőképpen magyarázza:

„Az első kategóriába azok a dolgozók tartoznak, akiknek az elsődleges tevékenysége a tudás létrehozása és eladása. Idetartoznak a tudósok, a feltalálók, a tanárok, a könyvtárosok, az újságírók és a szerzők. A dolgozók második nagy osztálya azokat foglalja magában, akik az információt összegyűjtik és terjesztik. Ezek a dolgozók közvetítik az információt a vállalatokon és a piacokon belül; felkutatják, koordinálják, tervezik és feldolgozzák a piaci információkat. Közéjük tartoznak a menedzserek, a titkárok és titkárnők, az irodai dolgozók, a jogászok, a tőzsdeügynökök és a gépírók. Az utolsó osztályba azok a dolgozók tartoznak, akik az előbbi két tevékenységet támogató információs gépeket és technológiákat működtetik. Idesorolhatók a számítógép-operátorok, a telefonszerelek és a televízió-műszerészek” (Porat 1978, 5–6).

Jonscher (1983) ezt a felosztást még tovább egyszerűsíti, mindössze két szektort különböztetve meg a gazdaságban: az első az „információs szektor”, ahol azok az emberek dolgoznak, akiknek az elsődleges funkciója az információ létrehozása, feldolgozása és kezelése; a második pedig a „termelési szektor”, ahol a dolgozók elsősorban a fizikai javak előállítását, feldolgozását és kezelését végzik.

Ezek a megkülönböztetések ésszerűnek, pontosnak és empirikusan igazolhatónak tűnnek, de itt is vannak nehézségek. Ezek között nem csekély fontosságú, hogy „annak a pontos megállapítása, hogy ki »információs dolgozó«, és ki nem az, kockázatos vállalkozás”. Valóban kockázatos, hiszen minden foglalkozás jelentős mértékű információfeldolgozást és kognitív tevékenységet foglal magában. Ezt Porat is elismeri, amikor a nem információs munkát az információs munkától annak alapján próbálja megkülönböztetni, hogy az egyes típusok milyen *mértékben* foglalják magukban az információt. Más szóval, a kategorizálásakor azt kell megítélni, hogy az egyes munkakörök milyen mértékben információsak, illetve nem azok. Az „információs dolgozók” pusztán százalékos arányai elfedik azt a tényt, hogy a számok a kutatók becsléseinek eredményei.

Egy vasúti váltó- és szemaforkezelőnek például komoly tudáskészlettel kell rendelkeznie a vágányokról és a menetrendekről, a különféle dolgozók szerepeiről és rutinfeladatairól; kommunikálnia kell más váltó- és szemaforkezelőkkel a vonal mentén, az állomások személyzetével és a mozdonyvezetőkkel; mint a tenyerét, úgy kell ismernie saját fülkáját és mások munkahelyeit; pontos és mindenre kiterjedő kimutatást kell vezetnie minden fogalomról, ami a területén zajlik; és a modern berendezések munkába

állítására óta kevés fizikai erőre van szüksége a váltókarok és a jelzőkarok átállításához. Ám a vasúti váltó- és szemaforkezelő kétségkívül az „ipari korszak” tipikus kétkezi dolgozója. Ezzel szemben az a személy, aki azért jön az irodába, hogy megjavítsa a fénymásoló gépet, esetleg csak azt a bizonyos berendezést ismeri, amelynek a javítására kiképezték, és igen keveset tud más termékekről, továbbá könnyen előfordulhat, hogy forróságban, piszkos és kényelmetlen körülmények között kell dolgoznia, és az is lehet, hogy a nehéz berendezések elmozdításához és a károsult alkatrészek kicseréléséhez komoly fizikai erőre kell kifejtenie. Ő azonban kétségtelenül az „információs dolgozó” kategóriájába fog kerülni, mivel az új korszak gépi berendezéseivel végzett munkája dr. Porat értelmezése szerint ennek felel meg.

A lényeg itt igen egyszerű: szkeptikusnak kell lennünk a kutatók azzal kapcsolatos nézeteit illetően, hogy az egyes foglalkozásokat hogyan kell a legmegfelelőbbben kategorizálni. Tény, hogy a társadalomtudósok igen keveset tudnak az emberek munkájának részleteiről és bonyolultságáról; ritka kivételnek számítanak az olyan etnográfiai munkák, amelyek pontosan rögzítik a munkával töltött idő tényleges tartalmát. És azok a kutatók, akik az „információs” és a „nem információs” munkát próbálják meg különböző címkékkel elkülöníteni egymástól, éppen olyan tájékozatlanok, mint társadalomtudós kollégáik fennmaradó része.

Ha gyanakvással élhetünk azokat a módokat illetően, ahogyan a kutatók felfogják és meghatározzák az információs munkát, tudatában kell lennünk azoknak a túlegyszerűsítéseknek is, amelyek abból származhatnak, hogy igen változatos munkaköröket ugyanazokba a rekeszekbe gyömöszölnek be. Ian Miles helyesen állapítja meg az ilyen módszerekkel kapcsolatban, hogy „a különféle címszavak alá csoportosított munkakategóriák gyakran rendkívül heterogének”. Ha például figyelembe vesszük, hogy Marc Porat az első kategóriájába (az információ létrehozói közé) besúfolja az optikusokat, a könyvtári asszisztenseket, a zeneszerzőket, a papírkötésű könyvek szerzőit, az egyetemi professzorokat és a mérnököket, miközben a másodikban (az információ terjesztői között) együtt találhatók a legmagasabb szintű napilapok újságírói az utcai újságárusokkal, az OECD pedig információtermelőként együvé sorolja a fizikusokat, az árutózsdei alkuszokat és az árverési kikiáltókat, akkor valóban kételyeink támadhatnak a foglalkozások ilyen összetételű csoportjainak mint a társadalmi változások kimutatására szolgáló eszközöknek az értékét illetően. Mit kezdünk továbbá azoknak a foglalkozásoknak a megnevezésével, amelyek igen sokrétű tevékenységeket sorolnak ugyanabba a kategóriába? Könyvtáros például lehet az is, aki a nap legnagyobb részét kölcsönzésre kiadott könyvek átadásával, illetve a polcra való visszahelyezésével tölti, valamint az is, akinek az a napi rutinfeladata, hogy tudós kutatók számára adjon tanácsokat a legjobb információforrásokra nézve, amelyeket azok felhasználhatnak élenjáró kutatásaikban. Valóban értelmes dolog ilyen sokféleség együvé zsúfolása?

Végül az effajta homogenizálás egyik fontos következménye az is, hogy nem kerül sor a *stratégiai*lag központi fontosságú információs foglalkozások meghatározására. A módszer nyújthatja azt a képet, hogy nagyobb mennyiségű információs munkavégzés történik, ám nem kínál semmiféle eszközt sem az információs munka legfontosabb dimenzióinak megkülönböztetésére. Az információs munka mennyiségi mutatóinak kidolgozására való törekvés elfedi azt a lehetőséget, hogy bizonyos típusú információs foglalkozások gyarapodásának különleges következményei lehetnek a társadalom életére nézve.

Rá kell mutatni, hogy az „információs dolgozók” megszámlálása valamely társadalomban nem mond semmit a hierarchiákról – és az ezekhez társuló hatalmi és tekintélybeli különbségekről – ezek között az emberek között. Mondhatjuk azt például, hogy a döntő tényező a számítástechnikai és távközlési mérnökök számának növekedése, hiszen ezek meghatározó befolyást gyakorolhatnak a technológiai innováció ütemére. Ehhez hasonló, sőt talán még nagyobb mértékű gyarapodás ment végbe azoknak a szociális dolgozóknak a létszámában is, akik az időskorú lakosság, a növekvő számú válások és a fiatalok bűnözés problémáival foglalkoznak, ám ennek aligha van sok köze az „információs társadalomhoz”, noha a szociális munkásokat kétségkívül „információs dolgozóként” kategorizálnák, az információs technológia fejlesztéséről gondoskodó mérnökökkel együtt.

Elfogadhatóan lehetne érvelni továbbá amellyel is, hogy az „információs társadalom” kialakulásában a döntő tényező az elméleti tudás jelentős térnyerése a gyakorlati készségekkel szemben. Ha azt állítjuk, hogy a mai társadalomban a fontos fejleményeket – akár a közgazdaságtan, akár a technológiai innováció terén – jól megalapozott elméletek (a közgazdaságtanban a keynesi, a monetarista stb. elméletek; a technológiában pedig a tudományos felismerések) indítják be, akkor meg kell különböztetnünk ennek az elméleti tudásnak a birtokosait azoktól, akik ugyan információs dolgozók, de csupán a teoretikusok által meghatározott gyakorlati feladatokat hajtják végre (például valamely gazdaságpolitika megvalósításával vagy egy laboratóriumi kísérlet elvégzésével).

Azt is mondhatjuk, hogy az „információs társadalom” leginkább meghatározó mutatója a nagyvállalati vezetők egy bizonyos „belső köre”, amely teljesen különbözik elődeitől. Ebben olyan emberek találhatók, akiket kommunikatív készségeik, elemzőképességeik, előrelátásuk és stratégiák kidolgozására való képességeik ruháznak fel hatalommal, s ezek egyúttal kiváltságos oktatási háttérrel, különféle klubtagsági és tanácskozási kapcsolatokból származó összeköttetésekkel, továbbá kifinomult információs és kommunikációs technológiákhoz való hozzáféréssel rendelkeznek. Mindezek együttesen különleges befolyást biztosítanak számukra a társadalmi, gazdasági és politikai ügyekben országos, sőt nemzetközi szinten is. Ezek is információs specialisták, de radikálisan különböznek azoktól a mindennapi

taposommalomban tevékenykedő információs dolgozóktól, akiket a nyers adatok kvantitatív elemzéseiben velük egy kategóriába sorolnak.

Az „információs dolgozók” egyes csoportjai közötti kvalitatív megkülönböztetés szükségességét talán jobban érthetővé teszi, ha röviden kitérünk a társadalomtörténész Harold Perkin munkájára. „A professzionális társadalom kialakulása” (*The Rise of Professional Society*, 1990) című könyvében Perkin azt állítja, hogy Nagy-Britannia története 1880 óta nagyrészt megírható azoknak a „professzionális” szakembereknek a csúcsra emelkedéseként, akiknek a hatalmát „az oktatás által létrehozott emberi tőke biztosítja [...] és a megfelelő képezésekkel nem rendelkezők kirekesztése erősíti meg” (2). Perkin arra a következtetésre jut, hogy „a háború utáni társadalom fő szervező elve” a bizonyítvánnyal igazolt szakértelem (406) és a valaha domináns csoportok (a földbirtokos arisztokrácia, a tőkés vállalkozók és a munkásszervezetek) hatalmát a szakértők hatalma váltja fel, miközben azok elavult eszméit (a paternalista úriember, a tulajdon és a piac, illetve az együttműködés és a szolidaritás ideáljait) felváltja a szolgálat, a szakmai képezés és a hatékonyság professzionális ethosza.

Kétségtelen, hogy a magánszektorban működő hivatásos szakemberek hevesen vitáznak az állam képviselőivel, de Perkin kitart amellett, hogy ez a „professzionális társadalmon” belül folyó, egymást tisztító gyilkos küzdelem, amelyben a küzdő felek megegyeznek számos alapvető feltételezésben (különösen a képzettségen alapuló szakértelem és az érdemek alapján szerzett jutalom elsőbbségében), és szigorúan kizárják a nem szakértőket a komoly részvételből.

Alvin Gouldnernek az „új osztályról” adott elemzése érdekesen egészíti ki Perkinét. Gouldner az alkalmazottak egy új típusát, ami a 20. század során alakult ki, olyan „új osztályként” határozza meg, amely „humán és műszaki értelmiségekből tevődik össze”. Ez az osztály, miközben részben a saját hasznát keresi, és gyakran alárendelődik a hatalmat birtokló csoportoknak, szintén veszélyeztetheti a gazdasági és politikai élet elfogadott vezetőinek a hatalmát. Az új osztály – e potenciális hatalma ellenére – maga is többféle módon megosztott. A legfőbb ellentét az egyik oldalon a technokrata és konformista műszaki szakemberek, a másik oldalon pedig a kritikus és egyenlőségelvű humán értelmiségek között nyilvánul meg. Harold Perkin szerint nagyrészt ez az ellentét jut kifejezésre a magánszektorban, illetve az állami szektorban dolgozó szakemberek között megnyilvánuló konfliktusokban is: a magánszektorban dolgozó könyvelők például többnyire konzervatívak, míg a humán értelmiségek hajlamosak radikális nézeteket vallani.

A fő mondanivalóm itt az, hogy mind Gouldner, mind Perkin bizonyos változásokat állapítanak meg az információs munka világán belül, amelyek különösen fontos következményekkel járnak a társadalom egészére nézve. Gouldner szerint az „új osztály” új kifejezőkészséggel láthat el bennünket a társadalmi változások irányának megtárgyalásához az erről szóló vitákban,

míg Perkin úgy látja, hogy a professzionális szakemberek új ideálokat teremtenek a társadalmi ügyek kezeléséhez.

Ha ezeknek a gondolkodóknak a munkáiban keressük az „információs társadalom” kialakulásának mutatóit, akkor bizonyos csoportok hozzájárulásának a minőségéhez jutunk el. Akár egyetértünk, akár nem ezeknek az értelmezéseknek bármelyikével, világossá kell válnia, hogy meg kell kérdőjeleznünk az „információs társadalom” olyan meghatározásait, amelyek az „információs dolgozók” pusztá létszámán alapulnak. Az olyan gondolkodók szemében, mint Perkin és Gouldner, *nem* a mennyiségi változás a fő kérdés. Azoknak a csoportoknak a részaránya a lakosságban, amelyekre ők fektetik a hangsúlyt, valóban megnövekedett ugyan, de továbbra is csupán kisebbségeket – a Michael Useem-féle „belső körben” törpe kisebbséget – alkotnak. Létszámuk az egyetemi végzettséget igénylő szakmák bővüléséből adódóan jóval nagyobb lett ugyan, mint korábban volt, de sohasem lehet több a munkaerő 20-25%-ánál.

Térszemléletű meghatározások

Az „információs társadalom” így meghatározott fogalma szintén a szociológiára és a közgazdaságtanra épít, ám középpontjában a geográfusok által a térre helyezett megkülönböztető hangsúly áll. A fő nyomaték az információs *hálózatokra* esik, amelyek összekötik a helyszíneket, s következőképpen drámai hatást fejtenek ki az idő és a tér szerveződésére.

John Goddard (1992) az „információs társadalomhoz” vezető átmenetben négy egymással összefüggő elemet határoz meg:

1. Az információ „kulcsfontosságú stratégiai erőforrásként” egyre inkább központi helyet foglal el azon a színpadon, ami meghatározza a világgazdaság szerveződését.

A modern világ megkívánja a globálisan megosztott gyártási tevékenység koordinációját, a szuverén államok határain átívelő tervezést és a kontinenseket átfogó marketinget. E sokrétű tevékenységcsokor tengelyét az információ alkotja, ami ezért a mai világban kiemelt fontosságra tesz szert. Ebből az is következik, hogy az „információ-menedzsment” különleges szerephez jut, és ennek eredményeként tanúi lehetünk az információs foglalkozások gyors szaporodásának.

2. A számítógépes és kommunikációs technológiák biztosítják azt az infrastruktúrát, amely lehetővé teszi az információ feldolgozását és terjesztését. Ezek a technológiák biztosítják továbbá, hogy az információkezelés történelmileg példátlan volumenűre duzzadjon, és nekik köszönhetően megvalósíthatóvá válik a gyakorlatilag azonnali, „valós idejű” kereskedés, valamint a gazdasági, társadalmi és politikai ügyek globális léptékben való monitorozása.

3. Különösen gyors növekedés ment végbe a gazdaságnak az „eladható információkkal” foglalkozó szektorában: ez alatt Goddard professzor azt érti, hogy különösen alá kell húzni az olyan szolgáltatások robbanásszerű növekedését, mint az új média (műholdas és kábeles műsorközlés, video) és az online adatbázisok, amelyek a témák egész sorában információt nyújtanak, a részvénytőzsdéi tranzakciókra vonatkozó hírektől kezdve az árucikkek árain, a szabadalmi bejegyzéseken és a valutaárfolyamok ingadozásain keresztül a tudományos és technológiai folyóiratok absztraktjaiban foglalt új tudáselemekig.

Ezeket a fejleményeket kiegészíti a világ pénzügyi rendszerének radikális átszerveződése, melynek eredményeként megszűntek azok a hagyományos határok, amelyek valaha elválasztották egymástól a bankokat, a tőzsdét, a pénzügyi szolgáltatásokat, a hitelügynökségeket és az ezekhez hasonló más intézményeket. A magas szintű pénzügyeknek ezen az ijesztő világán belül, amelyet kevesen értenek és még kevesebben képesek ellenőrzésük alatt tartani, megdöbrentő nagyságú tőke cirkulál elektronikus formában.

4. A gazdaság fokozódó „informatizálódása” elősegíti a nemzeti és a regionális gazdaságok integrációját.

Az azonnali és hatékony adatfeldolgozás és információközvetítés révén a gazdaság valóban globálissá vált, és ezzel együtt csökkentek a térbeli távolságokból adódó korlátok. A vállalatok ma globális stratégiákat dolgozhatnak ki az áruk és a szolgáltatások létrehozásához, tárolásához és elosztásához, a pénzügyi érdekek folyamatosan érvényesülnek, azonnali reakcióra képesek, és behálózzák az egész bolygót. Azoknak a virtuóz módszereknek köszönhetően, amelyekkel korunkban az információ kezelhető és manipulálható, a földrajzi hely által meghatározott határok – és velük együtt a valaha az idő által kikényszerített korlátok is – egyre messzebbre tolódnak ki.

Mindezek a trendek együttvéve arra mutatnak, hogy központi szerephez jutnak az *információs hálózatok*, amelyek az egyes városokban, régiókban, országokban és kontinenseken lévő helyszíneket összekötik egymással, valójában az egész világon.

Az elektromos hálózattal való analógiával, amire korábban az „információs társadalom” technológiai meghatározásainak tárgyalásakor hivatkoztunk, itt is gyakran találkozunk. Ahogy az elektromos hálózat átszövi az országok egészét, kiterjedve az egyéni háztartásokba beépített áramkörökig, ugyanúgy elképzelhető egy „összederótozott társadalom” (*wired society*: Martin 1979), ahol országos, nemzetközi és globális szinten egyaránt működik egyfajta „gazdaságos információellátási hálózat” (*information ring main*: Barron és Curnow 1978), minden egyes otthonra, üzletre vagy irodára kiterjedően. Ezen a folyamatosan bővülő és egyre nagyobb kapacitású hálózaton keresztül mindannyian egyre szorosabb összeköttetésbe kerülünk egymással.

Számos szerző (például Hepworth 1989) az információs hálózatok technológiai alapjaira helyezi a hangsúlyt. Ebből fakadóan a kialakuló „hálózati tár-

sadalom” elemzései jelentős figyelmet szentelnek az ISDN-infrastruktúra fejlesztése terén elért eredményeknek, illetve az ezt akadályozó problémáknak.

A „hálózati piac tér” kialakulásával foglalkozó legtöbb gondolkodó azonban a technológia fontosságának elismerése mellett – miután leírják egy-két tiszteletkört az IT fejlődésében központi helyet elfoglaló, ám általuk gyakran figyelmen kívül hagyott távközlési technológiák körül – azokra a módokra helyezik a hangsúlyt, ahogyan ezek a hálózatok még inkább kiemelik és megerősítik az *információáramlás* jelentőségét. A központi gondolat itt az „elektronikus országutak” mentén cirkuláló információ. Érdekes, hogy mindeddig senki sem tudta mennyiségileg meghatározni, hogy milyen sok információnak és milyen sebességgel kell áramlania ezek mentén az útvonalak mentén ahhoz, hogy létrejöjjön az „információs társadalom”. Valójában még senki sem tett közzé megbízható adatokat, amelyek átfogó képet nyújtanának az információforgalomról (vö. OECD, 1988). Vannak adataink a telefonvonalak sűrűségéről a lakosság lélekszámához viszonyítva, valamint a fax-szolgáltatások bővüléséről, és vannak statisztikáink a számítógépes rendszerek értékesítéséről és a távközlésben automatikusan továbbított üzenetekről stb., de továbbra is hiányzik a világos összesített kép e hálózatok méretéről, kapacitásáról és tényleges felhasználásairól.

Valamennyi megfigyelő tisztában van azonban az országhatárokat átlépő adatáramlások, a távközlési szolgáltatások és a számítógépek közötti kommunikáció nagy arányú növekedésével valamennyi szinten, az otthonoktól a transznacionális szervezetekig, az árutőzsdék és a nagyvállalati szektor összetevői közötti kapcsolatokig, a nemzetközi adatbázisokhoz való hozzáférésig és a telexen továbbított üzenetekig. Hasonlóképpen jelentős mértékű figyelem kíséri a tömegközlési eszközök globális terjeszkedését, melynek nyilvánvaló és kiemelkedő példáját a műholdas televíziózás nyújtja, bár a megfelelő kép kialakításánál számításba kellene venni a hírek összegyűjtését és terjesztését végző szolgáltatásokat is. Mint Geoff Mulgan megfogalmazta: „a hálózatok *elképzeltetlen* mennyiségű üzenetet, párbeszédet, képet és utasítást közvetítenek”.

Az a kérdés, hogy a sokkal nagyobb mennyiségű és nagyobb sebességű információáramlás tényének megállapítása miért készíthet bennünket arra, hogy ebből kiindulva egy új típusú társadalom kialakulására gondoljunk, visszavisz bennünket a geográfusok részéről a tér szerepére fordított megkülönböztetett figyelemhez. Minden esemény bizonyos helyen és meghatározott időpontban megy végbe, ám a hely és az idő jellemző jegyei a „hálózati társadalom” létrejöttével átalakultak. Míg valaha a kereskedés csak fáradtságos úton és lassan volt képes áthidalni a távolságokat, ma ez a számítógépesített kommunikációs technológiák segítségével gyakorlatilag azonnali hatállyal megtehető; míg valaha a nagyvállalatok tevékenységét lassan továbbított levelek útján kellett koordinálni, amelyeknek a megérkezésére napokig, sőt hetekig kellett várni, mialatt azok keresztülhaladtak az

érdekelt feleket elváltató távolságokon, ma ez valós időben megvalósítható, a kifinomult telekommunikációs hálózatoknak és videokonferencia-berendezéseknek köszönhetően.

Röviden: a tér korlátai drámaian lecsökkentek, bár még semmi esetre sem szűntek meg teljesen. Ezzel egyidejűleg maga az idő is összezsugorodott, mivel a számítógépes kommunikáció és a telekommunikáció gyakorlatilag azonnalivá vált. Az időnek és a térnek ez az „összesűrűsödése” (*time/space compression*), ahogyan Anthony Giddens nevezi, a vállalatok, a kormányzatok, sőt az egyének számára is mindeddig elérhetetlen választási lehetőségeket biztosít.

Senki sem tagadhatja, hogy az információs hálózatok megléte a mai társadalmak fontos jellemző vonása: a műholdak azonnali kommunikációt tesznek lehetővé egész bolygónkon, az adatbázisok elérhetők Oxfordtól Los Angelesig és Tokiótól Párizsig, a faxkészülékek és az egymással összekötötésben álló számítógéprendszerek a modern üzleti vállalkozások megszokott, mindennapi eszközei közé tartoznak.

Mégis feltehetjük a kérdést: A hálózatok jelenlétéből miért jutnak az elemzők arra a következtetésre, hogy egyes társadalmakat az „információs gazdaságok” kategóriájába soroljanak? Amikor feltesszük ezt a kérdést, ismét a definíciók pontatlanságának problémájával találkozunk. Például mikor lesz valódi hálózat valamely hálózat? Amikor két személy telefonon beszél egymással, vagy pedig akkor, amikor számítógépes rendszerek óriási adathalmazokat továbbítanak egymás között valamely csomagkapcsolásos üzenetváltás során? Amikor egy irodaépületet teljes egészében „behuzaloznak”, vagy amikor az otthoni terminálok kommunikálhatnak a helyi bankokkal és üzletekkel? Az a kérdés, hogy ténylegesen mit nevezhetünk hálózatnak, komoly probléma és nehézségeket vet fel, nem csupán azt illetően, hogyan különböztessük meg a hálózatépítés különböző szintjeit, de abban is, hogyan határozzunk meg egy olyan pontot, amelynek elérésekor elmondhatjuk, hogy beléptünk a „hálózati társadalomba” vagy az „információs társadalomba”.

