

nagy, heterogén és széles körben szóródó csoportjaihoz eljuttassák”. Ebben és a hasonló meghatározásokban a „kommunikáció” szó értelme valójában inkább „továbbítás”, a küldő nézőpontjából, mint a kifejezés teljesebb jelentése, amely magában foglalja a választ, a megosztást és az interakció fogalmát is.

A „tömegkommunikáció” *folyamata* nem a „tömegmédia” szinonimája (amely azt a szervezett technológiát jelenti, ami lehetővé teszi a tömegkommunikációt). E technológiákat azonban másként is felhasználják, és e hálózatokon keresztül más viszonyokat is közvetítenek. Például a „tömeg”-kommunikáció alapvető formái és technológiai ugyanazok, mint amit a legkisebb helyi hírlapoknál vagy rádióknál alkalmaznak. A tömegmédia szolgálhat egyéni, magán- vagy szervezeti célokat is. Ugyanazok a médiumok egyszerre juttathatnak el közérdekű üzeneteket nagy nyilvánossághoz közszolgálati célból, illetve lehetnek személyes értesítések, propagandáüzenetek, jótékonyági felhívások, álláshirdetés és még sokféle más információ és kultúra hordozói. Ez a kérdés különösen fontos a kommunikációs technológiák konvergenciája idején, amikor egyre inkább elmosódnak a köz- és magán-, illetve a nagy kiterjedésű és egyéni kommunikációs hálózatok közötti határvonalak.

A tömegkommunikációval kapcsolatos mindennapi tapasztalat rendkívül sokrétű. Általában önkéntes, és rendszerint a kultúra és az életmód, valamint a társadalmi környezet követelményei formálják. A tömegkommunikációs tapasztalat fogalma elvont és hipotetikus. Ha olykor-olykor valóságosnak látszik, az okok inkább a társadalmi élet konkrét feltételeiben, mint a médiatechnológiában vagy -tartalomban keresendők. Az új technológia és az új alkalmazások eredményeként egyre változatosabbak a technológiai közvetítésű kommunikációs kapcsolatok. E megfigyelésekből azt az általános következtetést vonhatjuk le, hogy maga a „tömegkommunikáció” már kezdettől fogva inkább eszme, mint valóság. A kifejezés olyan feltételt és folyamatot jelöl, amely elméletileg lehetséges, de tiszta formájában ritkán található meg. Példa arra, amit Max Weber szociológus „ideáltípusnak” nevezett: fogalom, amely egy empirikusan kialakuló valóság kulcselemeit emeli ki, miközben nem feltétlenül szükséges, hogy a valóságban annak egy teljes, komplett példáját megtaláljuk. Ha úgy tűnik, hogy mégis megjelenik, kiderül, hogy kevésbé tömeges és technikailag kevésbé determinált, mint amilyennek első ránézésre gondoljuk.

A TÖMEGMÉDIA-INTÉZMÉNY

A változó technológia ellenére a tömegkommunikációs jelenség fennmarad a tömegmédia-intézmény egész keretén belül. Ez tágabb értelemben a médiaszervezetek és -tevékenységek összességére, valamint azok formális vagy informális eljárásaira, működési szabályaira, néha pedig a társadalom által megszabott jogi és politikai követelményekre utal. Ezek a nyilvánosság egészének és más társadalmi intézményeknek (például a politika, a kormányok, a jog, a vallás és a gazdaság) az elvárásait tükrözik. A médiaintézmények fokozatosan fejlődtek ki a kiadás, illetve a széles körű ismeret- és kultúraterjesztés kulcstevékenységei körül. Más intézményekkel is vannak érintkező területeik, kivált amennyiben ezek bővítik nyilvános kommunikációs tevékenységeik körét. A médiaintézmények technológiatípus (nyomtatás, film, televízió stb.) szerint tagolódnak, időben változnak és országoként is különböznek (lásd a 9. fejezetben). Mégis, központi tevékenységük – az „ismereteknek” (információk, eszmék, kultúra) a kommunikálási kívánók érdekében, egyéni és kollektív igényre válaszul történő előállítás és terjesztése – mellett számos jellegzetes meghatározó vonásuk van. A fő jellemzők a következők:

- A médiaintézmény a „közférában” helyezkedik el, ami főként azt jelenti, hogy elvben minden információküldő és befogadó felé nyitott. A média közérdekű kérdésekkel foglalkozik, közcélok érdekében – különösen olyan témákkal, melyekkel kapcsolatosan közvélemény kialakulása várható; számot kell adnia tevékenységeiről a szélesebb társadalomnak (az elszámoltathatóságot törvények, jogszabályok és állami-társadalmi kényszerek teremtik meg).
- A társadalom tagjai érdekében végzett fő nyilvánosságra hozatali tevékenységének köszönhetően a médiumok nagymértékű szabadsággal rendelkeznek gazdasági, politikai és kulturális tevékenységeikben.
- Bár a média befolyással bír és hatást gyakorolhat, a médiaintézménynek formálisan nincs hatalma (logikai kapcsolat van a hatalomhiány és az intézmények nagymértékű szabadsága között).
- A médiaintézménybeli részvétel önkéntes, társadalmi kötelezettség nélküli; a médiahasználat erősen összefügg a szabadidővel, a munkától, a kötelességektől pedig határozottan elválik.

I.2. A tömegmédia-intézmény

- A fő tevékenység a szimbolikus tartalom előállítása és terjesztése
- A médiumok a „közférában” működnek, s ennek megfelelően szabályozottak
- Az információküldőként vagy befogadóként való részvétel önkéntes
- Szerveződése szakmai, formailag bürokratikus
- A média egyszerre szabad és hatalom nélküli

TOVÁBBI OLVASMÁNYOK

- DeFleur, M. és Ball-Rokeach, S. (1989) *Theories of Mass Communication*, 5. kiadás. New York: Longman.
 Grossberg, L., Wartella, E. és Whitney, D. C. (1998) *MediaMaking*. Thousand Oaks, CA: Sage.
 Mattelart, A. és Mattelart, M. (1998) *Theories of Communication: a Short Introduction*. London: Sage.
 Rosengren, K. E. (1999) *Communication*. London: Sage.
 Silverstone, R. (1999) *Why Study the Media?* London: Sage.

2. A TÖMEGMÉDIUMOK FEJLŐDÉSE

- A kezdetektől a tömegmédiákig ■ 24
 Nyomatott médiumok: a könyv és a könyvtár ■ 26
 Nyomatott médiumok: a hírlap ■ 27
 A film mint tömegmédiák ■ 29
 Műsorszórás ■ 31
 Rögzített zene ■ 32
 Új elektronikus médiumok ■ 33
 A médiumok közötti különbségek ■ 35
 A médiaváltozás várható hatása a közérdekre ■ 38

A KEZDETEKTŐL A TÖMEGMÉDIUMOKIG

A „tömegmédiák” kifejezés azokra a szervezett eszközökre utal, amelyekkel nyitottan, távolra, sok befogadónak, rövid időtávon belül lehet kommunikálni. Ezek a kritériumok viszonylagosak, hiszen a tömegmédiák legkorábbi formái (a nyomtatott könyv vagy a röpirat) a társadalom írástudó, a kiadás helyéhez viszonylag közel lévő kisebbségére korlátozódtak. A média legkorábbi formáitól (a sziklarajzoktól) a legújabb, a jeltovábbítás volumenét, sebességét és hatékonyságát soha nem látott mértékben kiterjesztő digitális formákig folyamatosan fejlődött a technika (Schement és Curtis, 1995). Nem könnyű megmondani, mikor következik be egy „forradalom”; ha azonban a társadalmak bizonyos változásait is figyelembe vesszük, igenis van értelme az efféle megfontolásnak. Gyakran csak visszamenőleg tudjuk értékelni a jelentős átmeneti mozzanatokot.

