

## Kommunikáció nemzetek és kultúrák között

### 7.1. Internacionális és interkulturális kommunikáció: bevezetés

A 2.5. szakaszban az emberi kommunikáció alapvető szintjeit tárgyaltuk; beszéltünk az egyének, csoportok, szervezetek, közösségek és társadalmak, valamint a koalíciókba és más nemzetközi szervezetekbe tömörült szuverén államok belső és egymással folytatott kommunikációjáról. A 2.7. szakaszban bemutattuk a szinten belüli és szintek közötti kommunikáció kétdimenziós tipológiáját (2.4. ábra). Ezt a kétdimenziós ábrát most egy újabb dimenzióval, a szintér [arena] dimenziójával kell kibővítenünk: a szintér a geopolitikai tér olyan különböző típusait jelenti, ahol az azonos vagy különböző szinteken aktív ágensek kommunikációja megvalósul. A bővítés eredményeképp a 7.1. ábrán látható kockát kapjuk. Az ábrán jól megfigyelhető, hogy a kommunikáció összes szintje és a kommunikáció szintjeinek összes lehetséges kombinációja legalább négy eltérő típusú – a földrajzi és/vagy geopolitikai tér különböző, *helyi, regionális, országos* vagy *nemzetközi* szintjein található – szintéren belül helyezkedhet el. A helyi, regionális, nemzeti és nemzetközi szintéren végbemenő kommunikáció tehát a következő szinteken belül, illetőleg szintek között történhet:

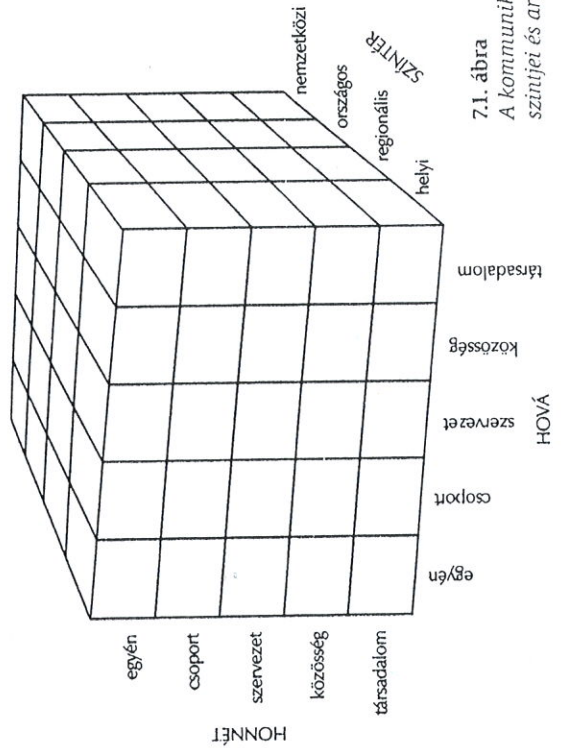
- egyének;
- kis csoportok;
- helyi, regionális, nemzeti vagy nemzetközi szervezetek;
- közösségek, kis- és nagyvárosok;
- társadalmak (nemzetek, államok stb.);
- szuverén államok alkotta koalíciók és egyéb nemzetközi szervezetek.

Noha a 7.1. ábra (ld. 196. oldal) első ránézésre magától értetődőnek tűnik, pár kérdést azonban nem árt tisztázni. Feltehetné valaki a kérdést: hogyan létezik nemzetközi vagy kultúrák közötti kommunikáció az egyénen belül? A válasz nagyon egyszerű. Az elmúlt évszázad során dúló nemzeti és nemzetközi konfliktusok sokasága, a kiterjedtebb nemzetközi együttműködési



formák, a kereskedelem, a közlekedés és az egyéni mobilitás növekedése következtében ma egyre több ember él és dolgozik hosszabb ideig szülőföldjén kívül; azaz egyre több ember rendelkezik egyszerre több nemzeti kultúrával alapos ismeretével. Ezek az emberek akár egyenél több országban vagy kultúrában is otthon érezhetik magukat, s előfordulhat, hogy a „multikulturális egyénen” belül összetűzésbe kerül az illető személyiségének dán „része”, mondjuk, a német, algériai vagy kínai (vagy bármilyen más) „komponenssel” (lásd 4.2.). Ez persze így van, amióta csak nemzetközi szintű egyéni mobilitás létezik. Sőt, olykor még erre sincs szükség ahhoz, hogy egy és ugyanazon személyen belül különböző kultúrák találkozzanak. Gondoljunk például azokra az emberekre, akik vidéken nőttek fel, majd pedig egy nagyvárosba sodorta őket az élet. A mai középkorú eladónő, vállalatvezető stb. és a benne lakozó hajdani vidéki kislány megbeszélheti egymással, hogy egy éppen aktuális bonyolult erkölcsi problémát hogyan lehetne a legszerencsésebben megoldani. Azaz a két különböző kulturális háttér párbeszédbe elegendhet ugyanazon az egyénen belül. Példánk hősnője még kikérheti a bátyja véleményét is, aki időközben átvette apjától a családi gazdaság vezetését. Láthatjuk tehát, hogy nemcsak a nemzeti és nemzetközi szintű mozgás, hanem a társadalmi mobilitás is eredményezhet interkulturális kommunikációs helyzeteket.

További bonyodalmat okoz, hogy számos államon belül vannak olyan régiók, melyeknek lakosai döntően az ország többségét kitevő nemzetiségtől eltérő nemzetiséghez tartoznak. Továbbá az is gyakran előfordul, hogy az egy nemzetiséghez tartozó emberek egy ország politikai határainak két oldalán élnek. Az alábbiakban három példát mutatunk be, bár természetesen jóval több is akad.



7.1. ábra  
A kommunikáció szintjei és arénái

A számik (vagy ahogy a kívülállók gyakran nevezik őket: a lappok) Skandinávia északi részén és az Oroszországhoz tartozó Kola-félszigeten élnek. Mostanra részben már beilleszkedtek a nemzeti kultúrákba, és általában rendelkeznek egy adott földrajzi helyhez tartozó állandó lakhellyel. Azonban – ahogy őseik is tették ezer évvel ezelőtt – mind a mai napig vándorolnak rénszarvassordáikkal Svédország, Norvégia és Finnország területén, sok esetben az országhatárokat is átlépve. Állampolgárság szempontjából lehetnek svédek, norvégok vagy finnek, de közös nemzetiségük a számi.

Hasonló a helyzete a Spanyolország és Franciaország határvidékén élő baszkoknak. A baszkok egy büszke nép leszármazottai. A hagyomány úgy tartja, hogy 778-ban a pireneusi Roncevalles-nál a baszkok legyőzték Nagy Károly hős hadvezéré, Roland seregét. Ma ugyan korlátozott autonómiával rendelkeznek, de az ellentétek mind a mai napig izzanak. A kurdoknak az a szerencsétlen sors jutott osztályrészül, hogy a világ egy konfliktusokkal terhelt régiójában, négy különböző ország (Irán, Irak, Szíria és Törökország) területén élnek. A gerillaharc és a kegyetlen polgárháború egyáltalán nem ritka arrafelé, és a különböző kurd csoportok, nemzetiségi helyzetükből következően, gyakran fontos szerepet játszanak ezekben a konfliktusokban. A romák (cigányok) helyzete, bár hasonló az eddigi példákhoz, el is tér azoktól. Az Indiából származó romák körülből ezer évvel ezelőtt kezdtek meg vándorlásukat, mely azóta is tart Európa és Ázsia országain belül és között egyaránt. A nagyobb roma csoportok letelepedése csak néhány évtizeddel ezelőtt indult meg.

Az internacionális és interkulturális kommunikáción többnyire azonban az olyan kommunikációt értjük, melyben a résztvevő felek eltérő geopolitikai pozícióval vagy származási hellyel – és ennél fogva általában eltérő kulturális háttérrel – rendelkeznek. Ez a fejezet alapvetően ebben az értelemben foglalkozik a nemzetek és kultúrák közti kommunikáció kérdésével; azaz az államnak nevezett különböző típusú társadalmak határait – fizikai vagy mentális értelemben – átlépő kommunikációt vizsgálja.

Nemzetközi kommunikáció évezredek óta létezik, pontosabban fogalmazva azóta, hogy az első államok létrejöttek a világ különböző pontjain. Az internacionális kommunikációnak hosszú időn át határt szabott az a tény, hogy az üzenetek legfeljebb egy vágatózó ló vagy egy vitorláshajó sebességével tudtak egyik helyről a másikra jutni (lásd 5.5.5.). A 19. és 20. század technikai fejlesztései (lásd 2.3.4.) következtében a nemzetközi kommunikáció és közlekedés óriási lendületet kapott. A második világháború után a hajdani gyarmatbirodalmak széthullásával kialakult független államok, valamint bizonyos államoknak a közelmúltban több kisebb államra való széttagolása értelemszerűen a nemzetközi kommunikáció növekedését eredményezte. A 21. század hajnalát a nemzetközi kommunikáció korábban nem tapasztalt mértéke és fontossága jellemzi – ezért a nemzetközi kommunikáció tanulmányozása is minden eddiginél nagyobb jelentőséggel bír.



## 7.2. A nemzetközi kommunikáció módjai és eszközei

### 7.2.1. A KEZDETEK

Már említettük, hogy a kommunikáció és a közlekedés/szállítás folyamatai gyakran kéz a kézben, olykor egészen szorosan összefonódva járnak. Így volt ez vagy úgy kétszázézer évvel ezelőtt is, amikor őseink – a *homo sapiens* fajához tartozó egyedek egy kis csoportja – elkezdték benépesíteni a földet (lásd 2.1.). Egyedülálló kommunikációs képességeikre támaszkodva, melyek a harcias és békés tevékenységek minden elképzelhető formájában hatalmas előnyt jelentettek, terjeszkedni és sokasodni kezdtek, egészen addig, míg végül évezredekkel később ténylegesen meghódították a földet. Valahonnan Afrikából indultak, és körülbelül kilencvenezer évvel ezelőtt érkeztek meg a Közel-Kéltre, ahonnan közvetlenül Ázsia felé vették útjukat. A becslések szerint Európában valamivel később, kb. negyvenezer évvel ezelőtt telepedtek le. Nagyjából ugyanebben az időben a *homo sapiens* más csoportjai Új-Guineán keresztül elérték Ausztrália földjét. (Valószínűleg a Neander-völgyiek ellenállása magyarázza, legalábbis részben, hogy miért tartott olyan sokáig a Közel-Keletről az Európába való átjutás.) Ázsiából, a Bering-szoroson keresztül, a *homo sapiens* már könnyedén átjutott Észak-Amerikába (kb. tizenkétezer évvel ezelőtt); háromezer évvel később pedig elérte az amerikai kontinens legdélibb csücskét is. A föld a *homo sapiens* birtokába került.

