



A mai reklám formái, kivált a tévében láthatóan muzeják a fent említett kulturális vonatkozásokat. A posztmodern kultúra lényegét segít megértenünk Jean Baudrillard (1983) munkája, főként *szimulakrum*-fogalma, amely arra utal, hogy már nem fontos kép és a valóság közötti különbség. A tömegművészet a pszéudo-valóság kimeríthetetlen kiáradásával szolgálhat, amely a tapasztalat pótléka, és sokak számára magát a valóságot nehezen megkülönböztethetővé válik. Az elképzelést jól példázza a *Timan-show* (1997) című film, amelynek egész cselekménye egy olyan valós szennély helyzéken fordul, aki életét egy képzeltbelei közösségről szőve, régóta játszott szappanopera cselekményén belül élte le. Ezek a kép és valóság összefonódásáról alkotott elképzelések a virtuális valóság eszközeivel is kifejezhetőek, amelyek a valós tapasztalatot szimulálással helyettesítik.

A posztmodern koncepció vonzereje abból fakad, hogy segít összekapcsolni a médiumok (közülük az új médiumok) tendenciáit alkotott számos meggyőző elképzelést, valamint abból, hogy a médiumok saját logikájának lényegét összegezi. Olyan szöveget is hasznosnak látszik, amellyel sokféle társadalmi változás összekapcsolható (például az osztálystruktúra felbomlása, a politikai ideológia hanyatlása és a globalizáció). De ezen kívül nincs saját lényege, említtésre méltó elemzési eredménye és valódi állandó jelentése. Ilyen megfogalmazásban mintha önmaga gúnyrajza volna.

#### TOVÁBBI OLVASMÁNYOK

- Altheide, D. L. és Snow, R. P. (1979) *Media Logic*. Newbury Park, CA: Sage.  
 Carey, J. (1989) *Communication as a Culture*. Boston, MA: Unwin Hyman.  
 Curran, J., Morley, D. és Walkerdine, V. (szerk.) (1996) *Cultural Studies and Communications*. London: Edward Arnold.  
 Ferguson, M. és Golding, P. (szerk.) *Cultural Studies in Question*. London: Sage.  
 Fiske, J. (1987) *Television Culture*. London: Routledge.  
 Kell, M. (1989) *Supermedia*. Newbury Park, CA: Sage.

## 6. ÚJ MÉDIUMOK – ÚJ ELMÉLET?

- Új médiumok és a tömegmédiá intézménye • 109  
 Az információs társadalom kibontakozása • 111  
 Az „új médiaelmélet” fő kérdései • 115  
 Egy „új médiaelmélet” lehetséges alapja • 116  
 Az információforgalom új mintha • 119  
 Számítógéppel kezeltetett közbeségképződés • 121  
 Politikai részvétel, új médiumok és demokrácia • 123  
 A szabadság technológiái? • 125  
 Az új egyenlítő? • 127  
 Következtetés • 128

### ÚJ MÉDIUMOK ÉS A TÖMEGMÉDIÁ INTÉZMÉNYE

A tömegkommunikációval kapcsolatos elméletet az új technológiák és alkalmazásuk fényében mindig újra kell értékelni. A 3. fejezetben felismertük olyan új médiafajták megjelenését, amelyek a nyilvános kommunikáció társadalmi-technológiai lehetőségeinek teljes skáláját kibővítik és megváltoztatják. Még nem történt lényegi átalakulás, és tül korai jóslógnak, milyen gyorsan és meddig terjed a változás folyamata. De fontos mérlegelni a lehetőséget és megvizsgálni a társadalom és a kultúra (már főtve) legfőbb kérdéseivel kapcsolatos várható következményeit. E fejezet középpontjában az a feltevés áll, hogy a médium nem pusztán meghatározott szimbolikus tartalom átvitelére vagy valamely csere során a résztvevők kapcsolatának megteremtésére alkalmazott technológia. Társadalmi viszonyok egy csoportját is megtestesíti, amelyek kölcsönhatásban vannak az új technológia jellemzőivel. Új elmélet valóságnak csak akkor szülehet, ha a médiatechnológiák társadalmi szerveződések formáiban vagy Carey (1998) kifejezésével „az ízlés és az érzés uralkodó struktúráiban” alapvető változás következnek be.

Az új információ- és kommunikációtechnológia legalapvetőbb jellemzője valószínűleg a *digitizáció*: az a folyamat, amelynek során minden szöveg (szimbolikus jelentés minden kódolt és rögzített formában) egy bináris kódra redukálható és ugyanazon gyártási, elosztási és tárolási folyamaton mehet keresztül. Ennek a médiatechnológiai tekintetében legszélesebb körben jelzett példaként követeleménye az összes létező médiumforma *konvergenciája*, a szerveződés, az elosztás és a szabályozás értelmezésében. Láthatunk, hogy eddig a tömegművészet számos különböző formája fennmaradt, megőrizte külön identitását, sőt felvirágzott. A tömegmédiá általános intézménye a társadalmi közélet sajátos elemeként szintén fennmaradt. Az „új elektronikus médiumok” kezdetben inkább a létező skála bővítésének, mint utódjának tekinthetők. Ugyanakkor arra is számítanunk kell, hogy a digitizációnak és a konvergenciának sokkal forradalmibb következményei is lehetnek.

Ennek bekövetkezése előtt nem tehetünk többet, mint hogy a múltban szerzett tapasztalatok és a jelenlegi trendek alapján elmélkedünk. Ha végiggondoljuk a médiatechnológiai kö-

centum 22. oldalán vázolt fő jellemzőit, úgy látszik, különösen az internetet a típus-meghatározás öt pontja közül háromban máris különbözték. Először is az internet nemcsak és nem is főként üzletekkel előállítással és terjesztéssel foglalkozik, hanem legalább annyira a feloldozással, a cserével és a díroklással. Másodsorban az új médiumok legalább annyira a magán-, mint a nyilvános kommunikáció intézményét alkotják és ennek megfelelően szabályozotak (vagy szabályozhatotak). Harmadsorban, működésük általában nem annyira professzionális vagy bürokratikus szervezeten, mint a tömegmédiumoké. Ezek az igen jelentős különbségek hangsúlyozzák: az új médiumok elsősorban abban egyeznek a tömegmédiumokkal, hogy széles körben elterjedtek, elvileg mindenki által felhasználhatók kommunikációra, és legalább annyira szabadok.

Számos kísérlet történt az új, különösen az internetben megtestesült médiumok jellemzésére, de ezeket gátolja jövőbeli felhasználásuk és intézményi formájuk bizonytalansága. Kommunikációbeli alkalmazásában a számítógéppel sokféle lehetőséget teremtett, de ezek egyike sem vált uralkodóvá. Posztmes és munckitársai (1998) a számítógépet „egyedülálló módon kötetlen rendelkezést” kommunikációtechnológiaként jellemzik. Poster (1999) hasonló gondolatmenetben a *meghatározalansággal* jellemzi az internet lényegét, nemcsak a sokféleség és a jövővel kapcsolatos bizonytalanság miatt, hanem azért is, mert alapvetően posztmodern természetű. A műsorszórás és a nyomtatás főbb különbségeire is rámutat, a következőképpen. Az internet magában foglalja a rádiót, a filmet és a televíziót, és „push” technikával terjeszti az információkat. A „pull” a kereslet, a „push” a kínlat irányította piac. Az internet

...áthágná a nyomtatási és műsorszórási modellek határait azáltal, hogy 1. lehetővé teszi sokak párhuzamosát sokakkal; 2. lehetővé teszi a kulturális életről egyidejű befogadását, módosítását és újbóli szétosztását; 3. kiszakítja a kommunikatív erőket nemzeti állásból, a modernitás territorializált térbeli viszonyából; azonnali globális kapcsolatot nyújt; és 5. a modernizációs modern alapvető háttérrel alkotó gépi apparátusba illeszti. (1999: 15)

Livingsone közműrebben fogalmaz: „Az interneten az új talán az, hogy egyesíti az interaktivitást azokkal a jellemzőkkel, amelyek a tömegkommunikáció esetében számítottak újdonságnak: a korlátlán tartalomkörrel, az elérhető nagy közönséggel, a kommunikáció globális természetével” (1999: 65). Ez a nézet inkább kibővítést, mint felváltást sugall.

Az új és régi médiumok közötti általános különbségeket részletesebben értékelhetjük, ha megnézzük a hagyományos médiumtípusokon belül található főbb – kivált a szerkesztés (és előadás), a kiadás, az előállítás és a terjesztés, illetve a befogadás érintő – szerepeket és viszonyokat. Röviden, a főbb hátsók a következők.

**Szerző.** Itt az interneten való elhelyezés, a számítógépes kiadványszerkesztés és hasonló autómű termek közzeitelnek számítanak, akkor több alkalom van a szerzővé válásra. Eddig értelemben a szerző státusát és munkájának elismerését a közzeitel jelentőség és helye, valamint a kapott nyilvános figyelem mértéke és jellege határozták meg. Egy magánlevél vagy egy vers megírása, fényképek készítése nem igazi szerzőség. A nyilvános elismerés és megbecsülés feltételei nem igazán változnak az új technológiával, és ma talán még nehezebb teljesíteni a nagy közönség és a széles körű ismeretség feltételét. Nem könnyű híressé válni az interneten a tömegmédiumok közreműködése nélkül.

**A kiadví szerzői folyamatok.** de a szerzőtől hasonló okokból bizonytalanabbá vált. Mostanáig a kiadví jellegzetesen üzleti cég vagy nonprofit közintézmény volt. Az új médiumok alternatív kiadví formákat nyitnak meg, a hagyományos kiadás céljéig lehetőségeket és

kihívásokat állítanak. Az első jelek szerint az utóbbi nagyon is tud alkalmazkodni a megváltozott helyzetekhez és hasznosítja az új technológiai lehetőségeket. A szerep lényegileg nem változik. A *kegyelmezés*, a szerkesztési beavatkozás és a szerzőség igazolása a főmunka bőségeinek és sokféleségének korában is szükséges marad.

**A gyűjtés és terjesztés szerepe** annyira változatosnak, hogy nem foglaltható össze néhány megfigyelésben. Mégis, úgy látszik, hogy alapvető változás zajlik. A konvergencia folyamata sok létező funkcióit és megkülönböztetési felszámolhat. A tömegmédiumok terjesztését a tér- és időkorlátok okozta gondok megoldására szervezték, hogy közel azonos időben egymásról távoli helyekre nagy mennyiségű információt juttassanak el fizikailag. E problémákat ma már lényegesen megoldották és az intézmény egy része elűnhet. A hagyományos hírlap túljelentései jóléte ez, úgy tűnik, nem történt meg. Mégis, az internet *szereplésének* tesztelése, anyagterjedése és fragmentáltsága jellege továbbra is kihívást jelent a tevékenység fenntartásával szemben.

Ami a *közönség* szerepét illeti, itt nagy a változás lehetősége, különösen a források és ellátók vonatközvetítésében a nagyobb autonómia és egyenlőség. A közönség tagja többé nem igazán egy tömeg része, hanem vagy egy maga által választott hálózati, vagy egy speciális közönség tagja, vagy épenséggel együtt. Ezenkívül a közönségaktívitás mértéke a befogadástól a keresés, a konzüció és az interakció felé billen. Ennek ellenére van bizonyíték a tömegközönség folyamosságára (lásd a 16. fejezetben), és a közönség még mindig igényli a kaputól és a szerkesztőtől útmutatást. Rice (1999: 29) utal a közönség erősen meggyarapodott választási lehetőségeinek paradoxonjára: „ma az egyének sokkal több lehetőséget közül kell választania, ehhez többet kell tudnia, és többet kell árnadnia, hogy a kommunikációt integrálni és értelmezni tudja. Az interaktivitás és a választék nem egyetemes előnyök, sok embernek nincs elég ereje, kedve, igénye vagy képzettsége ahhoz, hogy ilyen folyamatokba becsákozson”.

A különböző szerepek viszonyával kapcsolatban kivált a szerzők és a közönségszoportok vonatkozásában általános iszlást és nagyobb függetlenséget állapítanunk meg. Rice (1999: 29) megjegyzi, hogy „a kiadví, gyártó, terjesztő, fogyasztó és tartalomszemléző közötti határvonalak elmosódnak”. Ez kétségessé teszi, vajon továbbra is helyálló-e az *intézmény* elközelítése abban az értelemben, hogy valamely többé-kevésbé egységes, alapvető eljárásokkal és közös normákkal bíró társadalmi szerveződs. Az általános átrendeződésben inkább az a valószínű, hogy a médiaalkotók és a médiaalkotók közötti különbség az intézményi ütemezés megjelenséit fedezhetjük fel. Ezek alapját vagy technológiák, vagy meghatározott (a tájékoztató újsággal, játékkal, üzleti, pornográfával, idegenforgalommal, oktatással, szakmával stb. kapcsolatos) felhasználások és tartalmak alkotják majd, s nem lesz közös intézményi identitásuk. Ebben az értelemben a tömegmédiumok a jövőben elenyésznek.

## AZ INFORMÁCIÓS TÁRSADALOM KIBONTAKOZÁSA

A tömegkommunikációt – ha nem is teljesen azonosították, de – mindig szorosan összekapcsolták a mai nagyvételű társadalmak nyilvános kommunikációs folyamatainak többségével: a hír- és információterjesztéssel, mindentelje reklámmal, a közvéleményformálással, a különböző ügyek támogatásával, képviseletével, a propagandával, valamint a tömegszórakoztatással. Ez megtehetően széles skála, amelyet sok különböző hatás érhet és változhatnak, köztük kollektív ágensek, például kormányok, intézmények vagy cégek teretű éppúgy mint a technológia, a fogyasztási minik, a kultúra és az elemek és változásokból fakadó általános

tervezetlen dinamika. Hasonlatlan lenne külön vizsgálni valamennyi változási lehetőséget, kivált mivel valószínűleg összefüggenek egymással. Az információs társadalom fogalma a leginkább releváns és legfontosabb keret a mai társadalom különböző változati erőinek megértéséhez és kifejtéséhez. Valójában a lehetőségek közül ez az egyetlen elfogadható. A társadalmi-technikai és a kulturális változatról egyaránt elárul valamit, és mint említettük, a nyilvános kommunikáció minden vonatkozásában van jelentősége. Ezért fordítunk rá a nyilvános figyelmet kötetünkben.

Az „információs társadalom” kifejezés valószínűleg Japánból, az 1960-as évekből ered (Ito, 1981), bár származását általában a posztindusztriális társadalomra vezeték vissza. Ezt először Daniel Bell (1973) szociológus vetette fel, másik forrása pedig az „információs gazdaság” a közgazdász Machlup (1962) és Porak (1977) által kidolgozott elképzelése volt (lásd Schlemmer és Curtis, 1995). Bell munkássága ahhoz a hagyományhoz tartozott, amely a társadalomfejlesztést és a gazdasági fejlődést egymást követő szakaszokhoz kapcsolja. A posztindusztriális társadalom fő jellemzőinek a gazdaság szolgáltatói szektorának az ipari gyártás-hoz és a mezőgazdasághoz viszonyított erősödését, ezáltal az „információ alapú” munka előterbe kerülését találták. A gazdaság kulcsfontosságú tényezőjévé az elméleti (tudományos, szakértői, adatközlő alapozott) tudás vált, megelőzve a gazdaság (a vegyvi) fizikális formáit (üzem, földterület). Ezzel párhuzamosan egy „új osztály” bonakozott ki, a tudás és személyes kapcsolatok alapján. Úgy látszik, hogy a megfigyelt posztindusztriális tendék többsége a 20. század utolsó negyedében gyovsult fel. Mindennek információs termelése és terjesztése – kivált számítógépre alapozott technológiával – maga is gazdaság egyik fő szektorává vált.

Az információs gazdaság és társadalombeli jelenségeit aláfaszoztuk, egyre sokasodó bizonyítékokon kívül az „információs társadalomnak” még nincs egyezményes vagy tisztázott fogalma, bár sokan hasznos észrevételeket tettek. Melody (1990: 26–27) leírása szerint az információs társadalom egyszerűen olyan társadalom, amelyek mára „komplex elektronikus információhálózatoktól függenek és erőforrásaik nagy részét információs és kommunikációs tevékenységekre fordítják”.

Van Cuijlenburg (1987) szerint a fő jellemző a termelés és mindennemű információátvitel exponenciális növekedése, nagyrészt a miniatürizáláshóli és a számítógépesítésből eredő költségszokkenés eredményeként. Az átviteli költségek szokkenése tovább hajtotta az exponenciális növekedés folyamatait. A kommunikációs lehetőségek távolsg- és költéségérőkeny-nenciaális növekedés folyamatait. A kommunikációs lehetőségek távolsg- és költéségérőkeny-sége egyre szokken, sebességgük, volumenük és interaktivitásuk pedig egyre nő. A jelenlegi tendék fontossága ellenére azonban még nem igazán állapították meg, hogy a kapitalizmus fejlődésében való továbblépéssel szemben valamilyen forradalmi átalakulás következett volna a társadalomban (Schlemmer és Curtis, 1995: 26). Még mindig nincs bizonyíték a társadalmi viszonyok átalakulására (Webster, 1995).

