

2004. 3. szám

JEL- KÉP

KOMMUNIKÁCIÓ, KÖZVÉLEMÉNY, MÉDIA

A Magyar Médiaért Alapítvány
és az MTA–ELTE Kommunikációelméleti
Kutatócsoport folyóirata

Szerkesztőbizottság

ANGELUSZ RÓBERT
GÁLIK MIHÁLY
GYÖRGY PÉTER
HORÁNYI ÖZSÉB
TAMÁS PÁL
TERESTYÉNI TAMÁS (főszerkesztő)
WESSELY ANNA

Tanácsadó testület

ALMÁSI MIKLÓS
CSEH-SZOMBATHY LÁSZLÓ
CSEPELI GYÖRGY
GEORGE GERBNER
HANN ENDRE
SVENNIK HOYER
HUNYADY GYÖRGY
LEVENDEL ÁDÁM
PETŐFI S. JÁNOS
PLÉH CSABA
ROBERT STEVENSON
TARDOS RÓBERT
VASS LÁSZLÓ

A szerkesztőség címe:

JEL-KÉP

MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport

1064 Budapest, Izabella u. 46.

Tel.: 461-2696, 461-2600

Fax: 461-2690

e-mail: terestyeni@izabell.elte.hu

Térdelés és sokszorosítás BIP

HU ISSN 0209–584X

TARTALOM

MÉDIA

Ifj. Csákvári József — Deák Gabriella: A TELEVÍZIÓ HASZNÁLATÁNAK FŐBB JELLEGZETESSÉGEI A 17 ÉS 18 ÉVES MAGYAR GIMNAZISTÁK KÖRÉBEN 3

Zelenay Anna: LÁTOM, AMIT ŐK NÉZNEK. A TÉVÉNÉZÉS VIZSGÁLATA KONTEXTUÁLIS ELEMZÉSSSEL 31

KOMMUNIKÁCIÓS KULTÚRA

Zombory Máté: A BŰNÖS NEMZET ÉS EURÓPA. A BŰN REPREZENTÁCIÓJA AZ ÜNNEPI DISKURZUSBAN 47

KITEKINTÉS

Terestyéni Tamás: A MAGYAR MÉDIA JELENÉBEN FELTÁRHATÓ KULTURÁLIS ÉS MORÁLIS ÉRTÉKKULTIVÁCIÓK 59

Ifj. Csákvári József – Deák Gabriella A TELEVÍZIÓ HASZNÁLATÁNAK FŐBB JELLEGZETESSÉGEI A 17 ÉS 18 ÉVES MAGYAR GIMNAZISTÁK KÖRÉBEN

1. BEVEZETÉS

A televíziózásra vonatkozó tudományos diskurzusok egyik fő áramlatának, nevezetesen a behaviorista indíttatású vonulatnak, illetve az ennek eredményeit egyoldalúan leegyszerűsítő közvélekedésnek köszönhetően nagyon szilárdan tartja magát az a nézet, hogy az audiovizuális média erőteljes hatást gyakorol a közönség szocializációjára és mindennapi életére. E nézetrendszer szerint a média – elsősorban a televízió – életformát meghatározó jellege különösen a fiatalok, a jövő nemzedék fejlődése szempontjából jelentős. A megállapítás egyik alapja az a statisztikai tény, hogy (pl. egyes brit felmérések szerint) az iskolások már több időt töltenek a televízió előtt, mint az iskolapadban.

Kétségtelen, hogy a tömegkommunikációs ipar társadalmilag meghatározott, ám a média intézményein átszűrte életvezetési, konfliktuskezelési, viselkedési modelleket és ismeretanyagot közvetít, közvetkezésképpen befolyásolja a fiatalabb generációk gondolkodásának, fejlődésének irányait, és úgy tűnik, hogy ez a folyamat egyre meghatározóbb. Kérdésként merül fel azonban nemcsak az, hogy milyen erősségű ez a befolyásolás, hanem az is, hogy miben is áll valójában, illetve milyen tévéhasználati formákon keresztül érvényesül.

Még az ugyanazon paradigmához tartozó kutatások is nagyon sokszor egymásnak ellentmondó válaszokat adtak és adnak ezekre az alapvető kérdésekre. A kutatások elméletileg két szélsőség között foglalnak helyet: egyes kutatók a médiának a címzettekre gyakorolt erős hatását feltételezik, míg mások ezt a hatást korlátozotttnak tekintik, bár a két irányzat határvonalai gyakran elmosódnak. A kutatások a 30-as években indultak el, mely időszakban az erős hatások elmélete volt domináns, ami egyben a befogadók passzivitását feltételezte (lövedékelmélet, illetve tartalom és hatás elmélet). A 40-es évektől kezdve a tudósok kezdték megkérdőjelezni ezt a felfogást és kialakult az ún. korlátozott befolyásolás modellje, más néven használat és gratifikáció paradigma, melynek első kiérlelt megfogalmazását E. Katz és munkatársai (1974) adták. Ezen időszakban a közönségkutatáson belül a média-

használat motivációs hátterével, illetve a komplex szociológiai és demográfiai változókka kapcsolatos vizsgálatok kerültek előtérbe.

A 60-as évektől a televíziózás tömegmértévé válásával mintegy ellenhatásképpen ismét a média erős hatásának elképzelése került előtérbe (G. Gerbner 1977 és mások), némileg új elméleti alapokon. A 80-as években a használat és gratifikáció paradigma tovább fejlődött és elindultak a médiafogyasztók személyiségbeli különbségeit vizsgáló kutatások (optimális aktiváció, extroverzió-introverzió, szenzoros élménykeresés elméletei). Ezen a területen mosódnak el különösen a két paradigma határvonalai (Rosengren 1994). A gratifikációs modell sem nyújt azonban teljes képet a médiával kapcsolatos viselkedéssel kapcsolatban, mert nincs tekintettel a médiahasználat erősen szituatív jellegére, továbbá kevésbé képes feltárni a gratifikációk pszichológiai hátterét. E két hiányosság enyhítésére tettünk kísérletet saját kutatásunkban a műsorok értékelése és valós nézettsége, valamint a műsorválasztás és az alapszemélyiség közti összefüggések vizsgálatakor.

Dolgozatunkban és az alapjául szolgáló empirikus kutatás során azon az elméleti alapon állunk, hogy a „tartalom és hatás” modell talaján álló, szociálpszichológiai jellegű vizsgálatok a valóságnak csak egy igen szűk metszetét adják, azt is sokszor igen ellentmondásosan, társadalmi összefüggéseiről leválasztva. Úgy gondoljuk, hogy a televíziózás, a műsorok értelmezése, „használata” társadalmi folyamat, és ezért a pszichológiai tényezők mellett elengedhetetlen a mindenkor társadalmi-kulturális kontextus beható elemzése. A kutatásunk módszere ezért a szociológiai, a kulturális antropológiai és részben a pszichológiai megközelítés sajátos ötvözete, melytől azt reméljük, hogy kérdéseinkre árnyaltabb válaszadást tesz lehetővé. Egyik módszer mellett sem kívántuk kizárólagosan letenni a voksunkat, mivel úgy hisszük, hogy nemcsak az elméletben, hanem a módszerben sincs királyi út: mindegyik a vizsgált valóság más metszetét teszi láthatóvá.

A televízió és általában a média gyerekekre gyakorolt hatásának vizsgálatához elengedhetetlen annak megismerése, hogy milyen a gyerekek viszonya hozzájuk, milyen tapasztalataik vannak róluk. Meggyőződésünk, hogy abból kell kiindulni: a fiatalok a televízió „használata” során a jelentés létrehozásában aktív szerepet játszanak, és hogy ez a jelentésgenerálás alapvetően a személyiség, a család és a kultúra által meghatározott szociális folyamat. Az aktivitás egyik fokmérője a tévéhasználat szelektív jellege, melynek elemzése kutatásunk központi célkitűzése volt. Vizsgálatunk ismertetése előtt célszerű összefoglalni az e téren elért külföldi kutatási eredményeket.

2. A televízió szelektív használatára vonatkozó kutatások

A tartalom és hatás néven ismert médiakutatási irányzat vizsgálatainak javarésze egyoldalú kapcsolatot feltételezett a média és fogyasztója között. Figyelman kívül hagyta a befogadó belső pszichés folyamatait, a szociálpszichológiai, kulturális, szociológiai és demográfiai változókat. A tartalom és hatás kutatások zömét a média agresszióra gyakorolt hatásainak vizsgálata teszi ki. A használat és gratifikáció nevű médiakutatási irányzat szerint viszont a média használata interaktív folyamat, amely a médiatartalmak fogyasztásához, az egyéni szükségletekhez, a percepcióhoz, a szerepekhez, az identitáshoz, az értékekhez, azokhoz a szociokulturális szituációkhoz kötődik, amelyben a médiahasználó elhelyezkedik.

2.1. Szelektivitás a tévéhasználatban

A televízió használat kutatásának egyik fontos területe a műsorválasztást befolyásoló tényezők és az ezekhez kapcsolódó viselkedési formák okainak vizsgálata. Az e körben vizsgált viselkedésmódok egyike a csatornaváltogatás. Zillmann és Bryant (1994) szerint az emberek azért váltogatják a tévécsatornákat, hogy elkerüljék a számukra unalmas műsorokat és a reklámokat. A csatornaváltogatás reggel még kisebb arányú (19%), míg este ez növekszik, késő este eléri a 32%-ot. A programok kiválasztása nagyrészt impulzusszerűen következik, csatornaváltogatás során. Az impulzív választás nem egyenlő a véletlenszerűvel. A csatornaváltogatás egyfajta irányított kutatás a megelégedést okozó programok után. A csatornaváltogatás célját, folyamatát 5 tényező segítségével magyarázza Zillmann és Bryant modellje:

1. Amikor kiválasztunk egy csatornát, meghatározott műsorral találkozunk véletlenszerűen vagy tudattalanul.
2. Ha a program megelégedést okoz, akkor elfogadjuk. Ez azon múlik, hogy jól érezzük magunkat vagy nem.
3. Ha a programot elfogadtuk, akkor tartózkodunk a további csatornaváltogatástól. Ha idővel nem okoz megelégedést, visszavonjuk elfogadásunkat, további csatornaváltogatás következik.
4. Az elutasított programokat a rövid távú memóriánkban tároljuk. A további csatornaváltogatás közben az adott programot, ahol éppen tartunk, összehasonlítjuk a rövid távú memóriánkban tároltakkal.
5. Ha egy program vagy programkomponens ismert (pl. a hosszú távú memóriánk rak-tározza), akkor ezt használjuk az összehasonlításokban.

A szelektív tévézés kutatása azt kívánja megérteni, hogy mi alapján vált a néző csatornát, illetve azt, hogy mi motiválja a nézőt arra, hogy egy adott csatornánál megálljon. Zillmann és Bryant definíciója szerint a szelektív tévézés olyan viselkedés, melynek során a nézők szándékosan perceptuális kontrollt szereznek és tartanak fent meghatározott ingerű események fölött. A szelektív kommunikáció kutatása azzal foglalkozik, hogy megértse az üzenetek fogyasztásának pillanatnyi és hosszú távon működő motivációit. Ez a következő kérdéseket veti fel:

1. Milyen stabil szelektív tendenciák léteznek a különböző személyiségekben?
2. Hogyan és miért jönnek ezek létre?
3. Milyen hatással vannak a különböző hangulatok és érzelmek az üzenetek szelekciójára? Ezen belül az izgatottság, az unalom vagy fáradtság különböző formái hogyan befolyásolják a szelekciót?

Zillmann és Bryant azon a véleményen van, hogy az emberek kevés figyelmet fordítanak arra, hogy miért választják ki azt, amit kiválasztanak. A tévézők kisebbik része tudatában van a választása okaival, és esetleg még fel is tudja sorolni egy adott program kiválasztásának aktuális okát. Azonban a többség nincs tudatában annak, hogy mi determinálja a programválasztását. Habár a nézők kis figyelmet fordítanak arra, hogy meghatározott programokat miért néznek, kutatások bizonyították, hogy a programválasztásokat egyértelmű erők irányítják (Zillmann, Bryant 1985).

Használhatók-e egy személy demográfiai vagy pszichológiai jellemzői arra, hogy megkülönböztessük a tévézési preferenciákat egymástól? Befolyásolják-e az átmeneti hangulatok a rövid távú preferenciákat? Nyilván az emberek egyetértenek abban, hogy a demográfia nagy szerepet játszik a preferenciákban. De az az elképzelés, hogy a szórakozá-

si preferenciák az átmeneti hangulatoktól és érzelmektől függően változnak, jelentős szkepticizmust vált ki. Úgy tűnik, az emberek azt hiszik, hogy kevésbé vagy lassan változó műsornézési standardokkal rendelkeznek. Megkérdőjelezhető azonban az a felfogás, hogy az ízlést nem befolyásolják az átmeneti hangulatok vagy érzelmek.

Melyek azok a tényezők, melyek a szelektív tévénézés irányítják? Általában bizonyos műfajokat előnyben részesítünk. A standard nézői demográfiai adatokhoz kapcsolódó preferenciák hosszú távúnak mutatkoznak, pl. a férfiak erőszak iránti preferenciái. Másrészt a hangulatoknak és érzelmeknek betudható preferenciák tendenciájukban rövid távúnak tűnnek, pl. egy stresszes, illetve unalmas nap utáni, egymástól eltérő preferenciák. Mind a rövid, mind a hosszú távú trendeket pontosan előre látható nézői preferenciákra kell visszavezetni. A hosszú távú és a rövid távú preferenciákat befolyásoló tényezők:

1. *A hosszú távú tévénézési preferenciákat befolyásoló tényezők.* Ezek közé tartoznak a nemek és az életkor. A nemekre vonatkozó kutatáson belül a nemek szerinti különbségeket a nézői preferenciák és az erőszak/düh/ellenségesség összefüggésére vezetik vissza. J. C. Masters, M. E. Ford, R. A. Arend (1983) kísérletében semleges, ellenséges, kellemes környezetben lévő fiúk közül az ellenséges környezetben lévőek kétszer olyan hosszan időztek a kellemes programot nyújtó csatornánál, mint a kellemes környezetben lévő fiúk. A bánásmód a lányok esetében nem korrelált a nézői preferenciával. Egyéb kutatásokban (Zillmann, Bryant 1994) a nők sokkal kevésbé preferálják az erőszakot, mint a férfiak. A férfiak kevésbé preferálták az igazság helyreállítását, mint a nők. A nézők reakciói a televíziós erőszakra különböznek. A saját maguk által is fizikailag agresszívnek tartott nézők a lövöldözéseket és az ökölharcokat izgalmasabbnak tartották, mint a kevésbé agresszív nézők. A nemek közötti különbségek akkor a leginkább erőteljesek, ha dühről, félelemről van szó. A férfiak sokkal valószínűbb, hogy az erőszakos tartalmú műsorokat preferálják, mint a nők, dühös pszichikai állapotban. Mi a korreláció a társadalmi hiedelmek és a televíziós preferenciák között? Akik erősen hisznek a világ igazságosságában, nagyon nagy számban néznek akció, kaland programokat, és ők tendenciaszerűen szignifikánsan többet néznek tévét, mint azok, akik nem hisznek a világ igazságosságában (Gunter 1985).
2. *A rövid távú tévénézési preferenciákat befolyásoló tényezők.* A néző tévénézés alatti érzelmi állapota, hangulata tendenciaszerű befolyással bír arra, hogy például egy komédiát jobban élvez az egyik este, míg a másik este a dráma érdekli jobban. Kísérleti kutatások bizonyítják (Zillmann, Bryant 1986), hogy a nézők a hangulati állapotuk szerint választanak ki érzelmileg különböző mértékben involváló programokat. A nézők olyan programokat választanak, amely részükre a legpozitívabb előnnyel jár. Például az érzelmi vagy fizikai fájdalomról való megfélemlítés, az unalom csökkentése, jobb hangulat okozása, az izgalmi szint növelése, megnyugvás, nyugtató üzenetek fogyasztása (használat és gratifikáció). Ezt támasztja alá az a kísérlet (Zillmann, Bryant 1984), melyben manipulálták az embereket, hogy fokozott stressz állapotba, vagy unott állapotba kerüljenek, majd lehetőséget kaptak, hogy izgalmas vagy nyugtató műsorokat nézzenek. Az unott állapotban lévő nézők magas izgalmi szintű műsorokat néztek tendenciaszerűen, míg a stresszes állapotban lévőek igyekeztek elkerülni az érzelmileg involváló műsorokat. Általában véve az izgalmas televízió, úgy tűnik, hatékonyan csökkenti az averziós érzéseket, amelyek az unalom ismertetőjegyei. Az unott nézők láthatóan azonnal izgatottabbakká váltak, amint a megfelelő programmal találkoztak.

Masters, Ford és Arend szerint a gyerekek már 4 éves korban képesek befolyásolni a hangulati állapotukat a televízió segítségével. Más szerzők (Zillmann, Hezel, Medoff 1980) szerint a provokált, dühös személyek ösztönösen tartózkodtak olyan durva komédiák nézésétől, amelyekben cukkolás, cikizés és kimondottan ellenséges viselkedés volt jellemző, és inkább más csatornákat választottak. Újabb szerzők (J. Wakshlag, V. Vial, R. Tamborin 1983) szerint a nemi különbségek ellenére, mind azok a férfiak, mind azok a nők, akik fokozott hangulatban voltak, olyan drámákat preferáltak, amelyek relatíve kevés erőszakot tartalmaztak. A kutatók nagyon kevés bizonyítékot találtak arra, hogy az emberek a hangulataikat tudatosan akarják javítani tévé nézéssel. Az adatok inkább azt mutatják, hogy az emberek úgy viselkednek, mintha a tévé nézésből származó hangulati előnyökre vonatkozólag látens tudással rendelkeznenek. A programválasztást nagymértékben befolyásolja a szituációs kontextus, és az érzelmi állapot kulcsszerepet játszik a szelekciós folyamatban.

2.2. Tévéfüggőség

Már a 70-es évek végén felvetették a kutatók, hogy lehetnek olyan tévé nézők, akik TV-függők. A kilencvenes években születtek bizonyítékokat felsorakoztató tanulmányok arról, hogy számos kényszeres néző valóban függő, a standard diagnosztikai kritériumok szerint. Nincs definíció a TV-függőségre – ebben egyetértenek a kutatók. Bár sokan a televíziós iparban, valamint néhány kutató is elveti a gondolatot, hogy a médium függőséget hozna létre. Ám azok, akik magukat TV-függőnek tartják, az átlag tévé nézőkhöz képest kb. kétszer annyit tévéznek. Az egyik tanulmány szerint a magukat TV-függőnek nevezők heti átlagban 56 órát tévéznek. Az A. C. Nilsen cég arról számol be, hogy a felnőtteknél az átlag 30 óra fölött van hetente. A tévé nézők 2-12%-a nevezi magát TV-függőnek, ami miatt boldogtalannak érzik magukat, de nincs erejük abbahagyni. A tanulmányok új fényt vetettek a legtöbb általános tévé nézési szokásra is, azt mutatva, hogy akik érzelmileg függenek a TV-től, egyszerűen azoknak a viselkedési formáknak az extrém voltát reprezentálják, amilyenek a legtöbb nézőnél is megfigyelhetők. A TV-nézés más szabadidős tevékenységekkel összevetve – pl. sport, olvasás, kertészkedés stb. – általában rossz minősítést kap. Az átlag tévé nézők azt mondják, hogy bár a TV nyugtatja őket, amíg nézik, ám a végén kevésbé érzik kipihentnek, boldognak magukat és koncentrálni is kevésbé tudnak, mint sport vagy más szabadidős tevékenység után. A függőség definiálása az amerikai pszichiátriai diagnosztikai kézikönyvben nemcsak bizonyos anyagoktól való függésre korlátozódik. 1983-ban kiterjesztették a függőség kategóriáját a kényszeres viselkedésekre is, amelyekhez az emberek akkor folyamodnak, ha nyomorultul érzik magukat, és folyamatosan ragaszkodnak is hozzájuk, annak ellenére, hogy emocionális vagy szociális működésükre azok negatív hatással vannak. „A szélesebb definíció szerint a kényszeres viselkedés sok fajtáját lehet tekinteni függőségnek, beleértve a rögeszmés szexet, vagy a kényszeres tévézést is” – mondja dr. Allen Frances, a Cornell University Medical School pszichiátere, aki a diagnosztikai kézikönyv revízióját felügyelte. A leggyakrabban használt skála a függőség mérésére a következő:

- ha a tévét nyugtatónak használják, noha nem hoz elégedettséget,
- a szelektálás hiánya (vagy épp a kényszeres csatornaváltogatás),
- az önuralom elvesztése nézés közben,
- harag érzése a saját túl sok tévé nézéssel kapcsolatban,
- képtelenség arra, hogy befejezze a tévézést,
- nyomorúságos érzés, ha megtiltják a tévé nézést.