A föld tehát a *homo sapiens* birtokába került; a kérdés csak az, hogy a *homo sapiens* melyik csoportja népesítette be a világot? A hosszú vándorlás természetesen a *homo sapiens*t is megváltoztatta. Kétszázézer év alatt, miközben generációk ezrei követték egymást, a *homo sapiens*ből a 2.1. szakaszban leírt változatok alakultak ki. E változatok kialakulásával párhuzamosan megindult a különböző kultúrák kibontakozása. Ezek mindegyikét egy sajátos eszmerendszer jellemezte, mely különböző cselekvésekben és artefaktumokban jutott kifejezésre (lásd 3.1.). A régészek és a geológusok mind a mai napig találnak ez utóbbira utaló nyomokat, rég letűnt prehisztorikus kultúrák létezésének bizonyítékait.

### 7.2.2. A MIGRÁCIÓ TÖRTÉNELMI PERSPEKTÍVÁBÓL NÉZVE

A *homo sapiens* évezredekken át úton volt. E mozgások egy részéről viszonylag sokat tudunk, más részéről gyakorlatilag semmit sem. Természetesen a legkésőbbi útvonalokról rendelkezünk a legtöbb információval, ilyen például az európai népvándorlások kora (i.sz. 350 és 660 között). Erre az időszakra esik a Nvneatrómai Birodalmat évszázadokkal túlélő Keletrómai Birodalom

végleges széthullása. Ez nyitotta meg az utat az először nyugatnak induló, majd dél felé – a mai Ibériai-félszigeten keresztül haladva egészen Észak-Afrikáig – vándorló keleti germán törzsek előtt.

Természetesen eszmék és kultúrák vándorlása is együtt járt a – minden javukat magukkal hordozó – népcsoportok vonulásával. A megszállók nemcsak a darabjaira eső Római Birodalom maradványainak *materiális* javait kaparintották meg amilyen gyorsan csak tudták, hanem a legyőzöttek *kulturális* értékeit is: eszméiket, artefaktumokat és viselkedésmintákat (lásd 3.1.). Hosszútávon azonban az a tény, hogy a hódítók lényegesen kevesebben voltak a meghódítottaknál, azt eredményezte, hogy a megszállók nemcsak *kulturális*, hanem lassacskán *genetikai* örökségüket is elvesztették. Továbbá az eredeti földközi-tengeri kultúra fontos elemei is túlélték a hódítókat, nem kis részben a katolikus egyház működésének következtében. Az egyház ugyanis spirituális üzenetén keresztül a mediterrán és közép-európai kultúra más elemeivel is megismertette az újonnan érkezetteket. A későbbiek folyamán pedig az európai kultúra hódította meg a világ jelentős részét – szimbolikusan tudniillik. Hasonló asszimilációs folyamatok zajlottak a 8–11. század közötti időszakban, amikor a mai Skandinávia területéről érkező vikingek ismételtlen lerohanták Európa egyes részeit. Körülbelül ugyanebben az időben a főként a mai Németország és Nagy-Britannia területéről érkező misszionáriusok megkezdték Skandinávia megtérítését (lásd a 86–87. oldalon található keretes írást).

Hasonló típusú folyamatok játszódtak le 1500 körül, mikor is az ún. „újvilágot” felfedezték az európaiak; a lehetőségek látszólag kimeríthetetlen tárháza nyílt meg a vállalkozó szellemű egyének, csoportok, szervezetek, nemzetek és országok előtt. (Svédországnak is voltak gyarmatai – ugyan csak rövid ideig – a mai Egyesült Államok keleti partján.) Egy némiképp lassú és akadozó indulás után egy új népvándorlás vette kezdetét, melynek során Európából és Ázsiából emberek milliói keltek át az óceánon, hogy Észak- és Dél-Amerikában telepedjenek le (lásd a 201. oldalon található keretes írást). E folyamatok csúcspontja a 19. és a 20. század fordulóján volt. Mindez azzal járt, hogy az Európából és Ázsiából érkező milliók könyörtelenül egyre nyugatabbra szorították az őslakosokat. (Az őslakosok leszármazottai ma általában csak a legmegközelíthetlenebb és/vagy legterméketlenebb vidékeken található meg.) Hasonló folyamatok zajlottak le a föld másik felén, Ausztráliában is.

A migrációt a szívó és taszító hatások [push and pull factors] egyaránt kiválthatják, s ezek a tényezők a kultúra kereké (lásd 3.2.) különböző szektorokban helyezkedhetnek el. Migrációs szempontból valószínűleg a gazdasági, a politikai és a vallási szektor játssza a legfontosabb szerepet. Az 1789-es francia forradalom után a nemesség sok tagjának kellett elhagynia szülőföldjét, hogy mentse az életét. Az 1845-ös éhínség idején hozzávetőleg egy millióan vándoroltak Írországból az Egyesült Államokba. Ekkoriban indultak meg a mormon lovaskocsi-karavánok is nyugat, a mai Utah állam felé. Bajlós előérzetektől vezéreltetve számtalan németországi



tehat van. De nem szabad megfélemlkezünk arról, hogy a valóság hajlamos nem tudomást venni az elképzelésekről, akármilyen nagyszabásúak is legyenek azok. A nemzetközi diplomatiák előtt még témérdek megoldásra váró feladat áll; s ebben a munkában három alapvető – és egyaránt kommunikációs jellegű – tevékenységre kell támaszkodniuk: a megfigyelésre, a beszámolóra és a tárgyalásra. Feladatuk végzésében segíti őket az a fajta otthonról érkező közvetett támogatás, amit régen propagandának szoktak hívni. A szó mára kiment a divatból, de a jelenség kétségtelenül ma is létezik.

### 7.3.2. NEMZETKÖZI PROPAGANDA

*Propagandán* nagyjából olyan, „többé-kevésbé elfogult információt értünk, amit egy kormányzat vagy más hatalmi pozícióban levő szervezet saját érdekei szolgálatára terjeszt”. A szó eredete a *Sacra Congregatio de Propaganda Fide* (Hittérjesztés Szent Kongregációja) című pápai bullára (azaz a pápa által kibocsátott hivatalos dokumentumra) vezethető vissza. A bulla a 16. században Európában megjelenő különböző protestáns mozgalmak ellenében megindult ellenreformáció szellemében született. Ma a „propaganda”

#### BEVÁNDORLÓK

Karl Oskar magányosan ment tovább [a vadonban]. [...] Ha mégannyi akadállyal küszködött is, örült a lelke. [...] Jólesett arra gondolni, hogy ő az első, aki itt földet foglal, ez a jog senki másét nem illet rajta kívül. Úgy járt ott a vadon erdőben, mintha az egész beláthatatlan terület az ő birodalma volna, azt menne elfoglalni. Azt is érezte, hogy itt hamar megszokik majd, otthona lesz ez a föld. Szemével a szép nagy tavat kereste. Ki-Csi-Szaga. Már a neve is olyan, mint egy varázsige. Ha kimondja, ősrégi mesékre gondol, mohos szakállú erdei manókra. [...] Első pillanatban csalódást érzett, kicsinylette a vizet, és azt hitte, nem lehet a Ki-Csi-Szaga. De közelebb érve látta, hogy a tónak csak egy öble, amit először megpillantott [...]

Ez nem lehet más, mint amit keres, a szép nagy, indián nevű tó. [...] A lomberdő északi szélére mege a víz közözt volt a kövér fűvű rét alja, odáig nyúlt le. [...] A tó partja mindenütt sima, könnyen megközelíthető, a vízben madarakat lubricolnak, hosszú sorokban úszkálnak, kanyarogva, tekergetve, mint a tollas vízikigyók. A víz gyűrűzik, örvénylik körülöttük a halak csapkodó uszonyaival. Szemével méregette, mekkora lehet a terület. Legálább ötven holdra becsülte a rétet. Mindjárt arra gondolt, hogy ott is tó lehetett valamikor. Ahol most rét zöldell, tófenék volt, és annál pompásabb termőföld nincs a világon. Több helyütt megmérte a televény mélységét, sehol se hiányzott sok a három lábóll. Alatta vörös agyagréteg volt. Amit pár órával azelőtt látott, szintén jó föld volt, nagyon is jó. De most, hogy még tovább jött, megtalálta a legszegebbet. [...]

Végre mégis célhoz ért hát.  
 Forrás: Vilhelm Moberg (1952) *Bevándorlók*  
 Budapest, Európa, 1961. 265–269. Ford. C. Beke Margit.

zsidó hagyta el az országot az 1930-as években. A második világháború (1939–1945) összességében hatalmas, 40 millióra becsült menekültáradatot idézett elő. Nem sokkal ezután, amikor a brit gyarmatbirodalom részét képező Indiából két független állam jött létre (India és Pakisztán), 15 millió ember költözött a határ egyik oldaláról a másikra, mindkét irányban. Afrikában emberek milliói vándoroltak és vándorolnak ma is, főként gazdasági és politikai okokból, gyakran pedig egyszerűen az éhezés elől menekülve. Bármilyen legyen a migráció oka, kétségtelen, hogy hatalmas igényeket és problémákat támaszt a nemzetközi kommunikációval szemben – olyan problémákat, amiket csak nemzetközi kooperáció útján lehet megoldani.

## 7.3. A nagypolitika és a nemzetközi kommunikáció: szép új világ?

### 7.3.1. HÁBORÚ ÉS BÉKE

A második világháború utolsó éveitől kezdve széleskörű egyetértés alakult ki a tekintetben, hogy elérkezett az idő egy, az államokat összefogó nemzetközi szervezet létrehozására azzal a céllal, hogy gátat szabjon a nemzetközi szintű fegyveres konfliktusok jövőbeni kirobbanásának. Azaz újbóli kísérlet történt az első világháború után alapított, de kudarcba fulladt Nemzetek Ligájához hasonló szervezet megalosítására. 1944-ben hivatalosan is alakult az Egyesült Nemzetek Szervezete. Ma gyakorlatilag a föld összes állama – alkotmányos okok miatt Svájc kivételével – tagja az ENSZ-nek. Elsődleges célját azonban a világszervezet nem tudta elérni. A nemzetközi és interkulturális konfliktusok azóta is rendületlenül folynak. Az 1950-es évek elején kitört az Észak- és Dél-Korea közti háború, amelyet egyik oldalról Kína és a Szovjetunió, a másik oldalról pedig az USA támogatott. Ezt további fegyveres konfliktusok követték és követik mind a mai napig. Azonban arról sem szabad megfeledkezni, hogy olykor éppen az ENSZ közreműködésének köszönhetően, számos nemzetközi konfliktust sikerült viszonylagos békés úton lezárni. És az is tény, hogy a nagyszámú helyi és regionális konfliktus ellenére, a harmadik világháború kitörése mindeztől nem következett be. Több sikertelen felkelés után az 1980-as végén és az 1990-es évek elején elbuktak a kommunista diktatúrák; a két politikai rendszer szembenállása a Szovjetunió összeomlásával végérvényen megszűnt – s ezzel még láthatóbbá vált az ún. fejlett és fejlődő világ közt tátongó gazdasági szakadék.