Számos kommentátor hangsúlyozta, hogy az információs társadalom tendéjének eredményeként fokozódott a társadalom „összekapcsoltsága”. Neuman (1991) szerint ez „az egymást támogató új technológiák alaplogikája”. Ezt írja:

Az új elektronikus médiumok lenyegi jellemzője az, hogy mind egymáshoz kapcsolódnak. Azt láthatjuk, hogy kialakult az audio- video- és elektronikus szövegeztetés egyetemes, széleskörű hálózata, amely majd elharmadítja a személyes és tömegkommunikációt, illetve a nyilvános és magánkommunikációt megkülönböztetését. ... A végrehajtány ... interaktív pluri-izmus és a közlés személyre szabott ellenőrzése lesz. (1991: 12)

Néhány szerző (például van Dijk, 1993; Casells, 1996) inkább a „hálózati társadalom” kifejezést használja az információs társadalom helyett. Van Dijk (1999) szerint a modern társadalom a hálózati társadalomra való folyamatban van: „egy olyan társadalomforma lesz, amely egyre inkább a személti személti kommunikáció társadalmi kapcsolataiból fokozatosan felváltó vagy kiegészítő médiahálózatokba szervezi viszonyait”. A társadalom hálózati struktúráját a tömegtársadalom központ-periféria felépítésével állítja személti. Ez a struktúra a kommunikáció számos, egymást átfedő kötet- mutató, amelyeknek egyaránt lehet vertikális és horizontális tartománya. Az ilyen hálózatok alkalmassak a kiterjesztésre és az összekapcsolásra egyaránt. A hagyományos médiumok hasonló struktúrákat mutattak és mindent befogadó voltak.

Az összekapcsoltság gondolata a mai társadalom egy másik, széles körben kommentált vonatkozásával is összefügg: ez pedig a második valódi függőség magas fokú. A gondolat korábban új: ez volt az alapja Durkheim munkamegosztásra vonatkozó észzázados társadalomelméletének. De korunkban vitathatatlán minőségileg változás tapasztalható, amelyet az eredményezett, hogy az információtechnológia be-behatol az élet minden területébe, különösen oda, ahol az emberi cselekvést intelligens gépek váltják fel. Giddens (1991) emeltele ki azt a problémát, hogy a normális életfeltételek fennmarása tekintetben mennyire különbözöl a szakértői rendszerekbe kell vetnünk a bizalmunkat. Az is egyre inkább tudatosul bennünk, hogy sokféle (egészségügyi, környezeti, gazdasági, katonai) kockázattal kell szembe néznünk, amelyekre a nyilvános információforrás segít felismenni, ugyanakkor információ-óra támaszkodva kezelhetők. Ezenkívül mintha a mai társadalom „kulturáját” – a lényeges kötelezettségektől mentes idő elbőltésének szellemi és szimbolikus foglalkozottságai és szokások módjai hagyományos életmódban – nagyrészt az információs szolgáltatások hada uralná. Lészet, hogy még mindig a tömegmédiumok vannak többségben, de egyre több új információ és interaktív választási lehetőség kínálkozik.

Az „információs társadalom” fogalmának figyelemre méltó, bár megfoghatatlan dimenziója, hogy a társadalomelmélet, politikuskok és újságírók emyire széles körre ismeri el és foglalkozik vele mint az életünk területi szolgáló társadalom találo megnevezésével. A mai társadalmi öntudat részét alkotja, s néhány változatban szinte új világnézet. Például de Mue (1999) a most zajló áttörést a mechanika 17–18. századi fejlődéséhez hasonlítja. Ezt írja:

Míg a mechanikus világnézet az elemzőtevétség, a törvényesség és az ellenőrizhetőség posztulátuma, addig az információtözpontú világnézet a szintetizálhatóság, a programozhatóság és a manipulálhatóság posztulátuma jellemzi ... alapvetően változatiya meg az emberi tapasztalator és a valóság értékelését, a valóságához kapcsolódást.

Mások számára az informatizálás a mindenkire kiterjedő haladás és egy korlátlan láthatárártó jövő új vízióját vetíti előre, többé-kevésbé a már meglevő modellünk folytatásaként. Elképzelt cipel némi ideológiai terhet hajtamos a kor egyes tendéit (például a tudományba és a csúcs-technológiába mint a problémák megoldásának lehetőségeibe vezet hite) igazolni, másokat (kivált az osztályokkal és egyenlőtlenséggel kapcsolatos ideológikus politikák) kétségbe vonni. A kommunikációs szabványok és folyamatait, valamint a változás mennyiségi dimenzióit hangsúlyozza tomppítja az „csézés” pontos tartalmát és célját. E tekintetben a posztmodernizmus-hoz is kapcsolható (lásd a 106–108. oldalon). Legáltalában annyit nyilvánívaló, hogy nagyon szer-vezéző értelmezések lehetnek.

Azt is érdemes kiemelni, milyen nagy mértékben tárgyiasította az információ a mai gondolkodás. Schenker és Curtis (1995: 212) hangsúlyozza, hogy az „információ ideája” megveti az információ társadalom alapját és vezérli a nyelvet, arculynak segítségével kihatmozunk az értelmét. A lényeg az, hogy milyen könnyen eljuthatnak az címberck az információ *idejének* tekintéséig. Tehát beszélhetünk információparadoksról, leírhatjuk az információhoz jutással kapcsolatos jogokat. Az információ társadalom elsősorban ezen és az információhoz jutással kapcsolatos jogokra. Az információ társadalom elsősorban ezen terminusok szerint értelmezzük. Az efféle szótváros észrevételek szótvárosságra ellenére azonban az információ társadalom fogalmát gazdasági, szociológiai, földrajzi és technológiai megfontolások uralták. A kulturális dimenziókat viszonylag elhanyagolták, ha nem vesztük figyelembe az információ és a szimbolikus teremtés nagy mértékének felismerését, illetve nem számítjuk a posztmodernista gondolkodást e tekintetben házagótlónak. A mindennapi élet minden részletére kiterjedő „információs kultúra” kibontakozását könnyebb lehet szemléltetni, mint egy információ társadalom valóságát.

E fejlemények és a tömegműveltség összefüggését néhány vonatkozásban már megvizsgáltuk. Világos, hogy az „információs gazdaság” jóval szélesebb, mint a tömegműveltség önmagukban, s a szóban forgó elsődleges információtechnológiák nem a nagyközönséghez szűzly nyomatott anyagok tömegtermelésére és terjesztésére, vagy a műsorszórással, elektronikus felvétellekkel történő tömeges terjesztésre szolgáló technológiák. Mondhatnánk, hogy az „információs kor” szűletere, bár a tömegkommunikáció előrevetete, egy új és különálló történeti útvonalat jelez. Bizonyos, hogy a tömegműveltség helyszere már a feltételezett információ „forradalom” előtt megszűnt, és inkább az ipari kor részének, mint az utódjának tekinthető. Készenlévő számszám olyan hang is van, amely megköszönheti a tömegműveltség halálát, épp azon új információ technológiák kibontakozása miatt, amelyek állítólag elavultá teszik őket (például Maisel, 1973).

Rövid távon nem várhatunk egyértelmű választ erre az elméleti talányra, s addig is észleljük a tömegműveltségnek valamely nagyobb trend legáltalós szervezete részeként vizsgálhatjuk. Amint az előző fejezetben látnak, van a kommunikációtechnológiai determinizmusnak egy olyan nagy hatású iskolája, amely feltételezte, hogy a közölt tartalom természetét, hatását és az általa teremtet viszonyokat illető jelentős következmények a technológia éppent „uraló kód” formából erednek. Ezt a tézist először a nyomtatással kapcsolatban dolgozták ki, majd kiterjesztették a sugárzott televíziós vizsgálataira, és legáltalósban ennyire van értelme megvizsgálhat azon kommunikációs technológiák esetét, amelyek több szempontból is újnak számítanak. Everett Rogers (1986: 9) – aki magát „a gyenge technológiai determinizmus híveként” jellemezte – az új technológia három sarkalatos vonását határozta meg: 1. innovatív-ként, 2. individualizálta, tömegrelemlent természetű és 3. „az új kommunikációs rendszerek átszínként jellege” (az utóbbi azt jelenti, hogy már nem időtűz kötetek). A különbözőek ellenére az „új műveltség” a régi tömegműveltséghez igen hasonlóan alkalmazhatók és hasznosítják az értékesítésben, a reklámban, a propagandában, meggyőzősében és még számos területen.

A korbanban említett konvergencia azt is jelenti, hogy az új műveltségeket gyakran a „régik műveltsége” meghatározta, azzal azonos célokra használják. Néha úgy tűnik, hogy épp a hagyományos tömegműveltség alkotják az új műveltség terjedése mögött legnagyobb előrevívó hajlót. A kereszthivatkozásokkal és kölcsönös támogatással megteremtett kapcsolatok száma egyre nő, és a multimédia-változatokban a régi és az új műveltség birakodása és szervesződése is összefonódik.

Az információ társadalom fogalma az elemzés segítőjeként nem vált egyetemesen elfogadottá, olyan okokból, amelyek részben már magyarázhatók. Közvetlen probléma a politikai dimenzió hiánya, hiszen létszólag nincs politikai célja magyarázat, csak saját (neki tulajdonított) szélsőséget foglalkoztat (van Dijk, 1999). Önmagában ez kimondatlan ideológiai torzítást jelent a technokratikus és túlszabadd piac végelemények iránt. Emnyben legáltalós megfigyelhet az időskorralakódó szellemének a populáris és „nyugati” értelmiség körökben egyaránt.

## AZ „ÚJ MÉDIAELMÉLET” FŐ KÉRDÉSEI

Ha a fent vázolt információ társadalom elméletnek megfelelő változásívét feltételezünk, számos kérdés kerül előtérbe. Mint nyilvánvaló lesz, ezek a kérdések nem egészen újak, de a média technológiai változás fényében újra megvizsgálhatók. Azt is fontos mérlegelni, mennyiben hoz létre az új technológia most vagy később alapvető törésvonalat, mátkial a tömegkommunikáció régebbi elmélete veszt jelentőségéből. A 4. fejezetben a tömegműveltség három nagyvonalon tégg szempont szerint vizsgáltuk: a *háatalom és egyenlőség*, a *társadalmi integráció és identitás*, valamint a *társadalmi változás* vonatkozásában. Bizonyos pontok az új műveltség társadalmi nézőpontjai ugyanezen témákhoz kapcsolva tárgyalhatók (McQuail, 1986).

Hamarosan világossá válik azonban, hogy bizonyos kérdésekben a korábbi elméleti feltételek nem nagyon illeszkednek az új médialelmélethez. Például a hatalom tekintetében sokkal nehezebb *elhatározni* az „új műveltsége” a hatalom birtoklás és gyakorlati szerinti. Sem tulajdonuk nem határozható meg annyira egyértelműen, sem elérésük nem monopolizált olyan módon, hogy könnyen ellenőrizhető volna az információ tartalma és áramlása. A kommunikáció nem egy jellegzetesen vertikális vagy centralizált mintza szerinti, a társadalom „legáltalós körleiből” vagy „középből” áramlik.

A hozzáférést széles körben lehetőséges valamely távközlési központra vagy hálózatra keresztül adó, vevő, tétlen szemlélő vagy résztvevő számára egyaránt. Nem lehet jellemezni az információáramlatok hatásának uralkodó „irányát” vagy részrehajlását, bár az új „csatornák” számára elérhető szabadságok kértése korántsem rendezett. Bizonyos vonatkozásokban növekszik ahogyan a terjesztésük útjára túlszámnyalja a szabályozását, de jelentős lépések történnek annak érdekében is, hogy a jog, a szabályozás és erősebb társadalmi ellenőrzés, illetve a nagyvállalatok irányította médiaszerveződéskörbe vonják. Jelenleg nem mondhatjuk, hogy az új műveltségeket egy uralkodó osztály birtokolja, s annak érdekeit szolgálják, még akkor sem, ha eltrésztben és használataikban vannak osztályösszefüggő egyenlőségek, és a nagy vállalatok csoportok igyekszik tulajdon szerinti az új műveltségeket.

Az *integráció és identitás* kérdéseivel kapcsolatban a foglalmi szerző nagyon hasonló ahhoz, amellyel korábban foglalkoztunk. Ugyanaz a tégg kérdéskör, hogy az új műveltségeket a társadalmi fragmentáció vagy kohézió erősíti-e. A felvetődő konkrét kérdések azonban empirikusan eléggé különbözőek és elérő elemzési szinteken is jelenkeznek. Nem lehet és nem is esszert jellemezni vagy mennyiségileg megfogalmazni az új műveltségeket – bárhogyan is határozzák meg őket – jellegzetes „tartalmát”, mert az változatos és a régi elemelenben nincs közönsége”. Tehát nem lehet megfogalmazni hipotéziseket a hatásirányról.

A tömegműveltség korábbi vizsgálatai szempontjai szerint az alap a nemzeti állam, amely általában egybevető a tömegműveltség által kiszolgált területtel. (Lehet régió, város vagy más politikai-közigazgatási övezet is.) Az identitást és a kohéziót nagyrészt földrajzi terminusokkal határozzák meg. Ennek oka részben a technológia (fizikai távolság és idő által korlátozott)

formája volt, de más tényezők is szerepet játszottak benne. Az „új médiumok” körében említett jellemzői megzavarodták Öcser a tervezés földrajzi korlátjától, így megnyitják az azonosulás és a hálózatalakítás alternatív alapjait. A legfőbb kérdések többé nem korlátozódnak a már meglévő társadalmi viszonyokra és identitásokra.

A társadalmi változás lehetőségét tekintve központi kérdés marad, hogy a kommunikációtechnológia maga is a változás mozgatóereje-e, amely módosítja a társadalmi és kulturális tapasztalatokat. Az új kommunikáció, mint a tervezett gazdasági vagy társadalmi változás mozgatóereje lehetőségének kérdését azonban felül kell vizsgálni. Első látásra nagy különbség van a tervezés fejlesztés céljai érdekében a tömegtájékoztatás és meggyőzés eszközeiként vs. szisztematikusan alkalmazható tömegmédiumok és az új technológiát jellemző nyitott, nem célzatos felhasználások között. Szakalatosnak látszik, hogy az adó (az információ kibocsátója) már nem irányíthatja és ellenőrizheti a tartalmát.

Ezzel azonban megismétlődne a tervezett fejlesztés korai mozgatóerőinek az a hibája, hogy feltételezzék: a változás elérhető kívülről, tekintélyre és felsőbb szakértelmre alapozva. Lehet, hogy a részvételt inkább támogató médiumok éppen annyira vagy még jobban alkalmazhatók a változás elérésére, mint a tömegmédiumok, mert bevonóbbak, ugyanakkor rugalmasabbak és információban gazdagabbak. Ez illeszkedne a változási folyamat fejlettebb modelljehez (Rogers, 1986). A probléma azonban nem a technológia természetéből fakad, hanem a hozzáfűtés továbbra is fennálló anyagi akadályából. Lehet, hogy a „fejlesztés” folyamata még mindig meg kell előzze az új médiumok alkalmazását – éppen úgy, ahogyan a régi médiumoknak is közönség kellett ahhoz, hogy hatásuk lehessen.

## EGY „ÚJ MÉDIAELMÉLET” LEHETSÉGES ALAPJA

Mint Rice és munkatársai (1983: 18) rámutattak, „elkerülhette a figyelmet, hogy a kommunikáció csatornája éppolyan fontos változó lehet a kommunikációs folyamatban, mint a forrás, az üzenet, a vevő és a visszacsatolás”. A Torontói Iskola munkájára utalva hozzéteszik: „Nem kell technológiai determinizálnak lenni annak elfogadásához, hogy a médium alapvető változó lehet a kommunikációs folyamatban. Ennek ellenére még mindig nagyon nehéz megragadni bármely adott médium „lényegi” jellemzőit, és nem valami szilárd az „új” és „rég” médiumok különválasztásának alapja sem.

A fő probléma az, hogy a tényleges tapasztalatban nehéz megkülönböztetni a csatornát vagy médiumot az általa hordozott jellegzetes *interaktív* vagy jellegzetes *felhasználói* vagy *használati kontextusától* (orthon, munkahely, nyilvános hely). Épp ez a probléma telepedett rá a különböző „hagyományos” médiumok mint kommunikációs csatornák viszonylagos előnyével és lehetőségeivel kapcsolatos korábbi kutatásokra. Ez azonban nem azt jelenti, hogy nincs fontos különbség vagy némi – épp most formát öltő – szakadás a régi és az új között. Pillanatnyilag azonban nem tekinthet többet valószínűnek tűnő feltevések megfogalmazásánál.

Nemrégben Rice (1999) állította, nincs sok haszna, ha az egyes médiumokat sajátos tulajdonságaik szerint próbáljuk jellemzeni. Elhelyett a médiumok jellemzőit általánosságban kellene tanulmányozni, hogy lássuk, hogyan „jeljesznek” az új médiumok. A médiumok szembeállításra és összehasonlításra hajlamos „ideálistípus” egy médium bizonyos vonásait (például szemléli szembeni kommunikáció vagy a hagyományos könyv erőnyel), miközben nem szaról a pozitív és negatív következmények paradoxonával.

Az „új médiumok” kategória változatosága és folyton változó természetük nyilvánvalóan korlátozza a „következmények” vonatkozó elméletek kidolgozását. A technológiai formák száma egyre nő, de gyakran ideiglenesek. Hasznos lehet, ha az „új médiumok” négy fő kategóriájában gondolkodunk, amelyek bizonyos csatornahasonlóságokban osztoznak, és felhasználás-, tartalom-, illetve kontextustípusok szerint megközelíthetők a következőképpen különbözhetnek meg:

1. *Személyközi kommunikációs médiumok.* Ide tartozik az (egyre inkább mobil) telefon és az elektronikus levél (elsősorban a munkában, de egyre személyesebbé válik). A tartalom általában magánmatterszerűt és rövid életű, a kialakított és megértett kapcsolatok fontosabbak lehetnek, mint a közötti információ.

2. *Interaktív járó médiumok.* Ezek főként számítógépes és videójátékok, valamint virtuális valóság eszközök. Nem biztos, hogy ésszerűt Öcser a „rég” médiumokhoz” hasonlítani, bár van benne kommunikáció, hasonló technológiát használnak és „funkcionális alternatívák” tekinthetők a médiumok bizonyos felhasználásaival szemben. Ha mégis elvégezzük az összehasonlítást, a fő különbséget az interaktivitásban és talán a „folyamatból” eredő örömlésnek a „használatból” eredő örömlés feletti urihában találjuk (lásd a 329. oldalon).