Az emberek tévé nézési szokásainak elemzésében Robert Kubey, a School of Communications at Rutgers University pszichológusa együtt dolgozott Csíkszentmihályi Mihállyal (University of Chicago). Míg következtetéseik olyan vizsgálódásaikból adódnak, melyekben ezernél több ember vett részt, a legrészletesebb eredmények mégis azokból a tanulmányokból valók, amelyekben 107 férfi és nő számolt be tapasztalatairól, a találomra választott pillanatokban, egy héten keresztül, minden egyes napon (Kubey, Csíkszentmihályi 1990). A kisebb tanulmányban szereplő férfiak és nők legtöbbet tévénéző egyharmada markánsan különbözött a tanulmányok többi szereplőjétől. Mint csoport, a kényszeres nézők sokkal ingerelhetőbbek voltak, feszültebbek és szomorúbbak, mint a többiek, és azt érezték, hogy nem nagyon urai életüknek. A legtöbb embernél szoros összefüggés volt a rossz hangulat és a tévé nézés, illetve a tőle való megszabadulás között. A legerősebb előre jelzett séma az volt, hogy az emberek esténként tévézni fognak: ha azt érezték, hogy a nap rosszul telt el, estére rossz hangulatba kerültek. Minden tévé nézőnél – a kutatók azt találták – a TV hajlamos előhozni egy „figyelmi inercia” állapotot, amit csökkent aktivitás jelez az agynak abban a részében, ami a komplex információkat dolgozza fel. Ez az inercia – mondja dr. Kubey – magyarázná meg, hogy miért lehet egy silány TV-show-nak magas a nézettsége, amikor az egy népszerű műsor után következik. A kényszeres nézőknek ez az inercia extrémé válik, tehát minél tovább tévéznek, annál passzívabbak lesznek, és annál kevésbé válogatnak – mondja dr. Kubey. A kényszeres tévé nézőknél sokkal erőteljesebbek azok a tapasztalatok, hogy a tévé nézés alatt ugyan nyugodtabbnak érzik magukat, ám utána rosszabbul érzik magukat, bágyadtabbak, a koncentrációjuk gyengül. A kényszeres tévézőknek nincs komfortérzetük, amikor egyedül vannak, a semmittevés kellemetlen érzése miatt még inkább megnyugvást várnak a TV-től.

Egy másik kutatásban Robert McIlwraith pszichológus számos TV-függőség teóriát tesztelt a torontói Egyetemen, 135 tanuló bevonásával. Tanulmányában a diákok nyolcada mondta azt, hogy ő függő és ők kétszer annyit tévéznek, mint a többiek: 10 helyett heti 21 órát. McIlwraith a tévé nézés 3 típusát azonosította: „Az egyik a szokásos használat, melynek során a hangulatot akarják megváltoztatni. Ezek az emberek akkor fordulnak a TV-hez, ha lehangoltak. A másik használat, hogy elüssék az időt, ha unatkoznak. Azok, akik magukat függőnek nevezik, a két típus extremitásait mutatják. Létezik egy ritkább csoport, aki szelektíven néz TV-t, náluk az a tendencia, hogy csak azokat a műsorokat nézik, amiket kedvelnek.” (Idézi Goleman 1990.)

3. A TÉVÉHASZNÁLAT JELLEMZŐI A 17 ÉS 18 ÉVES GIMNAZISTÁK KÖRÉBEN

3.1. A kutatás hipotézise

A kutatás a tévé nézési szokásokat célozta, kifejezetten a szelektivitást. Milyen mértékben és módon szelektálnak a műsorok között azok a 17-18 évesek, akik már minimum egy tanév óta tanulnak médiaismeretet, s akik már a médiumok dömpingjének viágában nőttek fel? A fenti kutatások eredményeit figyelembe véve és részben kiegészítve nézetünk szerint a következő szempontok a nem szelektív tévé nézésre utalnak:

- nagy óraszámú tévénézés,
- időben sok csatornaváltogatás,
- időben sok háttértévénézés,
- sok megszokott sorozat jellegű műsor nézése,
- sok véletlenül talált műsor nézése,
- gyakori magányos tévénézés,
- egyes műsorok nagy óraszámú történő nézése, de alacsony értékelése,
- jelentős eltérés a jelzett műsортípus preferenciák és a valóban nézett műsортípusok között.

Feltételezzük, hogy a megkérdezettek jelentős arányban alacsony fokú szelektivitással használják a televíziót.

1.1. A kutatás módszere

Az empirikus kutatás azt célozta meg, hogy a 17-18 évesek televíziózási szokásaiban mennyire érvényesül a szelektivitás. A korosztály kiválasztása több szemponton alapult. Egyrészt a 17-18 éves korúaknál már kevésbé érvényesül a szülői befolyás a tévénézésben. Másrészt ez a korosztály megbízhatóbb a naplófüzet vezetésében, a kérdőívek magasabb szintű önreflexiót igénylő kérdéseinek megválaszolásában. Fiatalabb korosztálynál a résztvevő megfigyelés, illetve a szociálpszichológiai kísérlet a célravezetőbb. A kutatás során a naplószerű kikérdezés és a kérdőív kombinált módszerét alkalmaztuk annak érdekében, hogy a kérdőívre adott válaszok sztercotip jellegét kiküszöbölve minél valósághűbb információkhoz jussunk. A kiindulópont eleve meghatározta azt, hogy a kérdőív nem állhat kizárólag általános kérdésekből, amire emlékezetből, egyszeri alkalommal válaszolnának a kikérdezettek. Hiszen ha szokásokat kívánunk felmérni, az egy időpontban való kikérdezés, mivel erőteljesen az emlékezetre épít, nagyfokú önismeretet igényel, és sokkal torzabb adatokat eredményez.

Ezért a kérdőív két részből tevődött össze, az egyik része az ún. ÁLTALÁNOS KÉRDŐÍV a demográfiai adatokra kérdez rá, illetve a tévénézési, internethasználati szokásokra általánosságban. A kérdőív második része az ún. KÉRDŐÍV 16 konkrét kérdést tartalmaz, melyekre a kikérdezetteknek egy héten keresztül mindennap válaszolniuk kellett egy előre bedátumozott külön naplófüzetbe. A KÉRDŐÍV olyan konkrét kérdéseket tartalmaz, mint pl. milyen időintervallumban tévézett az adott napon és hány alkalommal, pontosan mit nézett meg, mi az, amit véletlenszerűen talált, mely műsört választotta ki előre, mennyi időt töltött csatornaváltogatással, egyedül vagy társaságban tévézett-e, milyen egyéb tevékenységet végzett tévénézés közben, milyen lelkiállapotban volt, amikor egy adott műsört nézett, a végignézett műsorokat egy 5 fokú skálán hányasra értékelte, az adott napon mettől meddig internetezett, mire használta a netet. A kérdőív nyílt kérdésekből áll, egy helyütt szerepel számmal értékelendő kérdés, egy ötfokú skálán kell értékelni a végignézett műsorokat (5-ös, ami nagyon tetszett, 1-es, ami egyáltalán nem tetszett).

Kiosztásra 100 db. kódolt, két részből álló kérdőív és a hozzátartozó füzet került, egy vidéki gimnázium két osztályában, és két budapesti gimnázium két-két osztályában az önként vállalkozók részére. A kikérdezettek 17-18 évesek, minimális arányban 16 évesek, mindenki részesül médiaismeret oktatásban. Mindenki ugyanarra a hétre kapta meg a kérdőíveket (2004. 03. 01–07.). Visszaérkezett 71 kérdőív, értékelhető volt 58. A kérdőívekből

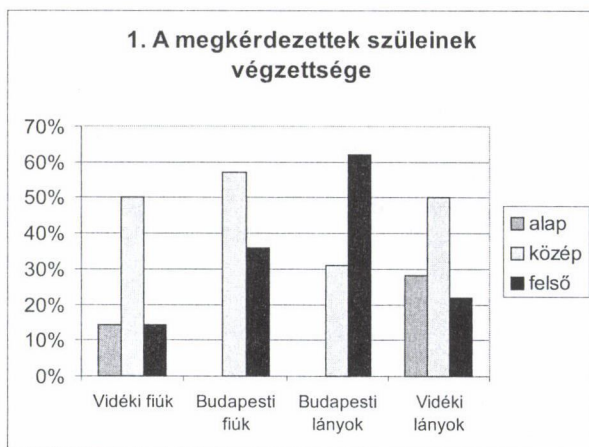
nyert adatokat a vidéki fiúk (később: VF), a vidéki lányok (később: VL), a budapesti fiúk (később: BPF), és a budapesti lányok (később: BPL) részadataira bontottuk le, majd ezeket összehasonlítottuk, illetve összesítettük.

Az összes tévénézés időtartamán belül külön értékeltük a tévénézés jellege szerint a végignézett műsorok időtartamát, a csatornaváltogatással töltött időt, valamint a háttértévénézés időtartamát (amire nem direkt módon kérdeztünk rá a kérdőív, hanem a tévénézés összes időtartama és a nem háttértévénézés összes időtartama különbségéből adódott). Külön került összeállításra a főétkezés alatti tévénézés, ami a háttértévénézés és a „valódi” tévénézés mezsgyéjén húzódik, de olyan gyakori előfordulást mutatott, hogy érdemesnek tűnt elkülönítve vizsgálni (megjegyzendő, hogy inkább a „valódi” tévénézéshez sorolandó).

A demográfiai adatok közül a nemek, a lakhely, a szülők iskolai végzettségének foka és a saját televízió megléte került feldolgozásra. A tévénézési tevékenység elemzését a végignézett műsorok száma, illetve annak megoszlása alapján végeztük, hogy a végignézett műsorokból mennyi az, amit a megkérdezettek egyedül vagy társaságban néztek, és mennyit találtak véletlenszerűen, mennyit választottak célzottan. Műsортípusok szerinti felosztásban is kigyűjtöttük az adatokat. Az MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoportja által használt kategóriákat alkalmaztuk a műsортípusok meghatározásában. A kutatócsoport minden év márciusában felméri a magyarországi műsorválasztékot, az 5 legnagyobb csatornát vizsgálják (Magyar1, Magyar2, Duna TV, RTL Klub, TV2), és A Magyar Médiaért Alapítvány és az MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport folyóiratában, a JEL-KÉP-ben adják közre minden évben az eredményeket. Feldolgozásra került továbbá az internet használata, egy hetet vizsgálva a napi átlag kiszámításával. Összevetésre került a napi átlagos tévénézés, netezés a saját maguk által meghatározott összes szabadidővel. Az adatok elemzésén túl a füzeteket tartalomelemzésnek is alávetettük.

3.3. A demográfiai adatok összevetése a tévénézési szokásokkal

3.3.1. A szülők iskolai végzettsége



Kizárólag a vidéki diákok szülei között vannak alapfokú végzettséggel rendelkező személyek. A VF csoportjának szülei között 14%-ban fordul elő alapfokú végzettségű, a VL szülei között pedig 28% ez az arány. Ennél a két csoportnál a szülők középfokú végzettsége a legmagasabb arányú, 50-50%, Míg felsőfokú végzettsége a VF szüleinek 14%-ában, a VL szüleinek 22%-ában van. A százalékok összege azért nem adja ki a 100%-ot, mert sok diák csak az egyik – nyilván az öt nevelő – szülőről közölt információt. A BPF szüleinek végzettsége 57%-ban középfokú, 36%-ban felsőfokú. A BPL szüleinek végzettsége 31%-ban középfokú, 62%-ban felsőfokú (lásd 1. diagram).

3.3.2. Saját tévékészülék megléte

A megkérdezettek 58%-a rendelkezik saját televízióval. Összevetve azzal az adattal, hogy kiknek milyen arányban van saját TV-jük, azt mondhatjuk, hogy a vidéki diákok magasabb arányban rendelkeznek tévével. Azt is állíthatjuk (utalva a szülők végzettségének adataira a lakóhellyel való összevetésben), hogy tendenciaszerűen kevésbé van saját televíziójuk azoknak a diákoknak, akiknek szülei magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek. Saját TV-je a VF: 86%-ának van, a VL: 56%-ának van, a BPF: 50%-ának van, BPL: 38%-ának van. Ma már inkább az számít ritkaságnak, ha egy háztartásban egy TV van. Egy átlagos amerikai háztartásban 2,9 db. TV van (Todd Gitlin adata 2001-ből, in Bényei 2001). A televíziók háztartáson belüli számát ma már nem kizárólag a jövedelmi viszonyok határozzák meg. Az összesített adatokon kívül, a részletes adatokból az is kiderül, hogy akik saját tévével rendelkeznek többet is nézik, persze ez szinte evidencia (összesítve: akiknek van tévéje: 151 percet nézi, míg akiknek nincs saját tévéjük átlagosan: 127 percet tévéznek naponta).

3.3.3. A tévézés átlagos időtartama

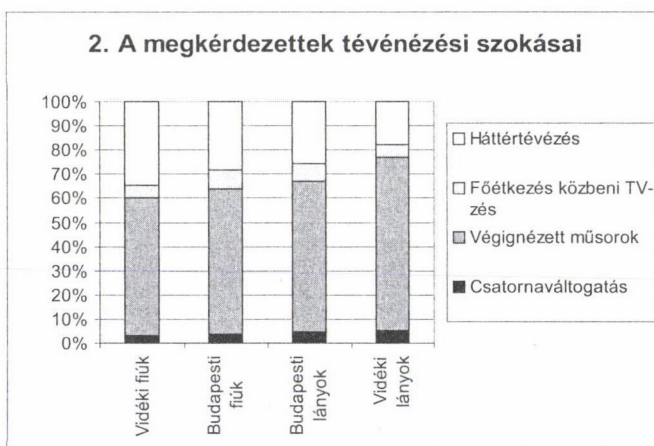
Hazai, nem túl régi eredmények szerint, a 10. osztályosok 134 percet tévéznek hétköznap átlagosan, míg hétvégén 299 percet (ők 16 évesek), a 6. osztályosok pedig hétköznap 209 percet, hétvégén pedig 383 percet töltenek tévénézéssel (ők 12 évesek) (Bényei, Szijártó 2000). Az USA-ban a 14-18 évesek átlagosan 7 óra 35 percet töltenek médiumok közelében, amiből 45 perc jut olvasásra, nem számítva az iskolai felkészülést, természetesen ebben az óraszámban a tévézésen kívül a számítógép, rádió közelében eltöltött idő is benne van (Giltin, Todd 2001).

3.3.3.1. Nemek és lakhely szerinti megoszlás

Az összesített adatok azt mutatják, hogy a VF csoportja néz legtöbbet tévét, ők 181 percet töltenek naponta átlagban tévénézéssel. Őket követik a VL csoportja, 153 percet töltenek tévénézéssel. A BPF csoportja 112 percet tévéznek átlagosan, míg a BPL csoportja 105 percet tévézik. A legkevesebb időt tévéző BPL csoportja az, akik legkevésbé rendelkeznek saját tévével. Összesítve 138 percet tévéznek a kikérdezettek átlagosan. A napi kicsivel több, mint 2 óra tévézés nem is tűnik olyan soknak. Mégis a szabadidejük jelentős részét tévénézéssel töltik. Az átlagot az aktív sportolók, és egyéb elfoglaltságuk miatt kevés időt otthontöltők „javítják”.

3.3.3.2. Tévénézés és szabadidő

A kikérdezettek meghatározták a napi szabadidejüket (nem iskola, nem alvás, nem különóra, nem sport – így lett meghatározva a kérdőívben), ezt összevetve a tévénézéssel már sokkal inkább arra a következtetésre juthatunk, hogy nagyon sokat tévéznek. A VF csoportja szabadidejének 115%-át (!) tölti tévénézéssel. Ez az eredmény azért adódhatott, mert rosszul mérik fel a rendelkezésükre álló szabadidőt. Abból a szempontból mindenesetre elgondolkodtató, hogy ha kevesebb szabadidőt is határoztak meg, mint amennyivel a valóságban rendelkeznek, mégis csak igen-igen sok jut belőle a tévénézésre. A VL csoportja szabadidejének 98%-ában tévézik. Ebben a csoportban is viszonylag sokan alul ítélték a szabadidejüket a valósághoz képest, de itt is elmondható, hogy a televízió, mint szabadidő eltöltési lehetőség kiemelkedő helyet foglal el. A BPF csoportja szabadidejének 64%-át tölti tévénézéssel, a BPL csoportja pedig 46%-át. Ha összesítjük az adatokat, 81%-ot kapunk, ez igen magas tévénézési arányt jelent, ami a televíziózás nem szelektív jellegét valószínűsíti.



3.3.4. A tévéhasználat jellege

A tévénézés jellegétől függően a következő részdíjak képezték a vizsgálat tárgyát: csatornaváltogatással töltött idő (a kikérdezettek becslése alapján), végignéztet műsorok időtartama, főétkezéssel töltött tévénézési idő és végül a háttértévészéssel töltött idő (lásd 2. diagram).

3.3.4.1. A csatornaváltogatás időtartama

A csatornaváltogatással töltött idő a VL csoportjában a legmagasabb: átlagosan 8 percet töltenek naponta ezzel a tevékenységgel. A VF csoportja követi őket 6 perces napi csatornaváltogatási átlaggal. A BPL csoportja 5 percet töltenek ezzel a tevékenységgel, a BPF pedig 4 percet. Ezek az adatok azt mutatják, hogy a csatornaváltogatás nem vesz el számottevő időt a tévénézésből, ez az összesített adatból különösen kitűnik: 6 perc/nap. Ez az adat sokkal inkább szelektív tévénézésre utal, de ezt az időtartamot a megkérdezettek valószínűleg jelentősen alulbecsülik, tekintettel a tévénézés igen magas átlagos össz- időtartamára.

3.3.4.2. *A végignézett műsorok időtartama*

A végignézett műsorok átlagos időtartama összesítve és napra lebontva 87 perc. Részletezve: VL: 109 perc, VF: 104 perc, BPF: 70 perc, BPL: 66 perc. Ha összevetjük az összes tévénézéssel: 138 percből 87 perc az, amit a végignézett műsorok nézésével töltenek. Időben sok a különbség, tehát magas a háttértévénézéssel töltött idő, ami nem a szelektív tévénézést erősíti.

