INFO-TÁRSADALOM-TUDOMÁNY

ÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁ
RSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁR

Kommunikáció – média – közvélemény

A globális kommunikáció törésvonalai — komputerek bináris nyelvén — a behálózott glóbusz — kommunikációs világpiac — jellegzetes tőkekoncentráció — a privatizálás hullámai — globális szemléletre van szükség • Globális kommunikáció, globális nyilvánosság, sokcsatornás média (szempontok az Internet kommunikációelméleti áttekintéséhez) • Társadalmi rendszerváltás és tömegkommunikáció — a rendelkezésre álló médiamodellek — reformtörekvések a régi rendszeren belül — valóságos és látszólagos modellalternatívák — a piaci viszonyok uralkodóvá válása a nyomtatott sajtóban — az átváltozás csapdái a műsorszórásban — a helyi elektronikus média és kábeles műsorterjesztés — a tömegkommunikáció-kutatás helyzete • Média és politikai közgondolkozás — a politikai nyilvánosság lehetőségei és korlátai — rendszerváltás a tömegközlésben — önálló hatalmi tényező-e a sajtó? — nyilvánosság • Hogyan lehet megismerni a köz véleményét? (A közvélemény-kutatás múltja és jelene) — milyen út vezet az adatokhoz? — mire jó és mire nem a közvélemény-kutatás? • Az intézményrendszer presztízsének alakulása a rendszerváltás első négy évében — szervetlen intézményi fejlődés — a médiumok tekintélyvesztése — az egyházak, a politikai és állami intézmények tekintélyváltozásai — az érdekképviseleti szervek presztízse — a köztársasági elnök tekintélye

TUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMT
UDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTU
DOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUD
OMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDO
MÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOM
ÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁ
NY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRS MÁN
Y TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁ ANY
TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁ ANY
TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁ ANY T
ÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁ ANY TÁ
RSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRS ANY TÁR
SADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRSADALOMTUDOMÁNY TÁRS

35

INFO-Társadalomtudomány

35. szám (1995. december)

Kiadja a Magyar Tudományos Akadémia Könyvtára és az MTA VITA Alapítvány

A szerkesztőség címe:

1051 Budapest, Nádor u. 7.
Telefon/fax: 266-30-32

INFO-Társadalomtudomány című sorozatunk indításával az volt a célunk, hogy tömören és olvasmányos formában megírt cikkekkel gyorsan informáljuk a társadalomirányításban résztvevő döntéshozókat az új társadalomtudományi kutatási eredményekről és a társadalomtudósokat foglalkoztató aktuális témákról. Lapunk nyilvánossá válásával lehetőség nyílt arra, hogy a magyar társadalom iránt érdeklődő olvasók szélesebb köre is hozzáférhessen az egy-egy aktuális témát többoldalúan megközelítő tematikus számokhoz. Mivel kiadványunk igen szűk terjedelmet szab meg egy-egy témára, a kutatók kénytelenek álláspontjukat tézisszerűen kifejteni. Az általános tájékozódást azonban szeretnénk megkönnyíteni a cikkek után közölt statisztikai táblázatokkal és válogatott bibliográfiával.

Tematikus számainkkal fel kívánjuk hívni a figyelmet néhány fontos területre, amelyekkel eddig – úgy tűnik – nem a kutatási eredmények ismeretében foglalkoztak. Szeretnénk kiadványunkkal a kiemelt témákban tudományos háttéranyagot nyújtani és ezáltal is hozzájárulni ahhoz, hogy a társadalomtudományi kutatások eredményei és a társadalmi gyakorlat közelebb kerüljenek egymáshoz.

A kifejtett elképzelések a szerzők egyéni tudományos felfogását tükrözik.

A szerkesztőség

Lapunk a tárgyévre, valamint az azt követőre előfizethető, illetve egyes számai visszamenőleg is megvásárolhatók a szerkesztőségnél kedden és csütörtökön 10 és 12 óra között. (Előfizetési díj egy évre – négy számra – 500,– Ft + áfa.)

Tartalom

Kommunikáció – média – közvélemény

Egyre gyakrabban olvashatunk arról, hogy újfajta kommunikáció van kialakulóban. De valójában mi az új ebben? Hangátvitel, képátvitel és tárolt számadatok átvitele eddig is volt. Sőt kétoldalú kommunikációs lehetőségek is rendelkezésre álltak, mint például a levelezés vagy a telefon. Ami forradalmasítja a kommunikációt, az egyrészt az információk digitális jelekké alakítása, másrészt olyan hálózatok létrejötte, amelyekhez gyakorlatilag korlátlan számú résztvevő csatlakozhat szinte egyidejűleg interaktívan.

Az információk digitális jelekké alakítása lehetővé teszi, hogy a különböző információhordozókat azonos módon kezeljék, s ezáltal a hangot, az álló vagy mozgó képet és az egyéb információkat tetszés szerint kombinálhassák. Ezáltal lehetőséget nyújt ahhoz, hogy a különböző kommunikációs rendszerek, mint például a távközlés, a tömegkommunikáció vagy az informatika egymásba épüljenek. A digitalizáció eredményeképpen az adatfeldolgozás és -tárolás könnyebbé és gyorsabbá válik, s eddig soha nem látott mértékben csökkennek az adatfeldolgozás költségei, amelyek egyes kalkulációk szerint másfél évenként megfeleződnek. (Lásd ezekkel kapcsolatban Szecskő Tamás cikkét, 7–13. old.)

A másik lényeges változás, hogy egy minőségileg új interaktív kapcsolat jöhet létre. Egyrészt azért, mert a kapcsolatot kép, hang és egyéb információk egyidejű cseréjével lehet bonyolítani, másrészt azért, mert ez a kapcsolat az egyre növekvő és technikailag folyamatosan megújuló hálózaton nem csupán kétoldalú, hanem elvileg bárki számára nyitott: bárki, bármikor beléphet, illetve kiléphet belőle. (A globális kommunikáció fejlődési trendjeiről lásd Tölgyesi János írását, 15–20. old.)

A kommunikáció valamennyi területére jellemző egyrészt a koncentrálódási folyamat, másrészt a magántulajdon növekvő aránya. Miközben az egyre szaporodó csatornák a pluralizálódás látszatát keltik, mind a hagyományos tömegkommunikációt, mind a számítógépes hálózatokat csökkenő számú, multinacionális cégek irányítják. A koncentrálódás területi értelemben is fennáll. Világviszonylatban igen nagyok az eltérések a kommunikációs eszközök elterjedtségét illetően a fejlett országok javára. A magántulajdon aránya két okból növekedett: (1) a médiumok egy részét privatizálták, (2) az új technológiákat eleve magáncégek vezették be.

A magántulajdon térhódítása a média terén éles vitákat váltott ki – elsősorban Európában – a közszolgálatiságot illetően. Különösen azért, mert a kereskedelmi médiumok hatása sok helyen máris felülmúlja a közszolgálatiakét, s a kialakult

versenyben inkább a közszolgálatiak kezdenek alkalmazkodni. A modern média vonzereje ugyanis a szórakoztatáson alapul, s a magántulajdonú médiumok, hogy minél nagyobb közönséget vonzzanak, könnyű műfajú műsorokkal árasztják el csatornáikat. Reklámbevételük a közönségnagyságtól függ, így az érdemi tájékoztatás, az igényes kultúra, a komoly műfajok háttérbe, illetve kiszorulnak. (Angelusz–Tardos 1995.) Pedig a közügyekről való pontos tájékoztatás (vagyis az ún. tiszta, magyarázat nélküli információközvetítés) alapvető állampolgári jog, s az adófizető polgárok egy rétege joggal várja el azt is, hogy igényes kultúrához is hozzájuthasson.

Gyakran feltett kérdés, hogy önálló hatalmi ág-e a tömegkommunikáció? Hatása kétségtelenül nagy, s bár feladatai közé tartozik a hatalommal való visszaélések és a társadalmi egyenlőtlenségek feltárása, szerepe alapvetően mégis az, hogy elősegítse a társadalmi integrációt és a kialakult hatalmi egyensúly fenntartását. Ennek ellenére időnként vannak arra utaló jelek, hogy megpróbál az egyes hatalmi ágak fölé kerekedni (Fischer 1995). Ez azonban határozottan szereptévesztés. A közszolgálatiság történelmileg kialakult alapelvei és feladatai a következőket foglalják magukban:

– a műsorok legyenek objektívek, elfogulatlanok, pártatlanok és kiegyensúlyozottak, vagyis mutassák be az ideológiai, politikai, kisebbségi stb. sokszínűséget, de maguk semlegesek legyenek, tárgyszerű, pontos, valósághű tájékoztatást nyújtva (ez utóbbi kritériumok a BBC – British Broadcasting Corporation – gyakorlatából származnak);
– a műsorok legyenek függetlenek gazdasági és politikai érdekektől;
– járuljanak hozzá a demokratikus politikai rend fenntartásához;
– szolgálják a társadalmi és nemzeti integrációt, a nemzeti kulturális identitás erősödését;
– ápolják az anyanyelvet, a hivatalos nyelvet és sugározzanak a nemzeti kisebbségek nyelvén is;
– nyújtsanak igényes, színvonalas szórakoztatást;
– legyenek nem kifizetődő, de a társadalom számára fontos műsorai;
– legyenek oktatást, továbbképzést szolgáló műsorai;
– legyenek ifjúsági, művészeti, tudományos, vallási műsorai;
– műsorai biztosítsák a személyiségi jogok védelmét;
– közvetítse a parlament üléseit és/vagy tárgyszerűen számoljon be azokról;
– ingyenesen közöljön közérdekű információkat;
– biztosítsa, hogy valamennyi lakos számára elérhető legyen a műsor.

Ha mindezt röviden szeretnénk összefoglalni, akkor talán legcélszerűbb a BBC 1927-ből származó Királyi Chartáját idézni; „a korporáció feladata három szóban foglalható össze: tájékoztatás, nevelés, szórakoztatás" (Jakab 1995).

Vitatott, hogy a fent leírt elvek hogyan egyeztethetők össze a sajtószabadság fogalmával. Ezzel kapcsolatban kétféle felfogás képzelhető el. Az egyik szerint – amely elsősorban Európában terjedt el, ahol a műsorszórás állami monopóliumként indult el – ezeket az elveket egy-egy csatornán belül kell megvalósítani, ami azonban egyet jelent a korlátlan sajtószabadság tagadásával. Ez a nézet első

hallásra abszurdnak tűnik, de a „modern demokráciák ... azon alapszanak, hogy egyetlen elvet sem engednek korlátlanul érvényesülni, hanem állandóan változó egyensúlyi helyzetet tartanak fenn közöttük" (Fischer 1995). A másik felfogás szerint a fent leírt közszolgálati feladatokat – csakúgy, mint az írott sajtó esetében – a csatornák összességének kell megvalósítani. Ilyen megoldás mellett felmerül, hogy akkor egyáltalán melyik csatornát lehet közszolgálatinak nevezni, továbbá, hogy az így felfogott közszolgálatiságot hogyan lehet egyáltalán biztosítani? Ez utóbbi felfogás az Egyesült Államokból ered, ahol a rádió- és televízió-műsorszórás magánvállalkozásként indult és nem alakult ki az állami közszolgálati média. Ezért bizonyos köszolgálati jelleg biztosítása (az 1960-as évektől) az engedélyezési feltételek között szerepel. Ilyenek például: a fair és kiegyensúlyozott tájékoztatás kötelezettsége, az adásidő egy részének közösségi célú kitöltése, viták esetén az állásfoglalás lehetőségének biztosítása minden fél számára (Halmai 1995).

Az amerikai modell egyre inkább terjedni látszik Európában is. Terjedését társadalmi oldalról a politikai intézmények presztízscsökkenése, az individualizáció és a fogyasztói értékrend térhódítása támasztotta alá, technikai oldalról pedig kezdetben a kereskedelmi tévék, majd a kábeltelevíziós és a műholdas rendszerek megjelenése, vagyis a csatornák megsokszorozódása, amivel együtt járt a szakosodás is. Bár az európai jogrendszerek eddig még többségükben fenntartották az elektronikus médiumok számára a közszolgálati szabályozást, sokak szerint ennek változnia kellene. „Egyszerűen nem fér bele a hagyományos európai logikába, hogy ne legyen egy olyan tévé- vagy rádióállomás, melyen kizárólagos véleményeket lehet közölni, amelynek a műsorába kicsit be lehet avatkozni" (Horváth 1995).

A közszolgálati média – amely alapvetően állampolgárra orientált – nem feltétlenül állami. A fogyasztókra orientált kereskedelmi média is nyújthat közszolgálati jellegű műsorokat, de a profitérdekek többnyire ez ellen szólnak. A kereskedelmi média a piac, a profitmaximalizálás elve alapján működik, a hirdetők és a nézők értékpreferenciáit tükrözi. Emögött egy individuális és liberális filozófiafelfogás húzódik meg. A tradicionális európai közszolgálati médiafelfogásban a közjó szolgálata, a közösségi és társadalmi integrációs funkciók a dominánsak (Kováts 1995). Kulturális szinten elengedhetetlennek látszik az egyéninek és a kollektívnak az összekapcsolása (Tamás 1995).

Meg lehet különböztetni a médiumokat finanszírozási forrásuk szerint is. Ennek alapján közszolgálati az elsősorban előfizetésből és költségvetési pénzből finanszírozott, kereskedelmi a reklámbevételből élő médium. Manapság azonban elég ritka az ilyen kategóriák szerinti „tiszta" finanszírozás.

Magyarországon mindeddig sem a közszolgálati, sem a kereskedelmi média nem alakult ki tiszta formában (a közszolgálatiság és a médiával kapcsolatos politikai közgondolkodás magyarországi alakulását lásd Lázár Guy írásában, 31–37. old.). A fent leírt nemzetközi folyamatok és az új technikák Magyarországon is hatottak és feszültségeket hoztak létre, amelyeket már a rendszerváltozás előtt is próbáltak reformokkal oldani (a magyar médiafolyamatok és azok politikai

összefüggéseivel kapcsolatban lásd Kováts Ildikó cikkét, 21–29. old.). A rendszerváltást követően Magyarországon lezajlott ún. médiaháború összetett jelenség volt, amelynek csak egyik – bár igen lényeges – eleme volt a médiumok és a kormányzati hatalom viszonya. Jelentős szerepet töltött be e folyamatban a médiumok saját gazdasági érdekeinek érvényesítése is, amelynek érdekében politikai „érveket" is felhasználtak. Úgyszintén fontos tényező volt az ellenzéki pártok azon igyekezete, hogy a közszolgálati médiumokat függetlenítsék a politikától. Ez a tendencia az ellenzéki pártok részéről a világon mindenütt megfigyelhető, majd amikor hatalomra kerülnek, többnyire (vissza)él(het)nek felügyeleti jogukkal, kormányzati befolyásukkal.

A médiaháború nem tett jót a magyar médiumok presztízsének. A közvélemény-kutatások alapján (amelyekkel kapcsolatban lásd Závecz Tibor cikkét, 39–43. old.) jelentősen csökkent a magyar médiumok tekintélye (lásd erről Vásárhelyi Mária tanulmányát, aki az egyéb intézmények presztízsváltozásaival egybevetve elemzi e folyamatot, 45–51. old.).

Az utóbbi években jelentős változások mentek végbe a magyarországi média terén. Részben politikai, részben gazdasági okok miatt itt is jelentős mértékben nyert teret a kereskedelmi média szemlélet a közszolgálati médiumokon belül is. Egyre nehezebb a „közszolgálati" médiumok jellegét meghatározni. Kérdéses, hogy erre egyáltalán szükség van-e olyankor, amikor a most kialakuló új számítógépes kommunikációs rendszer jelenlegi korlátozásoktól mentes működése gyakorlatilag értelmetlenné teszi a közszolgálati versus kereskedelmi vitát. Azt persze nem lehet még tudni, hogy ezt a rendszert fogják-e „megrendszabályozni" (Tölgyesi 1995), vagy a rendszeren jelenleg érvényben lévő teljes szabadság elve fogja-e a közszolgálatiság eszméjét háttérbe szorítani? Az is nyitott kérdés, hogy egy ilyen globális rendszerben hogyan őrizhetők meg a nemzeti kulturális értékek?

A médiumok nemzetközivé válása, globalizációs folyamatai, továbbá az Európai Unió integrációs folyamata közepette igen nagy szükség van a nemzeti kulturális identitások megőrzésére. „Olyan integrációs filozófia kialakítására lenne szükség, melyben az Európa-identitás alapvetően a nemzeti kulturális identitásokra épül, megőrzi azok sokszínűségét, miközben ellentmondásait, feszültségeit dinamizáló erőként képes magába építeni" (Kováts 1995). Egy ilyen rendszer azonban csak valamennyi érdekelt fél egyenrangú, aktív és jószándékú együttműködése alapján alakítható ki, és csak akkor lesz működőképes, ha megfelelő beruházások történnek az oktatásba, a kutatásba és nemzeti kultúrákba.

Enyedi György – Tamási Péter

A globális kommunikáció törésvonalai

Szecskő Tamás

A nyomdagépek első csikordulásától öt évszázadnyi időtávra olyan kommunikációs forradalom rezegteti meg a világot, amely nemcsak kiterjedésében tesz túl a gutenbergi forradalmon, hanem szerkezetében is. Míg ugyanis a mozgatható betűs nyomdaprés tömeges használatbavételével – sőt: az azóta eltelt századok valamennyi új kommunikációs eszközének bevezetésével, legyen ez a telefon, a film, a rádió vagy a televízió – nem történt más, mint hogy egy addig nem létezett médium jelent meg a kommunikáció terén, a közlési módok újszerű funkcionális megosztását eredményezve, a 70-es évektől kibontakozó folyamatok (evolúció? revolúció?) eleve többtényezősek: új kommunikációs technológiák egész konstellációja jelenik meg, szerveződik rendszerekké, gyökeresen átalakítva ezzel a társadalmak és a glóbusz kommunikációs területeit.

A prófétalelkű torontói professzor, Marshall McLuhan (1964), aki szikár technológiai determinizmusát a Joyce-i stílus hullámain mosta át, annyiban a valóságot jövendölte, hogy a Gutenberg-galaxis már a múlté, de azt még nem láttatta – hiszen a 60-as évek guruja volt! –, hogy a nevezetes galaxist egy szüntelenül pulzáló konstelláció váltja fel, megannyi stochasztikus összefüggéssel. Szállóigévé vált aforizmája, miszerint „Maga a médium az üzenet!" szintén érvényesnek tetszik azóta, de a másik nevezetes alapgondolata nem igazolódik: nem egyetlen „globális falu" lakóivá, hanem sokkal inkább egy világméretű város, egy határtalan „konurbáció" elidegenedett polgáraivá (vagy inkább: közönségévé, vásárlóivá) válunk.

Egy amerikai tudósítás nemrég adta hírül, hogy az USA-ban megindul az első, kizárólag számítógépes interaktív hálózatra épülő multimédia-adás..., a ‚nézők' egymással is kapcsolatba léphetnek, és magát a ‚műsort' is alakítják. Az idézőjeleket az indokolja, hogy maguk a fogalmak is átalakulnak, a hálózaton nemcsak tájékozódni és az adást venni lehet, hanem bárki tájékoztathat és adhat is programot. E tudósítás napjaink kommunikációs fejlődésének egy elméleti és gyakorlati alapproblémáját villantja fel: *maguk a fogalmak is átalakulnak.* Hol van már a tömegkommunikáció eredeti jelentése az interaktivitás beköszöntő korszakában; hol a műsorszórás klasszikus fogalma, amikor a „broadcasting"-ot a „narrow-casting", a célzott „műsor-spriccelés" váltja fel!?

Egyre több kommunikációval kapcsolatos köznapi és elméleti kifejezést kell idézőjelbe tennünk gondolataink közé. Az e kérdésekről folyó nemzetközi diskurzus dokumentumai is gyorsan avulnak, részben a kommunikációs forradalom kibontakozása, részben a globális – politikai és gazdasági – hatalmi struktúrák

átalakulása következtében. Talán nemcsak szimbolikus jelentősége van annak, hogy a világ kommunikációs állapotát enciklopédikus jelleggel feltáró első nemzetközi dokumentum, az ún. McBride Jelentés (1983) eredeti címét (*Many Voices, One World*) egy évtizeddel később olyan tanulmánykötet ellenpontozza, amelynek címe: *Few Voices, Many Worlds* (Traber–Nordenstreng 1992). Az eredeti jelentésben foglalt ajánlások sorsát azóta egy rendszeresen megrendezett szakértői kerekasztal követi nyomon és tesz borongós megállapításokat a nemzetközi kommunikációs kudarcokról (lásd pl. *Media Development* 1995).

A másik fontos nemzetközi dokumentum az 1989-ben megjelent UNESCO-jelentés a világ kommunikációs helyzetéről (*World Communication Report* 1989). Új kiadása most készül a legfrissebb statisztikai adatok és a kibontakozóban lévő folyamatok elemzése alapján, s bevezetője már „A 21. század kihívásai" címet viseli. Arra törekszik, hogy „a fogalmak, meghatározások és jellemzők tisztázása révén megvilágítson, demisztifikáljon és hangsúlyozzon olyan gondolatokat, mint ‚globális falu', ‚információs szuperpályák', ‚demokrácia', ‚nemzetközi megértés' és a kiegyensúlyozott vagy egyensúlytalan információáramlás" (Suggested synopsis... 1995).

Fogalmak, összefüggések újraértelmezésére van tehát szükség, új magyarázó elvek feltárására, s mindezek összegzéseként talán a nemzetközi kommunikáció 21. századra tekintő paradigmáinak körvonalazására. Ehhez azonban először szemügyre kell vennünk a már manapság feltárható kommunikációs fejlődési alaptrendeket. A következőkben erre teszünk kísérletet, ha csupán tézisszerűen is. Öt alapvető trend rajzolódik ki: (1) digitalizáció; (2) dereguláció; (3) koncentráció; (4) globalizáció; (5) civil akciók. [C. J. Hamelink (1994), a téma elismert nemzetközi szakértője négy ilyen trendet különböztet meg az erről szóló könyvében: (a) digitalizáció; (b) konszolidáció; (c) dereguláció; (d) globalizáció.]