Már megkülönböztettük a tömegkommunikáció *folyamatát* és azt lehetővé tevő tényleges médiumokat. Fontos kiemelni, hogy az időt-távolságot áthidaló nyilvános kommunikáció ideája sokkal régebbi, mint a most használatos tömegmédiák. Ez a folyamat – amely elsősorban vallási, politikai és oktatási intézményekben zajlott – integráns része volt a korai társadalmak szerveződésének. Sőt, az eszmék széles körben történő (tömeges) terjesztésének eleme is korán megjelent a politikai és vallási kötelezettségek tudatosítása kapcsán. A korai középkor idejére az egyház már kidolgozott és hatékony eszközökkel rendelkezett, amelyekkel üzeneteit kivétel nélkül mindenkihez eljuttathatta. Ezt tömegkommunikációnak nevezhetjük, bár nem sok köze volt a tömegmédiához. Ennek ellenére könnyű volt a kettőt összekapcsolni. Ezt is minden bizonnyal az egyházi és állami hatóságok tették meg, amelyek a nyomtatás megjelenésekor megriadtak ellenőrzésük várható elvesztésétől, illetve azok a szerzők, akik új eszmék terjesztésére törekedtek. Elegendő bizonyítékul szolgálnak erre a reformáció és az ellenreformáció elkeseredett *propaganda*-küzdelmei a 16. században. Ez volt az a történelmi pillanat, amikor a tömegkommunikáció technológiájával kialakított kapcsolat végérvényesen konkrét társadalmi és kulturális meghatározást nyert.

E fejezetben az a célunk, hogy leírjuk a tömegmédiák mai összességének megközelítő fejlődési sorrendjét, továbbá megjelöljük a főbb fordulópontokat és röviden ismertessük

azokat a tér-idő körülményeket, amelyek között a különböző médiumok vélt hasznuk vagy a társadalomban betöltött szerepük alapján társadalmi meghatározást nyertek. E meghatározások rendszerint az adott médium történetének korai szakaszában alakultak ki, majd egyrészt a körülmények, másrészt az adott kommunikációs eszközök inherens sajátosságai rögzítették őket. Idővel a meghatározások is változtak, főként összetettebbé váltak és több „opcióra” tettek szert, ezért végeredményben aligha beszélhetünk bármely adott médium egyetlen, egyetemesen elfogadott és egységes definíciójáról.

A tömegmédiák történetének felidézése során három olyan fő elemmel foglalkozunk, amelyek a társadalom tágabb életében sajátos alkalmazás- és jelentőségegyütteseket eredményeznek:

- meghatározott kommunikatív célok, szükségletek vagy felhasználások, például a tájékoztatás, a szórakoztatás, a kulturális megnyilatkozás, az oktatás (ilyen célokat különböző, az egyéntől a társadalom egészéig terjedő „szinteken” találhatunk);
- technológiák, amelyek a nyilvános, sokakra és nagy távolságra irányuló kommunikációt lehetővé teszik;
- társadalmi szerveződési formák, amelyek biztosítják a technológiák szélesebb társadalmi kontextusbeli alkalmazásához szükséges készségeket és kereteket.

Ezek némiképp kontextusuktól megfosztott fogalmak, a történelem viszont konkrét. A gyakorlatban a kommunikációs technológiák felhasználási módja igen nagy mértékben az adott idő és tér körülményeitől függ. Nehéz megjósolni vagy akár az eseményt követően megmagyarázni, miért nyernek bizonyos fejlemények történelmi jelentőséget. Nehezen rendelhetünk bármilyen egyedi vagy lényegi jellemzőt a „tömegmédiák” egyes elkülönített tagjaihoz. A fenti elemek ténylegesen előforduló kombinációi általában a társadalmi és kulturális klíma megfoghatatlan vonásaitól függenek. Mégis egyértelmű, hogy a nyomtatott és más médiumok fejlődéséhez szükséges feltétel volt a gondolkodás, kifejezés vagy cselekvés bizonyos mértékű *szabadsága*. Általánosságban: minél nyitottabb volt a társadalom, annál nagyobb volt a késztetés, hogy a kommunikációtechnológiát lehetőségeihez mérten a legjobban fejlesszék. A zártabb, elnyomó rendszerek vagy korlátozzák a technika fejlődését, vagy szigorú határokat szabnak a technológia felhasználási módjainak.

A különböző médiumok történetének és jellemzőinek következő összefoglalásában szinte elkerülhetetlen a „nyugati” nézőpont és értékrend alkalmazása. Ez azzal indokolható, hogy a tömegmédiák technológiája és intézményi keretei kezdetben főként nyugatiak (európaiak vagy észak-amerikaiak) voltak, és a világ más részein ugyanazokat a fejlesztéseket hasonlóképpen alkalmazták. Az is vitathatatlan, hogy a nyitottság és az egyéni választás legfőbb vonásai, amelyek nélkül szinte elképzelhetetlen a tömegesen mediatizált kommunikáció, jellegzetesen „nyugati” eszméknek tekinthetők. De még így sem indokolt, hogy a tömegmédiák csak egy útvonalat kövessenek a jövőben, mindig a nyugati modellben összefutva. Sokféle lehetőség van, és elég valószínű, hogy a kulturális különbségek felülkerekednek a technológiai kényszereken.

Az itt tárgyalt egyes *médiumokat* az alkalmazott technológia, illetve anyagi formájuk, jellegzetes műsортípusaik, műfajaik, „formátumaik”, a bennük látott felhasználási lehetőségek, haszon és intézményi színterük szerint lehet meghatározni.

NYOMTATOTT MÉDIUMOK: A KÖNYV ÉS A KÖNYVTÁR

A modern médiumok története a nyomtatott könyvvel kezdődik – ami mindenképp egyfajta forradalom volt, bár kezdetben még csupán technikai eszköz a kézzel már amúgy is széles körben másolt vagy azokhoz hasonló szövegek reprodukálására. A nyomtatás csak fokozatosan vezetett tartalmi változáshoz – világiasabb, gyakorlati, néptömeghez (főként nemzeti nyelven) szóló művek, valamint politikai-vallási vitairatok és értekezések megjelenéséhez –, ami jelentősen befolyásolta a középkor világának átalakulását. A királyi és más hatóságok korán nyomtattak törvényeket és közleményeket is. Így került sor a társadalom forradalmára, amelyben a nyomtatás nélkülözhetetlen szerepet játszott.

A korai középkor időszakában a könyvet nem elsősorban kommunikációs eszköznek tekintették, hanem a bölcsesség tárának, gyűjtőhelyének – kivált a szent írások és vallási szövegek esetében, amelyeket sértetlenül kellett megőrizni. A vallási és bölcséleti szövegek köré azonban hamarosan tudományos és gyakorlati információkat tartalmazó művek gyűltek. Ebben az időben a könyv általában külön lapokból összefűzött, erős borítójú kötet volt, amely megfelelt a biztonságos tárolás, a pulpitusról történő hangos felolvasás követelményeinek és az utazási-szállítási kívánalmaknak is. A könyveket tartósnak, ugyanakkor korlátozott körben terjeszthetőnek szánták. A jelenkori könyv e modell közvetlen leszármazottja, és hasonló felhasználási lehetőségeket hordoz.

A papír- vagy papirusztekercs eltűnt, kivált amikor a kézírást a nyomdagép váltotta fel, amely kiterített ívek nyomtatását tette szükségessé. Ez biztosította a középkori kézírásos könyv formátumának diadalát, még miniatúraként is. A nyomtatás előtti és utáni időszakok közötti folytonosság másik fontos eleme a könyvtár, a könyvek tárolóhelye vagy gyűjteménye. A könyvtár – funkcióját és térbeli elrendezését tekintve – nem sokat változott, legalábbis a digitális könyvtárak megjelenéséig. Ez is azt a gondolatot tükrözi és erősíti meg, hogy a könyv rögzített információs és hivatkozási forrás. A könyvtár jellegén nem sokat változtatott a nyomtatás, bár ösztönözte magánkönyvtárak kialakítását. A könyvtár későbbi fejlődése némileg indokoltá teszi, hogy ne csak médiumnak, hanem tömegmédiumnak tekintsük. Kétségtelen, hogy gyakran szerveződik a nyilvános tájékoztatás eszközeként, és már a 19. század óta a tömeges felvilágosítás fontos eszközét látják benne.