3.3.4.3. *A főétkezések közben nézett műsorok időtartama*

Külön kell megemlíteni a főétkezések alatti tévénézést. A füzeteket elemezve tűnt fel, hogy sokan sokszor étkeznek (nem nassolnak) a tévé előtt. Az összesített adatokból nem az derül ki, hogy az evéssel töltött tévénézési idő túl magas, mégis tendenciaszerű. A VF csoportja 10 percet tölt napi átlagban a tévénézésből evéssel, a BPF 9 percet, a BPL 8 percet, a VL szintén 8 percet, összesítve 9 percet kapunk.

Azért gondoltuk kiemelni ezt az adatot, mert sokkal inkább a magányosokra jellemző az, hogy a tévé előtt étkeznek, hiszen társaságban enni jobb. A „társaság” ebben az esetben a televízió, csakhogy ezek a diákok családban élnek. A főétkezések közül hétköznap egy család életében a vacsora az, amit közösen tölthetnének, de sokszor ezt az időt is inkább a tévével töltik. A családi közös étkezéseknek jelentős funkciója lenne a családi összetartozás-érzés szempontjából. Azonban mintha a televízió átvinné a család funkcióját, belép a társadalmi közegbe, egyúttal a mikrokörnyezetbe, a családba, s annak „teljes jogú tagjaként” funkcionál (vö. B. Reeves és C. Nass médiaegyenlet elméletével). Ez nemcsak az étkezéskor alatti tévénézésből derült ki, hanem abból is, hogy sok kikérdezett „tévére” alszik el, beállítja automatikus kikapcsolásra és közben elalszik. Afféle infantilis jellegű „esti mese” pótlékának tűnik ez a tévéhasználati mód (vö. Meyrowitz emeletével, lásd Buckingham 2001). Olyan tekintetben is érdekes jelenség ez, hogy még az elalvást is zajban igénylik azok a diákok, akik rendszeresen a tévére alszanak el. A tévé helyettesíti a meghitt esti családi beszélgetéseket is. Úgy tűnik, hogy a tévé nemcsak szabadidőt vesz el, hanem elrabolja a család bizonyos funkcióit is.

3.3.4.4. *A háttértévénézés időtartama*

A háttértévénézés magas aránya a nem szelektív tévénézésre utal. Az összesített adatok eredménye 37 perc naponta átlagosan. Jelentős időintervallum. Nemek és lakhely szerint részletezve a következő eredményekhez jutottunk: VF 62 perc, BPF 33 perc, BPL és VL 27 perc. A VF csoportjának kiemelkedő háttértévénézéssel töltött időeredménye a náluk mért legmagasabb össz-tévénézésből is következik. A BPF tévénézési időátlaga alacsonyabb, mint a VL csoportjának, mégis több időt töltenek háttértévénézéssel, ez az eredmény azt sugallja, hogy a BPF elvárásait kevésbé elégitik ki a nézett műsorok, így hajlamosabbak belekezdeni más tevékenységbe, de mégsem kapcsolják ki a tévét. Ezt a feltételezést alátámasztja a műsorok értékeléseivel való összevetés (lásd a Műsorpreferenciák és értékelés fejezetben).

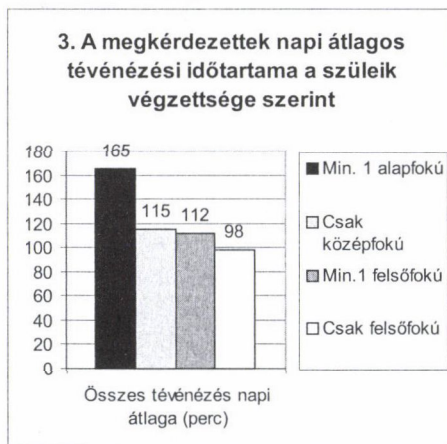
Ha százalékos viszonyban vizsgáljuk az össz-tévénézéshez mérten a háttértévénézés arányát, az eredmények szintén alátámasztják az előbbi következtetést. A VF az össz-tévénézés 34%-át, a BPF 31%-át, a BPL 26%-át, míg a VL 18%-át töltik háttértévénézéssel. A lányok kevesebb időt töltenek háttértévénézéssel, mint a fiúk, lakhelytől függetlenül. A lányok, ha elégedetlenek a műsorral, hajlamosabbak „végre” megszakítani a tévénézést, vagyis kikapcsolják. Az ilyen magas időintervallumú és az össz-tévénézéshez mért kiemelkedő százalékos arányú (átlagosan az össz-tévénézés egyharmada) háttértévénézés vélhetően a szelektivitás alacsony fokát jelzi.

3.3.4.5. A háttértévézés alatti tevékenységek

A füzetek tartalomelemzése során kigyűjtöttük azokat a tevékenységeket, melyeket a kikérdezettek tévézés közbeni tevékenységként jelöltek meg. Az alább felsorolt tevékenységek tévézés közbeni folytatását a háttértévézés kategóriájába soroltuk. Leggyakrabban a tanulást említették a kikérdezettek, szóbeli és írásbeli jellegű is. Sűrűn előfordult a pakolás, rámolás, iskolai felszerelés rendezése. Főleg a lányoknál fordult elő a főzés, vacsorakészítés, vasalás, mosás. Hétvégén magas gyakoriságot mutatott a fürdés, mosdás, „hajformázás”, készülődés az esti programra. Előfordult az olvasás, telefonálás is, és elég nagy arányban a számítógép főként játék jellegű használata, illetve az internethasználat is. Néhányan említették csak a partnerükkel együtt töltött intim jellegű tevékenységet. Egy fiú írta többször is a maszturbálást, mint egyéb tevékenységet. A nassolással töltött tévézést nem tekintettük háttértévézésnek. A főétkezések ideje alatti tévézést külön említettük (lásd fentebb). Társaságban történő tévézésnél a kikérdezettek említették a társalgást, mivel zömmében a műsorról beszélgettek (a KÉRDŐÍV tartalmazza az erre vonatkozó kérdést is), ezt nem tekintettük háttértévézésnek.

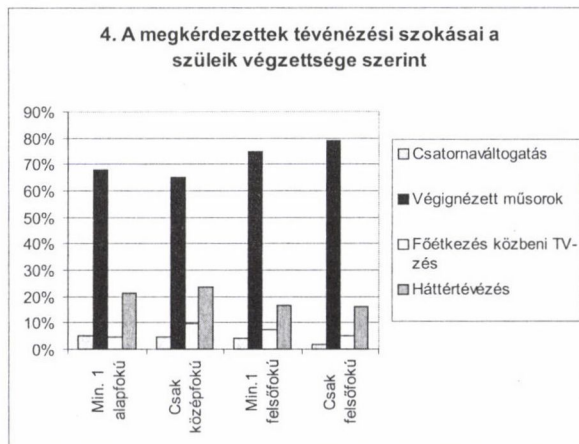
3.3.4.6. A szülők végzettségének és a megkérdezettek tévézési jellegének kapcsolata

A 3. diagramban a „min. 1 alapfokú” végzettség kategóriája azt jelenti, hogy min. az egyik szülő alapfokú végzettséggel rendelkezik, és a másiknak legfeljebb középfokú végzettsége van. Ugyanígy a „min. 1 felsőfokú” végzettség kategóriájában legalább az egyik szülőnek felsőfokú végzettsége van, míg a másik szülőnek min. középfokú a végzettsége. Mindkét szülő alapfokú végzettsége esetén nem képeztünk külön kategóriát, mert e minta számossága nagyon alacsony volt. A 3. diagram alapján általánosságban elmondható, hogy az alacsonyabb végzettségű szülők gyerekei több időt töltenek összességében tévézéssel, mint azok a diákok, akiknek a szülei magasabb végzettségűek.



A 4. diagramból látható, hogy nemcsak a tévézés összes időtartamában, hanem minőségében is különbség van a megkérdezettek között a szülők végzettsége szerint. Az adott kategórián belüli tévézés összes időtartamához képest a szülők végzettségével nagyjából fordított arányban áll a csatornaváltogatás, a háttértévézés, valamint a főétkezés közbeni té-

végzés összes időtartama, míg minél magasabb a szülők végzettsége, a végignézett műsorok időtartama annál nagyobb. Mindez tendenciaszerűen a tévézés relatíve nem szelektív jellegére utal az alacsonyabb végzettségű szülők gyermekei esetében (vö. Csepeli 1984).



3.3.4.7. Véletlen vagy célzott műsorválasztás

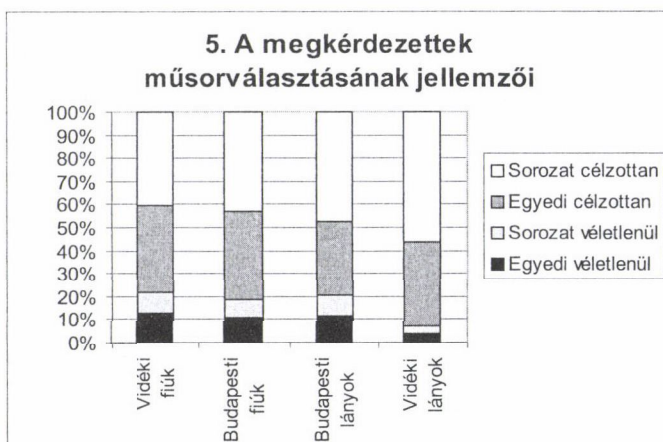
A műsorválasztás típusa szerint külön értékeltük, hogy a megkérdezettek véletlenül találtak-e rá az adott műsorra, vagy azt célzottan keresték-e meg, azaz előre kiválasztották a tévéújságból, teletextről vagy az internetről, illetve fejből tudták a műsor sugárzási időpontját. A célzott választás nagyobb fokú szelektivitást feltételez. Nemek és lakhely szerinti megoszlásban a következők az eredmények (lásd 1. táblázat és 5. diagram)

1. táblázat

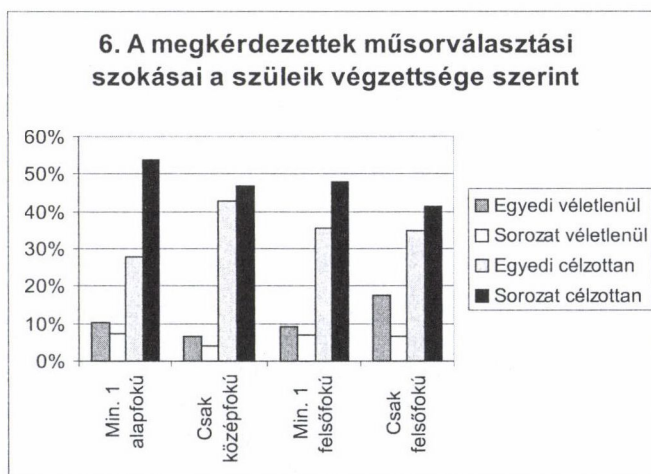
A műsorválasztás jellege a megkérdezettek neme és lakóhelye szerint

	Véletlenül talált egyedi műsor	Véletlenül talált sorozat	Véletlenül talált műsorok összesítve	Célzottan választott egyedi műsor	Célzottan választott sorozat	Célzottan választott műsorok összesítve
VF	13%	9%	22%	38%	40%	78%
VL	4%	4%	8%	36%	56%	92%
BPF	11%	7%	18%	39%	43%	82%
BPL	12%	9%	21%	32%	47%	79%

A VF csoportjánál a legmagasabb a véletlenül talált műsorok százalékos aránya, ez szintén adódhat a magas tévézési időből. A BPL is elég magas százalékban választanak véletlenszerűen. A BPL, BPF és VF csoportok a végignézett műsorok közel egynegyedét véletlenül találják. Az előre eldöntött választott műsorok magas aránya feltételezi a tudatosabb tévézést, ezek az eredmények nem ezt támasztják alá. A VL csoportja kivétel, viszonylag kevés olyan műsort néznek végig, melyet véletlenül találnak. A VL csoportjánál a mediális üzenetek fogyasztása stabilabb szelekciós tendenciákat mutat hosszú távon (ebben az esetben nem a pillanatnyi választást vizsgáltuk, hanem az előre eldöntött választást hosszú távúnak tekintettük).



A megkérdezettek műsorválasztási szokásait a szülők iskolai végzettsége mentén is áttekintettük (lásd 6. diagram). A min. 1 alapfokú iskolai végzettséggel rendelkező szülők gyermekei a többi csoporthoz képest kimagaslóan választanak célzottan sorozatokat, míg egyedi műsorokat már kevésbé. A felsőfokú iskolai végzettséggel rendelkező szülők gyerekei választanak a többi csoporthoz képest legkevésbé célzottan sorozatokat, míg leginkább ők találnak véletlenül egyedi műsorokat. Nagyjából érvényesül az a tendencia, hogy minél magasabb a szülők iskolai végzettsége, a gyerekeik annál több olyan műsort néznek, amelyre véletlenül találtak rá. Mintha ők „bátrabban” keresgélnek, jobban bíznának pillanatnyi ítéletükben. A min. 1 alapfokú végzettséggel rendelkező szülők gyerekei viszont többnyire a megszokott sorozatokat nézik inkább. A csak középfokú, illetve a min. 1 felsőfokú végzettséggel rendelkező szülők gyerekeinek közel azonosak a műsorválasztási szokásaik.



3.3.4.8. A végignézett műsorok megoszlása nemek és lakóhely szerint
Az ide vonatkozó adatok a 2. táblázatban találhatóak.

	Egyedi műsorok	Sorozatok, sorozat jellegű műsorok
VL	40%	60%
BPL	44%	56%
BPF	50%	50%
VF	51%	49%

A műsorokat jellegük szerint egyszeri és sorozat vagy sorozat jellegű műsorokra bontottuk. Sorozat jellegűnek tekintettük azokat a talk-show típusú műsorokat, amelyeket rendszeresen sugároznak. A hírközlő műsorokat nem tekintettük sorozat jellegűnek. A fenti adatok azt mutatják, hogy a kikérdezettek a műsorok cirka felét rendszeresen nézik, mert azok sorozatok vagy sorozat jellegűek, ami alacsony fokú szelektivitásra utal. A tartalom-elemzések során több ízben meg is fogalmazták a kikérdezettek, hogy „megszokásból” nézik az adott sorozatot. A négy csoportból a VL ragaszkodnak leginkább megszokott sorozataikhoz. Ebben a tekintetben ők a legkevésbé szelektívek. A VL csoportjáról alkotott vélemény, mely szerint stabilabb hosszú távú szelektív tendenciákkal bírnak, az adatok ilyen vonatkozású elemzése során megdőlni látszik. Ugyan a tévézés előre történő eldöntésében igaznak bizonyult, de csak azért, mert a műsorválasztásuk 60%-ban megszokáson alapul.

3.3.4.9. A tévézési helyzet

A magas óraszámú magányos tévézés is az alacsony fokú szelektivitásra utal. Azok a kikérdezettek, akik saját tévével rendelkeznek, többet tévéznek egyedül azoknál, akinek nincs saját tévéjük, ami evidens. A kikérdezettek a műsorok 56%-át egyedül nézték, 44%-át társaságban (leggyakrabban a családjukkal, ritkábban a partnerükkel, illetve barátakkal). Relatíve sok időt töltenek magányos tévézési helyzetben a diákok, pedig családban élnek, ezek az adatok is a szelektivitás alacsonyabb fokára utalnak. A tévézés kontextusára vonatkozó szakirodalommal összhangban ugyanis a magányos tévézés olyan jellegű tevékenységnek tekinthető, melynek során előtérbe kerül a néző szubjektivitása, illetve a tévének a címzetteket bevonó, képernyőhöz „ragasztó” jellege.

3.3.5. Műsorválasztási preferenciák

A műsorválasztási preferenciákat a műsorok értékelésével összevetve érdemes vizsgálni. Mielőtt az adatokat bemutatjuk, szükséges a műsortípusok megnevezésének indoklása, illetve pontosítása, részletezése. Az MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoportjának műsortípus kategóriáit használtuk (JEL-KÉP 2003/1), kisebb módosításokkal. Azokat a kategóriákat, amiket egyik kikérdezett sem nézett, kihagytuk (gazdasági műsor, parlamenti közvetítés, színházi közvetítés, vallási műsor, dokumentumfilm, politikai vita-fórum), és összevontuk a szolgáltató műsort az információs magazinnal, közéleti és szolgáltató információs magazin néven. A valóság show-t, mint új kategóriát kiemeltük, tekintettel a magas nézettségre. Továbbá a játékfilmek, illetve a sorozatok műsorkategóriáiból is elhagytuk azokat, amikkel nem találkoztunk, illetve a tipikus szappanopera sorozatokat a

romantikus és családi sorozatokhoz soroltuk. A fiatalokról szóló sorozatokat pedig, miután tartalmukat tekintve vígjátékok, a vígjátéksorozatokhoz soroltuk. Így 11 nagy kategóriát állítottunk fel: 1. Hírek, 2. Közéleti és szolgáltató jellegű információs magazin, 3. Játékelvű műsor (kvíz, vetélkedő), 4. Talk-show, 5. Valóság show, 6. Rajzfilm, 7. Zenés műsor, 8. Sportműsor, 9. Ismeretterjesztő műsor, 10. Játékfilm, 11. Sorozat. A játékfilmek további 6 kategóriákból állnak: 1. Akció- és kalandfilm, 2. Horror és thriller, 3. Sci-fi, 4. Romantikus és családi, 5. Dráma, 6. Természetfilm. A sorozatok pedig az alábbi 5 kategóriákból állnak: 1. Akció- és kalandfilm, 2. Krimi, 3. Sci-fi, 4. Romantikus és családi, 5. Vígjáték.

3.3.5.1. Műsorválasztás és műfajok

Összesítve legkiemelkedőbb arányban a kikérdezettek a sorozatokat: 23%, sorozat jellegű valóság show-kat: 11%, sport műsorokat: 11%, talk-show-kat: 10% preferálták. Összesített kategóriaként a játékfilmek csak 13%-os preferenciát értek el. Viszonylag magas nézettségűek a híradók: 9%. A közéleti és szolgáltató jellegű információs műsorokat 7%-ban nézik a kikérdezettek. A hírközlő és a közéleti jellegű műsorok esetében az intenzív tartalomelemzés során fény derült arra, hogy a kikérdezettek az ilyen jellegű műsorokat kritikai hozzáállás nélkül evidenciaként elfogadják (vö. Gerbner kultivációs elméletével, valamint Reeves és Nass médiaegyenletével). *„Azért nézem, hogy képen legyek”* vagy *„fontosak a hírek, ez a társadalmi elvárás is”* és *„mindig megnézem, hogy tudjam mi zajlik a világban”* – az ilyen és az ehhez hasonlóan megfogalmazott nyilatkozatok utalnak arra, hogy ezeket a műsorokat tartalmi szempontból egyenértékűnek tekintik a valósággal. Figyelmen kívül hagyják azt a nem elhanyagolható tény, hogy a műsorkészítők, illetve gyakran az adott társadalmi rend, aktuális politika által szűrten (mit közölnek hírként, mit helyeznek előtérbe, milyen kontextusban közlik stb.) kapjuk a tévéből az információkat. Ez a megállapítás elvezet oda, hogy a kikérdezettek a televízióról, mint alapvető médiumról meglehetősen felszínes ismeretekkel rendelkeznek.