Felvetődik továbbá az a kérdés is, hogy az „információs társadalom” meghatározásakor technológiai definíciót használjunk-e, vagyis a hálózatokat technológiai rendszerként definiáljuk, vagy pedig helyesebb lenne az információáramlásra koncentrálni, ami egyes szerzők szerint a jelenlegi korszak megkülönböztető jegye. Ha az előbbit választjuk, akkor mutatóként az ISDN-technológiák terjedését használhatnánk, ám kevés tudós nyújt bármi eligazítást is ahhoz, hogy ezt hogyan alkalmazzuk. Ha pedig az utóbbi mellett döntünk, akkor ésszerűen feltehető az a kérdés, hogy mennyivel nagyobb mennyiségű és mennyivel gyorsabb információáramlás elérésétől számítva beszélhetünk egy új típusú társadalomról, és miért.

Végül kimutathatjuk azt is, hogy információs hálózatok már igen hosszú ideje léteznek. A gazdasági, társadalmi és politikai élet – legalábbis a postai,

majd a távirati és telefonszolgáltatások beindulásától kezdve – jórészt elképzelhetetlen az ilyen információs hálózatok létrejötte nélkül. Ha ezt a hosszú ideje fennálló függőséget és a hozzá adódó felgyorsult fejlődést adottnak vesszük, miért éppen az 1980-as években kezdenek el az elemzők „információs társadalmakról” beszélni?

Kulturális meghatározások

Az „információs társadalom” fogalmi meghatározásainak utolsó kategóriája talán a legkönnyebben értelmezhető, ám a legkevésbé mérhető. Mindennapi életünk gyakorlata alapján mindannyian tudatában vagyunk annak, hogy rendkívüli mértékben megnőtt a társadalomban cirkuláló információk mennyisége. Egyszerűen sokkal *több* információval találkozunk, mint azelőtt valaha is. A televízió már több mint 30 éve elterjedt Nagy-Britanniában, ma azonban a műsorokat már 24 órán keresztül közvetítik, és az emberek nézhetik a televíziót reggeltől kezdve másnap hajnalig. Egyetlen, közvetítési szünetekkel működő csatornától mára már négy műsorközlő csatornáig jutottunk el (és hamarosan beindul egy ötödik is). És ezenkívül már rendelkezésünkre állnak a videotechnológiák, a kábeles és műholdas csatornák, sőt az olyan számítógépes információs csatornák is, mint például a teletext. Ma helyi, országos és nemzetközi szinten egyaránt sokkal több rádióműsort készítenek, mint akár csak egy évtizeddel ezelőtt. Továbbá a rádiókészülékek már nemcsak a nappali szobákban működnek, hanem mindenütt, az otthonainkban, az autókban, az irodákban és – a *walkman* megjelenésével – valóban mindenütt. A filmek hosszú ideig fontos részét alkották az emberek információs környezetének, ám ma a mozik tényleges látogatottsága lényegesen csökkent. Maguk a filmek viszont ma sokkal jobban elterjedtek, mint valaha: még mindig elérhetők a mozikban is, de emellett sugározzák őket a televíziós csatornák, egyszerűen hozzájuk juthatunk a videokölcsönzőkből, és olcsón megvásárolhatók az áruházláncok polcairól. Ha bármelyik utcán végigsétálunk, szinte lehetetlen nem észrevenni a különféle hirdetéseket, a plakátokat és az üzletek kirakatait. Látogassunk el bármely vasúti vagy autóbusz-állomásra, és feltétlenül szemünkbe kell ötlennie a papírkötésű könyvek és olcsó magazinok mindenütt elérhető kínálatának, a klasszikusoktól a közepszerű és olcsó kiadványokon és az öngyógyításon át a ponyvairodalomig, mindeddig példátlan választékban és mennyiségben. Ezenkívül a rádió, a magnetofonkazetták és kompakt lemezek egyre több és több zenét, költészetet, drámát, humort és oktatási anyagot közvetítenek a nagyközönséghez. Az újságok szintén mindenütt elérhetők, és jó néhány új kiadvány kerül a postaládánkba. Naponta kapjuk a nem kívánt, reklámtartalmú üzeneteket...

Mindez azt a tényt bizonyítja, hogy médiával terhelt társadalomban élünk, ám világunkba az „információs jegyek” még mélyebbre behatoltak,

mint amennyire azt a televíziós, rádiós és más médiarendszerek rövid felsorolása jelezheti. Az ilyenfajta számbavétel azt mutatja, hogy új médiumok vesznek körül bennünket, olyan üzenetekkel elárasztva mindannyiunkat, amelyekre válaszolhatunk, vagy nem válaszolhatunk. Valójában azonban az információs környezet még ennél is sokkal intimebbé, még inkább hozzánk tartozóvá, *résziünk*ké vált. Gondoljunk csak például a telefonra, ami ma az emberek túlnyomó többségének rendelkezésére áll. Teljes mértékben nélkülözhetetlen mindennapi életünk megszervezéséhez, ha például bébiszitterre vagy villanyszerelőre van szükségünk, vagy csak meg akarjuk tudni, hogy a nagypapa jól van-e... Ilyen információs technológiák nélkül csak a legnagyobb nehézségek árán tudnánk élni (ám a kommunikációs berendezéseket nélkülöző kisebbségnek még ma is ez a sorsa). Vegyük figyelembe továbbá, hogy gyakorlatilag minden családban van legalább egy kamera, amit a fontos események (házasságok, születésnapok, ünnepek) megörökítésére használnak. Egyre többünknek van videokamerája is, amellyel mindezeket még kézzelfoghatóbban tudjuk rögzíteni. Lépünk be ma bármelyik otthonba, és a falakon, az albumokban és a tv-készüléken azoknak a közvetett ábrázolásaival találkozunk, akik ott élnek, és akik fontosak az ő számukra, de nincsenek jelen. Ezek az imázsok nem csupán a családtagoknak és barátainak a képei: amit megjelenítenek, az valójában ezeknek az embereknek az életrajza és identitása.

Figyelembe vehetjük továbbá ruházatunk, hajviseletünk és arcunk információs dimenzióit is, azokat a módokat, ahogyan ma *kidolgozzuk* a saját imázsunkat (az emberek testük alakjától a beszédjükig intenzíven figyelnek azokra az üzenetekre, amelyeket ezek révén kifejezésre juttatnak, és ahogyan önmagukról vélekednek bizonyos öltözetekben, valamilyen sajtóságos frizurával stb.). Néhány pillanatnyi tűnődés a divat rejtelmeiről, azokról a bonyolult módokról, ahogyan megtervezzük önmagunk mindennapi bemutatását, ráébreszti az embert arra, hogy a társadalmi érintkezésnek ma jóval nagyobb információtartalma van, mint korábban.

Az otthonok is a történelemben egyedülálló mértékben információval terheltek. A bútor, a berendezés és a dekoráció – a *G-plan* stílus, a *Laura Ashley* szófa, a *William Morris* tapéta... és ezek közül néhánynak vagy mindegyiknek a keveredése, ízléstől és pénztárcától függően – mind-mind eszméket és ideálokat fejez ki. Az otthonok az ipari forradalom napjai óta minden bizonyára mindig is jelezték az életmódot: gondoljunk csak például a „tisztes” dolgozó osztály stílusára a késő viktoriánus korszakban, vagy az értelmiségi középosztály megkülönböztető stílusjegyeire a két háború között. A legfigyelemreméltóbb azonban az utóbbi évtizedekben a robbanásszerűen növekedő változatosság, és ennek elérhetősége a nagy tömegek számára. Megdőbbséget perspektíva nyílt meg a közlés és a jelentésadás előtt.

Az információnak az otthonunk, a hálószobánk és a testünk legintimebb birodalmába való behatolását kiegészíti azoknak az intézményeknek a

növekedése, amelyeknek az a feladatuk, hogy mindennapi életünket felruházzák szimbolikus jelentésekkel. Gondolhatunk itt a globális reklámüzletre, a kiadói birodalmakra, a divatiparra vagy az egész világra kiterjedő médiaügynökségekre, amelyek behozzák otthonainkba a saját életmódunk reflexióit és más életstílusok képeit, olyan alternatív célokkal látva el bennünket, amelyeket magunkévá tehetünk, elutasíthatunk vagy újraértelmezhetünk, de mindeközben bővítik szimbolikus környezetünk szótárát.

Az olvasók észre fogják venni és tudomásul veszik a modern élet információs tartalmának ezt a rendkívüli gazdagodását. A kortárs kultúra kifejezetten erősebben terhelt információval, mint bármelyik elődje. Médiumokkal átitott környezetben élünk, ami azt jelenti, hogy az élet lényegében szimbólumok, önmagunkról és másokról szóló üzenetek cseréje és befogadása – vagy erre irányuló próbálkozás és a fogadás elutasítása – körül forog. Ennek a *jelentésrobbanásnak* a felismerése az, amiből számos szerző arra következtet, hogy beléptünk az „információs társadalomba”. Ezek az elemzők ritkán kísérelik meg ezt a fejlődést mennyiségi terminusokkal jelezni, inkább abból a „nyilvánvaló” tapasztalatból indulnak ki, hogy a jelek tengerében élünk, jelekkel jóval inkább telített környezetben, mint bármely előbbi korban.

Paradox módon talán éppen ez az információrobbanás az, ami egyes szerzőket arra készteti, hogy beharangozzák „a jel halálát”. Jelekkel bombáztatva mindenfelől, s közben önmagunkat is jelekkel megtervezve képtelenek vagyunk megszabadulni a jelektől, akárhová is megyünk – s ez különös módon azzal az eredménnyel jár, amit a jelentés összeomlásának nevezhetünk. Ahogy Jean Baudrillard megfogalmazza: „egyre több és több információ van, és egyre kevesebb jelentés”. E felfogás szerint a jeleknek valaha referencia-funkciójuk volt (a ruhák például valamely adott státuszt, a politikai nyilatkozatok egyfajta filozófiát jeleztek, a tévéhírek pedig azt, „ami valóban történt”). A mai „posztmodern” korban azonban a jelek olyan elrémítő hálójába gabalyodunk bele, hogy azok már nem is ötlenek a szemünkbe. A jelek olyan sok irányból érkeznek, olyan sokfélék, gyorsan változók és ellentmondásosak, hogy jelentéshordozó erejük megfakul, elhomályosodik. Ugyanakkor a közönség kreatív, öntudatos és reflexióra kész, olyannyira, hogy minden jelet kétkedéssel és kritikusan fürkésző szemmel fogad, s ennél fogva könnyedén átalakítja, újraértelmezi vagy elváltasztja eredetileg szándékolt jelentésétől.

Ahogy az emberek közvetlen tapasztalatokból származó tudáskészlete csökken, nyilvánvalóvá válik, hogy a jelek többé nem egyenes és megbízható képviselői valaminek vagy valakinek. Az a felfogás, hogy a jelek valamilyen önmagukon kívüli „valóságot” képviselnek, elveszíti hitelességét. A jelek inkább önmagukra utalnak és mint *szimulációk* csupán magukban állnak. Ismét Baudrillard terminológiájával élve: a jelek egyfajta hiperrealitást képviselnek.

Az emberek elég könnyen elfogadják ezt a helyzetet: kinevetik a pozórt, aki valami hatáskeltés céljából öltözködik, de tudatában vannak, hogy

egyébként is minden mesterkedés; szkeptikusok azokkal a politikusokkal szemben, akik a médiát és saját imázsukat ügyes PR útján „menedzselik”, de elfogadják, hogy az egész ügy végül is csupán információkezelés és manipuláció dolga. Ebből az a következtetés vonható le, hogy az emberek nem igényelnek többé semmiféle valódi jeleket, mivel felismerik, hogy nincsenek többé igaz valóságok. Ilyen értelemben beléptünk a pusztán „látványosságok” korába, amelyben az emberek felismerik a nekik küldött jelek mesterséges voltát („ez csak John Major, a legutóbbi fotózása alkalmából”, „ez a hírgyárból származik”, „Jack a kemény fickót játssza”), és amelyben tudomásul veszik azoknak a jeleknek a nem autentikus voltát is, amelyeket felhasználnak önmaguk felépítésére („majd megfelelő arcot vágok”; „itt az »aggódó szülő« szerepét játszottam”).

Végeredményben a jelek elveszítik jelentésüket, és az emberek mindaból, amivel találkozhatnak, egyszerűen azt fogadják el, amely a kedvükre van (rendszerint az eredetileg szándékozottól igen eltérő jelentéssel). Ezután pedig összerakva a jeleket otthonaik, munkájuk és önmaguk számára, boldogan lubickolnak azok mesterségességében, „játékosan” összekeverve különféle imázsokat, anélkül, hogy bármilyen meghatározott jelentés közvetítésére törekednének – ehelyett inkább például a punk és az 1950-es évekre jellemző Marilyn Monroe-stílus kombinációjának egyfajta paródiájában lelve örömet. Az ilyen „információs társadalomban” tehát „olyan jelentések halmazával vagyunk elborítva, amelyeket közvetítenek hozzánk, de nincs értelmük.

Az így felfogott „információs társadalom” tapasztalati úton elég könnyen felismerhető, egy új társadalom meghatározásaként azonban még sokkal szeszélyesebb és kiszámíthatatlanabb a megvizsgált felfogások bármelyikénél. Mivel hiányoznak azok a kritériumok, amelyeket felhasználhatnánk az utóbbi évek szignifikációs dömpingjének kvantitatív módszerekkel történő mérésére, nehéz megállapítani, hogy a posztmodernizmus olyan tanítványai, mint például Marc Poster (1990), milyen alapon tudják a jelent mint újszerű „információs móddal” jellemezhető kort leírni. Honnan tudhatnánk, ha nem a saját belátásunk alapján, hogy ma több szimbolikus kölcsönhatás megy végbe? Ha pedig nem csupán az eltérések mértékéből ítélünk, milyen alapon különböztethetjük meg ezt a társadalmat mondjuk az 1920-as éveketől? Mint a 8. fejezetben látni fogjuk, azok, akik a „posztmodern állapotról” értekeznek, érdekes dolgokat tudnak mondani a kortárs kultúra jellegéről, de az „információs társadalom” világos meghatározásával feltűnően adósok maradnak.

Minőség és mennyiség

Az „információs társadalom” ilyen sokféle meghatározásának áttekintéséből annyi feltétlenül világossá válik, hogy ezek a definíciók vagy nem eléggé kidolgozottak, vagy pontatlanok, vagy pedig mind a kettőt elmondhatjuk

róluk. Akármelyiket is vesszük szemügyre a technológiai, gazdasági, foglalkoztatási, térszemléletű vagy kulturális felfogások közül, erősen problematikus fogalmakat kapunk arra nézve, hogy mi hozza létre az „információs társadalmat”, és azt mi különbözteti meg a többitől.

Fontos, hogy tudatában legyünk ezeknek a nehézségeknek. Noha heurisztikai eszközként az „információs társadalom” kifejezésnek van bizonyos értéke a mai világ jellemző vonásainak feltárásában, ez a fogalom messze túlságosan pontatlan ahhoz, hogy meghatározó terminusként elfogadható legyen. Ebből kifolyólag e könyvben mindvégig gyanakvással kezelem az „információs társadalom” forgatókönyveit, és szkeptikus maradok azzal a nézettel szemben, hogy korunk fő megkülönböztető jegyivé az információ vált, bár alkalmanként használni fogom az „információs társadalom” fogalmát, és következetesen elismerem, hogy korunkban az információ kritikus szerepet játszik.

Egyelőre azonban néhány további nehézséget kívánok megemlíteni az „információs társadalom” nyelvezetével kapcsolatban. Az első probléma azokkal a mennyiségi, illetve minőségi mércékkel kapcsolatban merül fel, amelyekre már utaltam. Korábban főleg azzal foglalkoztam, hogy a kvantitatív megközelítések nem tudják megkülönböztetni a stratégiaileg fontosabb információs tevékenységeket a rutinszerűektől és alacsony szintűektől, és ez a homogenizálás félrevezető. Itt ismét fel kívánom vetni a minőség és a mennyiség témáját, azzal a kérdéssel összefüggésben, hogy az „információs társadalom” kialakulása vajon valóban *törést* jelent-e az előző társadalomfajtákhoz képest.

Az „információs társadalom” legtöbb meghatározása kvantitatív mércét nyújt (a fehérgalléros dolgozók száma, az információra fordított GNP százalékos aránya stb.), és azt feltételezi, hogy valamely meghatározatlan pontnál belépünk az „információs társadalomba”, ahol ez a mutató domináns szerephez jut. Nem nyújtanak azonban világos alapot annak megítéléséhez, hogy miért nevezzük új típusú társadalomnak azt, amelyben mindössze annak vagyunk tanúi, hogy nagyobb mennyiségű információ áramlik, illetve tárolódik. Ha csupán arról van szó, hogy sokkal több információ van forgalomban, akkor nehéz megérteni, miért állíthatja bárki, hogy valami radikálisan új áll előttünk. Erre találoan rámutat Anthony Giddens, amikor megállapítja, hogy minden társadalom – mihelyt nemzetállammá válik – „információs társadalom” annyiban, hogy működésében alapvető jelentőségre tesz szert a lakosságra és a rendelkezésre álló forrásokra vonatkozó információk összegyűjtése, tárolása és ellenőrzése. E tengely mentén a jelenlegi korszakot például a 17. századi Angliától mindössze az különbözteti meg, hogy ma sokkal nagyobb információmennyiségek felhalmozása, feldolgozása és látszólagos feldolgozása vagy ignorálása történik.

Ezzel szemben azonban leírható egy olyan újfajta társadalom, amelyben lehetséges a minőségileg más szintű és más funkciójú információk megtalálása. Ehhez továbbá még annak a felfedezésére sincs szükség, hogy a

munkaerő többsége információs foglalkozásokban dolgozik, vagy hogy a gazdaság az információs tevékenységből bizonyos pénzüsszegeket képes generálni. Elméletileg lehetséges például elképzelni egy olyan „információs társadalmat”, ahol az „információs szakértők” csekély kisebbsége tartja kezében a hatalmat. Kurt Vonnegut évekkel ezelőtt megalkotta ezt a képet, a „Gépzongora” (*Player Piano*) című regényében, és ez a látomás képezi az anyagát a tudományos-fantasztikus irodalom egyik jelentős alműfajának. Elég, ha csak H. G. Wells írásaira vetünk egy pillantást, hogy felfogjunk egy olyan társadalmat, amelyben egy „tudáselit” van hatalmon, és a többséget, amely a gazdasági követelmények teljesítéséhez fölöslegessé válik, semmittevésre és munkanélküliségre kárhoztatják. Mennyiségi mércékkel, például a foglalkoztatási minták alakulásával mérve ez nem felelne meg az „információs társadalom” státuszának, de az információ és a tudás által a hatalmi struktúrában és a társadalmi változásokban játszott meghatározó szerep miatt kísértést éreznénk arra, hogy így nevezzük.

A kényes pont itt az, hogy a mennyiségi változás – egyszerűen a több információ – önmagában nem jelezheti az elszakadást valamely előző rendszertől, miközben legalábbis elméletileg lehetséges, hogy csekély, de döntő minőségi változásokat a rendszerben bekövetkezett törés jelzőiként fogjunk fel. Ám különösen furcsa, hogy azok közül, akik az „információs társadalmat” a társadalom új típusának tekintik, oly sokan abból a feltételezésből indulnak ki, hogy ezt a kvalitatív változást egyszerűen meg lehet határozni annak a kiszámításával, hogy mennyi információ áramlása megy végbe, hány ember dolgozik az információs foglalkozásokban, és így tovább. Itt azaz a feltételezéssel van dolgunk, hogy a mennyiségi növekedés – meghatározatlan módokon – minőségi változássá alakul át a társadalmi rendszerben.

Figyelemre méltó, hogy azok a tudósok (például Herbert Schiller és David Harvey), akik a jelen és a múlt közötti folyamatosságot hangsúlyozzák, miközben elismerik az információ egyre inkább központi jelentőségűvé váló szerepét, mindenekelőtt szükségesnek érzik, hogy különbséget tegyenek az információ különféle kategóriái között, és azok között a célok között is, amelyekre azokat felhasználják. Más szóval azok, akik szerint az „informatizált” társadalom világa *nem* különbözik radikálisan a múlttól, mindenáron arra törekednek, hogy a különféle információkat kvalitatív alapon különböztessék meg. Megvizsgálják például, hogy az információ elérhetőségét hogyan befolyásolta a piaci kritériumok alkalmazása, és azt bizonygatják, hogy a társadalom gazdagabb szektorai különösen kiváló minőségű információhoz jutnak hozzá, ami megerősíti hatalmukat és privilégiumaikat. Ám az informatizálódásnak ezt a minőségi dimenzióját annak érdekében hangsúlyozzák, hogy rámutassanak a társadalmi-gazdasági rendszer folyamatosságára. És viszont: azok, akik szerint az „információs társadalom” a korábitól radikálisan eltérő rendszer, a mélyreható minőségi változások kimutatása érdekében nagyon gyakran kvantitatív mutatókhoz folyamodnak.

Theodore Roszak (1986) az „információs társadalom” tárgyában közzétett kritikájában érdekes megvilágításba helyezi ezt a paradoxont. Vizsgálataiban hangsúlyozza az „információ” különféle szintjei közötti minőségi különbségtételt, az információ fogalmkörét kiterjesztve mindarra, amit mindannyian mindennap teszünk, amikor megkülönböztetünk olyan jelenségeket, amelyeket adatnak, tudásnak, tapasztalatnak és bölcsességnek nevezünk. Ezek minden bizonnyal maguk is csuszamlós terminusok, de alapvetően hozzátartoznak mindennapi életünkhöz. Roszak felfogásában a jelenlegi „információkultusz” fő funkciója az, hogy lerombolja az ilyenfajta kvalitatív megkülönböztetéseket, amelyek a valódi életből adódnak. Ezt annak a makacs hangoztatásával valósítja meg, hogy az információ tisztán mennyiségi jellegű dolog, és statisztikailag mérhető. Ám az információs iparágak gazdasági értékének, az információs tevékenységekre költött GNP-arányának vagy a nemzeti jövedelem „megtermeléséből” az információs foglalkozásokra jutó százalékos hányadnak a kiszámításakor nem veszik figyelembe a tárgy kvalitatív dimenzióit (vagyis azt, hogy az információ hasznos-e, vagy haszontalan, illetve igaz-e, vagy hamis). „Az információ teoretikusainak a szemében nem számít, hogy tényt vagy ítéletet, sekélyes közhelyet, mély tanítást, nagyszerű igazságot vagy valamilyen undok trágárságot továbbítunk” (Roszak 1986, 14). Ezeket a kvalitatív kérdéseket félresöprik, ahogy az információt homogenizálják, és megszámlálásra alkalmassá teszik: „az információ a kommunikált üzenetek tisztán mennyiségi mértékévé válik” (uo. 11).

Roszak számára az a megdöbbentő, hogy az információ ilyen kvantitatív mérésével együtt járhat az a meggyőződés, hogy a több információ mélyrehatóan átalakítja a társadalmi életet. Az „információs társadalom” teoretikusai – miután félelmetes és lehengerlő információs statisztikákat produkálnak az információs tevékenységekről, elhomályosítva az olyanfajta minőségi megkülönböztetéseket, amelyeket mindannyian teszünk mindennapi életünkben – azt állítják, hogy ezek a trendek minőségileg meg fogják változtatni egész életünket.

Roszak erőteljesen vitatja az információ ilyenfajta felfogását. A számítógépek térhódításáról, az új technológiák adatfeldolgozó kapacitásáról és a digitalizált hálózatok kialakulásáról szóló statisztikai kimutatásokról készített további statisztikai elemzések „étrendjének” eredményeként az emberek készségesen elhiszik, hogy az információ a társadalmi rendszer alapvető fenntartó tápláléka. Olyan sok van ebből a táplálékból, hogy az ember valóban kísértést érez egyetérteni az „információs társadalomnak” azokkal a teoretikusaival, akik makacsul állítják, hogy teljesen újfajta rendszerbe léptünk be. Ám ezzel a „Nagyobb mennyiségű információval a társadalom új minősége felé!” mantrával szemben Theodore Roszak ragaszkodik ahhoz, hogy a „fő eszmék” (*master ideas*, 91), amelyekre civilizációnk épül, egyáltalán nem az információn alapulnak. Az olyan elvek, mint például a „minden ember egyenlőnek van teremtve”, „a hazámért jóban-rosszban”, „élni és élni hagyni”,

„mindannyian Isten gyermekei vagyunk” és „tedd másokkal azt, amit magad szeretnél kapni”, társadalmunk központi eszméi – és mindegyik megelőzi az információt.