Komputerek bináris nyelvén

A digitalizáció – hogy a műszakilag szabatos meghatározást idézzük – nem más, mint „különböző forrásokból származó üzenetek azonos felépítésű, számjegyeket reprezentáló elektromos jellé történő alakítása, mégpedig oly módon, hogy ezek a más és más forrásból származó jelek tetszőleges módon illeszthetők egymásba vagy egymás mellé, függetlenül attól, milyen forrásból származnak, milyen kapacitású átviteli csatornát igényeltek, vagy honnan érkeznek. És mivel az egyazon forrásból származó információk megjelölhetők, ezért bárhol is legyenek egy halmazban, abból könnyűszerrel kigyűjthetők" (Tölösi 1995). Az a nem is oly régen felismert tény fejeződik ki ebben, hogy a világ valamennyi természeti és társadalmi információja kifejezhető a komputerek bináris nyelvén, s így feldolgozásuk és továbbításuk sebessége, megbízhatósága és rugalmassága nagy mértékben növekszik, csökkentve egyszersmind a rajtuk/velük végzett műveletek fajlagos költségeit. Nagyrészt ezzel magyarázható, hogy – nemzetközi számítá-

sok szerint – az utóbbi években az adatfeldolgozás és tárolás költségei 18 hónaponként megfeleződnek (Kerekasztal-beszélgetés 1995).

Napjaink kommunikációs „földindulása" mélyén persze az új kommunikációs technológiák több törésvonala is meghúzódik: a félvezetők, a hang- és képrögzítés, az űrtechnika stb. fejlődésének robbanása. Felvetődik a kérdés: miért épp a digitalizációra tekint a szakmai-tudományos közvélemény mint a perspektívákat alapvetően befolyásoló magyarázó elvre? Ennek egyik oka, hogy a digitális technológia szinergikus jellegű: olyan begyűrűző hatása van a társadalmak információ-háztartására, a globális információpiac folyamataira, sőt: a nemzetgazdaságokra általában, mint amilyet a gépkocsigyártás nekilendülése gyakorolt a 20. század elején az ipari társadalmak valamennyi gazdasági szektorára. Másrészt, amennyiben a globális kommunikáció fejlődésének tendenciáit vesszük szemügyre, akkor a digitalizáció vezérmotívumként ötlik a szemünkbe. Elsősorban talán azért, mert a digitalizáció nagy mértékben járult hozzá ahhoz, hogy a társadalmak kommunikációs alrendszerei – a távközlés, a tömegkommunikáció, az informatika – egymásba épüljenek, s ennek az integrációnak nemzetközi kihatásai mind fokozottabban érezhetők.

A behálózott glóbusz

Az integrációs folyamat legjobb kifejezője és egyszersmind továbblendítője a számítógépes hálózatok nemzetközi elterjedése. Legismertebbike, a telefonmodemes Internet, 1995 végére már 152 országban vert gyökeret, világviszonylatban mintegy 200 000 rendszeres használója van, s ezek száma tíz hetenként kettőződik (Füzes 1995). A világra így ráterülő digitális információs háló interaktív kapcsolatokat is lehetővé tesz – csökkentve ezzel a hagyományos tömegkommunikációs helyzetek egyoldalúságát –, valamint megteremti a technikai feltételeket a multimédiás, adatokat, szövegeket és (álló- és mozgó-) képeket hordozó kommunikáció számára. Ezek a lehetőségek, persze, egyelőre még csupán az országok egy szűkebb köre számára nyitottak: a Nemzetközi Távközlési Unió, az ITU statisztikája szerint a multimédia-technikához való hozzáférés szempontjából (figyelembe véve a telefonnal, TV-készülékkel és személyi számítógéppel való ellátottság 1994-es fajlagos mutatóit) Magyarország a 20. helyet foglalja el az ITU tagállamok sorában (ITU 1995).

A hálózatok „útvonala" felszíni (többnyire mikrohullámú) sugárzáson, műholdakon és kábeleken keresztül vezet. Ez utóbbiak esetében az üvegszálas, optikai kábelek megjelenése hozott robbanásszerű – és a digitális technikához kiváltképpen igazodó – változásokat az elmúlt évtizedekben. Az 50-es évek közepén az Atlanti-óceánt átszelő hagyományos kábel 36 telefonbeszélgetést tudott egy időben továbbítani, az 1988-ban lefektetett első optikai kábel viszont 8000-t. És a kapacitásbővülés további szédítő perspektíváiról szólnak a műszaki prognózisok: a jelenlegi másodpercenként 5–6 gigabitnyi áteresztő képesség az ezredfordulóra mintegy 50–80 Gb/s-re fejlődhet (*Communications...* 1996). Az adatfor-

galom fajlagos költségeinek már említett csökkenésén túl az üvegszálas/digitális technika megbontja a távolsági és a helyi távközlési tarifák egymáshoz viszonyított, hagyományos arányát. Könnyen előfordulhat, hogy idővel olcsóbb lesz Tokiót hívni Los Angelesből a Csendes-óceáni optikai kábelen át, mint a kaliforniai metropolis egyik negyedéből a másikba telefonálni.

Kommunikációs világpiac

A kommunikációs technika ilyen irányú fejlesztése persze hatalmas összegek beruházását teszi szükségessé. 1984 és 1991 között például egyedül a digitális kapcsolók R&D ráfordításai világviszonylatban 1 milliárd US dollárról 3 milliárdra nőttek (Hamelink 1994). Vagy: az a tervek szerint 1997-re befejeződő nemzetközi projekt, ami Eurázsia köré egységes optikai kábelt kíván kifeszíteni, minimum 1,5 milliárd dollárt igényel (Szentgyörgyi 1995). Látni kell azonban azt is, hogy az új technikába fektetett források relatíve még mindig „olcsóbbak", mint amit a hagyományos technikának ugyanarra a funkcionális szintre történő fejlesztése jelentene. Hazai számítások például azt mutatják, hogy a jelenlegi digitális gerinchálózatunk „aránylag kis költséggel 60–80-szor nagyobb kapacitásúra bővíthető, mint az analóg korszak legnagyobb átviteli képességű, a Budapestet Béccsel összekötő koaxiális kábel teljesítménye". (*Új Magyarország* 1995.)

A világ kommunikációs piaca óriási összegeket mozgat. Az FCC (USA: Szövetségi Kommunikációs Bizottság) gyakran idézett számításai szerint a piac éves forgalma már 1992-ben 3,8 trillió US dollárt tett ki, amiből a tömegkommunikáció (beleértve a könyvkiadást is) 1,4 trillióval részesült, a távközlés 1,2, a komputer iparágak 0,8, a háztartási elektronika pedig 0,4 trillióval. Ez az összeg azóta minden bizonnyal tovább bővült, de szerkezeti arányai változhattak, részben a számítógépes hálózatok terjedése miatt, részben pedig azért, mert az audiovizuális iparágak termelésének növekedése az 1991/92-es 15–16%-ról 1993-ban 6–7%-ra csökkent (European Audiovisual... 1994/95). Ám bármilyen arányváltozásokat mutassanak is a frissebb statisztikák, az kétségbevonhatatlan tény, hogy öldöklő verseny folyik ezen a piacon – közvetlen és hosszabb távú profitérdekek motivációjával, nem nélkülözve azonban a hatalmi és védelmi meggondolásokat sem. Az információs/kommunikációs forrásokért folyó világméretű versenyfutás az energia- és nyersanyag-forrásokért folytatott hagyományos világgazdasági küzdelemre emlékeztet, jóllehet részleteiben új vonásokat is mutat.

Jellegzetes tőkekoncentráció

A piaci verseny serkentette tőkekoncentráció folyamatában is felfedezhetők ilyen vonások. Nem az a leginkább jellemző ma már, hogy „a nagy hal felfalja a kisebbet", hanem inkább az, hogy nagyméretű, tőkeerős vállalatbirodalmak fu-

zionálnak, vagy vásárolják meg a másik egy részét: Walt Disney felvásárolja az ABC amerikai TV-hálózatot, a Microsoft kacérkodik a CNN-nel, a Deutsche Telekom alkalmi frigyre készül a France Télécom-mal (ha az Európai Bizottság áldását adja rá!)... és sorolhatók a napi sajtóban is gyakorta felbukkanó hasonló esetek, amelyeket a nyugati sajtónyelv – méreteikre utalva – „megafúziók"-nak nevezett el. Ezek eredményeként csökken az egyes kommunikációs szektorok élvonalában lévő vállalatok száma, az oda feljutottak viszont egyre kiterjedtebb „birodalmat" ellenőriznek. A világ tíz legnagyobb hirdetési ügynöksége négy multinacionális cég tulajdonában van, szintúgy négy hanglemezgyártó multinacionális vállalat mozgatja a világ zenerögzítő iparának több mint 70%-át. A hírek világpiacát az AP, a Reuters és az AFP uralja ..., legalábbis a hagyományos (nyomtatott) hírügynökségi piacot, mert a vizuális hírekét két megavállalat befolyásolja meghatározóan: A Reuters Television (korábban Visnews) és a WTN (World Television Network); a BBC World Service és a CNN csak a második vonalat képviseli ebben a mezőnyben (Hamelink 1994). Erre utal az egyik szakfolyóirat: „Hogyha a televízió globális falut teremtett, a hírügynökségi szektor állapota nem más, mint bandák harca egy globális sikátorban. A szektor mindazonáltal 50%-kal bővült az elmúlt 5 évben, ma már mintegy 250 millió US dollárt produkálva." (EBU 1995.)

A koncentrációs folyamat másik meghatározó jellegzetessége a vertikális és a horizontális integráció egymásba kapcsolása. A hagyományosan hardvert gyártó multinacionális cégek (pl. Siemens, Sony) a szoftverkészítés irányába is nyitnak és egyszersmind a legkülönbözőbb kommunikációs területek bekebelezése irányában tesznek határozott lépéseket. A világ 20 leghatalmasabb kommunikációs vállalatának fejlődését elemző tanulmány figyelemre méltónak tartja, hogy a toplistán szereplő cégek kivétel nélkül a következők közül „legalább két különböző ágazatban tevékenykednek: sajtóban, filmgyártásban, műsorszórásban, hangrögzítésben, videojátékok készítésében stb." (European Audiovisual... 1994/95.) Ez nemcsak a volumenhozadék előnyeit hozza magával, de a külföldi konkurenciát is inkább távol tudja tartani a hazai piacoktól, továbbá elősegíti a különböző profitrátákkal dolgozó ágazatok közötti rugalmas tőke-átcsoportosítást is, ami megint csak javíthatja a piaci pozíciót.

A privatizálás hullámai

Már a 60-as években nyilvánvaló lett, hogy hagyományosan – legalábbis a II. világháború befejezésétől kezdve – az állami és/vagy közszolgálati kommunikációs szervezetek hegemon helyzetben voltak a gazdaságilag fejlett és demokratikus berendezkedésű társadalmak kommunikációval kapcsolatos területein, s így a nemzetközi kommunikációban is. Ugyanakkor a sorra megjelenő új médiumok – a kábel, a műhold, a video stb. – igen célszerű támadási pontokat szolgáltatnak a (nemzeti és nemzetközi) magántőke számára az állami (bár igaz, többnyire parlamenti ellenőrzés alatt lévő!) tájékoztatási monopóliumokkal szemben kibon-

takozó hadjáratban. A kommunikációs piacoknak ezt a technológiai alapozású privatizációs folyamatát azután nagymértékben fellendítette a neoliberalista gazdaságfilozófia új erőre kapása; főképp ennek a Thatcher-i és Reagan-i gazdaságpolitikában testet öltő, de csakhamar más fejlett országokra is kiterjedő változata. Az új kommunikációs technológiák eleve magánvállalkozásokként adaptálódtak, de a privatizáció hullámai is alámosták a régebben össztársadalmi (állami?) és kommunális működtetésű olyan kommunikációs funkciók alapjait, mint például a postai szolgáltatások, a távközlés és a közszolgálati műsorszórás (Szecskő 1995). Mivel a dereguláció még az alapvetően piaci mechanizmusokra bízott kommunikációs rendszereket is érintette (például az Egyesült Államokban a már említett Szövetségi Kommunikációs Bizottság jogosultságainak korlátozása), nem üres metafora úgy fogalmazni, hogy az elmúlt két évtizedben a „láthatatlan kéz" irányítása alá került a társadalmak kommunikációs rendszere. És ezzel a nemzetközi kommunikáció folyamatai és szerkezete is. Vagyis hiába folyik már két évtizede a küzdelem, többnyire verbális eszközökkel, a nemzetközi fórumokon egy új, kiegyensúlyozottabb információs/kommunikációs világrend érdekében. A nagy új információelosztó rendszerek az „információs hatalomban" való részesedés egyenlőtlenségeit nem hogy csökkentenék, inkább növelik – mind az egyes társadalmakon belül, mind pedig világméretekben.

Globális szemléletre van szükség

Ebben a kommunikációs ellátottság szempontjából fragmentált világban miért beszélhetünk mégis „globális" kommunikációról? A kérdés még inkább megalapozott, hogy ha figyelembe vesszük, hogy több nép, több nemzet, több helyi konfliktus van, mint valaha; a helyi autonómiák és a nemzeti szuverenitás előbbre valók a köztudat értéksorrendjében, mint a globális integráció; s a vallási fundamentalizmusok is ennek reakciójaként jelentkeznek. Valóban igazat sugallna a már idézett könyvcím: „Few Voices, Many Worlds"?

Ha nem a McLuhan-i értelemben vett „globális falu"-ra gondolunk, hanem egyfajta „globális város"-ra, mint ahogyan egy pakisztáni szerző teszi (Jabbar 1995), aki valamiféle egységesített városi szupermarketnek tekinti a világot, akkor talán van értelme „globalitásról" beszélnünk a nemzetközi kommunikáció fejlődésében. Ebbe ugyanis bele érthető a tömegszerűen termelt kereskedelmi hirdetéseknek és az elektronikus szórakoztatásnak az az áradata, amelyet néhány vállalatóriás állít elő, s transznacionális utakon terjeszt. Úgyszintén a pénzügyi piacoknak az a fejlődése, ami kedvez az „offshore" ügyletek terjedésének, s a pénzforgalom jelentős hányadát a nemzeti törvénykezés hatályán kívülre viszi. És a kereskedelem bővülésének az a szerkezete is, amelyben a hagyományos értelemben vett exportot és külföldi beruházást fokozatosan felváltják a helyi terjesztőrendszerekkel kötött „networking" egyezmények. Mindezt persze megalapozva azzal a sajátos tőkekoncentrációval, amelyről fentebb szóltunk.

Globális szemléletet követ – és követel – az információs szuperpályáknak az a nagyra törő amerikai tervezete is, amiről gyakran lehet olvasni a napi sajtóban. A Nemzetközi Kommunikációs Intézet (IIC) tamperei kongresszusán Martti Ahtisaari finn köztársasági elnök arról beszélt, hogy „az államférfiúi bölcsesség manapság a – mondjuk így – ‚kulturális ökológia' globális kezelésére int. Közös jövőnk nemcsak fizikai környezetünktől függ, hanem kulturális és információs környezetünktől is. Az emberiség nem csupán a bioszférában él, hanem egyfajta médiaszférában is. A kommunikációs problémák ökológiai megközelítését azért tartom különösen hasznosnak, mert hozzásegít, hogy szűk nemzeti vagy egyéb szempontból partikuláris érdekek mögé hatoljunk." (IIC 1994.)

Ez az ökológiai, s így globális szemléletmód áthatja azokat a civil mozgalmakat is, amelyek az utóbbi időben egyre érezhetőbben szerveződnek azzal a céllal, hogy a szédítő kommunikációs fejlődés ne csússzon ki a kommunikáló ember ellenőrzése alól. Ezt szolgálná a „médianevelés" ügyét előmozdítani kívánó nemzetközi mozgalom (Szecskő 1994), ezt a „Népi Kommunikációs Charta" (*Élet és Irodalom* 1994) kidolgozása és elfogadtatása is, úgyszintén a „Kulturális Környezeti Mozgalom" alapító konvenciója is, amely 1996 tavaszán tart összejövetelt St. Louisban (Missouri, USA). Céljait érdemes itt felidéznünk, hiszen a globális kommunikációs kihívásokra adható emberi (állampolgári) válaszokat fogalmazzák meg: A Kulturális Környezeti Mozgalom

– olyan szervezetek és egyének széles koalíciója, akik és amelyek azon munkálkodnak, hogy a bennünket megnyomorító ‚kulturális háborúknak' legyen felszabadító alternatívájuk;

– szembeszegülés a koncentrációval és a – közösségi vagy egyéni – cenzúrával; valamint munkálkodás a tulajdonlás, hozzájutás, reprezentáció és távlatok sokoldalúsága érdekében;

– együttműködés más országoknak azokkal az erőivel, amelyek saját határozathozataluk függetlenségéért s integritásáért dolgoznak, szembeszegülve a kulturális alávetettséggel;

– azoknak az újságíróknak, művészeknek, íróknak, színészeknek, rendezőknek, és egyéb kreatív foglalkozásúaknak a támogatása, akik az őket szorító korlátozásokból és kényszerformulákból szabadulni szeretnének;

– a kritikai médiatudatosság elősegítése mint az általános műveltség elsajátításának új eleme.

Jelen sorok írójának befejező kérdése már csupán az lehet, hogy a fentiekben foglalt humanista elvek intézményesítése, ha sikerül, mennyiben ellensúlyozhatja a globális kommunikáció alakulásának kőkemény gazdasági és politikai mozgató elveit?

Globális kommunikáció, globális nyilvánosság, sokcsatornás média

(Szempontok az Internet kommunikációelméleti áttekintéséhez)

Tölgyesi János

A nyilvánosság és média témakör egy sajátos szeletét próbáljuk meg röviden áttekinteni a kommunikációkutató szempontjából. Az új kommunikációs technikák között is talán a legújabb a nemzetközi számítógép-hálózat és ennek kommunikációs jelenségei. A rendszerváltást követően Magyarországon is lehetőség nyílt – eleinte inkább csak az egyetemi oktatásban dolgozók és az akadémiai kutatók számára –, hogy bekapcsolódjanak a világméretű számítógép-hálózati forgalomba. Az alábbiakban néhány olyan kommunikációs jelenséget próbálok felvázolni, amelyek sajátos új színt jelentenek a nemzetközi kommunikációs színtéren. E színteret a legutóbbi időkig a nagy tömegmédiumok egyeduralma jellemezte. Feltételezhető, hogy ezek az új, most alakuló kommunikációs formák jelentős befolyást fognak gyakorolni a jövő évtizedek globális nyilvánosságára és jelentősen meg fogják változtatni a világméretű kommunikáció jellegét.

A nemzetközi számítógép-hálózat ismertebb változata, az Internet, az utóbbi két-három évben robbanásszerű változásokon ment át.

A változások érintették mind a hálózat méreteit, mind nemzetközi kiterjedését, és a rajta, vagy inkább segítségével folyó kommunikáció jellegét is.

A nemzetközi számítógép-hálózat, ahogy ma ismerjük, alig több mint egy évtizedes múltra tekint vissza. Az előzmények többé-kevésbé zárt, kísérleti, kutatási, gyakran hadiipari kutatási célokat szolgáló hálózatok voltak, amelyeket az Egyesült Államokban tartottak üzemben, és korlátozottan, a szigorú embargós szabályokat betartva más országok kutatói is igénybe vehettek. Az erősen technikai fejlesztés orientált környezetben a hálózaton folyó kommunikáció és információáramlás meglehetősen korlátozott volt. A használatról körvonalazott elképzelések középpontjában ezekben a kezdeti időkben valamilyen központi, közhasznú adatbázisokhoz való hozzáférés állt. Akik egyáltalán gondolkodtak az egyre szélesedő kommunikációs lehetőségeket kínáló hálózat ésszerű használatának módjairól, azok többnyire úgy gondolták, hogy az emberek jelentős csoportjai majd lakásaikból telefonvonalon és egyszerű, olcsó terminálon keresztül nagy, központilag fenntartott és felfrissített adatbázisokhoz fognak fordulni, és ezekből a mindennapi munkához, vagy az életvitelhez szükséges adatokat fognak keresni és lekérni. A mindennapi, főként városi élet részét képező nagy adattárak és információgyűjtemények – mint amilyenek a telefonkönyvek, a különböző jellegű tudakozók, a műsorfüzetek és egyéb információtárak – majd széles körben megjelennek a számítógép-hálózaton is, és a nyomtatott vagy a telefonon keresztüli elérést idővel kiszorítja a számítógépen keresztüli elérés. Az új mód-

szer előnyeként azt emlegették, hogy a gép közvetítésével gyorsabban, egyéni igényeket kiszolgálva lehet keresni ezekben a tárakban, és a találatok teljes egészében rendelkezésre állnak a további feldolgozás számára.

Ez a fajta használati elképzelés talán minden új, technikai jellegű kultúrahordozó médium születésénél felbukkant.

A fotográfia esetében eszközt láttak benne a látvány tökéletes rögzítésére, és mint ilyen, vetélytársa, sőt kiszorítója lehetett volna a festészetnek. A film születésénél ugyancsak kísértett a mozgó fénykép elképzelés, a televízió hőskorában pedig a piciny képernyő méretűre zsugorított házi mozi eszméje bukkant fel.

A fenti kultúrahordozó médiumok azonban rövidesen megtalálták sajátos kommunikációs formáikat, a velük dolgozók kialakították a médium sajátos nyelvezetét, azokat az eszközre jellemző kommunikációs struktúrákat, amelyeket a műfajszerűség, a médiaszerűség fogalmával szoktunk emlegetni. A globális méretű számítógép-hálózat esetében ez a folyamat napjainkban zajlik.

Különbséget kell tenni a lokális hálózati modell és a világméretű, globális hálózat között. A fent vázolt használati elképzelés tipikusan a lokális hálózat használati módja.

Egy lokális számítógép-hálózat nem terjed túl egy cég egy vagy több irodaépületének keretein, és az intézmény vagy szervezet belső kommunikációjának, információkezelő és szétosztó folyamatainak kiszolgálására hozzák létre. Az intézmény jellegének megfelelően mintegy modellezi a kommunikációs viszonyokat, azok központosított vagy elosztott jellegét, a döntési folyamatokat, az információk gyűjtésének és feldolgozásának folyamatait.