Bár fegyveres konfliktusokban (például a volt Szovjetunió területén, a Balkánon, a Közel-Keleten, Afrikában és Dél-Amerikában) még ma sincs hiány, a nemzetközi színteret ma az ún. *Pax Americana* urálja. A dolgok jelenlegi állása mögött egy olyan elképzelés húzódik meg, amelyet az UNESCO által 1980-ban kiadott *MacBride-jelentés* címe találoan összegez: *és holnap*. Elképzelés



vagy *Amerika Hangjainak* (utóbbi egy közismert, hozzávetőleg negyven különböző nyelven sugárzó rádióállomás).

A gazdasági, politikai és vallási ügyeket érintő, közvetett és kevésbé erőszakos jellegű propagandát *indoktrinációnak* hívjuk. Nincs olyan ország, ahol a tömegkommunikációban megjelenő tartalmak egy része ne lenne indoktrinatív jellegű, és nemcsak a gazdasági és politikai kontextusokban, hanem a szórakoztatásban, a fikcióban és oktatás minden területén is. Általánosan fogalmazva a propaganda és az indoktrináció egyaránt a szocializáció és reszocializáció sajátos esetének tekinthető (lásd 3.3.).

## 7.4. A nemzetközi és interkulturális kommunikáció szintjei

A 7.1. ábra jól szemlélteti, hogy – egy adott társadalmon belül zajló kommunikációhoz hasonlóan – a nemzetek és kultúrák közti kommunikáció is feltehetően interperszonális, szervezeti és társadalmi szinten. Ebben a szakaszban a nemzetközi kommunikáció e három szintje kerül röviden bemutatásra. Előbb azonban ki kell térünk a személyiség szerepére a nemzetközi kommunikációban.

### 7.4.1. AZ IDŐ, A TÉR ÉS A SZEMÉLYISÉG

A nagy nemzetközi szervezetekben folyó kommunikációs folyamatok között jellemzője, hogy a legtöbb esetben sok időt igényelnek. Persze szinte minden nemzetközi szervezet rendelkezik az ügyek folyamatos intézését végző – viszonylag nagy és hatékonyan működtetett – központi adminisztrációval: egy főtájkár irányítása alatt álló titkársággal, amely a rutinfeladatok ellátásáért felelős. A fontosabb és hivatalos jellegű döntések meghozatalára azonban gyakran csak évente egyszer (esetleg még ritkábban), az évente (vagy két évente) megtartott *közgyűlés* alkalmával kerül sor (gondoljunk például az ENSZ éves közgyűléseire). Az általános közgyűlések közti hosszú időszakban a kommunikáció többnyire sporadikus, és általában nem közvetlen formában történik.

Nyilvánvaló okokból kifolyólag azonban a nagy nemzetközi szervezetekben olykor kifejezetten gyors kommunikációra van szükség. Ezért nemcsak az elnökség és az ügyvezetéssel megbízott vezető, hanem általában a helyi döntéshozók is széles körű, ugyanakkor világosan meghatározott hatáskörökkel rendelkeznek; azaz szabályozva van, hogy az egyes szinteken az egyes pozíciók betöltői milyen döntéseket hozhatnak.

Azokban arról sem szabad elfeledkezni, hogy az egyes pozíciókat betöltő személyek egyéni sajátosságai szükségszerűen befolyásolják a kérdéses pozíciókhoz kapcsolódó feladataivégzés mikéjét. Nem utolsósorban így van

szó meglehetősen negatív konnotációkkal rendelkezik, de a tekintélyelvű rendszerek – például a hitleri Németországban, a sztálini Szovjetunióban és a Mao vezetése alatt álló kommunista Kínában – pozitív értelemben használták. Az Egyesült Államok és a Szovjetunió között folyó hidegháború időszakában a nemzetközi propaganda meglehetősen kiterjedt volt (lásd az oldali keretes írását). A jelenség természetesen ma is létezik, annyi különbséggel, hogy gyakran máshogy nevezzük, például „*nemzetközi hírtermelés*”

### PROPAGANDA

A propagandát gyakran érte közvetlen vagy közvetett bírálattal, nem utolsósorban a tudományos-fantasztikus irodalom irányából. George Orwell ma már klasszikusnak számító *disztópiája*, az 1984, is ezek közé a kritikai hangvételű művek közé tartozik. Tizenegy óra felé járt az idő: az irattári osztályon, ahol Winston dolgozott, kihordták a székeket a szobából, és a hall közepén rakták sorba, szemben a nagy teleképpel. A Két Perc Gyűlöletre készülődtek. [...]

A következő pillanatban a nagy teleképből förtelmes, éles hang stívtett végig a termen, mintha egy őriási, olajozatlan gép rohant volna végig rajta. Ettől a zajtól vicserogni kezdett az ember, és felborzolódott a tarkóján a haj. Kezdetét vette a Gyűlölet.

Szokás szerint Emmanuel Goldsteinnek, a Nép Ellenségének arca villant fel a teleképen. A hallgatóság mindenfelé morogni kezdett. [...] Goldstein, a renegát és elhajló, valamikor régen (hogy milyen régen, arra senki sem emlékezett pontosan) a Párt vezetőinek egyike volt, majdnem egyenrangú magával Nagy Testvérrel, de aztán ellenforradalmi tevékenységbe keveredett, halálra ítélték, ám titokzatos módon megszökött és eltűnt. [...] Még élt és tovább tervezte valahol az összesküvészeket [...].

A Gyűlölet még harminc másodperce sem tartott, s máris önkéntelen dühkiáltások törtek ki a teremben tartózkodó emberek egy részéből. [...] A második percben a Gyűlölet az őriöngésig fokozódott. Az emberek felugráltak a helyükről, és torokk szakadtából üvöltöztek, hogy elnyomják a teleképből áradó őriítő, bégető hangot. [...] Egy világos pillanatában Winston észrevette, hogy együtt ordít a többiekkel, és sarkával vadul rugdalja széke lábát. [...] A Gyűlölet retfokára hágtott. Goldstein hangja igazi birkabégetéssé torzult, s egy pillanatra az arca is birka pofájává változott. Aztán a birkapofa egy eurázsiai katona félelmetes és őriás alakjába tűnt át, amely kezében vadul kerepelő géppisztollyal egyre közelebb és közelebb nyomult, s azt az érzést keltette a nézőkben, hogy rájuk veti magát a telekép felületéről, annyira, hogy néhányan az első sorban valósággal hátrahököltek a székeikben. De szinte még ugyanabban a pillanatban [...] az elleneséges figura áttűnt Nagy Testvér fekete hajú, fekete bajszú, hatalmának tudatától sugárzó, rejtelmesen nyugodt arcába [...]. Aztán Nagy Testvér arca elhalványodott, s a Párt három jelszava jelent meg a helyén, csupa nagybetűvel:

A HÁBORÚ: BÉKE  
A SZABADSÁG: SZOLGASÁG  
A TUDATLANSÁG: ERŐ



ez az olyan nemzetközi szervezetekben, ahol nemcsak az egy adott pozíciót betöltő személy egyéni tulajdonságai számítanak (mint például a tehetség), hanem az illető – a kívülről szemébe gyakran csak valamilyen érdekes szokásnak és normának tűnő – nemzeti sajátosságai is hatással vannak munkavégzés jellegére. Skandináviában például elterjedt, hogy az emberek keresztnéven szólítják egymást, ennek kialakulását mutatja be az oldal alján található keretes írás.

Az egyéni személyiségjegyek és a nemzeti kultúra együttes hatásának a magas szintű nemzetközi kommunikációban való érvényesülését az ENSZ főtitkárok sora példázta. Némelyikük megpróbálta – olykor több, máskor kevesebb sikerrel – kibővíteni a főtitkár tevékenységi körét. Talán a legismertebb példa az élete végéig hivatalában szolgáló Dag Hammarskjöld, aki 1953–1961-ig volt az ENSZ főtitkára (1961-ben repülőgép-szerencsétlenségben hunyt el). És olyanok is akadtak a nemzetközi szervezet élén, akik megelégedni látszottak egy szűkebben definiált hatáskörrel.

#### 7.4.2. A NEMZETKÖZI KOMMUNIKÁCIÓ INTERPERSZONÁLIS SZINTJÉRE

A nemzetközi kommunikáció interperszonális szintje természetesen ugyanazokkal az alapvető sajátosságokkal írható le, melyek az egy és ugyanazon nemzeti közösséghez tartozó személyek között folyó kommunikációt is jellemzik. Ezek közül néhányat a negyedik fejezetben tárgyaltunk, ahol azt is láttuk, hogy a személyközi kommunikáció általános jellemzői olyan szembevetendő kulturális különbségekkel járnak együtt, melyeket a kommunikálók

felek nemzeti-kulturális hovatartozása határoz meg (lásd a 102. oldalon található keretes írást). Az ilyen típusú hasonlóságokról és különbségekről lesz a következőkben szó.

A világ különböző tájain élő társadalmak között az individuális kommunikáció terén mutatkozó különbségeket számos eltérő dimenzió mentén vizsgálhatjuk. Az egyik alapvető dimenzió annak a módja, ahogy arcunkat – tudatosan vagy öntudatlanul – gondolatok és érzelmek kifejezésére (vagy éppen leplezésére) használjuk. Kétségtelen, hogy a különböző országokban élő, különböző kultúrákhoz tartozó emberek arckifejezés útján való kommunikációja számos eltérést mutathat. Vezető pszichológusok egy nemzetközi csoportja által végzett kísérletsorozat azonban arra derített fényt, hogy az érzelmekkel kapcsolatos arckifejezéseket egészen különböző kultúrák tagjai is ugyanúgy ismerik fel (lásd a 206. oldalon található keretes írást).

A különböző kultúrák interperszonális kommunikációs folyamatai közti különbségek egy másik, valamelyest absztraktabb, de szintén nagyon fontos dimenziója az individualizmus/kollektívizmus különbségtétel. A legtöbb kultúrában – különösen azokban, melyeket az *individualizmus* magas foka jellemez – fontos, hogy az egyén képes legyen a személyiségében rejlő különböző lehetőségeket megvalósítani. Ehhez számottevő kezdeményező-készséggel kell rendelkeznie, valamint akaraterővel is, hogy képes legyen akár vitatott ügyekben is kiállni a maga igazáért. Továbbá cselekedeteiben tudnia kell magát valamelyest függetleníteni azoktól a különféle csoportoktól, melyeknek különböző tagja, hiszen ezek a csoportok, amellet, hogy jelentős támaszt nyújthatnak, komoly korlátozásokat is jelentenek számára. E két lehetőség egyikéről sem szabad megfeledkeznünk.

