

A fordítás alapjául szolgáló kiadás
Judith Lazar, *La science de la communication*,
Presses Universitaires de France, Paris, 1992.

Fordította
PONGRÁCZ MÁRIA

A szerző köszönetet mond
Mihály Petrácnak és Pongrácz Máriának
a mű magyar változatának elkészítésében
végzett munkájáért

Második kiadás

MB202.495



2006

ISBN 963 506 652 X

Balassi Kiadó
Felelős kiadó Kószeghy Péter igazgató
Felelős és műszaki szerkesztő K. P.
A nyomdai munkálatokat a László és Tsa Bt. végezte
Felelős vezető László András

BEVEZETÉS

A KOMMUNIKÁCIÓNAK MINT TUDOMÁNYNAK A TÁRGYA

Paradoxonnak, sőt egyenesen elbizakodottságnak tűnhet, ha a kommunikáció tudományáról beszélünk; korábban ugyanis e tudomány ismeretlen volt Franciaországban, ahol maga a „kommunikáció” terminus gyökör hallható, s megszokott dolog, hogy a legnagyobb fésztelenséggel alkalmazzák. Annál is sürgetőbb tehát, hogy a kommunikációt övező mai kakofóniában meghatározzuk e tudomány tárgyát, módszereit, eredetét és határait.

1963-ban Wilbur Schramm ekként fogalmazott a *The Science of Human Communication* című munkájában: „A kommunikáció nem akadémiai tudományág abban az értelemben, ahogyan annak minősítjük a fizikát vagy a gazdaságtant, hanem inkább tudományágak útkereszteződése, amelyen sokan áthaladnak, de ahol csak kevesen állnak meg.” E megállapítás a hatvanas években bizonyosan nem volt sem hamis, sem alaptalan. Abban az időben a kommunikációt lineárisan értelmezték: olyan üzenetnek tekintették, amely egy forrásból egy csatornán keresztül jut el a befogadó(k)hoz. E leegyszerűsített felfogás széles körben uralkodott, s a kommunikáció tárgya a meggyőzés tanulmányozásában merült ki. Jó negyedszázad telt el azóta; messzire kerültünk immár e szűk felfogástól.

ció az a szint, amely a piramis tetején helyezkedik el, következképp az összes többi szintet is érinti. Térben és időben egyaránt több emberre vonatkozik, mint az alsóbb szintek, s magában foglalja valamennyit. A tömegkommunikáció kutatásának túlsúlyát részben magyarázza a kommunikációs gyakorlat hierarchiájában elfoglalt helye. Egyrészt a tömegkommunikáció a társadalmi élet teljességéhez kapcsolódik, másrészt a média az emberi érintkezésben is fontos szerepet tölt be. Mindez ubikvizitikus jellegűből következik, vagyis abból, hogy mindenütt képesek jelen lenni és hatni. Mindazonáltal pontatlanság lenne, ha a kommunikáció tudományának tárgyát erre az egy szintre szűkítenénk; ugyanis a többi szint is szerves részét képezi ezen diszciplínának.

A bemutatandó kutatási terület mára független, világosan körülhatárolt tudományterületté vált, amely nemhogy elkülönülne a társadalomtudományi kutatások egészétől, hanem, éppen ellenkezőleg, fogalmi meghatározásai gazdagítják a többi tudományágat, és hozzájárulnak más tudományok fejlődéséhez is.

BIBLIOGRÁFIA

MCQUAIL, D., *Mass communication Theory. An Introduction*, Newbury Park, Sage, 1987

ELSŐ FEJEZET

A KOMMUNIKÁCIÓKUTATÁS TÖRTÉNETE

Az élőlények közötti kommunikáció az ókortól kezdve szenvedélyesen foglalkoztatja a gondolkodókat, mégis viszonylag rövid ideje lett a tudományos vizsgálódás tárgya.

I. Az előfutárok: a chicagói iskola

A kommunikáció kutatásának kezdetei egészen az ókorig nyúlnak vissza. A mához közelebbi múltban Charles Cooley, Herbert Mead és John Dewey fogalmazott meg egy modern, összegző elméletet a kommunikáció kérdéskörében. Nem érdektelen megjegyezni, hogy e három kutató a híres chicagói iskolához tartozott, amely a tízes évektől a negyvenes évekig fontos szerepet játszott nemcsak a kommunikáció tanulmányozásának fejlődésében, hanem az egész amerikai társadalomtudományban.

A chicagói iskola általános társadalomelméleti megközelítést dolgozott ki, hangsúlyozván a *kommunikáció szerepét* a társadalmi életben.

Jóllehet a Park, Burgess és Wirth nevével fémjelzett városi szociológiai kutatás a legismertebb, a Cooley, Dewey és Mead által végzett vizsgálatok nem kevésbé

fontosak, s különösképpen a kommunikáció tudománya számára jelentősek.

A chicagói iskola több ponton is jelentősen gazdította a kommunikációkutatást. Legelőször is: a kutatók – a hangsúlyt a társadalmi interakcióra, a leírásra és az interperszonális kapcsolatokra helyezvén – tudományos eljárás követését javasolták. A kommunikációkutatást ekként megszabadtították „szurnaliszta” múltjától. Noha az általuk alkalmazott módszer eklektikus, mégis olyasfajta nyitottság jellemzi, amely korábban ismeretlen volt. A statisztikai adatok egyszerű felhalmozása és az adatgyűjtés céljából folytatott vizsgálat kiegészült a résztvevő megfigyeléssel. Másodszor: a kommunikációkutatás hasznosítani tudta az alkalmazott szociológia eredményeit. Az elméleti és az alkalmazott kutatás összeolvadása nagyon hasznos alapul szolgált a később kiformalódó kommunikációkutatás számára. Harmadsorban: a chicagói iskolai kutatói számára a kommunikáció nem szűkült le az egyszerű üzenetátadásra; szimbolikus folyamatnak fogták föl, amelynek során kultúra jön létre és marad fenn. Következésképp számukra a kommunikáció megjelenési formái a művészet, az építészet, a szabályok, normák, rítusok – sőt a politika. Felfogásukban a közélet központi helyet foglalt el, s egészen különleges figyelmet kapott.

Charles Horton Cooley szociológus nevéhez kötődik a szimbolikus interakcionizmus. Lényegében őt, valamint George Herbert Mead filozófust tekintik e nagyhatású eszméramlat alapítójának. Cooley a szerzője annak a munkának, amely a társadalmi kommunikáció első modern elemzése (*Social organisation*, 1909).