Ezekben a helyi rendszerekben a leggyakoribb információkezelési modell a nagyméretű, központilag kezelt és aktualizált adattár, adatbázis, amit különböző részlegek más és más célokból és gyakorisággal vesznek igénybe.

A globális méretű számítógép-hálózat kialakulásának kezdetén ezt a helyi hálózati használatmódot terjesztették ki. Az intézmény vagy termelőegység munkafolyamatokban megnyilvánuló és szerveződő kommunikációját és információkezelő tevékenységét próbálták kiterjeszteni társadalmi méretekben, így próbáltak körvonalazni értelmes(nek tűnő) használati mintákat.

Ennek a központi információszolgáltatáson alapuló használati modellnek korai, nemzeti méretekben megvalósított példája volt a francia Minitel rendszer, amit a 80-as évek első felében mint sikeres mintát emlegettek, de ilyen elképzelések nyomán fejlesztették az alapvetően tömegkommunikációs, „műsorszóró" jellegűre formált teletext és videotext rendszereket is.

A nemzetközi számítógép-hálózat méreteinek, globális dimenzióinak növekedésével csak lassan vált nyilvánvalóvá, hogy kommunikációs potenciálját tekintve több, mint lokális megfelelője, és nem szorítható bele valamiféle központból egyirányú „információszórást" megvalósító tömegkommunikációs elképzelésbe.

A különbség első pillantásra nem annyira nyilvánvaló, hiszen a lokális számítógép-hálózatok ugyanazokat a részegységeket, összetevő elemeket tartalmazzák. Azonosak az összekapcsolt gépek, az összekapcsolást lehetővé tevő interface-ek, a csatlakozó eszközök, a kommunikációs közeget biztosító kábelek, a

távközlési infrastruktúra, a jelek frissítését, az útvonal irányítását ellátó eszközök; részben azonosak a gépek kommunikációját megvalósító szoftverek, és – legalábbis eleinte – hasonlóak a nyújtott kommunikációs lehetőségek, szolgáltatások is.

Itt azonban már csak a szolgáltatások lehetőségét, illetve típusait lehet azonosnak tekinteni: szöveges kommunikáció lehetősége a gépek mellett ülő emberek között, egy vagy több központi erőforrás elérése a hálózat bármely pontjáról, kontroll, illetve statisztikai adatgyűjtés lehetősége a hálózat működéséről.

A nemzetközi méretű hálózatban a kialakuló kommunikációs formák már a nemzetközi színtér, a globális nyilvánosság, illetve az állandóan jelen lévő, illetve elérhető és megszólaló nemzetközi szakértői közösség befolyása alatt alakultak ki és alakulnak jelenleg is.

Kommunikációelméleti szempontból érdekes fejlemény volt a nemzetközi hálózaton a személyes levelezés gyors elterjedése és népszerűvé válása. Ezt a kommunikációs jelenséget úgy is értelmezhetjük, hogy egy már meglévő globális méretű rendszernek, a postai levelező szolgálatnak egy második, elektronikus megfelelője jött létre. Gyors népszerűségét annak köszönhette, hogy néhány olyan jellegzetességgel rendelkezik, ami a benne résztvevők számára rendkívüli előnyt jelent. Ilyen jellegzetessége, hogy szinte azonnal közvetítésre kerül, akár a földgolyó másik oldalára is. Továbbá az amúgy is számítógépen született szövegek továbbításának legkézenfekvőbb módjaként kínálkozik. Nem elhanyagolható előnye, hogy a hálózat használóinak legelső csoportjait jelentő egyetemi, kutatói közösségek számára ingyenes. A keletkezett levelek tárolása, archiválása, további feldolgozása ugyancsak megoldható az amúgy is használt gépeken. A fenti okok többsége alapján a számítógép-hálózaton történő levelezést a korábbi postai levelezés javított, gyorsabb változataként értelmezhetjük. A gyors népszerűség oka lehetett az is, hogy egy hagyományos mindennapi gyakorlat, a postai levelezés mintáit lehetett felhasználni az új elektronikus közegben. Az e-mail (vagyis elektronikus levél) mint kommunikációs jelenség kialakulásához azonban hozzátartozik az is, hogy már a korai nagy számítógépeken, a 70-es évek közepétől kialakultak a csak saját gépen elérhető tájékoztató rendszerek, amelyek vagy a különböző időben dolgozó felhasználókat voltak hivatva informálni (news rendszerek, faliújság jellegű rendszerek), vagy az egy időben különböző helyszíneken vagy különböző terminálok mellett dolgozók közötti személyes üzenetváltást tették lehetővé. Bizonyos értelemben a globális méretű levelező rendszer ezek egyszerű kiterjesztéseként is értelmezhető. A koncepció egyszerre nyújt technikai alapokat egy hálózati információkezelő rendszer megvalósításához, és a személyközi kommunikáció elektronikus megfelelőjének létrejöttéhez.

Az Interneten alakuló különféle típusú kommunikációs módozatok közül itt talán még a levelező listák egy sajátos fajtáját érdemes kiemelni. Népszerűbbek a különféle témák köré szerveződött kötetlen, „moderálatlan" levelező csoportok, mint az aktívabb érdeklődést feltételező „newsgroup"-ok, vagy mint a feliratkozáson alapuló „hagyományos" levelező listák. A tudományos vitacsoportok között sajátos helyet foglalnak el azok, amelyekben egy-egy szűk szakmai közös-

ség például egy elméleti irány kimunkálására fog össze. Ezeken a listákon csak a neves, érdemi mondanivalóval rendelkező résztvevőknek van „beleszólási joga", a kommunikációt azonban bárki követheti. Az effajta tudományos műhelykommunikációnak, globális dimenzióinak és újszerű vonásainak összefoglalóját Hernád István, a Stanford egyetem pszichológiaprofesszora, népszerűsítette magyarul is olvasható interjújában (Hernád 1993). Hernád a tudományos munka hatékonyabbá és gyorsabbá tétele, a tudományos gondolatok megvitatása, cseréje szempontjából értékeli, illetve fejleszti tovább a fent vázolt sajátos hálózati csoportkommunikációs módot.

A számítógép-hálózat, ahogy folyamatosan növekszik és a résztvevők köre mind újabb és újabb rétegekre terjed ki, egyre inkább kezd működni úgy is, mint egy új típusú kultúrahordozó, mint sajátos kulturális memória. Viszonylag minimális technikai tudás és gyakorlat után a benne résztvevők számára kommunikációs színteret, információszerzési forrást, és globális publikációs lehetőséget is jelent. Bárki, aki elkészíti saját anyagát, és egy hálózati számítógépen közzéteszi azt, ezzel egy nem módosuló, bitről bitre megőrizhető és megőrzött lenyomatot hagyhat maga után ebben az új kulturális tároló intézményben, átvitt és közvetlen értelemben is felfogható közös memóriában. (Kicsit bővebben lásd erről: Terestyéni 1995.)

A levelező rendszer címzésének általánosítása más tanulságokat is rejt. Sikere annál is inkább figyelemre méltó lehet, mert napjaink legnépszerűbb hálózati hipermédia rendszere, a World Wide Web (WWW) kiinduló koncepciói között is az egyik meghatározó elképzelés a számítógépes file elérés kiterjesztése, hálózati szintű általánosítása volt. Ez az azóta URL (Universal Resource Locator) koncepcióként ismert elképzelés alapozta meg a WWW rendszer rendkívüli népszerűségét. Ugyanis ez adta a hálózati számítógépes programokban megvalósítható technikai alapokat ahhoz, hogy a globális hálózatot mint egyetlen egységet, mint egy nagy információs hiperteret lehessen elképzelni. Sőt, ezt az egységes információs teret nemcsak elképzelni lehet, hanem a benne részt vevő gépeken megtalálható információk, szolgáltatások elérhetőkké is váltak az ún. „hyperlink"-eken keresztül. Az információkezelés gyökeresen új lehetősége nyílt meg ezzel: bárki számára, egyéni elképzelés és igény szerint szövegek, képek, hangállományok „összehálózása", asszociatív kapcsolatok szerint felépített egyéni információstruktúrák, tudáshálók építése, és ezek nyilvánossá tétele, ha úgy tetszik, egy globális nyilvánosságban való publikálása vált lehetővé.

Az új kommunikációs médium globális méretű birtokbavétele, lehetőségeinek, sajátszerűségeinek kutatása napjaink egyik legizgalmasabb kommunikációs jelensége. A számtalan technikai fejlesztő team mellett egyre népesebb művészi alkotó egyéniség is bekapcsolódik ebbe a munkába. Ezt jelzik az egyre szaporodó hálózati művészeti kezdő lapok, az ún. „home page"-ek.

A World Wide Web néhány sikeresnek bizonyult elméleti koncepción, illetve újszerű számítógépes eredményen alapul. Ezek közül itt csak felsorolásszerűen említem a „hypertext" elvet, az e-mail címzés általánosításaként felfogható URL

koncepciót, a HTML (Hyper Text Markup Language) nyelvet, a rendszer jövőbeni bővítését lehetővé tevő nyitottságot, integrált szemléletet.

A szolgáltatás, a kommunikációs mód szempontjából a WWW rendszer elosztott, alapvetően demokratikus jellegű, a résztvevők bármelyike számára kétirányú, illetve publikációs jellegű kommunikációs formát képes nyújtani.

A centralizált szolgáltatást nyújtó kommunikációs modell (a tömegkommunikáció legáltalánosabb modellje) a mai hálózati fejlesztések mögött is meghúzódik, de mára már elvesztette konkrét jellegét és mint egy sikeresnek bizonyult server–kliens modell, a rendszerek közötti kapcsolatok, a gépi kommunikáció szervező elvévé lépett elő.

Az Internet tömeges jellegűvé válása, rendkívül gyors növekedése, figyelemre méltó innovatív eredményei heves érdeklődést keltettek a hagyományos tömegkommunikáció szakmai irányító csoportjaiban is. Az Internettel kapcsolatos szenzációhajhászás mára már alábbhagyott, a fő téma a gazdasági, kereskedelmi szféra érdeklődésének felkeltése, hogy részt vegyenek ebben az új, egyesek szerint kimeríthetetlen kincsesbányát jelentő üzletben.

A dolog azonban nem ilyen egyszerű. Már ma is nyilvánvaló, hogy az alapvetően értelmiségi kommunikációs közegként létrejött nemzetközi számítógéphálózaton nem lehet a hagyományos kereskedelmi és reklámmódszerekkel sikert elérni. Ugyanakkor vannak olyan területek, ilyen például a szoftverfejlesztés, ahol a hálózati környezet előnyeit semmi más nem tudja pótolni. A globális közönséget jelentő hálózat persze színteret és lehetőséget kínál a kereskedelmi és a reklámtevékenység számára is. Azok a cégek lesznek itt sikeresek és tesznek szert rendkívüli előnyökre, amelyek ennek az új közegnek a sajátszerűségeit felismerik, és innovatív módon tudják kihasználni.

Befejezésül néhány mondatban érdemes szót ejteni a hálózaton életre keltett ún. videokonferencia-rendszerekről is. A világméretű telefonhálózat példájára már legalább másfél évtizede állandóan fel-felbukkan a videotelefon, a videokonferencia-rendszerek gondolata és ezek technikai megvalósításának kísérlete. Ezek a rendszerek azonban a mai napig nem tudtak népszerűségre szert tenni és számottevően elterjedni a hangoztatott előnyeik ellenére sem. Körülbelül két évvel ezelőtt a Cornell egyetemen egy fejlesztői csoport videokonferencia-rendszer megvalósítását tűzte ki célul az Interneten. Mára a rendszer egy multimédia ajánlásnak megfelelő, a hálózatba bekapcsolt gép mellett ülőnek 6–8 helyszínről tud négy szürkeségi fokozatú élő képet közvetíteni egy időben. A legújabb szoftver változatok egy hangcsatorna átvitelét is nyújtják. A rendszer tehát túljutott első, csak a technikai részletekre figyelő fejlesztési fázisán. Megindult kommunikációs tartalommal való megtöltése. Levelező csoportok szerveződtek köré, hogy például művészi események, kiállítások, elektronikus fesztiválok közvetítését szervezzék, propagálják. Folyamatos helyszíni élő videoközvetítés folyik például a NASA vezérlő termeiből, műholdak fedélzetéről. Ezt az új kommunikációs eszközt, módozatot jobb híján videokonferencia-rendszernek nevezzük, bár a jelenlegi tartalmi próbálkozások is jelzik, hogy itt többről, másról van szó. Alighanem egy újfajta kommunikációs eszköz van születőben, ahol kis hálózati

közösségek tudnak kialakulni és valamifajta ad hoc koordinációval egymásnak információkat, mondanivalót közvetíteni. Leginkább talán hálózati mikrotévének lehetne nevezni ezt az új eszközt. Egy-egy „műsorszóró" gép, server (sajátos elnevezés szerint reflektorállomás) köré szervezve 6–8 videoképet adó állomás és egy-két tucat, a közvetítéseket követő „kukucskáló" állomásból állnak ezek a közösségek, amelyek az új kommunikációs formát kutatókból tevődnek össze. Ma még nemigen lehet megjósolni, hogy a fejlődés milyen irányban fog haladni.

Társadalmi rendszerváltás és tömegkommunikáció

Kováts Ildikó

A magyarországi rendszerváltás egyik leglátványosabb eleme a média felemás átalakulása volt. A magyar „médiaháború" nagy társadalmi konfliktusok között zajlott, mély érzelmi hullámokat váltott ki, és mind szereplői, mind nézőközönsége hajlandó volt valamiféle különleges jelenségként kezelni és definiálni. Ennek egyik döntő oka kétségkívül az volt, hogy nem rendelkeztünk kielégítő ismeretekkel arról, mennyiben speciálisak a magyar médiaháborúval kapcsolatos jelenségek, folyamatok, illetve hogyan illeszkednek bele a világ, közelebbről az európai, még közelebbről a közép- és kelet-európai változási tendenciákba. A folyamatok jobb megértését elősegíti, ha a magyar médiaátalakulás fő elemeit, a változás jellegzetességeit, a lényeges problémagócokat a nemzetközi médiatrendek ismeretében elemezzük.

A rendelkezésre álló médiamodellek

A tömegkommunikációs szakirodalom erős korrelációt tételez fel a társadalmi-gazdasági fejlődési modellek és a hozzájuk tartozó kommunikációs–médiamodellek között. A médiamodelleknél kiindulási pont általában a Siebert–Peterson–Schramm (1956) szerzőhármas által 1956-ban megjelentetett „A sajtó négy elmélete" című műben leírt négy modell, amelyek a társadalmi-gazdasági fejlődési modellekhez kapcsolva autoritáriánus, libertáriánus, társadalmi felelősség elvén nyugvó, és szovjet-kommunista modelleket különböztetnek meg. Ez a megközelítés 40 év után ismét a figyelem előterébe került.

Ezek a médiamodellek – akárcsak a társadalmi-gazdasági rendszermodellek – természetesen ideálmodellek, tiszta formájukban sehol sem érvényesülnek, átmenetek vannak közöttük, sőt egy-egy országon belül is lehetnek különbségek a különböző alrendszerek jellege között. Különösen jellemző az írott és az elektronikus sajtó különböző kezelésmódja még egy-egy országon belül is. De még ilyen esetben is valamelyik modell domináns módon meghatározza az adott tömegkommunikációs szféra egészének jellegzetességeit. Így például, jóllehet az amerikai elektronikus média esetében is érvényesül bizonyos mértékű központi állami szabályozás, a rendszer egészét a magántulajdonon és a piaci mechanizmusokon alapuló kereskedelmi média határozza meg, és az Egyesült Államokat úgy tartják számon, mint ahol a libertáriánus modell a legtisztább formájában érvényesül. Ugyanakkor, jóllehet az angol írott sajtó is magántulajdonon alapult

és a piaci mechanizmusok irányították fejlődését, az elektronikus média alapvető közszolgálatisága határozta meg a tömegkommunikáció egészének fejlődését irányító értékeket, és így lett az angol médiarendszer a társadalmi felelősség elvén alapuló modell iskolapéldája a kutatók számára.

Mivel Magyarországon társadalmi-gazdasági rendszerváltás zajlott–zajlik, evidens a feltételezés, hogy a médiamodellben is változás történt–történik. A kérdés két részből áll: egyrészt voltak-e olyan paradigmatikus értékű, minőségi változások a magyar médiarendszerben, hogy média modellváltásról beszélhetünk, másrészt a változások döntően evolúciós vagy revolúciós módon mentek-e végbe.

A magyar médiarendszer – összefüggésben bizonyos történelmi tradíciókkal, a 68-as gazdasági reformmal, a 80-as évek politikai liberalizációs tendenciáival, valamint a kommunikációs technika által nyújtott és kikényszerített változásokkal – már a rendszerváltás előtti időket jóval megelőzően is a szovjet-kommunista modellnek legfeljebb egy igen erősen módosult változataként volt leírható, amely nemcsak az autoritáriánus, hanem a társadalmi felelősségen alapuló modell egyes elemeit is tartalmazta. Az elektronikus és az írott sajtó állami, illetve egypárti tulajdona és a sajtó formális és informális pártirányítása azonban minden felszíni liberalizálás ellenére vízválasztónak bizonyul a modellkérdésnél. A tömegkommunikációs szféra csak olyan mértékben alakulhatott át, amilyen mértékben a párt, illetve az állami irányítási rendszer ezt lehetővé tette.

Reformtörekvések a régi rendszeren belül

A társadalmi rendszerváltást megelőzően már tettek lépéseket a tömegkommunikációs rendszer felülről történő, „tervezett" átalakítására. A 80-as évek második felében a médiaszférában felgyülemlett feszültségeket is reformok kidolgozásával próbálta kezelni a politikai vezetés. Ezek a feszültségek egyrészt a társadalom belső feszültségeit tükrözték, másrészt a tömegkommunikáció nemzetközi fejlődési trendjének begyűrűző hatására alakultak ki. 1986-ban – több évtizedes előkészület után – megjelent a sajtótörvény, hamarosan azonban újabb sajtótörvényt készítettek elő, amely egyébként a rendszerváltás után benyújtott – bár később visszavont – sajtótörvény-javaslat alapjául is szolgált. A rendszerváltást megelőző–előkészítő utolsó kormány alatt hirdették ki például (1989. január 1-ji hatállyal), hogy a lapkiadás üzleti vállalkozás Magyarországon. Ugyanezen év márciusában az MSZMP KB közleményében állampolgári jogként határozta meg a szabad véleménynyilvánítást és a sajtószabadság gyakorlásának módját, garanciáit és törvényes korlátait; a Magyar Távirati Irodát, a Magyar Rádiót és a Magyar Televíziót pedig a kormány felügyelete alá helyezett nemzeti intézményként.

A lapkiadás üzleti tevékenységként, valamint a véleménynyilvánítás és sajtószabadság állampolgári jogként való meghatározása, kiegészítve a párt informális sajtóirányításának feladásával lényegében a szovjet-kommunista modellel való

szakítást jelentette. Nyitva maradt ugyanakkor a kérdés, hogy merre tovább. A hivatalos reformkezdeményezések mellett alternatív és ellenzéki koncepciók is megjelentek, melyek a nyilvánosság bővítését, átalakítását elsősorban politikai okok miatt tartották szükségesnek. Sajátos adalékot jelentett mindehhez, hogy még a rendszerváltást megelőző, előkészítő szakaszban az újságírók szakmai közössége testületileg is elhatárolta magát az akkori politikai hatalomtól, attól mintegy függetleníteni próbálva önmagát.

Valóságos és látszólagos modellalternatívák

A tömegkommunikáció fejlődésének nemzetközi főárama az amerikai libertáriánus modell terjedését jelenti világszerte. Ugyanakkor a rendszerváltó Közép- és Kelet-Európában még legalább két versengő modellt találhattunk: egyik az ellenzéki mozgalmakból (különösen Lengyelországban) kinőtt rövid életű utópisztikus kommunikációs modell volt, amely a civil társadalom aktivitására épülő igazságosabb, participációs társadalom kommunikációs feltételeit kívánta megteremteni, elfelejtkezve arról, hogy ennek legalább annyira feltétele, mint eredménye az aktív civil társadalom. A másik a nyugat-európai közszolgálati modell volt, amely azonban a 80-as évek második felére maga is válságba került a határokat átlépő, transznacionalizálódó kereskedelmi média versenye következtében. E transznacionalizálódó kereskedelmi média hatása alól az átalakuló magyar médiarendszer sem tudta kivonni magát: autonóm, sajátos médiapolitika, médiarendszer kidolgozására valójában csak igen korlátozott lehetőség nyílott.

A modellek szintjéről a médiapolitika szintjére térve a következő alapvető különbségeket kell megemlíteni a kereskedelmi és a közszolgálati média között: a kereskedelmi média a gazdasági szférába integrálódik, működését elsődlegesen profitérdekek határozzák meg, a „műsortermelés" a reklámok célközönségeinek, a fogyasztóközönség előállításának az eszköze, ezért a közönséget fogyasztóként, s nem állampolgárként határozza meg. Demokratikus tulajdonságaként említik, hogy nem a kulturális vagy politikai elit igényeit szolgálja, hanem a nagyközönségét – ez esetben elhallgatva a gazdasági érdekek manipulációs lehetőségeit. További előnyös vonásaként szokás megemlíteni, hogy politikasemleges, ami azonban azzal a mellékhatással is jár, hogy nehezíti a politikai tájékozódást és a politikai artikulációt a nagyközönség számára.