Ezzel szemben azokban a kultúrákban, amelyek jellemzően kollektivistá jellegűek, az egyén alárendelődik annak a csoportnak, amelyhez elsődlegesen tartozik. Számos ilyen csoport van, bár ezek más-más súllyal rendelkeznek. A legfontosabb három csoport általában minden kultúrában a kiterjedt család, a szomszédság, valamint az a közösség vagy társadalmi szervezet, melynek keretén belül az egyén munkáját végzi és éli a napi életét. E három együttesen és meglehetősen komplex módon határozza meg az egyén társadalmi helyzetét. Az olyan kívülről számára például, akik viszonylag egyszerű státuszrendszerű kulturális közegekből származnak, ahol az egyes embert leginkább a gazdasági, iskolázottsági és szakmai sajátosságai karakterizálják (vö. 3.3. ábra), kifejezetten nehéz egy ilyen bonyolultabb státuszrendszer megérteni.

Az individualizmus és a kollektívizmus által különböző mértékben jellemzett társadalmak tagjai között folyó interperszonális kommunikáció kifejezetten komplikált is lehet; gyakorta fennáll az egymás félreértésének veszélye. A három alapvető sajátosság jobb megértése érdekében hasznos lehet, ha a 3.5.2. szakaszban tárgyalt két alapvető érték, a *szabadság* és az *egyenlőség* összefüggésében vizsgáljuk meg őket (lásd a 3.6. ábrát). Az erősen kollektivistá jellegű társadalmakban az egyén szabadságfoka meglehetősen alacsony. Továbbá, bár az egyenlőség egy adott rétegen belül vala-

#### A DU-REFORM

Az egyenlőség eszméjének az 1960-as évek végétől és az 1970-es évek elejétől jellemző svédországi népszerűsége kihasználva a különben konzervatív beállítottságú Nemzeti Egységügyi Tanács új igazgatója határozatot adott ki, melyben a Tanácsban belüli kommunikációban az informális „du” (vö. német „du”, francia „tu”) használatát rendelte el – azaz rendeltetleg bevezette a tegeződést. Korábban a formális „ni” volt használatos, vagy pedig a beszélgetőpartner harmadik személyű, az illető titulására utaló megszólítása. („Látta már a vezérigazgató úr a legújabb elszámolást? Nem, főkönyvelő úr, még nem kaptam kézhez.”) Bár a rendelkezést az elsőkben sokan gúnyolták, idővel azonban népszerűvé vált; valószínűleg ez is hozzájárult ahhoz az akkortájt kezdődő, s mára általánossá vált gyakorlathoz, miszerint a svédek még az ismeretlenek is tegeződve („du”) és keresztnéven szólítják meg. Ez a szokás az országba érvényesült külföldiek szemében olykor meglepőnek vagy szórakoztatónak tűnik, egyesek pedig kifejezetten bosszantónak találják. Nem szabad azonban elfeledkeznünk arról, hogy a tegező megszólítás mostani elterjedése tulajdonképpen visszatérést jelent az eredeti skandináv gyakorlathoz. Izlándon például a tegeződés és a keresztnéven szólítás régi hagyományja sohasem szakadt meg.



milyen mértékben megvalósulhat, a különböző rétegek között azonban általában nagyon nagy eltérések lehetnek ebben a tekintetben. (Szélsőséges példa erre a hitleri Németország vagy a sztálini Szovjetunió.) Erőteljesen individualista társadalmakban az egyéni szabadság értelemszerűen viszonylag magasra értékelt, míg a különböző rétegek közti egyenlőség mértéke változó. Ebbe a csoportba tartoznak a modern kapitalista társadalmak.

Az egyik vagy másik társadalomtípus felé való elmozdulás olykor a nyelvi formában is megjelenik, például

- a titulusok használatában vagy ennek hiányában;
- a magázódás és tegeződés mértékében vagy hiányában;
- vagy abban, hogy a beszélgetések során milyen gyorsan térünk rá a partner keresztnevére szólítására.

A franciában és az angolban például a társadalmi távolságot gyakran a „Madame”, „Mademoiselle”, „Monsieur”, illetőleg „Sir”, „Miss” vagy „Madam” szavak beszúrása jelzi a mondatok elején vagy végén (ez gyakran beszélő-váltást is jelez, vö. 4.3.4.). Vannak nyelvek, mint például az angol, ahol – eltérően a magyartól – ugyanazt a személyes névmást (you) használják a közeli családtagok, ismerősök megszólítására és a távoli ismerősök és munkatársak, vagy éppen a munkahelyi felettesek vagy idegenek, esetében is (lásd a 204. oldalon található keretes írást).

#### AZ ARCOD ELÁRULJA, MIT ÉRZEL – MÉG A VILÁG MÁS TAJAIRÓL VALÓ EMBEREKNEK IS!

A nemzetközi kommunikáció legközvetlenebb formája, amikor két különböző nemzetiségű ember szembe kommunikál egymással. Az ilyen helyzetek egyik fontos eleme az arcunk maga: hogy néz ki, hogyan fejezi ki és tükrözi érzelmeinket és gondolatainkat, miközben kommunikálunk. Ezzel kapcsolatban az egyik alapvető kérdés az, hogy vajon a föld különböző pontjain élő, különböző kultúrákhoz tartozó emberek érzelmeiket és gondolatokat kifejező arckifejezései között oly mértékű-e az eltérés, hogy csak a saját kultúráinkhoz tartozó emberek arckifejezéseit ismerjük fel, vagy pedig ennél nagyobb fokú hasonlóságról van szó.

Nemzetközi pszichológusok egy csoportja kísérletet végzett a probléma tanulmányozására. A világ különböző vidékeitől származó, és eltérő érzelmeiket kifejező emberek fényképeit mutatták meg az európai, ázsiai és amerikai országokból való kísérleti alanyoknak, akiket megkérték, hogy azonosítsák a képen látható emóciókat. A kutatóknak ily módon sikerült bizonyítaniuk, hogy valóban nagyfokú egyezés jellemzi, ahogy a világ különböző részeiről származó emberek más tájakról való emberek arckifejezéseit interpretálják.

Az arcon megjelenő érzelmeik intenzitásának megítélésében azonban már voltak eltérések. Ezeket a különbségeket magyarázhatják az érzelmeik kifejezésében vagy ezeknek az arckifejezéseknek az interpretációjában meglévő különbségek is.

Forrás: M. Biehl et al. (1997) 'Matsumoto and Ekman's Japanese and Caucasian Facial Expressions of Emotion (JACFEE): reliability data and cross-national differences', *Journal of Nonverbal Behavior*, 21 (1), 3-21.

Kommunikációs szempontból egy másik fontos dimenzióra utal a *kontextus* fogalma, azaz a cselekvések és a megnyilatkozások egy adott, a társadalom kultúrája által meghatározott közegbe való beágyazottságának mértéke. Az ún. magas kontextusú kultúrákban egy adott üzenet fontos összetevői a kontextusból származnak, azaz már korábban beágyazódtak a kommunikáló felek tudatába. Alacsony kontextusú kultúrákban ezzel szemben az üzenet tartalmának lényegi részét maga az üzenet tartalmazza, egészen explicit formában. Az alacsony kontextusú kommunikáció alapvetően az individualista kultúrákra jellemző, a magas kontextusú kommunikáció pedig a kollektivisták kultúrára. Ha e két kultúrátípus tagjai találkoznak anélkül, hogy tudatában lennének a másik fél eltérő kommunikációs mintájának, az efféle különbségek sokszor meghökkenést, derűtlenséget, s olykor akár ingerültséget is kiválthatnak mindkét oldalon.

Végezetül, az individuális kommunikáció interkulturális különbségei által okozott, és fentebb ismertetett problémákon és nehézségeken kívül fontos megemlíteni, hogy az egyre fokozódó nemzetközi mobilitás nemcsak problémákat szül a személyközi kommunikációban, de ugyanakkor horizontunkat is tágítja. Azaz segít belátnunk, hogy – Rómeó állításával ellentétben – igenis van világ Veronán kívül. E külső világ megértése pedig saját magunk megértéséhez is közelebb vihet.

### 7.4.3. A NEMZETKÖZI KOMMUNIKÁCIÓ SZERVEZETI SZINTJÉRE

Szervezeti szinten nézve a nemzetközi kommunikációnak két fő típusa van. Egy bizonyos ország helyi, regionális és országos szintű szervezetei értelemszerűen kommunikálnak más országok hasonló jellegű helyi, regionális vagy országos szervezeteivel. Például mind az öt skandináv államban működik egy országos akadémiai szintű szervezet a média- és kommunikációkutatás tanulmányozására. Ez az öt országos szervezet kétévente találkozik tart (ez a nemzetközi konferencia ugyanakkor öt országos találkozó is jelent).

Gyakran azonban a szervezeti szintű nemzetközi kommunikációt kifejezetten az erre a célra felállított szervezetek, a nemzetközi szervezetek végzik (lásd 5.1.). Számtalan nemzetközi szervezet létezik; a kommunikáció szempontjából releváns példák közé tartozik a Nemzetközi Kommunikációs Társaság (International Communication Association, ICA) és a Média- és Kommunikációkutatás Nemzetközi Társasága (International Association for Media and Communication Research, IAMCR).

A nemzetközi szervezetek két nagy csoportba oszthatók: a nemzetközi kormányzati szervezetek (ún. IGO-k, az *international governmental organization* kifejezéséből) és a nemzetközi nem-kormányzati szervezetek (ún. INGO-k, *international non-governmental organization*). Az IGO-k közzismert példája az ENSZ és az Európai Közösség. Az előző bekezdésben említett két kommunikációs szervezet természetesen INGO-nak minősül.



dasági növekedés és a nemzetközi kereskedelem előmozdítása. BIGO-nak minősül az OPEC, az Olajexportáló Országok Szervezete is. Emellett számos fontos, az ipar és a kereskedelem különféle területeire szakosodott nemzetközi gazdasági szervezet van még; ezek közül a legáltalánosabb a Nemzetközi Kereskedelmi Kamara (International Chamber of Commerce), az üzleti élet világszervezete.

Végezetül meg kell jegyeznünk, hogy számos formálisan nem-kormányzati jellegű nemzetközi szervezet döntései és tanácskozásai is gyakran egészen komoly gazdasági-üzleti vonatkozásokkal bírnak. Gondoljunk például a Nemzetközi Olimpiai Bizottság döntéseire. A NOB természetesen, noha egy nem-kormányzati jellegű nemzetközi szervezet, az olimpiai játékok üzleti aspektusával is foglalkozik – és az olimpia kétségtelenül nagy üzlet, s emellett még politikailag is kényes kérdés.