A 19. század végén a legtöbb társadalomkutató számára nyilvánvalóvá vált, hogy a tömegkommunikáció új eszközeinek (újságoknak, könyveknek, magazinnak) a megjelenése jelentős változásokat hozott az emberi viszonylatokba. Ezen új médiumok a kommunikáció olyan új formáit testesítették meg, amelyek nem egyszerűen átalakították a társadalom számos interakciós modelljeit, hanem gyökerestül felforgatták az egyén mindennapi életfelfogását is. Cooley négy fontos erőt emelt ki, amelyek szerinte növelték az új médiumok hatékonyságát a kommunikáció folyamatában. Ezek a következők: az *expresszivitás*, a *folyamatos rögzítés*, a *gyorsaság* és a *terjedés*, vagyis a népszerűség egésze számára lehetővé váló hozzáférés. A Cooley által leginkább tipikusnak tekintett jellemzők hozzájárultak ahhoz, hogy közönségük körében szemléletváltozás következék be. „Az új tömegkommunikáció az élet minden területén forradalmat idézett elő: a kereskedelemben, a politikában, az oktatásban.” (65) Cooley érdekes elméletet állít fel a társadalmi „Én”-nel és a közvéleménnyel kapcsolatban. Azt sugallja, hogy az attitűdöket és véleményeket magában foglaló egyéni Én a kommunikáció által társadalmi entitásként formálódik. A léttudat (az egzisztenciális tudat) az önmagunkról mások által kialakított észleletek megérezéseinek és a másokkal folytatott kommunikációnak a terméke. Az Ént társadalminak fogja föl, s ugyanígy az erkölcsi tudatot is. Nézetei a társadalmi élet szubjektív természetéről, valamint arról a folyamatról, amelyben az egyén – magától és mások által – kialakítja és fejleszti felfogásmódját, érdekes útmutatóul szolgáltak a későbbi kutatókhoz. A közvélemény „nem az elkülönülő egyének vélemé-

nyének pusztá halmaza, hanem szerveződés; együttműködés terméke: a kommunikáció és a kölcsönhatás.” (121)

George Herbert Mead a társadalmi Én gondolatára támaszkodva dolgozta ki és fejlesztette tovább a szimbolikus interakcionizmusra vonatkozó elméletét. Amint elnevezése is mutatja, ez a megközelítés a társadalmi interakció folyamatát szimbólumokon keresztül ragadja meg, s mindenekelőtt a kommunikációs aktusra összpontosít. Mead elméletében a társadalmilag formált „Én” olyan fórumként jelenik meg, ahol az egyén csoportja különböző tagjainak eltérő nézőpontjába helyezkedve vesz tudomást önmagáról. A nyelv funkcióival, az egymástól világosan megkülönböztetett egyéni és közösségi játékkal kapcsolatos megfigyelésekből kiindulva bemutatta, hogyan fejlődik értelmileg a gyermek, s miként szocializálódik, amikor mások szerepét játssza. Mead nagyon részletesen elemezte a nyelvről az egyéni és közösségi életben betöltött központi szerepét. A gyermek – az általa megjelenített szerepek segítségével – megszerzi a játékszabályokra vonatkozó ismereteket, s ezzel egyidejűleg megtanulja, hogy magát a csoportnak a többiekkel eltérő tagjaként tekintse. Ami a játék során történik, az Mead szerint a mindennapi életet példázza. A gyermek „Én”-je általában fejlődik, hogy azonosítja magát másokkal az általuk betöltött szerepekben, s hogy interiorizálja „az általánosított másikat”. Továbbá a gyermek számára saját szerepe teszi lehetővé a személye és a mások közötti megkülönböztetést, amelynek révén eljut Énje felépítéséhez. A többi szerep interiorizálása révén megbarátkozik a viselkedést és a magatartásformákat vezérlő szabályokkal.

Mead pszichoszociológiája kiemelt fontosságot tulajdonított a kommunikációnak és a kommunikációs aktus tudatosságának. Ez utóbbin azt érti, hogy az egyén képes önmagával tanácskozni mások szempontjai szerint. E „belső tárgyalások” alkalmával az egyén aktívan alakítja önmagát, s nem elszenvedti mások általi formálását. E nézőpontból a kommunikáció lényegileg kreatív aktus. Mead szerint éppen „a mások nézőpontjába helyezkedésünk” képessége teszi lehetővé, hogy viszonylagos harmóniában éljünk a bonyolult társadalmakban.

Mead munkái nagyban hozzásegítették az amerikai pszichológiát ahhoz, hogy megszabaduljon egyfajta korlátozott behaviorizmustól. Számára a gondolat alapvetően társadalmi, vagyis a másokkal folytatott kommunikáció által és annak gyakorlása közben fejlődik; tartalma szerint is társadalmi, hiszen közösségi jelképekre támaszkodva épül fel és nyilatkozik meg.

John Dewey-t gyakran a kommunikációkutatás úttörőjének tekintik. Pragmatikus és haladópárti gondolkodása kétségkívül erősen befolyásolta a tudomány fejlődését. A kommunikációról, a nevelésről és az intelligenciáról vallott felfogását a tudomány eszközként történő felhasználásának, instrumentalizálásának és a közösségi részvételnek az egyesítése jellemezte. Elméletében az intelligenciát úgy kezeli, mint amely lehetővé teszi egy szervezet számára, hogy az előrelátás és az értelmezés segítségével alkalmazkodjék környezetéhez. Ugyanígy a kommunikációt a társadalmi pontosság eszközeként tekintti. Dewey számára a kommunikáció mindenfajta emberi kapcsolat alapja, a társadalmi javak létrehozója; összekapcsolja egymással az egyéneket, és lehetővé teszi a közösségi életet.

A társadalmi élet csak az organikus rendszerben áramló, közzétett információk kényszerítő erejénél köszönhetően működhet. Részvétele következtében az egyénnek lehetősége van arra, hogy az életlehetőségek fölötti ellenőrzést megszerezze és gyakorolja. Dewey olyan, közmegegyezően alapuló tömegkommunikációs rendszer létrehozását pártolja, amely egy minden kötöttségtől mentes, a modern életet igazgató erők megértését szolgáló tudományos felfedezések közvetítésére alkalmas sajtó intézményén keresztül valósulhat meg. Dewey megítélése szerint a tudományt össze kell kapcsolni a kommunikációval. Olyan tudományt követel, amely megvilágítja céljainkat, elősegíti egymás kölcsönös megértését, és együttműködő cselekvést tesz lehetővé.

II. Az alapító atyák

A harmincas és az ötvenes évek között négy kutatói óriási tekintélynek örvendett, s hatásuk máig igen jelentős; ők alkotják azt a hírneves négyest, amelynek tagjai a matematikus–szociológus Paul Felix Lazarsfeld, a pszichoszociológus Lewin, a kísérleti pszichológus Hovland és a politológus Lasswell. Őket tekintik a kommunikációtudományok alapító atyáinak: az e területen folyó vizsgáldások számára hosszú évekre ők jelölték ki a kutatás kereteit.

E különböző tudományterületekről érkezett négy kutató meglepően hasonló intellektuális utat járt be. Mind a négyen nagyhírű egyetemre jártak, több tudományágban képeztek magukat, s néhány év gyakorlati tevékenység után elhagyták eredeti szakterületüket,

hogy a kommunikáció tanulmányozásának szenteljék magukat. Intézeteket alapítottak, hogy az ifjúság számára ezen új tudományágban képzést biztosítsanak; valamennyiük munkássága rendkívül termékeny volt, mind terjedelmes életművet hagytak hátra.