A közszolgálati modell alapvetően nem gazdasági, hanem politikai és kulturális érdekek szolgálatára jött létre, így működését nem piaci mechanizmusok irányítják. Elsősorban az állampolgárokhoz, s nem a fogyasztókhoz szól. Működése szorosan kötődik olyan fogalmakhoz, mint nemzetállam, közösségek, kisebbségek, politikai kulturális identitás, kulturális és politikai elit, társadalmi értékrend, társadalmi konszenzus, közösségi érdek, közfinanszírozás. Ezek válságba kerülése a közszolgálati média válságát is eredményezte. A válság a felszínen a közszolgálati média finanszírozási válságában jelentkezett, amit mintha a kereskedelmi média okozta versenyszituáció váltott volna ki. Az okok azonban

ennél sokkal mélyebben találhatók: egyrészt a közönség részéről a médiával és a mögötte álló kulturális és politikai elittel szembeni bizalmatlanságban – ami a politikai döntéshozók erősödő megosztottságában is megnyilvánul –, másrészt az állami költségvetési rendszerek általános válságában, ami viszont szoros kapcsolatban van a nemzetközi gazdaság változási tendenciáival.

A nyugat-európai közszolgálati médiák tipikusan úgy reagáltak a válsághelyzetre, hogy csökkenteni próbálták függőségüket az állami költségvetéstől. Ennek eredménye azonban az lett, hogy egyre inkább kereskedelmi médiaként kezdtek viselkedni, s szinte önmagukat számolják fel mint közszolgálati műsorszórókat. Bár minden európai országban továbbra is léteznek közszolgálati adók, a médiarendszerek egészét egyre inkább a kereskedelmi logika határozza meg, vagyis az amerikai modell. Ennek az amerikai modellnek, ha igen korlátozott mértékben is, de szintén sajátja egy közszolgálati, közösségi szektor. A modellek e konvergenciája azt is eredményezte, hogy egyes kutatók a libertáriánus és a társadalmi felelősség elvén alapuló modellek helyett egységes „nyugati" modell kialakulásáról beszélnek.

A kelet- és közép-európai országokban a rendszerváltással együtt járó médiaátalakításoknak a politikai demokratizálás, a média „párttalanítása" és államtalanítása, valamint technikai–gazdasági–szakmai rekonstrukciója voltak a fő deklarált céljai, bár ezeket a célokat a különböző politikai csoportok különbözőképpen értették. A viták mélyén a következő ellentmondások húzódtak meg: a média államtalanítása a kereskedelmi logika érvényesülését hozza magával, ami a politika értékei iránt úgymond közömbösséget mutat, illetve azokat a médiatulajdonosok, valamint a hozzájuk kapcsolódó csoportok gazdasági érdekeinek szűrőjén keresztül jeleníti meg. Ily módon tulajdonképpen tagadja az autonóm politikai szféra létét, illetve nem segíti elő a társadalom politikai artikulálódását, politikai érdekkifejezéseit. Ez egy átalakuló, önmagát politikailag éppen meghatározni kívánó társadalomban különösen nagy torzulásokat idézhet elő.

A másik opció viszont, a „nem államtalanítás", erős civil társadalom híján illuzórikussá teszi a közszolgálat fogalmát: a gyenge civil társadalom helyébe az állam lép érdekérvényesítőként és így a rendszer nem a civil társadalmat, hanem azokat támogatja, akik az államhatalmat aktuálisan a kezükben tartják.

A civil társadalom fejletlensége, artikulációjának hiánya, érdekérvényesítési képességének gyengesége egyrészről, az újságírók szakmai sztenderdjeinek, etikai normáinak, önszabályozó képességének kialakulatlansága másrészről megkérdőjelezi a társadalmi felelősség elvén működő közszolgálati modell relevanciáját az átalakuló társadalmakban. Azzal a veszéllyel jár ugyanis, amit korábban is említettünk, hogy a szakmai önkontroll és a társadalmi kontroll helyét az állami kontroll veszi át.

Van azonban egy másik ellentmondás is. A kereskedelmi média valójában nem közömbös vagy semleges a különböző politikai értékekkel szemben: annak a társadalmi-gazdasági rendnek az értékeit tükrözi, amelyben eredetileg létrejött, azaz a liberális elveket. Ma az újságírás nemzetközi szakmai sztenderdjeiként túlnyomóan az amerikai, liberális hagyományú újságírás értékeit ismerik el, ke-

vés figyelmet fordítva a helyi újságírási tradíciókra, kommunikációs stílusokra. Ezt a tendenciát, politikai affiliációt ellentmondásossá teszi azonban a liberális újságírás egyik alapelve, mely szerint fő funkciója: bármely uralomra került (tehát akár liberális) kormányhatalom ellenőrzése és kritikája.

Az újságírás kormányhatalom-ellenőrző és kritikai funkciója a demokratikus hagyományokkal és stabil, artikulált politikai viszonyokkal jellemezhető országok politikai rendszerének szerves része, akadályozza a politikai hatalommal való visszaéléseket és elősegíti a hatalmi elitek robbanásmentes, ciklikus cserélődését. Ellentmondásosabb értékelést kap azonban ez a funkciójuk instabil, artikulálatlan politikai viszonyok esetén, amikor az újságírók politikai vonzalmai aktívabb szerepet kaphatnak a politikai viszonyok formálásában.

A piaci viszonyok uralkodóvá válása a nyomtatott sajtóban

A rendszerváltással összefüggő leglátványosabb változás a magyar médiaszférában a nyomtatott sajtó viharos privatizálódása, privatizálása volt. A privatizáció túlnyomó részben spontán módon zajlott, bár az új parlament megalakulása után a volt pártlapokat egységes normatívák alapján bocsátották áruba tulajdonosaik. Egyes esetekben – mint például a *Magyar Nemzet* esetében – pedig nyilvánvalóan kormánynyomás is közrejátszott az értékesítésben.

A nyomtatott sajtó privatizálásának körülményei kettős sebet ütöttek az új politikai eliten: egyrészt minden, a hatalomba bekerült párt úgy érezte, hogy kijátszották őt, mert nem volt beleszólása a folyamatokba. Ezen a problémán az ellenzéki pártok könnyebben túltették magukat. Másrészt a kormánypozícióba került pártok nemzeti ideológiájával ütközött az a tény, hogy a privatizálás folyamán igen sok lap külföldi tulajdonos kezébe került.

A külföldi vállalkozók nagyszámú megjelenésének a közép- és kelet-európai, s különösen a magyar lappiacon több oka is volt, amelyek közül itt csak a nyugat-európai viszonyokkal kapcsolatosat emelnénk ki: a külföldi terjeszkedés ugyanis az egyes nyugat-európai országok monopolellenes szabályozásának volt a következménye. Mivel a nagy médiavállalkozások otthon már elérték az engedélyezett maximális piaci részesedést, csak külföldön nőhettek tovább, ott viszont – nemzetközi szabályozás híján – gyakorlatilag minden korlátozás nélkül. Ebben a szituációban nyílt meg számukra a közép- és kelet-európai, s ezek közül is elsőként a magyar piac.

A privatizáció – és ezzel kapcsolatosan a piaci mechanizmusok érvényesülése – minőségi és strukturális változásokat eredményezett a hazai írott sajtóban. Kiszorult a piacról egy sor kis példányszámú, korábban támogatott kulturális, ismeretterjesztő lap, amelyek a civil szféra gyengesége miatt különböző közalapítványok kegyétől függenek, ezek viszont többnyire nem mentesek bizonyos politikai hangsúlyoktól. A termelési és ágazati sajtószerveződés helyett a nagy fogyasztói csoportok váltak közönségstrukturáló tényezővé, különös tekintettel a nőkre. A lapok bevételei között egyre jelentősebb szerepet kapnak a hirdetési

bevételek, egyes nagy példányszámú lapoknál részesedésük már elérte a nyugati szintet. Megjelentek a kizárólag hirdetésre, reklámra specializálódott többnyire ingyenes lapok. Kialakult a kétszintű napilappiac az elit- és a bulvárlapokból. Tömegesen jelennek meg a helyi jelentőségű, gyakran szabálytalan periodicitású, információs vagy politikai propagandajellegű hírlevelek. Ugyanakkor a napilappiacon a privatizáció nem hozta meg a sokak által remélt információs pluralizmust az ország nagy részében. Az egy megye – egy lap struktúra egészen a közelmúltig fennmaradt, sőt a tulajdonosok a helyi lapmonopólium teljessé tételére, a központi napilapok kiszorítására tettek lépéseket a helyi piacokon. A teljes önellátásra való törekvés, a vertikális integráció kialakítása, a hagyományos termelési-terjesztési szervekkel való együttműködés felmondása a megyei–regionális sajtónál kiváltotta az érintett felek – a helyi nyomda, a posta, a központi lapok stb. – kooperációs hajlandóságát, és együttesen próbálnak versenyképes alternatívát állítani a jelenlegi megyei lapoknak.

Profitorientáltsága és monopolhelyzete miatt a vidéki lap nem engedheti meg magának, hogy a társadalom politikai törésvonalai mentén nagyobb csoportokat kiszorítson olvasótáborából, ezért a helyi politikai közélet szervezésében nem nagyon vesz részt. Az országos terjesztésű központi lapok nagyobb olvasóközönségük, a heterogén fővárosi közönség túlsúlya és a különbözőség igénye miatt gyakran bizonyos politikai irányvonalakat előnyben részesítenek. Ez azonban nem kifejezetten magyar sajátosság, több nyugati országban is megfigyelhető, tehát nem „rendszeridegen". Az ún. teljesen pártatlan, vagy semleges kereskedelmi sajtó illetve média politikai tájékoztató szerepének relevanciája amúgy is erősen megkérdőjeleződött (pl. az USA-ban) az utóbbi idők politikai ismeretvizsgálatai eredményeinek fényében.

Az átváltozás csapdái a műsorszórásban

A decentralizált írott sajtóban spontán vagy legalábbis az új politikai hatalomtól függetlenül végbement változások több szempontból erősen befolyásolták az elektronikus médiát s ezen belül a központi Rádiót és a Televíziót. A médiaháború, a kinevezési és leváltási botrányok ellenére, külföldi szemlélők véleménye szerint alig volt változás, hiszen a Rádiót és a Televíziót még öt évvel a rendszerváltozás után is állami tulajdonban találjuk, a közszolgálati és a kereskedelmi műsorszórásnak csak a kritériumai vannak meg a médiatörvényben. Az eltelt öt év azonban értékeiben, tartalmában és szerkezetében átalakította a helyi és a központi műsorszóró adókat is. A politikai szabályozás hiányában a kereskedelmi logika, a profitorientáltság vált domináns elemmé a magyar tömegkommunikáció egészében, nemcsak a nyomtatott sajtóban.

A rendszerváltás után a műsorszórással kapcsolatos elvi vitáknak két szakasza volt a Parlamentben: az elsőt az ideológiai–politikai diskurzus uralta, a frontvonal az első kormánykoalíció és az ellenzék között húzódott, és fő kérdése a média és a hatalom viszonya, a politikai irányításból, ellenőrzésből való része-

sedés volt. A viták második szakasza kevésbé volt látványos, és jóval kevésbé nyilvános, mivel itt a frontvonal a (második) kormánykoalíció partnerei között húzódott és pragmatikus, gazdasági megfontolások, különböző érdekcsoportok alkudozásai uralták. A vita mindkét szakaszára jellemző volt azonban az aktuális politikai érdekkötöttség, a hosszú távú és tovagyűrűző hatások, valamint a nemdöntés következményeinek végiggondolása.

Kulcskérdés volt a közszolgálatiság értelmezése: míg a viták első szakaszában inkább intézményes–szervezeti garanciákat kerestek a vitatkozó felek a műsorszóró intézmény közszolgálati jellegének biztosítására, a második szakaszban a normatív-tevékenység jellegű megközelítés nyert teret, mely szerint alapvetően bizonyos műsortípusokat (szolgáltatástípusokat) kell támogatni, függetlenül a műsorszóró tulajdoni és szervezeti viszonyaitól. Ebben az értelmezésben a közszolgálati műsorszórás kiegészítő szerepet kap a kereskedelmi műsorszórás mellett, és azoknak az igényeknek a kielégítését vállalja fel, amelyeket a piac profitokok miatt negligál. Míg a viták első szakaszában a közszolgálati műsorszóró intézmény versenyképességének biztosítása tűnt központi feladatnak, az új, kereskedelmi és versenyfeltételek közepette, a második szakaszban a központi, az állami információs monopólium megtörése, visszaszorítása kapott nagy hangsúlyt.

A Parlament elvi vitái közepette a Magyar Rádió és a Magyar Televízió – sőt annak egyes részei – élték önálló életüket, és jövőkép nélkül, identifikációs válságban, megpróbáltak a bizonytalan keretfeltételekhez alkalmazkodva túlélésre berendezkedni. Bár a különféle politikai döntéshozók gyakran hangsúlyozták, hogy egyik sem tényleges közszolgálati intézmény – és az idők során valóban egyre kevésbé voltak azok –, mindkét intézmény a nyugat-európai közszolgálati intézmények túlélési taktikáját követte, azaz egyre több kereskedelmi elemet épített be tevékenységébe, és megpróbálkozott a fából vaskarikával: a „szervezetében kereskedelmi, műsorában közszolgálati intézmény" kialakításával. Igaz, erre az útra nemcsak a mintakövetés kényelmessége vitte az intézmények vezetőit, hanem a média függetlenségének magasztos eszméje, és a Parlament kiéheztetésre alapozó finanszírozási politikájával szembeni dac is. Az intézmények önállósága öncéllá vált. Nem az önállóság funkcionált a közszolgálatiság zálogaként, hanem ehelyett az önállóság megőrzésének célja vezetett el a közszolgálatiság alapfeladatainak feladásához (jóllehet ezt csak ideiglenesnek szánták).

Az állami tulajdonú, centralizált és monopolhelyzetben lévő műsorszórás átalakítását nemcsak a döntésre hivatott politikai és ideológiai környezet ellentmondásai lassították, hanem az intézmények – mint tömeges és folyamatos műsorgyártásra berendezkedett szervezetek és alkotóműhelyek komplex együttesének – belső problémái, érdekkülönbségei, ellentmondásai is. A monopolhelyzet miatt például a Magyar Televízió szervezeti, szervezetszociológiai problémái a szakma és a televíziós műsorszórás problémáivá váltak. A külső és belső problémák gyakran összefonódtak és összekeveredtek, az intézményen belüli csoportok ugyanis külső szószólókat kerestek érdekeik érvényesítéséhez, a politikusok pedig belső szövetségeseket és argumentációt céljaikhoz.

A Magyar Televízió esetében például a politikai hatalommal való szembekerülés kockázata – ami a finanszírozási források megvonását is maga után von(hat)ta – nem ugyanazt jelentette az intézmény hírműsorainak vezető újságírói, médiaszemélyiségei, a kulturális programok szerkesztői, a nagyszámú technikai személyzet, vagy a gazdasági részleg dolgozói számára. Ez a megosztottságuk pedig egyrészt lehetetlenné tette az egységes szervezeti fellépést, bármilyen fejlesztési, átalakítási program egységes támogatását, másrészt teret engedett különböző külső és belső manipulációs hatásoknak, amelyek során a szakmai, politikai és gazdasági érdekek és érvek keveredésének lehettünk tanúi.

A helyi elektronikus média és kábeles műsorterjesztés

1989-ben, még a rendszerváltást előkészítő tárgyalások során a tömegkommunikációs szférában megfigyelhető „osztogatás–fosztogatás" megakadályozására mondták ki a frekvenciamoratóriumot, ami egyelőre még fel sem mérhető, de igen nagy hatást gyakorolt a tömegkommunikációs szféra egészére. A helyi rádió- és televízióadások beindításának akadályoztatása hosszú időn keresztül a helyi lapok és a központi elektronikus média számára is speciális helyzetet teremtett elsősorban a hirdetők piacán. A moratórium feloldásának politikai felemássága, a helyi adók engedélyezésének körülményei, a szabályozás ellentmondásai sem segítették a stabil lokális szintű műsorszórás kialakulását. Ugyanakkor a frekvenciamoratóriumnak komoly szerepe volt abban, ahogyan és amilyen mértékben a kábeles elosztórendszerek fejlődtek, amelyek különféle bonyolult módokon próbálták megkerülni a terjesztési korlátozásokat. A kábelrendszerek alakulásáról, fejlődéséről egyébként igen keveset tudunk, de valószínűleg nem tévedünk, ha azt állítjuk, hogy a közeljövőben még nagy meglepetéseket hozhat a kommunikációpolitika terén. A kábeles műsorterjesztés szinte teljesen kívül maradt a központi politikai döntéshozók érdeklődési szféráján: figyelmük csak arra terjedt ki, hogy a decentralizáltan fejlődő rendszerek ne kapcsolódjanak össze egységes, országos jelentőségű rendszerré. Tulajdonviszonyaik, gazdasági és kulturális dimenzióik nem voltak érdekesek.

A tömegkommunikáció-kutatás helyzete

Egyrészről a tömegkommunikáció privatizálódásával, másrészről a tudomány és a kultúra társadalmi jelentősége elismerésének csökkenésével radikális változások álltak be a tömegkommunikáció-kutatásban is, és ez meghatározó befolyást gyakorol a kutatások jellegére, témájára és módszereire. A tömegkommunikáció privatizálódásával a tömegkommunikáció-kutatás privatizálódása is együtt járt: a korábban állami kutatóintézet munkatársainak döntő többsége az 1989 és 1991 között alakuló média-piackutató intézetekhez szegődött el, egy kis része pedig az akadémiai kutatások között kereste helyét. A média-piackutatás profitábilis

tevékenységnek bizonyult, így az eredetileg termék-piackutató cégek nagy része is felvette a kínált szolgáltatások közé. Ezek a kutatások többnyire közönség- és hatásvizsgálatok, kampány- és image-elemzések, és mivel kereskedelmi megrendelésre készülnek, eredményei többnyire kizárólag a megbízókra tartoznak, nem ellenőrizhetők, és tudományos általánosításokhoz sem használhatók fel nyersanyagként. Csupán egy-két nagyobb cég végez esetenként, mintegy referenciamunkaként tudományos igényű felmérést nem kifejezetten kereskedelmi céllal. Az akadémiai kutatócsoport finanszírozási nehézségek miatt kevés empirikus munkát végez, a longitudinális vizsgálatokról teljesen le kellett mondania, és inkább a kisebb pénzigényű módszereket, valamint elméleti munkákat kell hogy előnyben részesítse.

A témákat illetően a hazai fizetőképes kereslet az előbb említett kereskedelmi-hatékonysági vizsgálatok mellett elsősorban a média és az újságírás politikai dimenzióinak elemzését igényli, például pártatlansági és pártimage-vizsgálatokat, az újságírók politikai affiliációinak elemzését. A szélesebb társadalmi kontextusok vizsgálatát inkább külföldi tudományos intézetek és egyetemek tűzik ki célul. Ezekben a kutatásokban a magyar és más kelet-közép-európai kutatók így csak „külső" közreműködők. Külföldi kezdeményezésre születtek például tanulmányok a sajtóprivatizáció kezdeteiről, a televízió információs műsorairól, a rendszerváltás és a média összefüggéseiről, továbbá így kezdődött vizsgálat a média jogi szabályozásának alakulásáról, s így vonták be Magyarországot a nemzetközi híráramlásokat vizsgáló kutatásba is. A társadalomkutatók saját kezdeményezésére a kommunikációs kompetenciának, az újságíróknak a rendszerváltásban és a „békeidőkben" betöltött politikai szerepének, a médiához való hozzáférésnek, a különféle médiadiskurzusok és a média napirend-kijelölő szerepének az elemzésére került sor. Az állam mint az össztársadalmi vagy nemzeti értékek képviselője kilépett a megrendelők sorából, így olyan területek negligálódnak, mint a médiaváltozások társadalmi-kulturális dimenziója, kommunikációs társadalmi–területi egyenlőtlenségek, valamint a hazai tömegkommunikációs piac egészének működése.

Média és politikai közgondolkozás

Lázár Guy

A politikai nyilvánosság lehetőségei és korlátai

A rendszerváltást követő politikai nyilvánosság kibontakozásához többek között arra volt szükség, hogy megszűnjék a sajtó felett gyakorolt pártállami ellenőrzés. Ennek az írott sajtóban az volt a gyakorlati feltétele, hogy az újságok a piaci viszonyok uralma alá kerüljenek, az elektronikus sajtóban pedig az, hogy az egypólusú tömegközlési rendszer két-, sőt hárompólusú rendszerré alakuljon át (az állami, a kereskedelmi és a közösségi tömegközlési eszközök rendszerévé). Az első feltétel már 1990-ben megvalósult a lapok magánosításával, a második feltétel pedig a médiatörvény elfogadása után fog megvalósulni az állami rádiós és televíziós csatornák egy részének eladásával, valamint a fennmaradt országos és regionális frekvenciák elosztásával.

Mindezek ellenére a politika iránt érdeklődő emberek egy részében komoly aggodalmak fogalmazódnak meg a magyarországi politikai nyilvánosság jelenével és jövőjével kapcsolatban. Az aggodalmak lényege, hogy nem született még minden érdekelt felet – a politikai és a kulturális élet szereplőit, valamint a közönséget – egyaránt kielégítő válasz néhány kérdésre. Ezek a következők:

– Vajon az elektronikus sajtóban az állami monopólium megszűnése nem jár-e együtt a politikai nyilvánosság szférájának, a nyilvános érdekérvényesítés lehetőségének a csökkenésével?

– A tulajdonviszonyok megváltozása mennyire hozta magával a hatalmi viszonyok megváltozását?

– A sajtó önálló hatalmi tényezővé vált-e?

A két utóbbi kérdés különösen fontos, mert a tömegközlés és az új politikai rendszer viszonyának az alapjait érintik. Nélkülük nem lehet megválaszolni azt a kérdést sem, hogy a változások vajon nem csorbítják-e a sajtónyilvánosságot.

Rendszerváltás a tömegközlésben

A tömegközlésben bekövetkező rendszerváltáson két dolgot értenek: (1) azt, amikor a tulajdonviszonyok megváltozásával, a magán- és a non-profit csatornák megjelenésével kialakul a tömegközlés hárompólusú rendszere; (2) azt, amikor a sajtóstruktúra átalakulásával megszűnik a baloldali-liberális sajtó túlsúlya. Az, hogy kétféle értelmezés is létezik egymás mellett, önmagában is jelzi a társadalmi konszenzus hiányát a tömegközlésben végbemenő rendszerváltást illetően.