3. *Információkeresési médiumok.* Ez táj kategória, de a minden eddigieitől nagyobb, naprakészebb és elérhetőbb könyvtárak és adatforrások tekinthetnek internet/világháló a legjelentősebb példái. A (portnográfától a tudományos tájékoztatásig terjedő) tartalom és a használati motíváció sokszínűsége azonban a különféle alternatív technológiák használatának vizsgálódásból következményein túl lehetetlene meg bármely használati jellemzőt. Az interneten kívüli a telefon is egyre inkább az információszerecsatornája, akár csak a sugárzott televízió és a rádiótvétől kezdve épülő adatszolgáltatások. Az új információcsatornák és más elérhető (új vagy régi) források között nehéz különbséget tenni, bár az *interaktív* mérések, ezáltal a rugalmasság és a „felhasználói” autonómia a leghasznosabb megkülönböztető változó lehet.

4. *Közlékvé, részvételi médiumok.* A kategória kívül az internet-információk, gondolatok, tapasztalatok megosztására és cseréjére, aktív (számfőgéppel közvetített) kapcsolatok kialakítására való felhasználásait tartalmazza. A felhasználások köre usztán instrumentálisról az affektív-érzelmiig terjed. Itt az interneten kívüli a videó- és telefonkonferencia fontos, bár ezek nagyrészt a munkakörnyezetre korlátozódnak.

A tipológiában megmutatózó sokféleség megnehezíti, hogy használható összegeztet adjunk azon médiumjellemzőkről, amelyekkel csak az „új” médiumok bírnak, vagy amelyek mind a négy kategóriánál alkalmazhatók. Felmutathatunk azonban bizonyos dimenziókat vagy változókat, amelyek fontosak és az egyéni „felhasználó” nézőpontjából segítenek megkülönböztetni az „újakat” a „rég” médiumoktól. Ezek a következők:

- Az *interaktív* mértéke, amelyet a forrás/adó „ajánlatra” adott felhasználói válaszok vagy kezdeményezések aránya mutat.
- A felhasználó által megélt *rácsas jelenléti* (vagy *szociabilitás*): a médium alkalmazásával másokkal kialakítható személyes kapcsolati érzése (Shorr et al., 1997; Rice, 1999). Ez a „nédiagraduáció” is utal: arra, hogy a médiumok mennyire kötik össze a különböző érzelmi mértéki vagy vonatkoztatási rendszereket, csökkenti a bizonytalanságot, adnak több fogódzót, hatnak több érzésre és mennyire személyesek.
- Az *autonómia* mértéke. Az a kérdés, hogy érzé-e a felhasználó a tartalom és a felhasználás – a forrásról többé-kevésbé függetlenül – az ő ellendézése alatt áll.

- **Ajátékoság** mértéke, amely részben a hasznossággal és célszerűséggel szembeni szórakozási, élvezeti felhasználásra, részben a magából a technológia felhasználási folyamataból eredő élvezeti lehetségségre utal.
- A médium használatával és/vagy jellegzetes vagy válaszított tartalomával átirított **személyiség** mértéke, vagyis hogy mennyire személyre szóló és egyedi.

Pense és Dunn (1998) szerint az otthoni számítógépek és más médiumok használatával kapcsolatos kutatások azt mutatják, hogy bármely kommunikációs szükségletről szóva az előbbieket alig említeték. Megállapítják, hogy „a számítógép még mindig nem a médiumokkal kapcsolatos szükségletet kiszolgáló elsődleges csatorna. Sőt, a tömegkommunikáció leggyakrabban említett felhasználása az, hogy elfoglaltságot, időöltésről szolgál”. Ezeket a jellemzőket a tömegmédiumok Rubin (1984) által meghatározott „rituális” felhasználásához hasonlítják, amelyek különböznek a sajátos tartalomtól fákadó örömtől.

Az internet mint tömegmédium fogalmát Morris és Ogan (1996) próbálta kialakítani, mégpedig a közönség nézőpontja felől közelítve. Szembetalálkozunk azzal a nehézséggel, hogy az internet nagyon tagolt, s a kommunikációs tapasztalat megjelölésén különböző látást kínál. Tehát nem válik el egyértelműen az átlagos tömegmédiumoktól, és a szokásos megnevezés szerint maga sem tömegmédium. Ez nem pusztán arányok kérdése, hanem azt is határozza meg, hogy nem rendelkezik a tömegmédiumok intézményes jellemzőivel, többek között nyilvános identitással és professzionális mivissal. Morris és Ogan napirtandó tétl a felhasználás és öröme, a részvételi mértéke és fajtája, valamint a térségi jellegt fogalmát, de úgy vélik, nincs elég kutatási eredmény ahhoz, hogy az internet mint médium lényegi jellemzőivel kapcsolatban bármilyen helytálló következtetésre juthassunk.

Lindlof és Schanzler (1998) a közönség elmozdulásából kiindulva közelítést kínálnak, magyarázva formáinak változosságát, amelyek feloldják a hírt- és levelezőcsoportokat, a számítógépes tereteket, a webhelyeket és így tovább. Nézetük szerint a számítógéppel közvetített kommunikáció különbözik más médiumok használatától, mert átmeneti, multimodális, használatát kevés viselkedési szabály irányítja, és nagymértékben lehetővé teszi „a tartalom végfelhasználói manipulálását”. Nem fontos a forrás holtléte, ami „a civil élet, a közös társulás és a kultúrák földrajzi határok fölötti mentes kapcsolatának új lehetőségeit nyújtja, ugyanakkor teret nyit a leplezeten szexuális tartalomnak, a gyűlöletbeszédnek, a hírszelvények és gyerekeket megélező alkoholkélményeknek”.

A bizonytalanságok ellenére fölvehetjük, hogy a „régiekhez” hasonlóan az új médiumok általában lehetnek interaktívabbak, nagyobb térségi jelenlétük, személyesebbek és nagyobb autonómiát adók. Esztétikában játékoságra is nagyobb a lehetőség, amennyiben a játék – akár emberekkal, akár gépekkel – interaktív. Marad azonban néhány kérdéssel azzal kapcsolatban, hogyan kellene értetni e megjelölésen elvont minőségeket a médiahasználat kontextusában.

Konkrét példát szolgál a szociabilitás és az interaktivitás lehetősége. Bár igaz, hogy a számítógép embertel köti össze, használata magányos viselkedést, egyéni válaszokat és válaszokat, gyakran névtelenséget von maga alá. Az új kommunikációs gépek teremtete vagy közvetítette kapcsolatok gyakran átmenetiek, sekélyesek, elkövetlenség nélküliek. Nem annyira a modern elemek tulajdonított individualizmus, gyökértelenség és magány ellenszerének, mint inkább a térségi elemek érinkezéséig úgy mondva, ez szabott formának elérése felé mutató logikus fejleménynek tekinthető. A számítógéppel közvetített kommunikáció művelésének és élvezetének kulturális következményei tehát lényegében posztmodern jellegűek.

## AZ INFORMÁCIÓFORGALOM ÚJ MINTÁI

A tárgyaló változások hatásait egy másik hasznos módon is vizsgálhatjuk, ha az információforgalom alternatíváit felfedjük és egyensúlyban gondolkodunk. Két holland távközlési szakértő, J. I. Boredeijk és B. van Kaam (1986) kidolgozott egy olyan modellt, amely segít tisztázni és közelebbről megvizsgálni a zajló változásokat. Négy alapvető kommunikációs minőségnek le és megmutatják, hogyan kapcsolódnak ezek egymáshoz. A minőségek az *allokáció*, *beszélgetés*, *konzultáció* és *regisztráció* elnevezést adják.

### Allokáció

Az allokáció esetében az információkat egy központi, egyszerre osztják szét sok peremhelyezett vevőnek. Ez a minta számos ismert kommunikációs helyzetet érvényes az előadástól, egyházi szertartástól vagy koncerttől (ahol a hallgatók vagy nézők fizikailag vannak jelen egy előadóteremben) a műsorszórás helyzetéig, amelyben a rádió- és tévéüzemeltetők nagyszámú, szétszórtan elhelyezkedő egyén egyszerre veszi. Az allokáció (a szó latin eredetű, a római hadvezér összegyűjtött seregéhez intézett szöveget jelentette) jellegzetesen *egyrányú* közlés sokaknak, viszonylag kevés személyes „visszajelzés” lehetőséggel (különösen a tömegmédium-helyzetben). Egy másik jellemzője, hogy a közlés idejét és helyét az adó vagy a „központ” határozza meg. Bár az elképzelt összehasonlításban hasznos, a szóalkotó szóla személyes üzenet és a személytelen tömegkommunikáció közötti szakadék nagy, s nem igazán lehet egyetlen fogalommal áthidalni.

### Beszélgetés

A beszélgetés esetében (a kommunikációs hálózatban részt vevő) egyének közvetlenül, központ és közvetítő nélkül érintkeznek egymással és a beszélgetőtársakat éppúgy maguk válaszadják, mint a közlés helyét és témáját. Ez a minta a helyzetek széles körére érvényes, a személyes levélváltástól az elektronikus levelezésig. Az elektronikus közvetített beszélgetés azonban gyakran egy központot vagy közvetítőt (például a telefonközpontot) feltételez, még ha az nem is játszik relevány vagy kezdeményező szerepet a kommunikációban.

A beszélgetési mintára jellemző, hogy a esetben részt vevő felek egyenlők. Elvileg több mint két személy is részt vehet benne (például egy csoporttalálkozó vagy telefonkonferencia), *bizonyos* ponton azonban a részvételi megkövetelt mértéke az allokációs helyzettel való összevetéséhez vezet.

### Konzultáció

A konzultáció különböző kommunikációs helyzeteket egyes sorára utal, amelyekben a (peremhelyezett) *egyén* információkat keres egy központi információátadóban (adabankban, könyvtárban, kézikönyvtárban, számítógéplemezben stb.). Mint említettük, az ilyen lehetőségek száma nő. Elvileg ez a minta a hírtap használásra is érvényes (amely különböző allokációs módiumnak számít), mivel a konzultáció idejét és helyét, valamint a témát nem a központ, hanem a peremhelyezett vevő határozza meg.

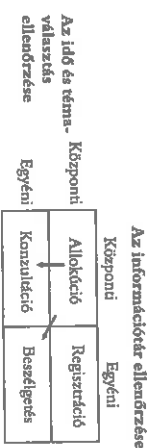
## Regisztráció

Az információforgalom „regisztrációnak” nevezett minijéi valójában a konzultációs miniafordította annyiban, hogy a központ „kér” és kap információkat egy peremhelyzeti részvevőktől (általában annak tudta nélkül). Ez értevény bárhol, ahol egy rendszerben központi nyilvántartást vezetnek egyenletről, valamint minden megfigyelési rendszerre. Vonatkozik például a telefonközpontbeli automatikus hívásrögzítésre, az elektronikus rászorrendszerekre és a tévékészülék-használat automatikus rögzítésére, a „tézómű” rendszerű közönségkutatás során vagy a fogyasztók által fizetendő újak számlásához. Az elektronikus keskedelembeli webk személyi adatainak reklám vagy célzott ajánlat célú összegyűjtésére is utal. Az információk egy központba gyűjtése gyakran az egyén megkérdésére vagy tudta nélkül történik. Bár a minia törvényileg nem új, a regisztráció lehetőségei a számítógépesítés és a kiterjedebb távközlési kapcsolatok miatt óriási mértékben megnöttek. Ebben a miniatban a központ ellenőrzése a kommunikációs forgalom tartalmának és előfordulásának meghatározásban jellegzetesen nagyobb, mint a peremhelyzeti egyént.

## Összevont tipológia

E négy minia egymást kiegészítő és egymással határos (vagy részben fedik egymást). A modellel alkotói megmutatták, hogyan hozhatók összefüggésbe a miniat két fő változó – az információk központi vagy egyéni ellenőrzése, illetve az idő- és térválasztás központi vagy egyéni ellenőrzése – szerint (lásd a 6.1. ábrát). Az allokációs minia itt a tömegkommunikáció jellegzetesen „tégi médiummal” képviselt és nagyjából a transzmissziós modellnek felel meg – kivált a műsorszórás, ahol korlátozott tartalomdátalokat bocsátanak egy tömegközönség rendelkezésére. A konzultációs minia növekedni tudott, nemcsak a telefon és az új televíziós médiumok segítségével, hanem a kép- és hangrögzítő berendezések elterjedése, valamint médiumok ugyanakkor különböző mértékben növelek a csatornaszám-növekedés miatt is. Az új médiumok ugyanakkor különböző mértékben növelek a széles körben szóródó egyének között „beszélgető” vagy interaktív kommunikáció lehetőségét. Mint már említettük, a „regisztráció” megvalósíthatóbbá válik és nagyobb valószínűséggel bekövetkezik, bár nem helyettesíti a kommunikációs forgalom más fajait. Az elektronikus kor megfigyelési körtnek bővíthető láthatjuk benne.

A 6.1. ábrába rajzolt nyílak az információforgalom újraelosztását tükrözik az allokációsól a beszélgetési vagy konzultációs miniatra. Ez általában arra utal, hogy a kommunikatív erő



6.1. ÁBRA Az információforgalom tipológiája: a kommunikációs viszonyokat a tartalomszolgáltatás és a választás ellenőrzhetősége szerint különbözőkkel meg: a felfelé írt nyíl az allokációtól a konzultatív vagy a beszélgetési mód felé mutat

mértéke nagymértékben az adott a web felé billen, bár ezt ellensúlyozhatja a regisztrációs növekedése és a tömegmédiumok hard- és vonalakörének további növekedése. Az allokációs miniat mennyiségileg nem szűkségképp csökkentek, de új formát öltöttek a szolgálatrés hi- sebb arányú, az érdeklődési kör vagy információszükséglet alapján elhatárolt közönségszo- portokra irányul (*masspersonalizing*). Végül az ábrától megállapíthatjuk, hogy az információátvitel miniat nem különbözik annyira flesen egymástól, mint első látásra gondolnánk, ha- nem részben egybevéghatnak, valkóznaknak technológiai és társadalmi okok miatt egyaránt. Ugyanaz a technológia (például a távközlési infrastruktúra) előtárolt egy háztartást mind a négy leír minia segítségével.

A zajtó változások ilyen ábrázolása arra ösztönöz, hogy újra mérlegeljünk a „hatásokkal” kapcsolatos médiacímélet jelenlegi anyagának relevanciáját. Úgy látszik, ennek jó része csak az allokációs módra érvényes, ahol még mindig helytálló lehet a transzmissziós modell. Más helyzetek esetében inaktív, rituális vagy a felhasználó által deteminált modelle van szük- ség. Mégis, jelenleg nincsenek igazán adekvát elméleti vagy kutatási paradigmák, amelyek szerint vizsgálhatnánk az új médiumok társadalmi módjában esetleg bekövetkező változásokat.

## SZÁMÍTÓGÉPPEL KÖZVETÍTETT KÖZÖSSÉGEKÉPZŐDÉS

A társadalomelméletben régóta fontos helyet foglal el a „közösség” mint a társadalmi szer- veződés valószínűsége vagy ideális formájának gondolat. Kivált a társadalmi változás hatásának értékelésére szolgáló eszközként és a tömeg fogalmának elemzési nyelvként. A korábbi gondol- kodásban a közösség egy adott helyen (vagy más köztörténeli) lévő, identitásában, bizonyos normákban, értékekben és kulturális szokásokban osztozó emberek csoportját jelentette, amely általában elég kicsi volt ahhoz, hogy ismerhesse egymást vagy érintkezzenek Szűzintén jellemeztek egyes státus- és hierarchiaelemek, valamint a társas – bár csak informális – szerveződés.

A hagyományos tömegmédiumokat ellenmondásosan ítélték meg a jellegzetes (relyi) közösség vonatkozásában. Egyfelől úgy vélték, hogy nagy mértékű, valamint az, hogy „kül- ső” értékeket és kultúrát közvetlenek, megintgyja a személyes érintkezésre épülő közössé- get. Másfelől a helyi köztársaságokhoz igazodó médiumok a legjobb feltevések között szol- gálatnak és erősítetnek a közösséget. Bár ez a „közösség” szó más értelemit használata, szintén megfontolható, hogy a kisebb tömegközvetítési médiumok (szakirányú kiadványok) segíté- nek fenntartani az „érdeklődésközösségeket”. Az általános megfigyelés az volt, hogy minél na- gyobb arányú a bevezetés, annál károsabb a közösségre és a helyi társas életre, de még ezt az ítéletet is megkérdőjelezte az, hogy a helyhez kötött személyközi viselkedés és beszélgetés során a médiumok az érdeklődés tárgyát, beszédtemát szolgátnak.

A tömegmédiumokat általában elszemélytelenítő, elszigetelő hatású miatt bírálják, amely egyirányú formájukból és tömegközvetítéskülből ered. A lehetséges „tömegnek” címzett tar- talom homogenitása az individualizáltsággal és a sokszínűséggel szemben harot. Ugyanakkor hajlott arra, hogy kiszorítsa a helyi kultúrát és mindenképp egyazon tudásban egyesít- sen. Emnyiben lendületet adott az ipari társadalomban munkáló más erőforrás (városiasodás, tömegpolitika, nacionalizmus).

Ilyen háttérrel állandó vita folyt az egyes újítások következményeiről. Az 1960-as és 1970-es években a kébeltelevízió bevezetését nemcsak a földi sugárzási tömegközvetítési korlátaitól és háttérüdtől való megszabadulás módjaként, hanem a közösségreteremtés pozitív eszköze-



ként is üdvözöljék. A helyi kábelrendszerek összekapcsolták a szomszédos otthonokat egymással és egy helyi központtal. A műsorok a helyi lakosok választhatók vagy készíthetők. Számos más információs és segítő szolgáltatást is végezhetnek alacsony költséggel. Konkrétan a hozzáférési csoportok, sőt egyéni megrendelések széles körének biztosíthatják, korlátozott költséggel. A sugárzott televízió korlátozott svészélessége többé nem volt jelentős gyakorlati kényszer, és a kábeltelevíziózás kezdte megelőzteni a nyomtatott médiumok bőségét, legalábbis elméletileg.