Fontos rámutatni, hogy Roszak nem azt állítja, hogy ezek és más „fő eszmék” szükségképpen helyesek (sok közülük – például „minden zsidó gazdag”, „minden nő engedelmes”, „a feketék született atléták” – valójában kifejezetten káros). Azt hangsúlyozza, hogy az eszmék és az ezekből fakadó, szükségszerűen kvalitatív állásfoglalások elsőbbséget élveznek az információ kvantitatív megközelítéseivel szemben. És különösen határozottan tiltakozik az ellen, hogy az „információs társadalom” teoretikusai az ellenkezőjére fordítsák ezt a helyzetet, miközben becsempészik azt a (téves) gondolatot, hogy a több információ alapvetően átalakítja a társadalmat, amelyben élünk.

Mi az információ?

Abból kiindulva, ahogyan Roszak elutasítja a statisztikai mérőszámokat, eljuthatunk az „információs társadalom” különféle megközelítéseinek talán a legfontosabb jellemző vonásáig, mégpedig annak köszönhetően, hogy Roszak erőteljesen érvel a minőségi értéktételeknek az információval kapcsolatos diskurzusba való visszahozása mellett. Ilyen kérdéseket tesz fel: Több információ vajon szükségképpen jobban informált állampolgárokká tesz-e bennünket? Több információ elérhetővé válásával tájékozottabbá válunk? Milyenfajta információk létrehozásáról és tárolásáról beszélünk, és milyen értéke van annak az egész társadalom szempontjából? Milyenfajta információs foglalkozások szaporodnak, miért és mi végre?

Itt nem másról van szó, mint arról, hogy ragaszkodunk az információ jelentésének a vizsgálatához. Ez pedig minden bizonnyal hozzátartozik az „információ” kifejezés józan ésszel belátható értelmezéséhez. Végül is az információ legelső meghatározása, ami az ember eszébe ötlük, a *szemantikai* definíció: az információ jelentéssel bír; tárgya van; valamire vagy valakire vonatkozó értesülést vagy utasítást tartalmaz.

Ha az információ így értelmezett fogalmát megkísérelnénk alkalmazni az „információs társadalom” meghatározására, ebből az következne, hogy az információnak ezeket a jellemző vonásait kellene tárgyalnunk. Azt mondanánk, hogy az *ilyenfajta* kérdésekre, *ezekre és ezekre* a területekre, illetve gazdasági folyamatokra vonatkozó információ az, amely létrehozza az új kort. Azonban az információnak éppen az ilyen, köznapi józan ésszel felfogható meghatározásai azok, amelyekről az „információs társadalom” teoretikusai meg akarnak szabadulni: valójában azt nem hajlandók belátni, hogy az információnak szemantikai tartalma van.

Az „információs társadalom” meghatározásai, amelyeket áttekintettünk, az információt nem a jelentésteli oldaláról fogják fel, vagyis az információ

szaporodásának kvantitatív bizonyítékait keresve a gondolkodók egész sora Claude Shannon és Warren Weaver (1964) klasszikus információelméletének szellemében fogja fel az információt. Ez az elmélet az információ pontos meghatározását adja, amely élesen eltér a mindennapi beszédben használatos szemantikai fogalomtól. Az elmélet szerint az információ olyan mennyiség, amely bitekben mérhető, és bizonyos szimbólumok előfordulási valószínűségének kifejezésével határozható meg. Ez a definíció a híradástechnikai mérnökök szakmai gyakorlatából származtatható, és azok számára hasznos, akik olyan szimbólumok tárolásával és átvitelével foglalkoznak, amelyek – minimális mutatóként – bizonyos áramkörök bekapcsolt vagy kikapcsolt (igen/nem vagy 0/1) állapotaival indexelhetők. Ez a megközelítés lehetővé teszi, hogy az információ egyébként igen sok veszélyeséget okozó fogalma matematikailag kezelhetővé váljék, ezért azonban azt az árat fizetjük, hogy a jelentés ugyanennyire nyugtalanító – ám döntő fontosságú – kérdéséről, s ezzel együtt az információ minőségének a jelentéstől elválaszthatatlan kérdéséről is le kell mondani. A mindennapi szinten, amikor információt adunk-kapunk vagy cserélünk, elsősorban annak a jelentése és az értéke érdekel bennünket: vajon jelentős, pontos, abszurd, érdekes, megfelelő vagy hasznos-e az számunkra. Az információelmélet számára azonban, amelyre az információrobbanás olyan sokféle mércéje támaszkodik, ezek a dimenziók irrelevánsak. Itt az információ meghatározása a tartalmától függetlenül történik, éppen olyan fizikai elemnek tekintve azt, mint amilyen az energia vagy az anyag. Ahogy az „információs társadalom” egyik leghívebb apostola megfogalmazza:

„Az információ létezik. Nem szükséges észlelni ahhoz, hogy létezzen. Nem szükséges megérteni ahhoz, hogy létezzen. Értelmezéséhez nincs szükség intelligenciára. Létezéséhez nem kell jelentéssel bírnia. Létezik.”

E szerint a felfogás szerint két olyan üzenet, amelyek közül az egyik gazdag jelentést tartalmaz, a másik pedig pusztán értelmetlenség, valójában egyenlő értékű lehet. Roszak úgy fogalmaz, hogy „az információ bármire utalhat, ami kódolható valamilyen csatornán keresztül történő átvitel céljára, amely összeköt valamely feladót egy címmel, tekintet nélkül a szemantikai tartalomra”. Így lehetővé válik az információ kvantifikálása, de csak a jelentéséről és a minőségéről való lemondás árán.

Miután láttuk, hogy az információnak ez a meghatározása képezi az alapját az „információs társadalom” technológiai és térszemléletű megközelítéseinek (ahol a különféle szempontok alapján kidolgozott mutatók a tárolt, feldolgozott és továbbított információmennyiségekre utalnak), innen továbblépve a jelentésnek a közgazdászok meghatározásaiból való hasonló száműzéséhez érkezünk. Itt az információ esetleg nem „bitek” formájában jelenik meg, ám szintén megtörténik a szemantikai tulajdonságok kiszűrése – ezúttal az ár

közös nevezőjével helyettesítve azokat.

Az informatikus mérnökök elsősorban az igen/nem szimbólumok számával, az információval foglalkozó közgazdászok pedig azok eladhatóságával foglalkoznak. Ám amikor a közgazdászok az információ fogalmának értelmezésétől eljutnak annak méréséig, elvész az a heterogenitás, ami az információ sokrétű jelentéseiből adódik. Az a törekvés, hogy „árcédulát ragasszunk olyan dolgokra, mint például az oktatás, a kutatás és a művészet” (Machlup 1980, 23), óhatatlanul lemond az információ szemantikai tulajdonságairól. Kenneth Boulding már egy generációval ezelőtt megállapította, hogy „a bit [...] teljesen elvonatkoztat az információ tartalmától [...], és míg rendkívül hasznos a telefonmérnökök számára [...], a társadalmi rendszerrel foglalkozó elméleti szakemberek munkájához olyan mércére van szükségünk, amely figyelembe veszi a jelentést, és amely például egy tinédzser pletykáinak az információértékét meglehetősen alacsonyan súlyozná, ám a Moszkva és Washington között forródróton lebonyolított kommunikációt elég nagy súllyal venné számításba”. Elég különös tehát, hogy a közgazdászok erre az információ lényegéhez tartozó minőségi problémára olyan mennyiségi megközelítéssel válaszoltak, ami – mivel a költségeken és az árakon alapul – a legjobb esetben is csak „egyfajta kvalitatív becslés lehet” (uo.). Fritz Machlup terminológiáját kölcsönözve: „az értékelhetetlen értékelése” annyit jelent, hogy az információ tartalmát felcseréljük a pénz mérőrúdjával. Ily módon képesek vagyunk hatásos statisztikákat készíteni, de az ide vezető út során elveszítettük azt a képzetünket, hogy az információ *szól* valamiről.

Végül – noha a kultúra lényegében arra utaló jelentésekből tevődik össze, hogy az emberek miért úgy élnek, ahogyan – ugyancsak szembeötlő, hogy a szimbólumok nem referenciális jellegét meghirdető és ünneplő posztmodern apostolok munkáiban a kommunikációelmélet összefonódik az információ közgazdasági megközelítésével. Itt szintén az információ bősége, egy olyan csodálatos információbőség létrejötte fölötti álmélgodással és elragadtatással találkozunk, ami már elvesztette szemantikai tartalmát. A szimbólumok ma *mindenütt* jelen vannak, és *állandóan* újra és újra keletkeznek, olyannyira, hogy jelentésük mostanra mintegy „berobbant”, önmagába roskadt, s ennél fogva megszűntek bármit is jelenteni.

Feltétlenül érdemes megemlíteni, hogy az „információs társadalom” teoretikusai – miután az információról alkotott fogalmaikból kiirtották a jelentést, hogy létrehozassák a növekedés mennyiségi mérőszámait – arra a következtetésre jutnak, hogy az információ rendkívüli módon megnövekedett gazdasági értéke, óriási léptékben folyó „termelése” vagy egyszerűen a körülöttünk örvénylő szimbólumok hatalmas mennyisége következtében a társadalomnak mélységesen jelentésteli változások elébe kell néznie. Más szóval, az információ értékelése nem társadalmi mércékkel történik, hiszen az csupán *létezik*, de alkalmazkodnunk kell társadalmi következményeihez. Ez ismerős helyzet a szociológusok számára, akik

gyakran találkoznak olyan állításokkal, hogy bizonyos jelenségek (különösen a technológia és a tudomány) fejlődése a társadalomtól függetlenül megy végbe, ám igen jelentős társadalmi következményeket von maga után. Ez a felfogás azonban kimutathatóan nem viszi előbbre a társadalmi változások elemzését.

Kétségtelen, hogy jár bizonyos haszonnal, ha általános értelemben képesek vagyunk mennyiségileg kifejezni az információ megnövekedett szerepét a társadalomban, de ez bizonyosan nem nyújt elegendő alapot annak az igazolásához, hogy ennek következtében a társadalom *mélyrehatóan* megváltozott. Annak hitelt érdemlő megállapításához, hogy az „információs társadalom” valójában milyen, és mennyiben különbözik más társadalmi rendszerektől, illetve mennyiben hasonlít azokhoz, feltétlenül tekintetbe kell még vennünk az információ jelentését és minőségét. Milyenfajta információk súlya, fontossága növekedett meg? Ki és milyenfajta információkat hoz létre tömegesen, mi célból és milyen következményekkel?

Mint látni fogjuk, az olyan tudósok által adott értelmezések, akik efféle kérdésekből indulnak ki, eltökélten ragaszkodva az információ jelentésének és minőségének a figyelembevételéhez, markánsan különböznek azokétól, akik nem szemantikai, hanem kvantitatív mércéket alkalmaznak. Az előbbieket különösen szkeptikusak az olyan állításokkal szemben, melyek szerint egy új korszakba való átmenet tanúi vagyunk. Természetesen belátják, hogy ma több információ van jelen, de mivel nem hajlandók ezt a helyzetet az információk tartalmától elvonatkoztatva értékelni, mindig azt kérdezik, hogy milyen információkról van szó, és vonakodnak elfogadni, hogy ennek az információtömegnek a létrehozása az „információs társadalomba” való átmenetet vonta magával.

Konklúzió

Ebben a fejezetben komoly kétségeket juttattunk kifejezésre az „információs társadalom” eszméjének érvényességét illetően. Egyrészt olyan kritériumok sokaságával találkoztunk, amelyekkel mérni próbálják az „információs társadalom” kialakulását. Később látni fogjuk, hogy vannak olyan gondolkodók, akik – más kritériumokat használva – szintén azt állítják, hogy máris beléptünk az „információs társadalomba”, vagy annak a küszöbén állunk. Nehezen lehet azonban megbízni egy olyan fogalomban, melynek a védelmezői azt egészen eltérő módokon határozzák meg. Továbbá mindezek a kritériumok, a technológiától a foglalkoztatásban bekövetkezett változásokig és a térbeli jellemzőkig – noha első pillantásra robusztusnak tűnnek – valójában határozatlanok és pontatlanok, és önmagukban nem alkalmasak annak megállapítására, hogy az „információs társadalom” vajon már elérkezett-e, vagy meg fog-e érkezni valamikor a jövőben.

Másrészt ismételten azt látjuk, hogy az „információs társadalom” apostolai az információ szerepében bekövetkezett növekedés kvantitatív mérésére alkalmas mutatók keresésétől eljutnak annak bizonygatásáig, hogy ezek minőségi változásokat jeleznek a társadalmi szerveződésben – ez pedig óhatatlanul mélyen szkeptikussá kell, hogy tegye az embert az „információs társadalom” különféle forgatókönyvei iránt (bár az egy pillanatra sem vonható kétségbe, hogy az élet kiterjedt „informatizálódása” csakugyan végbement). Az „információs társadalom” hívei ugyanezt az eljárást alkalmazzák magának az információnak a forgalomban levő meghatározásaiban, amelyekkel alátámasztják nem szemantikai definícióikat. Ezek – ennyi és ennyi „bit”, ekkora és ekkora gazdasági érték – könnyen kvantifikálhatók, s ezáltal megszabadítják az elemzőket annak a terhetől, hogy felvessék a jelentés és az érték minőségi kérdéseit. Ám miközben az információt megfosztják a tartalmától, összeütközésbe kerülnek a szó hétköznapi értelmezésével. Mint látni fogjuk, azoknak a tudósoknak az álláspontja, akik ily módon vezetnek le az információk világában végbemenő átalakulásokra vonatkozó magyarázataikat, megint csak radikálisan különbözik azokétól, akik – miközben tudomásul veszik az információrobbanást – kitartanak amellet, hogy sohasem szabad lemondanunk az információ jelentését és rendeltetését firtató kérdésekről.

Michael Gurevitch

Az elektronikus sajtó globalizálódása

Bevezetés

A globalizáció fogalma napjaink egyre divatosabb, már-már elcsépelet kifejezése. Néha helyesen, néha eltúlzottan, de mindenféle eseményt, folyamatot, terméket vagy ötletet, politikai és katonai konfliktusoktól kezdve az ipari termelésig és a kultúráig globális vonatkozásokkal szokás felruházni. De talán nincs is még egy terület, ahol a globalizáció annyira szemmel látható lenne, mint a kultúra és a tömegkommunikáció. Minden televíziónéző naponta láthatja ezt a folyamatot.¹

Egy fogalom túl gyakori használata elkerülhetetlenül annak közhelyszerűvé válásához vezet. A média globalizációjáról – magában a médiában, illetve a szakirodalomban – folytatott viták többsége vagy általános és önisémetlő, vagy áthatja a „csúcstechnológia” aurája. Így korunk nagy médiaeseményeinek, mint például a holdra szállásnak, a *Challenger* katasztrófájának, vagy sporteseményeknek, például az olimpia élő közvetítésének, a technika legújabb csodáinak a bemutatását és dramatizálását szolgálják. Ugyanakkor kisebb az érdeklődés a „kommunikációs forradalom” társadalmi, kulturális, gazdasági és politikai előzményei, illetve következményei iránt. Úgy tűnik, az egész diskurzust ennek a „forradalomnak” egy tökéletesen alaptalan értelmezése hatja át, ami szerint a világ ennek hatására összezsugorodik, és átalakul a McLuhan megjósolta „világfaluvá”. Ez a nézet arra az implicit feltételezésre épül, hogy „a kommunikáció jó dolog”, hogy minden feszültség és konfliktus a kommunikáció csődjéből ered, illetve hogy ha „jobb lenne a kommunikáció”, az egy sokkal harmonikusabb világrendet eredményezne.

Az érme másik oldala is erősen vitatott. Az a látszólag határtalan optimizmus, amit a „kommunikációs forradalom” által kínált lehetőségek keltettek, sok kritikába ütközött. Egyesek (például Ferguson 1992) szembeszálltak a globalizáció fogalma körül kialakult mitológiával. Mások két ellenérvet hoztak fel. Egyrészt úgy látták, hogy a globális kommunikáció féktelen hulláma veszélyezteti a gyengébb és kevésbé független társadalmak kultúrájának

¹ A fejezet bizonyos részeinek alapja korábbi doktoranduszommal, Anandam Philip Kavoorigal közösen írt munkánk. Közreműködését ezúton is hálásan köszönöm.

autonómiáját és életképességét; elsősorban a harmadik világbeli kultúráékét, de olyan első világbeliekét is, amelyek „autentikussága” és egyedisége különösen érzékeny a hollywoodi termékekre és az amerikai televízióra. (Gondoljunk csak az Európai Unió kormányainak azon tervezetére, ami szerint korlátozni kellene az amerikai szórakoztatóipari termékek behozatalát a nemzeti kultúrák „megóvása” érdekében – Smith 1990a). Másrészt kérdések merültek fel azokkal a gazdasági, politikai és ideológiai érdekekkel kapcsolatban, amelyeket a kommunikáció határtalan és „szabad” áramlása szolgál. Vajon, kérdezték a kritikusok, tényleg a „szabadság technológiái” ezek (ahogyan Ithiel Pool fogalmaz), vagy valójában a gyengébb országok képességeit akarják aláásni, hogy azután azok médiáját és nemzeti kommunikációs politikáját a saját érdekeik szerint formálják át?

A média globalizációjával foglalkozó kutatók feladata, hogy „a felszíni káprázatok mögött megragadják egy terjedő, burjánzó, világrengető, mégis alaktalan folyamat fogalmát, amely hatással lehet az embereknek a világban való helyükről alkotott képére, illetve az uralkodó rendszerek hatalmára, hogy törekvéseiket véghezvihessék” (Blumler 1989). Ebben a fejezetben nem kívánunk ennek a feladatnak maradéktalanul megfelelni, hanem, ahelyett, hogy azokkal a vitákkal foglalkoznánk, amelyek legnagyobb részét a „média-imperializmus” virágkorába, a hetvenes évekbe nyúlnak vissza, az egész folyamatnak csak egyetlen aspektusát vizsgáljuk meg, mégpedig a televíziós hírek globalizálódásának elágazásait. Feltételezhetjük, hogy a televíziós hírek globalizálódása számos területen hatással van a *függőségi kapcsolatok változó egyensúlyára*: a domináns és alárendelt médiarendszerek között; a média intézményei és a politikai intézmények között; a nemzeti és a regionális tévétársaságok hírszolgálatok között; valamint a hírközlők mint a jelentés kódolói, és a nézők mint a jelentés dekódolói között. A közönség szintjén a globalizáció lehetővé teszi a hírek recepciójának kultúráközi összehasonlító vizsgálatát.

A „díszletezéssel”, vagyis a globalizáció mint háttér általános leírásával fogjuk kezdeni. Ezután megvizsgáljuk a rendszert magában foglaló intézményi struktúrát, különös tekintettel az Európai Műsorsugárzási Unió (EBU) hírcsererendszerét mint speciális esetet. Ezt követően értekezünk a televízió szerepének és az ezzel kapcsolatos függőségi viszonyok alakulásáról. Végül fontolóra vesszük a hírbefogadás összetevő elemzésének néhány problémáját.²

A globalizáció

A médiát kutatók számára a globalizációs folyamat furcsa elegye a technikának, az információáramlás témáinak, illetve az információknak a közönség részéről való felfogásával és befogadásával kapcsolatos kérdéseknek. De a

² Az európai hírcsererendszerről szóló átfogó tanulmányt lásd Cohen et al. 1995.

20. század végi világnak rengeteg egyéb területét is áthatja ez a fogalom. Igencsak nehéz olyan témakört találni, amelyben nem merül fel. A lista végtelennek tűnik: a szabad kereskedelemről szóló mantráktól és a tőke globalizálódásától kezdve az egész világnak szóló „médiaeseményekig” és az úgynevezett globálisan ismert hírességekig.

A globalizáció több mint a kulturális köztudatba vissza-visszatérő motívum. Azt, hogy milyen könnyen beilleszkedett a köznapi diskurzusba, jól tükrözik a napjaink társadalomelméletei és politikai elemzései, és a legkülönbözőbb módokon fel is használják a legkülönbözőbb emberek. Politikusok, újságírók és közgazdászok a segítségével próbálnak meghatározni egy világméretű, összefüggő és a piacok összekapcsolódásán alapuló politikai és gazdasági rendszert, különös hangsúlyt helyezve annak gazdasági determinánsaira. A globalizációt úgy tekintik, mint egy technológiailag meghatározott, intézményesen megalkotott kapcsolatrendszer, ami megváltoztatta a gazdasági műveletek hagyományos modelljeit. A globalizáció illetően felhasználása mögött azonban ott rejlik a fejlődés és a globális integráció diskurzusa. Ez egyfajta visszaütés egy korábbi egységes nemzetközi növekedési modellre, melynek referenciacsoportja a nyugati gazdaság. A különbség annyi, hogy a fejlődést ma már nem lineáris folyamatként képzelik el (tehát nem úgy, hogy minden országnak ugyanazon ideál felé kellene tartania), hanem hálózatként. A gazdasági egymásrautaltság a gazdaságok összefüggő növekedését vonja maga után – nem feltétlenül azonos ütemben, de azonos eredménnyel.

A globalizáció eszményének története azonban természetesen hosszabb ennél. A liberális gondolkodók úgy látták, hogy az emberiség fejlődése során a modernizáció lassanként eltörölte a lokalizmust, és óriási társadalmakat hozott létre, melyek rugalmassága és befogadó jellege előre jelezték a határok és egyéb megosztó kategóriák eltörlését (Smith 1990b). A globalizációnak ezt a fogalmát igen szkeptikusan szemlélték egyéb (főként baloldali) kommentátorok, és az újmarxista szövegekre támaszkodó politikai közgazdászok. A globalizáció kritizálói torz gazdasági, politikai és társadalmi kapcsolatok rendszerének látták azt, egyenlőnek a történelmi imperializmus megismétlődésével és a posztkoloniális egyenlőtlenségek megszilárdulásával.

Több mint harminc évvel megjelenése után McLuhan „világfalu”-szlogenje még mindig a globalizációellenes bölcsek többségének litániája. Hangbejátszás helyett álljon itt a teljes bekezdés:

„A töredékes és mechanikus technika segítségével történt ezeréves terjeszkedés után a nyugati világ jelenleg összehúzódik. A mechanikus korban kiterjesztettük testünket a térben. Mára, miután több, mint egy évszázada tart az elektronikus kor, központi idegrendszerünket terjesztettük ki az egész világra, eltörölve bolygónkon a teret és az időt. Elektronikusan összezsugorított világunk nem más, mint egyetlen falu.”

Így, a szkeptikus reakciók áradata ellenére összeállt az a hivatkozási alap, amelyből a globalizáció harmincéves irodalmának legnagyobb része kiindul. A vita tulajdonképpen paradigmák soraként írható le. Ezek a „kommunikáció és fejlődés”, a „kulturális imperializmus” és a jelenleg is elméleti alapjait kereső, revizionista „kulturális pluralizmus”.

Bár ezek a megközelítések különböznek egymástól, abban valamennyien egyetértenek, hogy a kommunikáció és a tömegmédia a globalizáció folyamatának döntő jelentőségű elemei. A paradigmák közötti fogalmi különbségek az időbeli különbségből adódnak. A „kommunikáció és fejlődés” a hatvanas évek fejlődéselvű gondolkodásából alakult ki. A második világháború után, szembesülve a harmadik világ gazdasági nyomorával, a nyugati tudósok a „fejlődés” természetét és akadályait kezdték megvitatni. Egyesek a befektethető tőke, mások az oktatás és a vállalkozói szemlélet hiányát emelték ki. Lerner (1958) és Schramm (1964) amellet érveltek, hogy a probléma a konzervatív, tradicionális világnézetben és mentalitásban rejlik, amely azonban megszüntethető vagy kijátszható a tömegmédia alkalmazásával, amely képes megváltoztatni az értékredeket és attitűdöket. Ez a meglátás erős (sőt elsőpró) kritikákat kapott etnocentrizmusa, történelmietlensége, linearitása és a fejlődésről alkotott evolúciós, endogenista felfogása miatt (Sreberny–Mohammadi 1991).

Ezen kritikák legnagyobb része a „függőség” vagy „médiainperializmus” elméletének követőitől származott, akik nem kifejezetten szimpatizáltak a „globális kiterjesztés” elméletével. Alapjuk az az elmélet volt, miszerint a posztkolonializmus körülményei nem sokban különböztek a kolonializmusétól, mindössze bonyolultabbak voltak. Az első és harmadik világ gazdasági, politikai és kulturális kapcsolatát nem annyira a közvetlen politikai vagy gazdasági irányítás jellemzi, hanem sokkal inkább a függőségi viszony, amennyiben a harmadik világ függ az első gazdasági, politikai és kulturális erőforrásaitól, amely függőséget az első világ a gyarmatosító logika alapján alakította ki. A függőség megteremtésének intézményi eszközét látják a médiában is, mivel az a Nyugaton összeállított tájékoztató és szórákoztató csomagot, ezáltal nyugati kulturális értékeket nyújt a harmadik világnak. A médián és a kormányzaton keresztül elért fejlődés része a kulturális hegemoniának.