Abban azonban mindenki egyetért, hogy a rendszerváltáshoz ezen a területen is a piaci viszonyok érvényesülésére van szükség. Arra a kérdésre pedig, hogy a tömegközlésben megváltoztak illetve megváltoznak-e a tulajdonviszonyok, a médiatörvény elfogadásával lehet egyértelmű választ adni, mert ez a döntés azt jelenti, hogy az írott sajtó után az elektronikus sajtó nagy része is a piaci viszonyok közé kerül.

A döntés elhúzódását, mint tudjuk, elsősorban az okozta, hogy az ellenzéki és a kormánypártok sokáig nem tudtak megegyezni az állami csatornák privatizációjának mértékéről, illetve a fennmaradó állami csatornák és a frekvenciaelosztás ellenőrzéséről. E viták ideológiai alapját az a – mértékadó értelmiségiek és politikai erők által egyaránt vallott – meggyőződés szolgáltatta, hogy a közönségnek, vagy legalábbis az országnak, szüksége van a közszolgálati csatornák fenntartására, mert a szórakoztatásra összpontosító kereskedelmi csatornák nem látják el azokat a politikai és kulturális feladatokat, amelyeket a tömegközlésnek minden országban el kell látnia. A közönség szempontjából ezeknek a vitáknak valószínűleg nem volt jelentőségük. Ezt támasztja alá, hogy

– Észak-Amerikában nincsenek közcsatornák;

– a magáncsatornák elterjedésével Európában is nagy mértékben csökken a közcsatornák hallgatottsága, nézettsége (délután az emberek már ma is többet hallgatják a kereskedelmi, mint a közszolgálati rádiócsatornákat);

– az állami csatornák magánosítása Nyugaton sem változtatta meg ezek műsorpolitikáját (lásd Franciaországban a TF1 eladását);

– az állami csatornák nagy része most is a szórakoztatásra összpontosít (lásd a TV 1-et, a TV 2-t és a Petőfi Rádiót);

– a csatornák hallgatottságát, nézettségét nem a kínálat, hanem a kereslet határozza meg;

– a hallgatók, nézők csak azokat a politikai, kulturális stb. közleményeket fogadják be, amelyek érdeklik őket (szelektív észlelés, szelektív válogatás, szelektív emlékezés).

Mégis mivel magyarázhatjuk a közcsatornák fenntartásához való ragaszkodást? Ennek több oka is van:

1. Míg Észak-Amerikában a rádió- és a televízióállomások az alulról felfelé szerveződő államok keretében jöttek létre, Európában a felülről lefelé szerveződő nemzetállamokat reprezentáló intézményekké váltak (rádiók) vagy eleve így is jöttek létre (rádiók, tévék). Ezzel összhangban olyan intézményeknek tekintik őket, amelyeknek a nemzetállam működéséhez szükséges politikai és kulturális feladatokat kell ellátniuk.

2. A közcsatornáktól elvárt feladatok egybeesnek a politikusok, az értelmiség és a politikai, kulturális stb. műsorokat készítő újságírók érdekeivel.

3. Magyarországon a politikai és a kulturális életben erős hagyományai vannak annak az eszmének, hogy a kultúrát és általában a közéletiséget „be kell vinni" az emberek közé.

A politikai rendszerváltás nyomán elvileg a tulajdonviszonyok és a hatalmi viszonyok megváltozásának egyaránt be kell következnie a közcsatornákban.

Annak minden bizonnyal több oka is van, hogy ez évekkel az egypártrendszer megszűnése után, a médiumokra vonatkozó egyes törvények elfogadásával sem egyértelmű.

Az egyik ok az, hogy Magyarországon az államszocializmus felmorzsolódásában jelentős szerepük volt a tömegközlési eszközöknek. A kommunista rendszer fokozatosan bomlott fel, és fokozatosan alakult ki a differenciált nyilvánosság. A rendszerváltás bizonyos szempontból éppen a médiumokban kezdődött a Kádár-korszak utolsó éveiben. Ez egy olyan, jelenleg is tartó folyamat, amelyhez a vonatkozó törvények elfogadása ugyan jelentősen hozzájárult, de amelyet pusztán ez a jogalkotási aktus nem zárt – nem is zárhatott – le.

Már csak azért sem, mert a médiumokat a rendszerváltásban való sajátos közreműködésük – és ezt tekinthetjük a másik oknak – meghatározó politikai tényezővé, sőt, „politikacsinálóvá" avatta. E szerepük tette lehetővé, hogy a közcsatornák meghatározó személyiségei a helyükön maradjanak. A közcsatornák túlpolitizáltsága tovább fokozódott az első szabad választások utáni években az Antall-kormány konfliktusokkal teli értelmiségi politikája következtében, hiszen – ellentétben a korábbi időszakkal – az új hatalomhoz való viszonyuk szempontjából egymástól nagyon is különböző csoportok élesen és immár nyilvánosan is szembe kerültek egymással. A közcsatornák a politikai csatározások kitüntetett helyszíneivé váltak. Ahhoz pedig, hogy a közcsatornák a politikai szerepből kilépve megtalálják és megalkossák a konszolidált polgári társadalmakra jellemző közvetítői, interpretátori és szolgáltatói szerepet, továbbá hogy kialakuljanak a mindenkori hatalomhoz való viszonyuk alapelvei, egyértelmű játékszabályokra van szükség. A médiumokra vonatkozó törvények ezek kialakulásának csak a lehetőségeit teremtik meg.

Végül: a politikai hatalom újraelosztásával párhuzamosan megindult harc a gazdasági hatalom újraelosztásáért nem hagyta érintetlenül a tömegközlési eszközöket sem. Ez a harc több szinten is zajlik: a kulturális életet befolyásoló politikai szférában, a műsorkészítő iparban, az országos és a helyi frekvenciaelosztás területén. A médiapiacért folyó harc maga alá gyűrte a közszolgálatiság eszméjét.

Ahogy az előző ciklusban a politikai érdekkonfliktusok, úgy a mostaniban a gazdaságiak határozzák meg a médiapiacot. Miközben abban változatlanul mindenki egyetért, hogy szükség van közcsatornákra, abban már megoszlanak a vélemények, hogy ezek hogyan működjenek, hogyan szolgálják a közjót és mi jó a köznek. A korábban oly egyértelműnek tűnő közszolgálatiság eszméje bevonult a különböző érdekcsoportok harci fegyvertárába. Tartalmán mindenki azt érti, ami a legjobban felel meg politikai beállítottságának és gazdasági érdekeinek. A közszolgálatiság koncepciójának kidolgozása és társadalmi elfogadása – úgy tűnik – sokkal jobban foglalkoztatja a témával „hivatalból" foglalkozó társadalomkutatókat, mint magát a szakmát.

Önálló hatalmi tényező-e a sajtó?

„Mindenki, aki számított", vagyis a politikai élet valamennyi aktora egyetértett azzal, hogy a sajtó a rendszerváltás előtti években egyre kevésbé viselkedett a politikai hatalom „engedelmes szolgálólányaként". Az azonban, hogy milyen legyen a médiumok viszonya az új hatalomhoz, a demokratikusan választott kormányhoz, már megosztotta a politikai élet szereplőit. Az újságírók csak a második kormányzási ciklusban szerezhettek személyes tapasztalatokat egy olyan politikai rendszerről, amely a választásokkal lecserélődő kormányzat és az éppen hatalmon lévő pártoktól független politikai intézményrendszer sajátos viszonyán alapul. A mindenkori hatalomhoz fűződő viszonyuk alapelveit azután e tapasztalatok birtokában lehetett kialakítani.

Az első éveket két, egymással szögesen szemben álló elképzelés határozta meg. Ezek – nagyon leegyszerűsítve – a következők voltak:

1. A harcos médiumok a rendszerváltás lezajlásával betöltötték történelmi funkciójukat. Az ellenzékiség értelmét vesztette a nép akaratából, szabadon választott kormánnyal szemben. Egy legitim hatalommal szemben a médiumoknak egyfajta „transzmissziós szíj" szerepét kell vállalniuk, hogy az új, demokratikus rendszer minél jobban megszilárduljon és kiteljesedjen. Ezt a koncepciót elsősorban azok az újságírók vallották a magukénak, akik az MDF vezetésével kormányzó koalíció mellett kötelezték el magukat.

2. Annak, hogy a médiumok igazán betöltsék szerepüket, csak a rendszerváltással teremtődött meg a lehetősége, mert a politikai nyilvánosság intézményes garanciáit csak a demokratikus rendszerek tudják biztosítani. Élni a nyilvánossággal és működtetni azt, nem mást jelent, mint kiteljesíteni a sajtó eredendő kritikai funkcióját. Az új, demokratikus rendszer megszilárdulását a médiumok akkor segítik elő a leginkább, ha nem a politikát, hanem, ha kell (ha a köz feltételezett érdeke úgy kívánja), a politika ellenében is a társadalmat szolgálják. Ezzel a koncepcióval elsősorban azok az újságírók azonosultak, akik az első szabad választások után ellenzékbe került liberális és szocialista pártok valamelyikével rokonszenveztek.

Mint tudjuk, a két koncepció ütközése vezetett az úgynevezett médiaháborúhoz, aminek témánk szempontjából legalább három következményét érdemes kiemelnünk:

a. A közvélemény előtt addig kevésbé tagolt újságíró-társadalom a médiaháború során politikailag „felcímkéződött". Nevek és pártok kapcsolódtak össze egymással, a szakmai teljesítmény pedig másodlagossá vált: a névvel fémjelzett politikai hovatartozás optikájában mérettetett meg. Ez a folyamat abból a szempontból is megrázó volt a közvélemény számára, hogy az újságírók egy részének látványos politikai „megtérésével", korábban jól elrejtett identitások felmutatásával vagy éppen a régiek újra cserélésével járt együtt.

b. Azáltal, hogy a médiumok a politikai hatalomért folytatott harc legszembetűnőbb színtereivé váltak, az a tévhit alakult ki a közgondolkozásban – de a szakmában, időnként pedig még a politika világában is –, hogy az a politika,

ami a rádióban, a tévében, az újságokban hallható, látható, olvasható. Ez a tévhit annál is inkább fennmaradhatott, mivel „a médiumokban testet öltő politikának" hagyományai voltak: az előző rendszerben a tényleges politikai folyamatok a politikai nyilvánosság hiánya, illetve differenciálatlansága miatt rejtve maradtak. Ezek a „tévhitek" akkor is, később is elfedték a politikai rendszer és a tömegközlési rendszer közötti tényleges kapcsolatot, és akadályává váltak annak, hogy ez a kapcsolat az új viszonyok között normalizálódjon.

c. A médiaháború felszínre hozta az érintett felek szerepzavarát. Ez a szerepzavar a hatalom oldaláról abban az arroganciában nyilvánult meg, aminek a legfőbb üzenete az volt, hogy a hatalom nem annyira a demokrácia „konstans intézményrendszere", mint inkább az aktuális kurzus iránti lojalitást várja el a sajtótól, és rossz néven vesz minden tiszteletlenséget. Ebben az arroganciában könnyen felismerhetjük a sajtótól, mint valamiféle önálló hatalmi tényezőtől való félelmet. Mentségükre szolgáljon, hogy az előző hatalom is félt, ha nem is az újságíróktól, de a sajtónyilvánosságtól. Az újságírók szereptévesztése pedig abban nyilvánult meg, hogy a direkt politizálásban elfelejtkeztek arról, hogy társadalmi megbízásuk a politika közvetítésére, elemzésére, értelmezésére és értékelésére szól. Szereptévesztésük mögött ugyancsak fellelhetjük azt az elképzelést, amely szerint a sajtó önálló hatalmi tényező. Mentségükre szolgáljon, hogy az újságíró szerepének polgári értelmezésére nem sok alkalmuk volt az elmúlt évtizedekben, és hogy a differenciált nyilvánosság megteremtésében valóságos politikai szerepet játszottak, amiből a médiaháború kitörése után szinte lehetetlen volt kitörni.

A média, a közvélemény és a politika „szentháromsága" egymást feltételezik. Egyik sem lehet meg a másik nélkül, és egyik sem helyettesítheti a másikat. Helyi értékük megváltoztathatatlan, egymáshoz való viszonyukat szigorú játékszabályok szabályozzák. Ezek azon a társadalmi konszenzuson alapulnak, hogy a tömegkommunikációs eszközök a politikai nyilvánosság talán legfontosabb (de nem kizárólagos) formáját jelentik, és hogy ezen keresztül tudják befolyásolni mind a politikai folyamatokat, mind pedig a politikai közgondolkozást. A médiumok hatalma hatásukban rejlik. A fentiekből következik, hogy a politikának a médiumoktól való félelme és a médiumok félelme az éppen hatalmon lévő politikai erőktől csak ennek a társadalmi konszenzusnak az alapján és a birtokában szűnhet meg.

Nyilvánosság

Arról sokat (bár nem eleget) tudunk, hogy az egypártrendszer különböző időszakaiban milyen szerepet játszottak a médiumok a politikai közgondolkozás alakításában. De mit jelentenek a közgondolkozás számára akkor, amikor többpártrendszer van? A társadalom tagjai az elmúlt években többször is újrafogalmazhatták mind azt, hogy mit jelent számukra a politika, mind pedig azt, hogy milyen hozzá a viszonyuk. A vélemények szabad áramlásának nincsenek korlá-

tai, a politikai nyilvánosság rendszerének intézményei pedig egyre inkább kiépülnek. Felvetődik azonban a kérdés, hogy a tömegkommunikációs rendszer átalakulásával a politikai nyilvánosság csökkent-e vagy növekedett?

Ma már a sajtó természetesen nem játszik olyan kizárólagos szerepet a politikai nyilvánosságban, mint amilyet az egypártrendszer utolsó időszakában játszott, és az is igaz, hogy a politika is más szerepet tölt már be a társadalom életében, mint amilyet akkor töltött be, amikor az emberek többé-kevésbé magukra utalva álltak vele szemben. A politikai nyilvánosság általános növekedésén belül azonban a sajtó nyilvánosságban játszott szerepe nem csökkent, csak átalakult. A főbb változások a következők:

– Az emberek most már sokféle forrásból – és nem csak a sajtóból – tudnak tájékozódni. Ez a tény szociológiailag és világnézetileg egyaránt differenciálja a politikai információk iránti társadalmi igényeket.

– Az, hogy akárcsak a társadalmi nyilvánosság egyéb fórumain, úgy a sajtóban is sokféle politikai értékrend, értelmezés és világkép fejeződhet ki, „piacosította" a médiumok eszmei kínálatát.

– A tömegkommunikációs rendszer piacosodása nem eléggé járt együtt olyan konzervatív politikai médiumok kialakulásával, amelyek komoly kihívást jelentettek volna a baloldali-liberális politikai sajtó számára.

– A politikai közvélemény befolyásolására való törekvésében a sajtónak egyaránt figyelembe kell vennie a politikai intézményrendszerhez és a politikai élet aktoraihoz fűződő társadalmi tapasztalatokat, a nyilvánosság különböző fórumait és a médiakínálat sokszínűségét.

– A médiumok és a politika viszonya egyenrangúbbá vált.

– A társadalom a nagy politikai átalakulás után egyre inkább depolitizálódik. Alapvetően ezzel magyarázható, hogy a tömegkommunikációs rendszerben csökken a politikum.

– A tömegkommunikációs rendszer szakmailag: tartalmilag és műfajilag is piacosodik. A kereskedelmi rádiók és tévék előretörése piaci kihívást jelent azoknak az adóknak, amelyek a közszolgálatiság igényével lépnek fel.

– Az új regionális lapok bukása és a megyei lapok depolitizálódása arra utal, hogy a helyi társadalom politikai közélete még annyira kialakulatlan, hogy a helyi nyilvánosság Nyugat-Európában és Észak-Amerikában oly sikeres fórumai nálunk még nem tudnak megélni.

– A szabad rádiók számának szaporodása és működésük Magyarországon korábban nem ismert módon járul majd hozzá ahhoz, hogy a társadalom legkülönbözőbb csoportjai a közszolgálati és a kereskedelmi adóktól egyaránt különböző módon fejezzék ki magukat.

– Végül, de nem utolsó sorban: a médiumokban mindinkább körvonalazódik két koncepció a kívánatosnak tekintett tevékenységeikről. Az egyik szerint a közönséget ki kell szolgálni, bármilyenek (alacsony színvonalúak, ízléstelenek stb.) legyenek is az igényei. E koncepció hívei a közönség igényeiről nincsenek túl jó véleménnyel: általában le is becsülik őket. A másik szerint a tömegkommunikációs rendszernek olyan szolgáltatási rendszerré kell válnia, amely a leg-

különbözőbb társadalmi csoportok legkülönbözőbb igényeit képes kielégíteni. Nem kérdéses, hogy e két koncepció magában rejti a sajtó politikai közgondolkozáshoz való viszonyának a különböző alternatíváit is. De a politikai és gazdasági érdekellentétek után, illetve mellett ennek a szakmai ellentétnek csak örülhetünk.

Hogyan lehet megismerni a köz véleményét?

(A közvélemény-kutatás múltja és jelene)

Závecz Tibor

Közvélemény-kutatási eredményekkel az utóbbi 6–8 évben gyakran találkozhattunk a tömegkommunikációban. E kutatási módszer újbóli „feltámadását", nyilvánosság előtti megjelenését a rendszerváltozás hozta magával. Adekvát eszköznek találtatott a demokratizálódási folyamat állomásainak nyomon követéséhez, a többpártrendszer kialakulásának figyelemmel kíséréséhez, a társadalmi nyilvánosság szerkezetének megismeréséhez. Mindezek mellett a parlamenti és önkormányzati választások előrejelzése jelentették az igazi erőpróbát a szakma számára – amit sikerrel teljesített is.

A hazai közvélemény-kutatás története azonban nem csupán az elmúlt évekre korlátozódik, kezdetei összefonódtak a rádiózás megindulásával. Így például, már 1927-ben voltak olyan vizsgálatok, amelyek a rádió-előfizetők körében a műsorok fogadtatását tárták fel. 1935 és 1940 között bővült a repertoár, ekkoriban már a fogyasztási szokásokkal kapcsolatban is készültek felmérések. Ezeknél a vizsgálatoknál a minta kiválasztása, a statisztikai–matematikai apparátus még kezdetleges volt, a módszertan nem volt kiforrott. A háború után, 1945 augusztusában megalakult a Magyar Közvélemény-kutató Intézet, amely 1949 tavaszáig, megszüntetéséig 140 közvélemény-kutatást készített. A vizsgálatok zöme gazdasági és belpolitikai kérdésekkel foglalkozott, de a témák között megtalálhatók voltak a kulturális, szociális kérdések, valamint a külpolitikai események is. Az évek során egyre inkább előtérbe kerültek a piackutatások, és 1948-tól különösen a belpolitikai vonatkozású témák háttérbe szorultak. 1949 elején az intézetet adminisztratív úton feloszlatták. Közel két évtizednyi szünet után újra elkezdődtek a közvélemény-kutatások hazánkban. Legjelentősebb intézményének a Tömegkommunikációs Kutatóközpont és jogutódja a Magyar Közvélemény-kutató Intézet számítottak egészen 1991-ig, amikor is a kormány megszüntette a közszolgálati funkciókat ellátó intézményt. A szakma azonban nem tűnt el, sőt megtalálta helyét a társadalmi–gazdasági átalakulás viszonyai között, jelenleg is több cég működik ezen a területen.

Milyen út vezet az adatokhoz?

A közvélemény-kutatás egy olyan folyamat, ahol az egyes lépések szigorú logikai rendben követik egymást. Nem cserélhetők fel, egyik sem hagyható el, a változtatások a módszer teljességét, így az eredményeket veszélyeztetnék. Az

elvégzendő feladatsorból most ötöt említünk meg, amelyeket különösen fontosnak tartunk.

1. A minta. Lehet bármilyen tökéletes egy kérdőív, zseniális a feldolgozás – ha a minta rossz, az eredmények mit sem érnek. A minta az alapsokaság – ami lehet Magyarország lakossága, egy megye, egy település népessége, egy társadalmi csoport tagjai és így tovább – arányosan kicsinyített mása. A mintavételnek különböző módszereit alkalmazhatjuk, attól függően, hogy az alapsokaságnak mekkora a terjedelme, hogyan oszlik meg, milyen kimutatás áll rendelkezésünkre az alapsokaság elemeiről. A kiválasztásoknak azonban van egy közös alapelvük: *az alapsokaság elemeinek egyenlő esélyt kell biztosítani a mintába való bekerülésre.* Ezt gyakorlatilag úgy érhetjük el, hogy a véletlenre bízzuk, konkrétan mely elemek kerüljenek a mintába. Ha mindegyik azonos valószínűséggel kerül be illetve marad ki a mintasokaságból, akkor megfelelő mintanagyság mellett számíthatunk arra, hogy a minta kicsiben tükrözi az alapsokaságot, tehát reprezentatív lesz. Példaként hadd említsük a választási „exit poll"-okat (a választás napján történő megkérdezéseket). Ekkor az eredményesség talán legfontosabb biztosítéka volt – a logikai és logisztikai feladatok megoldásán túl – a megfelelő minta elkészítése. Ha például Budapest V. kerületében nem figyeltünk volna a területi arányosságra, az egyes szavazókörök választásra jogosultjainak számára, akkor nagyot tévedhettünk volna. Az 1994-es választás második fordulójában ugyanis Vitányi Iván mindössze 2%-kal előzte meg Schamschula Györgyöt. Amennyiben az „exit poll" mintájában a kerület déli része került volna valamelyest túlsúlyba, máris Schamschula győzelmét mértük volna.

2. A kérdések. A mintakészítéssel nagyjából párhuzamosan készül a kérdőív. A feladat az, hogy megtaláljuk a kutatott problémához leginkább adekvát kérdésfajtát, elvégezzük az úgynevezett operacionalizálást: egy probléma megfogalmazását olyan kérdésekkel, amelyekre mérhető válaszok adhatók. E munka során eleget kell tenni jó néhány szakmai követelménynek.