Lasswell, miután befejezte politikaelméleti tanulmányait a chicagói egyetemen – ahol ebben az időben Robert E. Park, Anton Carlson, Robert Redfield és Louis Wirth is tanított –, a propaganda technikájának tanulmányozásába fogott. 1927-ben megjelent könyve, a *Propaganda Technique in the World War* a propaganda vizsgálatában úttörő munkának számít. Kutatása homlokterébe az alkalmazott stratégiákat és az erőfeszítéseket mődozatait állította. A propagandát a következőképpen határozza meg: „a közösségi vélemények kezelése kifejező jelképek manipulálása révén”. (627) Lasswell hangsúlyozza, milyen hatalmas szerepet játszottak a tömegkommunikációs eszközök a nemzet tudat és a hazafiság kialakításában. Munkája során mindvégig sokat merít a társadalomlélektanból és a matematikai információelméletből. A propaganda vonatkozó kutatásai során inkább a kommunikáció tartalmára összpontosít, semmint a folyamatok és hatások megértésére és elemzésére. Munkájában kezdettől fogva a propaganda, valamint a magatartásformák és vélemények vizsgálata közötti kapcsolatot tekintti elsődlegesnek.

A négyes második, nem kisebb hatású alakja Kurt Lewin pszichoszociológus. E német származású kutató a berlini egyetemen végezte tanulmányait, Wilhelm Wundt irányítása mellett. A náciizmus előretörése arra kényszerítette, hogy az Egyesült Államokba emigráljon, ahol is az *Iowai Gyermekjóléti Kutatóállomásra* tá-

maszkodva kutatási programot indított el a csoportdi-
namika vizsgálatára. Lewin mindenekelőtt a csoporto-
kommunikáció sajátos problémái, továbbá a kommunika-
cióval összefüggő csoportmodellek iránt érdeklődött.
A csoportot élőlényként fogja föl, amelynek mindígy
bizonytalan összetartása ellentétes erők eredője. Meg-
alkotja a „pszichológiai mező” kifejezést, amelyet úgy
határoz meg, mint „együtt létező, egymással kölcsönö-
sen függésben állókként felfogott tények teljességét”.
Ez a mezőfogalom megkönnyíti az egyének objektív
vizsgálatát, s számot vet adott helyzetükkel. Lewin nem
tagadja a velünk született tényezők fontosságát, ám
mindenekelőtt a személyiség, a kommunikáció, az in-
terakció dinamikus oldala érdeklő. Munkái nemcsak a
kommunikáció vizsgálatába hoztak új elemeket, hanem
a későbbi kutatásokat is ösztönözték.

Carl Hovland azután fordul a kommunikációkuta-
tás felé, hogy kísérleti pszichológiai tanulmányoka-
végzett a Yale Egyetemen, Clark Hull irányításával.
Hovland az ő laboratóriumában kezd dolgozni, s a
asszisztense lesz. A háború előtt a magatartásformá-
alakulása érdekelte, s különösképpen a kísérleti pszi-
chológia. A háború kitörése után a gyógyőzés mód-
szereinek társadalompszichológiai kutatásával kezd
foglalkozni, nevezetesen a filmes dokumentumoknál
az újoncokra gyakorolt hatásával. Ekkortól végez meg-
figyeléseket az amerikai katonákon. Kutatásai hom-
lokterében a gyógyőzés áll. Ahhoz, hogy sikerüljön
valakit meggyőznünk, vajon egyértelműen kell-e érvel-
nünk, avagy éppen ellenkezőleg, fel kell-e kínálnun-
neki a *pro* és a *kontra* érveket egyaránt? Megvizsgálja
miként változnak egy csoporton belül az egyéni véle-
mények aszerint, milyen érvelésmóddal hatottak rájuk

A háború után a kutatócsoport kísérletei folytatódnak,
így vizsgálataikat kiterjesztik. Azt vizsgálják, miként
változik a gyógyőzés ereje a hallgatóság társadalmi jel-
lemzőinek függvényében. Megállapították, hogy a kö-
zönység aszerint reagál egy-egy üzenetre, hogy milyen
képe van tagjainak a közlőről: miként vélekednek hite-
lességéről, felelős voltáról, szándékairól stb. Úgy tűnt,
hogy az egyének – legalábbis kezdetben – jobban el-
tenállnak az olyan közlőtől származó üzenetnek, aki
nem ébreszt bennük kifejezett bizalmat.

Hovland munkássága a kommunikációkutatás kö-
zpontjába helyezte a kísérleti pszichológia mód-
szereit.

A négyes utolsó, s a kommunikációkutatás egészé-
szempontjából minden bizonnyal legnagyobb hatású
tagja Paul Felix Lazarsfeld volt. A bécsi egyetemen
folytatott matematikai tanulmányokat, majd hamaro-
san a közösségek kutatásával kezdett foglalkozni, s
szociológiai kutatásba fogott. A náciizmus ausztriai
előretörése arra kényszerítette, hogy már a harmincas
évek elején elhagyja Európát és az Egyesült Államok-
ban telepedjék meg. New Yorkba érkezvén azonnal
megrendelést kap a Rockefeller Alapítványtól arra,
hogy folytasson a rádióhallgatóságot érintő vizsgálatok-
kat. Az alkalmazott társadalomtudományokban szer-
zett tapasztalatából két olyan alapvető jellegzetesség
következik, amely nagymértékben befolyásolta az
Egyesült Államokban folyó kommunikációkutatást.
Mindenekelőtt sajtósági kutatási stílusát említjük:
behatóan ismerte a kvantitatív és a kvalitatív kutatás
területét egyaránt, amelyeket céljaival összhangban ké-
pes volt kiszélesíteni, átalakítani és felhasználni, szük-
ség szerint. Ezen kívül egyetemi kutatómunkájában

intézetére, a Columbia Egyetemen működő *Bureau of Applied Social Research* támaszkodott, amely a kommunikációkutatás egyik legjelentősebb fellelővára vált. Így Lazarsfeld mindenki másnál nagyobb szerepet játszott az akadémiai kutatás és a kommunikációkutatás kereskedelmi érdekelttsége közötti hid létrehozásában, össze tudván kapcsolni az elméleti kutatásokat és a konkrét problémák vizsgálatát.

Lazarsfeld tevékenységét sokan bírálták, különösen a frankfurti iskolához tartozó kollégái (nevezetesen Adorno), akik a lazarsfeldi vállalkozásnak csupán az adminisztratív oldalát látták. Ami Lazarsfeldet illeti, ő maga meg volt győződve eljárása megalapozottságáról. Teljes meggyőződéssel védte álláspontját, mely szerint a látszólag kereskedelmi megközelítés alkalmas lehet elméleti következtetések levonására. Egyébként viszonylag kevés figyelmet szentelt a statisztikai adatoknak (hány ember hallgatott ilyen vagy olyan adást).