A revizionista kultúraelmélet a negyvenes évek „kultúraiparának” kritikájával kezdődik (Horkheimer–Adorno), majd 1965-ben a „tudásipar” sokkal gyakorlatiasabb fogalmának megjelenésével folytatódik. 1968-ban jelenik meg a „tudatipar”, 1970-ben az „információipar” kifejezés. Jelenleg a kulturális pluralista vagy revizionista paradigmát erősen támogatja a globalitás posztmodern szemlélete. Ereje abban rejlik, hogy nagy hangsúlyt helyez a kulturális javak termelésének, elosztásának és fogyasztásának *komplex* természetére, és ragaszkodik ahhoz az állításhoz, hogy a folyamatot részleteiben nem, csak egészében lehet megérteni.

Mind a fejlődéselvű, mind a médiaimperialista szövegek (különösen ezen iskolák alapidokumentumai) a média alapvető szerepét abban látták, hogy fejleszti, illetve kiterjeszti, a közösség tradicionális szokásait, akár új kulturális elemek beépítésével, akár úgy, hogy kiegyensúlyozatlan, de globális kulturális formákhoz kapcsolja azokat. A fejlődéselvű megközelítésben a média egyrészt egy nemzet építésének, másrészt annak is az eszköze, hogy nemzet más nemzetekkel – politikai, kulturális és gazdasági – egységet alkosson. Újabban úgy látják, hogy a média olyan kapcsolatokat teremtett, melyek aláásták a nemzetállamok kulturális integritását és koherenciáját. A kulturális revizionista iskola posztmodern elméletek segítségével az elkülönülésnek mint olyannak az eltörlésére törekszik (beleértve a nemzetállamokat is), és a globális, kozmopolita, transznacionális kultúrák kialakulása mellett érvel.

Hogyan illik bele a televíziós híradás az elméletek és kiáltványok eme rendszerébe? A kép némileg töredékes. Alig egy-két tanulmány készült a televíziós hírek készítéséről és terjesztéséről, ezek főleg a hírek tartalmával és áramlásával foglalkoznak. Az ilyen kutatások története több mint három évtizedre, a nemzetközi híráramlás Wilbur Schramm általi elemzéséig nyúlik vissza – ezt a tényt figyelmen kívül hagyják a mostani kritikusok, akik egyértelműen a „fejlődéselvű” iskolába sorolják. Schramm (1964) kifejti, hogy

„...a hírek nemzetközi áramlása gyér; egyrészt kiegyensúlyozatlan, a kevés fejlettebb ország sokkal nagyobb részt kap belőle, mint az elmaradottabb többség; másrészt a hírek gyakran nem vesznek tudomást egyes fontos eseményekről, így eltorzítják az általuk reprezentált valóságot”.

A nemzetközi kommunikáció más kutatói is követték Schramm értelmezését. Hester (1973) olyan változók bevezetése mellett érvel, amelyekkel követhető a nemzetközi híráramlás intenzitása és iránya, a „hatalmi hierarchia” a „gazdasági viszonyok”, és a nemzetek rangsora. Galtung és Ruge (1965) újabb változókat javasol, például szociokulturális közelség, a nemzetek vagyoni helyzete, egyes nemzetek és személyek kiemelkedettsége vagy az események negativitása.

Ezzel a korai munkával kapcsolatban áll a függőségi/médiaimperialista elméletre támaszkodó, híráramlással foglalkozó munkák tömege. Ezeknek a munkáknak a nagy része politikai fórumokhoz kapcsolódó hírekkel foglalkozik, mint az el nem kötelezettek mozgalma, az UNESCO és az „új információs világrendről” (NWIO) folytatott viták a hetvenes és nyolcvanas években. Ebben a vitában több kritikus írás is született, például Schiller (1969; 1979; 1984), Hamelink (1980; 1983), Garnham (1985), Mowlana (1985) és Mattelart (1983) munkái, akik rámutattak az intézményes gyakorlatra, politikai kultúrára, kulturális importra és legszignifikánsabban a globális kapitalista expanzióra.

A munkák egy része a fenti témákat tartalomelemzésnek veti alá, bizonyos szövegelemek meglétét vagy hiányát kutatva, de a kulturális orientációt és az ideológiai importot nem vizsgálják. A hiányzó – a hírek kulturális és politikai funkcióját hordozó – elem felkutatásával több összehasonlító tanulmány foglalkozott, amelyek nem csupán a hírtörténeti háttérmunkákat vizsgálják, hanem elsősorban a hírek befogadását a különböző országokban. Innen ered az összehasonlító, társadalomközi tanulmányok megszorodása a televíziós hírközlés globalizálódásának témakörében. Ennek a megközelítésnek az alapja a narratív/strukturális szemlélet, ami a televíziós híreket nem tartalmak meghatározott összességeként, hanem *szövegként*, társadalmi műalkotásként vizsgálja, amely kulturális dekódolásra alkalmas. Gurevitch et al. (1991) kidolgozták ennek a perspektívának általános paramétereit:

„A hírek által elmondott történetet a dokumentált történelmi tényekhez hasonlóan, egy mítosszal, szupertörténettel vagy kulturális motívummal összefüggésben kell vizsgálni, aszerint, hogy hogyan jelenik meg az egyes kultúrákban. A hír történetének jelentése az adott kultúra terében, egyéb történetek keretén belül alakul ki, amelyek a társadalom tagjainak már ismerősek.”

A híreknek narratívaként való értelmezése az első lépés a globalizációnak kulturális és összehasonlító módszerekkel való értelmezéséhez. Később még visszatérünk ehhez a témához.

Az intézményi struktúra

A hírközlés globalizációjával kapcsolatos igények egyáltalán nem új keletűek (lásd például Schramm 1964; és Hachten 1987). A nyomtatott sajtó már jóval a televízió előtt átlépte a nemzeti és kulturális határokat. A nemzetközi hírügynökségek már majdnem másfél évszázada terjesztik a híreket világszerte (Boyd-Barrett 1980; Fenby 1986). A rádió és a film szinte a kezdetektől fogva semmibe veszik az országhatárokat. Még azon is lehetne vitázni, hogy a képanyagoknak a világ minden tájára való azonnali továbbítását lehetővé tevő műholdas hírközlés minőségi változást jelent-e a hírek globalizálódásában.

Ennek az igénynek két oka van. Az egyik, hogy a televíziós hírek intézményes továbbítása, kiegészítve a műholdas technológia nyújtotta lehetőségekkel, bizonyíthatóan megváltoztatta a globális hírközlés intézményi struktúráit, még hozzá a decentralizáció irányába. A másik, hogy a verbális és vizuális szövegek rugalmassága és „nyitottsága” közötti különbségek (lásd például Fiske 1987) arra engednek következtetni, hogy a vizuális szövegek sugárzására alapuló hírcsere minőségileg különbözik a verbális

szövegek terjesztésétől (amit például a nemzetközi távirati irodák folytatnak).

A műholdas technikának a televíziós hírközlésben való felhasználása nem csupán a vizuális hírek terjesztésének sebességét és hatósugarát növelte meg, hanem új intézményrendszer felépítéséhez is vezetett a nemzetközi televíziós hírközlés területén. Legalább három ilyen ágazatot különböztethetünk meg.

1. A legismertebbek, legalábbis a nézők számára, a nemzetközi műholdas hírszolgálatok, mint az amerikai CNN, a brit BBC Television World Service és BskyB, vagy a hongkongi STAR. Ezek a szolgáltatók teljes hírműsorokat sugároznak műholdon keresztül. A CNN a legrégebb, és jelenleg talán a legnagyobb globális hatósugárral rendelkező ilyen hírszolgálat, így a legismertebb is. Ezen a területen azonban igen képlékeny a helyzet, és valószínű, hogy hamarosan új szolgáltatók emelkednek ki.
2. A nemzetközi televíziós hírügynökségek a „hagyományos” távirati irodák leszármazottai. A „két nagy” a Reuters (korábban Visnews) és a WTN (Worldwide Television News). Az első a Reutersből származik, és a Reuters, a BBC és az amerikai NBC közös tulajdonában van. A második a UPI (United Press International, megszűnt) és a brit ITN (Independent Television News) közös vállalkozásaként indult. Mindketten világszerte szállítják a televíziós híreket a hírszervezetek számára.
3. A televíziós hírcsereszerrendszerek regionális műsorsugárzási szervezetek szárnyai alatt működnek. Ilyen például az Európai Műsorsugárzási Unió, az Arab Államok Műsorszóráinak Szövetsége és a keleti blokk országait kiszolgáló Intervision.

A fenti szervezetek, valamint az amerikai televíziós hálózatok komplex hírközlési és hírcsereszerendszert alkotnak egymással.

A nemzetközi televíziós hírügynökségek

A távirati irodákból kialakult nemzetközi televíziós hírügynökségek ugyanazon alapelvek szerint működnek, mint elődeik (csupán képekre cserélve a szavakat), és központi szerepet játszanak az elektronikus sajtó globalizálásában. Híreiket és az esetleges komplett sztorikat a világ minden tájáról érkező ügyfeleknek biztosítják, beleértve a regionális hírcsereszerendszereket is. Például az európai hírcsereszervezet, az Eurovision, melynek hírforrásait már régóta lefoglalják a szervezet tagállamai, az Európán kívüli események közvetítési jogát veszi meg az ügynökségektől; például az aktuális harmadik világbeli eseményekét, sporthíreket vagy szenzációkat, amelyek enyhítik a „homályfaktort” (Fenby 1986). A tagállamok által felajánlott híreket részesítik előnyben, de ilyenkor is előfordul, hogy a hírügynökségektől

kérnek megerősítést, hogy a tagállam által küldött hír pontos-e. Az ügynökségek hírei ugyanis általában mentesek a „politikai motivációtól”, ezáltal objektívebbek.

A hírügynökségek „objektivitásába” vetett ilyenén bizalom oka egyrészt az, hogy elődeiknek, a távirati irodáknak mint hírszállítóknak a fennmaradása attól függött az utóbbi másfél évszázadban, hogy elfogulatlanok tudnak-e maradni, másrészt abból a feltételezésből, hogy a kép „objektívabb”, mint a szó. A bizalmat csak erősíti, hogy a hírügynökségek vázlatos kommentárt is fűznek a továbbított híryanaghoz. Ezek stílusa annyira semleges, amennyire egy leíró narratíva csak lehet, hogy a különböző országok különböző hírszerkesztői számára egyaránt elfogadható legyen, és hogy ne bántsa több mint 100 ország hírszolgálatainak ideológiai érzékenységét. Kerül minden vitatható kifejezést, és ragaszkodik a „minimalista” nyelvezethez. A törekvés, hogy mindenfajta ítéletalkotást kerüljenek, extrém helyzetekre is kiterjed, mint azt a Visnews egyik (korábbi) vezetője elmondja:

„Ha PFSZ felrobbant egy gyerekekkel teli buszt Tel-Avivban, azt a VIS-NEWS nem fogja rémtettnek hívni; nem nevezzük a PFSZ tagjait terroristáknak, de szabadságharcosoknak sem; sőt, nem fogjuk az esetet tragédiának nevezni. Ha más hívja annak, őt esetleg idézzük. Az ok egyszerű: előfizetőink egy része az elnyomott palesztin nép győzelmének tartja, ha a PFSZ felrobbant egy gyerekekkel teli buszt. A VISNEWS számára nem léteznek sem banditák, sem szabadságharcosok. Egy nagyon gondosan kijelölt közéletet kell választanunk.”

Ironikus módon az „objektivitás” nagyobb lehetőséget biztosít a nyersanyag manipulálására a történetmondás különböző céljainak érdekében. Könnyen bemutatathatjuk, hogy az ügynökségek által szállított „nyers” híryanagot hogyan használják fel különböző célokra a különböző országok hírszerkesztői. A WTN tel-avivi irodájának egyik alkalmazottja szolgáltatja az anekdotikus bizonyítékot. Egy különösen hideg európai tél alkalmával az irodában dolgozó egyik operatőr felvetette egy olyan sztori ötletét, ami valószínűleg elnyeri az európai nézők tetszését. Kiment a tel-avivi strandra, és felvételeket készített a tengerben fürdőző emberekről (azzal a céllal, hogy Európában is érezzék, egyszer eljön a tavasz). A felvételt elküldték a WTN londoni központjába, ahonnan szétsugározták az ügyleteknek. A tel-avivi irodavezető másnap este igencsak meglepődött, amikor a jordán televízió híradójában látta a felvételeket, amelyekkel az izraeli turizmus hanyatlásáról szóló híreket támasztottak alá. A képeken valóban nem nyüzsögtek a strandolók.

A manipuláció lehetősége nem az egyetlen kockázata a globális hírügynökségek működésének. Ahogyan Powell (1990) írja, ha a hírszerkesztők kizárólag ugyanabból a mindenki által hozzáférhető készletből válogatva állítanák össze a műsorokat, „a hírközlés egyszerű árucikké változna, ugyan-

olyan névtelenné és unalmassá, mint a jövő bármelyik terméke. És van még egy veszély: nagyon kevés külföldi tudósítást kapcsolnak össze a forrásával. A legtöbb országban a hírek az állami televíziótól származnak. Ugyanaz a szerkesztő, aki visszautasít minden hivatásos propagandairótól származó sztorit, rutinból elfogadja a kormány hírügynöksége által készített videókat.”

A hírcsererendszer

Míg a televíziós hírügynökségek koherens, központosított szervezetek, addig a hírcsererendszer regionális hírcsereszervezetek laza, decentralizált csoportja. A decentralizáltság tükröződik az európai hírcsererendszer struktúrájában és működési módjában is.

Az európai hírcsererendszer 1958-ban kezdte meg próbaüzemeit, és 1961-ben a rendszeres működést. 1964-ben 21 aktív tagja volt, ez a szám 1984-re 38-ra emelkedett. Tíz évvel később, 1994-ben az aktív tagok létszáma 62 volt (a korábbi Keleti Blokk hírcsereszervezetével, az Intervisionnel együtt, amely a Szovjetunió felbomlása után csatlakozott a rendszerhez). A nemzetközi hírszolgálatok robbanásszerű terjedése ellenére tehát az európai rendszer nemcsak megvetette a lábát a globális rendszeren belül, de egyre gyarapodik is.

A többi regionális hírcsererendszerhez hasonlóan az európai is a tagságát alkotó nemzeti hírszolgálatok együttműködésén alapszik. A telexes folyamatos áramlása, a naponta megtartott zárt láncú telefonos konferenciák az erre kijelölt „hírkoordinátorok” között, valamint a különböző országok hírközlő szolgálatainak az összeköttetést biztosító személyzete segítségével folyamatos az információáramlás az egyes események híryanagainak hozzáférhetőségével kapcsolatban (Lantenac 1975). A hírcsereszolgálatok és -ügynökségek szintén biztosítják a technikai hátteret a hírek fogadásához, és műholdon keresztül való elküldéshez azon hírszolgálatok részére, amelyek igényt tartanak rá.

1994-ben húsz hírszolgálat koordinátorai bonyolították a napi hírcserét. Ők tulajdonképpen az „ajtónálló” feladatát látják el, amennyiben ők döntenek el, milyen híreket továbbítsanak a hírcsererendszerbe, és ők állapítják meg a fontossági sorrendet is – mind a témák, mind az azonos témáról szóló különböző tudósítások tekintetében. Munkájuknak talán legkényesebb része a különböző hírszolgálatok igényeinek szem előtt tartása, és a nemzetközi fontosságú hírek kiválogatása. Meg kell haladniuk a nemzeti érdekeket, és magukévá tenni egyfajta kultúráközi, „globális” látásmódot (Lantenac 1975). Egy hírkoordinátor, az SRG (a svéd hírszolgálat) munkatársának szavaival:

„Amikor az Eurovision számra koordinálok a híreket, egyszerűen elfelejtem az SRG-t. Alapvetően a Eurovisionnek dolgozom, ha az SRG-nek kell valamilyen anyag, megvannak az eszközeik, hogy megszerezzék.”

A „globális” klientúra kiszolgálásának szükségessége különösen feltűnő a nap első műholdas sugárzása (az úgynevezett EVN-0) esetében, amely kizárólag a hírkoordinátor által kiválasztott híreket tartalmaz. A későbbi adásokat már a különböző hírszolgálatoknak a szerkesztőségi konferencián jelzett igényei alakítják. Általában ha egy sztorit három vagy több tag „megvásárol”, az bekerül a sugárzásba, de nem ritka, hogy a koordinátor, a jövőbeli adásokra gondolva, olyan hírekhez is ragaszkodik, amelyekre nincs sürgős igény.

A tapasztalat megcáfolta azt kezdeti pesszimista vélekedést, hogy hírkoordinátorok esetleg „elfogultan” döntenek: egy elemzés szerint az egyes koordinátorok véleménye 100-ból 90 esetben megegyezett későbbi konzultáció eredményével (Lantenac 1975). Ez a véleményegyezés azt mutatja, hogy az eltérő politikai ideológiával és a média szerepéről vallott különböző nézetekkel rendelkező országok között figyelemreméltóan nagy az egyezés egyes események hírértékét tekintve. Ezt jelzi az is, hogy azok az események kerültek a fontossági sorrend elejére, amelyek a legtöbb, vagy az összes tagországot érintették. Ennek alapja a közös hírkultúra, ami abból adódik, hogy hírkoordinátorok kis csoportjának tagjai kölcsönösen ismerik és értik egymást, hiszen napi kapcsolatban állnak (valamint kétfévente személyesen is találkoznak). Röviden: a hírek egységes megítélésének alapja az EBU egységes szemlélete. Ahogy egy hírkoordinátor mondta: „Az EBU napirendjét a tagok határozzák meg... Szolgáltatók vagyunk, azt is a tagok döntenek el, hogy legyen-e egyáltalán napirend”. Az illető azzal is egyetértett, hogy a hírkoordinátor szerepe nem „programszerű”, hanem egyfajta „szervezői” feladat.

Intézményi következmények

A hírcsererendszerek bemutatása ebben a dolgozatban nemcsak azért fontos, mert hozzájárulnak a hírek globális áramlásához, hanem azért is, mert kihatnak a „médiainperializmus” elmélet által leírt függőségi viszonyokra is, attól függően, hogy mely nyugati médiainstítúciók és érdekek dominálnak a globális rendszerben, és segítik elő a Nyugat gazdasági és politikai befolyását a harmadik világban.

1987-ben vizsgáltuk a Eurovision működését, és nagyon meglepett az európai hírkoordinátorok és egyéb szervezetek, elsősorban az Asiavision és az (akkor még létező) Intervision közötti „adok-kapok”. A vizsgált hírcserék alapján arra lehetett következtetni, hogy a különböző regionális szervezetek közötti kapcsolat egyre inkább „interaktív”, ebből következően kölcsönösen összefüggővé és decentralizálttá válik. Az a korszak, amikor két-három londoni, párizsi vagy New York-i központú hírügynökség uralta a világ híráramlását, és amikor minden hírt először a központba kellett eljut-

tatni, hogy onnan visszasugározzák a „perifériára”, fokozatosan átadni látszott a helyét egy olyanak, amelyben Tokió és Kuala Lumpur (az Asia-vision koordinációs központjai) majdnem olyan fontos szerepet kapnak, mint az EBU hírcsererendszere.

A regionális szervezetek közt áramló hírek mennyiségi adatai azonban korántsem mutatnak ilyen rózsás képet. Például: 1994-ben az EBU hírcsererendszere több mint 22 000 sztorit sugárzott. Ugyanakkor fogadni egyet sem fogadott a SIN-től (Servicio Iberio-Americano, madridi központú hírügynökség a latin-amerikai műsorközlők számára); ötöt a Caribvisiontól, amely Barbadosot, Curacaót, Jamaicát és Trinidadot szolgálja ki; 110-et (a sugárzott anyagok fél százalékát) az Arabvisiontól és 455-öt (kb. 2%-ot) az Asiavision-tól (Cohen et al. 1995). Vagyis a hírcsere a regionális szervezetek között folyamatos, de az európai rendszer elhanyagolható mértékben függ csak a többitől.

Egyéb okunk is van kételkedni abban, hogy a globális rendszer a kiegyensúlyozottság felé haladna. Például az, hogy a CNN az egész világon elérhető, és a BBC fokozatos terjeszkedése önmagában is bizonyíték lehet arra, hogy a globális hírközlést továbbra is a nyugati hírszervezetek uralják. A CNN egyértelműen amerikai szempontból vizsgálja mind a hazai (amerikai), mind a külföldi (Amerikán kívüli) eseményeket. Híradói nem törődnek a domesztikációval, vagyis azzal, hogy a hírszerkesztők a saját társadalmuk terminológiáját és jelentésrendszerét szokták használni egy-egy hír előadásakor. Ugyanez jellemző a BBC-re, bár utóbbi tagadhatatlanul törekszik arra, hogy semleges nézőpontból közvetítse az eseményeket. Ugyanakkor meg kell jegyeznünk, hogy ezek a szolgáltatók másodlagos szerepet töltenek be azokban az országokban, amelyekben elérhetőek, és soha nem fogják átvenni a hazai hírszolgáltatók helyét. Sőt, mivel közönségük szűkszerűen a társadalom azon tagjaira korlátozódik, akik valamilyen szinten értenek angolul, sok országban csak a lakosság töredéke nézi őket. Ezek a tényezők némileg csillapítják a rettegett globális befolyás esetleges hatásait.

A globális (élő) közvetítések következményei

A televíziós hírek globalizálódásának egyik következménye azon szerepek megnövekedése, amelyek a televízió mindenütt jelenlétéből és az eseményeknek az egész világ felé való azonnali, gyakran élő közvetítéséből adódnak. A televízió szerepének növekedése abból következik, hogy az azonnali globális kommunikáció korában a televízió *cselekvő részese az általa közvetített eseményeknek*. Többé nem tekinthetünk rá úgy (ha eddig úgy tekintettünk volna rá), mint az események pusztá szemlélőjére és jelentőjére. Elválaszthatatlanul kapcsolódik azokhoz, és szerves része lett a valóságnak, amiről beszél.

A televízió és az általa közvetített események ilyen összefonódásának következményei az élő közvetítések estében a leglátványosabbak. Ilyen

következmény a lokalitás és a globalitás, valamint a televíziós narrátorok és a televíziónézők között teremtett elkülönülés.

Az élő televízióközvetítés legnyilvánvalóbb funkciója, hogy összenyomja a teret. A globális médiaesemények, mint arra Dayan és Katz (1992) rámutat, alapvetően ugyanazt az eseményt mutatják be a világ összes nézője számára. A műfaj talán legemlékezetesebb közelmúltbeli megnyilvánulása a CNN közvetítése volt az öbölháborúról, amit világszerte láthattak a televíziónézők. Bár eredetileg amerikai termék volt, élő volta univerzális jelleget kölcsönzött neki. A háború első éjszakáján a nézők világszerte órákon át figyelhették, ahogy a CNN bagdadi tudósítói egyik ablaktól a másikig rohannak a szállodai szobájukban, és közvetítik a város bombázását. Az ezt követő napokban a sok-sok órányi élő közvetítés a világ televíziónézőit tulajdonképpen a konfliktus szemtanúivá avatta; egyesek talán ösztönösen le is buktak a riporterrel együtt, amikor az arról számolt be, hogy rakéták húznak el a feje fölött.

Van még az élő televíziózásnak néhány egyéb tulajdonsága is. Egyfajta *önfeltáró* jelleget ad a valóságnak, értve ezalatt azt, hogy *ténylegesen* valóságként jeleníti meg, nem pedig konstrukcióként. Chatman (1981) szerint:

„A »kameraszem«-stílus lényege, hogy az eseményeket nem elbeszélik, hanem megmutatják, mintha valamilyen eszközzel – egy videó- és egy beszédszintetizátor kereszteződésével – felvennék a képet, majd átalakítanák a lehető legsemlegesebb nyelvvé.”

Az élő közvetítés megváltoztatja a televíziózás narratíváját is azáltal, hogy lezáratlan. Arra törekszik, hogy mindenféle perspektívát kizárjon. Más televíziós hírekkel ellentétben – melyeket szinte teljesen ellenőrzésük alatt tartanak a tudósítók – az élő közvetítés során igen kevés a lehetőség a retorikai manipulációra. Az esemény, a riporter és a közönség kapcsolata ezáltal drasztikusan megváltozik. A közönség behelyezkedik az eseménybe, a tudósítóktól pedig elvételük eddigi kiváltságuk, az események szöveggé alkotása, aminek káros hatásai lehetnek az újságírására (lásd Katz 1992). A közönség lehetőséget kap arra, hogy részt vegyen az esemény interpretálásában. A riporter nem sok mindenről tud, amit a közönség nem látna maga is, ezzel elesik a narratíva fölötti uralom egyik létfontosságú kellékétől. A közönséget nem érinti a narratívába beépített bizonytalanság, kivéve természetesen a kibontakozó esemény bizonytalanságát.