A következő helyet a nézettségi rangsorban a rajzfilmek érik el 6%-kal. A tartalomelemzés során feltűnt, hogy viszonylag elég gyakran és sokan néznek rajzfilmeket. A 17-18 éves korosztály ilyen jellegű érdeklődése elgondolkodtató. Felmerülnek azok a közlések, miszerint a „gyerekkor elveszett” (vö. Neil Postman elméletével), vagy átalakulófélben van, elmosódnak a határok a felnőtt lét és a gyerekkor között. Bizonyos szempontból valóban hamarabb szembesülnek a gyerekek a felnőttek világával, előbb próbálnak ki olyan dolgokat, amelyek kultúránkban hagyományosan a felnőttek privilégiuma volt. Ugyanakkor úgy tűnik, a gyerekkor kitolódik, és a végéből egyre hosszabb időt ölel fel az az időszak, amelynek során már a „felnöttes” viselkedés a jellemző, azonban a felnőttek felelősségvállalása nélkül (talán ezért kedvelik – a sokszor erőszakos jellegű – rajzfilmeket is, illetve egyes szabadosabb ifjúsági filmeket, az MTV erotikus tartalmú éjszakai adásait). Lehet, hogy nem a gyerekkor eltűnésének vagyunk tanúi, hanem egy más típusú, kicsit „öszvér” életkori szakasz megjelenésének?

Annak megemlítése is fontos, hogy a manapság sok helyütt vetített rajzfilmek egy része úgynevezett anime (a szó az angol nyelvterületen a japán rajzfilmeket jelöli). Japánban magasabb elismertsége van a rajzfilmeknek. Sokkal gazdagabb műfaji változatosságuk is van, melyek a különböző korosztályoknak (gyakran felnőtteknek), vagy akár a nemeknek mint célcsoportoknak szólnak. Hazánkba csak az itteni kategóriarendszerbe besorolható alkotások jutottak el eddig. Némelyik közfelháborodást váltott ki, az erőszakos jelenetek túltengése miatt, amit a sajtóvisszhang csak felerősített (Dragon Ball), és betiltották. A rajzfil-

mek között, melyeket a kikérdezettek néztek, előfordultak hasonlóak (pl. Yugioh). Ezeknek a rajzfilmeknek a kulturális export folyamán elvész a történelmi és kulturális kontextusuk, egy teljesen más kultúrkörbe helyezve az eredeti jelentéseik, értékeik (melyek a saját körben értelmezhetőek) szokatlanok, idegennek tűnnek.

3.3.5.2. A műsorválasztás és -értékelés kapcsolata

A kutatás értékelésekor feltűnt, hogy a leginkább nézett műsorokat értékelték legalacsonyabbra a megkérdezettek. Ahhoz, hogy ezt szemléletesen érzékeltethessük, az „osztályzatokat”, amelyekkel a különböző műsorokat értékelték a diákok, műsorkategóriánként átlagoltuk és százalékban jelenítettük meg a 7. diagramon (az ötös a 100%).



A magas nézettségű (11%) valóság show kapta a legalacsonyabb értékelést (64%-os, értékben kifejezve 3,2). A szintén sokak által gyakran nézett közéleti és szolgáltató jellegű információs műsorokat (nézettség 7%, értékelés 70%), valamint a híradót (nézettség 10%, értékelés 71%) is alul értékelték a kikérdezettek. Ellenben az alacsony nézettségű ismeretterjesztő műsorok (nézettség 4%, értékelés 90%-os) és a zenés műsorok (nézettség 4%, értékelés 88%-os) kiemelten magas értékelést kaptak. A sportműsorok, amit viszonylag magas arányban néznek (főleg a fiúk), már alacsonyabb értékelést kaptak (nézettség 11%, értékelés 80%). Játékfilmet, ami hagyományosan fő műsoridős program és viszonylag nagy időintervallumban sugározzák a különböző csatornák, relatíve (a sorozatokhoz képest) elég alacsony százalékban preferálták a diákok (13%), viszont magas értékeléseket adtak rájuk (83%).

A leginkább preferált műfaj a sorozat, összesítésben nem kap alacsony értékelést (80%), de ha bontásban is megvizsgáljuk a fentebb tett megállapítás helytállónak bizonyul, legalábbis a magas nézettségű szappanoperákra vonatkozóan. A diagramból látszik, hogy az erősen preferált vígjáték (79%), romantikus és családi (75%) sorozatok alacsonyabb értékelést kaptak, mint a kevésbé nézett krimi (85%) és sci-fi (86%) sorozatok (lásd 8. diagram).



A műsorpreferencia és az értékelés összevetésének eredményei, úgy tűnik, az alacsony fokú szelekciót támasztják alá. Miért néznek egy műsort, ha nem értékelik, csak „közepesre”? A kb. közepes értékelés nem annyira alacsony, hogy ne tartaná fenn a néző további kíváncsiságát, de elég alacsony ahhoz, hogy alacsony szelekciós tendenciákat mutasson. „Nem szeretem ezt a műsort, mégis, ha leülök mellé, nem tudok felállni” – nyilatkozta egy megkérdezett, arról a sorozat jellegű műorról, amit rendszeresen nézett az adott héten. További ok lehet, hogy az értékelések jöhetnek kívülről (pl. a médiaismeret órákról), míg a nézés belső motivációja ezzel ellentétes.

3.3.5.3. Nemek szerinti eltérés a műsorok értékelésében

Kigyűjtöttük nemek és lakhely szerinti bontásban, hogy milyen arányban adtak a megkérdezettek 5-ös, 4-es, 3-as, 2-es, 1-es osztályzatot a megnézett műsorokra. A nemek mentén találtunk lényeges eltérést. A lányok leginkább 5-ösre értékelték a műsorokat, aztán 4-est adtak, azt követően a 3-as osztályzat szerepelt a gyakoriságot tekintve, végül 2-es, legkevésbé pedig 1-es értékelést találtunk. A fiúk leggyakrabban 4-esre értékelték a műsorokat, azután 3-asra, csak a 3. helyen szerepelt a gyakoriságban az 5-ös osztályzat, végül 2-es, majd legkevésbé az 1-es értékelés szerepelt. Úgy tűnik, a fiúknak magasabb elvárásai vannak a műsorokkal szemben. A lányok elégedettebbek az általuk nézett programokkal. Vagy esetleg a fiúk kritikusabb tévénézők, mint a lányok.

3.3.5.4. A preferáltnak jelzett műsортípus és a valóban nézett műsортípus közötti összefüggés

Az ÁLTALÁNOS KÉRDŐÍV tartalmazott arra vonatkozó kérdést, hogy milyen műsorokat kedvel a megkérdezett, amit összevetettünk azzal, hogy valójában milyeneket nézett a vizsgált héten. Három kategóriát állítottunk fel annak vonatkozásában, hogy a jelzett műsorpreferencia és a valódi műsorválasztás milyen összefüggésben áll. Ezek a következők: – konzekvens műsorválasztás, – közepesen konzekvens műsorválasztás, – nem konzekvens műsorválasztás. Azt, hogy melyik kategóriába soroljuk a megkérdezettet a következő százalékos arány mentén döntöttük el: – amennyiben a jelzett műsортípus preferencia a valóban nézett műsorokkal 60% fölött korrelált konzekvensnek tekintettük, amennyiben a jelzett műsортípus preferencia a valóban nézett műsorokkal 40-60%-ban korrelált közepesen

konzekvensnek vettük, s amennyiben a jelzett műsортípus preferencia a valóban nézett műsorokkal csak 40% alatt korrelált nem konzekvensnek vettük. A megkérdezettek naplóiából és kérdőíveiből a következő adatokat kaptuk. A konzekvens választás 34%-os, a közepesen konzekvens választás 46%-os, míg a nem konzekvens választás 20%-os arányú. A nemek és a lakhely szerint nem találtunk tendenciaszerű különbséget. A konzekvens választást alacsonynak tartjuk, ami a nem szelektív tévénezést valószínűsíti.

3.4. Személyiségvonások és tévénezési szokások

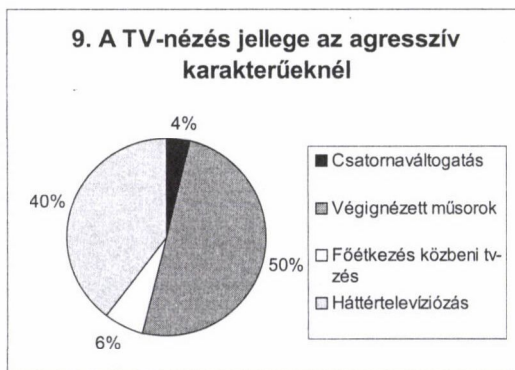
3.4.1. A karakter és a tévéhasználat jellege

A kutatás további része a használat és gratifikáció (szükséglet-kielégítés) elnevezésű, viszonylag újabb keletű kutatási irányzat trendjébe illeszkedik. Ez az irányzat a média közönységét teszi a tömegkommunikációs kutatások középpontjává. A médiahasználat különbözőségeit személyiségbeli eltéréseken keresztül is vizsgálja, mint pl. a személyiségjegyek, a motivációs hátterek, az optimális aktivációs szint elérése, szenzoros élménykeresés, extra-verzió-introverzió dimenziói.

Az ÁLTALÁNOS KÉRDŐÍV tartalmaz arra vonatkozó kérdést, hogy a megkérdezett saját megítélése szerint a felsorolt jellemvonások közül melyik az, amelyik leginkább jellemző rá. A 3 személyiségjegy, melyek közül egyet jelölhetett meg leginkább jellemzőként, és a másik kettőt is rangsorolnia kellett, a következő:

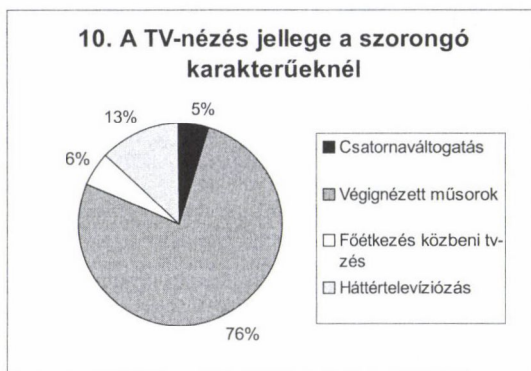
- nyugodt / kiegyensúlyozott természetű,
- agresszív / ingerlékeny természetű,
- félénk / szorongó természetű.

A megkérdezettek legmagasabb arányban nyugodtnak (67%-ban), kevesebben szorongónak (20%), a legkevesebben pedig agresszívnek (13%) ítélték magukat. A tévéhasználat jellegét tekintve a következő megoszlásokat tapasztaltuk.

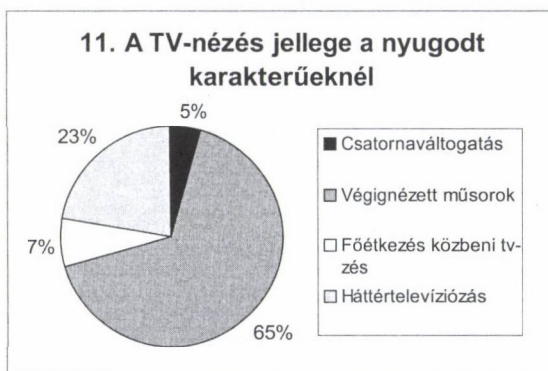


A magukat leginkább agresszívnek ítézők (később AG) csoportja az átlagos össztévézési időtartamból csak 50%-ot töltött a végignézett műsorokkal, a háttértévézésük viszont 40%-ot tett ki, ami igen magas arány (lásd 9. diagram). Az AG csoportnál legmagasabb az aránya a végignézett műsorok közül a véletlenül találtaknak 26%, a célzott műsorválasztá-

suk csak 74%. Ebben a kontextusban az AG a legkevésbé szelektív tévénezők csoportja. Nehéz egyértelmű magyarázatot adni erre, de talán valószínűsíthető, hogy ez a csoport túlságosan hamarabb unja meg a nem kielégítő műsorokat és lehet, hogy műsorváltásai is ugyanezért véletlenszerűbb.



A magukat leginkább szorongónak ítélik (később SZO) csoportja a televíziózással töltött összidőből 76%-ban nézte végig a műsorokat (lásd 10. diagram). Háttértelevíziózással ez a csoport csak 13%-nyi időt töltött. A SZO azok, akiknek a legcéltartóbb a választása a műsorokat tekintve, csak 8%-ban találták véletlenszerűen a programokat, célzottan pedig 92%-ban. Ezek az adatok azt mutatják, hogy az alapvető személyiségjegyek mentén történő tévéhasználati mód a SZO csoportjánál sokkal szelektívebbnek bizonyul. Ennek pszichoszociális háttere ismét csak valószínűsíthető, és alapja talán a biztonságkeresés.



A magukat leginkább nyugodtnak ítélik (később NYU) csoportjának tévéhasználati statisztikai adatai a következők: az össztévézés 65%-ában nézik végig a műsorokat, 23%-ában háttértelevízióznak (lásd 11. diagram). A végignézett műsorok 85%-át célzottan nézik, míg 15%-át véletlenül találják. Az adatok talán a nyugodt alaptermészetnek betudhatóan kevésbé szélsőségesek, mint a másik két csoportnál.

3.4.2. Személyiség és műsorválasztás

A személyiségvonás és a műsортípus választás megoszlását a 12. diagram tartalmazza. Műsorválasztásukban az AG csoport tagjai a többi műsorhoz képest kiemelten nézik a valóság show-kat (20%) és a sportműsorokat (18%). Mindkét műsортípus elég nagy mennyiségű emberileg feszült jelenetet tartalmaz, melyekkel az AG csoport tagjai könnyebben azonosulnak. (Pl. „*A párbaj miatt néztem...*” [a valóság show-t].) Továbbá a valóság show-k esetében a nagy nézettség a kíváncsiságra vezethető vissza (lásd alább a hangulat elemzését), és kíváncsiskodni az AG csoport „mer” leginkább. A sportműsorokat pedig főleg fiúk nézik, akik a lányokhoz képest inkább ítélik magukat agresszív beállítottságúnak. Magas százalékban nézi az AG csoport a sorozatokat (20%) is, abból is főként a romantikus és családi (13%) jellegűeket. Itt feltehetőleg az identifikáció és az újdonságigény játszik szerepet. (Pl. „*A fiatal szereplőket összehasonlíthatom saját magammal. Minden epizódban van egy olyan fordulópont, ami miatt érdemes megnézni a következőt is.*”)



A játékfilmeket mind a három csoport kb. azonos arányban nézi (AG 11%, NYU 14%, SZO 10%), műfajukat tekintve viszonylag egységes megoszlásban. Az AG csoport a többiekhez mérten jóval nagyobb fogyasztója a közéleti és információs műsoroknak (AG 11%, SZO 8%, NYU 5%), ami feltehetőleg a csoport fokozott kíváncsiságával, identifikációs „étvágyával” függ össze. Talk-show-kat, híradót a NYU-ak néznek leginkább (11%), míg a SZO és az AG csoport azonos arányban, nem kiemelt mennyiségben nézi a talk-show-t (7%, 7%), a SZO viszont a híradót 14%-ban nézi. A NYU a sorozatokat preferálja leginkább (24%): vígjáték, romantikus és összesítve az akció, krimi, sci-fi műfajokban. Ők azok, akik a játékfilmeket a többiekhez képest kicsit nagyobb arányban választják (vígjáték, krimi, horror, sci-fi). A NYU preferenciái kiegyenlítették, kb. azonos arányban motiválja őket a műsornézésre az identifikáció (romantikus sorozatok), az információigény (talk-show, híradó), a feszültségigény (akció, krimi stb.). A SZO csoportja a sorozatokat igen magas arányban (31%) fogyasztja, a többiekhez mérten is a leginkább ők választják ezt a műfajt, abból is főleg a romantikus és családi típusút (13%) és a vígjátékot (15%). E magas arányra feltehetőleg az alaptermészetükből adódó biztonságigény az egyik lehetséges magyarázat.

3.4.3. Az aktuális hangulat, a műsorválasztás és a személyiségvonások kapcsolata

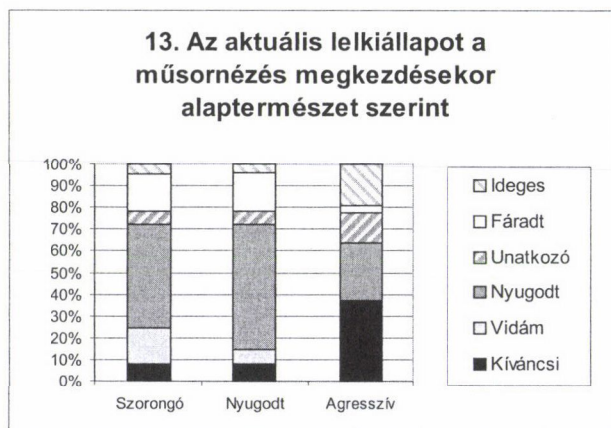
A kikérdezettek meghatározták azt az aktuális hangulatot vagy állapotot, ami az adott, végignézett műsor elején leginkább jellemző volt rájuk. A füzetek elemzése során kigyűjtöttük a leggyakoribb hangulatokat, (lelki)állapotokat, így hat kategóriát határoztunk meg: kíváncsi, vidám, nyugodt, unatkozó, fáradt, ideges, feszült.

Az alapvető személyiségvonások mentén kigyűjtöttük, hogy az aktuális hangulat, lelkiállapot mennyire jellemző a megkérdezettek a tévézés megkezdésekor.

3.. táblázat

Az aktuális lelkiállapot a műsornézés megkezdésekor alaptermészet szerint

	Kíváncsi	Vidám	Nyugodt	Unatkozó	Fáradt	Ideges
SZOrongó	8%	17%	48%	6%	17%	5%
NYUgodt	8%	7%	58%	6%	18%	4%
AGresszív	37%	0%	26%	14%	3%	19%



A 3. táblázatból és a 13. diagramból jól látható, hogy a SZO és a NYU viszonylag azonos hangulatban, lelkiállapotban kezdik meg a tévézést. Leginkább a nyugodt állapot és a fáradtság jellemző rájuk. A SZO csoportja magasabb százalékban kezdi a tévézést vidáman. Összevetve azzal az adattal, hogy sorozatokat, ezen belül különösen vígjátékokat elég nagy arányban választanak (lásd fent), feltehető, hogy a vidám alaphangulatuk fenntartására használják ezeket a műsorokat. A NYU csoportnak kevésbé van erre szüksége, így kisebb arányban kezdik a tévézést vidáman. Mind a két csoport mérsékelten kíváncsi a nézett műsorok kezdetének idején. A NYU-ak kezdik a tévézést a legkevésbé idegesen, ez alaptermészetükből is következhet. A SZO csoportjára sem jellemző a feszült állapotban történő tévézés megkezdése.

Az AG csoport eredményei a másik két csoporthoz viszonyítva nagy eltéréseket mutat. Őrájuk a tévézés kezdetekor a leginkább a kíváncsiság jellemző. A műsortípusokkal való összevetésből az is kiderül, hogy a sport és a valóság show az, amire leginkább ki-

váncsiak. Mindkét műsortípus bővelkedik a váratlan fordulatokban, a sportműsorok eredményeik kiszámíthatatlanságával, a valóság show-k „kukkolási” helyzetükkel, és a játékosok kiszavazhatóságával. Talán az AG csoport nagyfokú kíváncsisága az ilyen jellegű váratlanságra épül, amitől alaptermészetüknél fogva „jobban érzik magukat”. Az AG csoport a tévénezést az unalom állapotában is sokkal gyakrabban kezdi. Az ekkor kiválasztott műsortípusok meglehetősen sokfélék (híradó, valóság show, vígjáték stb.), amit talán azzal lehet magyarázni, hogy az alaptermészetükből adódóan egymástól eltérő ingerek okoznak nekik megfelelő közérzetet, és többféle műsortípust „kipróbálva” kívánják közérzetüket jobb állapotba hozni. Nagy arányban kezdenek ideges állapotban tévézni a többi csoporthoz képest, és ekkor az adatok szerint zömmel rajzfilmet választanak, ami valószínűleg arra utal, hogy ettől a műfajtól várják elsősorban a feszültségük oldását. Az AG csoport vidáman nem kezd tévézésbe. Ez több okra is visszavezethető: az agresszív gyerekek általában frusztráltak, így sokkal ritkábban vidámak, mint a más alaptermészetű gyerekek, így kisebb az esélye, hogy ebben a lelkiállapotban tévézésbe kezdenek. Ugyanakkor, ha mégis vidám az alaphangulatuk, akkor talán kevésbé van szükségük a tévére ennek fenntartásához. Alaptermészetükből kifolyólag talán fáradtnak is sokkal ritkábban érzik magukat, ennél fogva kevésbé néznek ilyen állapotban tévét. Az alaphangulat és a tévézés összefüggéseit különösen az AG csoport esetében nehéz egyértelműen értelmezni, mivel a megkérdezettek közül igen kevesen (mindössze 13%) vallották magukat ilyen alaptermészetűnek.