#### 7.4.4. NEMZETKÖZI KOMMUNIKÁCIÓ A TÖMEGKOMMUNIKÁCIÓ SZINTJÉN

A sikeres kommunikációhoz elengedhetetlen, hogy a kommunikáló felek valamennyire ismerjék egymást. Következésképp a sikeres és hatékony nemzetközi kommunikációnak két alapfeltétele van: a fontos híreket először is el kell juttatni a világ különböző pontjaira (disztribúció), ezt követően pedig a befogadókkal viszonylag gyorsan meg kell ismertetni (diffúzió). Kezdjük a hírek diffúziójával.

Az országos és nemzetközi hírek terjedésének vizsgálata önálló kutatási területnek számít. A 7.2. ábra az ilyen típusú kutatásokra mutat be egy példát. Az ábráról leolvasható, hogy az 1986-ban Olof Palme svéd miniszterelnök ellen elkövetett merénylet híre hogyan terjedt el a világ különböző országaiban. Látható, hogy a diffúzió igen gyors volt, ugyanakkor az egyes országok között már természetesen számottevő különbségek mutatkoztak. Sokváltozós statisztikai vizsgálatok segítségével kimutatták, hogy az országok közti eltérések nem kevesebb, mint 50%-a mindössze három alap tényezőre vezethető vissza:

- az esemény helyétől való földrajzi távolság;
- a vizsgált ország és Svédország közti kereskedelmi kapcsolatok mértéke;
- a vizsgált ország és Svédország között már működő kommunikációs kapcsolatok (posta, telefon stb.) mennyisége.

Az a tény, hogy egy hírt a világ különböző népségei körében annyira gyorsan el lehet terjeszteni, mint ahogy azt olykor tapasztalhatjuk, jórészt a nemzetközi médiarendszer viszonylagos hatékonyságának tulajdonítható. A nemzetközi médiarendszer különböző komponensei, amelyek a fontos eseményekre vonatkozó alapvető hírek – a „kemény hírek” – összegyűjtéséért és terjesztéséért felelősek, viszonylag jól – bár nem túl egyenletes hatékonysággal – működnek. Többségünk a nagyvilág eseményeiről a médian

A két típus keveredésének közismert példája a Nemzetközi Munkaügyi Szervezet (International Labour Organization, ILO), mely kormányzati és nem-kormányzati elemekkel egyaránt rendelkezik (további példákra lásd még az oldalon található keretes írást).

A nemzetközi szervezetek egy nagyon régi, de egyre növekvő jelentőségű típusát jelentik az ún. BINGO-k [business international non-governmental organization], azaz a gazdasági szférában tevékenykedő nem-kormányzati jellegű nemzetközi szervezetek. Ezek olyan nagy multinacionális vagy nemzetközi vállalatok, hatalmasra nőtt konglomerátumok, melyek – gyakran leányvállalatokon keresztül – a világ minden táján működnek, és központjukat gyakran az adózási szempontokból legkedvezőbb helyen állítják fel. Történetileg az 5.2. szakaszban tárgyalt Hanza-szövetség a BINGO egy korai, viszonylag laza szerveződésű példája. A mai példák közé tartozik a svéd Ingvar Kamprad által alapított bútor- és lakberendezési vállalat, az IKEA, mely ma már három kontinensen is jelen van (a mozaikszó első két betűje az alapító nevére, második fele pedig Kamprad szülőföldjére, az Agunnaryd falutól nem messze fekvő Elmtaryd tanyára, utal).

Valamilyen oknál fogva a gazdasági szférában tevékenykedő kormányzati szervezeteket jelölő BIGO mozaikszó nem igazán terjedt el, de a jelenség természetesen létezik. Ilyen például az 1961-ben hűsz ország részvételével alapított Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (OECD) [Organization for Economic Cooperation and Development], melynek célja a gaz-

#### NÉHÁNY KORMÁNYZATI (GOVERNMENTAL = G) ÉS NEM-KORMÁNYZATI (NON-GOVERNMENTAL = NG) SZERVEZET

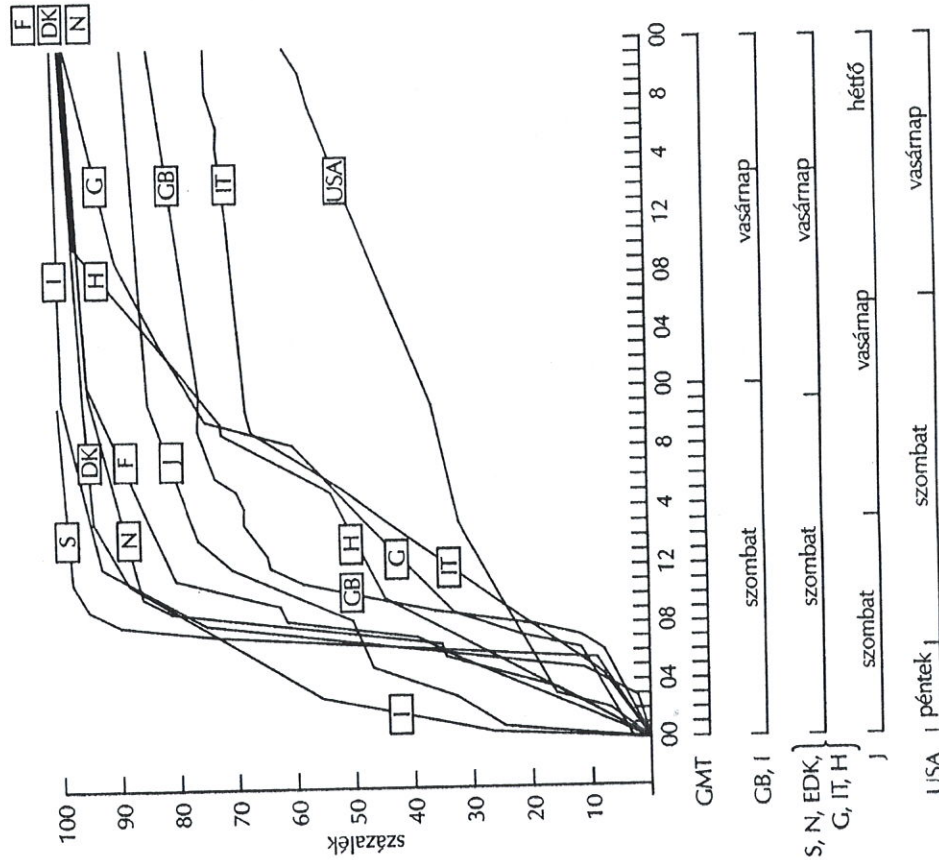
EC	European Community, Európai Közösség (G)
FAO	Food and Agriculture Organization, Élelmészeti és Mezőgazdasági Szervezet (G)
FIFA	Fédération Internationale de Football Associations, Nemzetközi Labdarúgó Szövetség (NG)
IAMCR	International Association for Media and Communication Research, Média- és Kommunikációkutatás Nemzetközi Társasága (NG)
ICA	International Communication Association, Nemzetközi Kommunikációs Társaság (NG)
ICS	International Chamber of Shipping, Nemzetközi Hajózási Kamara (G)
IMF	International Monetary Fund, Nemzetközi Valutaaalap (G)
IOC	International Olympic Committee, Nemzetközi Olimpiai Bizottság, NOB (NG)
NC	Nordic Council (Nordiska rådet), Északi Tanács (G)
OPEC	Organization of Petroleum Exporting Countries, Olajexportáló Országok Szervezete (G)
SA	Salvation Army, Üdvhadserég (NG)
UN	United Nations, Egyesült Nemzetek Szervezete, ENSZ (G)
WHO	World Health Organization, Egészségügyi Világszervezet (G)
WWF	World Wildlife Fund, Világ Természetvédelmi Alap (G)



keresztül értesül - és ebben nemcsak a szűken vett hírműsorok játszanak szerepet, hanem a világ más tájairól származó, más típusú médiatartalmak (például a játékfilmek) is. Ezáltal alkotunk (többnyire torz-) képet a világ más tájain élő emberek életéről - és a sajátunkról is.

Sőt, nem pusztán a máshol élő emberek életéről alkothatunk kiegyensúlyozatlan és torzított képet a média segítségével, hanem azzal kapcsolatban is, ahogy a világ kinéz. Az ún. *mentális térképeinket* nagymértékben befolyásolja a médiával kapcsolatos szokásaink, és sokszor egyáltalán nem pozitív értelemben.

Az egyének mentális térképeit vizsgálhatjuk azzal a némiképp elnagyolt, de elég hatékony módszerrel, hogy megkérdezzük tőlük, hova mennének, ha valamilyen oknál fogva el kellene hagyniuk szülőföldjüket. A válaszok



7.2. ábra A hírek nemzetközi terjedése: Olof Palme svéd miniszterelnök meggyilkolása, 1986 (Forrás: Rosengren, 1987)

alapján egy olyan világtérképet rajzolhatunk, amin a világ egyes részei méreteinek ábrázolása arányban áll az adott területnek a válaszokban megjelenő gyakoriságával. Azaz a gyakrabban választott helyek nagyobbak, a ritkábban választottak pedig kisebbnek fognak látszani. Ezt a módszert használta a 6.6. szakaszban már említett Media Panel Program is. A várakozásoknak megfelelően azt találtuk, hogy a tévézési szokások komoly befolyással voltak a fiatalok mentális térképeire. Természetesen más változók (elsősorban az életkor és a nem) is közrejátszottak az eredmények alakulásában. Ahogy a 7.3a és 7.3b ábrán is látható, a három változó (a kor, a nem és a tévézési szokások) együttese erőteljesen átrajzolta a térképet. Az összehasonlítás kedvéért a 7.3c ábrán a világnak a svéd televízió hírműsoraiban reprezentált térképét mutatjuk meg, amit egy kormányjelentésben publikáltak nagyjából ugyanabban az időben (az 1980-as évek végén).