A nyomtatási technológia kézírást helyettesítő sikeres alkalmazása a szövegszorosításban – nagyjából a 15. század közepén – csak az első lépés volt a „médiainstítmény” kibontakozásában. A nyomtatás fokozatosan új mesterséggé, fontos kereskedelmi ágá vált (Febvre és Martin, 1984). A nyomdász később kereskedőből kiadóvá lett, s lassan szétvált a két funkció. Éppen ilyen fontos volt a „szerző” fogalmának megjelenése és szerepe, hiszen a korábbi kézírásos szövegeket rendszerint nem jegyezte szerzőként élő személy.

További természetes fejlemény volt a hivatásos, általában módos patronusok által támogatott szerző megjelenése már a 16. század végén. Mindkettő a piac kialakulását és a könyv árucikké válását tükrözi. A jelenkori média sok alapvető jellemzője – köztük az olvasóközönség – valójában már a 16. század végére megjelent a könyvkiadásban. A mai alternatív technológiák bősége ellenére a könyv maga máig nem mutatja jelét, hogy elveszítené jelentős tömegmédium szerepét. Fontos kulturális termékként kialakított eredeti „aurájának” néhány elemét is megőrizte.

2.1. A könyv médium

- A mozgatható betű technológiája
- Egybekötött lapok
- Több példány
- Árucikk forma
- Többrétű (világi) tartalom
- Egyéni felhasználás
- A publikálás szabadsága

NYOMTATOTT MÉDIUMOK: A HÍRLAP

A nyomtatás feltalálása után majdnem kétszáz év telt el, mire a mai hírlap őse megkülönböztethető lett a 16. század végi, 17. század eleji szórólapoktól, röpiratoktól és hírlevelektől. Elődjének nem is annyira a könyv, inkább a levél látszik: a kezdetleges postaszolgáltatón keresztül terjesztett, főként a nemzetközi kereskedelem és ipar szempontjából jelentős eseményekről tudósító hírlevelek. Tehát egy már régóta zajló tevékenység kiterjesztéséről volt szó, kormányzati, diplomáciai vagy kereskedelmi céllal. A korai hírlap jellemzői a rendszeres megjelenés, a kereskedelmi (nyíltan eladásra készítették őket), illetve a nyilvános jelleg és a többcélsűség: tájékoztatásra, krónikaként, reklámra, kikapcsolódásként, pletykálkodásra egyaránt használták.

A 17. századi kereskedelmi hírlap nem egyetlen forrásból merített, hanem nyomdászkiadó készítette összeállítás volt. A hivatalos (az uralkodóház vagy a kormány által kiadott) változat sok tekintetben hasonlított ezekre a hírlapokra, ugyanakkor egyben a tekintély szócsöve, állami eszköz volt. A hírlap intézménye főként a kereskedelmi lapban öltött formát, s visszatekintve kialakulását a kommunikációtörténet jelentős fordulópontjának tekinthetjük: nem a hatalmasságok és nem is a „propagandisták” eszköze volt, hanem mindenekelőtt szolgáltatást kínált a névtelen olvasónak.

A hírlap bizonyos értelemben még inkább újítás volt, mint a nyomtatott könyv – egy új társadalmi, kulturális, irodalmi közlésforma feltalálása –, még ha ezt nem is látták akkortájt. Sajátossága a kulturális kommunikáció más formáihoz hasonlítva abban állt, hogy az olvasót (az egyént) vette célba, valóság- és haszonorientált volt, eldobható, világi, és megfelelt egy új osztály: a városi üzlet- és szakemberek szükségleteinek. Újdonsága nem annyira a terjesztés technológiájában vagy a terjesztés módjában állt, hanem azokban a funkciókban, amelyeket egy meghatározott osztály számára betöltött egy változó és liberálisabb társadalmi-politikai környezetben.

A hírlap későbbi történetét a szabadság ügyéért folytatott küzdelmek, előre- és visszalépések sorozataként, illetve a gazdasági és technológiai fejlődés történeteként lehet elbeszél- ni. A sajtó történetének legfontosabb szakaszait az alábbiakban ismertetjük. Bár ez nemzet- tenként különbözik, az itt következő – gyakran egymással keveredő, egymásra ható – elemek mind szerepet játszottak a sajtó intézményének kialakulásában.

2.2. A hírlap médium

- Rendszeres és gyakori megjelenés
- Árucikk forma
- Tájékoztató tartalom
- Nyilvánosság funkciók
- Városi, szekuláris közönség
- Viszonylagos szabadság

A hírlap kezdettől fogva a fennálló hatalom valóságos vagy lehetséges ellenfele volt, és így is tekintett önmagára. A sajtótörténetben éppoly sűrűn felbukkannak a nyomdászokkal, szerkesztőkkel és újságírókkal szembeni erőszak képei, mint a közlés szabadságáért – gyakran a szabadság, demokrácia és a polgárjogok szélesebb körű mozgalmá keretében – vívott folyamatos küzdelem. A föld alá kényszerített sajtónak az idegen megszállás vagy diktatórikus uralom alatt játszott szerepét mindmáig ünneplik. A sajtó illetően önképét a fennálló hatalom is gyakran megerősítette, amikor bosszantónak és kellemetlennek (bár olykor formálható-nak, sőt kiszolgáltatóknak) minősítette a sajtót.

Történetileg az egyre nagyobb sajtószabadság irányába fejlődésről is beszélhetünk, amelyet időre visszaesések szakítottak meg. A nagyobb szabadságot azonban időnként csupán az jelentette, hogy a sajtó ellenőrzését kifinomultabb eszközökkel valósították meg: a nyílt erőszakot jogi korlátozás váltotta fel, majd pénzügyi terheket róttak rá (amelyeket később visszavontak). Ma a sajtónak a piaci rendszeren belüli intézményesülése szolgál az ellenőrzés formájaként, s korunk hírlapja, e nagy üzleti vállalkozás, többféle kényszernek vagy beavatkozásnak van kiszolgáltatója, mint annak idején elődei. A hírlap a 20. századig nem vált igazi „tömeg”-médiummá abban az értelemben, hogy rendszeresen elérte volna a népesség nagy részét, s a hírlapok olvasottságát tekintve még mindig meglehetősen nagy különbségek vannak az egyes országok között.

Korábban rendszerint különbséget tettek és ma is hasznos különbséget tenni a hírlapok (és az újságírás) bizonyos fajtái (műfajai) között, bár nincs valamennyi korszakra és országra alkalmazható, egyetlen tipológia. A következő oldalakon a főbb típusokat ismertetjük.

A politikai sajtó

A hírlap egyik gyakori formája a mozgósító, tájékoztató és szervező feladatot ellátó pártpolitikai lap. A pártlap (amelyet maga a párt vagy támogatói adnak ki) mára visszazorult a kereskedelmi sajtóval szemben; mind „szmeként”, mind életképes üzleti vállalkozásként. A párt-sajtónak azonban még mindig megvan a maga helye a demokratikus politikában. Ahol Európában megmaradt (és másutt is vannak rá példák), általában független az államtól (bár kaphat állami támogatást), többnyire szakértelemmel készül, célját tekintve komoly és véleményformáló. Sajátos vonása, hogy olvasói a párt iránti elhivatottságuk révén kötődnek hozzá, meghatározott politikai érdekeket szolgál és a pártcélok érdekében mozgósít. Példái az orosz forradalmi mozgalom „előrs sajtója”, számos skandináv ország (főként szociáldemokrata) pártpolitikai lapjai és a kommunista rezsimnek hivatalos párt-sajtója.