A naplófüzetek tartalom elemzésekor mindhárom csoport részéről sok olyan bejegyzéssel találkoztunk, ami megerősítette azt a megállapítást, hogy a megkérdezettek gyakran használják a tévét az optimális hangulat beállítására. Az AG csoport egyik tagja írja, hogy megnézett egy valóság show-t, amit unottan kezdett nézni, tovább tévézett s egy meccs mozdította ki ebből az állapotból: „*Unatkoztam, de feldobódtam*”.

A hangulat beállítására vonatkozó következő megállapítás szintén az AG csoport egyik tagjától való idézet: „*Kíváncsi voltam az előző napon történt események következményére. Csalódott voltam.*” Egy valóság show-t kíváncsian kezdett nézni, de nem elégítette ki elvárásait, csalódott állapotba került, ezután közvetlenül egy izgalmas filmet nézett: „*Érdekelt, hogy mi lesz a túlélőkkel, nagyon érdekes film. Zaklatott lelkiállapotba kerültem a film eseményei miatt*”, amivel sikerült megváltoztatnia a csalódottság érzését, egyúttal kiközlenteni magát a vele járó hangulatból.

A vizuális médium használata a hangulat beállítására nem minden esetben tudatosan történik (vö. Zillmann, Bryant, lásd fentebb). A következő idézetek arról tanúskodnak, hogy gyakran valóban a hangulat (izgalmi szint) beállítására használják a megkérdezettek a tévét. Az idézetek kisebb része tudatosságot sugall, míg nagyobb részük inkább arra enged következtetni, hogy a diákok nincsenek tisztában azzal, hogy a médiatartalmakat gyakran hangulat beállításra, illetve az optimális izgalmi szint elérésére használják.

„*Nagyon fáradt voltam, amikor elkezdtem nézni, a műsor pedig lehetővé tette, hogy kapcsolódjak*” – ez a megkérdezett egy szappanoperát nézett, de nem mozdította ki az aktuális állapot érzésből, ezért „*Ezután kapcsoltam át egy zenés műsorra, meg voltam győződve róla, hogy tetszeni fog, hiszen már a korábbi műsorok is mindig jók voltak, mivel szeretem a jó dallamos zenéket, ezért jó kedvre derített.*”

„*Ez a rajzfilm szórakoztató műsor, punnyadt hangulatra tökéletes, vidám leszek*” – állítja egyik NYU csoporttag. „*Elég levert, feszült hangulatom van, ezért is néztem tévét, hogy lekössem magam.*” Megnézett egy természetfilmet, majd: „*A feszültségem oldódott*

közben, nem kötöttek le a problémáim.” „Azért néztem tévét, mert elég rossz napom volt, szerettem volna tévézéssel kicsit más irányba terelni.” Több ízben találkoztunk azzal is, hogy az adott műsor negatív irányba befolyásolja az aktuális hangulatot.

„Nyugodt zaklatott” – a NYU csoport egyik megkérdezettje nyilatkozik így, egy sci-fi sorozat nézése közben változott meg az aktuális állapota. Ugyanakkor megjegyzi, hogy ez az egyik kedvenc műsora, de más napokon is hasonlóan nyilatkozott. Talán az optimális izgalmi szint elérésére használja ezt a műsort (Bryant és Zillmann).

„Amikor elkezdtem nézni, akkor még jó kedvem volt, de aztán a műsor feldühített” – egy NYU karakterű lány naplójából való ez az idézet. Mindennap megnézi azt a talk-show-t, aminek kapcsán az egy hét alatt két alkalommal is fokozottan feszült állapotba került. Megint csak azt feltételezzük, hogy szüksége van arra, hogy emelje az aktuális izgalmi szintjét.

Nagyon sok esetben említették a kikérdezettek, hogy unalomból tévéztek, ami nem jelent más célt, legfeljebb nem tudatos választást, egyfajta „idő elütést”. „Vasárnap esti zsibbadjunk a TV előtt hangulat uralkodott el rajtam, hiába ezekbe a belekbe már befészkelte magát a TV élősdie gilisztája” – ahogyan egy megkérdezett fogalmazott (lásd fentebb McIlwraith).

A következő példa azt illusztrálja, hogy az optimális izgalmi szint tévéhasználat általi beállítása tudatosan működött az adott diáknál. Megszokásból megnézett egy hírműsort, majd folytatta a tévézést egy horror filmmel, végül egy vígjátékot nézett, s ezután a következő megállapítást tette. „...5 perc sem kellett, és dőltem a nevetéstől, bevallom, azért is néztem, hogy levezzem az előző film okozta feszültséget (vagyis inkább feloldódjak), mert az nagyon hátborzongató volt, az idegeim a pattanásig feszültek, és eléggé zaklatott voltam, csak úgy száguldoztak a gondolatok a fejemben.” Felmerül tehát az igény a hangulat javítására, változtatására, amire igen gyakran szintén a tévét, egy másik műsort próbálnak felhasználni.

Előfordult az is, hogy a tévé már semmiféle hangulatváltozást nem tudott okozni, mert még erős ingerek hatása alatt volt a megkérdezett, már telítődött más élményekkel. „A színház nagy élmény volt, végig arra gondoltam, hazaértem, leültem a nappaliban, anyu bekapcsolta a tévét, nem akartam felállni, így hát néztem, de a műsor iránt közömbös vagyok.”

3.5. Az internet használata

Az internet használatára vonatkozóan megállapítható, hogy jelenleg kevesebb szabadidőt vesz el a diákoktól, mint a tévé, összesítve 15%-ot. Részletezve VL 12%, VF 12%, BPL 6%, BPF 36%.

A BPF csoportja használja legmagasabb arányban az internetet, ők azok, akiknek a leginkább rendelkezésére áll otthon ez a médium. Az internet használatára vonatkozó kérdést is tartalmazott a KÉRDŐÍV, amit jellege szerint 3 csoportra osztottunk: információ-szerzés, játék-szórakozás, kommunikáció (e-mail, chat). Minden megkérdezettnél az aktuális napon jelöltük az aktuális használati jelleget. Százalékoltuk a használati jelleg szerint az eredményeket. Egy-egy csoportnál az összesített eredmény azért ad magasabb százalékot, mint a 100, mert egy megkérdezett akár mind a három használati jelleget is igénybe vette az adott napon. Az adatok a következők (4. táblázat):

4. táblázat

Az internethasználat jellege nemek és lakhely szerint

	Információszerzés	Szórakozás	Kommunikáció
VF	29%	71%	14%
BPF	50%	64%	57%
BPL	43%	43%	57%
VL	31%	81%	94%
Összesítés	38%	65%	55%

Kiemelkedő arányban használják az internetet a diákok szórakozásra és kommunikációra, az információszerzés háttérbe szorul. A vidéki diákok magasabb arányban használják játékokra az internetet, mint a budapestiek. Információszerzésre inkább a budapesti megkérdezettek használják. Kommunikációra a budapesti lányok és fiúk azonos arányban használják, míg a vidéki fiúkra ez a használati jelleg alig jellemző, a vidéki lányok esetében viszont kiemelten az. Csak vélelmezés szintjén állíthatjuk azt, hogy a vidéki diákok időben később juthattak csak hozzá az internethez, talán ez indokolná azt, hogy még erősebb az újdonságérzet ezzel a médiummal kapcsolatban, így kevésbé kiegyenlítetten használják még. A játék, szórakozás még erőteljesebben van jelen az ő internethasználati formáik között.

Az internet, mint szabadidős elfoglaltság véleményünk szerint is sokkal aktívabb jellegű, mint a tévénézés, sokkal több kreativitást rejt, akár magasabb fokú öntudatosságot is (vö. Tapscott, Papert, Rushkoff, Katz). Azonban ezzel a médiummal kapcsolatban is elmondható az, hogy a túlzott „fogyasztása” már nem az előnyeit fokozza, hanem a tőle való függést, a lokális „fizikai”, társadalmi-kulturális valóságtól való eltávolodást erősítheti. A televízió használatára vonatkozó kutatásunkban alkalmazott módszereket finomítás után (pl. pszichológiai tesztek alkalmazása az alapszemélyiség meghatározásában) a későbbiekben alkalmazni kívánjuk az internethasználat beható elemzése során is.

4. ÖSSZEGZÉS

A tévénézési szelekciós mutatókat nem a nézett tartalom értékei mentén állítottuk föl, hiszen azok relatívak. Ami az egyik embernek fontos és érték, a másinak nem feltétlenül az. A szelektivitás elemzését kizárólag a médium használatának mintáiból vezettük le. A hipotézisben felállított mutatók mentén a következő konklúziót szűrtük le. A megkérdezettek napi átlagban viszonylag magas időintervallumban tévéznek, a szabadidő eltöltéséből kiemelkedő arányú a tévénézés. A kutatásunk során megkérdezettek 24%-a 200 percnél többet tévézik naponta. Ez igen magas arány! A tévénézési időből magas százalékos arányú a háttértévénézés. Kiemelten magas százalékban nézik a megszokott sorozat vagy sorozat jellegű műsorokat. Viszonylag magas a véletlenszerűen talált műsorok aránya. Ahhoz képest, hogy családban élnek, kiemelkedő a magányos tévénézési időtartam. Azok a műsorok, melyek igen nagy nézettségűek, összesítve alacsony értékelést kaptak.

Jelentős eltérés tapasztalható a jelzett műsортípus preferenciák és a valóban nézett műsортípusok között. Összesítve az eredmények a tévé használatára vonatkozólag a nem szelektív jellegű szokásokat támasztják alá azoknál a 17-18 éveseknél, akik már részesülnek médiaoktatásban.

IRODALOM

- Babocsay Ádám: Médiakutatási paradigmák: a „tartalom és hatás” és a „használat és gratifikáció” kutatási irányzatok. *Jel-Kép* 2003. 1: 55–64.
- Bandura, A. & Ross, D. & Ross, Sh. A.: Film által közvetített agresszív modellek utánzása. In: Csepeli György (szerk.) *Csoportlélektan*. Budapest, Gondolat, 1981. 515–525. p.
- Barker, Martin (ed.). 1984. *The Video Nasties*. London: Pluto Press.
- Bényei Judit: Az alkonyzónától a Simpson családig *Jel-Kép* 2001. 3. 1: 45–57.
- Bourdieu, P.: *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése*. Budapest, Gondolat, 1978.
- Bourdieu, P.: *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London, Routledge and Kegan Paul, 1984.
- Brown, J. R.: Children's Uses of Television. In B. S. Greenberg szerk. *Television for Children*. London, McMillan, 1977. 116–135. p.
- Bryant, J. & Zillmann, D.: „Affect, mood, and emotion as determinants of selective exposure,” *Selective Exposure to Communication*, D. Zillmann & J. Bryant (eds.), pp. 157–190, 1985.
- Bryant, J. & Zillmann, D.: „Entertainment as media effect,” *Media Effects*, J. Bryant & D. Zillmann (eds.), pp. 437–461, 1994.
- Bryant, J. & Zillmann, D.: „Selective-exposure phenomena,” *Selective Exposure to Communication*, D. Zillmann & J. Bryant (eds.), pp. 1–10, 1985.
- Bryant, J. & Zillmann, D.: „Using television to alleviate boredom and stress: selective exposure as a function of induced excitational states,” *Journal of Broadcasting*, 28(1), pp. 1–20, 1984.
- Buckingham, David: *A gyermekkor halála után. Felnőni az elektronikus média világában*. Helikon, Budapest, 2002.
- Cohen, Stanley: *Folk Devils and Moral Panics*. Oxford: Martin Robertson, 1980.
- Csepeli György: A neveletlen nevelő. *Jel-Kép* 1984. 1: 73–83.
- Elkind, D.: *The Hurried Child: Growing up Too Fast Too Soon*. Reading, Mass.: Addison Wesley, 1981.
- Erdősi, S., Dakánics, M.: Gyerekek a képernyő előtt. *Jel-Kép* 1983. 4: 38–43.
- Gerbner, G.: A kulturális mutatók. In Horányi Özséb szerk. *Kommunikáció I*. Budapest, KJK 1977. 267–280, 269–270. p.
- Gerbner, G.: *A média rejtett üzenete*. Budapest: Osiris Kiadó - MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 2000.
- Goleman, D.: How Viewers Grow Addicted to Television, *The New York Times*, October 16, 1990.
- Greenberg, B. S.: Television for Children: Dimensions of Communicator and Audience Perceptions. In B. S. Greenberg szerk. *Television for Children*. London, McMillan, 1977. 74–79.
- Griffin, E.: *Bevezetés a kommunikációelméletbe*. Harmat, Budapest, 2001.
- Gunter, B.: „Determinants of television viewing preferences,” *Selective Exposure to Communication*, D. Zillmann & J. Bryant (eds.), pp. 93–112, 1985.
- Gunter, B.: „Determinants of television viewing preferences,” *Selective Exposure to Communication*, D. Zillmann & J. Bryant (eds.), pp. 93–112, 1985.
- Katz, E., Blumler, J. G., Gurevitch, M.: The Uses of Mass Communications by the Individual. In: Blumler, J. G., Katz, E. (eds.) *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills, Sage, pp. 19–32.
- Katz, J.: *Virtuos Reality: How America Surrendered Discussion of Moral Values to Opportunists, Nitwits and Blockheads like William Bennett*. New York, Random House, 1997.

- Kniveton, B. H.: Social Learning and Imitation in Relation to Television. In B. S. Greenberg szerk. *Television for Children*. London, McMillan, 1977. 237–263. p.
- Kubey, R., Csíkszentmihályi M.: *Television and the Quality of Life*. Lawrence Erlbaum Associates, 1990.
- Lusted, David (szerk): *The Media Studies Book. A Guide for Teachers*. London & New York, Routledge, 1991.
- Masterman, Len: *Television Mythologies: Stars, Shows and Signs*. London, Comedia/MK Media Press, 1984.
- Masters, J. C., Ford, M. E., & Arend, R. A.: „Children’s strategies for controlling affective responses to aversive social experience,” *Motivation and Emotion*, 7, pp. 103–116, 1983.
- McLuhan, M.: *Understanding Media*. New York, New American Library, 1964.
- McQuail, D.: *Mass Communication Theory*. London, Sage Publications Ltd., 1994.
- Meyrowitz, J.: *No Sence of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. Oxford, Oxford University Press, 1985.
- Morley, David: *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London, Comedia, 1986.
- Papert, S.: *The Connected Family: Bridging the Digital Generation Gap*. Atlanta, Long Street, 1996.
- Piaget, J.: *Válogatott tanulmányok*. Gondolat. Bp., 1970.
- Postman, N.: *The Disappearance of Childhood*. London, W. H. Allen, 1983.
- Rosengren, K. E. (ed.): *Media Effects and Beyond. Culture, Socialization and Lifestyles*. London, Routledge, 1994.
- Rushkoff, D.: *Playing the Future: How Kid’s Culture Can Teach Us to Thrive in an Age of Chaos*. New York, Harper Collins, 1996.
- Sanders, B.: *A is for Ox: The Collapse of Literacy and the Rise of Violence in an Electronic Age*. New York, Vintage, 1995.
- Stachó László, Molnár Bálint: Médiaerőszak: tények és mítoszok. Négy évtized a pszichológia és a médiakutatás tükrében. *Médiakutató* 2003. 4: 23–52.
- Steinberg, S. R., Kincheloe J. L.: *Kinderculture*. Perscus Books, 2004.
- Szabó I., Bognár T.: Irreális valóságok. *Jel-Kép* 4. 48–55., 1983.
- Szabó I., Csepeli Gy.: Nemzet és politika a 10–14 éves gyerek gondolkodásában. *Tanulmányok, beszámolók, jelentések*. TK XII. évf. 4., 1984.
- Tapscott, D.: *Growing Up Digital: The Rise of the Net Generation*. N. Y., McGraw Hill, 1998.
- Terestyéni Tamás: A magyarországi televíziós műsorkínálat 2002-ben. *Jel-Kép* 2003.1:23–53.
- Wakshlag J., Vial V., & Tamborinin R.: „Selecting crime drama and apprehension about crime,” *Human Communication Research*, 10, pp. 227–242, 1983.
- Wakshlag, J., Vial, V. & Tamborinin R., „Selecting crime drama and apprehension about crime,” *Human Communication Research*, 10, pp. 227–242, 1983.
- Ward, S.: Effects of Television Advertising on Children and Adolescents. In B. S. Greenberg szerk. *Television for Children*. London, McMillan, 1977. 296–319. p.
- Weissman, R. X.: „Those flippin’ grazers,” *American Demographics*, 1999.
- Winn, M.: *Children without Childhood*. Harmondsworth, Penguin, 1984.
- Zillmann, D. & Bryant, J., „Affect, mood, and emotion as determinants of selective exposure,” *Selective Exposure to Communication*, D. Zillmann & J. Bryant (eds.), pp. 157–190, 1985.
- Zillmann, D. & Bryant, J., „Entertainment as media effect,” *Media Effects*, J. Bryant & D. Zillmann (eds.), pp. 437–461, 1994.
- Zillmann, D. & Bryant, J.: „Exploring the entertainment experience,” *Perspectives on Media Effects*, J. Bryant & D. Zillmann (eds.), pp. 303–324, 1986.
- Zillmann, D., Hezel R.T., & Medoff N.J.: „The effect of affective states on selective exposure to televised entertainment fare,” *Journal of Applied Social Psychology*, 10, pp. 323–339.

Zelenay Anna

LÁTOM, AMIT ŐK NÉZNEK. A TÉVÉNÉZÉS VIZSGÁLATA KONTEXTUÁLIS ELEMZÉSSSEL

A nézettség mérése egyéni viselkedést regisztrál, a tévénezés azonban a háztartás csoportközegében zajlik. Az aktív keresők hiánya, vagy a kisgyerekek száma a háztartásban rendszeresen visszaköszön a nézettségi adatok magyarázó okaként. Az individuális szocio-demográfiai ismérvek (nem, életkor, iskolai végzettség, foglalkozás) médiafogyasztásra gyakorolt hatása elég közismert, noha nem túl erős. Ez a négy egyéni ismerv a teljes tévénezésnek például mintegy 8-10 százalékáért felel együttesen. Kérdés, hogy a többtagú háztartásban élők esetében a vizsgált személlyel együtt élők neme, kora, képzettsége, foglalkozása hozzájárul-e szignifikáns mértékben az egyén tévénezésének mennyiségéhez, vagy program-választásához? Erre keresünk választ az AGB műhelyében a kontextuális elemzés segítségével. Ez az elemzés eredetileg a Piacutatók Magyarországi Szövetsége 2004. évi konferenciájára készült, a zsűri döntése alapján azonban nem került a programba, ezért ezen a fórumon tesszük közzé.