Közismertté vált a „behálózott közösség” (*wired community*) és behálózott város fogalma (lásd Dutton et al., 1986), és sok országban kísérleteket végeztek, hogy kipróbálják a kábeltelevízióban rejlő lehetőségeket. Ez volt az első „új médium”, amelyet komolyan a „régimédiák” tömegmédiumok lehetséges alternatívájaként kezeltek. Végül a kísérletek nagyrészt félbemaradtak és nem váltották be a hozzájuk fűzött reményeket, ennek nyomán születtek a „kábelmese” (*cable jibbe*) kifejezés. Az utópkusabb remények hamis alapokra épültek, kivált az a feltételezés, hogy a nagy professzionális médiumok efféle közösséggelapú kénytelen változati igazán azoknak kellene, akiket szolgálni hivattak voltak. A pénzügyi és szervezeti gondok gyakran lektüzdhetetlenek voltak. A kábelbes tejesítés nem a tömegmédiumok alternatívája lett, hanem leginkább csupán a tömegtejesítés újabb eszköze, bár néhol teret adott a helyi hozzáféréseknek. E kábel-víziók jellemző elkerülése az volt, hogy már létezett egy fizikai „közösség”, és feltételezték, hogy ennek megvalósulása lehetségesít majd a jobb belső kommunikáció realizálása.

A közösséggel kapcsolatos várakozások egy új csoportja a számítógéppel közvetített kommunikáció (*computer-mediated communication, CMC*) körüli alakult ki. Alap gondolata a „virtuális közösség”, amelyet tetszőleges számú egyén alakíthat az internet segítségével saját választása szerint vagy valamely úszáronzásra ragálva (Rheingold, 1994). Lindlof és Schatzker (1998) a virtuális közösséget olyan közösségként definiálják, amelyet „hasznó értéklődésű” ek tudatosan alapítanak, s gyakran a nem számítógéppel közvetített kommunikáció színterétől bevont bizonyos szövegek és alakzatok, például szappanoperák és szereplők körül forog.”

A valódi közösségek néhány jellemzője kialakítható így, köztük az interakció, a közös cél, az azonoság és úszáronzás érzése, különböző normák és tralan szabályok, a kizárás vagy elutasítás lehetőségeivel. Vannak ritusok, szertartások és kifejezésformák is. Az efféle hálózati (*on-line*) közösségek továbbhi előnye, hogy civileg nyitottak és hozzáférhetőek, míg a valódi közösségekbe gyakran nehéz beépni.

Az általában valamilyen közös értéklődésen, például egy zenei csoport tránt rajongáson, vagy valamely közös jellemzőn, például nemhi beállítottságon vagy egy meghatározott társadalmi vagy egészségi helyzeten alapuló hálózati „közösségek” számos empirikus vizsgálatot végeztek (lásd Jones, 1997, 1998). Úgy látszik, a virtuális közösség alakításának jellegzetes feltételei közé tartozik a kisebbségi státusz, a tagok térbeli szóródása és meghatározott zetes felteceli érdeklődés. Érzékelhető, hogy a számítógéppel közvetített kommunikáció a mo-mérteklü érdeklődés. Érzékelhető, hogy a számítógéppel közvetített kommunikáció a mo-diumokon kereszttli vagy a közvetlen fizikai kötményekben. Lindlof és Schatzker (1998) példája a számítógépes hirdetőtábla rendszerre (*bulletin board system*) alapozott *Lesbian Café*. Az egyik sajátos vonás a „leskelődék” jelenléte, akik figyelnek, de nem vesznek részt a kommunikációban.

A hálózati közösség gondolatainak támogatói általában tudják, hogy a kifejezés inkább metafora (Watson, 1997), mint az „igazi” közösség – bár többnyire ez utóbbi is elég megfoghatóan, néha mitikus volt. Jones (1997: 17) Benedict Anderson (1983) véleményét idézi,

miszerint „a közösségeket nem hamis/igazi voltuk, hanem identitáskeresztük módja szerint lehet megkülönböztetni”. Az internetes közösségek ilyen értelemben kétféleképpen is „ártanak” az emberi közösségeknek. Inja Jones. Egyrészt mert gyakran jelentéktelenek, másrészt mert tapasztalataink véletlenszerűen kapcsolódnak. A virtuális közösség igazi voltával kapcsolatos kétértelműségeket a Beniger-től (1987) vett „pszudoközösség” szóval fejezi ki.

Maga a virtuális közösség hívei, köztük Rheingold (1994) is felismerik, hogy a hálózati identitás gyakran nem igazi vagy leplezett. Felvet „szerep”, amelynek célja gyakran épp az identitás egyes részének, például az életkorának vagy a nemnek az elrejtése (Jones, 1997: 107). Ezért sok hálózati megbeszélt, interakcióbeli részvelet lenyűgében névvel, bár vonzatr-jelket néha ez is növelheti. A valódiság és az elkötelezettség hiánya azonban kérdésessé teheti, hogy illik-e rá a „közösség” szó elfogadott jelentésében. Postman (1993) bírálta a közösség-metazora elfogadását, mert hiányzik belőle a felelősség- és kölcsonds kötelezettségvállalás lényegi eleme. Bár a számítógéppel közvetített kommunikáció valóban kínál új lehetőségeket társadalmi és kulturális háttérrel felszerelt, ugyanazeket a háttérrel nélküli közönségre erősfítheti is. Aki a kibertér közösségéhez akar tartozni, annak alkalmazkodnia kell e közösség normáihoz és szabályaihoz, hogy elismerték és elfogadják.

Még mindig sokat vitatott az egész kérdéskör, de ne feledjük, hogy sokféle hálózati egyet-sülés van, és hasznatlan lenne ezeket egyazon fogalom egyenlő jelölőfékét kezelni. Bár sokunk a „közösség” szóval nehezen leírható, ez nem jelenti azt, hogy nem valamilyen valódi, valszínlileg új társadalmi alakzatról van szó.

## POLITIKAI RÉSZVÉTEL, ÚJ MÉDIUMOK ÉS DEMOKRÁCIA

A sajtó és a műsorszórás korábbi médiumai széles körben jó hatásúnak (sőt szükségesnek) tekintették a demokratikus politika menete szempontjából. Jó hatású, mert a közösségi eseményekre vonatkozó információk minden állampolgárhoz eljutnak, továbbá a politikusokat és kormányokat közzéteszik, bírálhatóvá teszi. Negatív hatásokat is láttak azonban, amelyek abból erednek, hogy néhány hang urálja a csatornákat, a „vertikális áramlás” jellemző, és a médiumok főközvetlen kommercialis, ami a demokratikus szerepek elhanyagolásához vezet. A tömegkommunikáció jellegzetes szerveződése és formái korlátozzák a hozzáférést és nem úszáronzik a tevékeny részvelet, a párhuzamot. Az új elektronikus médiumokat széles körben úgy üdvözölték, mint amelyek segítségével megszabadulhatunk a tömegdemokráciák „féláltról letele” irányuló politikájától, amelyben a szigorúan szervezett politikai pártok egyoldalúan politizálnak és támogatóikat a lehető legkisebbs egyeztetéssel és civil beleszóllással mozgósítják. Az új médiumok a politikai információk és szemtek erősen differenciált szolgáltatásunk, minden hang elméletileg szinte korlátlan hozzáférésenek, a vezetők és követők közötti jóval több visszajelzésnek és egyeztetésnek az eszközei. Az érdekcsoport-alakítás és a véleményalkotás új fórumainak ígérkeznek.

Az utóbbiak, még a „régimédiák” is jobban (és demokratikusabban) működhetnek az azonnali elektronikus szavazás és a kampány új eszközei segítségével. A korábban tárgyalt nyilvánossággal és civil társadalommal kapcsolatos elképzeléseket nyomán születtek az a gondolat, hogy az új médiumok nagyon alkalmasak magáért és az állami tevékenység tartomány közötti civil társadalmi tér beelőtésére (lásd a 143–144. oldalon). A hagyományos nézetek szerint nehéz meghatározni, hol van és mi ez a tér, mivel a nagy hírtí kényeznek a modern



korlatlag „tartalmát” és annak felhasználását nem lehetett könnyen ellenőrizni vagy szankcionálni, még akkor sem, ha a jogkör megállapítható lett volna. E tekintetben sok közös vonás volt a közszolgálati médiumokkal, például a postával és a telefonnal. Pool szabadságvizitójával ellentétben például a korai videoex-kísérletekől eltérően az adói és vevői hozzáférést nem kellett fizetni.

A legtöbb más médiumhoz hasonlóan az internet szabad és szabályozatlan marad. Sikernek és használatának növekedése során azonban világos tendenciákat láthatunk szabad-ságának korlátozására (például az Egyesült Államok 1996. évi hírközlési törvényében). Mivel inkább hasonlít egy tömegmédiumhoz – ahogyan betér a piacra és lehetőséget ad a fogyasztói piac egy fontos szegmensének elérésére –, annak nagyobb érdeket fóppítja szabályozási és irányítási formákhoz. Egyre inkább a kereskedelem médiuma (írástudó) szabályozási és formációs szolgálatosok), így pénzügyi biztonságot kell elérni. Mivel már nemcsak hivatalosba és egyetemre, hanem egyre inkább otthonokba, átlagos családokhoz is eljut, a jogkörről kapcsolatos nehézségek ellenére megövekedtek az „állendőség” követelmények érvényesítésével és beavatásuk keretében eszközökkel kapcsolatos igények. Mint a korábbi médiumok esetében, ha kimondják, hogy nagy társadalmi hatású, akkor nő az ellenőrzés iránti igény, és kiderül, hogy az ellenőrzés gyakorlati akadályai nem is annyira lektizteriténnek (lásd Grimgraz, 1997). A közmédiumokkal szemben szokásos törvényes elszámoltathatósági követelések egyre nagyobb része jelenik meg itt is (például a szellemi tulajdonjogok, a beszállás és a magánított megértésével kapcsolatban). A szolgálatok és tartalomszervezők létszálagos anarchiaja strukturáltabb piaci helyzetet nyit utat. Az internetben látni kell pénzügyi szerkesztési lehetőséget, amely egyes internetes értékpapírok értékének nagyarányú növekedésében mutatkozik meg, azt fogja jelenteni, hogy az értéktartalom egyre kisebb része lesz valóban „szabad” (pénzügyi értelemben). A rendszer irányítása nemcsak hatékonyabb, de általában is kell legyen.

A rendőrség és a titkosszolgálat több figyelmet fordít a megfigyelés és ellenőrzés szükségességére, kivált a határon túli bűnözés, a terrorizmus vagy a belső biztonsági kockázatok miatt. A leír tendenciák együttesen az internet anarchikus és nyitott arculatának komoly módosulásához vezetnek. A jelenlegi képleten helyzetben még nem lehet értékelni, de az már elmondható, hogy még a kommunikáció megszabadul eszközei sem szabadulhatnak a társadalmi élet kitöltője. „Jóvényeknek” működésétől. Ezek közé tartoznak a kommunikációra vonatkozó szabályok is (amelyek bizonyos kölcsönös kötelezettségek vagy elvárások révén összekötik a résztvevőket), főként a gazdaság és a társadalmi kényszer törvényei.

A jövő apokaliptikusabb víziói az industrális társadalomról jóval túlszármalyó, elektronikus eszközökkel történő társadalmi ellenőrzés lehetőségét vetik előre, kivéve, ahol nyers erő vehetnek be. Az információforralom és a személyközi kapcsolatok megfigyelése és nyomron követése – lényegében a számítógépesített információforralom fent bemutatott „regristráció” minijá alapján – egyre nagyobb mértékű. Jansen (1988: 23–24) ír arról, hogy ezzel módszeresen pusztítják az otthon és a személyközi kapcsolatok bizalmas jellegét: „Amint a drótok a helyükre kerültek, az Elektronikus Pantoflikum [itt Jeremy Bentham's börtönmodeljére utal] automatikusan működésbe lép. Csak a Torony minimális féllágyeletre szükséges.”

Rheingold (1994: 15) szerint „a net órási látáhatatlan kaitka is lehet. A virtuális közösségek a technikai haladás hiperrrealisztikus illúzióját nyújtják, menekvésül az emberi közösségek rombolásáért”. Ezek a jövővizitói valódi lehetőségekre épülnek és a hatalom társadalmi egyenlőden megosztását tiltkozik. De nem mindenki osztja őket és még nem is va-

lósulnak meg. Green (1999) például determinisztikusnak és egyoldalúnak tartja ezeket a fejlemeket. Rámutat, hogy az új médiumok, mint fentebb említettük, megfordíthatják megfigyelés irányját, és a hatalmi központok elérését biztosítva demokratikus kísérleteket jelemlhetnek.

## AZ ÚJ EGYENLŐSÍTŐ?

Az új médiumokat övező retorika gyakran tartalmazza az az állítást, hogy az elektronikus médiumok segítenek egy liberálisabb és egyenlőbb társadalom megteremtésében. Nagy előny, hogy mindenki, aki szóli kíván, közvetlenül, a nyomtatott média tartalmát és a műsorszórás csatornáit ellenőrző erős érdekek közvetítése nélkül hozzáférhet ezekhez. Nem kell gazdagnak, hatalmúnak lenniük ahhoz, hogy megjelentessünk a világban. Úgy látszik, az új médiumok által nyújtott lehetőség, amellyel a lennálló intézményi csatornák megkerülhetők, szintén sokak eszébe jutja, és csökkenti függőségüket az információt és a befolyást különféle monopolisztikus forrásaitól. Ha minden otthon rendelkezik a technológiával, és a bővíthető trend is ebbe az irányba hat, akkor látszólag a kulturális és információs javak egyetemes elérése várható egy eljövendő „videóopjában”. A politikai hangok, amelyek az „elektronikus országát” otthoni, könnyvéri, iskolai és munkahelyi bevezetésére ösztönöznek, ezt felzabadtó cselekvési programnak látják.

A kritikusok sem halgattak értő a kijelentéstől. A politikai gazdaságtan iskolája kevés okot lát annak a világtárcának a megváltoztatására, amely szerint az „elektronikus országok” legfőbb használati módja az új média, és a nagy elektronikai és távközlési cégek lesznek (Susman, 1997). Az új médiumok a tulajdon és a hozzáférés társadalmi rétegződését tekintve nem különböznek a régi médiumoktól. A jómódúak először kispajtyúját, majd továbbfejlesztik a technológiát, és mindig megelőzik a szegényeket. Mások a lehetőségeket, és legálábbis előbbre jutnak. A társadalmi és információs szakadékok inkább szélesednek, mint szűkülnek, és a szociálisan leszakadók rétege mellett megjelenik az „információi megfosztottak” rétege is. A társadalmilag meghatározott nemek vonatkozásában is hosszúak voltak a folyamatok. Az általában előny ellenére, amelyhez a nők a munka informatizálásának köszönhetően a foglalkoztatásban látszólag jutottak, még állandó panasz, hogy a számítógépek férfiak irányában elfogultak. A feminizmus egyes teoretikusai (például Ang és Hernes, 1991) minden olyan elképzelést visszautasítanak, mely szerint lényeges különbség van a férfiak és a nők között aszerint, hogy mennyire boldogulnak a számítógépes technológiával. Turkle (1988) azonban nem a számítógépek férfiparitságában látja a gondot, hanem abban, hogy „a számítógépet társadalmilag himnemenként alkotják meg”. Időbe telik, mire igazságot vehetünk e dologban, és nem valószínű, hogy lesz egyetlen egyetemes igazság.

A kommunikációtechnológia fejlődésének fényesabb értékelésében az antitópisták meggyőződésnek látszanak, mint az utópisták, legálábbis annyiban, hogy elvetik a gyors megoldás lehetőségeit. Beniger (1986) a 19. század eleje óta bekvetkezett kommunikatív újítások történetét vizsgálva úgy találja, hogy ezek egy mintha illeszkednek, amely nem a növekvő liberalizáció, hanem épp a növekvő irányítási és ellenőrzési lehetőségek minijá. A kommunikációs forradalmat az „ellenőrzés forradalma” kifejezést jellemzi. Bárminlyen lesz is a lehetőség, a kereskedelem, az ipar, a hadsereg és a bitokrátia szűkségelerei vetnek a leg-többet a fejlődés elősegítéséért és annak meghatározásáért, hogyan használják fel az újításokat.

A kommunikációs innováció egy másik kronikusa (Winston, 1986) felismerte, hogy a legtöbb új technológia újítási lehetőséget hordoz, de a tényleges végrehajtás mindíg két tényezőből függ. Az egyik a találmányok fejlesztésének mértékét és formáját meghatározó „társadalmi szülékenység” működése. A másik „a radikális potenciál elfojtásának története”, amely felel az innovációt, hogy védje a fennálló társadalmi vagy üzleti rendet. Általában inkább a „kulturális”, mint a technológiai meghatározottság elméleti mellett érvel. Carey (1998) hasonló álláspontot foglal el az „új médiumok” tekintetében, mondván: „a globalizációt, az internetet és a számítógépes kommunikációt nem teljesen a technológia és a történelem határozza meg. Ezen új formák végző meghatározottságát a politika adja.”

Ha a technológiák intézményesülése eddig a radikális tendencia esetében másképp lesz, nincs különösebb ok feltételezni, hogy ez a legújabb találmányok esetében másképp lesz majd. Kétségtelen, hogy korai története során az internet a díjak és tudósok szabad eszékből és játékszerből igen tekintélyes, nagy üzletességgé vált, amelyben az alkalmazásokat nyereségelváráások vezérik. Csak ott lesz „szabad”, ahol ez a kereskedelmi fejlődés céljait szolgálja.