(a) *A kérdés a felvetett problémát a lehető legjobban operacionalizálja.* Ha azt akarjuk megtudni, hogy egyes politikusok mennyire népszerűek külön-külön, akkor a módszer: egyenként felsorolva a politikusokat leosztályoztatjuk őket az ellenszenv–rokonszenv skálán. Rossz megfogalmazás lenne, ha például így kérdeznénk: „Kik azok a politikusok, akiktől leginkább elvárható, hogy előrevigyék az országot?" Ebben a megfogalmazásban ugyanis két kérdés is lakozik: keveredik egymással a politikus népszerűségének és pozíciójának megítélése.

(b) *Közérthető legyen.* A kérdezett számára világosan és érthetően megfogalmazódjék, hogy mi a feladat: milyen kérdésre milyen módon kell választ adni. Itt egy elrettentő példát mutatunk be a rossz kérdésre. „Véleménye szerint a jövőben a kisebb és a nagyobb felelősségű munkát végző emberek közötti jövedelemkülönbségeknek növekednie, csökkennie vagy változatlannak kellene maradnia?"

(c) *Ugyanazt a tartalmat hordozza a társadalom minden rétege, minden kérdezett számára.* Ne legyen szubkulturális tartalma, például lakossági mintán ne próbálkozzunk elitértelmiségiek számára adekvát kérdésekkel. Például ilyennel:

„Ezen a kártyalapon a 20. századi magyar szellemi élet néhány – már nem élő – jelentős személyiségének nevét olvashatja. Kérem válassza ki azokat, akiknek a nemzeti kérdésben vallott álláspontja mérvadó az Ön véleményének kialakításában." (A kártyalapon szereplő nevek: Ady Endre, Bibó István, Erdélyi József, Féja Géza, Illyés Gyula, Jászi Oszkár, Kodolányi János, Kovács Imre, Lukács György, Molnár Erik, Németh László, Révai József.)

(d) *Szakmailag korrekt legyen, ne befolyásolja a kérdezettet semmilyen irányban.* A kérdésfeltevésnél fel kell kínálni a lehetséges alternatívákat, a kérdéseknek „kiegyensúlyozottnak" kell lennie. Így például a rokonszenv–ellenszenv, illetve az előnyök–hátrányok feltárásakor a skálákon ugyanannyi „pozitív" és „negatív" tényező legyen. (Például: „Ön mennyire elégedett a közbiztonsággal: nagyon elégedett; elégedett; elégedetlen; nagyon elégedetlen.")

A kérdések összessége még nem jelent kérdőívet, ehhez szerkesztési feladatokat is el kell végezni. Nagyon fontos például a kérdések sorrendje. Nem szabad, hogy egymást befolyásolják. Így például, ha egy pártról hosszasan kérdezünk a kérdőívben, utána nem szabad feltenni azt a kérdést, hogy „kire szavazna". A hasonló jellegű témákat lehetőleg egymás mellé kell tenni egy kérdőíven belül. Nem szerencsés váltogatni a témákat, mert ez megterhelő a kérdezett személy számára. Kerülni kell az átfedéseket a kérdések között, nem szabad, hogy az interjúalany úgy érezze: ezt már hallottam, az előbb is erre válaszoltam. A kérdőívkészítés során figyelembe kell venni, hogy egyszeri használatra készül vagy monitor-jellegű kutatásról van-e szó. Utóbbi esetben ugyanis időtálló kérdéseket kell megfogalmazni, olyanokat, amelyek nem kötődnek aktualitásokhoz, évek múltán is megállják a helyüket (a fent említett közbiztonságra vonatkozó kérdés például ilyen). A kérdőív ne legyen túlságosan hosszú; a tapasztalatok szerint az egy órát meghaladó kérdezési időszakban az interjúalany tűrőképessége már alacsony, nincs kedve, ereje válaszolni. Célszerű a kérdezettre vonatkozó – az elemzéshez szükséges társadalmi–demográfiai – adatokat egy csokorba gyűjteni és így megkérdezni. A legjobb helye ezen információkéréseknek a kérdőív végén van, ugyanis itt már nem kell a fárasztó tartalmi blokk után tovább gondolkodnia a válaszokon, a személyi adatokra eléggé mechanikusan tud felelni.

3. Az adatfelvétel. Ez az a fázis, amit a kérdező–kérdezett–kérdőív „szentháromsága" határoz meg. Számtalan kulisszatitka van, ezekből most csak kettőt villantunk fel.

(a) A kérdezőnek a sztenderditás követelményének meg kell felelnie, a kérdések sorrendjétől, szövegétől semmiképpen sem térhet el, továbbá figyelembe kell vennie azokat az instrukciókat, amelyek a kérdőívben szerepelnek. Nem fűzhet értelmező magyarázatokat a kérdésekhez, még akkor sem, ha a kérdezettek ezt kérik tőle. Csak így lehet garantálni, hogy egy kutatásban a 100–150 kérdező nagyjából azonos interjúszituációt teremtsen.

(b) A kérdezőnek pszichológusi felvértezettséggel kell rendelkeznie, meg kell tudni oldania a váratlan helyzeteket, mindvégig figyelve arra, hogy minél több értékes választ kapjon a felkeresett személytől. A kérdező és a kérdezett kap-

csolata verbális, nem-verbális és metakommunikációs megnyilvánulások sorozata. Ezt a viszonyt a kérdező alakítja, de a főszerepben mégsem ő, hanem a kérdezett személy található. Az interjúalany dönti el, hogy válaszol vagy sem (a kérdőívek címoldalán olvasható is: „A válaszadás önkéntes"), de szelíd rábeszéléssel azt kell elérni, hogy feleljen a kérdésekre.

4. Az ellenőrzés. Ez a munkafolyamat az adatok hitelességét erősíti. Ellenőrzik a kérdezőket, a kérdőívek valódiságát, tartalmát. Vannak régi, hagyományos módszerek, mint például a kérdezők szúrópróbaszerű kontrollja, annak ellenőrzése, hogy jártak-e a mintába került személynél. Meg kell nézni alaposan a kérdőíveket, a „beépített" ellenőrző kérdések sok támpontot adnak. Számítógépes kontroll is gyakran történik. Vizsgálják például azt, hogy egy adott interjúkészítő kérdőíveiben milyenek a pártpreferenciákra vonatkozó kérdésre adott válaszok. Ha minden általa megkérdezett személy X pártra szavaz, és e párt politikusairól is csak kedvező vélemények vannak, az gyanút kelt, további ellenőrzést igényel.

5. Az elemzés. A kutatóknak nemcsak a folyamat elején, a kérdőív készítésekor van feladatuk, hanem az utolsó fázisban, az elemzésnél is. A legfontosabb szakmai–etikai követelmény az adatoktól való megfelelő távolságtartás, a tárgyilagosság. Az elemzőnek soha nem szabad politikai hitvallását, világnézetét előtérbe helyezni. Minden esetben ki kell emelni a kutatásban mért domináns véleményeket, a kisebbségi álláspontokat az azoknak megfelelő súllyal kell kifejezni. Értelmezni, s nem értékelni kell az adatokat. Ugyanakkor törekedni kell arra, hogy az adatközlés tárgyszerűsége ne legyen unalmas.

Mire jó és mire nem a közvélemény-kutatás?

A továbbiakban szeretnénk bemutatni a közvélemény-kutatás értelmezési kereteit, korlátait. Rövidebben szólva: mire alkalmas és mire nem ez a szociológiai módszer? Nem alkalmas arra, hogy társadalmi, politikai események, történések bekövetkezéséről közvetlen módon prognózist adjon. Ez persze egyáltalán nem azt jelenti, hogy nem érdemes, nem célszerű ilyen típusú prognózisokat készíteni. A lényeg inkább az, hogy a közvélemény-kutatás során kapott eredményeket „egy az egyben" felhasználva nem tudnánk pontos prognózist adni. A pontossághoz, a becsléshez olyan tapasztalatok is kellenek, amelyeket a folyamatos mérések biztosítanak. A választások előtt végzett közvélemény-kutatások során például a részvételi szándékot firtató kérdésre mindig többen válaszolnak igenlően, mint ahányan végül is részt vesznek. A kutatóknak viszont meg kell tudniuk becsülni a részvételt, ami csak a korábbi tapasztalatok birtokában lehetséges. A pártok erősorrendjének, választási eredményének becsléséhez is nélkülözhetetlen az a tudás, amely a választások közötti időszakban végzett közvélemény-kutatásokból származik.

Vagy vegyünk egy másik példát. Ha januárban végzünk egy közvélemény-kutatást a nyaralási szándékokról, az eredményekből nem következtethetünk a

tényleges nyaralók számára. Ugyanakkor annyit megállapíthatunk, hogy aki az év elején kinyilvánította nyaralási szándékát, az nagyobb valószínűséggel megy el, mint az, aki nem tervezte.

Mind a választási, mind a nyaralási példában a részvételi szándék kinyilvánítását a társadalmi–pszichológiai alapú „kultúrnyomás" befolyásolja: a környezet a szavazást és a nyaralást pozitívan értékeli.

A közvélemény-kutatási eredmények önmagukban nem adnak magyarázatot társadalmi jelenségekre, folyamatokra, de alapul szolgálhatnak az értelmezéshez. A kutatási jelentések leíró jellegűek, nem vállalkoznak arra, hogy spekulatív módon különböző oksági viszonyokról elmélkedjenek.

A közvélemény-kutatás ugyanakkor kiváló eszköz arra, hogy megismerhető legyen a lakosság véleménye különböző társadalmi, politikai, gazdasági kérdésekről. Feltárhatók a vélemény-együttjárások, a nézetrendszerek, a társadalom egyes rétegeiben mutatkozó azonosságok és különbségek. A vélemények típusain, jellegzetességein kívül számosságuk is mérhető. A módszer nemcsak manifeszt megnyilvánulások feltárására alkalmas, hanem a látens nézetek, az attitűdök megismerésére is.

A közvélemény-kutatást nem kell túlértékelni, de lényegtelennek tekinteni sem érdemes. Egy döntés meghozatalánál lehet támaszkodni személyes tapasztalatokra, tartalomelemzésre, optimalizációs hatásvizsgálatokra, szakértői tanácsokra és így tovább. Ebbe a sorba illeszkedhetnek a közvélemény-kutatások is, amelyek eredményei révén érzékelhetővé válik a döntések környezetét jelentő társadalmi közhangulat.

Az intézményrendszer presztízsének alakulása a rendszerváltás első négy évében

Vásárhelyi Mária

„...A kommunizmus negyven éven át próbálta aláásni a katolikus egyház tekintélyét, eredménytelenül; agresszív papjaink és politizáló érsekeink azonban a szabadság két éve alatt megtették ezt." Így jellemzi A. Michnik az egyházak tekintélyvesztését Lengyelországban. Ha a magyarországi helyzetet kívánnánk értékelni, csupán egy kiegészítést tehetnénk Michnik szavaihoz, miszerint az egyházak tekintélyének csorbulásánál csak a média presztízsének zuhanása látványosabb, s a sajtószabadság négy évtizeden át tartó lábbal tiprása nem ártott annyit a média presztízsének, mint a kivívott sajtószabadság zászlaja alatt folytatott médiaháború négy éve. Legalábbis erre mutatnak annak a közvélemény-kutatásnak az eredményei, amelyet 1000 fős országos reprezentatív mintán végeztünk először 1991-ben az azóta felszámolt Magyar Közvélemény-kutató Intézetben, majd 1994 áprilisában az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoportjában. E kutatás során többek között arra kerestünk választ, hogy milyen mértékű elégedettség illetve tekintély övezi a legfontosabb politikai, állami és helyi intézmények működését, és mekkora hatalmat tulajdonítanak ezeknek az emberek.

Az 1994-es választások idején sokféle számvetést olvashattunk a mögöttünk hagyott négy esztendő hasznáról és káráról, és nem egyszer találkozhattunk azzal a megállapítással is, amely egyik legfontosabb eredményként a demokratikus intézményrendszer megszilárdulását említi. Nos, intézményi oldalról kétségkívül helyénvaló e megállapítás, ám érdemes azt is figyelembe vennünk, hogy a lakosság hogyan tekint a demokrácia megújuló és újonnan kiépülő intézményeire, teljesítik-e ezek hivatásukat, valóban a *démosz* szolgálatában állónak látja-e működésüket a közvélemény. Tekintettel arra, hogy a két fent említett vizsgálat között három év telt el, lehetőségünk volt arra is, hogy összehasonlítsuk, miként változott ezen intézmények presztízse a rendszerváltás óta eltelt idő során. A két kutatás eredményeinek összehasonlítása jelzi, hogy az elmúlt évek során általános tendencia az intézményrendszer tekintélyének csökkenése. (Lásd a 63. oldalon lévő felső táblázatot, amely egy 100 fokú skálán mérte, hogyan értékelte a lakosság a legfontosabb intézmények működését 1991-ben és 1994-ben.) Ugyanakkor kétségtelen tény az is, hogy ez nem csak Magyarországra, sőt még csak nem is csupán Kelet-Közép-Európára jellemző folyamat, hanem a fejlett demokráciákban is érvényesülő tendencia. A Magyarországon és a térség más országaiban tapasztalható tekintélyvesztés hátterében azonban vélhetően egészen más okok húzódnak meg, mint a nyugati államok esetében. A kelet-közép-európai

országokban feltehetően egyrészt a demokratikus átmenetnek az intézményrendszer megváltoztatásával, átalakításával kapcsolatos sajátosságaiban, másrészt az általános csalódottságban, kiábrándultságban kereshetők a presztízsvesztés okai.

Szervetlen intézményi fejlődés

Az intézmények, amelyeknek legfontosabb feladata a társadalmi normák és értékek képviselete, betartása és betartatása, valamint a társadalom működésének hatékonyabbá tétele és stabilizálása, sajátos módon jöttek létre vagy alakultak át ebben a térségben az átmenet során. Amíg ugyanis a mára fejlett gazdasággal és intézményi struktúrával rendelkező nyugati demokráciákban évszázadokon keresztül formálódtak az intézmények, és idomult egymáshoz a társadalom és az általa létrehozott intézményrendszer, addig ebben a térségben, figyelmen kívül hagyva a társadalmi-gazdasági fejlettség szintjét és a helyi sajátosságokat, megpróbálták egy az egyben lemásolni, átültetni a nyugaton kifejlődött és bevált intézményrendszert. Az intézményi átalakulást tehát éppen úgy, mint az egész modernizációs folyamatot, nem a társadalom és a gazdaság önmozgása kényszerítette ki és csiszolta össze, hanem a máshol, más körülmények között bevált intézményeket „vezették be felülről". Így azután, mivel az intézmények kialakulása nem szerves önfejlődés eredménye, s az általuk képviselt normák, értékek nem az adott társadalom saját maga által kitermelt normái és értékei, ezek gyakran nehezen vagy egyáltalán nem illeszthetők a társadalmi-gazdasági környezet által teremtett feltételrendszerbe, és az intézményrendszer működését az illesztési problémákból eredő számtalan diszfunkcionalitás jellemzi. Éppen ezért az intézmények legitimitása sem olyan kézenfekvő, mint azokban a társadalmakban, amelyek maguk teremtették ezeket. Így az intézmények által képviselt normák és értékek, részben a diszfunkcionális működés, részben az átmenet társadalmi „költségei" által kiváltott egyébként is növekvő társadalmi feszültségek miatt mind gyakrabban kérdőjeleződnek meg.

Ebből következően eltérően alakult a különböző típusú és funkciójú intézménycsoportok és az egyes intézmények tekintélye. Az elmúlt négy év nagy „tekintélyrombolója" a politika: elsősorban a közvetlenül politikai intézmények tekintélye csorbult, valamint azoké, amelyek ugyan eredendően nem politikai jellegűek, de működésüket a közvélemény számára érezhetően befolyásolta a politika.

A médiumok tekintélyvesztése

A legdrámaibb tekintélyvesztést a médiumok körében tapasztalhatjuk, amelyek presztízse néhány év alatt példátlan mértékben csökkent. Más kutatási eredményeink is alátámasztják, hogy a közszolgálati rádió és televízió, amelyek működését korábban igen magasra értékelte a közvélemény, mára elveszítette ezt a

megbecsültséget. A választások előtti hetekben a lakosság kétharmada többé-kevésbé egyetértett azzal az állítással, hogy a rádió és a televízió a kormány szócsövévé vált, és ugyanennyien voltak, akik részben vagy teljesen egyetértettek azzal is, hogy a kormány minden kritikus hangot el akar hallgattatni a közszolgálati médiumokban. Ezen túl a megkérdezettek 43%-a teljesen, további 25%-a pedig részben egyetértett azzal is, hogy a kormány ki akarja sajátítani ezeket a médiumokat. Szomorú tényként regisztrálhatjuk, hogy miközben „rendületlenül haladtunk a demokratikus jogállamiság kiteljesedése felé", egyre kevesebben vélekedtek úgy, hogy töretlenül érvényre jut a sajtó szabadsága Magyarországon. Míg 1991-ben az emberek 35%-a, addig 1994 májusában mindössze 16%-a ítélte úgy, hogy teljesen szabad a sajtó Magyarországon. A fent leírtak súlyát növeli az a tény, hogy a 80-as években a rádió és a televízió működését széleskörű elégedettség kísérte, és az intézmények presztízshierarchiájában az első helyen szerepeltek. Így volt ez, annak ellenére, hogy a lakosság többsége tisztában volt azzal, hogy a médiumok esetenként torzítva vagy egyáltalán nem tájékoztattak hírekről, eseményekről. Abban, hogy napjainkra nemcsak önmaga korábbi státusához mérten, hanem más intézményekkel összehasonlítva is drámaian zuhant a két közszolgálati médium tekintélye, az jut kifejezésre, hogy a médiaháború, egyértelmű politikai indíttatása ellenére, a politikai tájékoztató tevékenységen messze túlmutató következményekkel járt, és nemcsak a tájékoztatás hitelét rombolta le, hanem a közszolgálati médiumok működésével kapcsolatos korábban tapasztalt általános elégedettséget is aláásta. Hogy e rombolás a médiaháború eredménye, azt az is alátámasztja, hogy korábban a közvélemény-kutatások eredményei szerint a közvélemény magasabbra értékelte az elektronikus médiumokat, és nagyobb presztízs övezte ezeket, mint a nyomtatott sajtót, mára azonban ez a helyzet megfordult.

A válaszok mögött kitapintható összefüggések arra mutatnak, hogy mind az elektronikus, mind pedig a nyomtatott sajtó tekintélye szorosan összefügg néhány társadalmi-demográfiai jellemzővel és politikai értékpreferenciával.

Általánosságban megállapítható, hogy az iskolai végzettség emelkedésével és az életkor csökkenésével párhuzamosan egyre alacsonyabb a médiumok presztízse az egyes társadalmi rétegekben, és a legmagasabban iskolázott fiatalabb korosztályok körében értékelik legalacsonyabbra ezek tevékenységét (lásd a 62. oldalon lévő táblázatot). Ugyanakkor látványos politikai megosztottság is tetten érhető a véleményekben. Míg a nyomtatott sajtó presztízse a volt ellenzéki pártok támogatóinak körében lényegesen magasabb, mint a volt kormánypártok hívei között, addig az elektronikus médiumok esetében éppen fordított a helyzet.

Még egy tényező van, amely erőteljesen differenciálja a médiumok tevékenységének megítélését: ez pedig a vallásosság. Minél erősebben kötődik a kérdezett az egyházhoz, annál valószínűbb, hogy magasra értékeli a rádió és a televízió tevékenységét, és ugyanez fordítva is igaz (lásd a 62. oldalon lévő táblázatot). Ez a jelenség egyértelműen a televízióban az elmúlt néhány év során bekövetkezett ideológia- és struktúraváltás eredménye, mivel korábban hasonló típusú összefüggés nem érvényesült. A médiumok tekintélyének értékelésekor még egy

említésre méltó jelenséget értünk tetten: szignifikáns összefüggés mutatható ki a rádió és a televízió helyzete és a sajtószabadság kérdése iránti érdeklődés, valamint a médiumok presztízsének alakulása között (lásd a 62. oldalon lévő táblázatot). A kialakult helyzetet ismerve nem meglepő, inkább csak szomorú, hogy az elektronikus média tekintélye csak azokban a társadalmi rétegekben nem csökkent, amelyek tagjait egyáltalán nem érdekli a média és a sajtószabadság kérdésköre, és megfordítva, minél nagyobb érdeklődés mutatkozik a megkérdezettek részéről a média helyzete és a sajtószabadság kérdése iránt, annál alacsonyabbra értékelik a média presztízsét.

Az egyházak, a politikai és állami intézmények tekintélyváltozásai

A kutatás tapasztalatai szerint, hatalmi befolyásuk erősödésével és jelentős anyagi gyarapodásukkal fordított arányban változott az egyházak tekintélye a rendszerváltás első négy éve alatt. Arra, hogy az emberek többsége nem nézi jó szemmel az egyházak és vezetőik politikai szerepvállalását, korábbi kutatási eredmények is figyelmeztettek. Egy 1993 elején végzett közvélemény-kutatás tanúsága szerint a lakosság 57%-a már ekkor egyértelműen annak a véleményének adott hangot, hogy nem helyesli az egyházak politikai szerepvállalását. Emellett minden második megkérdezett azt is egyértelműen helytelenítette, hogy az egyházak vezetői politikai kérdésekben a nyilvánosság bármely fórumán véleményt mondjanak. Az, hogy az emberek miként ítélik meg az egyházak működését, értelemszerűen összefügg világnézetükkel. Általánosságban: minél erősebb a vallásos érzület a megkérdezettben, illetve, minél erősebben kötődik az egyházhoz, annál pozitívabban ítéli meg ezek tevékenységét. Ugyanakkor azonban, és ez igen nyomatékos figyelmeztetés az egyházak számára, az egyházak tekintélye csaknem ugyanolyan mértékben csökkent a hívők és nem hívők körében (lásd a 64. oldalon lévő táblázatot).

Súlyos presztízsveszteséget könyvelhet el a parlamenti demokrácia működésének első számú letéteményese, az Országgyűlés is. Hogy az első szabad választások után egy évvel nem örvendett igazán nagy tekintélynek a Parlament, arra legalább részben magyarázatul szolgálhat az elmúlt évtizedek súlytalan és formálisan működő parlamentjének közeli emléke. Arra azonban, hogy az elmúlt három év során presztízsnövekedés helyett ezzel éppen ellentétes folyamatot regisztrálhatunk, már nem kereshetjük másban a magyarázatot, csak a Parlament jelenlegi működésében.