A duális médiapiac hét éve alatt 68-ról 86 százalékra nőtt a távirányítós tévével rendelkező háztartások aránya, megduplázódott a többtévé háztartásoké (jelenleg 33%), 39-ről 53 százalékra nőtt a videós háztartásoké. A műholdas vétellel rendelkező háztartásoknak nem nőtt ugyan érdemben az aránya ez alatt az idő alatt, (61–63%), azonban a mai sokcsatornás háztartások sokkal bővebb kínálatból választanak. 1997–2004 között ugyanis 15-ről 50-re nőtt azoknak a televízió-csatornáknak a száma, amelyek műsoraik egészét, vagy nagy részét magyar nyelven közvetítik. Nagyrészt a megváltozott tévépiaci környezetnek köszönhetően az egy főre jutó tévénezési idő elérte a napi 4 és fél órát.¹ Napjainkra szinte valamennyi társadalmi csoport médiafogyasztásában a televízió dominanciájának lehetünk tanúi.²

Miközben az AGB által mért nézettségi adatok hűen tükrözik a televíziózók nézőszám-növekményét és átrendeződését, a nézői viselkedés változását kevésbé vagyunk képesek értelmezni. A hiátusnak csak részben oka, hogy a kvantitatív és kvalitatív médiakutatás külön utakon jár, és a „rating-business-t” nem termékenyítette meg a televízió és a néző viszonyát kifejező determinista, kultivációs, intertextuális elméletek egyike sem.³ (Csak zárójelben jegyzem meg: az elméletek sem igen zavartatják magukat a számoktól.) Témánk szempontjából azonban legalább olyan fájdalmas hasadékot vág az elmélet és empiria közé a forprofit szféra üzleti érdekeltségi rendszere. A nézettségi adatállományok a piacutatók

által végzett kvalitatív nézői viselkedés-vizsgálatok eredményeihez hasonlóan legtöbb dimenziójukban üzleti titkot képeznek, következésképp nyilvánosan nem hozzáférhetők még azon tudományos kutatók számára sem, akikben volna statisztikai affinitás. Ugyancsak korlátozottak a mérési szolgáltatást végző alkalmazottak lehetőségei a megrendelői igényektől független, alapozó kutatásokra. Ezért valamennyi belső vizsgálatot miként a jelen kutatást is valamilyen konkrét gyakorlati kérdésfelvetés hív életre.

A nézettség mérése egyéni viselkedést regisztrál, a tévénezés azonban a háztartás csoportközegében zajlik. Az aktív keresők hiánya, vagy a kisgyerekek száma a háztartásban rendszeresen visszaköszön a ratingek és sharek⁴ magyarázó okaként. Az individuális szocio-demográfiai ismérvek (nem, életkor, iskolai végzettség, foglalkozás) médiafogyasztásra gyakorolt hatása elég közismert, noha nem túl erős. Ez a négy egyéni ismerv a teljes tévénezésnek például mintegy 8-10 százalékáért felel együttesen, attól függően, hogy milyen részletes kategóriákra dichotomizáljuk a regressziós modell magyarázó változóit. Mi a helyzet azonban a többtagú háztartásban élőkkel, vajon a vizsgált személlyel együtt élők neme, kora, képzettsége, foglalkozása hozzájárul-e szignifikáns mértékben az egyén tévénezésének mennyiségéhez, vagy program-választásához? A kérdés elemzésének igénye az AGB adatok statisztikai hibahatár-számításai idején merült fel elsőként, amikor számszerűen szembesültünk azzal a hatással, amelyet az egy háztartásban élők tévénezésének összefüggősége okozott. Másodízben akkor sikerült kvantifikálni valamennyit a háztartásak mindennapi élethelyzetét jellemző döntési mechanizmus eredményéből, amikor a KSH időmérleg-vizsgálatának adatait elemeztük a tévénezés szempontjából.⁵ Napjainkra, amikor már mind a tévépiaci kínálat, mind a háztartások nagyobbik hányadának televízió-vételi módja és tévés felszereltsége családi keretben is egyre inkább lehetővé teszi az individualizálódó tévénezést, időszerűvé vált megvizsgálni az együtt élő felnőttek egymás tévénezésére gyakorolt hatását.

A különböző szintű objektumokon mért ismérvek kölcsönhatásának elemzésére a *kontextuális elemzés* technikája kínálkozik, a nézőmérő rendszer háztartási mintája pedig ritka lehetőséget jelent az egyéni, és a háztartási szintű csoportváltozók közös forrású adatbázison történő elemzésére. Ezt az adottságot kihasználva vizsgálom az egyes személyek tévénezői magatartását a háztartás, mint csoport függvényében. Konkrétan arra keresek választ, hogy az individuális szocio-demográfiai ismérvek hatásától függetlenül, illetve velük összefüggésben, kimutatható-e a háztartás szocio-demográfiai összetételének valamilyen kontextuális hatása az egyének tévéfogyasztására.

A KONTEXTUÁLIS ELEMZÉSRŐL

A „multilevel analysis” speciális esete, a „contextual analysis” azt vizsgálja, hogy a csoportszintű változók és az egyéni szintű változók, valamint ezek interakciói milyen egyéni szintű következményeket eredményeznek.⁶ A környezetnek az egyéni viselkedésre gyakorolt hatását nevezzük kontextuális (más néven csoport- vagy környezeti) hatásnak.

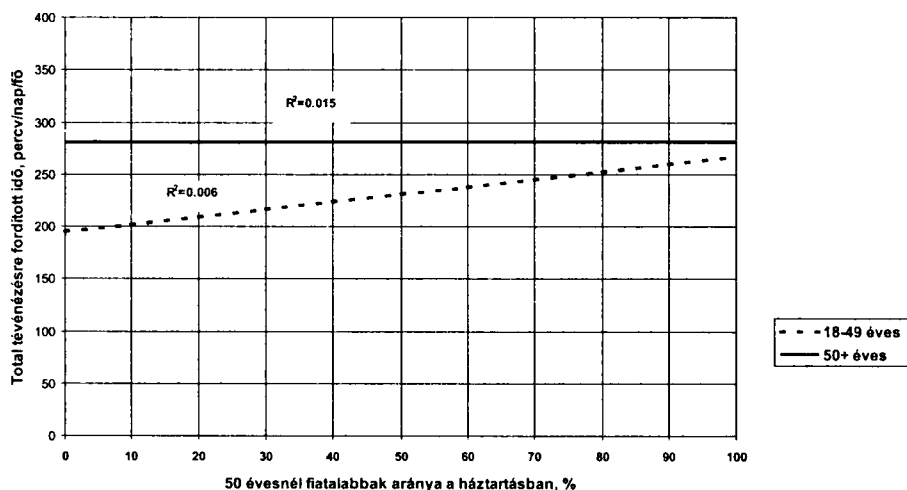
Egyéni szintű változóink jelen esetben a vizsgált személyek neme, kora, képzettsége, foglalkozása. „Az egyéni tulajdonságokból származtatott csoportváltozókat a kutatók túlnyomó többsége az egyes személyek külön-külön megfigyelése és a megfigyelések össze-

sítése, illetve átlagolása révén hozza létre.”⁷⁷ Mi is így járunk el, amikor a csoportváltozókat a többtagú háztartásban élők nemek, életkor, iskolai végzettség, foglalkozás szerinti összetételével képviseltetjük, és ún. csoportösszetétel-modell segítségével elemezzük.

Vegyünk egy konkrét példát, legyen az elemzés célja megmérni a környezetnek, nevezetesen a háztartás korösszetételét kifejező változónak a hatását a vizsgált személy tévézésére, elkülönítve a vizsgált személy saját korcsoportjának a saját tévézésére gyakorolt hatásától, mint egyéni hatástól. A kétféle hatás elkülönítésére kínálkozik a legegyszerűbb dichotóm változók esetére alkalmas Davis-féle grafikus módszer.⁸

„Az eljárás lényege egy derékszögű koordináta-rendszer megrajzolása, amelynek vízszintes tengelyére a csoportváltozó, míg függőleges tengelyére a vizsgált jelenség értékeit mérjük fel, az ez utóbbit befolyásoló egyéni tulajdonság kategóriáinak pedig a két tengely közti területen külön-külön görbék felelnek meg. A környezet hatására e görbék egymáshoz és a vízszintes tengelyhez való viszonyából következtetünk. ...A grafikus ábrázolás az egyéni tulajdonságokat kategóriális változóként, a környezet ismérvét pedig mennyiségi változóként kezeli.”⁹ A dichotomizált individuális változókat külön modellben értékelve, egyenként lineáris regressziós egyeneseket illesztünk a vizsgált összefüggésekre, és egy közös koordináta-rendszerben ábrázolva leolvashatjuk az egyéni és a kontextuális hatások meglétét, hiányát és viszonyát. A két szint interakcióba is léphet, amikor a magasabb szintű csoport-szintű változó az alacsonyabb szintű egyéni változó által módosítva fejt ki fő hatását a vizsgált egyéni változóra. Másképpen kifejezve: a különböző kategóriába tartozó egyének nézettségére más-más módon hat a csoportváltozó. („Környezettel szembeni differenciális érzékenység”).)

Fiatalok arányának hatása a tévézés mennyiségére



1. ábra

A példánkban bemutatott modellben az egyének saját életkorán kívül a háztartáson belüli korösszetétel hatását vizsgáljuk, a Davis-féle grafikus ábrázolás használatával. Mindezekelőtt dichotomizáljuk a folytonos életkor változót oly módon, hogy a kereskedelmi televíziózásban kialakított 49 éves korhatárnál vágjuk két kategóriára. Ezután a 18–49 évesek almintáján, lineáris regressziós modell segítségével a fiatalok családon belüli arányával magyarázzuk a 18–49 évesek tévéfogyasztását (összes tévénézés, perc/nap), majd ugyanezt futtatjuk az 50 éven felüliek mintáján, ezt követően a két regressziós egyenest egy közös koordináta-rendszerben ábrázoljuk. Az egyenesek meredekségéből, egymással bezárt szögből olvashatjuk le a vizsgált személyek saját életkorának hatását, a korcsoportok háztartáson belüli arányának hatását, valamint a két szinten mért két változó interakciós hatását a vizsgált személy tévénézésére (1. ábra).

Mielőtt belemennénk az ábra értelmezésébe, ismerkedjünk meg Dr. Wolfgang Langer honlapjáról az egyéni és környezeti ismérvek egyéni viselkedésre gyakorolt hatásának kombinációiból képzett tipológiával.¹⁰

Dr. Wolfgang Langer - Methoden V: Mehrebenenanalyse - WiSe 2000/2001 - 5

Figure 9.3 Typology of combinations of individual and contextual effects on an individual variable

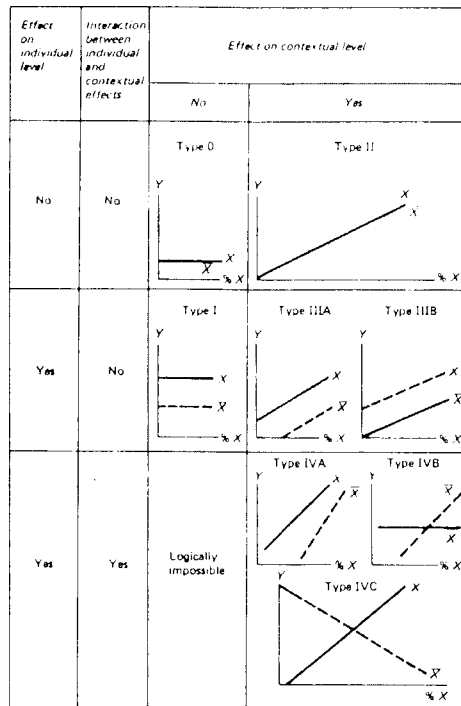


Abbildung2: Typologie der Kombinationen von individuellen und kollektiven Effekten auf eine individuelle Kriteriumsvariable (Van den Eeden 1988, S. 184)

2. ábra

Van den Eeden a 2. ábrán szemléletesen illusztrálja az egyenesek meredeksége és viszonya szerint a Davis-féle grafikus ábrák ötféle típusát és jelentését.

1. Type 0. Nincs sem individuális, sem kontextuális, sem interakciós hatás, a két egyenes vízszintes és egybeesik.
2. Type II. Van kontextuális, de nincs individuális hatás, következésképp interakció sem, a két egyenes egybeesik, de nem vízszintes.
3. Type I. Van individuális, de nincs kontextuális hatás, következésképp interakció sem, a két egyenes nem esik egybe, de mindkettő vízszintes.
4. Type IIIA, B. Van individuális, van kontextuális hatás, de nincs interakció, ezért tisztán additív esettel állunk szemben, amikor a kétféle hatás összegződik, a két egyenes tehát párhuzamos, és nem vízszintes.
5. Type IVA, B, C Van individuális és van kontextuális hatás is, mivel azonban interakciós hatás is van, ekkor a két egyenes nem párhuzamos, és egyik sem vízszintes, ezt nevezzük additív keresztező esetnek, amelynek a hatások erősségétől és irányától függően háromféle változatát találjuk a típusok között.

Példánk értelmezése előtt célszerű még vizsgálatunk adatbázisát és változóit is szemügyre venni.

AZ ELEMZÉS PARAMÉTEREI

A vizsgált bázisidőszak: 2004. 03. 01–2004. 03. 28.

A teljes háztartási minta $n = 856$ háztartás, amely súlyozva $N = 3\,785\,171$ háztartást reprezentál. Ezekben lakó összes 4 éven felüli személy $n = 2143$ fő, akik országosan $N = 9\,415\,216$ főt reprezentálnak.

Az adatbázist az AGB panel mintájával reprezentált többtagú, tévés háztartásban lakó 18 éven felüli személyek alkotják: $n = 1618$ fő, amely $N = 6\,839\,251$ személyt reprezentál. Az elemzést a reprezentativitást biztosító kiegyenlítő súllyal súlyozott adatállományon végeztük, a súlyozott mintában: $n = 1557$ fő.

A vizsgált négy folytonos nézettségi változó:

- a teljes tévénezés fejenkénti időtartama,
- a két országos földi csatorna nézésére együttesen (üzleti titok védelme miatt nem vizsgáltuk önállóan a csatornákat),
- a Magyar Televízió nézésére, és
- a kábelcsatornák plusz videó nézésére együttesen fordított idő részesedése a teljes tévénezési időből.

Az 1. táblázatban összefoglalt négy dichotomizált egyéni változóból négy kontextuális folytonos mennyiségi változót hoztunk létre, egyeseket a teljes háztartásra, másokat szűkebb mintákra kalkulálva. Ezek a strukturális változók képezik az építhető 16 regressziós modell független változóit.

1. táblázat

Regressziós modellek változói		A változók kategóriái
Függő változók (individuális szint)	1. Totál tévézés, perc/nap	scale
	2. A két országos, földi kereskedelmi csatorna együttes részesedése a teljes tévézésből, %	scale
	3. A Magyar Televízió részesedése a teljes tévézésből, %	scale
	4. Kábelcsatornák és a videó együttes részesedése a teljes tévézésből, %	scale
Dichotomizált, egyéni szintű független változók	Kor	0 = 50+ éve 1 = 18–49 éves
	Nem	0 = férfi 1 = nő
	Iskolai végzettség	0 = 8 ált. v. szakmunkásképző 1 = érettségi v. diploma
	Foglalkozás	0 = aktív kereső fizikai 1 = aktív kereső szellemi
Kontextuális, háztartási szintű független változók	1. Az 50 évesnél fiatalabbak aránya a háztartásban, %	scale
	2. A nők aránya a háztartásban a 18+ évesek körében, %	scale
	3. A közép- és felsőfokú végzettségűek aránya a háztartásban a 18+ évesek körében, %	scale
	4. A szellemi foglalkozásúak aránya a háztartásban az aktív keresők körében, %	scale
Kontroll alatt tartott globális háztartási változók	1. Tévékészülék száma	1 = 1 TV 2 = több TV
	2. Szobánkénti laksűrűség	0 = Zsúfolt (több személy, mint szoba) 1 = Nem zsúfolt

Mivel a tévézést befolyásolják olyan háztartási körülmények, amelyek az egyén szabad választását korlátozzák, ezért a legfőbb befolyásoló ismérvek hatását kontroll alatt kívánjuk tartani, és így a független változók parciális regressziós együtthatóinak a hatását ezektől megtisztítva mérni. Ilyen mindenekelőtt, hogy van-e másik készülék amit a vizsgált személy nézhet, ha nem kívánja a társa(i) által választott programot nézni, illetve van-e hova elvonulni, ha egyáltalán nem akar tévézni. Ezért a tévékészülékek száma mellett a taglétszámból és a szobaszámból kombinált *laksűrűség* változót, mint globális háztartási ismérvet minden regressziós modellbe beépítettük. (A változók megoszlását a mellékletben szereplő *valtozok.xls* táblázat tartalmazza.)

A 2. táblázat a regressziós modellek eredményeinek szignifikanciáját foglalja össze. A 16 modell közül 5 esetben a kontextuális változó a modellben szereplő mindkét individuális kategória nézettségére szignifikáns hatással volt (2. táblán XX jelölésű cellák), további 5 esetben az egyik kategória tagjaira szignifikánsan hatott, a másik kategória tagjaira nem (2. táblán X jelölésű cellák), a maradék 6 esetben a környezeti változó nem volt szignifikáns hatással egyik kategóriának a vizsgált nézettségi mutatójára sem (2. táblán 0).

2. táblázat

Regressziós modellek szignifikanciája	Többtagú háztartásban élő 18+ évesek tévéfogyasztását jellemző függő változók			
A kontextuális független változók	TOTMIN Total tévénézés perc/nap	FOKERESZ Földi kereskedelmi csatornák nézésének együttes részesedése %	MTVRESZ Magyar Televízió részesedése %	NEFORESZ Kábelcsatornák és video együttes részesedése %
50 évesnél fiatalabbak aránya a háztartásban, %	x	x	xx	0
Nők aránya a háztartásban a 18+ évesek körében, %	xx	xx	x	
Közép- és felsőfokú végzettségűek aránya a háztartásban a 18+ évesek körében, %	0	xx	0	x
Szellemi foglalkozásúak aránya a háztartásban az aktív keresők körében, %	0	xx	0	x

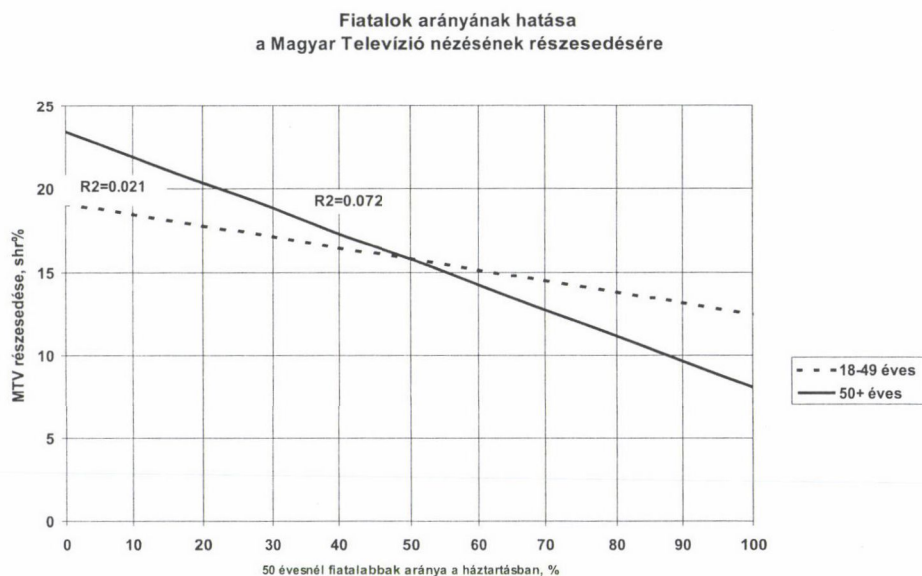
A továbbiakban a környezeti hatás szempontjából az új információt eredményező, kiemelt összefüggéseket elemezzük részletesen.