## KÖVETKEZTETÉS

Ez az elméleti kirándulás hagyott maga után némi kétséget, bár általában az ellen szóli, hogy a tömegkommunikáció elméletének fő kereteit át kellene rendezni. A nyilvános kommunikáció a korábbihoz igen hasonlóan zajlik. A liberalizmus, a demokrácia, a munka, az emberi jogok, sőt a kommunikációelmélet fő értékei a 20. század végén inkább kibontakoztak, minsem összeomlottak. Az ilyen értékek által megérintett régi problémák – a háború, az igazságtalanság, az egyenlőtlenség, a bűnözés és az inség – szintén megmaradtak. Ennek ellenére a kommunikáció földi nézve vannak jelei, hogy változás közeleg. Három vonatkozás látván figyelmet. Az egyik a társadalmi (és kulturális) háttérvonalak újrarajzolása, ami a hálózatos alakítása ösztönöz. Egy másik a politikai kommunikáció (valójában a politika) lehetséges teljesítménye. A harmadik a közös nyilvános tér hanyatlása, bármanyrre is neheéz nemynyí-ségileg megfogalmazni, részben a kommunikációs fejlemények és az „informátizálást” folyamatra, részben pedig a valaha közös kulturális miniatk fragmentálódása, szétválasztása következtében.

## TOVÁBBI OLVASMÁNYOK

- Van Dijk, J. A. G. M. (1999): *The Network Society*. London: Sage.  
 Jones, S. (1997): *Virtual Culture*. London: Sage.  
 Mackay, H. és O'Sullivan, T. (szerk.) (1999): *The Media Reader*. London: Sage.  
 Rice, R. E. et al. (1984): *The New Media*. Newbury Park, CA: Sage.  
 Webster, F. (1995): *Theories of the Information Society*. London: Sage.

## 7. NORMATÍV MÉDIA- ÉS TÁRSADALOMELMÉLET

- A média és a közérdek = 129  
 A média társadalomelméletének főbb kérdései = 131  
 Korai elméleti megközelítések: a sajtó mint „megvédik rend” = 133  
 Az 1947-es Salkószabadság Biztonság és a társadalmi felelősség elmélete = 135  
 Profeszionalizmus és médiaetika = 137  
 A sajtó négy elmélete és az elképzelés meghaladása = 139  
 A közszolgálati misszóról és alternatívája = 141  
 Tömegmédia, civil társadalom és a nyilvánosság = 143  
 Válaszok a mai nyilvánossággal kapcsolatos elfogedenkedésekre = 144  
 Normatív médiaelmélet: választás előtt = 145

## A MÉDIA ÉS A KÖZÉRDEK

A korábbi fejezetekből már világos, hogy gyakorlatilag lehetetlen elválasztani a média és a társadalom közötti „objektív” kapcsolatra vonatkozó elképzeléseket a „normatív”, sőt ideológiai szempontoktól. Ennek részben az az oka, hogy a média működésének leírásában és értékelésében alkalmazott összes kritérium és koncepció valamiféle értékítéletet tartalmaz vagy kíván – például amikor szabadságról, identitásról, integrációról, sokféleségről, sőt ma-gáról az információról beszélünk. Ebben a fejezetben kifejezetten normatív kérdésekkel foglalkozunk, kivált az arra vonatkozó elképzelésekkel, hogyan kellene a médianak szerveződni, milyen viselkedést várnak tőle a szélesebb közérdek szerint vagy a társadalom egésze javára. A média jogait, kötelességét és felelősségét vizsgáljuk általábanban aszerint, hogyan látják ezeket a nemzeti társadalmakban és szélesebb körökben. A szervezeti forma lényegében a *mediastruktúra* kérdése, míg a „viselkedés” a *mediastabilitás* kérdéseire, vagyis arra utal, hogyan végzik a médiumok a maguk választotta vagy rájuk bízott feladatokat.

A „közérdek” fogalma egyszerű, de ugyanakkor nagyon vitatott a társadalom- és politikaelméletben. A tömegmédiámokra vonatkozóan egyszerűen azt jelenti, hogy a médiumok számlán fontos, sőt lényeges feladatot végeznek a mai társadalomban, és általában érdekl, hogy e feladatok elvégzése és jól végezzék. Azt is sugallja, hogy olyan médiarendszere van szükség, amely ugyanazon alapelveket követi, mint a társadalom többi része, különös tekintettel az igazságosság, a méltányosság, a demokrácia és a kívánatos társadalmi és kulturális értékek jelenlegi fogalmára; de legalábbis ne okozzon társadalmi problémákat és ne legyen szélsőségesen sértő. De a közérdek ideája nemcsak pozitív előírásokat foglal magában, hanem meghatározott megszorításokat és elszámoltatási formákat is (lásd a 8. fejezetben). Ha világos elképzelésünk van arról, hogy az adott helyzetben mi a „közérdek”, akkor megvan egy megfelelő „normatív elmélet” alapja, amelyben kifejtjük, minek kellene és minnek nem szabad megkötnie.

Ezzel az egyszerű fogalommal azonban valójában nem jutunk messzire. Először abba a problémába ütközünk, hogy a legtöbb médiumot nem a fenti értelemben vett közérdek jogállátra hozták létre, hanem azért, hogy saját választót céltűt kövessék. A célt ugyan kultúrális, szakmai vagy politikai terminusokban határozzák meg, de gyakran valójában egy üzleti vállalkozás nyereségstratégiájáról van szó. Néha egyszerűen mindkettőről. Ez rámutat arra a kulcskérdésre, hogy meg kell határozni, mi lehet a közérdek és kinek kell erről döntenie. Mindig sokféle és egymással ellentétes elképzelés van fogalommal arról, mi jó a társadalom egészségének, sőt olyan fel fogás is létezik, hogy jobb, ha a média egyáltalán nem próbál normatív célt megvalósítani. Inkább szabadon kell hagyni a sok különböző médiumot, hadd legyenek a törvény keretein belül, amit akarnak. Ahol a médiumokat kereskedelmi alapon működöztetik, s többnyire így van, a médiumok hajlamosak egyenlőségjellet tenni a közönség érdeklődési köre és az általuk elképzelt közérdek közé. Így a normákkal, etikával és értékkel kapcsolatos felelősség áthárul a társadalomra. Ez az egész huzavona a lényege a liberalizmusról és kollektívizmusról (vagy kommunizizmusról) folyó vitának, amely végigvonult a 20. századon, sőt tovább, és a közélet minden szféráját érintette.

A közérdek fogalma kezelésének nehézségei elválaszthatatlanul összekapcsolódnak a fogalom jelentőségével. E tekintetben Blumler (1998: 54–55) három fontos megállapítást tesz. Először is, akárcsak a kormány esetében, a hatáskör és hatalom kérdéseiről van szó: „a médiumok hasonló helyet foglalnak el a hírközlésben. Szabadságunk indokoltsága, a társadalomban, politikában és kultúrában berögzített szerepek széles köre és a szabályozó rendszer el foglalt helyük végső soron a köz érdekeiről függenek, amelyeket ezáltal feltehetően szövegnak”. Róviden: a média hatalmát, akárcsak a kormányt, *legitim* módon kell felhasználni, ami nem áll távol a *felelősség* fogalmától. Másodsor, Blumler kifejti: „a közérdek fogalmához bizonyos transzcendens minőség kapcsolódik. Eltér a sajátos érdekektől, és irányhatároztó értelemben magasabb rendű azoknál. Ez szükségképp nagyobb távlatot jelent, amelyben a későbbi nemzedékek követelése és a társadalom jövője éppúgy szerepelnek, mint az emberek közvetlen szükségletei.” Harmadszor: „a közérdekről alkotott elképzeléseknek tökéletesen és büntös világban kell működniük”. Ez elkerülhetően feszültséget, a körülményeknek megfelelő kompromisszumokat és törgönzést jelent.

Held (1970) a közérdek mbentételenek és tartalom-meghatározási módjának két fő változatát írta le. Az egyik egy „többségpárti” nézet, amely szerint a kérdésben a népket kell dönteni. A média esetében ez a közérdeket azzal hajlana azonosítani, hogy „meg kell adni a köznek, amit akar”, a médiapiaci fogyasztók többségének megelégedésére. Az ellenérték nézet „egységpárti” vagy abszolútista, amely a közérdeket egyetlen uralkodó érték vagy ideológia szerint határozza meg. Ez a legjobb esetben is paternalista rendszerhez vezetne, amelyben a jóra vonatkozó döntéseket gondviselők vagy szakértők határozzák meg. A közérdek szabadjaci változata és a paternalisztikus modell között vannak alternatívák, de egyik sem külön világos úttutatást. A másik fő lehetőség egy olyan szemlélet, amely egyfelől a vita és a demokratikus döntéshozatal, másfelől *ad hoc* bírói meghatározása áll annak, hogy adott esetben mi szolgálja a közérdeket, és mi nem. Amint később láthatjuk, sokféleképpen értelmezhető, de legalább célul kitűzhető, hogy a média a közjó tekintetében a társadalomnak tervezett felelősséggel (lásd a 162–163. oldalon).

Bármennyire is vitatott a közérdek fogalma, elég nyilvánvaló, hogy a tömegmédia mindenütt széles körű törvényi ellenőrzésnek és szabályozásnak, illetve más formális vagy informális eszközöknek van alávetve, amelyekkel igyekeznek rábírní, hogy azt tegye, amit a „társadalom” akar, illetve megakadályozzák, hogy azt tegye, amit a társadalom nem akar. Az

ellenőrzés tényleges eszközei és tartalma – a szokásos politikai, kulturális és gazdasági meghatározóktól független – nagymértékben elérhetnek a különböző nemzeti médiaszisztemekben. De a médiumok között is van eltérés, és ritka a teljes koherencia vagy konzisztencia.

Féltetés az elmélet, a médiapolitika, -jogalkodás és -szabályozás gyakorlatában kizárólag vagy az egyetértés a közérdek fő összevetéséről a tömegmédiahumok tekintetében, s jóval továbbmegy annál az alapkövetelménynél, hogy a média kárt nem okozhat. A főbb követelményeket, amelyeket a közérdek érvényesítésében a médiumokkal szemben támaszthatunk, a 7.1. keretben sorolunk föl. A jelen és későbbi fejezetekben szövegnak még ezetről, s az is nyilvánvaló lesz, hogy igen sok és szerteregző kérdést vet föl, ha akar ezzen a nagyon általános szinten is megpróbaljuk meghatározni a médával kapcsolatos közérdek *tartalmát*.

#### 7.1. A közérdekekkel kapcsolatos főbb követelmények a tömegmédiahumokkal szemben

- A médiumokban pluralitás
- A közérdek szabadsága
- A nyilvánosság számára elérhető információk sokfélesége
- A vélemény- kifejezés sokfélesége
- Széles (minden egyes) tartókör
- A közönség számára elérhető információk és kultúra minősége
- A demokratikus politikai rendszer, megfelelő társadalmi
- Az igazságosság, a tisztaság, a szeszélyesség, a tisztaság
- Az egyéni és általános emberi jogok, tekintetben tartás.

Ebben a fejezetben átfogó történeti képet adunk e kérdések főbb elméleti megközelítéseiről, illetve a normatív elmélet eszközei kapcsolatos megközelítéseiről. Előbb azonban néhány általánosabb kérdést vizsgálunk meg.

### A MÉDIA TÁRSADALOMELMÉLETÉNEK FŐBB KÉRDÉSEI

Mint korábban említettük, megkülönböztethetjük a médiumok struktúrájára és szerzeretére, illetve viselkedésükre és tartalmukra vonatkozó normákat és alapkövetelményeket. A kernt között azonban van logikai kapcsolat, és téglaból nézőpontról mindkét vonatkozásra az elvek egyazon csoportja érvényes, amint ezt majd a 8. fejezetben megvitatjuk. Itt a fő problémátipusokra összpontosítunk, amelyek a média és társadalom viszonyára vonatkozó vitákban kerültek felszínre. Az első kivételével mindegyik felveti tartalmi kérdéseket, ezáltal a nyilvánosságra hozatali szabadságra korlátozásának a lehetőségét.

#### Struktúra és tulajdon

A fő kérdések a médiumok élvezte szabadság mértékével, valamint az állampolgárok szabadságának mértékével és a maguk választotta médiumokhoz való hozzáféréstükkel kapcsolatosak. A szabadság kérdése az állam, ugyanakkor a társadalom gazdasági és más erőfeszítései vonatkozásában vetődik föl. A lényegi norma az, hogy a médiumoknak bizonyos függetlenségük kell legyen, amely elegendő a gondolatok és információk szabad és nyílt nyilvános

kifejtésének védelméhez. A dolog második része a sokféleség kérdését veti fel: ez olyan norma, amely szemben áll a tulajdonkoncentrációval és az ellenőrzési monopóliummal, legyen az akár az államé, akár magántulajdonú médiával. A vezérfelvétel az, hogy az állampolgároknak hozzá kell férniük az eszmékhez, érdekeikhez és szükségleteikhez megfélemlít médiumokhoz. Emellett a sok és sokféle lehetséges társadalmi hangnak számos lehetősége kell legyen a médiaszafára, hogy a társadalom szélesebb köréhez szólhassanak.

### Közrend és állambiztonság

Bár a tekintélyuralmi rendszerekben általánosan elfogadott, hogy az állam biztonságát használnak a média ellenőrzésére vagy elhallgatására, a demokráciákban széles körben vallott nézet (amelyet közvélemény-kutatások is bizonyítanak), hogy a médiaszabadságnak vannak bizonyos törvényes határai. A kérdés azért végül felmerül, mert egy világ, a média képes mind konfliktust, zavargást okozni „ártani” a társadalomnak, mind a rend és a társadalmi egység fenntartásának lényegi folyamataiban segédkezve használni a társadalomnak. Probléma általában szélsőséges körülmények között vetődik fel: kliszó fényegítés, háború, rendkívüli belső konfliktus vagy erőszakos terrorcselekmény hatására. Bár a felkeléseket szélsőséges cseleket illetően kialakult némi egyetértés, ez vitatott terület, mert a kormányok hajlamosak közérdekekkel kapcsolatos érveket felhasználni annak érdekében, hogy fenntartsák a titkolózást és megtagadják a tájékoztatást és közlési szabadságra vonatkozó követeléseket teljesítését.

### A „nyilvánosság” vonatkozó elvárások

A cím a pozitív elvárások széles körére utal, amelyek a tömegmédiumoknak a politikai és más társadalmi intézmények működésében (már jó ideje) betöltött lényeges szerepéhez fűződnek. A szerep betöltésének módjai: hányvonal, méltányos és megbízható információk közlése a közügyekről; sokféle nézőpont megnyilatkozásának elvégzése; hozzájárulás a társadalmi sokféle társadalmi hang számára; az állampolgárok társadalmi és politikai életbeli részvételének segítése stb. Következésképp ezek a tételek a médiatervezéskor bizonyos negatív vonatkozásait is kiterjednek, kivált a szélsőséges „kommerciálizálódással” (privatizálás és szenzációhajhászás) és a közéleti szereplők és politikai folyamatok cinikus és negatív képeinek támogatásával kapcsolatos aspektusokra.

### Kulturális értékek

Ebbe a kategóriába sokféle kérdés tartozik, az értéklösök és tisztesség kérdéseivel a kultúrával és az esztétikai ízléssel kapcsolatos dolgokig. A médiától általában elvárják, hogy ha nem is támogatja, de legalább tartsa társadalmi társadalmi uralkodó értékei és értéklös alakítását, továbbá hogy – bár kevésbé erőteljesen – nemzeti társadalmi kultúrát, művészetet és nyelvet juttassa kifejezésre. Ezen a területen több a negatív, mint a pozitív normatív elmélet: inkább tiltások, mint előírások (például az erőszakkal és a pornográfiával kapcsolatban) dominálnak. A normák érvényesítése jelentős mértékben változik az érintett

médiumok (nyilvános hatáskör) és annak mértéke szerint, hogy a kérdésnek közösségi vagy személyes dimenziója van-e. Közösségi a kérdés, ha jelentős társadalmi csoportokról (gyerekek, nők, elmebeteg, etnikai kisebbség) van szó, és ha nagy sérelemtől vagy valamilyen társadalmi ártalomtól tartanak.

### Az egyének jogai

A médiumok gyakran sértnek egyéni jogokat, még ott is, ahol ezeket törvény vagy közmegegyezés védi. A leggyakrabban előforduló kérdések a személyes jó hírnévhez (régalumzás és becstelenség), a magánélethez való jogokhoz (például a tulajdonjogokra) (például szerzői jog) és a vádlott névtelenséghez való jogra vonatkoznak. Szükség esetén van egy olyan vitatott határvonal, ahol kijelenthető, hogy a személyes jogok megsértését általában közzététel indokolja. Ez törvényi példák a politikai botrányok esetében, vagy némelyik büntetőügyben (például pedofil leplezésakor), vagy ha közszereplőtől van szó.

Vannak persze más kérdések, ahol a tartalmat közérdek alapján korlátozzák. Ezek közé tartoznak egyes egészségvédelmi kérdések (például a dohánytermékek reklámozása), igazságszolgáltatási ügyek (például a bírói eljárás akadályozása), a politikai rendszer működése (a közvélemény-kutatási eredmények közzététele). E példákkal értékelhetjük, hogy a média – talán minden más társadalmi intézménnyel inkább – teljes nyilvánosság előtt működik és éppen annyira figyel rá a társadalom, mint a média a társadalomra. Később szólunk arról, hogyan és milyen eredménnyel történik a közérdek nyilvános fitékezése.