Az élő közvetítés másik következménye, hogy megszűnik a különbség az *esemény* és az *elbeszélés* időtartama között. Az elbeszélés időszerkezete megegyezik a valóságos idővel. Az élő közvetítés megnyújtja az időt: a kamera lassan pásztázza Tel-Aviv egét egy-egy rakétatámadás alatt; Szaddám Huszein egy órán át ad elő a brit túsoknak Bagdadban.

Az elbeszélés strukturálásának ilyen különböző módozataival az élő közvetítés a legkülönbözőbb országok televíziónézői számára teszi nyitottá a

híreket, ezzel olyan médiaterméket hoz létre, amely, bár nyilvánvalóan kulturálisan meghatározott, egyértelműen rendelkezik egyfajta egyetemes jelleggel is, ami mozgásteret biztosít a különböző közönségek számára az egyetemes jelentés és a saját kultúrájukból való specifikus dekódolás között.

A televízió mint résztvevő

Az elgondolás, hogy a televízió és általában a média inkább aktív résztvevője, mint egyszerű vizsgálója a világnak, amelyről beszél, kényes téma a médiában dolgozók számára, mert ellenkezik a nyugati újságírás egyik központi alapelvével, miszerint az objektivitás elérése és ezáltal a tényleges igazság közlése érdekében a tudósítónak el kell határolódnia attól, amiről beszél, és semleges álláspontot kell felvennie. Ehhez viszont kívül kell helyezkednie az eseményen. Tudósítói feladatát, szól az érvelés, csak így tudja megfelelően ellátni.

Bár sokan még mindig szentnek és sérthetetlennek tartják, az „elkülönülés normája” mind elméletileg, mind gyakorlatilag egyre gyengébb lábakon áll. A tudósítók sem fizikailag, sem társadalmilag, sem kulturálisan nem képesek jobban kiszakadni a társadalmi kontextusból, mint mások. Ezért nem is törekedhetnek arra – és nem is szabad úgy tenniük, mintha törekednének rá –, hogy úgy szemléljék a világot, mintha ők nem lennének részei annak, mintha „lebegnének” fölötte. Ebben a gondolatban persze semmi újdonság nincsen. Mégis érdemes itt újra megállapítani, mert a televíziós hírközlés villámgyors globalizációja sokkal jelentőségesebbé tette a televíziós hírek résztvevő jellegét, mint valaha. Ez a jelenség több különböző szinten is vizsgálható.

A nemzetközi szint

Napjainkban a televízió szerepe a nemzetközi kapcsolatok igazgatásában pusztán annak a már említett részt vevő szerepnek a nemzetközi szintre való kiterjesztése, amelyet a média mindig is játszott a társadalomban. De annak a színpadnak a drámai megnövekedése, amelyen ezt a szerepet játssza – társadalmi/nemzeti méretűről globális méretűvé – új színezetet adott magának a szerepnek is. Ez különösen társadalmi vagy politikai feszültség, gyors és forradalmi szociális változások vagy nemzetközi válságok esetén nyilvánul meg. Mint fentebb leírtuk, a televízió képessége arra, hogy a műholdas technika segítségével beszámoljon egy eseményről, *amint megtörténik*, és folyamatosan követhesse annak kibontakozását, követlen befolyással lehet magának az eseménynek az alakulásra is. Emlékezetesebb példák erre a közelmúltból a televízió szerepe a pekingi Tienanmen téren történt diáktüntetés-

ben 1988-ban, a kelet-európai forradalmi eseményekben 1989-ben vagy az öbölháborúban.

A tévékamerák jelenléte ezeknél az eseményeknél hatással volt azok menetére, hol „passzívabb”, hol „aktívabb” módon, mint azt a következőkben leírjuk.

Először is, világméretű közönséget szerzett olyan eseményeknek, amelyek feltehetően az egész világot érdekelték: forradalmaknak (például a kínai diákok tragikus végű tüntetésének a Tienanmen téren; a békés vagy kevésbé békés kelet-európai rendszerváltásoknak a nyolcvanas évek végén és a kilencvenes évek elején); háborúknak (a Perzsa-öbölben és Jugoszláviában); katasztrófáknak (mint például Ruandában és Szomáliában); drámai tudományos vagy politikai eseményeknek, amilyen a holdra szállás volt; sporteseményeknek, mint például az olimpia; vagy „emberi” történeteknek. Ezen események élő és globális közvetítésével az események helyszíneit világméretű színpadokká alakították át. Többé nem túlzás azt állítani, hogy valamin „rajta van a világ szeme”.

Másodsor, a világméretű publicitás kétségkívül befolyásolta az események szereplőinek viselkedését is. Bizonyos, hogy segítette fenntartani például a Tienanmen téri diáktüntetést, és befolyásolta a hatalom reakcióját, előbb késleltetve majd siettetve azt. A széles körű publicitás mozgósító erőként is közreműködik, bevonva az eseményekbe sok addigi kívülállót. Például az, hogy 1989-ben a prágai Vencel téren tartott tüntetésre való felhívást közzétette a televízió, sokkal több tüntető részvételét eredményezte, sőt tulajdonképpen ennek hatására lépett az egész társadalom a politikai változás útjára. Az, hogy berlini fal a kamerák szeme láttára omlott le, sokkal nagyobb szimbolikus erőt adott az eseménynek, mint ha nem nézték volna végig élőben milliók az egész világon.

Harmadsor, a televízió egyfajta továbbító közegként, kommunikációs csatornaként viselkedhet országok és vezetők között, különösen akkor, ha a kormányok közti ellenséges viszony kizárja a személyes találkozást. Erre az egyik legjobb példa az amerikai televízió közreműködése az egyiptomi elnök, Anvar Szadat jeruzsálemi látogatásának véghezvitelében. Nem tudhatjuk, hogy az egyiptomi elnök és az izraeli miniszterelnök között közvetítő riportereké-e az érdem, amiért a látogatás létrejött, de mindenesetre teremtettek egy kommunikációs csatornát, amikor egyéb *nyilvános* csatorna nem létezett, és ezen keresztül a két vezető *majdnem* közvetlenül kommunikálhattott egymással. A közelmúlt számos eseménye arra utal, hogy a globalizálódó televízió nem csupán közegként képes működni, hanem olyan kezdeményezéseket is eszközölhet, melyek egyre inkább eltörlik a különbséget riportere és diplomaták között. Erre is jó példa a Szadat–Begin-párbeszéd. De elmondható ugyanez az öbölháborúról is, melynek során az iraki vezető és az amerikai elnök tévéinterjúkon keresztül kommunikált egymással. Ezen interjúk során a riporterek néha alig észrevehetően átcsúsztak a tár-

gyalópartner szerepébe, és a válság megoldásának lehetőségeit vitatták meg riortalanyukkal.

Ez az extraprofesszionális viselkedés több kérdést és kritikát vont magával a tudósítók szereplését illetően. Az egyik érv az volt, hogy az első Szaddám Huszein-interjúért folytatott tülekedés, amiért a riporterekre és csatornákra nehezedő óriási versenynyomás okolható, alkalmat adott a riortalanyoknak, hogy közvetlenül, más kormányok feje fölött szóljon az egész világhoz; egy másik, hogy a riporterek saját kormányuk ügyvédeivé léptek elő, önkényesen és következetesen átvéve a kormány valódi képviselőinek szerepét.

A tudósítók által a nemzetközi válságok során időnként játszott közvetítői szerep felvet néhány kérdést magának a tömegtájékoztatásnak a természetéről is. A közvetített eseményekben való aktív részvétel gyakran a felrúgásával jár bizonyos hagyományos tudósítói normáknak, például annak, hogy a szerkesztő dönti el, mely szereplőket (és szempontokat) kell belevenni a riportba, illetve kihagyni abból. Az öbölháború során Irakból közvetítő riporterek természetesen tisztában voltak azzal, hogy iraki vendéglátóik az ő segítségükkel azt próbálják tudatni a Nyugattal, hogy ők hogyan látják a konfliktust, ennek ellenére sok nyugati televízió néző azzal vádolta őket, hogy „iraki propagandát terjesztenek”. Ehhez hasonlóan, Tripoli amerikai bombázása idején, 1986-ban, a líbiaiak segítették a nyugati stábokat, amikor a civil áldozatokról forgattak, viszont katonai területre nem engedték be őket (Wallis és Baran1990). Ironikus módon, éppen ezzel a magatartással az irakiak és a líbiaiak is hozzásegítették a nyugati hírszervezeteket, hogy hagyományos normáik szerint „kiegyensúlyozott” képet nyújtsanak, melyben a „másik oldal” is szerepel. Ugyanakkor a tudósítókat inkább motiválta a versenynyomás, mint az egyensúlyhoz való feltétlen ragaszkodásuk.

Negyedszer, a globális televíziózás a világ közvéleményének alakításában is jelentős szerepet játszik. Blumler (1989) szerint:

„A hírközlő média nem csupán kiválogatja és listázza a világ eseményeit. Az határozza meg a világ véleményét is. Jelenleg az első számú alakítója a világ közvéleményének, és a legfőbb tényező annak elhatározásában, hogy miről kell beszélni, mit kell dicsérni, esetleg hibáztatni valamiért. És amit mondanak nekünk arról, hogy a közvélemény mit tart egyes eseményekről, azt, legalábbis pillanatnyilag, nem áll módunkban nemzetközi felméréssel ellenőrizni.”

Megjegyzendő persze, hogy a médiának a világ közvéleményét formáló szerepe pusztán kiterjesztése annak a hasonló szerepnek, amelyet a médiák a saját társadalmukban játszanak. Ugyanakkor, míg egy adott társadalomban a közvélemény kutatásának tipikus eszköze a felmérés és szavazás (ebből következően művelői a közvélemény-kutatók), a *globális* közvéleményt teljes egészében a média formálja. Miután lehetetlen globális szavazá-

sokat tartani, vagy egyéb módon közvetlenül megkérdezni az embereket, a globális közvélemény az, amit a média annak nevez.

A televíziós iparágon belül

A világ médiarendszerei rendkívül sokfélék. A sajtó, a műsorközlők és a politikai rendszer közötti kapcsolat minden országban a politikai rendszer jellege és a politikai kultúrát jellemző normáktól függ. Egy adott társadalom szociopolitikai és gazdasági struktúrája szintén meghatározza a médiarendszer belső felépítését, támogatásának módját, és ebből következően a rendszerben foglalt szervezetek egymás közti kapcsolatait is. Ezért, gazdasági alapját jól tükrözve, az amerikai hírközlő rendszer a klasszikus példa a magánkézben lévő, kereskedelmi jellegű, a kormánytól és egyéb politikai tényezőktől független rendszerre. Sok európai ország médiarendszere viszont „vegyes”, azaz egyaránt megtalálhatók benne állami vagy közszolgálati és magánkézben lévő kereskedelmi társaságok. Ezek a struktúrák sok éven át stabilak voltak, és kevés hajlamot mutattak a változásra. Az új kommunikációs technikák megjelenése azonban, úgy tűnik, meghozta azt. Mi itt most csupán azt fogjuk megvizsgálni, hogyan hatott a műholdas technika bevezetése a különböző televíziótársaságok közötti kapcsolatra.

Az amerikai tapasztalatok igen tanulságosak ebből a szempontból. Ennek oka részben az, hogy az amerikai műsorközlő rendszer a legnagyobb a világon, legalábbis a televíziókészülékek számát tekintve, de leginkább az, hogy felépítése egészen különleges; négy országos hálózatból és az azokba beolvadt helyi állomásokból, számos független helyi adóból, valamint egy jól fejlett kábeltelevízió-rendszerből áll. Ebben a struktúrában függőségi viszonyok rendszere alakult ki, amely, mint kiderült, érzékenyen reagál az esetleges technikai változásokra.

Amerikában a televíziós hírek éveken keresztül általában egyet jelentettek a hálózati hírekkel. A hálózatok hírszervezetei által létrehozott globális hírgyűjtő gépezetek jóval több erőforrást használtak fel, mint az önálló állomások. Ennek eredményeképpen a helyi adók minden, a közvetlen környezetükön kívülről származó híranyag esetében a hálózatokra voltak utalva. A helyi adók hírműsoraiban ezek a függőségi viszonyok annak vizsgálatával voltak követhetők, hogy milyen hálózattól származó híreket használnak fel azokban a (nem ritka) esetekben, amelyekben a helyi adók nem saját forrásból származó híreket használtak fel híradóikban.

A műholdas technika megváltoztatta ezeket a függőségi viszonyokat. Lehetővé tette a helyi állomásoknak, hogy a távrolól származó hírekhez is közvetlenül jussanak hozzá, és saját anyagaikat használják fel. Egy riportert elküldeni egy műholdas adóvevővel a nagyobb események színhelyére válhat az ő számukra is, különösen, ha tekintetbe vesszük annak presz-

tízszertékét, hogy a csatornának saját tudósítója van ott. Így, a helyi állomások hatósugarának kiterjesztésével, ugyanaz a technológia, amely hozzájárult a televíziós híradás globalizálódásához, talán paradox módon, de az ellenkező irányba, konkrétan a hírszerzés decentralizációja felé való haladást is elősegítette.

A helyi televíziók státuszának változása, és növekvő presztízse megmutatkozik azok gazdasági mutatóiban is. Baran 1985-ös tanulmánya szerint (idézi Wallis és Baran 1990) egyes adók bevételeinek 40–60%-a származott a saját hírekből. Ezekből a bevételekből viszont a csatorna további országos és külföldi hírek közvetítési jogát vehette meg. Ez súlyosan érintette a nagy, központosított hálózatok pozícióját és piaci részesedését. 1994-ben például a hálózati televíziók nézettsége mélypontra, alig valamivel 30% fölé esett vissza az összes televíziónéző arányában. A hírforrások megszorodása nemcsak a közönséget, hanem a televíziós hírtermelést is megosztottabbá tette.

Európában a kommercializálódott és látszólag szabályozatlan amerikai rendszerhez hasonló változások mennek végbe. „Még a rendkívül szabályozott európai médiában is sok lobbicsoport agitál a regionális és helyi média nagyobb szerepe mellett” (Wallis és Baran 1990). Globálisan kivetítve, ezek a változások képessé tehetik a kisebb, kevésbé tehetős hírszervezeteket arra, hogy egyre inkább függetlenítsék magukat a „nagykutyáktól”, és a saját érdekeik érvényesítésére használják fel az új technológiákat. A technika tehát kétélű fegyver.

Globális közönség- és recepciókutatás

A globalizáció irodalma csak érintőlegesen foglalkozik a média befogadásával és fogyasztásával. A fejlődés- és a függőségelvű teoretikusok (különböző módon, de) egyaránt a nyugati kulturális termékek túlsúlyát feltételezik, ezeket az érveket azonban alig támasztják alá a közönség empirikus vizsgálatának eredményeivel. Ennek nehézségei nyilvánvalók. Egy széles körű összehasonlító közönségkutatás hatalmas logisztikai szükségletei mellett valószínűleg számos módszertani problémába is ütközne annak követése, hogy a számos vizsgált országban mi történik a folyamat dekódolási oldalán. Mindazonáltal tehetünk néhány elméleti alapvetést a médiabefogadás globális kutatása terén.

Először, a kulturális változatosság fontos kapcsolatot alkot a befogadó folyamat és a globalizáció témája között. Erre alapulhat ugyanazon vagy különböző történetek különböző olvasatainak kultúrákőzi vizsgálata, annak érdekében, hogy létrehozzuk a globális és lokális jelentések halmazát vagy mátrixát. A legtöbb globálisan terjedő hír is, de elsősorban a regionális hírcsererendszereken keresztül terjedő „nyersanyagok” tekinthetők „nyitott” szövegnek. A „nyitottság” azt jelenti, hogy milyen mértékben kényszerítenek rá egy jelentést

a szövegek a befogadóra, vagy ellenkezőleg, milyen mértékben engedik meg önmaguk többféle dekódolását. Ebben az értelemben a verbális szövegek (például a nyomtatott sajtó hírei) viszonylag „zártak”, mivel behatárolják az általuk leírt események értelmezéseinek és jelentéseinek számát, hiszen *egy eseményről készített beszámoló szükségképpen meghatározza önmaga jelentését*. Ellenben a „tisz-tán” vizuális (azaz a képaláírást is nélkülöző) anyagok viszonylag „nyitottak”, mert az interpretációk vagy „történetek” sokkal szélesebb körét teszik lehetővé.

A hírcsererendszerek és hírügynökségek közti kereskedelem alapját adó vizuális anyagokat először szerkesztetlenül, nyersanyagként küldik el, pusztán a rajtuk szereplő eredeti hanggal. Szerkesztésük, megformázásuk, hírré alakításuk a műsorközlő szervezetek hírszerkesztőinek feladata. Ezért, bár a különböző országokban ugyanazt a képanyagot használják fel, az elbeszelt történet formája, narratív és tematikus szerkezete és a beléagyazott jelentések a különböző közönségek igényeit szem előtt tartó szerkesztőktől függenek. Tulajdonképpen a műholdról érkező képanyag nyitottsági foka olyan magas, hogy ún. „üres edénynek” tekinthető (Barkin és Gurevitch 1987).

Ez azt is jelenti, hogy „információáramlás” és „tartalom” helyett ezentúl a „jelentés” kérdéssel kell foglalkoznunk, azzal a jelentéssel, amelyen belül a szöveg elhelyezkedik, és amellyel megszólítja célközönségét, a helyi kultúrát.

„A hírek által elmondott történetet a dokumentált történelmi tényekhez hasonlóan, egy mítosszal, szupertörténettel vagy kulturális motívummal összefüggésben kell vizsgálni, aszerint, hogy hogyan jelenik meg az egyes kultúrákban. A hír történetének jelentése az adott kultúra terében, egyéb történetek keretén belül alakul ki, amelyek a társadalom tagjainak már ismerősek” (Gurevitch et al. 1991).

A jelentéseknek ebből következő sokfélesége egyedi lehetőséget nyújt arra, hogy megvizsgáljuk, hogyan konstruálnak különböző társadalmi valóságokat a televízió hírei. Az azonos eseményt kommentáló történetekbe kódolt jelentések hasonlóságainak és különbségeinek vizsgálatával talán nyerhetünk némi belátást abba, hogy milyen mértékben ellenőrzik a kódolók a jelentések szerkezetét. Egy ilyen összehasonlító elemzés talán ellenszere lehetne a „naiv univerzalizmusnak” is, vagyis annak a feltételezésnek, hogy a történetek önmagukban hordozzák jelentésüket, és az egyes országok híreibe ágyazott jelentésekből általánosíthatunk más társadalmak híreire is (Gurevitch és Blumler 1990). Kideríthetnénk, milyen mértékű a domesztikáció és/vagy az univerzalizáció a szövegekben, és a különböző országok televíziónézőinek társadalmi és kulturális konvencióktól függő dekódolási folyamatában.

Az összehasonlító közönségkutatás másik területe lenne a televíziós hírek befogadási egységeinek meghatározása. Bizonyos értelemben kézenfekvőnek tűnik a kérdés, és a válasz is: a befogadás egysége a közönség, amely egy adott hírműsort néz. Miután a legtöbb országnak, társadalomnak és nem-

zetnek saját hírműsora van, ezek közönsége megegyezik a társadalommal vagy nemzettel. A társadalom vagy nemzet értelmező közösséggé válik.

Ez a gondolatmenet azonban problémás. A kultúrák és társadalmak nem egyneműek, hanem több kulturális csoportra oszlanak. Ha pedig a nemzeti kultúrák sem egységesek, van-e értelme olyan óriási kategóriákba sorolni a közönséget, mint „német”, „francia” vagy „amerikai”? A kérdést tovább bonyolítja, ha a nemzetekre és nemzetiségekre mint konstrukciókra tekintünk (Anderson 1991). A nemzeti tudat, a nemzetállam alapja – érvel Anderson – egy konstrukció, amelynek pusztá léte attól függ, hogy milyen erősen hisznek benne.

A harmadik téma az erőegyensúly kérdése a média szövegeit alkotó és alakító kódolók, illetve az azokat befogadó dekódolók között. Azzal, hogy a közönséget mint aktív és önálló tényezőt mutatta be, a recepcióelmélet megváltoztatta a közönség erejének koncepcióját.

Mennyire önálló valójában a közönség – azaz mennyire képes jelentések aktív megteremtésére – a világszerte sugárzott híryananyagokkal kapcsolatban? Mivel a televízió nézők általában nem férnek hozzá a nyers híryananyagok nyitott szövegéhez, és csak a megszerkesztett történettel találkoznak, fogyasztóként a pozíciójuk nem változott a „konvencionális” televíziós hírek korához képest. Kézenfekvő tehát a feltételezés, hogy az elbeszélőktől való függetlenségük sem lett nagyobb. Sőt, valójában, egymástól távol eső helyek híreit megvizsgálva (mivel a globális híráramlás ezt is lehetővé teszi) esetleg éppen az bizonyosodna be, hogy az értelmezés ma még jobban függ a kódolótól. Olyan eseményekkel vagy történetekkel szembesülve, amelyre nézve nem rendelkeznek értelmezési „sémákkal” (Graber 1984), a nézők kevésbé képesek saját maguk jelentéseket konstruálni, és sokkal inkább függenek a történetekbe beleágyazott perspektíváktól. A közönség hatalmának növekedéséről szóló érveléseket tehát célszerűbb lefagyasztani még egy időre, legalább amíg további bizonyítékok nem lesznek hozzáférhetők a kérdéssel kapcsolatban.

Ugyanakkor meg kell jegyeznünk, hogy ez a következtetés a média-közönség kapcsolat jelenlegi elméleteinek egyszerű extrapolálásán alapul, nem bizonyítékokon. Ha viszont megerősítést nyerne, az újabbat lendítene az elméleti ingán, elfordulást a recepcióelmélet jelenlegi elméleteitől, vissza a hatalmas média és a védtelen közönség elméletéhez.

Következtetések

Az elektronikus sajtó globalizálódása rohamosan növekszik, számtalan módon gyakorolva hatást az emberek és társadalmak egymás közötti megismerésre, megértésre és kapcsolatteremtésre. Talán paradoxul hangzik, de nem könnyű körvonalazni ezt a folyamatot. Annak nehézségei, hogy megpróbáljuk jellegét és következményeit megragadni, részben a folyamatot

lehetővé tevő gyors iramú technikai fejlődésben rejlenek, a folyamatot előre-
vivő intézményi struktúrák gyors fejlődésében, és ezen fejlődések követ-
kezményeinek változatosságában. De a legnagyobb akadály, mint fentebb
jeleztük, hogy bizonytalan, vajon mi lenne a folyamat konceptualizálásának
leghatékonyabb módja. Átfogó elméleti munka hiányában az egyes jelen-
ségek elkülönülve maradnak, így értelmezni is sokkal nehezebb őket.³

Ebben a dolgozatban egy ilyen elméleti munka kiindulópontjainak
meghatározására tettünk kísérletet. Ilyen kiindulópontként jelöltük meg a
globális kommunikáció résztvevői közti *függőségi viszonyok egyensúlyi változá-
sait*. Minden „kommunikációs forradalom”, Gutenbergtől kezdve az elekt-
ronikus technológián át a globális, műholdas kommunikációig, megváltoz-
tatta a társadalmon belüli erőviszonyokat: a könyvnyomtatás elősegítette az
egyház hatalmának megdöntését; a sajtó segítette a középosztály hatalmá-
nak megerősödését az ipari társadalmakban; az elektronikus média többek
között segítette az ellenkultúrákat, és a fennálló társadalmi rend elleni egyéb
megmozdulásokat. A televíziós hírközlés globalizációja talán nem ezekkel
egyenértékű „forradalom”. Megértéshez viszont hasonló módszerek
vezetnek.

³ Hasonló a helyzet az internet, a számítógépek közötti, robbanásszerűen fejlődő kommu-
nikációs hálózat esetében. Átfogó elméleti munka hiányában a „demokratizáló” hatásá-
ról, a felhasználók „megerősítéséről” vagy az internetnek az „elektronikus társadalmak”
létrehozásában játszott szerepéről felvetett kérdések inkább csak összezavarják ezen
jelenségek vizsgálóit.