A presztízs-sajtó

A 19. század végi burzsoá sajtó (hírlap) kialakulása a sajtótörténet kiemelkedő fejezete; ezek a hírlapok máig érvényes mintát adtak a hírlap „ideáltípusához”. Történetének első szakasza körülbelül 1850-től a századfordulóig tartott. Létrejötté több körülménynek köszönhető: ezek közé tartozik a liberalizmus győzelme és térhódítása, a közvetlen cenzúra vége; a sajtó üzleti-szakmai rendszerének kialakítása, továbbá sok olyan társadalmi és technológiai változás, amely kedvezett a sokoldalúan tájékoztató, magas szintű nemzeti vagy regionális újságírás kialakulásának.

Az új presztízs- vagy „elit”-sajtó független volt az államtól, nem elsősorban üzleti érdekeket preferált, s legtöbbször a politikai és társadalmi élet jelentős intézményének számított (kivált véleményformálóként és a „nemzeti érdek” szószólójaként). Rendszerint fejlett társadalmi és erkölcsi felelősségérzetről tett tanúbizonyságot, és elősegítette az objektív tudósítás iránt elkötelezett újságírói szakma kibontakozását. A „minőségi” hírlappal szembeni mai elvárások közül sok még mindig ezeket az eszméket tükrözi, és ez szolgál alapul azon lapok bírálatához, amelyek túl pártos vagy „szenzációhajhász” voltakban eltérnek az ideáltól.

A kereskedelmi hírlap

A tömeglapot két fő okból nevezzük „kereskedelminek”: monopolisztikus konszernek működtetik profitszerzés céljából, és erősen függ a reklámbevételektől (amelyek lehetővé és egyben előnyössé tették a tömeges olvasótábor kialakulását). A tömeglap kereskedelmi céljai jelentősen befolyásolták a tartalmat is, amely elmeget a politikai populizmus irányába éppúgy, mint az üzlet, a fogyasztás és a szabad vállalkozás propagálása felé (Curran, 1986; Curran és Seaton, 1997). Gondolatmenetünk szempontjából fontosabb, hogy lássuk: a kommercializálódás eredményeként újfajta hírlap jelent meg, amely könnyedebb-szórakoztatóbb, emberi érdekeket hangsúlyoz, szenzációra törekszik (bűnözés, erőszak, botrányok, pletykák, szórakoztatás), és hatalmas olvasótábora van, amelyben nagyrészt alacsonyabb jövedelmű és iskolázottságú csoportok képviselik magukat (Hughes, 1940; Schudson, 1978; Curran et al., 1981).

Elmondhatjuk, hogy (olvasottságát tekintve) ma sok országban ez az uralkodó hírlapforma, kivált mert a „**bulvárosodás**” folyamatában (Connell, 1998) utat talál a hagyományosabb, „komoly” hírlapok piacára is. De a mai népszerű hírlap valójában a 19. századi „presztízs”-sajtóból eredeztetni státusát (kivált azzal, hogy állítása szerint aktuális politikai és gazdasági információkkal szolgál), bár úgy tűnik, más tekintetben épp a presztízslappal szembeállítva lehet a legvilágosabban definiálni.

A FILM MINT TÖMEGMÉDIUM

A film technológiai újdonságként indult a 19. század végén, de amit kínált, az aligha volt új, akár tartalmát, akár szerepét nézzük. A szórakoztatás hagyományait folytatta új eszközökkel, amelyek a korábbi formák – történetek, látványosságok, zene, színjáték, humor és technikai trükkök – szélesebb körű „fogyasztását” tették lehetővé. Szinte azonnal igazi tömegmédiummá vált abban az értelemben, hogy gyorsan eljutott a népesség nagyon nagy részéhez, még a falusias területeken is. A film mint tömegmédium új lehetőséget teremtett a

kikapcsolódásra (a nem munkával töltött idő „felhasználására”), illetve arra, hogy az egész család gazdaságosan és (általában) társadalmilag elfogadott módon élvezhesse szabadidejét. Így a munkásosztály számára is biztosított néhány olyan kulturális juttatást, amelyet társadalmuk „jobbjai” már élveztek. Látványos növekedéséből ítélve óriási volt a rejtett igény, amelyet a film kielégített. A tömegmédia korábban megnevezett főbb alkotóelemei közül nem a technológia vagy a társadalmi klíma, hanem a film kielégítette individuális szükségletek nyomtak a legtöbbet a latban.

Nem kerek a történet, ha a filmet csak így jellemezzük: „*show business*” új formában, nagyobb piacra. A filmtörténetnek még három fontos szála van. Először is figyelemre méltó a film (főként nemzeti vagy társadalmi érdekekre hivatkozó) propagandisztikus célzatú „használat”, amelynek sikerét a propagandafilmek készítői a film mint műfaj általánosan feltételezett realizmusára, népszerűségére és érzelmi hatására alapozták. Az irodalomban és a színházi műfajokban régóta bevett gyakorlat volt a jobbító szándékú üzenet és a szórakoztatás összekapcsolása. A film több embert ért el, és a fotografikus (képi) üzenet több lehetőséget kínált a manipulálásra a hitelesség látszatának elvesztése nélkül. A filmtörténet két másik szála a filmművészeti iskolák megjelenése (Huaco, 1963) és a társadalmi dokumentumfilm mozgalom kibontakozása. A széles közönség helyett mindkettő egy kisebbséget céltzott meg és/vagy erős realizmuselemeket hordozott. Mindkettőnek van – részben esetleges – kapcsolata a propaganda filmmel annyiban, hogy *társadalmi válságok* idején alakultak ki.

Sok népszerű szórakoztató filmben továbbra is vannak alig leplezett ideológiai és propagandisztikus elemek, még a politikailag „szabad” társadalmakban is. Ezt több tényező is indokolhatja: kísérlet a társadalom irányítására; populista vagy konzervatív értékek terjesztésének szándéka; különféle marketing- és PR-elemek beszivárgása a szórakoztatásba; továbbá a minél nagyobb tömegbefolyás célkitűzése. Bár a filmtörténetben a szórakoztató szerep az uralkodó, a filmekben gyakran feltűntek didaktikus, propagandisztikus elemek. A film minden bizonnyal kiszolgáltatottabb bizonyos külső kényszereknek és beavatkozásnak, mint más médiumok, mivel nagy tőke forog kockán.

A film történetében három nagy fordulópontot tartanak számon. Az első a filmipar és a filmkultúra „amerikanizálódása” az első világháború után (Tunstall, 1977) – ehhez nagymértékben hozzájárult a kezdetben sikeres európai film viszonylagos hanyatlása, amelyet a második világháború csak megerősített –, a második a televízió megjelenése és végül a harmadik a film elválása a mozitól. A televízió elvitte a filmnéző közönség nagy részét, különösen az általános családi közönséget, s egy jóval kisebb és fiatalabb filmközönséget hagyott maga után. De elvitte vagy eltérítette dokumentumfilm irányzatát is, és megfelelőbb otthoni biztosított számára a televízióban. Nem tette ugyanazt a művész filmmel, bár a művész filmnek javára válhatott volna a film/mozi médium tömegjellegének elvesztése és nagyobb mértékű specializálódása. A moziba járók első két nemzedéke számára a filmélmény elválaszthatatlan volt az esti kikapcsolódástól, általában barátokkal és az otthonnál jóval nagyobb helyszíneken. Ezenkívül az elsőtűtött mozi az egyedül- és együttlét olyan keverékét kínálta, amely az élménynek új dimenziót adott. A „mozizás” maga legalább olyan fontos vagy fontosabb volt, mint egy-egy film megtekintése.

Miután a filmek ma már nemcsak a filmszínházakban tekinthetők meg, a film mint kifejezési forma is „szabadosabbá” vált. A korai filmek elvileg mindenki számára készültek, csak a korkülönbségekre figyeltek, és a mozi közösségi szabályozást kívánó nyilvános hely volt. A nyilvános bemutatás kényszerét levette azonban a film szabadabban elégíthette ki az erőszakos, rémítő vagy pornográf tartalmak iránti igényt.