### KORAI ELMELETI MEGKÖZELÍTÉSEK: A SAJTÓ MINT „NEGIEDIK REND”

Ebben a részben a „társadalom” mint szervezett politikai közösség elvárásaival és olyan témákkal foglalkozunk, amelyek főként a hírhöz és az újságíráshoz kapcsolóhatnak. Ezért megengedhetjük a „sajtolélmélet” kifejezés használatát, amely általában a legáltalános értelemben utal az újságírással kapcsolatos kérdésekre. Az első médiumok a nyomtatott médiumok voltak: ezek (illetve ezeknek) kívánták ki a legjelentősebb szabadságokat, amelyekre még jogot formálnak. A tárgyalandó valamennyi nézőpont történeti háttere és/vagy jelenlegi kontextusa olyan, hogy feltételezi a sajtószabadság mellett általános elkötelezettséget, ami az előzetes cenzúra vagy engedély, illetve utólagos bírság nélküli közlési jogát jelenti, más jogi kötelezettségek határain belül. Az itt tárgyalt időszakokban és helyeken (nagytrészt 20. századi nyugati típusú társadalmak) az egyetlen teljes mértékben tisztelt tartott sajtólélmélet a *sajtószabadság* elmélete volt. Minden más a köz javát szolgáló hivatalos minőség vagy korlátozás. E fejezetben később közvetlenül megvitatjuk a sajtószabadság természetét a különböző nézőpontok és médialátozások fényében (lásd a 139–141. oldalon).

A fenti észrevételek fényében mondhatjuk, hogy a sajtó „eredeti” elmélete az újságírási politikai szerepével foglalkozott, amelyet elsősorban liberális gondolkodók, köztük Thomas Paine, John Stuart Mill, Alexis de Tocqueville és sokan mások vetettek fel. Közismert, hogy a „negyedik rend” kifejezést Edmund Burke alkotta a 18. század végi Angliában, a sajtó birtokában lévő politikai hatalomra utalva és párhuzamba állítva azt a Brit Birodalom másik három hazalmi „rendjével”: a főnemességgel, az egyházzal és a köztisztviselőkkel. A sajtó hatalma abból eredt, hogy a nyilvánosságot megteremtett vagy gátolhatja, és hogy tájékoztat-

ni tud. Ebben az időben a legfőbb szabadság a tudósítás és értékelés szabadsága volt a kormány határozatairól, tilkesről és általában tevékenységéről. Ez a szabadság volt a képviselői demokrácia és a hadadás sarokköve. A 18. századtól kezdve valamennyi forradalmi, illetve reformmozgalom a sajtó szabadságát tűzte zászlójára, és céljai érdekében a gyakorlatban is ezt hasznosította.

Ebben a sajátos, főként angol-amerikai gondolati hagyományban a sajtó szabadsága szoros összekapcsolódott az egyén szabadságának gondolatával, a liberális és utilitárius politikai filozófiával. A sajtószabadság politikai támogatása lényegében a cenzúra és a véleményelfojtása elleni érvelésben valósult meg. John Stuart Mill *On Liberty* (A szabadságról) című kötetében kifejti:

a vélemény megnyilvánulásának elnémításában rejtőző gonoszság az, hogy megpróbálja az emberi faj, az utókor építg, mint a létező generáció, a véleménynyel egyet nem érthető mértékben, mint a vélemény elfogadói. Ha a vélemény helyes, akkor megfoszja őket arról a lehetőségtől, hogy kiküszöböljék az igazságon esett csorbát; ha téves, akkor azt veszítik el, ami majdnem éppolyan hasznos: az igazság tévedéssel való szembevetésből eredő világosabb megértés és elevenebb hatást.

Ezeket az elközelítéseket később beledolgozták az „önkorrekciós” mechanizmus fogalmába, miszerint a szabadon megnyilvánuló igazság biztosan győzedelmekkedik a tévedés felé, ha mindkettőt szabadon közlik. Az alapfoglatot John Miltoning nyúlta vissza. Úgyanezen elgondolás egy másik közismert formája az „szeméki szabad piac” metafora, amelyet először egy amerikai bíró alkalmazott 1918-ban. Bár e kifejezés képletesen használta, az a sajátos következményét járta, hogy a sajtószabadságot szorosan összekapcsolták a szó szoros értelmében szabad piac gondolatával. A sajtószabadságot folyó közéleti történelmi kontextusa szinte mindig a nyilvánosságra hozatal és valamely hatóság – először az egyház, később sok vonatkozásban a kormány – kibékíthetetlen ellenété volt. Nem meglepő, hogy a sajtószabadságot elsősorban a korlátozás hányaként definiálták. Ezt a jelentést kapta jogi értelemben az Egyesült Államokban, az első alkotmánymódosító cikkely (1791) szövegevel annyiban, hogy „A Kongresszus nem alkothat törvényt ... amely csorbítaná a szólás- vagy sajtószabadságot”. Ezzel szemben sok más ország megreformált alkotmánya az állampolgároknak biztosított jogra utal. Például Hollandia 1848. évi alkotmányának 7. cikkelye kimondja: „Törvényben megfogalmazott felelősségén túl senkinek nem kell előzetes engedély ahhoz, hogy bármely gondolatot vagy érzelést nyilvánosságban közöljék.”

A 19. század végére és a 20. század elejére azonban világossá vált, hogy a sajtószabadság gazdasági értelemben és a kormányzati beavatkozás elutasításának tisztán negatív értelmében lehetséges fegyver is, amelyet a nép – ha politikailag nem is, de – gazdasági láncoktól való megszabadítása ellen fordíthatnak. A sajtó ekkor már nem a szabadság és a demokrácia előmozdítását segítő eszköz volt, hanem egyre inkább az új, nagy hatalmú kapitalista osztályok, kivált a „sajtomágnások” pénzszerzésének és propagandájának eszköze lett (különösen a sajtószabadság eszméjének angol-amerikai hazájában).

## AZ 1947-ES SAJTÓSZABADSÁG BIZOTTSÁG ÉS A TÁRSADALMI FELELŐSSÉG ELMÉLETE

Az amerikai napisajtót ért, széles körű, leginkább a szenzációhajhászságra és kommercia-lizmusra, de a politikai kiegyensúlyozatlanságra és monopóliumképződési tendenciákra is vonatkozó bírálókat reagálva 1947-ben egy magánbizottságot állítottak fel. A Henry Luce kiadó alapította, s Robert Hutchins, a Chicagói Egyetem rektora emelkedett szellemű elnöklével végzete tevékenységét (Blanchard, 1977). A bizottság célja „megvizsgálni azokat a területeket és körülményeket, amelyek között az Egyesült Államok sajtója sikerrel jár vagy megbukik, feltárni, hol korlátozta és hol nem korlátozta a szabad szót, akár az ol-vasói vagy hirdetői követelésre bevezetett kormányzati cenzúra, akár tulajdonosi megon-dolatlansága, akár vezetői alkalmatlansága”.

A bizottság több okból is mérföldkő történetünkben. Az első volt azon számos vizsgálat és jelentés sorában, amelyeket sok országban maga a kormány kezdeményezett, hogy fel-tárja, miért nem felelnek meg a médiumok a társadalmi szükségleteknek. Az Egyesült Álla-mokban azóta nem volt ehhez hasonló nyilvános sajtóvizsgálat, de több bizottság is vizsgál-ta a média tevékenységéből eredő konkrét problémákat, különösen az erőszak és a társadal-mi feszültségek vonatkozásában. Másodsor az 1947-es bizottság a sajtószabadság kivívása óta talán az első alkalom volt, amikor a sajtó bajainak orvososítás céljából kormányzati beavat-kozást javasoltak, még hozzá a kapitalizmus fellegráfolás. Hármadszor befolyásoló példa-ként szolgált más országok számára, különösen a második világháborút követő reform-és újjáépítési időszakban. Negyedszer, a jelentés eredményei jelentősen hozzájárultak a későbbi elméletalkotáshoz és az elszámoltathatóság gyakorlatához, bár semmi nem bizonyítja, hogy a bizottság valóban javította kora sajtóját.

A bizottság vizsgálatai jelentésében (Hutchins, 1947) bírálta a sajtó gyarlóságait és azért, mert egy kiváltságos és nagy hatalmú kisebbség körén kívüli hangoknak csak korlátozott hozzáférést nyújtott. A jelentés megalkotta a **társadalmi felelősség** fogalmát és megnevezte az újságírók alapkövetelményeit, amelyek fenntartására a sajtónak törekednie kell. A felölös sajtó „adjon teljes, igaz, átfogó és értelmes beszámolót a nap eseményeiről, olyan kontex-tusban, amely segít azokat megérteni”. Továbbá „szolgáljon a magyarázatok és bírálóok cse-réjének fórumaként” és legyen „a nyilvános megnyilatkozás közszolgálatja”. Hármadszor adjon „reprezentatív képet a társadalmat alkotó csoportokról” és mutassa meg, tisztezza „a társadalmi célokat és értékeket”. A jelentés bírálta a sajtó szenzációhajhászsáát, valamint a hírfés a szerkesztői vélemény keverését.

A bizottság általában egy sokszínű, objektív, informatív és független sajtóintézmény kon-cepcióját támogatja, amely lehetőség szerint nem sért senkit és nem úsztatódz bírdóztásra, erőszakra és zavarásra. Kimondja, hogy a társadalmi felelősséget nem kormányzati beavat-kozással, hanem önkorlátozással kell elérni. De nem zárkózik el előbbtől sem. Sibbert és munkatársainak értelmezésében a társadalmi felelősség a pozitív szabadság fogalmához tar-tozik inkább „szabadság valaminél”, mint „szabadság valamitől”. Ezt írják (1956: 95): „A társadalmi felelősség elmélete szerint a kormányzat ne csupán tegye lehetővé, hanem tevék-nyen támogassa is a szabadságot. ... Tehát ha kell, a kormányznak úgy kell cselekedni, hogy megvédi az állampolgárai szabadságát.” Az említett kormányzati intézkedések közé tartozik a „vértartó visszatértesek” tiltó jogszabályok megalkotása, továbbá az, hogy a kormánynak lehetősége van „a meglévő médiumok körének kiegészítése végett a kommunikatív terüle-téet kőpni”.

A „társadalmi felelősség elmélete” szerint a médiamulajdon inkább a közhasznú vagyoni kezelségre egy formája, mint korábban magánkoncesszió. A bizottság egyik tagja, William Hocking (1947: 169) írta: „A sajtó szabadságához való joga elválaszthatatlan a nép szabad sajtóhoz való jogától. De a közérdek már több ennél – most már a nép joga, hogy *eljárhatk megfélemlítő sajtóval* legyen.” A két jog tekintetében hozzáfűzte: „most már a nép joga az előbbre való”. Ez a felelősség iránti igény egyik alapfeltevése. A másik alapfeltevése abból ered, hogy a modern tömegkommunikáció (kivált az alkotói napilapok és műsorszórás) tulajdona már erősen koncentrált volt, kevés ember kezébe adott nagy hatalmat. Ezzel a hatalommal együtt járt az a felelősség, hogy nagy körültekintéssel, másoktól tiszteletben tartva kellett gyakorolni. Nagy hatást gondolhat, nemcsak a sajtó vonatkozásában, hanem a műsorszórás körében is. Nagy hatást gondolhat, nemcsak a sajtó vonatkozásában, hanem a műsorszórás körében is. Nagy hatást gondolhat, nemcsak a sajtó vonatkozásában, hanem a műsorszórás körében is. Nagy hatást gondolhat, nemcsak a sajtó vonatkozásában, hanem a műsorszórás körében is.

## 7.2. A társadalmi felelősség elmélete

- A médianak a társadalommal kapcsolatos kötelezettséggel vannak a médiamulajdoni köztársaság gondozza
- A hírmédiumok legyenek az igazsághoz hűek: pontosak, mélynyelvek, objektívek és fényre-börök
- A média szabad, de önszabályozó kell legyen
- A médiumoknak egyezményes etikai és szakmai szabályzatokat kell követniük
- Bizonyos körülmények között a közérdek védelmében szülségek léneli-kormányzati beavatkozásra.

A társadalmi felelősség hagyományát, amelynek filozófiai alapjait az 1947-es amerikai bizottság vetette meg, tulajdonképpen más országokban, kivált Nyugat-Európában jóval előbb számokban és eredményesebben vittorokt valóra a második világháborút követő két-három évritzedben. Ennek három oka volt: a háború utáni törekvés az újraszervezés régi intézményekkel, a „progresszívvabb” politika általános előtérbe kerülése és a sajtókoncentrációnak a magánmédia monopóliumával kapcsolatos félelmet újrafelértés hulláma.

Picard (1985) az időszaak tömegmédiumának európai „társadalmi jólét” modelljét „a sajtó demokrácia-szocialista elmélete” kifejezéssel jellemze, bár ezzel némiképp ellátolzza a gondolkodás mód baloldali elkötelezettségét. Az azonban mindenképp igaz, hogy számos országban (kivált Nagy-Britanniában és Svédországban) nyilvános vizsgálatai indítottak a média állapotáról (lásd például Royal Commission on the Press, 1977). Ezek azt vizsgálák, mennyire változatos és koncentrált a sajtó, továbbá több országban támogatásokat vezetnek be, hogy fenntaradjon a versengő újságok széles köre, de főként azért, hogy támogatású az anyagi gondokkal küzdő és kisebbségi kadványok. A fő cél minden bizonnyal a demokrácia építésének megőrzése volt. A közérdeket úgy értelmezték, hogy az indokolja az állami beavatkozás különféle formáit a szabadságban, bár a ténylegesen beavatkozás a lehető legkevesebbre szorított. Az Európai Unió bizonyos mértékig örökölte a nemzetállami gondolatot, vizsgálatait folytatott a médiaváltoztatás és tulajdonkoncentráció szingtelével kapcsolatban, és legalábbis megfontolta, hogy e fontos demokrácia értékkel védelmében összehangolt intézkedéseket legyen.

## PROFESSIONALIZMUS ÉS MÉDIAETIKA

A tömegsajtó gyarlóságaira – főként kommercializmusára, de politikai függetlenségének hiányra is – adott másik jellemző válasz az újságírói professionalizmus előtérbe kerülése. Ez különféle formákat ölthet: egyesületekbe szerveződés, a sajtótanácsok megalapítását és a kövevendő „jó gyakorlatok” elveinek megfogalmazását működtető és etikai szabályzatokban. Az újságírók és a kialakult szervezeti formák történetét fejlddéséről it nem szóllhatunk, de a normatív elmélet tartalma és megvalósítása szempontjából nagy jelentőségűek van. A sajtótanácsok jellemzően önkéntesen szerveződő, de legalábbis nem kormányzati testület, amely a kö-zönység és a tömegmédiumok között közvetít. (Lásd Sonninen és Laitila, 1995). Fő feladata, hogy a médiumokban – különösen a nyomtatott sajtóban – érintett bármely fél panaszát elbírálja (a műsorszórásnak megvan a maga külön formája). Ez a feladatkör feltételezi a kövevelemények és elvek valóban ilyen vonatkozási alapul szolgáló kódexet, és a sajtótanács általában a sajtó önszabályozásának eszköze, amely elismeri, hogy felelősséggel tartozik a közönységnek.

Az újságírók etikai kódexe a szakmai viselkedésre vonatkozó elvek gyűjteménye, amelyeket maguk az újságírók fogadnak el és ellenőriznek. Az újságírói gyakorlati kódifikálása felé való elmozdulás az Egyesült Államokban már a Hinchins Bizottság jelentése (Hinchins, 1947) előtt elkezdődött, az egyik első újságírói kódexet 1923-ban adta ki az Amerikai Hírlapszerkesztők Társasága. Ekkortól viselkedési kódexeket vezettek be Európában is, jelölvi Franciaországban, Svédországban és Finnországban, végül szinte az összes országban (Laitila, 1995).

A jelenség az újságírók professionalizálódásának általános folyamatát tükrözi, de a médiapiar azon végyát is, hogy megvédje magát a kritikától, kivált a kritikus beavatkozás és az autonómiaszökkenés fényegésztéséről. Megévesztő képcet adhat az újságírók művelőitől, ha csak magukat a kódexeket tanulmányozzuk, de tartalmuk jól érekelteni, hogyan vételeknek arról, mit *kelelve* tennie az újságíróknak. Legalábbis felírják azokban az értékek, amelyektől a médiumok nyilvánosan kijelentik, hogy munkájukhoz irányelvül szolgálhat. Ebben a normatív elmélet egy formáját alkotják. Mégis, a kódex gyakran alig több igen vegyes, gyakorlati jellegű előírások gyűjteményénél, amelyek nem jeleznek ki a társadalom természetével vagy az intézmény általános társadalmi céljával kapcsolatos egyetlen szervező elvet. Ezt csak értelmezéssel lehet felírni.

A sok különböző szabályzat a szóban forgó országok szokásai és hagyományai, valamint a kultúrhözöz érdekelte félék – kiadó, szerkesztők, újságírók vagy egy kritikus szabályozó testület – viszonylagos befolyásában megnyilvánuló eltéréseket tükrözi. A legtöbb kódex köz-zéppontjában a megbízható információ adása és a torzítás, az elhallgatás, a részrehajlás, a szenzációhajlaszás és a személyiségi jogok megsértésének a kerülése áll (Farris, 1992). De egyes kódexek továbbmennek: kifejeznek az újságírók általánosabb szerepével kapcsolatos nézeteket is.

Laitila (1995) 31 európai ország újságírói kódexét összehasonlító vizsgálata rámutatott, hogy számtalan különböző elv van, bár ezek hat országba sorolhatóak aszerint, hogy kinek, illetve miért tartozik felelősséggel az újságíró: a közönységnek; a forrásoknak és a megemlételeknek; az államnak; a munkaadónak; a szakmai elvek betartásáért; a szakma státuszának és egyéjsének védelméért. Bár a kódexek jelenlété mértékben különböznek, kivált ha az összes szakaszra külön vizsgáljuk, Laitila igen nagy mértékű egyeztetést talált bizonyos általános elvekben. Majdnem mind a 31 vizsgált országban megvalósított hat olyan elvet, amelyek bizonyos mértékig a tágabb társadalom szempontjából fontosak. Ezeket a 7.3. keretes részben összegeztük.