Colin Sparks

Az internet és a globális közsféra

Bevezetés

Az ebben a fejezetben tárgyalt kérdéseket jól illusztrálja a világon a közel-múltban bekövetkezett pénzügyi válság. Emberek millióinak életére kiható fontos döntéseket hoztak meg olyan szervezetek, mint a Világbank és a Nemzetközi Valutaalap (*International Monetary Fund, IMF*). Ezek közül sokat titokban hoztak meg az illető szervezetek kinevezett munkatársai, akiknek a döntései fölött nincs semmiféle demokratikus ellenőrzés. Az ilyen eljárásokat széles körben bírálják nem csupán azok, akiknek az életét érzékenyen érintették a bekövetkezett változások, hanem olyan emberek is, akik teljes mértékben elkötelezettek a nemzetközi kapitalizmus működése iránt. Jeffrey Sachs, a szabad piacok legszabadabbikának dicsőítője és egyben a betegeskedő gazdaságokban Lengyelországtól Peruig alkalmazandó sokkterápia leglelkesebb szószólója, egyike az ilyen kritikusoknak. Az európai üzleti élet legfőbb lapjában, a *Financial Times*-ben az *IMF*-ről írt cikkében Sachs azt állította, hogy „a helyzet ellenőrizhetetlenné vált”, és a politikai kérdéseket új, nyitott szemlélettel kell megközelíteni és megvitatni (Sachs 1997). Ugyanezt az általános megállapítást más szerzők (Garnham 1992; Hjarvard 1993) formálisabb módon, tudományosan alátámasztva is megfogalmazták. A globális gazdaság és a nemzetek fölötti szinten működő politikai intézmények kifejlődése globális közsféra létrehozását kívánja meg. Ezen a fórumon az intézmények politikai törekvései ugyanolyanfajta szigorú és racionális ellenőrzés alá vonhatók, mint amilyen – elvileg – az Egyesült Államok vagy bármely más demokratikus elveket valló ország gyakorlatában érvényesül.

Ebben a fejezetben megvizsgálom néhány fontos kérdést, amelyek ezzel a kihívással kapcsolatban merülnek fel. Először is néhány rövid megjegyzés erejéig tisztázni kívánom, hogy milyen értelemben használom itt a „közsféra” (*public sphere*) kifejezést. Ezután áttekintést adok azokról a módokról, ahogyan a sajtó és a műsorszórás hagyományos médiumai képesek voltak alkalmazkodni ehhez az új helyzethez. Megvizsgálom, hogy az új interaktív média és különösen az internet milyen mértékig módosította a szóban forgó kérdésekkel kapcsolatos felfogásunkat. Végül azt a kérdést tárgyalom, hogy ezeknek az új technológiáknak a demokratikus potenciálja várhatóan mennyiben fog realizálódni.

A globális szint és a közszféra

A jelenlegi domináns felfogás a globalizáció teljesen kifejlett formáját az emberi történelem legújabb fázisának tekinti, ami megkülönböztetendő a korábbi korszakoktól (Robertson 1992). Az új korszak sajátos vonásai között szokás említeni a szimbolikus üzenetek növekvő fontosságát és az eredendően globális média kialakulását (Waters 1996). Az új médiumokat és az általuk közvetített tartalmat radikálisan különbözőnek kell tekintenünk a korábbi időszakokra jellemző médiumoktól, amelyeket az újak szisztematikusan egyre inkább marginális helyzetbe kényszerítenek (Herman és McChesney 1997). Ennek az elméletnek a legerősebb változataiban a globális média nem bizonyos államok vagy kultúrák nemzetközi kivetítődését szolgálja, hanem egy új globális kultúra hordozója. A globalizáció kora radikálisan különbözik az imperializmus megelőző korszakától, a médiában ugyanúgy, mint a politikában és a gazdaságtudományban (Tomlinson 1997). Amennyiben valóban létrejönnek, a globális médiumok alkotják a szükséges materiális keretet bármilyen globális közszférához, ami kialakulhat vagy létezhet.

A közszféra fogalmát illetően kevésbé beszélhetünk egységes felfogásról. E könyv bevezetésében Bennett és Entman, továbbá a második fejezetben Dahlgren áttekintést ad néhány ezzel kapcsolatos problémáról. Itt a magam részéről négy rövid pontban szeretném összefoglalni, hogy ebben a fejezetben milyen értelemben használom a kifejezést:

1. A fogalom empirikus státuszát számos bírálat érte (például jelentős mennyiségű szakirodalmi forrásban: Fraser 1992; Curran 1991; Schudson 1992; LeMahieu 1988; Scannell 1989). Mindezek együttevén azt állítják, hogy a közszféra mint megtestesült realitás ma nem létezik, és soha nem létezett a múltban sem. Az egyetlen elfogadható ok a fogalom életben tartására ennél fogva csakis annak normatív státusza lehet.
2. Noha a közszféra különféle megközelítéseinek kialakulása történelmileg mindig a politikai demokráciáért folyó küzdelemhez kötődött, a kettő között nincs közvetlen kapcsolat. A klasszikus burzsoá közszféra, amit Habermas a 18. századi Angliában létezőként azonosított, csupán bizonytalanul és homályosan kötődött a demokratikus politikának még a legminimálisabb formáihoz is. Amikor tehát azt vizsgáljuk, hogy vajon kialakulóban van-e egy globális közszféra, ez a törekvésünk nincs *a priori* kudarcra ítélve csupán azért, mert nem beszélhetünk globális demokráciáról.
3. A közszféra fogalmának eredeti meghatározásaival kapcsolatos legfontosabb bírálatok egyike annak egyediségét, egységként megkülönböztethető voltát érinti: „A dolgok jelenlegi állása szerint a konfliktusok kiterjedése és elhelyezkedése igen jelentős, illetve változatos. [...] Az autonóm mozgalmak pluralitást hoznak létre a közszférákban” (Keane 1984, 29). Ez a fejezet arra az ezzel ellentétes megállapításra épül, hogy – ha fenn kívánjuk tartani a kife-

jezés bármilyen érvényességét és hasznosságát – a *közsférát* szingulárisnak kell tekintenünk. Ha bármely társadalmi mozgalom vagy filozófia elköteleződik a társadalmi élet kollektív önmeghatározásának eszméje mellett, akkor elvileg fel kell készülnie arra, hogy érveit a társadalom fennmaradó része számára értelmezhető módon fejtsse ki (Garnham 1992, 368–372).

4. A közsféra fogalma – olyan mértékben, amennyire kapcsolódik a demokrácia valamely elméletéhez – bizonyos részrehajlást mutat a közvetlen részvételt hangsúlyozó elméletek felé. Az egyik klasszikus megfogalmazás szerint a közsféra „társadalmi életünknek az a birodalma, ahol a közvéleményt befolyásoló dolgok formálódnak” (Habermas 1974, 49). A közsféra fogalmában a hangsúly a nagyközönség aktív részt vevő szerepére kerül a közös vélemények kifejlődésében.

A globális közsféra tárgyalását tehát ebben a fejezetben kétféle megfontolás jellemzi: először is az a kérdés, hogy ténylegesen létezik-e bármilyen média, ami az ilyen globális folyamatok közvetítőeszközének tekinthető, másodsor pedig az, hogy ha igen, akkor ezek vajon oly módon strukturálódnak-e, hogy lehetővé tegyék az egyenlő felek között kölcsönös egyetértés elérése érdekében folyó társadalmi vitát. Természetesen nem számíthatunk arra, hogy a mai világban bármiféle ilyen utópisztikus helyzet fennállásával találkozzunk. Inkább azt igyekszünk feltárni, hogy lehetséges-e olyan fejleményeket felfedezni, amelyek e célok elérésére irányulnak.

A hagyományos média

A jelenlegi állami rendszerben meglévő közsféra ténylegesen létező megközelítéseinek főbb megtestesülései a hagyományos tömegközlelési eszközök, vagyis a sajtó és a műsorszóró médiumok. Annak a mértéke, hogy ezek mennyiben tekinthetők kielégítő kifejeződési formáknak, országról országra változik, de általános egyetértés mutatkozik annak felismerésében, hogy az ideálshoz képest ezek még a legjobb esetekben is fogyatékosak, legalább háromféle vonatkozásban:

1. Különböző korlátozások állnak fenn arra nézve, hogy mit szabad mondani. Az állami cenzúra változatos formái jól ismertek, de fontos tényezők a piac, a tulajdonosi viszonyok koncentrálódása és a hirdetésekből származó bevételektől való függés is.
2. A meglévő médiumok túlságosan is kiszolgálják a társadalmi eliteket. A komoly sajtó arra hajlik, hogy a felső társadalmi rétegek számára fenntartott területté váljon, kirekesztve onnan – főleg gazdasági okokból – a szegényeket. A műsorközlelésben a helyi csatornák irányában tapasztalható elmozdulás, miközben a változatos típusú előfizetési szolgáltatások gyara-

podása aláássa az ingyenesen sugárzott (*free-to-air*) műsorok egyetemes normáit.

3. A domináns médiumok a legtöbb országban nagyszabású vállalkozások kezében vannak, és a nyereséges működés ezen a szinten feltételezi a professzionális műsorkészítést. Ezek a médiaszakemberek hatékonyan táplálják a közbeszédet társadalmainkban. A közvélemény valódi hangjának hallatására fennmaradó tér igen kicsiny, és csupán a specializálódott kábelcsatornákra, illetve a nyomtatott sajtó levelezési oldalaira vagy hasonló marginális fórumokra korlátozódik.

Mindezek a tényezők együttvéve azt eredményezik, hogy a meglévő média meglehetősen gyengén képviseli a közszférát, még a legdemokratikusabb nemzetek körében is.

Ezek a problémák csak még intenzívebbé válnak, ha figyelembe vesszük, hogy ugyanezek a médiumok milyen mértékben képesek megtestesíteni egy globális közszférát. Az országos hatókörű médiumok tekintetében számos tanulmány kimutatta, hogy a nemzetközi hírügynökségek által produkált információáramok kialakításában egyre inkább az „elit” államok és ezeknek az államoknak az elitcsoportjai játszanak domináns szerepet (Alleyne 1997; Galtung és Vincent 1992, 31–70; Gerbner és mtsai 1993). Csupán igen gyenge alapokra támaszkodva lehetne tehát azt állítani, hogy ezek megfelelő adottságokat biztosítanak a globális közszféra létrejöttéhez.

Vannak azonban bizonyos médiumok, amelyeket jogosan tekinthetünk nemzetközinek, sőt globálisnak. Van néhány új csatorna, köztük a legismertebb CNN-nel, amelyek a globális jellegre törekednek beszámolóik tartalmában és műsoraik terjesztésének gyakorlatában egyaránt. Vannak olyan újságok és magazinok, amelyek tartalmilag és előfizetőik körét tekintve szintén a globális szint elérésére törekednek. Legalábbis a jelen pillanatban azonban ezek a médiumok sem alkotják a közszféra bázisát, legalább három okból:

1. Ezek a médiumok valójában csupán korlátozott mértékben tekinthetők globálisnak, vagy akár csak nemzetközinek is. A *Wall Street Journal* valamennyi kiadása alapvetően amerikai újság, míg a *Financial Times* szintén valamennyi kiadásában lényegében brit lap. Ugyanez vonatkozik valamennyi „globális” termékre. Kétségkívül folyik a televíziós műsorok cirkulációja szerte a világon, ez azonban általában a nemzeti műsorközlők szűréjén megy keresztül, mielőtt eljut a közönséghez (Gurevitch és mtsai 1991, 214–215).
2. Ezeknek a termékeknek a közönsége valójában igen kicsiny. Az Egyesült Államokban a CNN piaci részesedése az átlagos években 1% körül mozog, és műsorai még az öbölháború nagy válsága idején is csupán a

hallgatóság 3%-ához jutottak el (Greenberg és Levy 1997, 139). Az Egyesült Királyságban a CNN 1998-ban csupán 0,1%-os részesedést ért el a nézettségben, bár ez az előző év gyakorlatilag megmérhetetlenül kicsiny közönségéhez képest emelkedést jelent. Ugyanez vonatkozik a nemzetközi újságokra is.

3. A szóban forgó médiumok közönsége kifejezetten elit jellegű. Tagjai többnyire rendkívül gazdagok vagy aránytalanul hatalmasak. A *Wall Street Journal Europe* olvasóinak átlagjövedelme például több mint százezer dollár évente. Másodsor, ez a közönség legnagyobbbrészt igen jól beszéli az angol (vagy néha a spanyol) nyelvet. E nyelvek anyanyelvi beszélőinek száma azonban a világ népességéhez viszonyítva igen csekély, és azoknak az embereknek a száma is kicsiny még mindig, akik munkanyelv-ként képesek használni ezeket a nyelveket.

Általában véve tehát azt mondhatjuk, hogy a meglévő [nemzetközi] tömegközlelési eszközök még annál is kevésbé felelnek meg egy valóban globális közzsféra hordozóiként, mint amennyire beválnak az egyes államok szintjén. Ezek igen kicsiny és igen gazdag közönséget szolgálnak, és aránytalanul nagy figyelmet szentelnek (legalábbis a nyers népességi adatokhoz képest) az elit államok híreinek (Sparks 1998).

Az új média

Az új média és különösen a számítógéppel közvetített kommunikáció (*Computer Mediated Communication, CMC*), amit az internet testesít meg, magában hordozza azt az ígéretet, hogy sikerül legyőznie a meglévő tömegközlelési eszközök számos korlátját (Rheingold 1995, 14). Vannak szerzők, akik számára a CMC kifejlődése a történelmileg kialakult állam lerombolását és a társadalmi szerveződés más formáival való felváltását jelzi (Negroponte 1995; Dyson 1997).¹ Mások a CMC-t alkalmasnak tekintik olyan új választók felnevelésére és megfelelő készségekkel való felruházására, akik képesek tevélegesen új élettel megtölteni a meglévő demokratikus struktúrákat, és talán újakat is fel tudnak építeni (Watson 1997). Érdemes számba venni néhányat azok közül az állítások közül, amelyek szerint az internet megoldást nyújthat némelyik fent említett problémára:

1. Az alapvető kommunikációs protokollokat úgy tervezik, hogy mindenki számára átláthatók és ennél fogva elvileg globálisak legyenek (IITF, 1998, 5).

¹ Az internet lelkes hívei közül sokan – tudatosan vagy nem tudatosan – anarchisták (rendszerint jobboldali anarchisták), és indokoltan állítható, hogy a szélsőséges álláspont szerint az internet el fogja törölni a demokráciát, elavulttá téve azt a kormányzás minden más formájával együtt.

2. A kommunikáció alapvető modellje interaktív. A társadalmi kommunikációban megszűnik azoknak a domináns szerepe, akik rendelkeznek a szükséges forrásokkal valamilyen újság vagy televízióállomás működtetéséhez, és drasztikusan csökkennek a kommunikációs piacra való belépés előtt álló korlátok (Foreman 1995, 2).
3. A kommunikáció elektronikus természete biztosítja, hogy a területi elhelyezkedés, ami oly meggyőző érv volt a demokrácia nagyobb részvételre épülő formáival szemben, többé egyáltalán nem fontos (Fernback 1997).
4. Az IP-címek anonimitása számos olyan társadalmi jellemző (kor, nem, faji eredet, kiejtés stb.) eltakarását teszi lehetővé, amelyek a gyakorlatban eddig arra szolgáltak, hogy vagy még hangsúlyosabbá tegyék, vagy diszkvalifikálják a közvetlen társadalmi interakciókban szót emelő résztvevők véleményét (Mitra 1997, 73).²
5. A rendszer alapvető struktúráját a tudományos információk cseréjének biztosítására hozták létre, s ennél fogva az különösen alkalmas az olyan fajta szöveg alapú diszkurzív gyakorlat kialakulásához, ami a felvilágosodás szellemében definiált racionális politikai vitákra jellemző.
6. A rendszer kereshető architektúrája könnyűvé teszi bármely tárgyban a jó tájékozottságon alapuló döntések meghozatalához szükséges információk összegyűjtését és terjesztését.

Ezek az előnyök, továbbá kétségkívül más hasonlók is annyira reálisak és olyan fontosak, hogy bizonyos hitelességet kölcsönöznek még az elektronikus demokrácia legmessianisztikusabb profétáinak is. Az Egyesült Államokban és másutt is számos beszámoló készült különböző kísérletekről, amelyekben ennek a technológiának a potenciálja valóságos demokratikus struktúrákban testesült meg, különböző eredményekkel (Tsagarousianou és mtsai 1998). A tanulmányozott projektek többsége helyi jellegű volt, de nincs okunk kételkedni abban, hogy hasonló kezdeményezések alkalmazhatók lehetnek a globális közszféra tágabb kontextusában felmerülő problémákra is.

Ki van „behálózva”?

Ha az internet elvileg a globális közszféra hordozójának tekinthető, akkor a kulcsprobléma annak az empirikus kérdésnek a megválaszolása, hogy milyen mértékben valósul meg az ideális helyzet, amikor minden egyes polgárnak módjában áll kommunikálni minden más polgárral. Az a tény,

² Ezzel kapcsolatban meg kell említenünk egy Mark Postertől származó fontos ellenérvet. Poster azt állítja, hogy a hagyományos közszférában az autentikus fellépés szükséges garanciáját – a stabil identitás megtestesüléseként – a fizikai jelenlét alkotta. Mivel ez az internet esetében hiányzik, nincs többé stabil identitás, s így lehetetlen a konszenzus elérése felé való haladás. Poster itt összekeveri a materiális lények attribútumait a kommunikáció attribútumaival.

hogy valami empirikus kérdés, nem jelenti azt, hogy egyúttal egyszerű is. Ebben az esetben valóban igen nehéz határozott választ adni a feltett kérdésre. A fő probléma a technológia viszonylagos újdonsága. A messze legérettebb internetes környezet minden bizonnyal az Egyesült Államokban található. Az, hogy a technológia milyen mértékben hatja át az egész társadalmat, itt tanulmányozható empirikusan. Ám a megbízható adatok még itt is csak korlátozott mértékben állnak rendelkezésre, és az idősorozatok rövidek. Az ellátottságról vagy a használatról készített bármely pillanatfelvétel tehát bizonyára félrevezető. Egyszerűen nem áll rendelkezésünkre elegendő adat, ami lehetővé tenné, hogy kellő bizonyossággal megítélhessük az exponenciális növekedésre vonatkozó jóslatok, illetve a korlátozott hozzáférésre utaló előrejelzések megalapozottságát.

Az internethasználattal foglalkozó tanulmányok az Egyesült Államokban erősen divergáló adatokat közölnek a penetrációs arányokról, részben a vizsgálat időpontjától és a felméréshez alkalmazott módszerektől függően. E tanulmány céljaira a legújabb felmérési eredmények helyett inkább a „hivatalos” adatokat választottam ki, amelyeket az USA népszámlálási hivatala által 1994 októbere és 1997 októbere között a közvetlen személyes adatközlés módszerével (*door-to-door interviews*) végzett felmérések eredményeként rögzítettek. Ezeknek a felméréseknek a kiterjedése és célzott jellege különösen valószínűvé teszi, hogy az eredményeik megbízhatóak. Az adatokat azzal a céllal gyűjtötték és elemezték, hogy megvizsgálják, az Egyesült Államokban a telekommunikációs és számítástechnikai eszközökhöz való hozzáférés terén vajon kimutathatók-e a társadalmi kirekesztés bármilyen szisztematikusan mintái.³ Abból a tényből, hogy két felmérés történt ugyanolyan módszerekkel, az következik, hogy az eredményeket – megfelelő óvatossággal – megkísérelhetjük extrapolálni. Fontos azonban szem előtt tartani, hogy a vizsgálatok nem azt mérték, hogy az emberek ténylegesen használják-e az internetet, vagy hogy egyáltalán van-e hozzáférésük az internethez, hanem csupán azt vizsgálták, hogy háztartásaikban milyen mértékben áll rendelkezésükre az ilyen lehetőséget teremtő technológiai eszközök egy bizonyos csoportja.⁴ Nem meglepő, hogy az eredményekről közölt beszámoló szerint – mint az 1. táblázat mutatja – ezeknek a technológiáknak a terjedésében gyors általános növekedés volt tapasztalható. Emellett azonban markáns tár-

³ Itt a jelentésben alkalmazott osztályozást használtam fel, különös tekintettel a „faji hovatartozás” kategóriájára: „A faji hovatartozást olyan fogalomként határozzuk meg, amelyet maguk az egyének »biológiailag meghatározott« önazonosítóként használnak”. (NTIA, 1998, 5.)

⁴ Vagyis azokat a személyeket vették számba, akik telefonkapcsolattal, számítógéppel és modemmel rendelkeztek, továbbá azokat, akiknek megvoltak az *online* szolgáltatásokhoz való hozzáférést biztosító eszközeik. Természetesen ésszerű feltételezni, hogy ez utóbbi az esetek túlnyomó többségében az internethez való tényleges hozzáférést, vagyis egyben internethasználatot is jelent.

1. táblázat *A számítógéppel, modemmel telefonkapcsolattal és e-maillal ellátott háztartások százalékos aránya az USA-ban (1994 és 1997)*

	Számítógép	Modem	Telefon	E-mail
1994	24,1	11,0	93,8	3,4
1997	36,6	26,3	93,8	16,9

Forrás: NTIA, 1998, 1. táblázat.

sadalmi különbségek mutatkoztak a telefonok, a számítógépek és az *online* szolgáltatásokhoz való hozzáférés penetrációs szintjei között. A 2. táblázat a felmérés során többféle szempont szerint kimutatott számos megoszlás közül egyet mutat be. Sokféle tengely mentén voltak tapasztalhatók ilyenfajta különbségek, különösen figyelemreméltó módon a lakosság faji eredetét, vidéki-városi megoszlását és iskolázottsági szintjét tekintve. Az ilyen eredmények láttán nem kell meglepődnünk. A hasonló terjedési minták jól ismert jellemzője, hogy a korai alkalmazók aránytalanul nagy számban kerülnek ki a magas jövedelmű csoportokból és más társadalmi privilégiumokat élvezők köréből (Rogers 1995, 269). Ennélfogva azt várhatjuk, hogy idővel a fejlődés a klasszikus S görbét fogja követni, az egyenlőtlenségek az internethez való hozzáférés terén is fokozatosan el fognak tűnni, és a televízióhoz hasonlóan ezek a technológiák is többé-kevésbé univerzálisan hozzáférhetőek lesznek. Mint az 1. táblázat mutatja, telefonnal 1997-ben az amerikai háztartások 93,8%-a volt felszerelve, s ez az arány az 1994. évi első felmérés óta nem változott. Ezért várható, hogy az itt vizsgált többi elektronikus készülék elterjedése növekedni fog mindaddig, amíg az ellátottság

2. táblázat *A számítógéppel ellátott amerikai háztartások jövedelem szerinti százalékos megoszlása 1997-ben*

A háztartások jövedelme (dollár)	Az USA egészéhez viszonyítva
5000 alatt	16,5
5000–9999	9,9
10 000–14 999	12,9
15 000–19 999	17,4
20 000–24 999	23,0
25 000–34 999	31,7
35 000–49 999	45,6
50 000–74 999	60,6
75 000 fölött	75,9

Forrás: NTIA, 1998, 11. táblázat.

majdnem teljes lesz. Valójában azonban nyomós okok szólnak az ilyen pozitív következtetés ellen, legalábbis rövid távon. Először is fel kell idéznünk, hogy a telefonnak körülbelül száz évre volt szüksége ahhoz, hogy elérje a jelenlegi magas szintű elterjedését az Egyesült Államokban, és a szinte teljes ellátottság még ma is csak a szegény családok számára szövetségi szinten előírt állami támogatással tartható fenn (NTIA, 1997, 2–3). Másodsor, noha a telefon igen magas elterjedési szintet ért el, még mindig fontos különbségek maradtak fenn ebben is az egyes társadalmi csoportok között. Így a legalacsonyabb elterjedési arány (74,4%) az 5 ezer dollárnál alacsonyabb évi jövedelemmel rendelkező vidéki amerikaiak körében áll fenn. Ugyanakkor a legmagasabb arány (99,1%) az évi 75 ezer dollárt meghaladó jövedelmű vidéki amerikaiak körében tapasztalható (NTIA, 1998, 3. táblázat).

Ennél is fontosabb talán, hogy az adatok szerint – legalábbis a vizsgált rövid időszakban – a gazdagok és a szegények, illetve a fehérek és a nem fehérek közötti szakadék jelentősen kibővült. Mint a jelentés a jövedelemre vonatkozóan megállapítja:

„Noha ma [vagyis 1997-ben, az 1994 évi adatokkal összehasonlítva] valamennyi jövedelmi csoport nagyobb valószínűséggel rendelkezik számítógéppel, a penetrációs szintek a magasabb jövedelmű csoportokban jelentősebb mértékben emelkedtek. Ennek eredményeként a számítógéppel rendelkező magas jövedelmű, illetve alacsony jövedelmű háztartások közötti szakadék az elmúlt három év során növekedett”. (NTIA, 1998, 3).