Kutatásunk ugyancsak szolgáltat némi magyarázatot arra, hogy milyen tényezők állnak e tekintély csökkenésének hátterében. Az emberek többsége a legtöbb kifogást a képviselők személyével, mentalitásával kapcsolatban fogalmazta meg, és a Parlament presztízsvesztésének hátterében is elsősorban ez húzódik meg. Az 1994-es választások előtti hetekben a lakosság mindössze 11%-a vélekedett úgy, hogy a képviselők többsége alkalmas feladatának ellátására, 44%-uk részben, további 35%-uk pedig teljesen alkalmatlannak ítélte többségüket arra, hogy

vállalt feladataiknak eleget tegyenek. Hasonlóan lesújtó eredmény, hogy a parlamenti demokrácia negyedik évének végére lényegében általánossá vált az a vélekedés, hogy a képviselők többsége elsősorban „saját pecsenyéje sütögetésére" használja fel pozícióját. Mindössze az emberek 7%-a utasította el egyértelműen ezt a megállapítást. A többség úgy véli, hogy a Parlamentben nem az igazán fontos dolgokról esik szó, és úgy látják, a legfontosabb kérdések a Parlamenten kívül dőlnek el.

A „politikacsinálók" tekintélyének alakulása látványosan összefügg azzal, hogy milyen pozícióban politizáltak az elmúlt négy év során, és mekkora hatalmat tulajdonított nekik a közvélemény. Míg az ellenzéki pártok presztízse nem változott a vizsgált periódus alatt, addig a kormány, a koalíciós pártok és a miniszterelnök presztízse – bár eltérő mértékben –, de egyaránt csökkent.

Ennek hátterében figyelemreméltó összefüggések rajzolódnak ki (lásd a 63. oldalon lévő középső táblázatot). Ha együttesen vizsgáljuk az intézmények presztízsét és a nekik tulajdonított hatalom mértékét, akkor általánosságban megállapíthatjuk, hogy minél nagyobb gyakorlati hatalmat tulajdonít a közvélemény egy-egy intézménynek, annál magasabb annak presztízse. Ugyanakkor érthető módon eltérő mértékben jellemzi ez az összefüggés a kormányon lévők és az ellenzéki pozícióban politizálókat. Összességében azonban egyértelműen érvényesülő tendencia a politikai presztízs és a hatalom mértékének összefüggése.

Ugyanakkor a tekintély és a hatalom kapcsolatát elemezve másfajta sajátos összefüggéseket is tetten érhetünk. Nevezetesen: a kormány és az Országgyűlés intézményeinek tekintélye rendre magasabb korrelációt mutat az ellenzéki intézményeknek tulajdonított hatalom mértékével, mint a saját intézményekével. Ez azt jelenti, hogy akik az átlagosnál elégedettebbek a kormány és intézményei, valamint a Parlament elmúlt négy évében nyújtott teljesítményével, azok értékelik az átlagosnál magasabbra, esetenként irracionálisan magasra a köztársasági elnök, az ellenzéki pártok és a helyi szervezetek hatalmát. Ez a gondolkodás abból az elképzelésből táplálkozik, hogy a kormánypártok és a Parlament azért nem tudtak jobb teljesítményt nyújtani, mert nem rendelkeztek elég hatalommal ahhoz, hogy érvényre juttassák akaratukat, avagy megfordítva: a köztársasági elnök, az ellenzéki pártok és a helyi intézmények túlhatalma épített gátat a kormány tevékenysége elé. Általánosabb azonban az a tendencia, amely szerint az elmúlt négy év során a kormány, illetve a kormánypártok, a miniszterelnök és az Országgyűlés voltak a legnagyobb befolyással arra, hogyan alakultak a dolgok az országban, és a hatalom mértékével fordítottan arányos a teljesítményükkel való elégedettség.

További figyelemre méltó összefüggést is regisztrálhatunk: minél távolabb kerülünk az elmúlt négy év központi hatalmi intézményeitől, annál szorosabbá válik a kapcsolat az intézmények presztízse és az ezeknek tulajdonított hatalom mértéke között.

Ezen általánosan érvényesülő tendenciák mellett a kutatási eredmények arra is rámutatnak, hogy az ország vezetésével való elégedettség nagyon is konkrét motivációkkal függ össze. Nevezetesen: szoros pozitív összefüggés mutatkozik

a kárpótláshoz, az igazságtételhez, az EXPO-hoz való viszony és a kormány munkájának megítélése között (lásd a 63. oldalon lévő alsó táblázatot). Az elmúlt évek kormányzata azok körében rendelkezik a legnagyobb tekintéllyel, akik számára az itt felsorolt kormányzati döntések fontosak voltak. Ugyanakkor ugyanebben a körben nem tarthatnak igényt számottevő érdeklődésre olyan kérdések, mint az infláció problémája, a szakszervezetekkel kapcsolatos kérdések, a médiumok függetlensége, a munkanélküliség. Anélkül, hogy túlpszichologizálnánk a válaszok értelmezését, kézenfekvőnek tűnik az a feltevés, hogy itt a válaszok hátterében egyfajta elhárítási mechanizmus működik. Nevezetesen: az eképpen vélekedők feltehetően a súlyos kérdések szőnyeg alá söprésével, illetve bagatellizálásával próbálják saját gondolkodásukban feloldani azt a disszonanciát, hogy a kormány éppen e korántsem elhanyagolható területeken szenvedte el a leglátványosabb kudarcokat. A fenti népszerűségnövelő intézkedések hatását tekintve tehát jól számított az előző kormány, „csupán" azok számosságát mérte fel rosszul, akiknek körében kormánypárti szavazatra konvertálódott ezek kedvező fogadtatása.

Az érdekképviseleti szervek presztízse

A Kádár-rendszer gyakorlatilag semmiféle mozgásteret nem nyújtott a munkavállalói szolidaritásnak. A szakszervezetek hatalmat kiszolgáló tevékenysége azt eredményezte, hogy a paternalista alapokon nyugvó egyéni érdekérvényesítés mechanizmusai erősödtek meg és váltak követendő magatartásmintává a munkavállalók körében. A szakszervezetek működése kimerült néhány szociális juttatás – üdülői beutaló, óvodai férőhely, szociális segély stb. – osztogatásában, de még ebben sem élveztek valódi autonómiát. Tekintettel arra, hogy Magyarországon a szakszervezeti mozgalom mozgástere korábban – a 1920-as–1930-as években – is meglehetősen korlátozott volt, a történelmi hagyományokból gyakorlatilag teljes mértékben hiányzik a munkavállalói szolidaritás élménye. Más közvélemény-kutatások eredményei is igazolják, hogy az emberek nincsenek tisztában a szakszervezetek valódi funkcióival, és az érdekérvényesítés területén nem is várnak semmit a szakszervezetektől. A hagyományok mellett a jelenlegi gazdasági és politikai helyzet is inkább az egyéni érdekérvényesítés, semmint a szolidaritás erősödésének irányába mozdítja a munkavállalókat. E tényezők szolgálnak magyarázatul arra, hogy 1991-ben is a szakszervezetek presztízse volt a legalacsonyabb, és tekintélyük az elmúlt évek során sem emelkedett. Így van ez az életkörülmények és a munkahelyek biztonságának drámai romlása ellenére, mégpedig azért, mert a szakszervezetek nemcsak a presztízshierarchiában sorolódtak az utolsó helyre, hanem a hatalmi befolyásukat tekintve is. A hatalom és a tekintély a szakszervezetek esetében függ a legerőteljesebben össze, ami azt jelenti, hogy az emberek világosan érzékelik, hogy az érdekvédelmi intézmények megfelelő működésének domináns kritériuma a hatalom minél erősebb befolyásolása. A társadalom döntő többsége úgy véli, hogy a szakszervezeteknek gya-

korlatilag semmiféle befolyása nincsen arra, hogy az országban hogyan alakulnak a dolgok.

Vélhetően hosszú időnek kell eltelnie addig, amíg az emberek ráébrednek, hogy az érdekvédelemben hosszú távon hatékonyabb eszköz az együttes, mint az egymás rovására történő érdekérvényesítés. Nem valószínű, hogy a szakszervezetek presztízsének növekedését segíti a legnagyobb szakszervezet, az MSZOSZ beépülése a politikai hatalomba, hiszen ez egy skizofrén helyzetet hoz létre, amelyben a hatalom részese kívánja megvédeni a munkavállalókat a hatalommal szemben.

A köztársasági elnök tekintélye

Az egyetlen intézmény, amelynek működését általános és növekvő tekintély övezi, a köztársasági elnöki pozíció. Az intézmény, amelyet Göncz Árpád testesít meg, a társadalom széles rétegeinek megelégedését vívta ki az elmúlt évek során, és mindössze egy viszonylag jól definiálható szűk kisebbség adott hangot elégedetlenségének működésével kapcsolatban. Göncz Árpád tekintélye csupán az egyértelmű politikai szélsőségeket képviselő csoportok körében alacsony, az önmagukat szélsőjobboldalinak, és szélsőségesen konzervatívnak valló réteg tagjai azok, akik elégedetlenségüknek adtak hangot a köztársasági elnök tevékenységével kapcsolatban. Annak, hogy a köztársasági elnöknek az elmúlt évek politikai viharaiban, az ellene mesterségesen keltett hecckampányok ellenére is sikerült megőriznie tekintélyét, nemcsak azért van különös jelentősége, mert így legalább a legfontosabb közjogi méltóság presztízse sértetlen maradt, hanem azért is, mert ez feltehetően önmagán túlmutató súllyal bír a politikai intézmények legitimálásában, a politikai rendszerbe vetett bizalom erősödésében. Ez utóbbi folyamatok jelentőségét nem lehet eléggé hangsúlyozni: a legitimitás és a bizalom erősödése nélkül ugyanis nehezen képzelhető el az előttünk álló gazdasági és szociális válságokkal terhes időszak átvészelése, az egymást követő és egyre kezelhetetlenebbé váló társadalmi megrázkódtatások elkerülése.

Statisztikai táblázatok

Az itt közölt táblázatok lapunk e számának témáira vonatkozó legfontosabb adatokat tartalmazzák.

Közszolgálati televízió Magyarországon 1980–1994-ben

Televízióadók és műsorok	1980	1990	1993	1994
	Berendezések			
Televízió-főadók (darab)	16	27	32	37
Televízió átjátszó adók (darab)	48	143	162	166
Televízióadók teljesítőképessége (kW)	241	400	513	493
	Műsorvételi lehetőség az ország területén az esti órákban (%)			
I. műsor	91	96	99	99
II. műsor	54	92	93	93
	Műsoridő (óra)[a]			
Összes	4 535	7 848	11 426	11 559
Heti átlagos	87	151	219	222
	Televízió-előfizetések száma (1000)			
Budaepsten	597	572	493	458
A többi városban	960	2 358	1 306	2 279
Községekben	1 209		1 020	
Összesen	2 766	2 930	2 819	2737

[a] Tiszta műsoridő, szünet, műsorkitöltés nélkül.

Közszolgálati rádió Magyarországon 1980–1994-ben

Rádióadók és műsorok	1980	1990	1993	1994
	Berendezések			
Rádióadók (darab)	61	73	72	69
Ebből: műsorszóró adók (darab)	49	58	59	..
Rádióadók teljesítőképessége (kW)	3 563	4 718	4 720	4 852
Ebből: műsorszóró adók (kW)	3 412	4 648	4 650	..
	Műsorvételi lehetőség az ország területén az esti órákban (%)			
Kossuth műsor	97	82	82	91
Petőfi műsor	80	54	54	54
Bartók műsor mono	84	93	93	93
sztereo	52	67	67	67
	Műsoridő (óra)			
Összes	19 760	23 368	26 468	26 130
Heti átlagos	380	448	508	502

Forrás: *KSH Statisztikai Évkönyv,* 1995

Vélemények a magyar tájékoztatásról 1991-ben (%)

	Egyetért	Részben egyetért	Nem ért egyet	Nincs véleménye
Az újságírók semmivel sem végzik rosszabbul a dolgukat, mint a más szakmában dolgozók	72	17	8	3
Az újságíróknak több felelősségtudatot kellene tanúsítaniuk	59	25	11	5
Nagyon sokan vannak, akiknek a hangját senki sem képviseli a sajtóban	57	22	12	9
A televíziónak jobban kellene tükröznie az ellentétes nézeteket a politikai vitákban	54	22	20	4
Ma is túlságosan erős a kormány beleszólása a tájékoztatásba	52	23	18	7
A szélsőséges álláspontoknak nem szabad helyt adni a televízióban	46	24	27	3
Túl nagy a pártok befolyása a tájékoztatásra	43	32	19	6
A televízió egyre inkább a kormány álláspontjához igazodik	43	30	23	4
Manapság túl sok a sajtóban a megbízhatatlan információ	42	39	16	3
Túl sok hazai lap került külföldi magántulajdonba	36	20	16	28
Igazán megbízható, mértékadó lap ma sincs Magyarországon	36	27	27	10
A sajtó ma lényegében kifejezi a közvéleményt	29	46	21	4
A tájékoztatás ma hiteles képet ad arról, ami az országban történik	21	44	32	5
Magyarországon a sajtószabadság eléri a nyugati országok szintjét	15	23	43	19
Egészében véve a sajtó ma túlságosan ellenzéki	12	27	53	8

Forrás: *Jel-Kép*, 1994/1.

A média iránti beállítódások Magyarországon 1991-ben (az átlagtól való eltérések, %)

	Liberális kritika	Konzervatív kritika	Elégedettség
Ma is túlságosan erős a kormány beleszólása a tájékoztatásba	+22	–46	–28
A televízió egyre inkább a kormány álláspontjához igazodik	+18	–31	–31
Túl nagy a pártok befolyása a tájékoztatásra	+15	–3	–39
A televíziónak jobban kellene tükröznie az ellentétes nézeteket a politikai vitákban	+14	–9	–25
Nagyon sokan vannak, akiknek a hangját senki sem képviseli a sajtóban	+9	+5	–30
Egészében véve a sajtó ma túlságosan ellenzéki	–7	+54	–7
Az újságíróknak több felelősségtudatot kellene tanúsítaniuk	+1	+36	–22
A szélsőséges álláspontoknak nem szabad helyt adni a televízióban	–6	+34	–1
Magyarországon a sajtószabadság eléri a nyugati országok szintjét	–13	+25	+24
Igazán megbízható, mértékadó lap ma sincs Magyarországon	+6	+24	–29
Manapság túl sok a sajtóban a megbízhatatlan információ	+3	+18	–17
Túl sok hazai lap került külföldi magántulajdonba	+3	+13	–14
A tájékoztatás ma hiteles képet ad arról, ami az országban történik	–9	–8	+29
A sajtó ma lényegében kifejezi a közvéleményt	–2	–22	+17
Az újságírók semmivel sem végzik rosszabbul a dolgukat, mint a más szakmákban dolgozók	+4	–49	+12
Összesen	182	34	66
A mintán belüli részarány (%)	65	12	23

Forrás: *Jel-Kép,* 1994/1.

A média iránti beállítódások Magyarországon iskolázottság és életkor szerinti összetétele (1991, %)

	Liberális kritika	Konzervatív kritika	Elégedettség
8 általános és alatta	35	29	27
Középiskola	39	32	26
Diploma	27	38	47
	100	100	100
35 év alatt	18	0	18
35 és 44 év között	26	27	30
45 és 54 év között	26	18	32
55 év és fölötte	30	56	20
	100	100	100

Forrás: *Jel-Kép,* 1994/1.

Vélemények a magyar rádió és a tv helyzetéről és tevékenységéről az újságírók körében 1992-ben

	Egyetért	Részben egyetért	Nem ért egyet
A hatalom az újságírók megfélemlítésével akarja befolyásolni a tömegkommunikációt	34	25	41
Az újságírók többsége az ellenzéki pártokat támogatja	40	30	29
A tömegkommunikációs eszközökben túlságosan nagy teret kap a kormány kritikája	27	33	40
A tömegkommunikációs eszközök többsége túlságosan sötét képet fest a jelenlegi helyzetről	19	23	58
A tömegkommunikációs eszközök többsége az elért eredményekről nem számol be, csak a hibákról	17	23	60
A tömegkommunikációs eszközök többsége nem fordít elég figyelmet a magyar kultúra értékeinek ápolására	38	20	42
A kormány jogosan tart igényt arra, hogy nagyobb beleszólása legyen a legfontosabb médiumok ügyeibe	12	12	76
A kormány csak azt akarja, hogy az ellenzéki pártokkal azonos elbírálás alá kerüljön a legfontosabb médiumokban	19	15	66
A kormány médiumokkal kapcsolatos tevékenysége veszélyezteti a sajtószabadságot	61	14	25
A jelenlegi nehéz helyzetben a médiumoknak az lenne a feladatuk, hogy támogassák a kormány tevékenységét	9	25	66
Az a baj, hogy ma is a volt kommunisták kezében van a sajtó nagy része	13	18	69
A régi rendszer embereit el kellene távolítani a sajtó éléről	19	23	58

Forrás: Vásárhelyi M.: *Az újságírók helyzete, gondolkodása és szerepvállalása – 1992*. Budapest, 1992.

A televíziózással töltött napi átlagos időtartam Magyarországon a felnőtt lakosság körében 1993-ban

	TV 1		TV 2		Duna TV		Egyéb adók		Összesen	
	perc	%	perc	%	perc	%	perc	%	perc	%
				Nemek szerint						
Férfiak	88	60	39	27	0	1	19	13	147	101
Nők	95	64	39	26	1	1	14	9	148	100
				Iskolai végzettség szerint						
Nyolc általánosnál kevesebb	101	71	35	24	0	0	7	5	144	100
Nyolc általános	96	63	40	27	0	0	16	11	154	101
Középiskola	84	59	39	27	1	1	20	14	144	101
Főiskola, egyetem	78	58	36	27	1	1	19	14	134	100
				Életkor szerint						
18–29 évesek	76	59	36	27	0	0	17	14	131	100
30–39 évesek	82	59	37	27	0	0	19	14	140	100
40–59 évesek	95	62	40	27	1	1	16	11	153	101
60 évesek és idősebbek	111	67	42	25	1	1	12	7	166	100
Felnőtt lakosság összesen	92	62	39	26	1	1	16	11	148	100

Forrás: *Jel-Kép,* 1995/1.

A magyar nyelvű tévéadók potenciális közönségének nagysága 1994-ben

	Háztartások száma (millió)	Személyek száma* (millió fő)
MTV 1	3,8	9,8
MTV 2	3,7	9,5
Duna TV	1,5	4,0
Szív TV	0,8	2,1
ATV	0,6	1,5
HBO	0,3	0,8
TV Plusz	0,2	0,5

*A 4–17 éves népességgel együtt.
Forrás: *Jel-Kép*, 1996/1.

A magyar nyelvű műsorok hatóköre antennatípusok szerint 1994-ben* (%)

	Csak központi parabola-antenna	Csak saját parabola-antenna	Csak AM-micro antenna	Csak kábel-csatlakozás	Vegyes
MTV 1	100	99	99	100	100
MTV 2	100	99	99	99	100
Duna TV	67	19	91	81	89
Szív TV	12	1	4	53	57
ATV	7	1	7	39	38
HBO	5	1	3	18	25
TV Plusz	1	–	2	13	12
Átlagosan	19	9	6	34	15

* Valamennyi antennatípusnál a földi sugárzású tévéműsorok vételét javító antennákkal (szoba- és tetőantenna) együtt.
Forrás: *Jel-Kép*, 1996/1.

A magyar nyelvű műsorok hatóköre településtípusok szerint 1994-ben (%)

	Budapest	Megyeszékhely	Egyéb városok	Községek
MTV 1	97	97	97	96
MTV 2	96	96	95	92
Duna TV	62	51	38	19
Szív TV	29	37	25	3
ATV	19	27	19	1
HBO	14	20	3	–
TV Plusz	6	7	7	–

Forrás: *Jel-Kép*, 1996/1.

Közszolgálati rádió- és televízióműsorok Magyarországon műsortípus szerint 1994-ben

Műsortípus	Rádió-műsoridő[a]			Televízió-műsoridő		
	Összesen (óra)	Megoszlása (%)	Hazai műsorok aránya (%)	Összesen (óra)	Megoszlása (%)	Hazai műsorok aránya (%)
Tájékoztató műsorok	2 996	10,5	97,6	4 007	34,7	98,2
Ebből:						
hírek, kommentárok	1 489	5,2	100,0	1 474	12,8	95,0
Oktató műsorok	859	3,0	97,6	827	7,1	97,8
Ebből:						
iskolai oktatáshoz kapcsolt műsorok	634	2,2	96,7	219	0,7	91,8
Kulturális programok	1 348	4,7	100,0	885	7,7	100,0
Ebből:						
kulturális témával foglalkozó előadások	1 156	4,1	100,0	353	0,3	100,0
kulturális ismertető műsorok	192	0,7	100,0	532	4,6	100,0
Szórakoztató műsorok	16 499	57,9	88,5	3 490	30,2	48,6
Ebből:						
filmvetítések	–	–	–	1 654	14,3	11,2
színházi műsorok, közvetítések	868	3,0	100,0	62	0,5	100,0
zenei műsorok, közvetítések	14 757	51,7	87,3	317	2,7	97,8
sportműsorok, közvetítések	271	1,0	91,3	774	6,7	59,0
Reklámtevékenységek, hirdetések	209	0,7	100,0	314	2,7	100,0
Vallásos műsorok	149	0,5	100,0	127	1,1	48,6
Egyéb (be nem sorolható) műsorok	6 467	22,7	100,0	1 909	16,5	100,0
Műsoridő összesen	28 527	100,0	93,1	11 559	100,0	83,7

[a] A körzeti adók műsoraival együtt.
Forrás: *KSH Statisztikai Évkönyv,* 1995.