## 73. Az újságírói kódexek leggyakoribb elvei

- Híatalos tájékoztatás
- Világos tájékoztatás
- A közönség jogainak védelme
- A közvélemény-alakítás felelőssége
- Személyes információgyűjtés és -közlés
- A források sértettségének tisztázásában tartás

Gyakorlati (a kódexek több mint 70 százalékában megtalálható) volt a konkrét rendelkezések némelyike: a faj, etnikai, vallási stb. alapú diskrimináció tiltsa, a személyiségi jogok tiszteltében tartása, a megvesztegetés vagy más juttatás tilalma.

A kódexek megfogalmazása majdnem mindig nemzeti, de történet némi elmozdulás a nemzetközi hírek jelentőségének elismerése felé. Az UNESCO gondozásában készült *Az újságírók szakmai elkötelezettségei nemzetközi elvei* (Traber és Nordensztrom, 1993) című kiadvány, amely további kérésekre hívta fel a figyelmet. Ezek közé tartozik „az információhoz való jog” gondolata, valamint az egyetemes értékek és a kultúrák sokfélesége tiszteltében tartásnak szükségessége. Hangsúlyozta azt is, hogy az újságírásnak támogatnia kell az emberi jogokat, a békét, a nemzeti felelősséget, a társadalmi haladást és a demokráciát (lásd Nordensztrom, 1998).

Lászlólag sok közös van abban, amit a különböző országok újságírói hivatalosan elfogadnak megfélemlítő követelményrendszerként. Ebben az értelemben van a normatív elméletnek egyfajta közös törzse, amely alkalmazható a napi gyakorlatban. A kódexek többségben jóval kevesebb (vagy semmilyen) figyelmet fordítanak az újságírás általánosabb céljaira (társadalmi funkciójára). A legnagyobb hangsúly szinte mindenütt az objektív (pártatlan) független és informatív (helyálló tényeket közlő) újságírás alapkövetelményein van. Mancini (1996) észrevétele, hogy az újságírás e széles körben elterjedt és elfogadott liberális elméletre nincs összehangban számos ország tényleges gyakorlataival. Az elmélet és a gyakorlat közötti „szakadék” főképp két vonatkozásban járható. Az egyik az újságíró oknyomozó, kritikai és értékelésviseleti szerepével kapcsolatos, amelyről a kódexek alig szólnak. Egy másik az újságírás feltételezett függetlenségével és pártatlanságával kapcsolatos, amikor a gyakorlatban az újságírás nagy része a kormányval, az erős gazdasági érdekekkel és más hatóságokkal igen szoros szimbiózisban működik. E megfigyelésekből legálábbis annyit következtetés levonható, hogy az újságírói kódexek elméletek nem megfélemlítő és hiányosak, s talán hogy jobb volna őket meghatározott célú, konkrét szabálygyűjteménynek tekinteni.

Arra is gondolnunk kell, hogy jó néhány médiaszervezet – főként a televíziós műsor-szórásban – (néha közéletet, néha nem közéletet) belső eljárási kódexet tart fenn, amelyek részben általános, részben a szervezethez kötődő kérdésekkel foglalkoznak (frányelveket adnak a szerkesztőknek és gyártásvezetőknek). Ezek némiképp eltérhetnek a kifejezetten szakmai kódexektől, hiszen főként a belső ellenőrzést és elszámolást segítik, néha a nagyobb hatáslehetőségeket hordozó audiovizuális médiumok speciális körülményeinek kezelésére hivatottak. De szerepet játszhatnak az újságírásra és a filmkészítésre, drámai ábrázolásokra vonatkozó általános tartalmi szabályok beemelésében is. Ilyen körülmények között különböző sajátos problémákat vetődnek fel, bár ezek végül általában ugyanazon alapelvekből erednek: igazság, méltányosság, nyíltság, mások részleteiben tartás, illendőség és a köznek ártó következmények kerülése.

A hírszűrés területén kívül számos bizonyíték igazolja, hogy a szabályozás önkéntes, főként a közönségnek és esetleges ártalomtól, illetve az iparágak a külső kényszerrel való megvédésére hivatott kódexek formájában valósul meg. A reklámot szinte mindentel a szakma megszabta kikötéseinek és irányelveinek vezeték alá. A mozifilmek máf kezdetűl, a gyártással gyakorlati cenzúra valamilyen formájának vannak alávetve (a legszorosabb és legnagyobb hatást példák az Egyesült Államokban 1933-ban, főként a katolikus egyház hatására bevezetett filmszabályzat, amely főként a szenzualitás ábrázolására vonatkozott). A szigorított televíziót még szigorúbban szabályozták. A szabályalkotás ezen faját azonban alig vesznék többet, mint hogy felidőnk a média befolyásának mértékét, illetve a közönség rosszallásától való féltelme.

## A SÁJTÓ NÉGY ELMÉLETE ÉS AZ ELKÉPZELÉS MEGHALADÁSA

A médiával (megint igazából a nyomtatott sajtóval) kapcsolatos elméletalkotás fejlődésében jelentős pillanatot volt három amerikai szerző könyveszkéjének (Siebert et al., 1956) a megjelenése. A kiadvány arra vállalkozott, hogy leírja az akkori, a sajtó és a társadalom kapcsolatával foglalkozó alternatív „sajtolélméleteket”. Azóta is nagy példányszámban fogynak, fordítják, felhasználják az oktatásban és vitáik (Nordensztrom, 1997), talán a címbe foglalt megfogalmazás miatt, és mert hézagpótló a megismertültek iróadalomban. Újabbban sokat írtak róla, és erőtlenyesen cáfolták, nemcsak azért, mert a „négy elmélet” egyike – a szovjet kommunizmusra vonatkozó – közel jár a kimúláshoz, hanem más hibák miatt is (Nerone, 1995). A koncepció fontos vonatkozása volt az a megállapítás, hogy „a sajtó mindig félveszi azon társadalmi és politikai struktúrák formáját és színezetét, amelyeken belül működik. Különösen a társadalmi elrendezés rendszerét tükrözi” (Siebert et al., 1956: 1).

A megállapításon túl azonban a könyv alig vagy egyáltalán nem szolgál bizonyítékokkal, illetve példákkal (autó) eltekintve, hogy a szovjet sajtó a szovjet rendszer szerzesztesként ábrázolja). A másik három bemutatott „elmélet” megnevezése „autoriter” (tekintélyelvű), „libertárius” és „társadalmi felelősség”. Újabb bírálók (közülük Nerone, 1995) szerint a könyv valójában csak egy a libertárius elméletről szól, legjobban esetben is kétóról: a libertáriusról és ellentétéről, az autoriterről, amelynek modern példájáknak a szovjet modellé kinálja. Az „autoriter elmélet” valójában annak leírása, hogyan ellenőrzik a sajtót különféle (többnyire európai) elnyomó rezsimnek két vagy több évszázadon át – ez az, amitől az Egyesült Államok szerencsésen megmenekült, amikor elszakadt Nagy-Britanniától.

A tekintélyelvűségnek többnyire nincs elméleti tartalma, bár alapvető irányelvét Samuel Johnson, a 18. századi angol író szavaival ekképp összeggezhetjük:

„Mindnen társadalmi jogja van megőrizni a kőbékét és -rendet, tehát alapos oka van megőrizni a vesztélyt hordozó vélemények terjedését”. Johnson szerint ez nem a bíró, hanem a társadalmi jog, s hozzáteszi, hogy a véleménykorlátozás erkölcsileg helytelen lehet ugyan, de „politikailag helyes.” (Idézi Siebert et al., 1956: 36)

A szovjet kommunista elméletet a „pozitív” médiaelmélet példájáknak írják le abban az értelemben, hogy a médiumok célja a marxista igazság terjesztése és megerősítése és – a proletárium enyvése után – az osztály nélküli társadalom elérése. Szerintük a libertárius elméletű főként abban különbözik – azon kívül, hogy állami ellenőrzéstől és nem magántulajdon –, hogy nem az egyén, hanem a társadalom jogait hangsúlyozza.

A liberárius elméletet a szabadságról és demokráciáról, a zsarnokság kultúrfele formái-val szemben írott klasszikus kiizdalemként, ugyanakkor az amerikai médiarendszer alkotmányos alapja és működése szerint írják le. A fő elv – attól eltekintve, hogy a kormányzati ellenőrzés hiányának negatív szabadsága mindennél fontosabb – az „önkorrekció” folyamata érvényesítése. Eszerint az igazság végül győzedelmeskedik a tévedés felett és „az eszmék szabad piacát” eredményezi, amely láthatóan a magazinlapokról és a szabad vállalkozás rendszert üdvözölt (lásd a 134. oldalon). A szerzők bizonyos szakaszokban kizsákolnak a műsorszerzés és a mozi esetével, amelyek sok vonatkozásban még az Egyesült Államokban is kormányzati ellenőrzés alatt állnak.

Későbbelen, hogy a köhnyv a hidegháború kritikus pillanatként jelent meg, amikor a két fél állítólagosított a „-agya és szívek megnyeréséért” a még el nem kötelezett világban, és a médiaszabadság léte vagy nemléte központi kérdés volt. Az Egyesült Államok saját liberálistikus- és szabad vállalkozás ideológiáját igyekezett exportálni, sajószabadság-modellje ezért volt különösen fontos (Blanchard, 1986). Legáltalában az elmondható, hogy a „négy elmélet” illett ehhez a programhoz. Nerone (1995) szerint a szerzők „épp azt az ideológiai kódifikációt fogadták el kritikátlanul, amelyet a médiatudományok kínáltnak lettek magyarázatoként. A társadalmat szolgáló sajtó mítosza azért létezik, mert a médiatudományok érdeke, hogy fennmaradjon”. Eltekintve attól, hogy általában kritizáltnak, ő hibáztatja az a kimondatlan feltevés, hogy a kifejezés szabadságról csak a kormány korlátozhatja, a magánéke nem. Úgy tűnik, a legrosszabb, amit a magánéke okozhat, a minőség romlása és a teljesítmény akadozása.

Alberárius elméletnek a korabeli amerikai gyakorlaton alapuló változata sok bírálat tárgyává volt. Amint Nerone (1995) rámutatott, kimulópontja nemigen alkalmas elméletalkotásra, bár nem is próbált „elméletnek” látszani. Fontosabbak a középnyomjában álló liberálistikus lényegi gyengéi pontjai (bár a „társadalmi felelősség” tárgyának némiképp ez ellen szól). Először is az elmélet azonosítja a sajtószabadságot a tulajdonjoggal: a közlés eszközeinek birtoklásával, s elhanyagolja a hozzáférés gazdasági akadályainak jelenlétét és a monopólistikus kádó hatalommal való visszaélést. Másodsorban, a sajtó szabadságról *negatív* fogalomként állítja be: a kormánytól való szabadságnak. Egy alternatív, pozitív módon, állításként megfogalmazott változat a fogalmat a célok és a várható előnyök elképzelésével ruházza fel, amelyekhez szűkség lehet némi társadalmi beavatkozásra. Ahogyan Glasser (1986: 93) írja:

A szabadság negatív fogalmának szemléletét szerint a sajtó nem körtelen szabadságról, másokra kényszeríti, mások szabadságához igazítani. ... Ezzel szemben egy állító értelemezés nézőpontjából ... a szabadság és a felelősség elválaszthatatlan ... [és] a szabadság megafatározó feltevései közé kell tartoznak, hogy az egyén nemnyire tud élni a szabadság előnyével.

Harmadszor, mint már említettük, az elmélet a nyomtatott sajtón kívül nemigen alkalmazható más médiumokra, illetve az újságíróson kívül sok más médiatüncikóra. Sokat foglalnak közre a véleményével és a meggyőződéssel, de annál kevesebbet mond az információról és a szabadság sok olyan kérdéséről (hozzáférés, adatvédelem, személyiségi jogok, tulajdonjogok), amelyek az információs társadalom újabb feltevései között vetődnek fel. Negyedszor, az elmélet nem tisztázza, kinek van joga a szabadsághoz, illetve kinek vélt hasznára a szabadság. Ha a lap tulajdonosának joga, mi a helyzet a szerkesztő, az újságíró vagy akár a közönség jogainál? A kérdés számos részlete vonatkozhat, köztük az is, hol húzhatók meg a szabadság határvonalai. Mikor avatkozhat be az állam jogszertlen a „lényeg” értékek védelmé-

ben? A történelem azt mutatja, hogy – Johnson politikai jogról alkotott elképzelését követve (lásd a 139. oldalon) – az államok valójában az autoriter nézőpontot foglalják el, amikor úgy vélik, hogy ezt meg kell tenniük és meg is tehetik.

Korábbi ellentét azonban a négy elméletről szóló köhnyv nemcsak a termékeny vitát seggerte elő, hanem az „elméletek” újrafogalmazásának vagy bővíítésének számos kísérletét is, amelyek alapja az az elképzelés volt, hogy valószerűleg mindegyik társadalmi rendszert megvan a maga „sajóelmélete”. Ezekről Nordenstrem (1997) ad átfogó képet. Számos kommentátor – köztük például Jömagam (1983), Alschull (1984) és Hachten (1981) – felvetette, hogy a liberálistikus és marxista változatokon kívül szűkség lenne egy „fejldékelméletre” is, amely kifejezné, hogy a gyarmati létező a függetlenségbe való átmenet után járt társadalmak gyakran nélkülözik a kiterjedt szabadjaci médiarendszer fennmaradásához szűkséges pénzt, infrastruktúrát, készségeket és közönségszoportokat. A médiaelmélet egy pozitívabb változata van szűkség, amely nem csupán nemzeti és fejlesztési célokról beszél, hanem felveti az autonómia és a hasonló helyzetben lévő társadalmakkal való szolidaritás szűkségét is. Ilyen körülmények között jogszerű lehet, hogy a kormány selektíven osztja el az erőforrásokat, és valamiképp korlátozza az újságírói szabadságot. A társadalmi felelősség megelőzi a média jogait és szabadságról. A gyakorlatban a fejldő világbeli médiarendszerek közül sok még mindig „autoriternek” minősülne.

Bár a sajtóelméletek eredeti tipizálásának javítása érdekében sok elképzelés született, a követezés és egyetemes „sajóelmélet” megfogalmazásának kísérlete elbő-üfőbb mindenképp kudarcba fullad. Ennek részben az ősszes ilyen elmélet ideológiai tartalma és az ősszes kommentátor (nyitv vagy önművelő) elfogultsága az oka. Ugyanakkor a médiarendszerek komplexitásából és inkohereciájából is ered, tehát abból, hogy egy elméletet sem lehet egy társadalmi jelenségnek megfektetni. Ez a szemlélet nem tudott megbirkózni a médiumok sokféleségével, a technológia és a kor változásaival. Kerestet mond a zentétli, a mozirol, valamint a televízió nagy részéről, amely a szórakoztatás, fikció, sport- és vetélkedőműsorokkal kapcsolatos. Ma a médiumok a legtöbb országban nem alkotnak egyetemes, sajátos filozófiát vagy logikáját rendszert. Sok különböző „funkció” és elvárás van velük szemben. Ez nem teszi érethetelenné a normatív elmélet keresését, de annak más útvonalat kell követnie.

## A KÖZZSOLGALATI MŰSORSZERŐS ALTERNATÍVÁJA

Mint már utaltunk rá, a liberárius elmélet nehezen birkozott meg általában a műsorszerzés, de különösen a közszolgálati műsorszerzés modelleivel, még annak korlátozott amerikai megnyilvánulásában is. Ennek az az oka, hogy a közszolgálati és/vagy közműsorszerzés előbbre helyezte a társadalmi szűkségeket és az állampolgárokat köllőketv szűkségeit, mint az egyéni jogokat, a fogyasztói szabadságot vagy a piaci erőket. Az állam intervencióját a műsorszerzésbe kezdésben, az 1920-as évek elején elsősorban azaz indokolták, hogy a korlátozott számú sugárzási frekvenciákat – az ipar és a fogyasztói érdekekben egyaránt – szabályozni kell. Amerikában a magánüzemeltetési engedélyek kiadásának rendszerét alkalmazták, amelyek keretében a Szovertési Hírközlési Bizottság (FCC) végzene a szabályozást, nemcsak technikai ügyekben, hanem egyes társadalmi és politikai kérdések tekintetében is. Ezek közé tartozott a (helyi szempontból) fontos információk adatai, kiegyensúlyozottság és pártatlanság vitás és politikai kérdésekben, valamint általában a sokféle. Ezeknek az elveknek máig jelentős nyomai maradtak. Az Egyesült Államokban azonban a „közhasznú műsorszerzés”

általában a nézők és hallgatók által önkéntesen finanszírozott kisebbségi hallozatot és meghatározott kulturális célok követését jelenti.

Sok más országban, különösen Nyugat-Európában a közszolgálati műsorszórás olyan rendszerre utal, amelynek alapját az törvény írja elő, általában közpénzből (gyakran a háztartásonként fizetett kötelező előfizetési díjból) finanszírozzák, és nagymértékű szerkesztői és működési függetlenséget kap. Működésének általános indoklása: feladata a közérdek szolgálya oly módon, hogy eleget tegyen a társadalom és az állampolgárok fontos, a demokratikus politikai rendszer révén meghatározott, illetve számba vett kommunikációs szükségleteinek.

A közszolgálati műsorszórásnak sosem volt általánosan elfogadott „elmélete”, és a különböző nemzeti változatokban némiképp eltér a vezérelv és a működés logikája. Az audiovizuális médiumok általános fejlődési tendenciái az utóbbi években, valamint a médiapiaci köröknek nemzeti és globális bővülése váltásfóssá tették ezeket az intézményeket a helyzetet, amelyek évtizedekig nagyrészt konzervatív módon működtek. Alaposan újra kellett gondolni a célokat és a formákat (lásd Blumler, 1992; Förfmann-Riem, 1996; Atkinson és Raboy, 1997).

Ha van közös elmélet, akkor az bizonyos célokat jelent, melyek – úgy feltételezik – csakis közalapdoni formában és/vagy szabályozással érhetőek el. A különböző rendszerekben vissza-térő célokat a 7.4. keretes részben soroltuk fel.