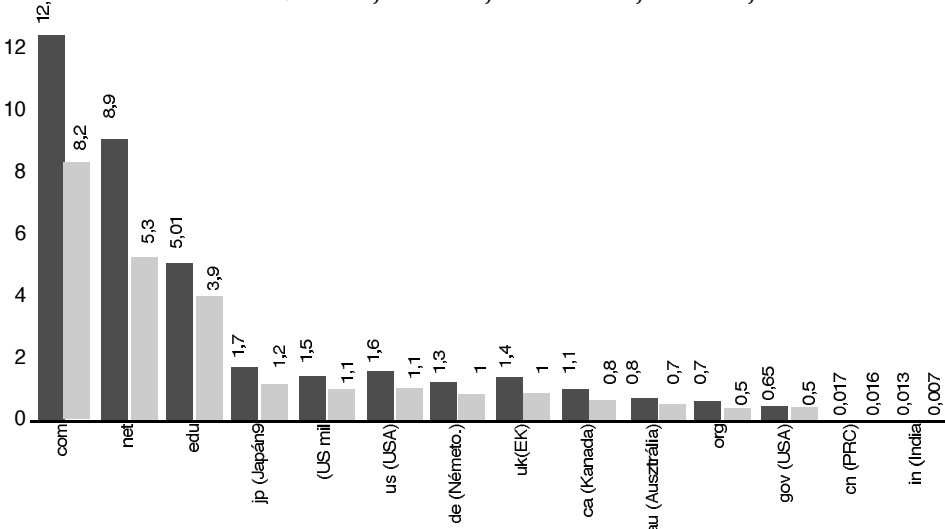
Nem csupán arról van szó, hogy a gazdagok és a fehérek nagyobb arányban rendelkeznek számítógépekkel és az azokhoz kapcsolódó egyéb technológiai eszközökkel, hanem arról is, hogy ezek az eszközök gyorsabban terjednek az ő körükben, mint az amerikai társadalom viszonylag hátrányosabb helyzetű rétegeiben. A szélesedő szakadék hasonló mintája észlelhető a jövedelem és a faji eredet kategóriáit számításba vevő legtöbb kombinációban, az úgynevezett „egyéb, nem latin-amerikai” kategória figyelemre méltó kivételével (NTIA, 1998, 15–15d táblázatok).

Ha kilépünk az Egyesült Államok határain túlra, a terjedési minták általában jóval kevésbé határozottan körvonalazódnak. Azok a tényezők, amelyek elősegítik az internet alkalmazását az Egyesült Államokban – igen gazdag népesség, olcsó berendezések, alacsony távközlési díjak, ingyenes helyi hívások, széles körű, innovációra orientált társadalmi beállítódás a technológiával kapcsolatban stb. – nem jelennek meg mindenütt másutt a fejlett világban. Amikor pedig kilépünk a gazdag országok bűvös köréből, akkor a szakadék természetesen drámai módon kiszélesedik.

Igen nehéz pontosan megmondani, hogy a szakadékok milyen szélesek, mivel az adatok megbízhatóságának problémái a világ többi részén legalább ugyanakkorák, mint az Egyesült Államokban. Az egyik lehetséges

megközelítés a gazdaszámítógépek és a *domain* nevek számbavételén keresztül vezet, azonban a kibertérben való elhelyezkedés nem szükségképpen felel meg a fizikai térben való elhelyezkedésnek: egy internetcím lehet például *http://www.xxx.co.uk*, miközben a fizikailag létező vállalat ténylegesen Vermontban is működhet. Mindazonáltal bizonyos fogalmat alkothatunk a szóban forgó nagyságrendekről, ha összehasonlítjuk a gazdaszámítógépek legfelső tizenkét csoportjának méretét azoknak a gazdaszámítógépeknek a számával, amelyeket 1998-ban és 1999-ben a világ két legnépesebb országára utaló *domain* nevekkel regisztráltak. Ennek az összehasonlításnak az eredményeit az 1. ábra mutatja be.⁵ Mint ezek az adatok is szembeszökően világossá teszik, a kevésbé fejlett országok jóval kevésbé vannak ellátva, mint a fejlett országok, és ez a szakadék növekedni látszik.

1. ábra Az internetre csatlakozó gazdaszámítógépek száma
(millió darab, 1998. január 1-jén és 1999. január 1-jén)



Forrás: Network Wizards, 1998, 1999.

Ezen az alapon az internet ma még az Egyesült Államokban is nyilvánvalóan igen messze van attól az inkluzivitási szinttől, ami a közzféra egyik meghatározó jegyé, és amit Rheingold és más szerzők a közzféra működő-

⁵ Nem tételezhetjük fel, hogy valamennyi *.com*, *.edu*, *.net* és *.org* cím az Egyesült Államokban van, bár sok közülük valóban ott van. Míg a *.mil* címek az amerikai hadseregéi, ez a szervezet hírhedten nem korlátozódik az Egyesült Államokra. Így, miközben bizonyosra vehető, hogy a fizikailag az Egyesült Államokban lévő gazdaszámítógépek száma nagyobb, mégpedig valószínűleg egy nagyságrenddel, mint bármely más országban, ezekből az adatokból sem kaphatunk megbízható képet.

képességéhez szükséges kulcsfontosságú vonásként azonosítottak. Még a legfejlettebb *online* környezetekben is még mindig csupán kisebbségeknek áll rendelkezésére az a technológia, ami lehetővé teszi számukra, hogy olyan módokon kommunikáljanak, amilyeneket a „kiberdemokrácia” próféta jósolnak. Ha pedig érdeklődésünket kiterjesztjük a globális szintér egészére, akkor az internetet semmi esetre sem tekinthetjük olyasféle fórumnak, ami akár csak távolról is emlékeztetne egyfajta közszférára. A kirekesztések túlságosan nagyok és túlságosan nyilvánvalóak ahhoz, hogy komoly társadalomteoretikusok által elhanyagolhatók lennének.

Az ilyenfajta adatokra kétféle válasz adható. Az egyik az, hogy feladjuk a komoly társadalomtudományi megközelítést, esetleg futólag megjegyezve, hogy efféle egyenlőtlenségek léteznek, majd gyorsan rátérünk a „kommunikációs túlkínálat” (*communicative abundance*) (Keane 1998) feltételezett következményeinek tárgyalására. A világnépesség túlnyomó többségére jellemző gyakorlati tapasztalatok figyelmen kívül hagyása azonban ezt kevésbé teszi ajánlatossá a demokráciaelméletek szempontjából. Értékesebb válasz azt mondani, hogy a helyzet megítélése még korai (ami minden bizonnyal így is van), és hogy az idő múlásával ezek a különbségek legalábbis nagyrészt kiegyenlítődnek, ha nem is törlődnek el. Ha eljön az ideje, „mindenkinek” rendelkezésére fognak állni a technológiai eszközök az internet közszféréjához való hozzáféréshez, ugyanúgy, mint ahogyan „mindenkinek” megvannak a technikai eszközei (a saját szeme és füle, illetve funkcionális írni-olvasni tudása) a sajtó és a televízió közszféréjához való hozzáféréshez. Az elterjedési folyamatok jellemző vonása, hogy mindig vannak korai alkalmazók, a többség mindig késik, és vannak hátul kullogók stb. Az a tény, hogy ebben a tekintetben jelenleg vannak különbségek a különböző társadalmi csoportok között, és ezek növekedni látszanak, normális velejárója az elterjedési folyamatnak, és ezek a különbségek meg fognak szűnni, amikor annak eljön az ideje. Általános megfigyelés, hogy valamely innováció elterjedésében a korai fázisokat az újítás elfogadottságát tekintve a szakadék szélesedése jellemzi, amit később, ahogy az elterjedés megközelíti a 100%-os szintet, a különbségek fokozatos csökkenése követ (Rogers 1986, 170–172). Ezt a megállapítást alátámasztja a televíziós készülékek elterjedésének gyakorlata az Egyesült Államokban, és így érvelnek a technológia olyan lelkes hívei is, mint például Louis Prosetto, a *Wired* magazin szerkesztőségének ügyvezető igazgatója, aki szerint a mai „szegények” (*have nots*) valójában „leendő gazdagok” (*have laters*), és a piac idővel mindent kiigazít (Bollier 1997, 7–8). Azok, akik aggódnak a teljes elterjedéshez szükséges idő miatt, politikai kezdeményezéseket tehetnek, megkísérelve a szakadék minimalizálását és a kirekesztés hosszú távon érvényesülő hatásainak csökkentését. Ezek a problémák megközelíthetők például az oktatási rendszer téve meg a változás végrehajtó ügynökének, különféle támogatásokat és ösztönzéseket nyújtva a nem használók célba vett csoportjai számára

viselkedésük módosítása érdekében, és nyilvános hozzáférés biztosításával a közkönyvtárakban és különféle közösségi központokban. Globális szinten a gazdagabb országok indíthatnak programokat az internet-hozzáférés jótéteményeinek a fejlődő világra való kiterjesztése érdekében.

Többféle alapon is úgy gondolhatjuk azonban, hogy ez az optimista forgatókönyv hibás lehet. Először is, a tapasztalatok extrapolációja a társadalomtudományokban – különösen ennyire korlátozott idősorozatok alapján – hírhedten megbízhatatlan. Az esetleg igaz lehet, hogy ezeknek a technológiáknak a teljes elterjedése az Egyesült Államokon belül a következő évtized során előre látható. A világnépesség nagy többsége számára azonban ennek az időhorizontját a technológia lelkes hívei által megjósolt periódusnál, sőt – realiztikusan – még „a 21. század első felénél” is távolabbra kell tennünk (Foreman 1995, 7). A meglévő nemzetközi segélyprogramok volumene valószínűtlenné teszi, hogy ez a lassú fejlődés rövidre zárható lenne: az Egyesült Államok nemzetközi fejlesztési ügynökségének (*United States Agency for International Development, USAID*) például van egy „Leland Initiative” elnevezésű programja az afrikai országok segítésére az internetkapcsolatok megteremtésében. Ennek az ötéves programnak a teljes költségvetése 15 millió dollár (USAID, 1998).

Másodszor, egy valóban globális közsféra megteremtése céljából szükség lenne arra, hogy ne csupán a technológiai eszközök adott csoportja álljon rendelkezésre, hanem a kommunikáció közös nyelve is. Jelenleg az angol az internethasználat gyakorlatilag kötelező nyelve. Egyes becslések arra utalnak, hogy az internet teljes üzenetforgalmának körülbelül 80%-a angolul bonyolódik le (Babel 1997). Az egyik legújabb számítás szerint 91 millió angol anyanyelvű beszélőnek van hozzáférése az internethez, míg a mandarin és a kantoni kínai nyelvjárások anyanyelvi beszélői közül csupán 4,6 millió főt számíthatunk ezek közé (Headcount 1999). A gépi fordítás primitív szinten áll és a fejlődése lassú, így valószínűtlen, hogy a kommunikáció megnyitása előtt álló ilyen természetű akadályokat könnyű lesz legyőzni. Mindkét fenti okból kifolyólag valószínűleg meglehetősen sok idő fog eltelni, mielőtt még az internetre akár csak a globális közsféra valamilyen megközelítéseként is gondolhatnánk.

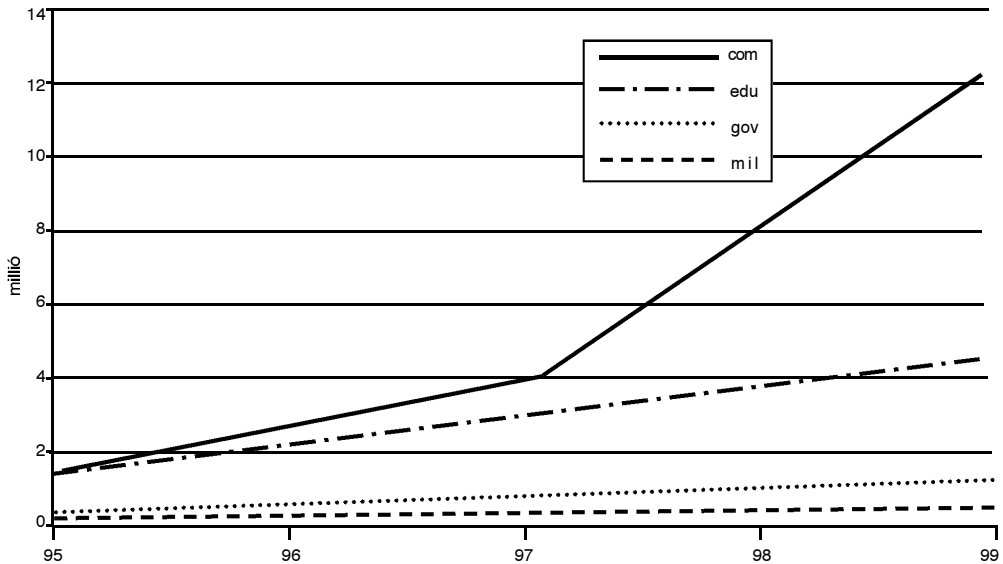
A leglényegesebb probléma azonban annak a kérdésnek a megoldatlansága, hogy ez a technológia vajon valaha is ténylegesen el fog-e terjedni az Egyesült Államok egész lakossága körében, a világról nem is beszélve. Az elterjedéssel foglalkozó vizsgálatok csak egyes populációkra vonatkoznak, amelyeket bizonyos innovációk befogadásának a szempontjából határoznak meg, nem pedig az egész lakosságra. A klasszikus példa szerint a hibrid kukorica termesztése elterjedt valamennyi iowai gabonatermelő körében, de nem terjedt ki Iowa állam valamennyi lakosára. Világos, hogy bizonyos technológiák – például a televízió és (alkalmasint) a telefon – többé-kevésbé teljes mértékben elterjedtek Iowa állam lakosainak teljes népességében.

A megválaszolatlan kérdés az, hogy az internet olyan-e, mint a hibrid kukorica, vagy inkább a televízióhoz hasonlítható. Ha a válasz a „televízió”, akkor előbb-utóbb egyetemessé válik ez a szolgáltatás, és előbb-utóbb kialakul egy globális közsféra. Ha viszont a válasz a „hibrid kukorica”, akkor a technológia csak azon a speciális csoporton belül fog elterjedni, amelynek számára szükséges és megfelelő, és sohasem fogja közvetlenül befolyásolni a népesség fennmaradó részének az életét. Ha az utóbbi eset valósul meg, akkor az internet nem alkothatja egy globális közsféra technológiai alapját.

Mivel igen korlátozott mennyiségű adat áll rendelkezésünkre, a nézetek jogosan lehetnek különbözőek ebben a kérdésben. A magam részéről azt a vélekedést részesítem előnyben, hogy az internet nem hasonlít sem a televízióra, sem a hibrid kukoricára: jelenleg összetett technológiának tekinthető. Sok újításra jellemző az a gyakorlat, hogy az alkalmazás folyamatában mintegy „újra feltalálják” őket; a telefon, a számítógép és az internet mind olyan újítások, amelyeket az újra feltalálhatóság magas szintje jellemez. A technológiai eszközöknek ezt a csoportját máris újra feltalálták különféle módokon, lásd tudományos adattovábbítás, személyes üzenetváltás, nyilvános viták, kutatás, szórakoztatás, elektronikus kereskedelem, oktatás és kétségkívül sok más is. Számos ilyen újra feltalálás (például az e-kereskedelem) a kukoricához hasonlítható, míg mások (például a web-tv) inkább a televízióhoz, de eddig még valamennyi többé-kevésbé begyömöszölhető ugyanabba a technológiai burokbba. Ez nem szükségképpen optimális a különféle funkciók mindegyike szempontjából. Nincs ok ennek a folytatódására, és bizonyos adatok máris arra utalnak, hogy a szórakoztatási funkciók (a televíziószerű újra feltalálások) visszavándorolnak a továbbfejlesztett és megerősített televíziókhoz, amelyek sokkal hatékonyabb betöltésüket biztosítják fontos területeken. Ha általánosítani akarnánk, akkor a technológiai eszközök bizonyos mértékű divergenciáját is kimutathatnánk, elsősorban a közszféréval kapcsolatos viták számára fontos kommunikációs formákra orientált felhasználók, illetve azok között, akik inkább a televizuális kommunikáció feljavított változatait részesítenék előnyben.

Megfontolásra érdemes az a kérdés, hogy az internet vajon termelési (a hibrid kukorica termeléséhez hasonlítható) technológiaként vagy szabadidős (televíziószerű) technológiaként fog-e továbbfejlődni, vagy pedig esetleg mindkettőt egyesíteni fogja magában (a telefonhoz hasonlóan). Friss adatok alátámasztani látszanak a „termelési” orientációt. Mint a 2. ábra mutatja, maga az internet egyre inkább olyan irányban fejlődik, hogy a kereskedelmi oldalak játszanak benne domináns szerepet. Ezek elsősorban nem olyan fogyasztókkal folytatnak kommunikációt, mint önök vagy én magam, hanem más üzleti vállalkozásokkal. Az OECD egyik legújabb becslése szerint a vállalatok egymás közötti e-kereskedelmi aktivitása tette ki a jelenlegi teljes üzenetforgalom 80%-át, és ez a dominancia a jövőben valószínűleg erősödni fog (OECD, 1998, 3). Számos jel arra mutat, hogy nem az eredetileg elképzelt, nagybetűs Internet fog elterjedni, amit csodálatos egyenlőségelvű interaktivitása miatt mindannyian

2. ábra Az internetre csatlakozó gazdaszámítógépek szaporodása, domain nevek szerint



Megjegyzés: A felmérés módszerei az 1998. évi felmérés alkalmával megváltoztak, és az itt közölt eredmények nem tükrözik szigorú folyamatosságot, csupán a trend illusztrációjaként értékelhetők.

Forrás: *Network Wizards*, 1995–1999.

ismerünk és csodálunk. Éppen ellenkezőleg, könnyen létrejöhet egy olyan technológiai divergencia, melynek eredményeként a kisbetűs internet fog elterjedni, elsősorban az üzleti vállalkozások és az állampolgárok egy bizonyos csoportja körében, miközben a többiek számára megfelelőbb lesz egészen másfajta és jóval kevésbé interaktív technológiák elterjedése.⁶

A médiapreferenciákra vonatkozó adatokból már tudjuk, hogy a közösség tájékoztatásával kapcsolatos információk keresésére és a politikai akciókban

⁶ Könnyen lehet, hogy van egy piaci indíttatású nyomás, amely elnyomja és kiküszöböli mindezeket a társadalmi különbségeket, és azt fogja eredményezni, hogy a legtöbb – ha nem valamennyi – amerikai otthonban a következő néhány év során rendelkezésre fog állni a kellő technológia. Bevallhatjuk, hogy ez is egy fennálló lehetőség, de meg kell jegyeznünk, hogy az otthoni számítógépek egyik ismert jellemző vonása az, hogy a felhasználási minták erősen torzultak a gyakori felhasználók kisebbségének az igényei irányában: „Az új kommunikációs rendszerekkel foglalkozó kutatások egyik gyakori, visszatérő eredménye szerint a felhasználók csupán 10%-a képviseli az összes alkalmazás 50%-át, míg a felhasználók fennmaradó 90%-ára jut az alkalmazások további 5%-a” (Rogers 1986, 125). Még ha mindenkinek meg lenne a lehetősége az internethez való hozzáférésre, akkor is valószínűnek látszik, hogy viszonylag kevesen használnák azt intenzíven, és hogy ilyen vagy amolyan formában a televízió marad a domináns otthoni szabadidős technológia

való részvételre való hajlandóság az átlagos időszakokban olyan minták szerint alakul, amelyek az elit társadalmi csoportokat helyezik előtérbe. Ennélfogva jó okkal állíthatjuk, hogy az elterjedés itt említett különféle mintái ténylegesen korai bizonyítékot nyújtanak az ilyenfajta technológiai divergenciára. Ha valóban ez a helyzet, akkor a kommunikáció teljesen interaktív módja továbbra is inkább egy kisebbség számára fenntartott birodalom marad, és nem válik valódi köztulajdonná.

Az internet – új lehetőségeket biztosító technológiaként, amely lehetővé teszi az állampolgárok számára, hogy többet tudjanak a világról, hallassák saját nézeteiket, meghallgassanak vitákat és jó tájékozottságon alapuló döntésekre jussanak – olyan fórumot alkot, amelynek a klasszikus antik világ *agorái* óta nem akad párja (Jones 1960, 46–47). Mind a régi, mind az új globális médiumok azonban – nemzetközi jellegük, információgazdagságuk és az általuk közvetített viták oly gyakran dicsőített túlkínálata dacára – nagyon távol esnek a közszféra ideális fogalmától. Világosan kirajzolódó korlátaik mutatkoznak meg, amelyek kirekesztik a világnépszerűség többségének hangját és érdekeit. Ezek a kirekesztések működtetik [a globális média] minden egyes bitjét, épp oly teljességgel és állandó jelleggel, mint ahogyan ezt tették az athéni polgárság törvényei is. Mindaddig, amíg ezeket a korlátokat nem sikerül legyőzni, nem mutakozhatnak egy valódi globális közszféra jelei sem.

Konklúzió: A közszféra topográfiája

Az ilyen sivár és nyers megállapítások – bármennyire igazak is lehetnek – azzal a kockázattal járnak, hogy a lényeg eltévesztésének vádját vonják magukkal. Végére is, valami minden bizonnyal történik. A globális médiumok léteznek, és megvan a közönségük. A globális ambíciókkal fellépő újságokat és magazinokat érdeklődéssel olvassák szerte a világon. A *CNN* – és ami azt illeti, a *BBC* rádió világszolgálat is – hűséges, noha kicsiny közönséget tudhat magáénak szinte minden országban. Az interneten tömegével érhető el adatforrások, vitacsoportok és a kommunikáció más formái, amelyek összekapcsolják a világ különböző részein élő embereket. Indokolt tehát megkérdezni: ha ez a pezsgő közélet nem közszféra, akkor mi az?

Az erre a kérdésre adható válasz visszavezet bennünket ahhoz, amit a közszféra topográfiájának nevezek. A burzsoá közszféra korlátairól írt klasszikus elemzésük bevezetőjében Negt és Kluge így írtak:

„Szövetségi választások, olimpiai ünnepek, kommandós csapatok akciói, színházi bemutató előadások – mindezeket közéleti eseményeknek tekintjük. A közérdek szempontjából kiemelkedő fontosságú más eseményeket, mint például a gyermeknevelést, az üzemekben végzett munkát és a családok saját otthonaiban folyó televízió-nézést magánjellegűnek szokás tekin-

teni. Az emberi lények valódi társadalmi tapasztalatai, amelyek a mindennapi élet és a munka során keletkeznek, nem vesznek tudomást az efféle felosztásokról”. (Negt és Kluge 1993, XLIII).

A magánszféra és a közszféra nem magától értetődően, természetesen elkülönülő kategóriák. Éppen ellenkezőleg, a társadalmi realitás különféle aspektusai átívelnek az egyikről a másikig, és ismét vissza az idők során; a különféle kultúrákban egészen másképpen helyezkedhetnek el, és bizonyos dolgok valamely csoport számára a nyilvánosság elé tartoznak, míg mások számára nem. Sőt mi több, maga az a tény, hogy egy esemény nyilvánosságra kerül, olyan értelemben, hogy általánosan ismertté válik, még nem szükségképpen teszi azt a közszféra részévé. Negt és Kluge rámutat arra a tényre, hogy a burzsoá demokrácia kezdettől fogva küzdelmet folytatott a közvélemény által gyakorolt hatalom és a nyilvános közéleti viták korlátainak meghúzásáért, megpróbálva a vitatható témák köréből kirekeszteni többek között a magántulajdon kérdéseit. Ebben az utóbbi időben igen sikeres volt, legalábbis az Egyesült Államokban és az Egyesült Királyságban. A globális média alkotóelemeinek többsége a közszféra burzsoá topográfiájának határai között helyezkedik el. Azok a médiumok, amelyek – akár hagyományos, akár elektronikus formában megjelenve – megkérdőjelezzik ezeket a határokat, csupán marginális egzisztenciára tehetnek szert, a gazdasági életképesség peremén egyensúlyozva. A közszféra burzsoá topográfiája azonban soha sincs biztonságban. Mindig fennáll az a veszély, hogy külső szembenállás vagy a belső ellentmondások a közérdeklődés előterébe helyezik a tulajdon kérdéseit.