A közönségvonzás tekintetében a film mára a televízió mögé került; önállósága elvesztésének egyik utolsó mozzanata, hogy egyesült más médiumokkal: a könyvkiadással, a könnyűzenével és magával a televízióval. Bár közvetlen közönsége kisebb lett, bizonyos központi szerepre tett szert (Jowett és Linton, 1980) más médiumok bemutatójaként és kulturális forrásként, amelyből könyvek, képregények, dalok és televíziós „sztárok”, sorozatok eredtek. Tehát a film manapság sokkal inkább tömegkultúra-teremtő, mint korábban. Még a mozi-közönség veszteségét is bőven kárpótolta a televízió, a videofelvételek, a kábeltévé és műholdas csatornák új otthoni közönsége.

2.3. A film médium

- Audiovizuális technológia
- Nyilvános előadás
- Kiterjedt (egyetemes) vonzáskör
- Nagyrészt narratív fikció
- Nemzetközi jelleg
- Erős társadalmi ellenőrzés

MÚSORSZÓRÁS

A rádió és a televízió mint tömegművelés története több mint hetven-, illetve több mint negyvenéves, s mindkettő korábbi technológiákból – telefon, távíró, fényképezés, mozgókép és hangrögzítés – nőtt ki. Nyilvánvaló különbségeik ellenére mint médiumokat együtt kezelhetjük őket. Ahogy azt Williams megállapítja (1975: 25): „Valamennyi korábbi kommunikációs technológiától eltérően a rádió és a televízió olyan rendszerek voltak, amelyeket elsősorban az adás és vétel mint elvont folyamatok céljára terveztek, s alig vagy nem határozták meg elsődleges tartalmukat”. Mindkettő meglévő médiumoktól kölcsönzött, és populáris tartalomformáik többsége a filmből, a zenéből, elbeszélésekből, hírekből és a sportból eredeztethető.

A rádió és a televízió megkülönböztető vonása, hogy – kezdetben technikai szükségessérből, később a demokratikus választási lehetőség, állami önérték, gazdasági alkalmaság és pusztán intézményi szokás keveréke miatt – nagymértékben meghatározza őket a közhatósági szabályozás, ellenőrzés és engedélyezés. Egy másik, ehhez kapcsolódó különbség a centrum–periféria jelleg érvényesülése a műsorelosztásnál, valamint a nemzeti televízió összekapcsolódása a politikai élettel és a társadalom hatalmi központjaival, azzal párhuzamosan, ahogy egyre népszerűbb és politikailag egyre fontosabb lett. E hatalomhoz való közelség ellenére (vagy talán épp ezért) a rádió és a televízió szinte sehol nem tudtak maguknak a sajtóélethez hasonló, a különböző nézetek kifejezésében és a politikailag független cselekvésben megnyilvánuló szabadságot kivívni.

A televízió folyamatosan fejlődött ki, s kockázatos volna megkísérlni, hogy sajátosságait kommunikatív célok és hatások szerint összegezzük. Műfaji újdonsága kezdetben abból eredt, hogy élőben tudott „közvetíteni” a világról, így realitójú „ablak a világra” szerepet tölthetett be. A hatékony videofelvételek napjai előtt még a stúdióprodukciók is élő adások voltak. Az egyidejűség e képessége bizonyos tartalomformák – sportesemények, egyes híradások és bizonyos *show*-fajták – estében máig megmaradt. Amit Dayan és Katz (1992) „mé-

diaeseményként” jellemeznék, az gyakran jelentős mértékben élő adást tartalmaz. Ma a tv-tartalom többsége nem élő adás, bár gyakran próbálják azt a látszatot kelteni, hogy jelen idejű valóságról van szó. A televízió másik fontos vonása az intimitás, a személyesség és a „részvétel” érzete, amelyet mintha a tévé képes volna megteremteni a néző, valamint a képernyőn megjelenő műsorvezető, illetve a szereplők és a nézők között.

A televízió mint a leginkább „tömeges” médium státusa alig változott az elmúlt harminc év során, akár hatókörét, nézettségét vagy népszerűségét tekintjük, s ugyanez vonatkozik a közönségére is. Bár nyíltan soha nem ismerték el politikai jelentőségét – ma is elsősorban szórakoztató médiumnak tekintik –, sokan úgy vélik, hogy döntő szerepet tölt be a modern politikában. Úgy látják, a legtöbb ember számára a televízió a legfőbb hír- és információforrás, és – kivált a választások idején – a politikusok és a polgárok között a legfőbb kommunikációs csatorna. A köztájékoztatás eme informálisan ráosztott szerepében a televízió általában megőrizte szavahihetőségét és megbízhatóságát. Másik szerepe az oktatás – gyerekek számára az iskolában, felnőttek számára otthon. Ugyanakkor szinte minden országban a legnagyobb reklámcsatorna, ami segítette megerősíteni tömegszórakoztatási funkcióit. Eddig a kábeltévés és műholdas csatornák megszorodása ellenére sem valósultak meg azok a jóslatok, amelyek szerint a tömegtelevízió sok különböző csatornára esne szét, a célközönséghez szóló folyóirat- vagy képeslapmodellnek megfelelően. Sőt, úgy tűnik, mintha sok embert épp azért vonzana a televízió, mert mindenki médiuma egy különben felaprózott és individualizálódott társadalomban.

2.4. Televízió

- Nagyon sok és sokféle termékkínálat, nagy hatókör
- Audiovizuális tartalom
- Komplex technológia és szervezet
- Nyilvános jelleg és átfogó szabályozás
- Nemzeti és nemzetközi jelleg
- Nagyon sokféle tartalomforma

RÖGZÍTETT ZENE

A zene mint tömegmédium viszonylag kevés figyelmet kapott a kutatásban, talán mert sosem volt világos, mi a haszna a társadalom számára, s nem voltak éles törések az egymást követő felvételi és reprodukciós/továbbítási technológiák által kínált lehetőségekben. Sőt, a rögzített és visszajátszott zene megfelelő címkét sem kapott, amely médiamegnyilvánulásait jellemezte volna, bár a lemezjátszó, szalagos magnetofon, CD-lejátszó, képmagnó, műsor-szórás és kábeltévés stb. segítségével elérhető zene megjelölésére az általános „fonogram” kifejezést javasolták (Burnett, 1990, 1996).

A zene rögzítése és visszajátszása 1880 táján kezdődött, és a népszerű dalok és dallamok széles vonzáskörének köszönhetően igen gyorsan elterjedt. Népszerűségük és terjedésük szorosán összefüggött azzal, hogy a zongora (és más hangszerek) már elfogadottá váltak az otthonokban. A rádiótartalom jó része kezdettől zenéből állt, s ez még inkább így van a televízió megjelenése óta. Bár megfigyelhető, hogy a fonogram fokozatosan felváltotta a magánzenélést, sosem volt nagy szakadék a tömegközvetítésű zene és a zenei előadás (koncert,

kórus, zenekar, tánc stb.) személyes és közvetlen közönségévelzete között. A fonogram a zene minden fajtáját mindenkor, több helyen, több ember számára elérhetővé teszi, de a műfaji és divatbeli változások ellenére nehéz alapvető törést felismerni a népszerű zenei élmény általános jellegében.