#### 7.4. A közszolgálati műsorszórás fő céljai

- A földrajzi lefedettség (a vétel és az adás tekintetében egyaránt) legyen egyetemes.
- A szolgáltatás változatos legyen: feljelen meg az összes főbb nézőnek, érdeklődőnek és szülőkének, illabbe a vélemények és meggyőződések teljes körének.
- Gondoskodjon egyes kisebbségekről.
- Fordítson figyelmet a nemzeti kultúrára, nyelvre és identitásra.
- Tegyen eleget a politikai rendszer szűkeleirnek, legyen meggyőző, a véleményes, vonatkozásban, tárgyilagoss, a vitákat kértéselben.
- Kiemelt figyelmet kapjon a többfélepp meghatározott „minőség”

Ezek a célok általában azt tiktrözik, hogyan fogalmazzák meg a „közérdeket”. Az „elmélet” másik, a szervezés formájával foglalkozó része azt a nézetet tartalmazza, hogy a szabad piac magára hagyva nem tudna megfellelni a célokban jelzett feltételeknek, mert az nem hozna nyereséget. Az elmélet pozitív változata szerint a közérdeknek megfelelő, hatékony rendszernek teljesítenie kell bizonyos feltételeket: a közfinanszírozás valamely eleme, a kormánytól való függetlenség magas foka, amennyiben összegezzelhetők a finanszírozási formákkal, valamint a közönségnek és a politikai rendszernek való elszámoltathatóság szakadatan folyamattalval. A közhasznú műsorszórás „elméletének” legfőbb gyengéje (ami nem szoros fennmaradási eséllyel) két feszültséforrásból fakad. Feszültség van egyrészt a függetlenség szükségessége és a kapott finanszírozással, illetve az elért célokkal való elszámoltathatóság szükségessége között, másrészt a „társadalom” által a köz érdekekben megszabott célok célérése és a közönség mint a tárgyban médiapiac fogyasztója igényeinek való megfelelés között. Közérdektől célok nélküli nincs értelme a folytatásnak, közönség nélküli viszont nem igazán lehet elérni közszolgálati célokat.

## TÖMEGMÉDIA, CIVIL TÁRSADALOM ÉS A NYILVÁNÓSSÁG

Az utóbbi évtized során, kivált azóta, hogy 1989-ben angol nyelven is megjelent Jürgen Habermas (1962/1989) könyve – magyarul: *A társadalmi nyilvánosság szerkesztéséről*, 1999 – a tömegmédiának politikai életben betöltött szerepéről szóla sokszor utalnak a *társadalmi nyilvánosság* fogalmára. A normatív elmélet elemei az ennek nyomán született vitából származhatnak. A nyilvánosság általában fogalmi „keret” jelöl, amely a nyilvános vita többé-kévesé autonóm és nyílt színterétl vagy fórumaként szolgál. A tér szabadon elérhető, s biztosított a gyűlekezési, az egyesülés és szólás szabadsága. A „tér” a társadalom „alja” és „csúcsa” között helyezkedik el, s a közvetítés a keret között zajlik. Az állapot magányszerűtlül elhelyezkedő politikai intézmények a közélet részét alkotják.

Habermasnak a demokrácia kibontakozásáról adott leírásában a nyilvánosság mint közszféra vagy -tér történetileg első változatát a 18. századi kávéház vagy vitakör képviseli, ahol a politikai élet aktív résztvevői találkoznak, hogy politikai terveket megvitatassanak és kialakítsanak. Fontos feladat volt a kormány folyamatos ellenőrzése a tájékozott és befolyásos közvélemény révén. A kommunikáció elsődleges eszköze a közvetlen magánbeszélgetés volt. E nyilvánosság kialakítása sokat köszönhetett a kapitalizmus és a gazdasági szabadság feltételeinek és az individualizmusnak, a szerző a nyilvánosság első formáját „polgári” nyilvánosságnak írta le. Későbbi fejlemények az új üzleti érdekeltségeket és más hatalmak előtörtés, valamint az, hogy az eltek személyközi szerkesztéjét a tömegkommunikáció váltotta fel. Habermas némiképp borított abban a tekintetben, hogyan haott mindez a modern idők demokráciájára, mivel a médiumok inkább manipulálják a közönséget, mint segítetik a racionális véleményalkotást.

Dár egyes tudósok (például Curran, 1990) sokat bírálták, mint a politikai élet egy leltint és elista formáját, mások úgy találták, hogy a nyilvánosság fogalma értékelni bír az éret kapirálisanos feltevései között (lásd Dahlgren, 1996). Curran (1996: 82) írja, hogy az eltkpelelésben felírul „a nyilvánosság mint egy olyan semleges övezet modellje, amelyben a közjót érhnt, releváns információk széles kör számára elérhető, ahol az szerkesztést nem korlátozza hatalom, és ahol a nyilvános vita összes résztvevője egyenlő. A média a nyilvános vitának színteret adta, a magánpolgárokat közvélemény formájában közszínterté újjászervezte támogatója ezt a folyamatot”.

A nyilvánosság gondolata általában illeszkedik a „civil társadalom” égbabb, szintén általánosan elfogadott fogalmába, miszerint az önkéntes részvétellel jellemmezhető, az állam-polgároknak sokféle „közvetítő intézmény” nyújt „védelmi” övezetet az államhoz fűződő viszonyaikban. Dahlgren (1996: 6) Michael Walzerfől (1992: 89) idézi annak pozitív megértését, ami kényegében „a kényszerből menes cemberi egyesülés tere, valamint – a család, hit, érdek vagy ideológia érdekekben kialakított – viszonyhálozatának összessége, amelyek e tereit betöltik”. Ez a civil társadalom egy változatos, amely szemben áll a Mills (1996) elemzete „tömegtársadalommal” és vitázik a különféle totalitárius rendszerekkel is. A mé-dia, ha megfellelőképp szerveződik – kivált ha nyíltan, szabad és sokszínű –, a civil társadalom egyik legfontosabb közvetítő intézményének számít.

Schulz (1997) leírta „a média konstruálta nyilvánosság” egy, az utóbbi idők politikai kommunikációjával kapcsolatos elméletre és kutatásra alapozott modelljét, amely mintha inkább kedvezőtlenül, mint kedvezően hana a civil társadalomra. E modell szerint a mai feltételek között a tömegmédia központi szerephez jut a politikai rendszer működésében. Ez különösen a politikai interakció minden más fórumának, főként a politikai gyűléseknek a visszaszorulása miatt

válík fontossá. Schulz szerint a közönség fragmentálódása felé mutató tendenciák ellenére a televízió és a sajtó az információ, eszmék és az állampolgárok számára még mindig a széles körben oszított közös tapasztalatok legfontosabb forrása. Felveti, hogy a széles körű médiaira való hagyatkozással együtt jár a politikai szembeni általános cinizmus és negatív attitűd (szintén ezt a nézetet hangsúlyozza Capella és Jameton, 1997). Ez a modell és eszelése magában foglalja a média normatív elméletének elemeit a demokráciákban, kiemelve az állampolgári részvételt ösztönzésének és a politikai folyamatok pozitív módon történő támogatásának szűkségét.

Válójában a társadalomnak a médiával szembeni pozitív elvárásai már egy ideje főként a tömegművelés egyre rosszabb újságírói színvonalát ért kritika formájában nyilvánulnak meg (Bogart, 1995), amit a kommunizmus terjedésének tulajdonolnak. A tömegművelés mokat azzal vádolják, hogy nem szolgálják a politikusoknak a nyilvánosság téjekoztatására és bevonására irányuló törekvéseit, inkább a szórakoztatást, a szenzációkértészt részesítik előnyben és futnak a pénz után (Paterson, 1994; Blumler és Gurevitch, 1995; Fallows, 1996; Blumler és Kavanagh, 1999). James Carey (1999) a mai újságírási tendenciákról szóló le-szítő bírálatában felveti azt a nyugtalanító kérdést, mi lesz az újságírással, ha már nem történik demokratikus szerepével. Ezt írja (1999: 17): „A demokrácia intézményei vagy szelle-szórakoztatás állam is leromolhajtja”. A politikusokkal szemben időnként felhozott ellen-vád, hogy a baj valójában ök okozzák, mert inkább érdeklik a média manipulációját saját előnyük és marketingcéljaik érdekében, mint a demokrácia gazdaságát. A modern kampányt hajlamos az aktív állampolgárokat passzív szemléltékké, egy szárnjékké szorongatva változtatni (Swanson és Mancini, 1996). A média és a demokrácia jelenlegi állapotának negatív szem-létét azonban nem mindenki osztja. Vannak a politikai kommunikáció mai, populárisabb formái mellett szóló érvek is (például Dahlgren, 1995). Továbbá a médiaeljárásokról szin-vonálnak a kommercializálódás miatti süllyedésére vonatkozó bizonyítékok – legalábbis szá-mos európai országban (Brants, 1998) – nem túl megyőzőek.

## VÁLASZOK A MAI NYLVÁNOSSÁGGAL KAPCSOLATOS ELÉGEDETLENKEDESEKRE

Az egyik javasolt megoldás magától az (amerikai) újságíróközösségtől érkezett, „civil” vagy „közösségi” újságírást néven (Glasser és Craft, 1997; Schudson, 1998; Glasser, 1999). A köz-ségségi újságírást mozgalmának alapvető tétele, hogy az újságírástnak célja van: a civil élet minőségének javítására kell törekednie a részvétellel és a via elkövetésével. A „közösségi” új-ságírást Schudson szerint inkább „közmegebizott modellre”, mint piaci vagy szórakoztató, érdek-ságrás modorra építi. Ezt írja (1998: 136): „A közmegebizott modellnek megfelelően az újságírók olyan híreket adnak, amelyekről szakmai megfontolás szerint az állampolgárok-nak tudni kell”. Eszerint legitimációs alapot inkább az újságíró professzionálismisszusban, mint valamely átfogóbb politikai elméletben láthatunk.

Schudson szavaival „az újságírók olyan szakemberek, akik megőrzik számunkra az állam-polgárságot”. Glasser és Craft szerint a közösségi újságírást elmozdultulst kíván az „újfókusz-tó újságírástól” a „beszélgető újságírást” felé. Az emberreknak nemcsak újfókuszot adás van szűkségük, hanem a nap híreivel való olyan foglalkozkodásra is, amely megbeszélést és vi-

tét gerjeszt. Világos kell legyen, hogy a közösségi újságírást szakít a semlegesség és az objektív tudósítás hagyományával, de nem jelent visszatérést az átpolitizált vagy értékképzésű újságíráshoz. Az új „mozgalom” céljai elértésének eszközei némiképp ma is vitázotak, mi-vel maguk a médiumok struktúrájának nem változnak, és kétség, vajon a szakmai feladat ezen változása feltételezhető-e a versenyt alapú médiapiaci korlátain és szembeszállhat-e a politikai apátia és cinizmus alapvető okával? Ez azonban a médiaeljáráselmélettel kapcsolatos kérdések hagyományos területén folyó heves vitára mutat. A közösségi újságírást mo-zgalma nemigen talált követőre Európában. A figyellem inkább a meglévő közszolgálati mé-diumok és más, nem kereskedelmi médiumok megújításának szűkségére, valamint afele fordult, hogy az új médiumok mennyiben állíthatók a demokratikus részvételi javításának szolgálatába (van Dijk, 1996; Brants és Siune, 1998).

A fennálló médiumokkal szembeni elégedetlenség néha teljesen eltérő, beavált rendszerekről független formák ünneplésében nyilvánult meg. Egyik köztükben (1983) egy olyan, demok-ratikus-részvételi” elméletet-gondoltat javasoltam, amely az állampolgárok szűkségeit kifejező és figyelemmel kíséző alternatív, alulról szerveződő médiumok által kifejezett sokféle elképze-lést szármaltába vesz. Az elmélet az 1960-as és 1970-es években a helyi és közösségi rádiózás és televíziózás iránti megnövekedett igényekben jutott kifejezésre. Megkérdőjelezte a centrálizált, kommercializált, állami ellenőrzésű, sőt a professzionálizált médiumok uralmát is. Az elmélet tiltet tekintve kicsi, nem kereskedelmi és gyakran valamely ügy mellett elkötelezett médiumokat preferálja. A részvételi és az interakció voltak a kulcsfogalmak. Jelenleg sokan remélik a polit-i-kai élet újraszervezését az új interaktív médiumokról (lásd a 6. fejezetben).

Curran (1996) szintén támogatja a kereskedelmi szektoron kívüli médiafajták széles kö-rét. Az egyik ilyen típusként általa javasolt „civil médiumok” kategória sokféle – a politikai pártok kiadványaitól számos kisebbségi csoport médiumáig terjedő – kiadványt és érdek-lődési kört foglal magába, közöttük többféle szakmai, valamint egyéb intézményi kiadványt. Az ilyen kiadványok összetett hatáskörrel valójában igen nagy, de általában elkerültek a tö-megkommunikáció-kuatás és -eljárás figyelmét. Nem nyereség-szerzési célja működnek, s a közszféra ügyeivel foglalkoznak. Az ilyen médiumok újra talpra állhatnak – mondja Curran –, ha hozzáférhetőnek a rádióhoz és a televízióhoz, és valamilyen formában köz-pénzektől kapnának támogatást.

## NORMATÍV MÉDIAELMÉLET: VÁLASZÚT ELŐTT

Áttekintésünk a normatív elmélet keretének burjánzását mutatja, bár talán inkább dzsungelnek nevezhetnénk. Elég nagy az elméleti zűrzavar, és az elveket, sőt még a terminológiát illede-n sincs túl sok egyetértés. A látszat ellenére azonban történet előrelépés, és élénk vita folyik, nem-csak a régi médiumok problémái, hanem az új médiumok keltező remények tekintetében is. Elég nagy mértékű az egyetértés például az arra vonatkozó elképzelésekben, hogyan kellene a médiumoknak részt vállalniuk a demokratikus társadalom működésében. A legaltalánosabb értelemben a médiáról széles körben azt várják, hogy legalább négy célt támogasson:

- Állandóan kisérje figyelemmel a közéleti eseményeket, eszméket és az ott tevőkénykedé-keket, aminek eredménye egyrészt információáramlás a nyilvánosság felé, másrészt az er-kölcsei és társadalmi rendszerért sértülések felárzása;

- adjon figyelmet és radikális kritikát a társadalomról és annak intézményeiről;
- amennyire kell, vagy lehet, összöbözze és biztosítsa minél több különféle szereplő és hang hozzáférést, megnyilatkozásának és részvételének eszközeit;
- segítse a közös tudat és identitás, valamint az egész közösség, illetve az azt alkotó csoportok valódi egységének kialakulását.

Nem várhatjuk el, hogy minden médium ugyanazt tegye (vagy egyáltalán tegyen) e célok érdekében, annál inkább, mert a témával kapcsolatos elméletek vagy elképzelések sokszor alapvetően eltérnek egymástól. Nordenstrang (1997) öt különböző normatív elméleti „paradigmát” vázolt fel, amelyek különféle normatív előírásokat tartalmaznak. Ezek a következők:

1. *Liberalis-pluralista paradigma.* A korbanban ismertetett régi liberárius elméletre épül. A hangsúly az egyéni van, a közterdetek a köz érdekűdésekként definiálja. A társadalomnak való elszámoltathatóságot a médiapiac és a minimális önszabályozás egyes formái révén, a lehető legkisebb állami szereppel valósítaná meg.
2. *Társadalmi jólétség paradigma.* Itt a közéleti szabadsághoz való jog mellet a tágabb társadalommal szemben fennálló, az önterdetek meghaladó kötelezettségek társulnak. A szabadság „pozitív”, valamilyen társadalmi célt tartalmazó fogalmát jelenti meg. Inkább a kommunidárius, mint az individualista politikaelméletet részesíti előnyben.
3. *Kritikai paradigma.* A médiumok stratégiai, a társadalmi struktúrák középpontjában helyezkednek el, és a szóhasználat egységét elnyomó vagy hegemonikus hatalmak (az államé és az üzleti szféréé), másfelől az elnyomott tömegek vonatkozásában fogalmazzák meg. A médiumok hordozzák az emancipáció lehetőségét, de csak olyan formákban, amelyek megszabadulnak az uralkodó intézményi ellenőrzéstől.
4. *Administratív paradigma.* Ez a 19. század elit polgári sajtójából ered, és az objektív, „be-számoltó” újságról tekint példának, amely tekintélyes forrásokból merítve megbízható információkat ad a jelentős kérdésekről. Az újságról professzionizmusát, a hatékony állami követelményeit hangsúlyozza. Információ-technikai kompetenciát, és inkább a gazdasági és politikai célok próbái kedvezni, mint a tömegeknek.
5. *Kulturális alku paradigma.* Ez elsősorban – a liberációs teológiában és a kulturális társadalom – a modern és agrártársadalomra, illetve az alulról szerveződő mozgalmakra fordított figyelemből származik. A paradigma az egyetemes racionalitást éppúgy elveti, mint a bürokratikus-szakmai kompetencia és hatékonyság ideálját. Hangsúlyozza a partikuláris értékeket hordozó szubkulturák létezését, és támogatja az interszubjektív megértést, a valódi közösségi érzést.

#### TOVÁBBI OLVASMÁNYOK

- Christians, C., Rozzoli, K. B. és Fackler, M. (1991): *Media Ethics*, 3. kiadás. New York: Longman.
- Dahlgren, P. (1995): *Television and the Public Sphere*. London: Sage.
- Lichtenberg, J. (szerk.) (1990): *Democracy and the Mass Media*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Neroni, J. C. (szerk.) (1995): *Last Rights: Rewriting Four Theories of the Press*. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Picard, R. (1985): *The Press and the Decline of Democracy*. Westport, CT: Greenwood Press.

## II. RÉSZ

# STRUKTÚRÁK