Ez az instabilitás különösen jól látható a globális szinten. A globális médiában és különösen az interneten mindenféle dolog megtalálható, s ezek közül egyesek egyértelműen közérdekűek, mások tisztán magántermészetűek. Az olyan globális médiumokban, mint például a *Financial Times*, kiemelkedő helyet foglalnak el az üzleti hírek. Mint láttuk, a kereskedelmi információk és a kereskedelmi tranzakciók különféle fajtái az érdeklődés középpontjában állnak az interneten is. Ha a globális médiumok – régiak és újak egyaránt – olyan fórumokat nyújtanak, amelyeken a tulajdonjogot gyakorló birtokosok eszmecsereket folytathatnak tulajdonaikról és felülvizsgálhatják azokat, legalábbis ennyiben ahhoz a körhöz tartoznak, amit másutt privát szférának neveztem (Sparks 1998). Ez részben nyitott a nyilvánosság iránt, közérdeklődésre számot tartó szféraként azonban a státusza problematikus. Az, hogy én mit teszek a magántulajdonommal, elvileg nem közérdekű kérdés, de a mai valóságban a dolgok bonyolultabbak. A modern gazdaság termelőegységeinek mérete és fontossága azt vonja magával, hogy még a burzsoá közszférában sem húzható meg éles és szilárd határvonal az üzleti tranzakciók „privát” világa és a közszférába tartozó közérdekű ügyek „nyilvános” világa között. A szuverenitás megsértése egyértelműen

közérdekű ügynek számít, de egy kisebb vállalkozás csődje nem. A részvénytőzsde összeomlása közérdekű ügy, de valamely kisebb vállalat részvényeinek árfolyamzuhanása nem az. Elvileg azonban mindezek elválaszthatatlanok olyan magántermészetű információktól, amelyek az egyéneket és a vállalatokat irányítják tulajdonaik értékesítésekor, és mindez csak olyan mértékig válik a közszférához tartozó üggyé, amennyire csorbítja a közérdeket. Az tehát, hogy valamilyen eset a magánszférához vagy a közszférához sorolható-e, erősen vitatott kérdés még a teljes mértékben burzsoá jellegű körökön belül is. Ez a bizonytalanság mindig is jelen volt a közszférában, és hozzátartozik annak kikezdehetetlen központi magvához. Mindig is fennállt annak a lehetősége, hogy a közélet racionális szigora olyan konklúzióhoz fog vezetni, hogy bizonyos típusú magántulajdon vagy akár minden magántulajdon a közjó útjában áll, s ennél fogva társadalmi tulajdonba veendő, vagy legalábbis szabályozandó.

Éppen a magántulajdonnak a közösséget érintő katasztrófák előidézéséhez is meglevő hatalma az, ami kiváltja egy globális közszféra megteremtésének az igényét. A magántőke destabilizálni tud nemzeti valutákat és egész gazdaságokat, ami – a spekuláció egyetlen örült kitörésével – akár évtizedes prosperitást is az ellenkezőjére képes fordítani, milliókat még a Világbank által meghatározott szegénységi küszöb (napi egy dolláros jövedelem) alatti tengődésre kényszerítve. A globális színpadon teljesen akadálytalanul, láthatólag bármely létező állam ellenőrzése nélkül működő tőke igen markánsan rámutat a meglevő közszférák korlátozott lehetőségeire. Még Sachs is, akinek az elkötelezettsége a kapitalista rendszer iránt minden kétségen felül áll, meg van döbbenve az elszámoltathatatlan globális szervezetek hatalmától, és arra törekszik, hogy ezeknek a tevékenységét nyilvános vita tárgyává tegye. Egy ilyen polémia megnyitására való törekvés azonban visszatérést jelent a közszféra eredeti fogalmából következő radikális eszközökhöz. A globális gazdaság uralkodóinak pontosan ugyanúgy rendelkezésükre áll a hatalom titkos fegyvertára, mint a múltban a 18. század monarcháinak. Az ő dolgaikhoz – meggyőződésük szerint – nekünk nincs semmi közünk.

A fejlett államok közszférái idővel naturalizálódtak, és eredeti természetük radikalizmusa elhomályosodott. Az erőforrások egész arzenálja – a kényszerítés és az erőszak, a politikai engedmények módszerének alkalmazása, a szokás hatalma, a nacionalizmus és az idegengyűlölet, továbbá a médiaipar logikája és mindenekelőtt a kapitalista rendszer által az általános életszínvonal emelésében elért kiemelkedő sikerek sorozata – abban az irányban működött, hogy a burzsoá közszféra korlátait elfogadtassa a legtöbb emberrel, lehetőleg minél hosszabb időn keresztül. Csupán a válságok és a társadalmi forrongások pillanataiban fordul elő, hogy a lakosság tömegei elkezdik megkérdőjelezni a közszféra meglevő topográfiaját. A globális közszféra – ha egyáltalán létrejön – ilyen korlátozó keretfeltételek nélkül fog

megszületni. Természete és korlátai egyaránt kezdettől fogva nyilvános viták tárgyát fogják képezni. Születésének körülményei olyanok lesznek, amelyek között a termelési eszközökhöz fűződő tulajdonjog akadálytalan gyakorlásának közvetlen egzisztenciális következményei nyilvánvalók lesznek milliók számára. Olyanok lesznek továbbá, hogy a hatályos globális közhatalom kimutathatóan messze kívül fog esni az emberek túlnyomó többségének, vagyis azoknak az ellenőrzésén, akik fölött a hatalmat gyakorolják. A globális közsféra ugyanakkor – olyan mértékig, amennyire valódi közsféra lesz – nyitott lesz éppen azoknak az embereknek a hangja előtt, akik ma legnagyobb részben ki vannak rekesztve a globális politikáról és a globális gazdaságról folyó vitákból.

A számítógéppel közvetített kommunikáció lelkes híveitől származó próféciákban rejlő igazság magva éppen itt fedezhető fel. Szószólóinak igazuk van abban, hogy ez a technológia potenciális alapot nyújt a globális vitákra. Az interneten bizonyára megtalálhatók már ma is olyan információk és vélemények, amelyek áthágják a burzsoá közsféra határait. A különféle politikai és társadalmi csoportok elektronikus úton szerveződő aktivitásában minden bizonnyal felsejlenek egy új *agora* halvány körvonalai. Ez azonban jelenleg még csupán egy kisebbségi felhasználói kör előtt áll nyitva. Az internet – eredeteit tekintve – az USA hadseregének szükségleteiből született gyermek volt. Mára ez megváltozott: az internet fejlesztésére irányuló erőfeszítések többsége arra szolgál, hogy azt minél tökéletesebb eszközzé tegye a gazdaság számára. A kibertérben a gazdasági diskurzus játszik domináns szerepet. Az interneten folyó lázas tevékenység zöme kívül esik a közsférán, mindaddig, amíg ennek határait a burzsoá közsféra határaiként fogadjuk el. Az *agora* természetesen Athén piactere volt, és egyúttal a klasszikus közsféra fizikai helyszínéeként is szolgált. Mielőtt azonban a polgárok közgyűlése megkezdődött, a tanács kötelessége volt valamennyi piaci stand bezárása, hogy helyet csináljanak a város dolgainak megvitatásához.

Irodalom

- Alleyen, M. S.: *News Revolution: Political and Economic Decisions about Global Information*. Basingstoke, 1997, Macmillan.
- Babel: „Web Languages Hit Parade.” 1997, The Babel Project. <http://www.isoc.org.8080/palmares.html>.
- Bollier, D.: „Social Venture Capital for Universal Electronic Communications: A Conference Report”. 1997, The Markle Foundation and the Aspen Institute. <http://www.iaginteractive.com/emfa/venture.htm>.
- Curran, I.: „Rethinking the media as a public sphere”. In Dahlgren, P. – Sparks, C. (eds.): *Communication and Citizenship*. London, 1991, Routledge, 38–42.
- Dyson, E.: *Release 2.0: A design for living in the Digital Age*. New York, 1997, Viking.

- Fernback, J.: „The Individual within the Collective: Virtual Ideology and the Realization of Collective Principles“. In Jones, S. G. (ed.): *Virtual Culture: Identity and Community in Cybersociety*. London, 1997, Sage, 36–54.
- Foreman, W.: *Creative Democracy and the Internet*. Martinez, CA, 1995, Centre for the Evolution of Democracy. <http://www.cedemocracy.org/4chap1.html>.
- Fraser, N.: „Rethinking the Public Sphere: A Contribution to the Critique of Actually Existing Democracy“. In Calhoun, C. (ed.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MS, 1992, MIT Press, 109–142.
- Galtung, J. – Vincent, R.C.: *Global Glasnost: Toward a New World Information and Communication Order?* Cresskill, NJ, 1992, Hampton Press.
- Garnham, N.: „The Media and the Public Sphere“. In Calhoun, C. (ed.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, MS, 1992, MIT Press, 359–376.
- Gerbner, G. – Mowlana, H. – Nordenstreng, K. (eds.): *The Global Media Debate: Its Rise, Fall and Renewal*. Norwood, NJ, 1993, Ablex.
- Greenberg, B. S. – Levy, M.: „Television in the Changing Communication Environment: Audience and Content Trend in US Television“. *Studies of Broadcasting*(1997), 131–174.
- Gurevitch, M. – Levy, M.R. – Roch, I.: „The global newsroom convergences and diversities in the globalization of television news“. In Dahlgren, P. – Sparks, C. (eds.): *Communication and Citizenship*. London, 1991, Routledge, 195–216.
- Habermas, J.: „The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964)“. *New German Critique*, 1 (3) (1974), 49–55.
- Headcount: „Who's Online by Language“. 1998, Headcount. <http://www.headcount.com>
- Herman, E. S. – McChesney, R. W.: *The Global Media: the New Missionaries of Global Capitalism*. London, 1997, Cassell.
- Hjarvard, S.: „Pan-European Television News: Toward a European Political Public Sphere?“ In Drummond, P. – Patterson, R. – Willis, J. (eds.): *National Identity and Europe*. London, 1993, BFI, 71–94.
- IITF: „The Global Information Infrastructure: Agenda for Cooperation“. 1998, Information Infrastructure Task Force. <http://www.iitf.nist.gov/documents/docs/gii/giiagend.html>.
- Jones, A. H. M.: *Athenian Democracy*. Oxford, 1960, Basil Blackwell.
- Keane, J.: *Public Life and Late Capitalism: Toward a Socialist Theory of Democracy*. Cambridge, 1984, Cambridge University Press.
- Keane, J.: *Public Life In the Era of Communicative Abundance*. London, 1988, Centre for the Study of Democracy.
- Le Mahieu, D.: *A Culture for Democracy*. Oxford, 1988, Clarendon Press.
- Mitra, A.: „Virtual Commonality: Looking for India on the Internet“. In Jones, S. G. (ed.): *Virtual Culture: Identity and Community in Cybersociety*. London, 1997, Sage, 55–79.
- Negroponte, N.: *Being Digital*. London, 1995, Coronet.
- Negt, O. – A. Kluge: *Public Sphere and Experience: Toward an Analysis of the Bourgeois and Proletarian Public Sphere*. Minneapolis, 1993, University of Minnesota Press.
- Network Wizards: „Internet Domain Survey, January 1995.“ Network Wizards, 1995. <http://www.nw.com/zone>
- Network Wizards: „Internet Domain Survey, January 1996.“ Network Wizards, 1996. <http://www.nw.com/zone>
- Network Wizards: „Internet Domain Survey, January 1997.“ Network Wizards, 1997. <http://www.nw.com/zone>
- Network Wizards: „Internet Domain Survey, January 1998.“ Network Wizards, 1998. <http://www.nw.com/zone>

- Network Wizards: „Internet Domain Survey, January 1999.“ Network Wizards, 1999. <http://www.nw.com/zone>
- NTIA: „The New Universal Service: NTIA.s Guide for Users.“ 1997, National Telecommunications and Information Administration. <http://www.ntia.doc.gov/opad-home/uniserve/univweb.htm>.
- NTIA: „Falling Through the Net II: New Data on the Digital Divide.“ 1998, National Telecommunications and Information Administration. <http://www.ntia.doc.gov/ntia-home/net2/falling.html>.
- OECD: „The Economic and Social Impacts of Electronic Commerce: Preliminary Findings and Research Agenda. Report Summary“. 1998, Organization for Economic Co-operation and Development. http://www.oecd.org/subject/e_commerce/summary.htm.
- Rheingold, H.: *The Virtual Community: Surfing the Internet*. London, 1995, Minerva.
- Robertson, R.: *Globalization: Social Theory and Global Culture*. London, 1992, Sage.
- Rogers, E. M.: *Communication Technology: The New Media in Society*. New York, 1986, The Free Press.
- Rogers, E. M.: *Diffusion of Innovations*. Fourth Edition. New York, 1995, The Free Press.
- Sachs, Jeffrey: „Personal View: »Power Unto Itself«“. *Financial Times* (1997), December 11., 1–18.
- Scannell, P.: „Public service broadcasting and modern public life“. *Media, Culture and Society*, 11 (2) (1989), 135–166.
- Schudson, M.: „Was There Ever a Public Sphere?“ In Calhoun, C. (ed.): *Habermas and the Public Sphere*. Cambridge, Mass, 1992, The MIT Press, 143–163.
- Sparks, C.: „A Global Public Sphere?“ In Thussu, D. (ed.): *Electronic Empires*. London, 1998, Edward Arnold, 108–124.
- Tomlinson, J.: „Cultural Globalization and Cultural Imperialism“. In Mohamadi, A. (ed.): *International Communication and Globalization*. London, 1997, Sage, 170–190.
- Tsagarousianou, R. – Tambin, D. – Bryan, C. (eds.): *Cyberdemocracy: Technology, Cities and civic Networks*. London, 1998, Routledge.
- USAID: „USAID Leland Initiative: Africa Global Information Infrastructure Project“. 1998, United States Agency for International Development. <http://www.info.usaid.gov/regions/afr/leland>.
- Waters, M.: *Globalization*. London, 1995, Routledge.
- Watson, N.: „Why We Argue About Virtual Community: A Case Study of the Phish.Net Fan Community“. In Jones, S. G. (ed.): *Virtual Culture: Identity and Community in Cybersociety*. London, 1997, Sage, 103–122.

A kötetben szereplő tanulmányok forrása

- Paul F. Lazarsfeld, P. – Robert K. Merton: Tömegkommunikáció, közízlés és szervezett cselekvés. Szecső et al. (szerk.) *Kommunikációelméleti szöveggyűjtemény*, Budapest, 1970, 57–78. Torma Péter fordítása.
- Melvin F. DeFleur: Társadalom és tömegsajtó. DeFleur: *Theori of Mass Communication*. New York, 1966. Torma Péter fordítása.
- Harold D. Lasswell: A kommunikáció szerkezete és funkciója a társadalomban. Schramm, W. (ed.): *Mass Communication*. Urbana, University of Illinois Press, 1960, 117–130. Kurdi Zoltán fordítása.
- Everett M. Rogers – D. Lawrence Kincaid: A kommunikáció konvergenciamodellje. *Communication Networks*, 32–57, 63–65. New York, The Free Press, 1981. Torma Péter fordítása
- Walter Lippmann: A külvilág az elménkben. *A közvélemény*. Budapest, Tömegkommunikációs Kutatócsoport. 1971, 20–36.
- Niklas Luhmann: A tömegmédiá valósága. *The Reality of Mass Media*. Polity Press, 2000, 95–106. Torma Péter fordítása
- Pierre Bourdieu: Az újságírás hatalma. *Előadások a televízióról*. Budapest, Osiris, 2001. 73–89. Erőss Gábor fordítása.
- Luc Boltanski: Mennyire valóságos a cselekvés? *Distant Suffering – Morality, Media and Politics*. Cambridge, Cambridge University Press, 1999. 172–177, 183–185. Torma Péter fordítása
- Stuart Hall: Kódolás és dekódolás. Hall, S. – Hobson, D. – Lowe, A. – Willis, P. (eds.): *Culture, Media, Language*. London, Hutchinson, 1980. 128–138. Berényi Gábor fordítása.
- Jean Baudrillard: A jelentés összeomlása a médiában. *Simulacia and Simulation*. Ann Arbor, University of Michigan, 1994, 79–86. Torma Péter fordítása.
- Ulrich Saxer: A posztmodern mítosza – kommunikációtudományi megfontolások. *Medien- und Kommunikationswissenschaft*, 2000/1, 85–92. Torma Péter fordítása.
- Jeffrey Alexander: A tömegmédiá rendszerszemlélete történelmi és összehasonlító nézőpontból. Katz, E. – Szecső, T. (eds.): *Mass Media and Social Change*. London and Beverly Hills, Sage, 1981. 18–38. Somogyi Ágnes fordítása.
- George Gerbner: Kulturális mutatók: a harmadik hang. *A média rejtett üzenete*. Budapest, Osiris–ELTE KKCS, 2002. 34–61. Nagy Csaba fordítása.
- Michael Morgan – James Shanahan: A kultivációkutatás két évtizede: értékelés és metaanalízis. *Communication Yearbook* 1997. 1–10, 15–21. Torma Péter fordítása.
- Elihu Katz – Jay Blumler – Michael Gurevitch: A tömegkommunikáció használata az egyének által. In Blumler, J. – Katz, E. (eds.) *The uses of mass communication: current perspectives on gratification research*. Torma Péter fordítása.
- Philip Ross Courtney Elliott: A „használat és szükségletkielégítés-kutatás” bírálata és szociológiai alternatívája. *TK Módszertan*, 1975/26.

- Karl Erik Rosengren – Sven Windahl: Társadalmi osztály és médiahasználat. *Media Matter: TV Use in Childhood and Adolescence*. Norwood, Ablex 1989. 111–125. Torma Péter fordítása
- Maxwell McCombs – Donald Shaw: A tömegmédiá témakijelölő funkciója. Protes, D. – McCombs, M. (eds.): *Agenda Setting*. Hillsdale, LEA Publishers, 1991. 17–26. Torma Péter fordítása.
- Edward T. Funkhouser: A hatvanas évek sajtótémái. A közvélemény dinamikájának kutatása. Protes, D. – McCombs, M. (eds.): *Agenda Setting*. Hillsdale, LEA Publishers, 1991. 27–34. Torma Péter fordítása.
- Everett M. Rogers – William B. Hart – James W. Dearing: A napirend-kijelölés kutatásának paradigmaticus története. Iyengar, S. – Reeves, R. (eds.): *Do the Media Govern?* CA, Sage, 1997. 225–236. Somogyi Ágnes fordítása.
- Arnold Hunt: A „morális pánik” és morális nyelv a médiában. *British Journal of Sociology*, 1997. 48, 629–648. Torma Péter fordítása.
- Philip J. Tichenor – George A. Donohue – Clarice N. Olien: A tömegmédiá áramlása és a tudás egyenetlen növekedése. *Public Opinion Quarterly*, 1970: 34, 158–170. Torma Péter fordítása.
- Kasisomayajula Viswanath – John R. Finnegan Jr.: A tudásszakadék hipotézise. Huszonöt évvel később. *Communication Yearbook*, 1996. 187–192, 197–209, 213–214, 217–218. Torma Péter fordítása.
- Herbert Gans: Objektivitás, ideológia, eseményselekción. *Deciding What's News*. Vintage Books, 1980. 182–214. Somogyi Ágnes fordítása.
- Johan Galtung – Mari H. Ruge: A hírek strukturálása és szelektálása. Cohen, S. – Young, J. (eds.): *Social Problems, Deviance, and the Mass Media*. London, Constable, 1981. 52–63. Somogyi Ágnes fordítása.
- Hans Matthias Kepplinger: A kommunikációtudományi jelenségfogalom. *Publizistik* 2001/2. Torma Péter fordítása.
- Harvey Molotch – Marylin Lester: A hír mint célirányos viselkedés. *Közlélméleti szöveggyűjtemény*. TK, 1980. 123–154.
- Gaye Tuchman: Mítosz és tudatipar. *TK Műhely*. 1979/32. 1–33.
- Murray Edelman: A politikai hírek kétértelműségei. *Constructing the Political Spectacle*. Chicago, The University of Chicago Press, 1988. 90–102. Somogyi Ágnes fordítása.
- Shanto Iyengar: Hírbeállítás és hatás. *Is Anyone Responsible?* Chicago, University of Chicago Press, 1994. 11–16. Somogyi Ágnes fordítása.
- Kurt Lang – Gladys E. Lang: A televízió egy sajátos szemszöge és hatása: egy kísérleti vizsgálat. Schramm (ed.): *Mass Communications*. Urbana, University of Illinois, 1960. Somogyi Ágnes fordítása.
- James Halloran: A tüntetés mint hírek. Szecskó Tamás (ed.): *A televíziós jelenség*. Budapest, 1974.
- Shanto Iyengar – Adam F. Simon: Az öbölválságról szóló hírek és a közvélemény. Iyengar, S. – Reeves, R. (eds.): *Do the Media Govern?* Barnes and Noble, SAGE Publications, 1997.
- John R. Zaller: Monica Lewinsky és az amerikai közvélemény mozgatórugói. Bennett, W. – Entman, R. (eds.): *Mediated Politics*. © W. Lance Bennett and Robert M. Entman 2001, published by Cambridge University Press, translated with permission of the author and publisher. 252–278. Somogyi Ágnes fordítása.
- Gordon W. Allport – Leo J. Postman: A rémhír pszichológiájának alapjai. Katz–Cartwright (eds.): *Public Opinion and Propaganda*. New York, Holt, Reinhart & Winston, 1965. 394–404. Somogyi Ágnes fordítása.
- Hadley Cantril: Támadás a Marsról. *MRT TK Könyvtár*. 85–101.

- Karl Erik Rosengren – Peter Arvidsson — Dahn Stuesson: A barsabäcki pánik. *Közlés-elméleti szöveggyűjtemény*. TK, 1980. 305–335.
- Franz Dröge: Jelentéseket előállító hivatalok és jelentéseik. *Der zerredete Widerstand*. Düsseldorf, Bertelsmann Uni-Verlag, 1996. 45–67. Torma Péter fordítása.
- Jürgen Habermas: A nyilvánosság alapsémája. *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltása*. Budapest, Gondolat, 1971. Endreffy Zoltán fordítása.
- Bernhard Peters: A nyilvánosság jelentése. *Kölner Zeitschrift*. Sonderheft, 1994. 42–61, 73–76. Torma Péter fordítása.
- Jürgen Gerhards: A politikai nyilvánosság. *Kölner Zeitschrift*. Sonderheft, 1994. 77–105. Torma Péter fordítása.
- Valdemar O. Key: A vélemények latenciája. *Public Opinion and American Democracy*. New York, Knopf, 1968. 263–287. Torma Péter fordítása.
- James S. Fishkin: A virtuális demokrácia lehetőségei az internet korában. *Internet, Democracy and Public Goods Conference*, Belo Horizonte, 2000. Rohonyi András fordítása.
- Vincent F. Price – Peter Neijens: A deliberatív közvélemény-kutatás. *International Journal of Public Opinion Research*, 1998 Summer. Rohonyi András fordítása.
- Philip Converse: A közvélemény-kutatások térnyerése és a politikai reprezentativitás kérdése. *APSA – The James Madison Lecture*. PS Online, 1999. Rohonyi András fordítása.
- Paul Lazarsfeld: Közvélemény és a klasszikus hagyomány. *Public Opinion Quarterly*. 21:1, 1957. 39–53. Somogyi Ágnes fordítása.
- Paul Lazarsfeld — Elihu Katz: A kommunikáció kétlépcsős folyamata. *Personal Influence*. New York: Free Press. 309–320. Somogyi Ágnes fordítása.
- Elizabeth Noelle-Neumann: A hallgatáspirál elmélete. *Communication Yearbook*, 1991, vol. 14. Torma Péter fordítása.
- Diana Mutz: Túl a személyes befolyáson – a személytelen társulások növekvő befolyása. *Impersonal Influence*. Cambridge, Cambridge University Press, 1998. 26–51. Rohonyi András fordítása.
- Harold A. Innis: A kommunikáció részrehabilitációja. *The Bias of Communication*. Toronto, The University of Toronto Press, 1951. 33–60. Rohonyi András fordítása.
- Marshall McLuhan: Televízió: a félénk óriás. Szecske T. (ed.): *A televíziós jelenség*. Budapest, Gondolat, 1976. 73–104.
- Ben H. Bagdikian: A demokrácia és a média. *The Media Monopoly*. Boston, Beacon Press, 1997. Rohonyi András fordítása.
- Eli Noam – Robert Freeman: A médiamonopólium és más mítoszok. *Television Quarterly*, 1998. Rohonyi András fordítása.
- James Curran: Még egyszer a tömegmédiáról és a demokráciáról. Curran, J. – Gurevitch, M. (eds.): *Mass Media and Society*. London, Arnold, 1997. 81–106, 113–119. Rohonyi András fordítása.
- Manuel Castells: A tömegközönség diverzifikációja és az új média. *A hálózati társadalom kialakulása*. Budapest, Gondolat, 2005. 445–452. Rohonyi András fordítása.
- Frank Webster: Az információ és az információs társadalom fogalma. *Theories of the Information Societies*. London, Routledge, 1995. Rohonyi András fordítása.
- Michael Gurevitch: Az elektronikus sajtó globalizálódása. Curran, J. – Gurevitch, M. (eds.): *Mass Media and Society*. London, Arnold, 1997. 204–224. Torma Péter fordítása.
- Colin Sparks: Az internet és a globális közsféra. Bennett, W. – Entman, R. (eds.): *Mediated Politics*. Cambridge, Cambridge University Press, 2001. 75–95. Rohonyi András fordítása.