Ennek ellenére a fonogram jellegében nagy változások mentek végbe. Az első változás a rádióban sugárzott zene megjelenése volt a lemezekre rögzített zene mellett, ami nagymértékben növelte az elérhető zene választékát és mennyiségét, és sokkal több emberre kiterjesztette hatását, mint ahányan gramofonhoz juthattak. A második főbb változás az volt, hogy a háború utáni „tranzisztor”-forradalom során a rádió családi médiumból egyéni médiummá vált, ami a később gyorsan fejlődő lemezipar számára megnyitotta a fiatalok viszonylag új piacát. Azóta minden fejlemény – hordozható kazettás magnó, a Sony Walkman, a kompaktlemez és a videoklip megjelenése – újabb csavart adott a spirálnak, még mindig egy nagyrészt fiatalokból álló közönségre alapozva. Az eredmény összefüggő, koncentrált tulajdonosi rendszerű és nemzetközi jellegű tömegmédium-ipar lett (Negus, 1992). A zenei médiumokban mégis vannak jelentős radikális és kreatív vonulatok, amelyek a fokozott kommercializálódás ellenére fejlődtek ki (Frith, 1981).

Míg a zene társadalmi jelentősége csak szórványosan kapott figyelmet, társadalmi eseményekkel való összefüggését mindig is elismerték, alkalmanként ünnepezték vagy félték. Az 1960-as évek, az ifjúságra alapozott ipar kibontakozása óta a tömegközvetítésű könnyűzenét az ifjú idealizmussal és politikai érdeklődéssel, a vélt elkorcsosulással és hedonizmussal, a kábítószerrel, az erőszakkal és antiszociális attitűdökkel kapcsolták össze. A zene különféle nemzeti függetlenségi mozgalmakban is szerepet játszott (például Írországból és Északi-Írországból). Bár a zene tartalmát sosem volt könnyű szabályozni, terjesztésére legfőképp az uralkodó intézmények tették rá a kezüket, és az általuk látni vélt deviáns tendenciákat szankciókkal sújthatták. Ettől eltekintve a könnyűzene zöme továbbra is konvencionális értékeket és személyes szükségleteket fejez ki, illetve szolgál.

2.5. Rögzített zene (fonogram) médium

- Többféle rögzítési és terjesztési technológia
- Alacsony fokú szabályozottság
- Magas fokú nemzetközi jelleg
- Fiatalabb közönség
- Felforgató potenciál, képesség
- Szervezeti széttagoltság
- A vételi lehetőségek sokfélesége

ÚJ ELEKTRONIKUS MÉDIUMOK

Az „új médiumok” kifejezés már az 1960-as évek óta használatos, és az alkalmazott kommunikációtechnológiák egyre bővebb és változatosabb csoportját kellett felölelnie. A mai „kommunikációs forradalom” alapjai azonban két fő újításon nyugszanak. Az egyik a műholdas hírközlés, a másik pedig a számítógép hasznosítása. A számítógép mint kommunikációs eszköz óriási erejének kulcsa a **digitalizáció** folyamata, amely lehetővé teszi, hogy mindenféle információt minden formában ugyanolyan hatásokkal átvehessünk és összekap-

csolhassunk. Elvileg nincs is szükség a már ismerttetett médiumokra, hiszen mindegyik belefoglalható ugyanabba a számítógépesített kommunikációs központba. A gyakorlatban azonban jele sincs annak, hogy ez történne. A számítógépre alapozott technológiákon kívül más újítások is vannak, amelyek bizonyos fokig megváltoztatták a tömegkommunikáció egyes vonatkozásait. A kábelen, műholdon és rádióon keresztül történő továbbítás új eszközei óriási mértékben növelték az átviteli kapacitást. Az adatok tárolásának és visszakeresésének új eszközei – a hordozható videofelvevő, CD-ROM, kompaktlemez stb. – szintén bővítették a lehetőségek körét, sőt ebben még a távirányító is szerepet játszott. Bár a tömegkommunikációt nem támogatják közvetlenül, a magán-„médiakészítés” sok új lehetősége (videokamera, személyi számítógép, nyomtató, fényképezőgép stb.) kiterjesztette a médiavilágot, és hidakat épített a nyilvános és a magánkommunikáció, illetve a hivatásos és műkedvelő szférák között. Végül meg kell említenünk az újfajta „kvázimédiumokat” (a számítógépes játékokat és virtuális valóság eszközöket), amelyek kultúrája és a használatuk nyújtotta kielégülés egybeesik a médiumokéval.

Még mindig messze vagyunk attól, hogy lássuk, hogyan hat mindez a tömegmédiumokra, bár az bizonyos, hogy a „hagyományos” médiumok egyrészt nagymértékben hasznat húztak az új médiainnovációkból, másrészt új vetélytársakkal kerültek szembe. Ugyanakkor már most megállapítható, hogy a kommunikáció forradalma általános értelemben megváltoztatta a „hatalmi egyensúlyt”: a hatalmat a médiáról a közönségre ruházta annyiban, hogy több lehetőség közül választhatunk, és a médiumok aktívabb felhasználásaira van lehetőség. A hagyományos tömegkommunikáció lényegében egyirányú volt, míg a kommunikáció új formái lényegében *interaktívak*. A tömegkommunikáció több vonatkozásban is kevésbé tömegessé és kevésbé centralizálttá vált. Ezen túl hasznos, ha megkülönböztetjük a fejlettebb információtovábbítás következményeit és valamely új médium ehhez kapcsolódó kialakulását.

A továbbítás tekintetében a főbb változások a kábelrendszerek telepítése, műholdak kifejlesztése közvetlen vagy kábelen keresztül történő műsorszórás céljára, valamint a telefonhálózat átalakítása újfajta jelforgalom lebonyolításához. E változások azonban még mindig a világ népességének egy viszonylag kis részére korlátozódnak. A fő eredmények: a meglévő kínálat bővítése a továbbított vagy fogyasztott tartalmak alapvető változtatása nélkül.

Az új médiumok megjelenése szempontjából azt legalábbis fel kell ismernünk, hogy az **internet** (és a világháló) önálló médiumnak tekinthető: sajátos technológiája, felhasználási módja, tartalom- és szolgáltatásköre, önálló arculata van. Médiumként való elismerését az hátráltatta, hogy nem egyetlen testület birtokolja, ellenőrzi vagy szervezi, hanem egyszerűen a világszerte összekapcsolt, elfogadott protokolloknak megfelelően működő számítógépek hálózata. Számos szervezet, de különösen szolgáltatók és távközlési társaságok járulnak hozzá működéséhez. Így az internet sehol nem létezik jogalként, és nem vehető alá egyetlen nemzeti törvénynek vagy szabálynak sem. Az internetet használók azonban felelősségre vonhatók hazájuk törvényei és szabályzatai, valamint a nemzetközi jog szerint. Bár ésszerű volna az internetet tömegmédiumnak tekinteni, elterjedtsége még korlátozott, és funkcióit sem határozták meg világosan. Elsősorban a szakemberek közötti kommunikáció és adatcsere nem kereskedelmi eszközöként indult, de az utóbbi időkben tapasztalható gyors előretörését segítette az a lehetőség, hogy árukat és szolgáltatásokat értékesíthet, és a személyközi kommunikáció új lehetőségeit teremtette meg. A könyvünkben definiált *tömegkommunikáció* eszközöként azonban még mindig marginális (lásd még a 6. fejezetet).

2.6. Az internet mint médium

- Számítógépre alapozott technológiák
- Vegyes, nem elkötelezett, rugalmas jelleg
- Interaktív potenciál
- Magán- és közfunkciók
- Alacsony fokú szabályozottság
- Összekapcsoltság, összekapcsolhatóság

A MÉDIUMOK KÖZÖTTI KÜLÖNBBSÉGEK

A médiumokat ma már korántsem olyan könnyű megkülönböztetni egymástól, mint valaha. Részben azért, mert az egyes médiumformák már különféle továbbítási csatornák között oszlanak meg, ami csökkenti az eredeti formai egyediséget és a felhasználási tapasztalatot. A legvilágosabb példa erre a film, hiszen ugyanaz a médiatermék ma már sokféle televízióban, a telefonhálózaton, kazettán, sőt az interneten keresztül is elérhető. Akár mindenki válogathat a saját otthoni filmtárából. Másodszor a technológia digitalizációra alapozott **konvergenciája** csak megerősítheti ezt a tendenciát. A hírlapok szövegei máris széles körben elérhetők az interneten, s a telefonrendszer is a médiatartalom-szolgáltatás felé közelít. Elhalványodtak tehát a médiumok közötti világos határvonalak, a különböző médiumok egyre inkább közelednek egymáshoz. Harmadszor: a *globalizáló* tendenciák csökkentik a médiatartalom és -intézmény bármely konkrét nemzeti változatának sajátos voltát. Negyedszer: a nemzeti és globális médiatársaságok integrációja irányába mutató trendek eredményeként különböző médiumok kerültek egy fedél alá, ami más úton-módon is ösztönzi a konvergenciát.