Látható, hogy a svéd televízió hírműsoraiban megjelenő világ térképe is némiképp torzított (7.3c), azonban a torulás foka nem nevezhető groteszknak. Hasonlóan mentes a groteszk túlzásoktól, bár kétségtelenül szők látókörre vall a 11 éves, és viszonylag keveset tévózó lányok mentális térképe (7.3a). A 15 éves és sokat tévózó svéd fiúk mentális térképe (7.3b) már egyértelműen megérdemli a groteszk minősítést. Saját kisebb világuk, Nyugat-Európa, önmagában még nem különösebben aránytalan, de Kelet-Európa teljesen hiányzik, és Ázsia is csak egy különálló kis szigetként jelenik meg,



7.3a ábra Média-térképek, mentális térképek és valódi térképek: 11 éves lányok, alacsony tévézési mutatóval (Forrás: Rosengren & Windahl, 1989)



Észak-Amerika ugyanakkor sokkal nagyobb, mint a világ többi része együttvéve. Dél-Amerika ugyanolyan láthatatlan, mint Kelet-Európa. Ez egy kitalált világ – mégpedig az amerikai filmek és szórakoztató ipar által teremtetett világ, mely még a létfontosságú közszolgálati médiarendszert is uralja (mint ami Svédországot jellemezte az 1980-as évek végén), és ami vitathatatlan népszerűséggel bír a fiatalok körében. Sajnos nincs okunk abban reménykedni, hogy a fiatalok számára világszerte hozzáférhető televíziós tartalmak által kialakított mentális tér ma bármivel is jobb lenne, mint az 1980-as évek végén. Sőt, viszonylag jó eséllyel megkockáztathatjuk, hogy a helyzet azóta csak rosszabb lett. Ezt persze csak új kutatások és új mentális térképek támaszthatják alá.

Az egyén mentális térképe tehát nagyban függ az illető médiával kapcsolatos szokásaitól. Minél több időt tölt valaki a televízió előtt, mentális térképe annál aránytalanabb lesz. Ebben nincs semmi meglepő; már láttuk, hogy még a média által megrajzolt „nemzetközi térképek” is jócskán torzulást mutatnak. Az pedig, hogy a világ különböző részeiről mennyi hír jut el hozzánk, néhány alapváltozó függvénye (melyek közül a kérdéses országok között fennálló gazdasági kapcsolatok a legfontosabbak).

Az ilyen típusú kapcsolatok szisztematikus tanulmányozásához más, a fentebb ismertetett adatoktól eltérő adatokra is szükségünk van. Ezt a kérdést a következő szakaszban fogjuk tárgyalni.

## 7.5. Nemzetközi hírek: intramedialis és extramedialis adatok

Az országos és nemzetközi média folyamatosan zúdíítja ránk a környező világ képeit, melyek egy része nyilvánvalóan fikatív – mi több, ezeknek a képeknek az értéke éppen fikatív voltukban rejlik. A fikció nem arra törekszik, hogy az egyes eseményeket, folyamatokat vagy struktúrákat részletesen és hűen mutasson be, a fikció célja egy másféle igazság ábrázolása: ez talán lehet egy általánosabb szintű igazság, de lehet az igazság durva és nyilvánvaló eltorzulása és torzítása annak érdekében, hogy biztosan megértsük, miről van szó. Más műsортípusok arra törekednek, hogy amennyire csak lehetséges, igaz és megbízható képeket közöljenek a világról. Ez jellemző a hírműsorokra és a hírműsorok anyagára támaszkodó és azokra reflektáló – nézeteket, véleményeket és kommentárokat nyújtó – programokra is. Hogyan lehetséges az ilyen műsorok tanulmányozása?

Ahhoz, hogy a világról a médiában megjelenő híreket szisztematikusan tanulmányozni tudjunk, kétféle adat kell: adatokra van szükségünk egyrészt a *hírekkel kapcsolatban*, másrészt pedig a *világra vonatkozóan* is. A két adatsoporthoz lehetőség szerint egymástól függetlenül kell lennie, azaz ideális esetben két különböző forrásból kell származniuk. A média híreivel



7.3b ábra Média-térképek, mentális térképek és valódi térképek: 15 éves fiúk, magas tévénézési mutatóval (Forrás: Rosengren & Windahl, 1989)



7.3c ábra Média-térképek, mentális térképek és valódi térképek: a svéd televízió médiatérkép (Forrás: Rosengren & Windahl, 1989)



kapcsolatos információk természetesen magából a médiából származnak, ezeket hívjuk *intramedialis* adatoknak. A világra vonatkozó információknak tehát valamely más, a médian kívüli forrásból kell származniuk, azaz extramedialis adatoknak kell lenniük. Az intramedialis és *extramedialis* adatok összevetéséből két dolgot tudhatunk meg. Először is használhatjuk a kétféle adathalmazt a *hírek értékelésére*: vagyis megnézhetjük, hogy az extramedialis adatok fényében a világról szóló médiatörténetek mennyire tekinthetőek igaznak, megbízhatónak, reprezentatívnak, relevánsnak stb. A svéd televízióban megjelenő világgal kapcsolatos intramedialis adatokat a 7.3c ábrán láthatjuk. A televíziós hírekben megjelenő világ képe némiképp aránytalannak mutatkozik, ha összevetjük a megfelelő extramedialis adatokkal, azaz a földről készült hagyományos térképekkel.

Másodsor, használhatjuk a két különböző adattípust a média által a világról alkotott kép egyes jellemzőinek *magyarázatára*, és ezáltal való jobb *megértésére* is. Az intra- és extramedialis adatokra alapuló vizsgálatok egymástól teljesen eltérő típusú jelenségekkel kapcsolatos extramedialis adatokat is használhatnak, mint például a világ különböző pontjain tartott parlamentari választások vagy földrengések. Ezekben a kutatásokban a hírek

#### AZ INTRA- ÉS EXTRAMEDIALIS ADATOK

##### 1. Az alapötlet

Egy adott téma igazságértékének megállapítása során a tudósítás tartalmát egy sor, ugyanazzal a témával kapcsolatos, de független, külső felítéssel kell összevetnünk. Erre számos lehetséges módszer van. [...] Mindazonáltal előfordulnak olyan esetek, amikor nem állnak rendelkezésre készen kapott, médian kívüli adatok. Ilyenkor egy másik megoldási módhoz kell folyamodnunk. A kutatónak össze kell állítani egy, a releváns eseményeket és feltételeket tartalmazó listát, amit majd kiindulópontként tud használni a vizsgálat során. [...] Összehasonlításokat tehetünk a különböző médiumok, médiacsatornák, publikációk és adások között. [...] Ebben az esetben természetesen az összehasonlítás a valóság különböző médiumokban megjelenő változatai között történik, melyek közül egyik sem tekinthető a valóság tényleges reprezentációjának.

Forrás: Barrie Gunter (1977) *Measuring Bias on Television*. Luton, University of Luton Press, 31.

##### 2. Néhány intra- és extramedialis tanulmány

- Lippmann, W. – Merz, C. (1920) 'A test of the news', *The New Republic*, 4 August
- Rosengren, K.E. (1970) 'International news: Intra and extra media data', *Acta Sociologica*, 13, 96-109.
- Smith, R.F. (1971) 'US news and Sino-Indian relations: an extra media study', *Journalism Quarterly*, 48, 447-58, 501.
- Hicks, R.C. – Gordon, A. (1974) 'Foreign news content in Israeli and US newspapers', *Journalism Quarterly*, 51, 639-44.
- Rosengren, K.E. (1980) 'Bias in news: methods and concepts', *Mass Communication Review Yearbook* (vol. 1.) 249-63.
- Adams, W. (1986) 'Whose lives count? Coverage of natural disasters', *Journal of Communication*, 36: 113-22.

nemzetközi áramlását feltehetőleg magyarázó faktorok relatív erősségét próbálták vizsgálni. Kimutatták, hogy a nemzetközi híradásokban létező variánsok jelentékeny része (30%-a) olyan egyszerű tényezőkkel magyarázható, mint annak az országnak mérete, ahol az esemény történt, vagy az esemény és az arról tudósító médium földrajzi helye közti távolság. (Az intra- és extramedialis médiaadatok módszerének használatáról bővebben lásd a 214. oldalon található keretes írást.)

## 7.6. Nemzetközi populáris kultúra

### 7.6.1. A POPULÁRIS KULTÚRA MINT INNOVÁCIÓ

Az ötödik fejezetben az innovációk létrehozásáért felelős öt társadalmi rendszert, és a kapcsolódó jutalmazási módokat tárgyaltuk (lásd az 5.5. ábrát). Megemlítettük, hogy az újítások szempontjából a legfüggetlenebb rendszer az alap kutatásé, míg a legkevésbé független a média tömegkultúrája. A nemzetközi populáris kultúra – a tömegkommunikáció által közvetített populáris művészet és irodalom – kétségtelenül része a nemzetközi médiarendszereknek. Mint újításokat létrehozó rendszert tehát valamelyest bizonyítanunk helyzet jellemzi.

A kultúra kereké perspektívájában vizsgálva (lásd a 3.1. ábrát) számos, a média rendszerén belül létrejött innováció a művészet és irodalom szektorában helyezhető el. Azonban a tömegkommunikáció által közvetített újítások alkotóinak többsége, a magaskultúra alkotóihoz képest lényegesen korlátozottabb művészi függetlenséggel rendelkezik. A nemzetközi populáris kultúra rendszerén belül létrejövő innovációk többsége nem túlságosan eredeti – inkább néhány általános kulturális minta klónszerű variációinak tekinthetőek. Így van ez a populáris irodalom esetében is, a megjelenés formájától (televízió, rádió, hetilapok, magazinok, könyvek stb.) függetlenül. Sajnos túl gyakran találkozunk olyan sztenderdizált sémákkal, mint a „boldogan éltek, amíg meg nem haltak” típusú szerelmi történetek vagy a „jó és gonosz” harca. Többé-kevésbé sztenderd hősök és hősnők tettei többé-kevésbé sztenderd módon ismétlődnek újra meg újra, gyakorlatilag vég nélkül. Egy olyan speciális iparágrol van szó, ahol a gazdasági és kommunikációs szakemberek szoros együttműködésben dolgoznak a művészekkel és a műszakiakkal. Elvben ugyanez érvényes a popzenére is, mely ma a populáris kultúra több szempontból is legfontosabb területének számít.

### 7.6.2. POPULÁRIS ZENE

Nemzetközi viszonylatban a popzene az üzleti szempontból fontos termékek közé tartozik. Évtizedek óta a popzene termelését, terjesztését és értékesítését néhány – az Egyesült Államokban, Japánban és Németországban székelő – nemzetközi konglomeráció kontrollálja: Time Warner, Sony, De-



telesmann, Philips-Polygram. A popzene termelése, terjesztése és értékesítése nagyjából ugyanúgy történik, mint a többi, nemzetközileg többé-kevésbé integrált iparágak által termelt áruféleség (például ruhák, szabadidős cikkek, sportszerek stb.) termelése, terjesztése és értékesítése. Azaz ugyanúgy az üzleti élet jobb és rosszabb időszakai jellemzik. A nemzetközi populáris kultúra talán legjobb példája az MTV (lásd a 216–217. oldalon található keretes írást). Néhány esetben azonban a popzene bizonyos fokú eltérést mutat, és nem követi teljes mértékben a társadalmak gazdasági rendszerétől való függés általános mintáját.