A rádióval kapcsolatos munkájának kezdetén a közönségnek, valamint a tömegkommunikációs eszköz hatásainak a vizsgálata vonzotta. Szerinte az a műsor, amelyet az emberek választanak, legalább annyit elmond az egyénről, aki választotta, mint önmagáról. A következő lépés annak megválaszolása, miért éppen azt a műsort választották, majd pedig, hogy miként fogják hasznosítani az adásban hallottakat, s mindez hogyan befolyásolja viselkedésüket. Lazarsfeld nem csupán kitűnő tudós volt, hanem nagy szervező is: értékes munkatársakat tudott megnyerni intézetének, amely az Egyesült Államok egyik rendkívül nagyhatású kutatóközpontjává lett.

Az alapító atyák bemutatása után világossá válik, hogy a kommunikáció tudományának szülőhelye az

északi-amerikai földrész, noha a kutatók, illetve tanítványaik többsége is európai származású. Nem felejtendő el az a szó, sem nem Európával szembeni igazságtalanságról; mielőtt elhamarkodottan ítélnénk, gondolnunk kell arra, hogy az öreg földrészen ebben az időszakban egymás után két háború is pusztított, így nem voltak biztosítva az elmélyült kutatómunka feltételei. S ha ez a tudomány az Egyesült Államokban fejlődésnek indulhatott, ez nem Európa megkérdőjelezését jelzi, hanem annak konkrét bizonyítéka, hogy egy tudomány fejlődése a társadalmi-gazdasági tényezők függvénye.

III. A konszolidáció időszaka

A második világháború nagy hatással volt a kommunikációkutatásra. A háború idején végzett sokfajta vizsgálat – a propaganda hatásairól, a meggyőzési törekvésekről és egyebekről – egyrészt felkeltették a kutatók általános érdeklődését az alkalmazott társadalmi tudományok iránt, másrészt általában véve is hozzájárultak a társadalomtudomány presztízsének növekedéséhez. Ezenkívül a második világháború idején a médiumok, főként a rádió, bebizonyították, milyen erős hatást képesek gyakorolni közönségükre. Ettől kezdve nyilvánvalóvá lett, hogy számolni kell velük. Így a hozzájuk kapcsolódó kutatások is intenzívebbé váltak. Azok a kutatók, akik a háború alatt végzett tevékenységükkel jogos elismerést vívtak ki maguknak, egyetemi állásukhoz visszatérve gond nélkül folytathatták kutatásaikat. Ahogyan a kommunikációkutatás területe, felépítésében is önálló kutatási területté

alakult, úgy jöttek létre az első tanszékek. Ebben az időben a legnagyobb hatású kutató Hovland és Lazarsfeld volt. Az előbbi, a hadseregénél szerzett pszichológiai tapasztalatainak köszönhetően, irigylésre méltó kutatási lehetőségekhez jutott, mihelyt visszatért a Yale-re. Lazarsfeld a maga részéről továbbműködte az *Alkalmazott Társadalomkutatások Irodáját*, amely a Columbia Egyetem szerves része lett, számos tehetséges hallgatót és ifjú kutatót vonzott oda, így például Berelson, Merton, Klappert, Lowenthal, Herzogot, Coleman, Katzot.

1. Konfliktusok és konszenzusok

Ebben az időben azoknak a kutatóknak a többsége, akik már folytattak vizsgálatokat a kommunikáció terén, egyetért abban, hogy elfogadja: a kommunikáció tudományának a kommunikáció egész területét le kell fednie. Következésképp önálló tudomány létrehozásának sürgetük – ám ez nincs mindenkinek ínyére. Különböző problémák és konfliktusok jelentkeznek tehát.

Láthattuk, hogy a háború előtt a kutatók különböző tudományágak keretein belül kezdtek foglalkozni a kommunikáció vizsgálatával. A háború után egyesek visszatérvén eredeti kutatási területükhöz, saját diszciplínájuk integráns részévé kívánták tenni a kommunikációkutatást. Mások számára a kommunikáció a demokratikus berendezkedés jobb megértésének *par excellence* eszköze.

A háború előtti kutatások a propagandára, a meggyőzésre, a közvéleményre, a kommunikáció céljaira és hatásaira vonatkoztak. Ezért tűnt úgy, hogy bizonyos kutatók a kérdés politikai összefüggéseiről nem vettek tudomást.

Ugyanabban az időben különböző konfliktusok jelentkeztek a kutatók körében. A feszültségek egyik forrása a két nagy kommunikációs iskola megjelenése és hivatalos elismerése volt. A tény, hogy a Lazarsfeld és iskolája köré szerveződött *empirikus iskola* mellett megjelent a *kritikai iskola* is a „régí” frankfurti iskolához tartozó tudósokból álló kutatócsoport (Horkheimer, Adorno, Marcuse, Fromm nevét említhetjük), felfogásbeli különbözősége utal. P. F. Lazarsfeld első ízben a *Remarks on administrative and critical research* című munkájában különböztette meg az „administratív kutatókat” és a „kritikai kutatást”. (In *Studies in Philosophy and Social Science*, 1941, No. 9.)

Míg az első iskolát lényegében a kvantitatív módszer, a funkcionálizmus és a pozitívizmus jellemezte, a kritikai iskola hívei elemzéseik során azt a társadalmi kontextust helyezték előtérbe, amelyben a kommunikáció aktusa zajlik. Azon kutatók számára, akik ehhez az irányzathoz tartoznak, semmiféle kommunikációs elméletnek nincs értelme az egész társadalomra vonatkozó elmélet nélkül. A kritikai iskolát kezdetétől fogva erősen befolyásolták a marxizmus eszméi. Tagjai nagy hangsúlyt helyeztek annak az országnak a társadalmi, politikai és gazdasági kontextusára, ahol maga a kommunikáció végbement. Az őket mindenekelőtt foglalkoztató kérdések a következők voltak: „Ki ellenőrzi a kommunikációt?”, „Miért?”, „Kinnek a javára?” Mindez érinti a médiumok tulajdonosait, illetve összefügg a kommunikáció intézményeinek ellenőrzésével. Ennek az iskolának a hívei helytelenítik az empirikus iskola administratív jellegét, és szemére vetik, hogy túl nagy hangsúlyt helyez magára a kommunikációra, s elhanyagolja a történelmi és kulturális kontextust. Szerintük a

kontextus mellőzése eltorzítja a kommunikáció valóságát. Az empirikus felfogás védelmezői viszont a objektivitásért küzdenek, ők visszautasítják az objektivitást. A kommunikáció elméleti kutatásának konszolidálódását elősegítette bizonyos tényezőkonvergenciája, amelyek együttes megléte szükségeltetik egy új tudományág megszületéséhez, főként az egyetemi kutatás szintjén. Tudományos lapokat és folyóiratokat alapítottak, majd alapművek megjelentetését kezdték követni, amelyek egyrészt lehetővé tették a kutatók számára egy közös szaknyelv elfogadását, másrészt az egymással való kommunikálást és az eszmécsere körüli elterjedését. Ezenkívül az amerikai campusokon létrejöttek az első kommunikációs tanárszékerek, beindultak az első doktori programok.