A KORÖSSZETÉTEL HATÁSA

Visszatérve az 1. ábrán látható példákra, a Type IVB modellt fedezhetjük fel benne, vagyis kereszteződő esettel van dolgunk, mivel a környezet szerepe az egyéni tulajdonsággal interakcióba lépve, csak azon keresztül fejt ki hatását, másként fogalmazva: nem minden csoportra hat egyformán. Számunkra nem meglepő, hogy az idősebbek ennnyivel többet tévéznek, és az életkor még ilyen durva kétértékű kategóriában is magyarázza a tévézés mennyiségét, hiszen a két egyenes nem metszi egymást. Ami azonban új információ, hogy a fiatalok aránya noha csak gyengén, de mégis szignifikáns hatással van, és éppen a fiatalabbak tévézésének mértékére. Ahogy nő az 50 évesnél fiatalabbak aránya a háztartásban, úgy nő a 18–49 évesek tévézésre fordított ideje is. Minden valószínűség szerint itt a gyerekek megjelenése és a gyerekszám növekedése van hatással – esetleg gyesre váltó – szülei tévézésének növekményére. Ez a környezeti változás viszont a vízszintes egyenes szerint egyáltalán nincs hatással az 50 éven felüliek – esetleg a családdal együtt élő nagyszülők – teljes tévézésére, ami esetükben a fiatalok arányától függetlenül stabilan magas. (Talán szükségtelen megjegyezni, hogy a regressziós egyenes trendet illeszt, nem a folytonos változók közötti függvénykapcsolatot ábrázolja, ezért nem min-

den ponton, többek között a koordináta tengelyek végpontjain sem értelmezhető mindkét kategória értéke.)

A korösszetétel, mint csoportváltozó markánsan otthagyja lenyomatát mindkét korosztály program-választásán is. A fiatalok aránya legerősebben a Magyar Televízió részesedésére érezteti hatását. Ne feledjük, hogy márciusban még se európai labdarugó-bajnokság, se olimpia nem volt! A nagy érdeklődésre számító sporteseményeken kívül pedig a Magyar TV profilja előregedett, hiszen a két másik földi adó a 18–49 évesek számára készít műsort, ami idősebbek számára nem mindig fogyasztható.



3. ábra

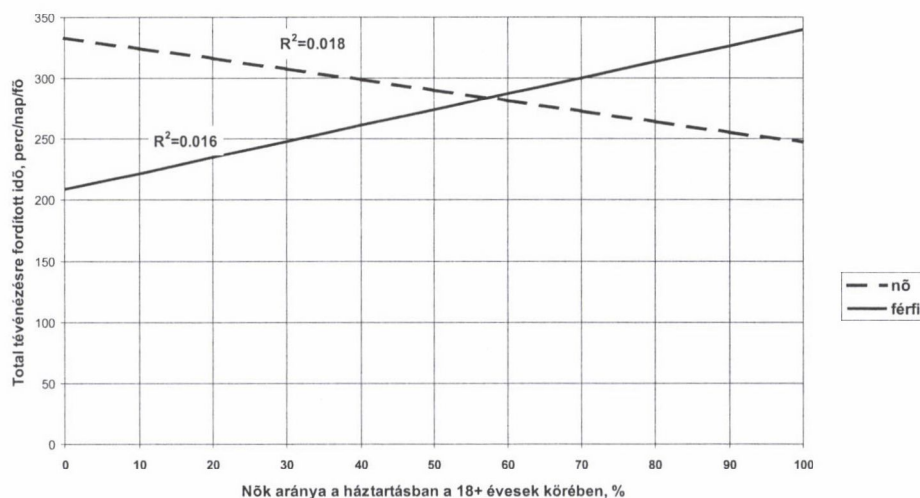
A 3. ábrán additív keresztező hatással állunk szemben (*Type IVA*), látható, hogy az egyéni különbségeken kívül a fiatalabb környezet additív módon is érezteti hatását, amelyet az egyének korától függetlenül fejt ki a különböző korcsoportba tartozó személyek MTV shr értékére, hiszen mindkét egyenes süllyed. Ugyanakkor azonban a környezetnek van egy interaktív hatása is, ami az egyenesek eltérő meredekségében jelenik meg. Az egyéni és a környezeti ismérvek hatása keresztelkedik, amit a szakirodalom „környezettel szembeni differenciális érzékenység”-nek nevez.

Tartalmilag úgy interpretálhatjuk az ábrát, hogy amíg a fiatalok kisebbségben vannak a háztartásban, addig a fiatalok tévénézésében a Magyar TV kisebb szerepet játszik, mint az idősek tévénézésében. Ahogyan a fiatalok aránya növekszik, úgy csökken mindkét korosztályon belül a Magyar TV nézettségének részesedése. Ez a kontextuális körülmény azonban erősebben hat az idősebbekre, mint a fiatalokra, sőt, amint a fiatalok többségbe kerülnek, annyira „lenyomják” az idősek MTV preferenciáját, hogy az 50 felettiak tévénézésén belül már kisebb arányt képvisel a Magyar Televízió, mint a fiatalok tévénézésén belül. (Ez nem jelenti azt, hogy az idősebbek percben kifejezve kevesebb MTV műsort néznek, lehet, hogy körükben az MTV részesedése attól csökken, hogy abszolút értékben több időt fordítanak más adók nézésére is éppen a fiatalok jelenléte miatt.)

A NŐK ARÁNYÁNAK HATÁSA

A nemek aránya a háztartásban mind a teljes tévézés mennyiségére, mind a programválasztásra hatással van.

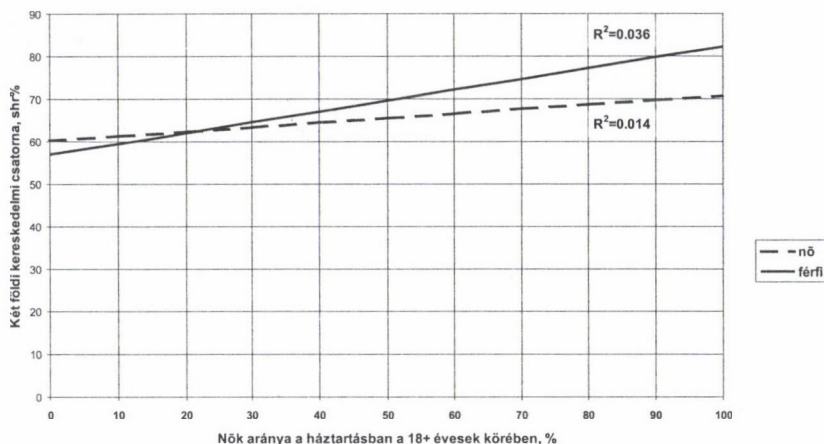
Nők arányának hatása a tévézés mennyiségére



4. ábra

A 4. ábrán egy különös additív kereszteződő hatással találkozhatunk (*Type IVC*). Mivel közben markáns különbség van a nők és a férfiak tévézésének mennyisége között, ez erősen környezet-függő. A környezeti hatásnak itt nem az additív, hanem inkább az interaktív összetevője dominál, hiszen a környezetnek az egyéni hatásokon keresztül érvényesülő eleme a nőkre és férfiakra éppen ellentétesen hat. A nők háztartáson belüli arányának növekedtével változik mind a nők, mind a férfiak tévézésre fordított ideje, csakhogy a nők egyre kevesebbet, a férfiak egyre többet tévéznek. Leegyszerűsítve, a családon belüli (felnőtt) férfi többlet esetében a (felnőtt) nők tévéznek többet, és megfordítva, női többlet esetében a férfiak tévéznek többet. Nyilván lehet erre tudományos csoport-dinamikai magyarázatot találni, én most ebbe nem mennék bele.

A kereskedelmi csatornák részesedése a teljes tévézésből a felnőttek körében együttesen átlagban 60 százalékot tesz ki a vizsgált időszakban. Az 5. ábrán látható (*Type IVA*), elég gyenge magyarázó erővel rendelkező additív kereszteződő modell arra világít rá, hogy az a közkeletű vélekedés, mely szerint a nők nagyobb arányban néznek kereskedelmi csatornákat a férfiaknál, csak bizonyos környezeti feltételek mellett érvényesül. A két földi csatorna összesített share értéke a férfiak javára kezd szétválni, amikor a felnőtt nők családon belüli aránya a 25 százalékot meghaladja. Vegyük sorra a háztartások a lehetséges nemek szerinti összetételét.

Nők arányának hatása a két földi kereskedelmi csatorna
nézésének együttes részesedésére

5. ábra

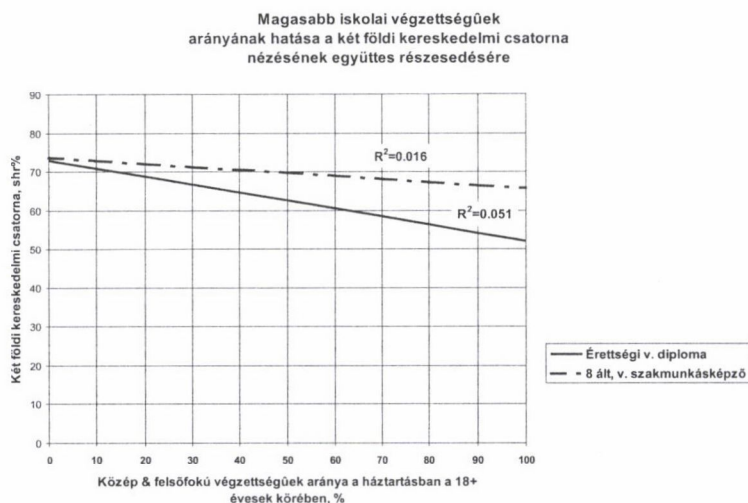
- Tiszta férfi összetétel: ahol egy felnőtt van, és az férfi, vagy több felnőtt van és mindig egy férfi, ott a felnőtt nők aránya 0%, a férfiak kereskedelmi csatorna share értéke átlag 57%.
- A nők megjelenésével a férfiak egyre nagyobb arányban nézik a tv2 és RTL klub műsorait. Három felnőttből elég ha egyikük nő és máris 5 százalékponttal nő a férfiak nézéséből a kereskedelmi csatornák részesedése. A nemek 50 százalékos arányánál (ahol két felnőtt van, és egyikük nő, vagy több felnőtt, és ugyanannyi nő, mint férfi), az ábra szerint a férfiak átlagban már mintegy 70 százalékos földi kereskedelmi tévét fogyasztanak, a nők ennél valamivel kisebb arányban, mintegy 65 százalékosban.
- A nők többségbe kerülésével a férfiak tovább növelik, míg a nők mérsékeltebben, de szintén növelik tv2 és RTL Klub share arányukat. Ahol négy felnőttből csak egy férfi van, ott a férfiak már tévénézésük 75 százalékat a két kereskedelmi csatornán töltik.
- Tiszta női összetétel esetén: ahol egy felnőtt van, és az nő, vagy több felnőtt van, és mind nő, a felnőtt nők aránya 100%, a nők kereskedelmi csatorna share értéke 70%.

Mindebből számomra úgy tűnik, hogy ebben a modellben – legalábbis a tévéprogram megválasztását illetően – a férfiak alkalmazkodó-képességét érhetjük tetten.

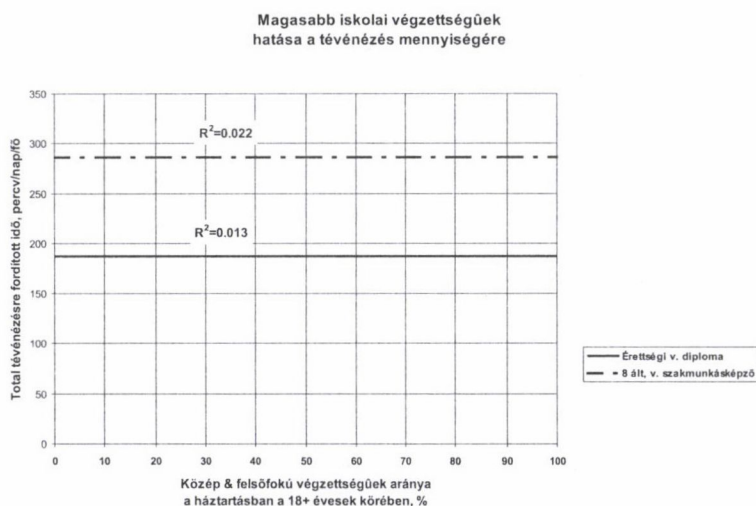
AZ ISKOLAI VÉGZETTSÉG HATÁSA

A 6. ábra additív kereszteződő modellje (*Type IVA*) grafikájáról azt olvashatjuk le, hogy ha minden felnőtt alacsonyabb iskolai végzettségű, akkor mintegy 72 százalékban az RTL Klub és a tv2 műsorát fogyasztják. Amint a magasabban iskolázottak legalább egynegyed, egyharmad arányban vannak jelen a háztartásban, jelenlétük már a többiek esetében is érezhetően csökkenti a kereskedelmi csatornák részesedését, de a saját ilyen

irányú fogyasztásuk korlátozására még jótékonyabb hatással van a társak magasabb képzettsége. Ahol valamennyi felnőtt érettségizett vagy diplomás, összes tévénézésük mindössze 52 százalékat fordítják a két kereskedelmi csatornára együttesen.



6. ábra



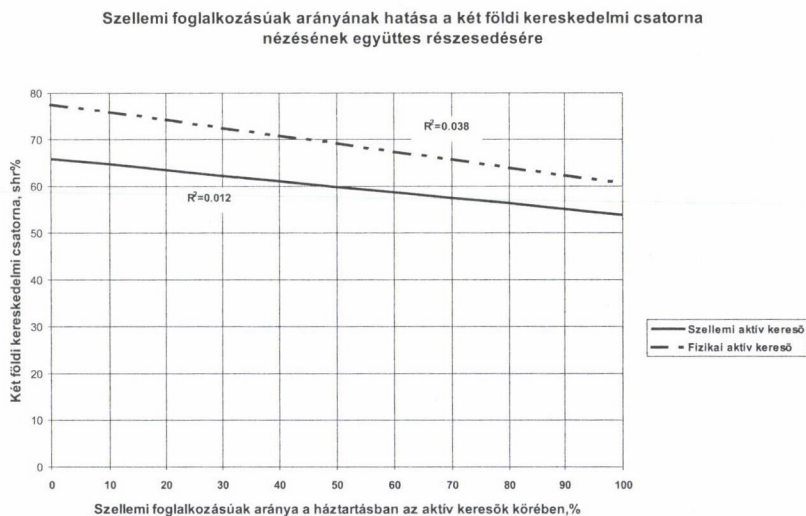
7. ábra

A 7. ábrán látható tisztán individuális hatásról árulkodó grafikon (*Type I*) nem okoz különösebb meglepetést, amennyiben a kevésbé iskolázott felnőttek mintegy napi másfél órával többet tévéznek az iskolázottabbaknál. Ami miatt ezt a modellt mégis érdemesnek tartottam közölni, az a számomra meglepő tény, hogy az iskolázottabbak arányának változása a személyek tévéfogyasztásának mennyiségére nincs környezeti hatással. A képzetlenebbek magasabb tévéfogyasztását a velük egy háztartásban élő érettségizett vagy

diplomás felnőttek sem képesek korlátozni. Ebben az összefüggésben talán ismét az a szociológiai realitás nyilvánul meg, hogy a többtagú háztartásokban az iskolázatlanabb nyugdíjas nagyszülők akkor is sokat tévénéznek, ha gyermekük és azok házastársa történetesen diplomás.

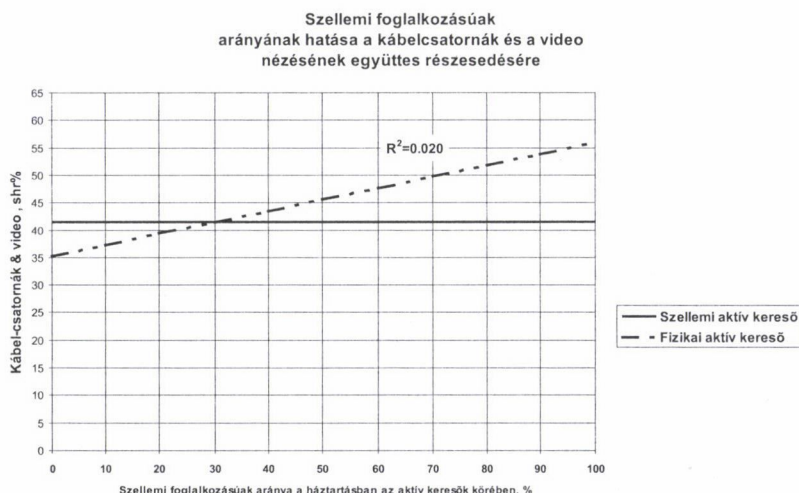
A FOGLALKOZÁS HATÁSA

Mivel az iskolai végzettség és a foglalkozás jellege szorosan korrelál, következésképp nagyjából egy irányban hat a tévéfogyasztásra, elegendő lenne az egyiket vizsgálni. Azonban az iskolai végzettség aktívakra és nyugdíjasokra egyaránt vonatkozik, az aktív keresők tévénézését pedig ezen kívül még a foglalkozási tevékenységük jellege is befolyásolhatja, a foglalkozás hatását az aktív keresők mintáján külön is megmértük.



8. ábra

A 8. ábrán a környezet hatása tisztán additív jellegű, szinte független az egyéni ismérvtől, hiszen a két egyenes csaknem párhuzamos (*Type IIIA*). Az egyéni foglalkozási különbségek mintegy 10 százalékpontnyi pluszt jelentenek a fizikaiak javára a két kereskedelmi csatorna részesedésében. A szellemi foglalkozásúak arányának növekedése azonban csökkentő mértékben hat mind a fizikai, mind a szellemi foglalkozású aktív keresők kereskedelmi csatornán fogyasztott nézettségének részesedésére. Ez a hatás a szellemi keresők létszámbeli erőfölényének eredményét jelzi a fizikai foglalkozásúakra, miközben persze ugyanúgy hat a saját foglalkozási csoporton belül is. (Ne feledjük, ebben a mintában csak az aktív keresők szerepelnek, a képzetlenebb nyugdíjas nagyszülők itt nem ellensúlyozzák az intellektuális hatást.)



9. ábra

Egész más viszonyt találunk, ha a sokcsatornás háztartások mintáján a kábelcsatornákra és videóra együttesen fordított nézési részesedést vizsgáljuk. (*Type IVB*) A 9. ábra szerint a szellemi foglalkozásúak nézési idejüknek stabilan 40 százalékát fordítják nem földi terjesztésű programok nézésére, függetlenül a környezeti hatástól, vagyis attól, hogy többségben vagy kisebbségben vannak a háztartásban. Ami azonban fizikai foglalkozású társaikat illeti, ebben a kábeles körben rájuk erősebben hat környezetük szellemi erőfölénye. Ahol három felnőtt közül csak egy is szellemi foglalkozású, ott a többiek már növelni kezdik tematikus műsorfogyasztásuk arányát. Ahol fele-fele arányban szellemiek és fizikaiak a felnőttek, a fizikaiak már magasabb arányban (45%) fogyasztják a kábelműsorokat, mint a szellemiek.