A hajdani Német Demokratikus Köztársaságban például a legjobbnak tartott rockzenészek magas társadalmi státuszt élveztek. Sőt, közülük néhány magas állami tisztséget töltött be. Azaz a gazdaság helyett a politikai rendszer integrálta a tömegkultúra alkotóit. A hajdani Szovjetunió csatlósállamainak vezetői kifejezetten a tömegek bizonyos igényeinek kielégítésére s ezáltal való elhallgattatására használták az amerikai stílusú popzenét. (A popzene közvetett vagy közvetlen módokon való politikai célú felhasználása a vasfüggöny másik oldalán sem volt ismeretlen. Például a hozzátvetőleg negyven különböző nyelven amerikai propagandát sugárzó Amerika Hangja rádióadó, melyet a hidegháború időszakában hoztak létre, szintén nagyban támaszkodott a popzene szolgálataira.)

Az afroamerikai blues, a spirituálék és a jazz vezető amerikai személyiségei, szerzők és előadók egyaránt, bizonyos fokú művészi függetlenséget vívtak ki maguknak már évtizedekkel ezelőtt. Mostanában hasonló folyamat játszódott le a rockzenében. A könnyűzene e területeinek kiemelkedő művészei a hagyományosabb művészeti ágak vezető alakjaival hozhatók párhuzamba. Noha tevékenységüket kétségkívül üzleti szempontoknak alárendelve végzik, mindazonáltal rendelkeznek bizonyos fokú művészi szabadsággal, és legfőbb hivatkozási keretük más művészek egy behatárolt csoportjával való interakció során alakul ki. Ami azonban megkülönbözteti őket a más területeken alkotó művészekről, az a műalkotásaik létrehozásához szükséges műszaki berendezések komplexitása – mely berendezéseket ugyan hozzáértő módon használnak, de többnyire nem bírtokolnak (lásd a 219. oldalon található bekeretezett írást).

A populáris kultúrának a gazdasági rendszertől való nagyfokú függésére az általános megoldást a professzionizáció jelentheti – ahogy az már korábban megoldást jelentett olyan egymástól távol eső területek képviselői számára is, mint például a filozófusok, a természettudósok, a bábák és sebészorvosiok. A professzionizációs folyamat fontos eleme az adott tevékenységi kör jutalmazási rendszerének kidolgozása. Ez a társadalom számos szektorában már régen megtörtént; a legismertebb szakmai elismerés

#### AZ MTV-GENERÁCIÓ KULTÚRÁJÁNAK KIALAKULÁSA ÉS KIZSÁKMÁNYOLÁSA

Az MTV műsorszolgáltatásának legmesszehatóbb stratégiáját egy nemzetközi ifjúsági kultúra létrehozására és kizsákmányolására való törekvés jellemzi. Az MTV állítása szerint a világ különböző országaiban élő fiatalok egy kialakulóban levő, a nemzeti hovatartozás és kulturális identitás kereteit meghaladó, nemzetközi ifjúsági kultúra részét képezik. A popzene szerepe kulcsfontosságú ebben a kultúrában, hiszen ez jelenti, az MTV értelmezésében, azt a közös nevezőt, amit a világ összes országának fiataljai egyformán értenek. [...] 'A zene a globális nyelv', jelentette be Sara Levinson, az MTV egyik volt vezetője. 'Célunk, hogy megteremtjük azt a globális rock 'n' roll falut, ahol a világ minden fiataljához szólni tudunk. [...] Ez az első nemzetközi generáció. Ezek a fiatalok Levi's nadrágokat és Swatch órákat hordanak, a Benettonban vásárolnak, és Coca Colát isznak. Ezzel nem azt akarjuk mondani, hogy ne lennének kulturális különbségek, hogy a francia és német tinédzser teljesen egyforma lenne. De a francia és német fiatalok ma sokkal több hasonlósággal rendelkeznek, mint ami szüleik generációjára volt jellemző. [...]

Az MTV egy fogyasztói életmóddal való azonosulásra, másfelől pedig az alternatív értékek és a hagyományok elutasítására ösztönzi a fiatalokat. [...] Egy, a fiatalokat világszerte sikeresen megcélzó műsorszolgáltatás természetesen komoly érdeklődésre számíthat az olyan hirdetőkhöz, melyek célja egyes speciális, a fiatalok körében népszerű fogyasztói termékek (beleértve a márkás ruhákat, órákat és üdítőket) világszerte történő elterjesztésének növelése.

Továbbmenve, egy ilyen típusú műsorszolgáltató és az azt támogató hirdetőkhöz egyaránt hasznosulhatnak a fiatal generáció transznacionális kultúrájának olyan módon való definiálásából, mely az adott kulturális csoporthoz való tartozást a

műsorszolgáltató által is reklámozott divatos fogyasztási cikkek birtoklásán keresztül határozza meg. [...]

Az MTV a populáris kultúra egyre fokozódó globalizálódását példázza, és emellett e tendencia egyik legfontosabb alakítója is. A különböző médiumok (mozi, film, televízió, zenei felvételek) előállítói globális közönséget keresnek termékeik számára. Az MTV világméretű műsorhálózata – a műsorok tartalmán és a reklámokon keresztül – ösztönzi egy ilyenfajta globális piac kialakulását. Ami a műsorokat illeti, az MTV-n bemutatott zenei felvételek egy hibrid műfajt képviselnek, s ezáltal egyidejűleg különböző kulturális termékek (film, televízió és zene) globális promóciójához is hozzájárulhatnak. Például a zenei klipek gyakran filmzenék egyes betétdalait dolgozzák fel, miközben rövid részleteket mutatnak magából a kérdéses mozi-filmről is. Ha az MTV-n egy bizonyos filmhez kötődő zenei klipet játszanak a kérdéses film bemutatásával egyidejűleg, akkor ez nyilvánvalóan befolyásolni fogja a film iránti érdeklődést az MTV nézőinek körében. A lemezkiadók szempontjából nézve az MTV fontossága abban áll, hogy az MTV tevékenysége hozzájárul bizonyos nyugati popzenei műfajok globális elterjedéséhez és népszerűségéhez. A zenei videoklipek lényegében különböző kulturális termékek hirdetéseinek tekinthetők: filmek, filmzenék, zenei felvételek, élő koncertek, öltözködési divatok jelennek meg a klipekben (a videoklip maga pedig videokazettákon kerül forgalmazásra). A zenei videoklipek játéka (az MTV-n és másutt) elősegíti a felsorolt termékek iránti kereslet növekedését. A globalizációs stratégiákat természetesen nem az MTV találta fel; a filmstúdiók, televíziós producerek és lemezkiadók már jóideje dolgoznak a világszerte meghódításán. Az MTV azonban kétségtelenül hozzájárul a globalizációs tendenciák térnyeréséhez.

Forrás: Jack Banks (1997) 'MTV and the globalization of popular culture', Gazette, 59 (1), 43-60.



## 7.7. Nemzetközi számítógépes kommunikáció

A nemzetközi kommunikáció területén manapság egyetlen magára valamit is adó tanulmány sem kerülheti meg a *nemzetközi számítógépes kommunikáció* kérdését. A számítógépet a napi munkájában rendszeresen használó szakmai közösségeken túl a számítógépesített nemzetközi kommunikáció-nak három széles körben használt területe van: az elektronikus levelezés (e-mail), az internet és a világháló (www) (lásd 2.3.4., 4.7.3., 7.3.).

Az internet, ahogy már említettük, számítógépek hatalmas nemzetközi hálózatát jelenti. A világháló az interneten való szöveg-, hang- és mozgókép-

valószínűleg a különböző területeken odaltelt Nobel-díj (lásd ez oldalon található keretes írást). A popzenében dolgozó művészek státuszának emelkedését célozza meg az 1992 óta a svéd zenei akadémia által adományozott *Polar Music Prize*. (A díjat a hajdan világszerte népszerű ABBA egykori menedzsere, Stikkan Anderson alapította.)

### A SZAKMAI ÚJÍTÁSOK JUTALMAZÁSI RENDSZERÉNEK ÉRTÉKÉRŐL

Az 5. árn látható az innovátorok jutalmazási rendszerét bemutató Guttman-skála egy ideális modellnek tekinthető. Mint minden más formális modellnek, ennek is a valóság leegyszerűsített modellálásában rejlik az értéke. A valóságban persze a dolgok sokkal bonyolultabbak, mint ahogy azt a modellek ábrázolják. A jutalmazási rendszerekkel kapcsolatos egyik problémát az az innovátorok között többé-kevésbé széleskörben elterjedt nézet jelentheti, miszerint az az innovátorok között többé-kevésbé nyugdíj stb.) nem áll arányban az általuk létrehozott újításokba rejlő értékkel. Feltehetőleg ez áll az ezoterikus vagy többé-kevésbé független rendszerekre (például a természet-, társadalom- és bölcsészettudományi kutatásokra). A szubkulturális és heterokulturális rendszereket egy másféle probléma, a *szimbolikus* elismerés nem kielégítő volta feletti elégedetlenség jellemezheti (ide tartoznak a tömegkommunikációs úton közvetített innovációs rendszerek: televízió, mozi stb.)

Az anyagi és szimbolikus jutalmazás kiegyensúlyozására a szakmai elismerések és díjak fokozatosan kiépülő különböző rendszerei jelenthetnek megoldást. Ezeket általában az adott szakterület innovátorai, akadémiai, egyetemi, szakmai szervezetei stb. ítélik oda. Az évente kiosztásra kerülő irodalmi, fizikai, kémiai, fiziológiai és orvosi Nobel-díjak az efféle szakmai elismerések és díjak ideális példájának számítanak (lásd az 5.2-öt, különösen a 133. oldalon). (1969-ben a Svéd Nemzeti Bank által létrehozott, és a 'Svéd Bank Közgazdasági Tudományos Díja Alfred Nobel Emlékére' nevet viselő elismerést az eredeti Nobel-díj elveivel összhangban ítélik oda.) A Nobel-díjakat eredetileg a dinamit svéd feltalálója, Alfred Nobel adományozta. 1901 óta a Svéd Királyi Akadémia, a stockholmi Karolina Intézet, a Svéd Irodalmi Akadémia és a norvég parlament ítéli őket oda. A döntéseket minden esetben hosszas (olykor akár éveken át tartó) nemzetközi-szintű jelölési és szakmai értékelési folyamat előzi meg.

A Nobel-díj jelentős pénzüjtalommal is együtt jár (ennek összege 1998-ban egy millió amerikai dollárnak felelt meg), s emellett persze a díj következtében radikálisan megnövekedett szakmai rang is közvetett gazdasági előnyökkel jár. Mindazonáltal a Nobel-díj szakmai státusza valószínűleg fontosabb a pénzben járó juttatás soknál. És talán még fontosabb a státusz a tömegkommunikáció útján közvetített populációs kultúra területén, ahol az ún. sztárok lényegesen többet keresnek még a legkíméletlenebb egyetemi professzornál is. Számtalan ilyen elismerés és díj létezik, nemzetközileg talán az 1929 óta az amerikai Filmművészeti és Filmtudományi Akadémia által odaítélt Oscar-díj a legismertebb, illetőleg ennek televíziós megfelelője, az 1949 óta létező és az Amerikai Televíziós Akadémia által évente kiosztott Emmy. Ezek a díjak nem járnak közvetlen anyagi jutalommal.