2. A művek

A tudományág megszilárdulásához nagyban hozzájáruló, leghíresebb s azóta klasszikussá lett művek a következők: Lazarsfeld–Berelson–Gaudet: *The People's Choice* (1944), Merton: *Patterns of Influence* (1949) és Lazarsfeld–Katz: *Personal Influence* (1955).

2.1 *The People's Choice*

Ezt a vizsgálatot az 1940-es amerikai elnökválasztási kampány idején folytatták, amelyben a demokráciát Roosevelt és Wilkie republikánus jelölt álltak szembe egymással. A kutatók célja az volt, hogy meghatározzák: milyen különböző tényezők befolyásolták a választók döntését. A kiválasztott helysír az Ohio állambéli Erie megye volt, tipikus amerikai vidék, amely a megelőző elnökválasztások idején nemzeti szinten reprezentatív módon mutatta a választók

viselkedését. A kutatók munkájuk homlokterébe a média szerepét, különösképpen a rádióét helyezték. A kampány a rádióban rendkívül nagy nyilvánosságot kapott. (Meg kell jegyeznünk, hogy ez a vizsgálat a terület elterjedése előtti időben folyt.) A várakozással szemben a kampány alig volt hatással a polgárok választási szándékaira. A kutatóknak meg kellett állapítaniuk, hogy az azonos szociokulturális közegek tartozói, többé-kevésbé azonos szokású egyének erősen hajlanak arra, hogy a választáskor hasonlóan viselkedjenek. Ugyanakkor azonban ez nem jelentette azt, hogy a kampánynak semmiféle hatása sem lett volna, vagy hogy ne sikerült volna általa szavazókat elhódítani. Am a legényegesebb felfedezés az volt, hogy a kampány alapvető eredményeként egyeseknél az „eredeti” szándék megerősítése, míg másoknál a szunnyadó hajlandóság aktiválása volt megállapítható. Így tehát a médiumok relatív hatását mutatták ki, s a hangsúlyt a személyes kapcsolatok fontosságára helyezték, azaz felhívták a figyelmet arra a tényre, hogy a kommunikációs folyamat nem vertikális, felülről lefelé irányuló, hanem inkább horizontális. Első alkalommal jelent meg a *véleményformáló*, először tudatosult szerepe a kommunikációs folyamatban.

A *The People's Choice* vitathatatlan sikere megnyitotta az utat számos további vizsgálat előtt, amelyek a következő években alátámasztották következtetéseit.

2.2 *Patterns of Influence*

Robert Merton kutatása a közösségen belüli hatásmodellek megismerésére irányult.

Kezdetben egy országos hetilapnak az olvasói körében betöltött szerepét kívánták feltárni. Megállapították, hogy a hetilapot az egyes olvasók a városuk

életére gyakorolt befolyásuk mértékében másként élték meg, másként használták föl. A vizsgálat helye Rover volt egy kisváros New Jersey-ben. Az interjúk során a kutatók meglepő felfedezéseket tettek, amelyek igazították a véleményformálóra, valamint a közte és a tömegkommunikáció közötti kapcsolatra vonatkozó ismereteket. A befolyásos személyek meghatározása érdekében Merton azt kérte az interjúalanyoktól, hogy jelöljék meg azokat az embereket, akikhez információért vagy tanácsért fordulnak, ha valamely kérdésre választ keresnek. Néhány száz név merült föl, közülük néhány tucat több ízben is. A négyezer vagy annál többeszer említett személyeket befolyásosaknak, illetve vezetőknak tekintették. Végül úgy tűnt, hogy a „befolyásos” fogalomnak nincs megkülönböztető értéke, mivel többféle befolyás létezik. A vizsgált közösségben két alapvetően fontos fajtáját különítették el: a „helyi vezető”, illetve a „kozmpolita vezető” típusát. Az első leginkább a helyi problémák iránt érdeklődik, míg a második az úgynevezett külső problémák szakértője. A két vezetőtípusnak különböző médiafogyasztási szokásai vannak. Mindkettő nagy médiafogyasztó az első mindenekelőtt a helyi tömegkommunikációs eszközökhöz folyamodik, a másodikat pedig főként az országos kommunikációs termékek érdeklik.

A kutatók tehát arra a következtetésre jutottak, hogy nem minden területen tekintik ugyanazokat az embereket befolyásosaknak, s a vezetők kommunikációs magatartása érdeklődési körük függvénye.

2.3 *Personal Influence*

A vezetői képességgel kapcsolatos ismereteink, a személyek közötti kommunikációra és a tömegkommunikációra vonatkozó tudásunk Elihu Katz és Paul

Felix Lazarsfeld 1946-ban folytatott és 1955-ben publikált vizsgálatával is jelentősen gazdagodott. Felmerült az Illinois állambéli, hatvanezres lélekszámú Decatur városban, nyolcszáz nő körében végezték. A szerzőket leginkább annak meghatározása foglalkoztatta, milyen szerepet játszik a döntési folyamatban a személyes befolyás, illetve mekkora a médiumok hatása. E két tényezőt a következő négy területen mértek föl: marketing, divat, közügyek és mozi. Kiderült, hogy a nők döntéshozatalában a személyes kontaktus sokkalta nagyobb súllyal esik a latba, mint a médiuumok. Továbbá: az egyének könnyebben bíznak meg abban, akit ismernek, mint egy idegenben. Végül: az egyének közötti kommunikáció révén a vezető anélkül érheti el célját (tudniillik a meggyőzést), hogy ebből szándéka nyíltan kiteszték. A tömegkommunikációban a tartalomnak van döntően fontos szerepe, míg a személyek közötti kommunikációban a befolyás nemcsak annak alapján valósulhat meg, ami mondatik, hanem azáltal is, ahogyan mondatik; vagyis a hallgató személyisége ugyancsak meghatározó tényező. Itt is kiderült, hogy a véleményformálók a témák szerint mások és mások. A férjes asszonyoktól például gyakrabban kérnek tanácsot háztartási kérdésekben, míg a fiatal nőktől divat és filmek dolgában.

E vizsgálat bebizonyította, hogy a kommunikáció tartalma indirekt módon, közvetítő útján hat a hallgatóra; ám – a kutatók meglátása szerint – lehetséges, hogy a folyamatnak több szakasza van. Maguk a véleményformálók is néha mások véleményét vagy tanácsát kérik. A korábban Lazarsfeld, Berelson és Gaudet által végzett vizsgálatok eredményeit – hogy tudniillik a vezetők általában nagy médiafogyasztók,

ez a felmérés is alátámasztotta. A végső következtetés az volt, hogy a véleményformáló személyek kiválasztása nemcsak demográfiai szempontok (társadalmi státus, nem, életkor) szerint történik, hanem az olyan csoportok szerkezetének és értékeinek függvényében is, amelyhez a tanácsot adó, illetve az azt kérő tartozik.