Ennek ellenére bizonyos dimenziókban megmaradnak a világos különbségek. Ezzel kapcsolatban itt két régóta fölvetett kérdéssel foglalkozunk. Elsőként azzal, mennyire *szabad* egy médium a szélesebb társadalomhoz viszonyítva? Másodszor azzal, mire jó egy médium, és hogyan érzékeli a közönség egy tagja annak különböző *hasznait*?

Szabadság vagy kontroll

A média és a társadalom viszonyának rendszerint van mind politikai dimenziója, mind normatív vagy társadalmi-kulturális vonatkozása. A politikai dimenzió központi kérdése a szabadság vagy kontroll (ellenőrzés). Már említettük, hogy a *könyv* közel teljes szabadságot követelt (és kapott), különböző okokból, amelyek között a politika, a vallás, a tudomány és a művészet is szerepet játszott. A szabad társadalmakban ezt a helyzetet semmi nem fenyegeti, bár a könyv viszonylagos peremre szorulása miatt (a könyvolvasás a médiahasználat ki-sebbségi vagy kevésbé jelentős formája) veszített néhai felforgató potenciáljából. A könyvek hatása számottevő marad, de nagymértékben más, népszerűbb médiumok vagy más intézmények (oktatás, politika stb.) közvetítésén keresztül.

A *hírlap*-sajtó a működése szabadságára vonatkozó történelmi követelését sokkal közvetlenebbül alapozza politikai funkcióira, melyek a vélemények kifejezésével és a politikai-gazdasági információk terjesztésével kapcsolatosak. A hírlap ugyanakkor jelentős üzleti vállal-

kozás, és sikeres működésének alapfeltétele elsődleges terméke (az információ) előállításának és szolgáltatásának szabadsága. A televízió és a rádió azért tart igényt műsorainak politikai függetlenségére, mert a hírlappal (sajtóval) részben azonos funkciókat lát el, másrészt a „közérdeket” szolgálja. A formális politikai ellenőrzés mára csökkenő tendenciát mutat, ahogyan a televíziós ipar terjeszkedik, és egyre inkább egy szokványos vállalkozáshoz kezd hasonlítani, amelyben a nyílt politikai ellenőrzést piaci szabályozók váltják fel.

A különféle új médiumok által közvetített információtartalmak esetében, amelyek közül néhányat a kábel- vagy távközlési hálózatokon terjesztenek, még várat magára a megfelelő mértékű politikai szabadság világos meghatározása. Hivatkozhatnak a magánszféra (*privacy*) tiszteletben tartásának (jogilag is körülhatárolt) követelményére, de arra is, hogy ezek a médiumok nem az információk tömeges terjesztésére szolgálnak, hanem meghatározott speciális felhasználókra irányulnak. Úgynevezett „közhasznú információhordozók” (*common carriers*), amelyek tartalmát általában nem ellenőrzik. Emellett egyre inkább ugyanolyan kommunikatív feladatokat látnak el, mint a többi, már megszilárdult szerkesztési autonómiával rendelkező médium. Az új médiumok szabadságának kérdése több okból vitatott marad, többek között kérdéses, hogy a szabályozás technikai okokból vagy a hatalmi visszaélés megelőzése érdekében szükséges-e.

Ezek a politikai kontrollal kapcsolatos különbségek (a szabadság azt jelenti, hogy kevesebb a szabályzó és kisebb a felügyelő apparátus) általános mintát követnek. Először is, ahol a szóban forgó kommunikációs funkció szorosan érinti a társadalombeli hatalomgyakorlást (mint a hírlapok, illetve a televíziós hírek és információk esetében), erősebb a megfigyelés, sőt a közvetlen ellenőrzés motivációja. A fikciós, képzeleti vagy szórakoztató szféra tevékenységei általában inkább elkerülhetik a figyelmet, mint a társadalmi valóságot közvetlenül érintő tevékenységek.

Látszólag a nyilvános kommunikáció minden médiumának radikális potenciálja van abban az értelemben, hogy megingathatják a társadalmi kontroll uralkodó rendszereit. A fennálló renddel kapcsolatos új hangoknak és nézőpontoknak adhatnak teret; az alávettettek vagy kiábrándultak számára új szerveződési és tiltakozási formákat biztosíthatnak. Ennek ellenére a sikeres médiumok intézményi fejlődése általában a kezdeti radikális potenciál megszűnését eredményezte, részben a kommercializálódás mellékhatásaként, részben mert a hatóságok félnék a társadalmi zavargástól (Winston, 1986). Az egyik médiafejlődési elmélet szerint a kommunikáció vezérelve inkább az eredményesebb társadalmi irányítás és ellenőrzés, mint a változás és emancipáció felé mutatott (Beniger, 1986).

A kontroll *normatív* dimenziója ugyanazon általános elvek szerint, bár az egyes médiumok esetében néha eltérő következményekkel működik. Például a filmet, amely általában megmenekült a közvetlen politikai ellenőrzéstől, gyakran vetették tartalmi ellenőrzés alá azon az alapon, hogy erkölcsi hatást gyakorolhat a fiatalokra és a befolyásolhatókra (különösen az erőszak, a bűnözés és a nemiség dolgában). A televízióra kulturális és erkölcsi kérdésekben széles körben kirótt megszorítások ugyanezen hallgatóságos feltevésekből erednek: a nagyon népszerű, sok emberre potenciálisan erős érzelmi hatást gyakorló médiumokat „a köz érdekében” felügyelni kell.

A felügyelet magában foglalja a „kívánatos” kulturális kommunikációs célkitűzések pozitív támogatását éppúgy, mint a nem kívánatosakkal kapcsolatos megszorításokat. Minél inkább oktató célúnak vagy „komolynak” lehet minősíteni a médiatevékenységeket, vagy esetleg művésztípusú és kreatívnak, annál nagyobb, a normatív megszorításoktól mentes szabadságra tarthatnak igényt. Ennek az okai összetettek, de az is tény, hogy a „művészi” és a morális

komolyságú tartalmak általában nem jutnak el nagyszámú emberhez és a hatalmi viszonyok tekintetében marginálisnak tekinthetők.

A média állami vagy társadalmi kontrolljának a mértékét az határozhatja meg, hogy mennyire megvalósítható. A leginkább szabályozott médiumok jellemzően azok voltak, amelyek esetében a terjesztést a legkönnyebb volt felügyelni, például a centralizált nemzeti rádió vagy televízió műsorszórás vagy a helyi moziforgalmazás. A könyveket és nyomtatott médiumokat általában korántsem könnyű figyelemmel követni vagy betiltani. Ugyanez érvényes a helyi rádióra, míg a számítógépes kiadványszerkesztés és a fénymásolás, valamint a hang- és kép-reprodukálás mindennemű új módja nehézkes és hatástalan eszközzé tették a közvetlen cenzúrát. A nagyobb szabadságot elősegítő új technológia egy másik következménye, hogy az országhatárok őrzésével lehetetlen kívül rekeszteni a kérésen kívüli kommunikációt. Bár úgy tűnik, hogy az új technológia általában növeli a kommunikációs szabadság ígértét, nem lebecsülendő az intézményi – köztük piaci – fékek továbbra is meglévő ereje a tényleges információáramlás és -befogadás felett.