Vélemények a magyar rádió és a tv helyzetéről és tevékenységéről a lakosság körében 1994-ben

	Teljesen egyetért	Részben egyetért	Nem ért egyet	Nem tudja	Összesen
A hatalom az újságírók megfélemlítésével akarja befolyásolni a rádiót és a televíziót	19	29	35	17	100
Az újságírók többsége az ellenzéki pártokat támogatja	16	38	26	20	100
A rádióban és a televízióban túlságosan nagy teret kapott a kormány kritikája	22	31	33	13	99
A rádió és a televízió túlságosan sötét képet festett a hazai gazdasági és politikai helyzetről	14	29	43	14	100
A rádió és a tv az eredményekről nem számolt be, csak a hibákról	13	35	40	12	100
A rádió és a tv nem fordított elég figyelmet a magyar kultúra értékeinek ápolására	17	36	33	14	100
A kormány jogosan tart igényt arra, hogy nagyobb beleszólása legyen a rádió és a tv ügyeibe	12	19	55	14	100
A kormány csak azt akarja, hogy az ellenzéki pártokkal azonos elbírálás alá essen a rádióban és a tv-ben	14	29	38	19	100
A kormány sajtóval kapcsolatos intézkedései veszélyeztetik a sajtószabadságot	33	28	21	18	100
A jelenlegi nehéz helyzetben a rádiónak és a tv-nek az lenne a feladata, hogy támogassa a kormány munkáját	16	30	41	13	100
Az a baj, hogy ma is a kommunisták kezében van a sajtó nagy része	10	23	49	18	100
Magyarországon ma teljes sajtószabadság van	16	41	28	15	100
Azért beszélnek annyit a sajtószabadságról, hogy elterelték az emberek figyelmét ennél sokkal fontosabb dolgokról	42	33	12	13	100
A kormány ki akarja sajátítani a rádiót és a televíziót	35	25	22	18	100
A sajtószabadsággal ráérünk akkor foglalkozni, ha már az embereknek lesz mit enniük	42	28	20	10	100
Ma sem lehet hinni a rádió és a televízió tájékoztatásának	20	50	18	12	100

Forrás: Vásárhelyi M.: *Rendszerváltás alulnézetben.* Pesti Szalon, Budapest, 1995.

Nagyobb példányszámú sajtótermékek
(átlagos megjelenési példányszám, ezer db)

Sajtótermékek	1992	1993	Sajtótermékek	1992	1993
			Országos napilapok		
Népszabadság	291	308	Magyar Hírlap	77	67
Nemzeti Sport	138	126	Esti Hírlap	61	49
Népszava	141	121	Magyar Nemzet	64	47
Mai Nap	100	87	Új Magyarország	51	38
Kurír	58	81	Pesti Hírlap	25	26
Express	70	68			
			Megyei napilapok		
Kisalföld	94	92	Fejér Megyei Hírlap	51	50
Keletmagyarország	80	70	Délmagyarország	52	47
Északmagyarország	79	70	Békés Megyei Hírlap	49	45
Új Dunántúli Napló	78	70	Új Néplap	45	42
Zalai Hírlap	71	67	24 óra	42	37
Hajdú-Bihari Napló	69	64	Pest Megyei Hírlap	35	33
Vas Népe	66	63	Heves Megyei Hírlap	33	32
Petőfi Népe	59	57	Tolnai Népújság	31	29
Somogyi Hírlap	57	53	Nógrád Megyei Hírlap	22	19
Napló	58	50			
			Hetilapok		
Rádió- és Tv-újság	786	500	Füles	297	260
Kiskegyed	441	728	Vasárnapi Hírek	246	213
Tvr Hét	742	654	Zsaru Magazin	75	204
Szabad Föld	607	535	Képes Újság	191	146
Magyar Nők Lapja	444	503	Reform	181	115
Sportfogadás	130	107	Élet és Tudomány	33	28
Heti Világgazdaság	123	108	Tallózó	30	26
Sportplusz	52	48	Ludas Matyi	32	25
Magyar Fórum	8	43	Heti Magyarország	38	24
Pesti Műsor	38	41	Élet és Irodalom	25	22
168 óra	47	34	Figyelő	20	22
Kertészet és Szőlészet	34	30	Rakéta Regényújság	42	21
			Heti Hírhozó	22	21
			Havilapok		
Autósélet	485	353	07 Magazin	54	40
Lakáskultúra	168	180	Arany Kötőtű	68	48
Családi Lap	162	167	Kistermelők Lapja	47	46
Az Otthon	107	118	West	51	45
Ifjúsági Magazin	84	93	Magyarországi Program	45	44
Magyar Horgász	68	74	Ezermester	41	43
Mesterkukta	82	73	Ádám	47	40
Buci Maci	61	69	A Kutya	37	40
100xSzép	73	64	Az Én Kertem	–	37
Popcorn	65	62	Interpress Magazin	37	30
Privát Profit	50	60	Nimród	30	29
Dörmögő Dömötör	61	59	Motor Revü	28	27
Fürge Ujjak	88	58	Helló	30	27
Kismama	44	52	Rádiótechnika	27	26
Világ Ifjúsága	51	50	Ez a Divat	28	22
Anna	60	50			

Forrás: *Magyar Statisztikai Zsebkönyv 1993.* KSH, 1994.

A napilapok olvasottsága, a rádióműsorok hallgatottsága és a televízióműsorok nézettsége néhány európai országban 1988–1989-ben

Ország	Napilap-olvasottság (%)	Rádióhallgatás (óra és perc/nap)	Televíziónézés (óra és perc/nap)
Ausztria	73	2:29	2:01
Egyesült Királyság	67	1:19	3:37
Franciaország	–	2:20	3:07
Hollandia	76	2:46	1:52
Írország	70	–	2:54
Norvégia	–	2:11	2:28
NSZK	81	2:30	2:33
Olaszország	44	1:26	3:03
Portugália	41	–	2:45
Spanyolország	29	2:56	3:41
Svédország	76	2:10	1:55

Forrás: Euro-factbook. 1989 Edition, ORF Medienforschung.

A magyar nyomtatott és elektronikus sajtó tekintélyének átlagpontszáma* iskolai végzettség szerint

	8. általános alatt	8. általános	Középiskola	Egyetem, főiskola
Nyomtatott sajtó	63	64	60	56
Rádió	62	62	55	52
Televízió	60	62	53	50

Forrás: Vásárhelyi M.: *Rendszerváltás alulnézetben.* Pesti Szalon, Budapest, 1995.

A magyar nyomtatott és elektronikus sajtó presztízsének átlagpontszáma* a kérdezett világnézete szerint

	Vallásos, az egyház tanítása szerint	Vallásos, a maga módján	Nem tudja, hogy vallásos-e	Nem vallásos	Más meggyőződésű
Nyomtatott sajtó	61	62	63	63	62
Rádió	60	59	63	58	52
Televízió	60	59	61	55	49

Forrás: Vásárhelyi M.: *Rendszerváltás alulnézetben.* Pesti Szalon, Budapest, 1995.

A magyar médiumok presztízsének átlagpontszáma* a sajtószabadság iránti érdeklődés szerint

	A sajtószabadság kérdése		
	nem érdekli	érdekli	nagyon érdekli
Nyomtatott sajtó	60	63	63
Rádió	60	58	53
Televízió	60	56	47

Forrás: Vásárhelyi M.: *Rendszerváltás alulnézetben.* Pesti Szalon, Budapest, 1995.

* Az intézményeket az iskolai osztályzatoknak megfelelően 1-től 5-ig osztályozták a megkérdezettek, és a könnyebb értelmezhetőség kedvéért ezt alakítottuk át 100 fokú skálává.

A magyar intézmények értékelése* aszerint, hogy az elmúlt időszakban mennyire szolgálták az emberek javát

	1991	1994
Kormány	56	52
Országgyűlés	60	53
A kormánykoalíció pártjai	57	53
Ellenzéki pártok	62	61
Rendőrség	62	63
Nyomtatott sajtó	70	62
Rádió és televízió	75	58
Miniszterelnök	60	58
Köztársasági elnök	70	75
Önkormányzatok	–	62
Szakszervezetek	54	53
Hadsereg	62	62
Bíróságok	–	60
Egyházak	72	61

Forrás: Vásárhelyi M.: *Rendszerváltás alulnézetben.* Pesti Szalon, Budapest, 1995.

A magyar intézmények presztízsének átlaga* a nekik tulajdonított hatalom mértéke szerint

	A hatalom mértéke				
	Nincs	Kevés	Közepes	Nagy	Nagyon nagy
Kormány	40	45	52	54	53
Országgyűlés	34	43	53	52	55
Kormánypártok	37	44	54	56	54
Ellenzéki pártok	22	61	60	63	65
Miniszterelnök	42	51	56	62	62
Köztársasági elnök	66	71	71	76	82
Helyi önkormányzatok	48	56	61	68	71
Szakszervezetek	34	51	57	70	68

Forrás: Vásárhelyi M.: *Rendszerváltás alulnézetben.* Pesti Szalon, Budapest, 1995.

* Az intézményeket az iskolai osztályzatoknak megfelelően 1-től 5-ig osztályozták a megkérdezettek, és a könnyebb értelmezhetőség kedvéért ezt alakítottuk át 100 fokú skálává.

A magyar kormány presztízsének átlaga az EXPO, a kárpótlás és az igazságtétel kérdése iránti érdeklődés mértéke szerint

	Érdeklődés	A kormány presztízsének átlaga
EXPO	nem	50
	igen	54
	nagyon	57
Kárpótlás	nem	51
	igen	54
	nagyon	58
Igazságtétel	nem	51
	igen	56
	nagyon	57

Forrás: Vásárhelyi M.: *Rendszerváltás alulnézetben.* Pesti Szalon, Budapest, 1995.

Az egyházak tevékenységének megítélése a magyar lakosság körében a vallásosság mértéke szerint

	1991 (N = 987)	1994 (N = 993)
	Értékelés átlaga*	
Vallásos, az egyház tanítása szerint	83	75
Vallásos, a maga módján	73	64
Nem tudja, hogy vallásos-e	71	61
Nem vallásos	64	53
Más meggyőződésű	56	44

Forrás: Vásárhelyi M.: *Rendszerváltás alulnézetben.* Pesti Szalon, Budapest, 1995.

Válogatott bibliográfia

Az alábbiakban válogatást adunk olyan publikációkból, amelyek lapunk e számának témáihoz kapcsolódnak

Angelusz R. (1994): A nyilvános szereplés esélyei. *Jel–Kép,* 1994/2.

Angelusz R. – Tardos R. (1994): Véleményirányítók a sajtóról. *Jel–Kép,* 1994/1.

Angelusz R. – Tardos R. (1995): Demokratikus kommunikáció és közszolgálatiság. In: Terestyéni T. (szerk.): *Közszolgálatiság a médiában.* Osiris, Budapest.

Barber, B. (1994): Piac vagy demokrácia? *Mozgó Világ,* 1994/11.

Bartók J. (1995): A televíziós tájékoztatás és a közönség a választást követő időszakban. *Jel–Kép,* 1995/2.

Beszterczey G. (1995): Melyik köz, milyen szolgálat? *Jel–Kép,* 1995/1.

Bíró L.: (1993): A média, közönsége és a politika. In: Kurtán S. – Sándor P. – Vass L. (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve.* Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány, Budapest.

Communications Week International, 15 January, 1996.

Dahl, R. A. (1991): Transition in Democracy. In: *Theories and East-Central-European Realities.* Hungarian Political Science Association.

Dahrendorf, R. (1994): *A modern társadalmi konfliktus.* Gondolat Könyvkiadó, Budapest.

EBU – European Broadcasting Union (1995): *Diffusion,* Autumn 1995.

Élet és Irodalom, 1994. november 11.

European Audiovisual Observatory: *Statistical Yearbook,* 1994/95.

Fischer Gy. (1995): „Sajtószabadság" és „közszolgálatiság", avagy: lehet-e szabad a közszolgálati média? In: Terestyéni T. (szerk.): *Közszolgálatiság a médiában.* Osiris, Budapest.

Füzes O. (1995): Digitális aranyláz Amerikában. *Népszabadság,* 1995. december 21.

Gaffin, A. (1995): *Nagy Internet Kalauz mindenkinek.* NIIF, Budapest.

Gálik M. (1995a): Fogyasztás a médiapiacon. *Jel–Kép,* 1995/1.

Gálik M. (1995b): Verseny és szabályozás az újságpiacokon. *Jel–Kép,* 1995/2.

Gálik, M. – Jakab Z. (1991): *Survival, Efficiency and Independence. The Presence of Foreign Capital in the Hungarian Media Market.* The European Institute for the Media.

Halmai G. (1995): Függetlenség és kiegyensúlyozottság a médiumokban. In: Terestyéni T. (szerk.): *Közszolgálatiság a médiában.* Osiris, Budapest.

Hamelink, C. J. (1994): *Trends in World Communication.* Southbound, Malaysia.

Hernád I. (1993): A Gutenberg utáni galaxis. *Replika,* 1993/11–12.

Horváth J. (1995): Az igazi közszolgálat. In: Terestyéni T. (szerk.): *Közszolgálatiság a médiában.* Osiris, Budapest.

IIC (1994): *Az IIC éves konferenciája,* 1994. szeptember 6–9, Tampere.

ITU (1995): *World Telecommunication Development Report.*
Jabbar, J. (1995): The Global City, Not the Global Village. *Intermedia,* January 1995.
Jelentések könyve (1995). Telehír.
Jakab Z. (1995): A közszolgálatiság értelmezése a 20-as évektől napjainkig. In: Terestyéni T. (szerk.): *Közszolgálatiság a médiában.* Osiris, Budapest.
Juhász G. (1994): Sajtópiaci változások. In: Kurtán S. – Sándor P. – Vass L. (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve.* Budapest.
Kerekasztal-beszélgetés (1995): Az információs korszak a társadalomelmélet tükrében. *Eszmélet,* 27. szám (1995. ősz).
Kováts I. (1995): Közszolgálati műsorszórás és nemzetállam. In: Terestyéni T. (szerk.): *Közszolgálatiság a médiában.* Osiris, Budapest.
Kováts I. – Tölgyesi J. (1991): Kontinuität und Wandel bei den ungarischen Pressemedien. *Media Perspektiven,* 1991/2. Frankfurt am Main.
Kováts I. – Tölgyesi J. (1993): On the Background of the Hungarian Media Changes. In: Splichal, S. – Kovats, I. (eds): *Media in Transition. An East–West Dialog.* Budapest–Ljubljana, MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.
Kováts, I. – Whiting, G. (1993): Hungarian Mass Media on the Way of Democratization. In: Paletz, D. et al. (eds): *Glasnost and After.* Hampton Press.
Lázár G. (1983): A magyar lakosság politikai történelmi tudata – a közvéleménykutatások tükrében. Tömegkommunikációs Kutatóközpont, Budapest.
Lendvay J. (1995): A külföldi tévéadók vételi lehetősége, potenciális közönsége. *Jel–Kép,* 1995/3–4.
A McBride Jelentés (1983). Tömegkommunikációs Kutatóközpont, Membrán Könyvek, Budapest.
McLuhan, M. (1964): *Understanding Media – The Extension of Man.* McGraw-Hill, New York.
McQuail, D. (1987): *Mass Communication Theory. An Introduction.* Sage, London.
Media Development, 1995/3.
Michnik, A. (1993): Lengyel krétakör. *Mozgó Világ.*
Offe C. (1992): Demokratikusan tervezett kapitalizmus? A demokráciaelmélet szembesítése a kelet-közép-európai átmenettel. *Szociológiai Szemle,* 1992/1.
Offe C. (1994): A kelet-európai átmenetek intézményeinek tervezése. *Politikatudományi Szemle,* 1994/3.
Pokol B. (1995): *Médiahatalom.* Windsor, Budapest.
Siebert, F. – Peterson, T. – Schramm, W. (1956): *Four Theories of the Press.* University of Illinois Press, Urbana.
Suggested synopsis of the World Communication Report (1995). Paris, January 1995.
Szecskő T. (1994): Periszkóp. *Magyar Sajtó,* 1994. június 23.
Szecskő T. (1995): Adalékok a közszolgálati műsorszórás fogalmához. *Magyar Tudomány,* 1995/4.
Szentgyörgyi Zs. (1995): Földanyánk nyakláncot kap. *Magyar Hírlap,* 1995. november 23.
Tamás P. (1995): A kollektív mesemondó erőterei – közszolgálatiság és dereguláció a 90-es évek magyar médiájában. In: Terestyéni T. (szerk.): *Közszolgálatiság a médiában.* Osiris, Budapest.

Terestyéni T. (1994): Szakadék a televíziós tájékoztatás és a közönség között a választást megelőző időszakban. *Jel–Kép,* 1994/2.
Terestyéni T. (szerk.) (1995): *Közszolgálatiság a médiában.* Osiris, Budapest.
Tölgyesi J. (1995): Alternatív participációs kommunikáció mint a közszolgálati–kereskedelmi dichotómia megkerülése. In: Terestyéni T. (szerk.): *Közszolgálatiság a médiában.* Osiris, Budapest.
Tölösi P. (1995): Frekvenciák és mérföldkövek. *Új Magyarország,* 1995. december 28.
Traber, M. – Nordenstreng, K. (eds) (1992): *Few Voices, Many Worlds.* World Association for Christian Communication, London.
Új Magyarország, 1995. december 28.
Vásárhelyi M. (1992): *Az újságírók helyzete, gondolkodása, szerepvállalása – 1992.* MUOSZ, Budapest.
Vásárhelyi M. (1993): *A médiaháború vesztese a közönség.* Nyilvánosság Klub.
Vásárhelyi M. (1995): *Rendszerváltás alulnézetben.* Pesti Szalon.
World Communication Report (1989). UNESCO, Paris.
Závecz T. (1994): *Választási esélyek – a választópolgárok szemével. Parlamenti választások 1994.* Oziris – Századvég – Friedrich Naumann Alapítvány, Budapest.
Závecz T. (1995): Szélsőségek és a centrum. – A közvélemény a baloldalról és a jobboldalról. In: Kurtán S. – Sándor P. – Vass L. (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve.* Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány, Budapest.
Závecz T. (1995): Pártok, választások, közvéleménykutatás – 1994. In: Kurtán S. – Sándor P. – Vass L. (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve.* Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány, Budapest.

A Magyar Elektronikus Könyvtár hálózati elérése:
gopher://ursus.bke.hu:70/11/magyar/elibhu

Kutatási információk

Az alábbiakban válogatást adunk olyan jelenleg is folyó kutatásokból, amelyek lapunk e számának témáihoz kapcsolódnak

„A civil társadalom szerveződése és a nyilvánosság (1986–1996, Borsod-Abaúj-Zemplén megye)", Miskolci Egyetem Szociológiai Tanszék, témafelelős: Pankucsi Márta.

„Információgyűjtő (kérdezési) stratégiák", Magyar Tudományos Akadémia Pszichológiai Intézet, témavezető: Engländer Tibor.

„Médiaanalízisek alapjául szolgáló kutatások", Szonda–Ipsos – GFK Hungary, témafelelős: Levendel Ádám.

„Médiaelemzések, médiakritikák", Monitor Csoport, témafelelős: Beck László.

„A polgári nyilvánosság kezdetei a XIX. század eleji Magyarországon", Janus Pannonius Tudományegyetem Központi Könyvtár, témafelelős: Gáspár Gabriella.

„A politikai propaganda hatása a választói magatartásra", Magyar Tudományos Akadémia Politikai Tudományok Intézete, témafelelős: Tóth Andrea.

„Az új médium, az e-mail társadalmi hatásai", Budapesti Műszaki Egyetem Társadalom- és Gazdaságtudományi Intézet Szociológiai Tanszék, témafelelős: Kelemen Gábor.

„A valóság tömegkommunikációs konstruálása", Magyar Tudományos Akadémia Társadalmi Konfliktusok Kutató Központja, témafelelős: Terestyéni Tamás.

LELT. 2004

Kiadja:
a Magyar Tudományos Akadémia Könyvtára
és az MTA VITA Alapítvány

A kiadásért felel:
az MTA Könyvtára főigazgatója
és az MTA VITA Alapítvány elnöke

A szerkesztésért felel: Tamási Péter

Budapest, 1995. december

HU ISSN 0864–8174

A szedés és tipográfia a Twins Kft.-ben készült
96.048 MSZH Nyomda és Kiadó Kft., 1116 Budapest, Építész u. 40–44. Felelős vezető: Nagy László

Ára: 168,– Ft áfával

INFO-Társadalomtudomány

1. szám: Válaszúton a magyar társadalom
2. szám: Népbetegségeink? – A társadalmi beilleszkedési zavarok anatómiájához
3. szám: Technikai fejlődésünk útvesztői
4. szám: Egy mítosz és következményei – Az ún. „nem termelő" szféráról
5. szám: Társadalmi rétegződésünk, társadalmi struktúránk
6. szám: Reformgazdaság?
7. szám: A szocializmus sorsfordulói
8. szám: Az új alkotmány elé
9. szám: Meg lehet-e állítani Magyarország népességfogyását?
10. szám: Kisebbségben – A nemzetiségi kérdés margójára
11. szám: Magyarország és a szociálpolitika
12. szám: A hatalomról
13. szám: Településeink, válságos régióink és az önkormányzatok
14. szám: Az átmenet időszaka Közép- és Kelet-Európában
15. szám: Külgazdaság: a magyar gazdaság megváltója?
16. szám: Bűnözés és társadalom
17. szám: Vallás – egyházak – társadalom
18. szám: Oktatás – változás
19. szám: A magyar falu a változások sodrában
20. szám: Magyarország a világgazdaság rendszerében
21. szám: Környezeti problémák – társadalmi változások
22. szám: Választások
23. szám: A munkanélküliség Magyarországon
24. szám: Biztonságpolitika és a hadsereg Magyarországon
25. szám: Idegengyűlölet, másság, tolerancia
26. szám: Az ifjúság helyzetéről
27. szám: Az európai integráció és Magyarország
28. szám: Változások a magyar társadalomban a rendszerátalakulás után
29. szám: Az átmenet mérlege a „visegrádi országokban"
30. szám: A változó család
31. szám: A „rendszerváltó" közigazgatás
32. szám: Nőtudomány
33. szám: A feketegazdaság: a piacgazdaság kísérőjelensége
34. szám: Az államháztartás reformjáról

LELT. 1995