2.4 Az ötvenes-hatvanas években élénk érdeklődés mutatkozott a szociálpszichológia-kutatásban magatartás-elmélet iránt.

A háború után Hovlandnak a Yale Egyetemen végzett kutatásai a magatartás-változásokra összpontosítottak. A Yale-en dolgozó kutatók – Hovland mellett ott találjuk Janis-t és Kelly-t is – fő célja az volt, hogy módszeresen feltárják a társadalmi kommunikáció hatékonyságát befolyásoló tényezőket. Hull tanulási kapcsolatos elméletét vallották.

Hovland úgy határozta meg a kommunikációt, mint „olyan folyamatot, amelynek révén az egyén (a közlési ingereket (leggyakrabban verbális ingereket) közvetlenül a célból, hogy megváltoztassa más egyének (a befogadók) viselkedését”. (Schramm 1948, 59) A befogadók viselkedést a magatartásformák fejlődésével magyarázták. Hovland számára nem kérdés, hogy a kommunikáció csupán egy sajátos eleme a tanulási folyamatnak, így az általánosan elfogadott kommunikációs modell – forrás, csatorna, üzenet és befogadó – a tanulási elmülethez kapcsolódik. A Hovland körül szerveződő csoport a magatartásváltozás kutatásán túl a közlési hatékonyságának, presztízsének elemzésével, továbbá annak vizsgálatával foglalkozott, miként enyészhet el az a presztízs az idő múlásával. Kimutatták: ha a meggyőzést célzó üzenet kevésbé hiteles forrásból ered, a közönség könnyen visszautasíthatja. Az üzenet nem

előveszteni a kibocsátása után idéz elő változást a magatartásformákban; néhány héttel később azonban a közönség a forrást már nem köti a tartalomhoz, s következtethet a változás. A kutatók ezt a jelenséget *deeper-effectnek, szunnyadó hatásnak* nevezték el.

Megállapíthatjuk, hogy a yale-i csoport kutatásainak két fontos hozadéka volt a kommunikációtudományok számára. Először is: a kísérleti pszichoszociológiai a kommunikációkutatás középontjába került, és jelentős hatást gyakorolt a magatartásformák kutatóira. Másodsor: a tény, hogy a tapasztalati kutatás a kommunikációvizsgálatban központi szerephez jutott, lehetővé tette, hogy a kutatást a meggyőzés és a magatartásváltozás kérdéseinek vizsgálatáról leválasszák, s ezáltal előbbre vigyék.

Történelmi távlatból nézve ma vitathatatlan, hogy a kommunikáció tudománya kezdetben kizárólagos fontosságot tulajdonított a tömegképzés kutatásának, a képre szorítván a történelmi, illetve kulturális megközelítést. Módszertani szinten e tudományt egyrészt a kísérleti kutatás, másrészt a mennyiség előnyben részesítése: az adatgyűjtés, a statisztikák felhasználása és a kvalitatív módszerek mellőzése jellemzi. Amikor a kommunikációtudomány kibontakozásáról, alapjainak megszületéséről beszélünk, meg kell jegyeznünk azt is, hogy a folyamat minden egyéb tudományágnál inkább hat a médiumok általi kommunikációra, s előidéz a kommunikációs forma és a személyek közötti kommunikáció szétválását.

IV. A jelen

Ma a kommunikáció tudományát gondolatok, eszmék, módszerek izgalmas forrongása, új elméletek születése, továbbá földrajzi értelemben vett bővülés jellemzi. A kutatás fellendülése paradox módon a hetvenes évek elejére datálható. Paradox módon, hiszen az ötvenes évek végén Berelson, a híres amerikai szociológus, számos, kommunikációval foglalkozó tanulmány szerzője a kommunikációtudományok állásánál lesújtó mérleget vont a meg. Pesszimizmusát az észak-amerikai földrészen akkoriban bekövetkezett sokféle esemény magyarázza. Gondolunk itt néhány híres kutató halálára (Leviére és Hovlandéra), illetve mellőzése (Lazarsfeld). Mindazonáltal Berelson jövődőlés-alaplatannak bizonyult; ellentétben azzal, amit megjósolt – tudniillik a kommunikációtudomány eltűnésével – már a hatvanas évek végétől virágzásnak indult ez a tudományterület, s határait mind jobban kiterjesztette.

A kutatást azért nem uralja többé egy „mindenható” eszme, s nem két iskola (az empirikus és a kritikai) létezése határozza meg, mivel a gazdasági, politikai és kulturális viszonyok teljesebb és elmélyültebb megközelítést tettek szükségessé.

A hatvanas évek elején – az addig végzett figyelemre méltó kutatások dacára – a kommunikációtudomány minden szintjén nagy még a bizonytalanság. Jelen van a tartalom szintjén csakúgy, mint a követendő módszer szintjén. Ugyanakkor a kutatók érzékeltek a kommunikáció megfelelőbb megértésének igényét. A behaviorista megközelítés fokozatosan háttérbe szorult, s átengedte helyét a történeti és kulturális jellegű kutatásoknak. Felbukkantak a múlt hiányosságait

istató elemzések, amelyek az elméleti megértés egyre növekvőbb igényével párosultak. Ezen új, sürgető szükségletek kielégítésére mind több egyetem hirdetett meg kommunikációs képzést, s világszerte növekedett azoknak a tudományos folyóiratoknak a száma, amelyek lehetővé tették a kutatók tájékozódását és együttműködését.

V. Különböző irányzatok

A kommunikáció tudománya kezdetben két iskola az empirikus és a kritikai – körül kristályosodott, amelyeknek főbb különbözőségei már a hatvanas években mindenki előtt ismeretesek voltak, később azonban a kommunikációs paletta egyre színesedett.

A kritikai iskola különböző irányzatokra bomlott; valamennyiük érdeklődésének középpontjában az intézményrendszer kritikája állott, mindenekelőtt a változások és a konfliktusok.

Azok a kutatók, akik a *politikai-gazdasági* nézőpontot részesítik előnyben, különleges hangsúlyt helyeznek a gazdasági tényezőre, s erőfeszítéseiket a médiumbirtoklás struktúrájának és a médiumok cselekvésmódjainak elemzésére összpontosítják. Leginkább a társadalmi ellenőrzés foglalkoztatja őket, de fontosabb számukra a változás, mint a rend fenntartása.

A *hegemonikus* megközelítés nincs túlságosan távol az előbb ismertettől, azzal a különbséggel, hogy az a megközelítést alkalmazó kutatók elemzéseikben kevésbé hangsúlyozzák a gazdasági tényezőt, mint az ideológiáit; kifejezésformái és túlélési mechanizmusai iránt érdeklődnek.