2.7. A médiumok társadalmi kontrollja

Kontrolltípusok

- a tartalom ellenőrzése politikai okokból
- a tartalom ellenőrzése kulturális és/vagy erkölcsi okokból
- az infrastruktúra ellenőrzése technikai okokból
- az infrastruktúra ellenőrzése gazdasági okokból

Körülmények

- a politikai felforgató potenciál mértéke
- a kulturális, erkölcsi és érzelmi hatás mértéke
- az ellenőrzés megvalósíthatóságának mértéke
- a szabályozás gazdasági jellegű ösztönzése

Felhasználási és befogadási kérdések

Egyre nehezebb tartalom és funkció szerint rendszerezni vagy megkülönböztetni a média-csatornákat, s ez megingatta a média hajdan helytálló meghatározásait. A hírlap például legalább annyira lehet szórakoztató médium vagy fogyasztói útmutató, mint amennyire politikai és társadalmi eseményekkel kapcsolatos információk forrása. A kábelterjesztésű televíziós rendszerek többé nem kényszerülnek arra, hogy mindenki számára elfogadható műsorokat készítsenek. Mégis, úgy tűnik – a hagyomány, a társadalmi erők és bizonyos technológiák „torzítása” eredményeként –, fennmarad néhány uralkodó elképzelés vagy meghatározás arról, hogy mire „a legjobb” a média.

Például a televízió – a műsorkészítéssel, adással és vétellel kapcsolatos számos változás és továbblépés dacára – elsősorban a családi szórakozás médiuma marad (Morley, 1986), még akkor is, ha már kevésbé valószínű, hogy a család együtt nézi (lásd a 16. fejezetet). A társadalmak többségében még mindig a közérdeklődés és a közös tapasztalatok fókuszja. Egyszerre magán- és kollektív jellegű, ami tartósnak látszik. Ez – a felhasználás individualizálódásának és a tartalom specializációjának trendje ellenére – a családi élet hagyományos körülményeivel (közös tér, idő és feltételek) magyarázható. A digitális televíziózás várható terjedése

a fenti trend megerősödése felé mutathat, de a társadalmi és kulturális tényezők valószínűleg többet számítanak a technológiánál.

2.8. A médiahasználat differenciálása

- Otthon vagy máshol?
- Egyéni vagy közös tapasztalat?
- Nyilvános vagy magánhasználatú?
- Interaktív vagy nem?

A 2.8. keretbeli, televízióval kapcsolatos megjegyzések a média megítélésének és befogadásának három fontos dimenzióját mutatják: vajon otthoni vagy azon kívüli; egyéni vagy közös tapasztalatot ad; valamint inkább köz- vagy magánhasználatú. A televízió jellegzetesen közös, otthoni és nyilvános használatú. A hírlap – változó tartalma ellenére – egy másik fajtához közelít. Ez kétségtelenül nyilvános jellegű, de kevésbé tisztán otthoni, használatát tekintve pedig egyéni. A rádió ma sok minden, de gyakran meglehetősen magánjellegű, nem kizárólag otthoni, és használata a televíziónál individuálisabb. A könyv és a zenei fonogram is nagyjából ezt a mintát követi. Az itt megjelölt különbségek a vételi lehetőségek proliferációja és konvergenciája irányába ható technológiai változások eredményeként ma már általában kevésbé szembetűnők.

Az újabb digitális médiumok fokozták a bizonytalanságot azzal kapcsolatban, melyik médium milyen célra jó, ugyanakkor új dimenziót nyitottak, amely szerint a médiumok megkülönböztethetők: ez az **interaktivitás** foka. Az interaktívabb médiumok azok, amelyek lehetővé teszik, hogy a felhasználók folyamatosan kedvükre válasszanak és válaszoljanak. Míg a videojáték, a CD-ROM-on rögzített számítógépes adatbázis és a telefonos csevegővonal egyértelműen olyan példák, ahol az interakció norma, az is igaz, hogy a többcsatornás kábel- vagy műholdas televíziózás növeli az interaktív potenciált, akárcsak a házi képmagnó felvételi-visszajátszási eszközei.

A MÉDIAVÁLTOZÁS VÁRHATÓ HATÁSA A KÖZÉRDEKRE

Gyakran mondják, hogy olyan „információs társadalomban” élünk, amelyben a munka nagymértékben az információs és a szolgáltatóiparon alapul, és amelyben mindenféle információ a vagyon és a hatalom kulcsa (lásd a 6. fejezetet). A modern társadalmak egyre inkább komplex kommunikációs rendszerektől függenek, amelyeknek csak egy része a tömegkommunikáció. Mégis, ami a tömegmédiával történik, az jelzésértékű a szélesebb folyamatokra vonatkozóan is. Továbbra is óriási érdeklődés középpontjában állnak és szerepet játszanak a politikai, társadalmi és gazdasági életben. A tömegmédiák jelentősége meghalad bármely valós hatalmat vagy tekintélyt, amelyet valaha követeltek vagy követelhetnek.

A médiát és a társadalmat jelenleg érintő változásokból arra következtethetünk, hogy általában nem szükséges olyan szigorú médiafelügyelet és -szabályozás, amely a korábbi médiakutatásokat megalapozó aggodalmak szerint helyes lett volna. Ezek az aggodalmak gyakran abból fakadtak, hogy biztosítani kívánták az újonnan kifejlődő médiumok kollektív ellenőrzését, a kiszolgáltatott egyének védelmét és a magántőke hatalmának korlátozását. Azt is mindenki közérdekűnek tartotta, hogy az egymással szemben álló ideológiai frakcióknak

vagy politikai pártoknak igazságos hozzáférést kell biztosítani, és általában biztosítani kell a szűkös és nagyra értékelt társadalmi és kulturális javak megfelelő elosztását. A jobb vagyoni helyzet, a nyitottság, az értékrelativitás, az egyéni fogyasztás ösztönzése és a gazdasági liberalizmus látszólag mind ebbe az irányba hatnak, mellőzve a magukban a médiumokban történő változásokat.

Azt is megállapíthatjuk, hogy a társadalom fokozottabb komplexitása, az információk tömege és a modern társadalom kereskedelmében, haladásában és társadalmi-kulturális életében betöltött központi szerepük a médiateljesítmények tekintetében új követelményeket támasztottak. A politikai és társadalmi ellenőrzés néhány régebbi struktúrájának, illetve az egyének számára útmutatóként szolgáló források (politikai pártok, egyházak, a család, a közösség) hanyatlását akár úgy is megítélhetjük, hogy még inkább szükségessé teszi a nyilvánosságnak e veszteségek kompenzálására szolgáló eredményes intézményei létrehozását. Lehet, hogy a „magánosítás”, az individualizmus és a szekularizáció eredményeként a „nyilvánosság” látszólag összezsugorodott, de egyben bővítették is azok a globalizáló trendek, amelyek a mindennapi tapasztalat szinte minden vonatkozását érintik.

Éppen az individualizmus, a relativizmus és a változékonyság feltételei fokozzák a legtöbb ember függőségét és kiszolgáltatottságát, vagyis információszükségletét is. Ebből az következhethet, hogy a médiával kapcsolatos közérdeklődés nemhogy csökken, hanem épp nő. Másrészt bármiféle „közérdek” természete ma akár változékonyság és bizonytalanabb is lehet, s újra meg újra definiálni kell. A változás sok jellemzője között ma még nem látható semmi jele annak, hogy megszűnni készülne a tömegmédiák e fejezetben vázolt központi jellege.

TOVÁBBI OLVASMÁNYOK

- McLuhan, M. (1962) *The Gutenberg Galaxy*. Toronto: University of Toronto Press. Magyarul: *A Gutenberg-galaxis. A tipográfiai ember létrejötte*. Budapest, 2001, Trezor.
- Schemant, J. és Curtis, T. (1995) *Tendencies and Tensions of the Information Age*. New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Williams, R. (1975) *Television: Technology and Cultural Form*. London: Fontana.
- Winston, B. (1998) *Media, Technology and Society*. London: Routledge.