Míg általában egy nemzetközileg elismert filmsztár sokkal többet keres, mint egy nemzetközi tekintélynek örvendő egyetemi professzor, a két területen odaítélt díjak figyelembe veszik ezt a különbséget. A Nobel-díjak közvetlen pénzben kifejezhető értéke sokkal nagyobb az Oscar-, az Emmy- és a hasonló típusú díjakénál. A díjjal járó általános elismerésről már nem is beszélve.

### A FELVEVŐKÉSZÜLÉK: VÁZLATFÜZET ÉS VÁSZON, MODELLEK ÉS FESTMÉNY A ZENEI ALKOTÁS FOLYAMATAIBAN

Legyen szó vizuális vagy nyelvi művészetekről, gyakorta az inspirációt tartják az értékes művészi alkotás *sine qua non*-jának. Függetlenül attól, hogy pontosan hogyan is definiáljuk, az inspiráció szerepe semmi esetre sem csökkent a modern stúdió-technika megjelenésével. Az alkotás nem nélkülözheti a képzelőberőt, és egy sikeres zenész és felvételvezető, ha nem is képes 'eredeti' zene létrehozására, de arra mindenképpen, hogy a dallam, a ritmus és a hangzás (új) kombinációjával valami egyedülállóat hozzon létre. Egy zenedarab előadása más művészi alkotófolymatokhoz hasonlítható, például a festészethez. A szín a hangzásnak, az ecsetek a hangszereknek, a vászon a felvevőkészüléknek felel meg. A modern felvételkészítő technológia azonban nemcsak az alkotást teszi lehetővé, hanem a tervezést is. A festészet-zene analógiát folytatva, a felvevőkészülék több funkciót is betölt: egyszerű vázlatfüzet és vászon, modell és festmény is. Ezt illusztrálja a következő párbeszéd-részlet, mely egy rockzenei darab felvétele során hangzott el:

Dobos:

Felvételvezető:

Dobos:

Felvételvezető:

Dobos:

Felvételvezető:

Asszisztens:

Felvételvezető [valamit állít]:

Dobos:

Felvételvezető:

*Elég pattogós?*

Mit értesz az alatt, hogy *pattogós*?

Nekem laposan hangzik.

Mit értesz az alatt, hogy *lapos*? Azt hiszem, nem értjük egymást.

Nem elég *húzó*?

Ja, hogy 'erőteljes' [Még mindig bizonytalan, az asszisztenséhez fordul.] Neked hogy hangzik?

Lehetne erősebb is.

Most hogy hangzik?

Most jól! Mit csináltak?

Húztunk rajta. Mi kell még? Ha már tudjuk, hogy mit akarsz, meg is tudjuk csinálni.

Forrás: Steve Jones (1992) *Rock Formation. Music, Technology, and Mass Communication*, Newbury Park, CA, Sage, 162. 186. (Az idézett párbeszéd először egy doktori disszertáció kéziratában jelent meg: E. Kealy (1982) 'The Real Rock Revolution', Northwestern University, Evanston, IL.)



csoport tagjai, az időzónák közti különbségeket kihasználva, gyakorlatilag napi 24 órán át dolgozhatnak a hét összes napján. Egy internetes kereső (lásd a 220. oldalon található keretes írást) segítségével a főiskolai diák információt tud gyűjteni a következő szerdán esedékes szemináriumi dolgozat megírásához – tanára pedig ellenőrizni tudja, hogy a diák nem plagizált másolatot adott-e be saját munkája gyanánt.

Másrésztől a legtöbb, ha nem az összes innovációra igaz, hogy pozitív és negatív következményeket egyaránt von maga után. Kimutatták például, hogy az internethasználat a társas tevékenységre fordított idő csökkenésével, valamint fokozódó magányosságérzettel jár együtt. Még általánosabban fogalmazva azt is meg kell említenünk, hogy az innovációk megjelenése általában mélyíti a tudásszakadékokat, az innovációk megjelenése előtt (lásd 2.3.4., 6.2.). Azonban az is igaz, hogy a tudásszakadékokat az jellemzi, hogy fokozatosan összezárnak (noha ennek ideje esetenként komoly eltéréseket mutathat). A számítógép 1950-es években való nemzetközi megjelenése, majd a számítógép-használatra alapuló kommunikációs rendszerek kialakulása óriási tudásszakadékokat hozott létre a gazdagok és szegények között, országokon belül, illetőleg országok között egyaránt. Ugyanez történt az 1990-es évek közepén, az Internet megjelenésekor. Ezek a tudásszakadékok ma már országos és nemzetközi szinten egyaránt összezárulni látszanak. Kétségtelen azonban, hogy az információs és kommunikációs technológiák fejlődésével majd új szakadékok nyílnak meg. Azonban egyszerűen majd ezek is bezárnak. Jelen pillanatban a „globális falu” kialakulása folyamatának kellős közepén vagyunk.

terjesztésre szolgáló *hypertext program*. Az elektronikus levelek az interneten utaznak egyik számítógéptől a másikig, míg más számítógépek különböző típusú interface-ként működnek. Az internet, az elektronikus levelezés és a világháló együttesen forradalmasították a kommunikáció kereskedelmi, tudományos és kutatói rendszereit.

Egy divatos zürichi kalapszalona tulajdonosa otthonából nyomon követheti az üzleti világgal kapcsolatos különféle levelezőlisták legújabb fejleményeit; a világhálóról letöltheti magának a világ különböző pontjain megjelenő vezető divatlapok illusztrált katalógusait; és e-mailen keresztül elküldheti megrendeléseit közvetlenül a gyártóhoz és a nagykereskedelmi cégekhez. A gyártási folyamatok ún. kihelyezési rendszerét hasznosítva (mely az industrializáció korai, átmeneti szakaszában alakult ki, lásd a 125. oldalt), e-mail segítségével tudhatja az alkalmazásában álló bedolgozókkal a következő hét teendőit.

Vállalata toronyháza legfelső emeleti irodájában ülve a vezérgazgató hente elektronikus hírleveleket küldhet az öt kontinens különböző fővárosaiban található regionális központok igazgatóinak, s figyelmeztetheti őket, hogy nemcsak a gyártási mutatók emelkedésére kell odafigyelni, hanem az eladási számokra is. A biokémia tanszék irodájából a skandináv egyetemi professzor napi kapcsolatot tud fenntartani kollégáival, akikkel együtt egy több kontinensre kiterjedő nemzetközi kutatási feladaton dolgozik. A kutató-

#### A HAT LEGNAGYOBB KERESŐMOTOR

Az összes rendelkezésre álló kereső közül a következők érdemelnek említést: Alta Vista, Excite, HotBot, Infoseek, Lycos, Yahoo. Ezek mindegyike már két vagy több éve létezik. Készítők az Internet és a web jó ismerői; weboldalaikat és a kapcsolódó software-eket eredetileg abból a célból fejlesztették ki, hogy a keresés a lehető legkönnyebb és legfájdalmentesebb legyen.

A hat nagy kereső hirdetésekben tartja fenn magát, így szolgáltatásukért nem kell előfizetői díjat szedniük. [...]

Jelen pillanatban a 'portál' (web-kapu) a bűvös szó. Azaz mind a hat nagy kereső azt akarja elérni, hogy ne csak szigorúan vett keresőmotor-ként használják őket, hanem hogy az ő oldaluk legyen az a hely, amit az internetező minden alkalommal elsőként meglátogat.

A hat kereső program címe:

Alta Vista	www.altavista.com
Excite	www.excite.com
HotBot	www.hotbot.com
Infoseek	www.infoseek.com
Lycos	www.lycos.com
Yahoo	www.yahoo.com



Negyedik rész

---

## A kommunikáció jövője



# A kommunikáció és a kommunikációkutatás jövője

„Jósolni mindig nehéz. Különösen a jövővel kapcsolatban”  
*ismeretlen filozófus*

## 8.1. Néhány általános tendencia

A jövő előrejelzése legalább annyira művészet, mint amennyire tudományos tevékenység. Nem könnyű feladat megmondani, hogy mit hoz a jövő, de azért vannak megoldások. Ha megkérdezik az embertől, mit gondol, hogyan alakulnak majd a dolgok holnap vagy a következő évben, a legjobb azt felelni: „Nagyjából úgy, ahogy ma vagy idén.” Ezt éppenséggel nehéz megcáfolni. Úgy tűnik, az emberi kommunikáció a jövőben helyel-közzel olyan lesz, mint ma. Egy másik lehetséges válasz a kérdésre: „Nagyjából ugyanolyan, csak több minden lesz.” Az emberi kommunikációra vonatkoztatva ez nem is olyan rossz válasz: „Az emberek a jövőben is többé-kevésbé úgy fognak kommunikálni, mint ma, csak többet.”

A kommunikáció mennyisége tehát nőni fog, és pedig legalább két okból. Először is, sokkal több ember lesz a Földön (hiszen a komoly születésszabályozási törekvések ellenére a Föld népessége még mindig túl gyorsan nő, lásd 2.3.3.). A beszélgetés az emberek egyik kedvenc időtöltése; ezen a területen az internetes chatforumok egészen új és érdekes lehetőségeket hoztak. Nagyon valószínű, hogy a jövőben még újabb és még hatékonyabb kommunikációs formák jelennek majd meg, s ezáltal gyarapodni fog a beszélgetés módjainak és eszközeinek száma. A 4.7.3. szakaszban tárgyalt MUD példája alapján esetleg elképzelhető, mi vár ránk – egészen magántermészetű és individuális kommunikációinkat is beleértve – a közeljövőben. A szervezeti kommunikáció szintjén a változások természetesen nagyobb mennyiségben és hatóerővel fognak érvényesülni.

Továbbá a kultúra kereké (lásd a 3.1. ábrát) minden szektorában egyre erőteljesebben érvényesülő internacionalizáció a nemzetközi kommunikációban több, jobb és gyorsabb eszközöket fog megkövetelni. Egy ilyen típusú fejlődési irányt vetítenek előre a gazdasági szektor kommunikációjában már bekövetkezett változások; ma már a részvények és kötvények, sőt a pénz minden elképzelhető pénznemben történő vétele és eladása is a nap 24 órájában folyik, ahogy a tőzsdei kereskedés a nap mozgását követve egyik kontinensről a másikra halad. Hasonló fejlődés várható más területeken is.