A *kulturális elmélet* és a *kulturális imperializmus* ugyancsak a kritikai iskola forrásaiból merít. Az első amely a birminghami egyetemen (*Centre for Contemporary Cultural Study*) jött létre, arra tesz kísérletet, hogy az átfogó elemzés igényével határozza meg a populáris kultúra jelentését a kulturális tapasztalat egészének keretében; nem kívánja tehát különállónak kezelni a kultúrát mint területet. Ami a *kulturális imperializmus* rendkívül nagyhatású elméleténél követőt illeti, ezek a kutatók a nyugati világ tömegkommunikációs termékeinek a fejlődő országokba való átültetését értik 'kulturális imperializmus'-on. Úgy vélik, hogy azon értékek, amelyeket ezekbe az országokba átültetnek, a kapitalizmus értékei, melyek megfontják a helyi jelleget, s közvetített üzeneteik révén gyarmatosítják a szóban forgó országokat.

Az empirikus iskola, eredeti célkitűzéseinek javára megőrizve, több ágra osztódott aszerint, hogy az egyes kutatók a hatás, a felhasználás, avagy a tartalom irányát érdeklődtek-e inkább.

A médiumok felhasználásának – felhasználás és kritika – elgátolása címével ellátott – kutatása a tudósok körében nagy visszhangot keltett. Ez az irányzat inkább azt vizsgálja, mit kezdenek a hallgatóság tagjai a médiumokkal, s kevésbé azt, milyen hatást tesz a média rájuk. A hetvenes évek folyamán intenzívebbé vált a médiahasználók elégedettségének kutatása. A kutatók összefüggéseket próbáltak teremteni a hallgatóság kérelmei és motivációi, valamint a média hatásai között. Napjaikban a kutatás tárgya főként a hallgatóság aktív részvétele az általa fogott üzenetek sajátos jelentés szerkezetének kialakításában. Különleges figyelmet szentelnek tehát az üzenetek befogadók általi deko-

lálásának. Ezt a dekolázási folyamatot vagy olyan pszichoszociológiai folyamatként fogják föl, amelyek során a felhasználó megfejt a tartalmat, vagy pedig olyan interaktív folyamatként, amikor a jelentések nem ké beleágyazódik annak a kontextusnak a kultúrába, amely dinamikájába, amelynek a felhasználó része.

Az empirikus vonalba tartozik az az irányzat is, amelyik az interperszonális kapcsolatok vizsgálatának kísérletén munkálkodik. Arról a kutatásról van szó, amely az újítások elterjedését veszi górcső alá. E megközelítés kiindulópontja lényegében a személyes befolyás meghatározó szerepe a terjesztésben; a kutatók innen próbálják vizsgálni az újítási folyamat egészét. Figyelmüket az újítások fokozatos elterjesztésére, valamint az adott újítások befogadását elősegítő tényezők empirikus megismerésére összpontosítván bizonyították, hogy az újítások elfogadásának folyamatában a kommunikáció döntő fontosságú.

A *kulturális* elmélet összekapcsolja a tömegkommunikáció tartalmát és az egyénekre, valamint a társadalomra gyakorolt (lehetséges) hatásait. Funkcionalista megközelítést alkalmazva lehetővé teszi a médiumok, különösképpen a televízióadások tartalmának és hatásainak kezelését. A kutatók alaptétele szerint a médium elősegíti, hogy a közönség valóságot alkosson és fogalmazzon meg magának. Úgy vélik, hogy a televízió, az észak-amerikai társadalom legbefolyásosabb médiuma széles körben uralja a szimbolikus környezetet, üzenete kizorítja a személyes tapasztalatokat. Ezen elmélet hívei bizonyítják, hogy a televízió hosszantartó hatást gyakorol a közvélemény alakulására, a magatartásformák, az ízlés, a preferenciák, egyszóval a közönség arculatának művelése útján – a 'művel' szót

ugyanabban az értelemben használják, mint egy zöld szék. A televízióban bemutatott világ kitalálható, illuzórikus világ, amelynek édeskeves kapcsolata van a való világgal. A képernyőn megjelenő üzenet lényegesen különbözik a valóságtól. A kutatók hosszadalmas elemzéseket szenteltek az erőszak, a nemek közötti egyenlőtlenség és a kisebbségek kérdésének, s rámutattak a televízió világa és a való világ közötti szakadékra.

A *függőségi* elmélet olyan szociológiai megközelítés, amely azt próbálja meghatározni, milyen körülmények hatására válik az egyén függővé a tömegkommunikációtól. Az irányzathoz tartozó elméletalkotó hangúlyozza: a médiumok rendszere és a többi társadalmi rendszer közötti kölcsönös függőség fokozódott. A különböző rendszerek közötti kölcsönös függőség érinti a médiumok tartalmát, s rajta keresztül befolyásolja az emberek tőlük való függőségét. Mindegyik fontosabb szolgáltatásokat közvetítenek a médiumok – mint például a hírek közzététele vagy a szórakozás – annál erősebben függnek tőlük az emberek. E függőség egyik következménye – így tartják a kutatók – hogy a médiumoktól legerősebben függő személyek azok, akiket hiedelmekben, elgondolásaikban általában is a leginkább befolyásolnak a médiahatások. Így például egy médiakampány során is sebezhetőbbek.

A *technológiai meghatározottság* egészen eredeti irányzatot képvisel a különféle megközelítésmódok között. „Kapcsolódás nélküli” elméletről van szó: a kezdet kezdetétől önálló utat javasol, nem kötődik a két meghatározó iskola egyikéhez sem. Az elmélet megalapozása Harold Innis és M. McLuhan munkásságához fűződik, akik jelentős szerepet tulajdonítottak

a médiának a kommunikáció folyamatában, sőt ezen túlmenően az egész társadalom megszervezésében is. Elemzésükben az egyes korszakok uralkodó médiuma által alkalmazott technológiának juttattak kiváló szerepet. Ezen irányzat hívei kiemelkedő figyelmet szentelnek tehát a társadalom által elfogadott kommunikációs rendszernek. McLuhan eredményeit, amelyeket korábban számtalanszor cáfoltak, a hetvenes évektől kezdték komolyan venni. Azt tanítják – egyesek számára túlságosan kevésbé „tudományosan” nyelvezettel –, hogy az uralkodó médium lényegesen azonosító jegyei megszabják, miként kell elgondolni és miként kell megszervezni az információt. Az irni-olvasni tudás (*literacy*) rendkívül gazdag elméleti foglalkozó kutatások a hetvenes évektől megjelentek e megközelítésből, amelynek valójában háttérben van: az első az irni-olvasni tudásnak a megismerést érintő hatásait helyezi előtérbe, valamint e folyamatnak ahhoz a kultúrához való viszonyát, amelyben az írástudó alany él. A kutatók szerint az alfabetizációt nem lehet a többi társadalmi gyakorlatról függetlenül értékelni, mert csak az adott kontextuson belül létezik. A második irányzat arra a kapcsolatra összpontosít, amely az alfabetizációt a hatalomhoz fűzi. Azt kutatja, vajon az alfabetizálás a hatalom terjesztésének módja, avagy inkább kihasználásának eszköze.

A harmadik megközelítés – amely közvetlenül Innis munkássága folytatásának tekinthető – az irni-olvasni tudás hatását vizsgálja egy adott korszak uralkodó kommunikációformájával való összehasonlításban. Ez a szemlélet a legösszetettebb, s egyben a kommunikáció tudománya szempontjából a legígéretesebb is.

A legutóbbi években mindkét kontinensen rendkívül fontos szerephez jutott a médiának a közvéleményben elfoglalt helyével kapcsolatos kutatás. E probléma körül kristályosodott ki az a megközelítés, amely az *agenda-setting*, vagyis 'naptár-összeállítás' nevet viseli. A tézis vallói szerint ugyanahhoz a problémához a közönség, illetve a politikusok által fűzött jelentéshierarchia között kapcsolat áll fenn. A média határozza meg az eseménynaptárt és a problémák rangsorát. E tétel alapjául az a feltételezés szolgál, amely szerint a média leglényegesebb feladata nem az, hogy megmondja az embereknek, *mit* kell gondolniuk, hanem az, hogy megmondja, *mire* kell gondolniuk. Minthogy a világban több esemény zajlik, min amennyit a közlők (a kommunikátorok) képesek bemutatni, felvetődik a válogatás szükségessége.

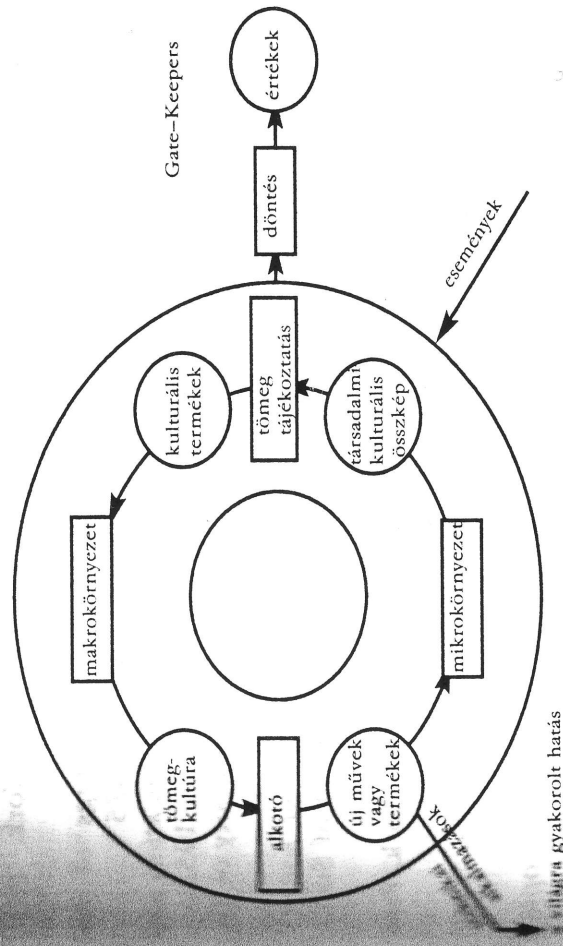
A problémastruktúráló tevékenység jelentősége különösen megnő például a választási kampányok idején. Ez a kutatási irányzat a hosszan tartó médiahatásokra összpontosít, s hangsúlyozza: e jelenségtől társadalmi-politikai kontextusban kell elemezni.

A *hallgatás spirálja* néven ismert másik irányzat hosszú távon vizsgálja a média szerepét a közvéleményformálásában. Az elméletalkotó Noëlle-Neumann feltevése szerint az egyének többsége a visszautasítás, a népszerűtlenné válástól való félelmében igyekszik azonosulni mások véleményével, vagy igyekszik a többségi véleményhez alkalmazkodni. Noëlle-Neumann szerint ebben a folyamatban jelentős szerepet játszanak a médiumok, hiszen a közönség tájékoztatásának legfőbb hivatkozási alapját képezik.

A. Moles nézetei egészen eredeti utat jelölnek ki arra ösztönöznek, hogy a szokásos ösvényről letérve

műveket gondolkozunk arról, mi is a média hozzájárása a társadalom számára. Szerinte a médiumok az úgynevezett „kulturémák”-on keresztül alakítják át a kultúrát. A kulturémák nem mások, mint új eszmék, amelyek egy média hajtotta szerkezetben keringenek. E rendszerben, amely „rendszerzi a kultúrát”, több állomást különít el. Ugyanakkor, mivel zárt körrel van szó, nincs kezdőpontja, helyesebben a kiinduláshoz alkotók: művész, tudós, irodalmár stb. jelenléte

1. ábra



kapcsolódik. Ők azok, akik új eszméket ötlenek ki és gyártanak, amelyeket azután a keringés különféle csomópontokhoz juttat el. A kulturémák végtelen hosszú lájstroma az ételrecepttől a legfrissebb tudományos felfedezésig terjed. Ez a tétel a tömegkultúra alapja.

Moles szerint a médiumok óriási szerepet játszanak a modern kultúrában, ők valójában a kommunikáció és a kultúra hordozói.

BIBLIOGRÁFIA

- BERGER, Ch. R., CHAFFEE S. H., *Handbook of Communication Science*, Newbury Park, Sage, 1987
- COOLEY, C. H., *Social organisation*, New York, Scribner, 1909
- DEWEY, J., *Human nature and conduct*, New York, Holt Rinehart and Winston, 1922
- HOVLAND, C. I., *Social communication*, Proceedings of the American Philosophical Society, 92(1948), 371-375
- HOVLAND, C. I., JANIS I. L., KELLEY, H. H., *Communication and persuasion*, New Haven, CT, Yale University Press, 1953
- INNIS, H., *The bias of communication*, Toronto, University of Toronto Press, 1953
- KATZ, E., *Communication research and the image of sociology*, *Convergence of two traditions*, American Journal of Sociology 65(1960), 435-440
- KATZ, E., LAZARSFELD, P. F., *Personal influence*, New York, Free Press, 1955
- LASSWELL, H. D., *Propaganda technique in the world war*, New York, Knopf, 1927
- LAZARSFELD, P. F., BERELSON, B., GAUDET, H., *The people's choice*, New York, Duell, Sloan & Pearce, 1944
- LEWIN, K., *The Research Center for Group Dynamics and Massachusetts Institute of Technology*, *Sociometry*, 8(1945) 126-136
- MCLUHAN, M., *Pour comprendre les médias*, Paris, Seuil, 1968
- MEAD, G. H., *L'esprit, le soi et la société*, Paris, PUF, 1963
- MERTON R. K., *Mass persuasion*, New York, Harper & Row, 1946

MOLES, A. A., *Sociodynamique de la culture*, Paris, La Haye, Mouton & Cie, 1967

HOBEL-NEUMANN, E., *Spiral of silence. A theory of public opinion*, *Journal of Communication*, 24(1974), 43-51

BRAMM, W., (szerk.), *Communications in modern Society*, Urbana, University of Illinois Press, 1948