TÚL A DEMOGRÁFIÁN

Természetesen nem ragadtunk le a háztartási környezet kemény demográfiai változóinál. Noha nem ez volt a vizsgálati cél, már csak a kutatói kíváncsiság miatt is meg kellett vizsgálni mások tévéfogyasztásának közvetlen hatását a vizsgált személyek magatartására. Természetesen ezt már nem a Davis-féle grafikus modellekkel, hanem többváltozós regressziós modellekkel, amelyekben valamennyi eddig bemutatott individuális és strukturális kontextuális független változó mellé minden modellben a háztartás többi tagjának tévénézését jellemző, az egyéni független változóból származtatott plusz kontextuális változót léptettük be.

Az eredmények igazolták a várakozást, saját és környezetünk demográfiai ismérvein túl, illetve azzal összefüggésben, de mindet megelőzve a környezet viselkedése magyaráz legtöbbször mind a vizsgált személy tévénézésének mennyiségéből, mind csatorna-választásából.

A teljes tévénzés mennyisége

A vizsgált személy összes tévénzését ebben a modellben a vizsgált személy korcsoportja, neme, végzettség szerinti kategóriája, szellemi vagy fizikai foglalkozása, illetve a kontextuális változók közül a többi személy egy főre jutó tévénzésének mennyisége (ebben a modellben ez a plusz változó), az 50 évesnél fiatalabbak aránya, és a felnőtteken belül: a nők, a legalább érettségizettek és a szellemi foglalkozásúak aránya magyarázza.

Az eredmény szerint a teljes modell a tévénzés mennyiségének 19,9 százalékát magyarázza, benne legerősebben hat a mások tévénzésének egy főre jutó átlaga, amely a magyarázott rész több, mint harmadáért felel ($\text{Béta} = 0,372$). Szignifikáns hatással van még a kor kategória ($\text{Béta} = -0,337$), a fiatalok aránya a háztartásban ($\text{Béta} = 0,21$) a szellemi foglalkozás ($\text{Béta} = -0,092$) és a vizsgált személy neme ($\text{Béta} = 0,048$), oly módon, hogy az életkor növekedésével, a fiatalok arányának emelkedésével növekszik, továbbá nők esetében a férfiakénál magasabb, szellemi foglalkozásúak esetében a fizikaiaknál kevesebb a tévénzésre fordított idő.

A csatornák részesedése

A földi kereskedelmi csatornák részesedését a vizsgált személy tévénzéséből regressziós modellünk 65,9 százalékban magyarázza. (Plusz változó itt: mások földi kereskedelmi csatornára fordított részesedése.) Ezen belül itt is legerősebben a mások nézésén belül a két földi kereskedelmi adó részesedése ($\text{Béta} = 0,776$). Szignifikánsan hat még: a vizsgált személy neme ($\text{Béta} = 0,107$), kora ($\text{Béta} = 0,065$) iskolai végzettsége ($\text{Béta} = -0,083$), szellemi foglalkozása ($\text{Béta} = 0,076$) és a szellemi foglalkozásúak aránya ($\text{Béta} = -0,046$). Nagyobb arányban néznek tv2-t és RTL Klubot a nők, a fiatalabbak, a kevésbé iskolázottak, a szellemi foglalkozásúak, de figyelem, ahol a szellemiek aránya magasabb a háztartásban, ott csökken a kereskedelmi tévék részesedése!

Az MTV-t magyarázó modell is elég erős, 62,9 százalékos, pedig mindössze három változó fejt ki szignifikáns hatását. Elsőként mások nézésén belül az MTV részesedése ($\text{Béta} = 0,774$), az életkori kategória ($\text{Béta} = -0,153$), és a fiatalok aránya a háztartásban ($\text{Béta} = 0,076$). (Plusz változó itt: mások MTV részesedése.)

A sokcsatornás háztartásokban 44,7 százalékban magyarázta a modell a nem földi részesedést. Elsőként most is mások nem földi részesedése hatott szignifikánsan ($\text{Béta} = 0,647$), másodsorban a férfiak javára a vizsgált személy neme ($\text{Béta} = -0,142$), majd az iskolai végzettség ($\text{Béta} = 0,106$) a képzetebbek javára, végül a szellemi foglalkozás ($\text{Béta} = 0,045$) növeli a kábelcsatornák részesedését. (Plusz változó itt: mások nem földi csatornára fordított nézési részesedés.)

ÖSSZEFOGLALÁS

Jóllehet vannak módszertani kétségeink a Davis-féle grafikus ábrázolás alkalmazásával a vizsgált problémára, a kontextuális elemzés mégis hasznosnak bizonyult, amennyiben egyértelműen kimutatta a többtagú háztartásban élő felnőttek háztartási de-

mográfiai összetételének – az egyéni demográfiai ismérvektől független – hatását a háztartás tagjainak tévévezési magatartására.

Az adatbázisunkat illető legfőbb aggályunk a háztartásnak, mint környezetnek az alacsony elemszámára vonatkozik, mivel a kevés létszámú csoport egyedeiből származtatott kontextuális változók eloszlása így elég egyenetlen. Magának a Davis-módszernek a gyenge pontja, Fényes–Pusztai szerint is, hogy csak egy kontextuális és egy individuális változó kezelésére alkalmas, ami részben magyarázza az alacsony R^2 értékeket.

A mindennapi tapasztalatok is igazolják az eredményeket, amelyek közül kiemelésre érdemes a családon belüli női többlet hatása a férfiak tévé-fogyasztására különösen ami tévévezési idejük növekedését illeti, amelyet főleg a földi kereskedelmi csatornák nézésére fordítanak. Hasonló hatással van a fiatalok magasabb aránya a háztartásban, csökkenti valamennyi személy MTV-re fordított részesedését, és növeli a 18–49 évesek tévévezési időtartamát. Végül a kvalifikáltság és a szellemi munkavégzés háztartáson belüli erőfőlényének jótékony hatását figyelhettük meg, ami a kereskedelmi csatornák részesedésének csökkenésében, és a tematikus csatornák részesedésének növekedésében mutatkozott meg.

A környezet tévéfogyasztása, mint legerősebb magyarázó erő a családtagok közös tévévezésére utal, és mint ilyen, még a többletvés háztartásokban is fontos, a családot integráló tevékenység, amelyben a nőknek, mint láthattuk, jelentős szerepe és felelőssége van.

Nem hagyhatjuk említés nélkül, hogy ehelyütt csak a felnőttek tévéfogyasztását vizsgáltuk, de a gyermekek tévéfogyasztására a családösszetétel feltehetően ugyanilyen erővel, ráadásul hosszan tartó következményekkel jár. A jövőben szándékunkban áll a gyermekek-re is kiterjeszteni az elemzést.

JEGYZETEK

¹ Forrás: AGB Hungary, Alapozó adatfelvétel 1997–2003. (Évente 5000 háztartás, háztartási alapú, többlépcsős, rétegzett valószínűségi mintavétel.) Az AGB Hungary Kft. műszeres televíziós közönségmérést végző cég, a tévés nézettségi adatok egyedüli szolgáltatója Magyarországon. 840 háztartásból álló reprezentatív panel mintából becsüli a tévés háztartásokban élő, 4 éven felüli lakosság televízió-nézését. Bővebben: www.agb.hu

² Falussy Béla: *Az időfelhasználás metszetei*. Új Mandátum Kiadó 2004.

³ Dessenwffy Tibor – Gayer Zoltán: A mulékony kép jármában – avagy van-e szabadság a képernyő előtt? *Replika* 1999/38.

⁴ Rating (Average Minute Rating, AMR, AMR%) egy műsor, vagy idősáv közönségének egy percre jutó átlagos száma, vagy százalékos aránya a populáción belül. Share (részesedés, SHR%) a vizsgált műsor vagy idősáv nézésére fordított idő aránya az összes tévézésre fordított időn belül.

⁵ Zelenay Anna: Televíziózás a KSH/EUROSTAT életmód időmérleg vizsgálata tükrében. www.agb.hu/magyar/muhely/idomerlegriport2002.pdf

⁶ A. V. Diez Roux: A glossary for multilevel analysis. www.jech.com

⁷ Moksony Ferenc: A kontextuális elemzés. *Statisztikai Szemle* 1988/3. 268. old.

⁸ Dr. Fényes Hajnalka – Dr. Pusztai Gabriella: Kulturális és társadalmi tőke. *Statisztikai Szemle* 2004/6–7.

⁹ Moksony Ferenc: i. m. 272. old.

¹⁰ <http://www.soziologie.uni-halle.de/langer/multilevel/skripten/intromla2.pdf>

Zombory Máté

A BŰNÖS NEMZET ÉS EURÓPA. A BŰN REPRESENTÁCIÓJA AZ ÜNNEPI DISKURZUSBAN*

Mit keres a bűnösség kérdése a nemzet születésnapján? Noha e felvetés első pillanatra furcsának tűnik, a következőkben a bűn motívumát vizsgálom meg a nemzetről szóló ünnepi diskurzusban: arra keresem a választ, hogy az ünnepi szónokok a magyarok történetének elmondásakor miért élnek, noha a legtöbbször csak az utalások szintjén, a bűnös nemzet motívumával. Mivel ez a szövegvilág rendkívül szerteágazó, annak csupán egy szeletét, az 1990 és 1998 között augusztus 20-án nagyközönség előtt elhangzott kormányfői és államfői ünnepi beszédeket elemzem.¹ Feljogosít erre az, hogy e megemlékezési szertartásokon újra és újra a magyar nemzet születésének lehetünk tanúi, továbbá, hogy a szónokokat – Antall József, Horn Gyula és Göncz Árpád – a magyar politikai életet lefedő három eszmeiség, a *konzervatív*, a *szocialista* és a *liberális* ideológia márkáns képviselőinek tekintik. Megelőzendő azt a némileg jogos kritikát, hogy az ünnepi felszólalások tartalmát befolyásoló közéleti ügyeket nem teszem vizsgálat tárgyává, érdemes megjegyezni, hogy a nemzeti ünnepek diskurzusa és a politikai diskurzus nem feleltethető meg egy az egyben egymásnak. Olyan önálló sajátosságokkal rendelkező szövegvilágról van szó, amely más diskurzusokat, elsősorban a profán világ eseményeit saját szabályainak szűrőjén keresztül fogadja magába, illetve teremti újjá. A közéleti, azaz nem ünnepi diskurzusok és az ünnepi diskurzus bonyolult viszonyának kifejtése pedig túllépi a jelen írás határait. Azt mégis fontos lehet megemlíteni, hogy a rendszerváltás után a korlátozott nyilvánosság felszabadulásával a mai napig rendre fel-felbukkan a kérdés a nyilvános porondon, legyen szó a Magyarország háborús szereplését követő történetében elkövetett bűntettek, a történelmi igazságtétel vagy akár a kárpótlások ügyéről. Ez az írás azonban nem történetileg és jogilag meghatározható vétkeseket, áldozatokat és bűntetteket állapít meg, és a legkevésbé sem keres felelősöket. Kizárólag a bűn reprezentációját vizsgálja az ünnepi diskurzusban, méghozzá abból a szempontból, hogy e reprezentáció milyen szerepet játszik a nemzet diszkurzív megteremtésében.²

1. Elkerülve a nemzetet valós csoportként tételező „csoportizmus” (Brubaker 2001) vádját, a nemzet fogalmát Anderson (1983) nyomán az elképzelt közösség értelmében használom. Hiszen „az *etnopolitikai gyakorlat kategóriáit* nem fogadhatjuk el kritikátlanul, mint a tár-

* Köszönettel tartozom Kovai Melindának, aki megjegyzéseivel hozzájárult e dolgozat elkészüléséhez.

sadalomelemzés kategóriáit. A résztvevők beszámolóí – különösen az etnicitásra specializálódottaké, például az etnopolitikai vállalkozóké – gyakran (Bourdieu kifejezésével élve) performatív jellegűek. Miközben a csoportra hivatkoznak, arra törekszenek, hogy életre hívják, feltámasszák, létrehozzák őket.” (Brubaker 2001: 43.)³ Ennek megfelelően a nemzetet olyan nyelvi konstrukciónak tekintem, amelynek határait a megszólaló performatív aktusa teremti meg. Az augusztus 20-ai megszólalások Foucault-i értelemben vett diszkurzív gyakorlatok, amelyek során a szónokok az általuk diszkurzíve konstruált elképzelt közösség nevében szólalnak meg, valós létezőt tulajdonítva a nemzetnek.

Az így megteremtett nemzet tagjai kettős időben helyezhetők el (Bhabha 1999): egyrészt a múltbeli credetre épülő nacionalista pedagógia történelmi tárgyaiként szerepelnek, ugyanakkor a nemzet minden előzményt nélkülöző újrateremtésének szubjektumai a jelenben. A múlt tanító jellegű elbeszélésének, azaz a nemzet történetének időbelisége folyamatos. A nemzet jelenbeni diszkurzív megteremtése azonban minden előzményt nélkülöző repetitív performatív aktus, amit a megszólítás fogalmával lehet leírni. A szónok magyar nemzetként szólítja meg e pillanatig szedett-vedett hallgatóságát, kifejezve ezzel, hogy „mi, akik itt összegyűltünk, alkotjuk a magyar nemzetet”. E szubjektum lesz a tárgya annak a történetnek, amelyet a magyarok múltjaként ad elő.

Augusztus 20-án mindegyik beszélő a magyar nemzet történetét meséli el, ki részletesebben, ki egyszerűen a jelenhez egy múltbeli, az ünneplés tárgyát képező eseményt rendelve. A múlt rekonstrukciója nem csupán valamilyen „tényanyag” szelekcióját jelenti, a szónok az általa használt narratívum alkalmazásával értelmezi és minősíti is a történeteket (vö. White 1997), a múlt morális megítélése tehát részét képezi az elmesélt történetnek. A narratívumok olyan elbeszélői formák, amelyek a múlt elbeszélésekor azzal határozzák meg a múlthoz fűződő viszonyt, hogy az események cselekményesítésekor azokat meghatározott konfigurációs típusokba rendelik, és egyeseket például tragédiaként, másokat esetleg románcként tételeznek (White 1997).

A narratívum mint nyelvi eszköz azonosításához elengedhetetlen e fogalom jellemzőinek számba vétele. Gergen és Gergen (2001) összefoglalása szerint egy érthető narratívum felépítéséhez a következő feltételeknek kell teljesülnie. Léteznie kell egy értékelt végpontnak a történetben, amit nevezhetünk célállapotnak. E cél eléréséhez a relevánsnak tűnő események sora vezet: minden egyes történés abban nyeri el értelmét, hogy többé vagy kevésbé hozzájárul a kívánt cél eléréséhez. Az események továbbá rangsorba rendezhetők, azaz nem következhetnek véletlenszerűen egymásra. A szerzőpáros szerint a legszélesebb körben alkalmazott sorbarendezi konvenció a lineáris időbeli szekvencia. Az érthető narratívum további jellemzője, hogy az események között oksági kapcsolatokat létesít, illetve hogy jelzéseket használ a kezdet és a befejezés jelölésére (demarkációs jelek). A narratívumok az alapján rendezhetők típusokba, hogy az egyes események értéktelítettsége a történet előrehaladtával milyen szerkezetet mutat. Az értékelés nyelvi kifejezőeszközeit minden kompetens nyelvhasználó könnyűszerrel felismeri, az egyes kifejezések (igék, jelzők, szókapcsolatok) pozitív vagy negatív konnotációja kulturálisan elfogadott, illetve kontextuálisan meghatározott. A következőkben a Gergen és Gergen által bevezetett tipológiát veszem alapul. *Stabil narratívum*nak nevezem azt az elbeszélői formát, amely úgy kapcsolja össze az eseményeket, hogy az értékelő pozíció szempontjából a hős lényegében változatlan helyzetben marad. Ha az értékelő mozgást emelkedés jellemzi, *progresszív narratívum*ról, ha hanyatlás, *regresszív narratívum*ról beszélünk. Noha e három alaptípus variációjával minden narratívum leírható, érdemes még megkü-

lönböztetni a *komédia-románc narratívumot*, amely során egy regresszív narratívumot egy progresszív követ.

Az általam vizsgált narratívumokat a történeti kronológia szervezi, ez persze nem jelenti azt, hogy szerkezetük minden esetben lineáris. Az említett évszámok, a nevesített szereplők, illetve események segítségével megállapítható, hogy az elbeszélte történet adott részlete a magyar történelem (pontosabban a történelmi narratívum) mely pontján játszódik. Az egyes ünnepi beszédekben elmesélt történet eseményeit első lépésben kronológiai sorrendbe rendeztem, majd az események elbeszélői értékelése alapján megállapítottam az alkalmazott narratívum típusát.

Felmerül a kérdés, hogy miképpen jelenhet meg a bűn és a bűnösség egy elképzelt közösséget megalkotó nyelvi konstrukcióban. A szónokok annyiban ugyanazt az identitáspolitikát követik, hogy a nemzetállami diskurzusban szólnak meg. Geertz (1998) az identitáspolitikai elemzéshez három fogalmat vezet be. *Primer lojalitás*on olyan kötődéseket ért, amelyek az egyéneket a közösséghez kapcsolják: mindenkinek van egy anyanyelve, adott vallást követ, adott történelmi múltja van és így tovább. E kötődések ereje és összetétele társadalmanként változó, de minden esetben természetből adottként jelennek meg az egyének számára. A *fennálló entitás* fogalmát a társadalmak állami-közigazgatási-hatalmi berendezkedésének leírására alkalmazza, így például a volt Jugoszlávia egy fennálló entitás volt, amely felbomlásával újabbaknak adta át a helyét. Az *identitáspolitikában* – a politikán a diszkurzív hatalomért folytatott küzdelmet értve – a primer kötődések és a fennálló entások összehangolására megy ki a játék. A nemzetállami diskurzus egy lehetséges, de nem kizárólagos identitáspolitika,⁴ amely az állam határait a nemzetre terjeszti ki. Ebben a diskurzusban a nemzet esszencialista felfogása az uralkodó, mivel a nemzeti hovatartozás mint primer lojalitás természetből adottként jelenik meg. A nemzet tehát mindegyik elbeszélő számára létező csoport, olyan kollektív entitás, amely cselekszik, szenved és döntéseket hoz – akár bűnöket is elkövethet. Ha a nemzet egysége megbomlik is néha az elbeszélésben, a háttérben mindig ott húzódik a valós nemzet valós érdeke.⁵

2. Mindenekelőtt a szónokok által használt, a magyarok történetét konstituáló narratívumot kell szemügyre venni. Egy nemzet története többféleképpen elbeszélhető, gondoljunk csak arra a narratívumra, amely egy nép életét az egyénéhez teszi hasonlatossá: a születést a gyermek-, majd a felnőtt kor, végül az öregedés követi, amelynek végét a nemzet halála hozza el. E sokféleség ellenére mindhárom elbeszélőnél azonos narratív forma azonosítható. A magyar nép története mindegyik vizsgált szövegben ugyanabba a vallási eredetű narratívumba illeszkedik: aranykor a múltban (teremtés) – amelyet hanyatlás követ (kiűzés a Paradicsomból) – majd az újbóli aranykor lehetősége a jelenben (földi Paradicsom a közeljövőben). E komédia-románc narratívum ideáltípusa a Bibliában található meg, amelynek különféle variációival élnek az elbeszélők (vö. Némedi 2000).

A történet kezdete minden esetben az aranykort megelőző pillanat, amelyet a különféleképpen elbeszélte gyarapodás, felemelkedés, az aranykor kiteljesedése követ. Ezalatt „teremtődik meg” az az értékrend, amelyhez a történet szereplőinek, de legfőképp főhősének, a magyar nemzetnek a jövőben tartania kell magát. A hanyatlás tulajdonképpen a megteremtett értékrendtől való fokozatos eltávolodásként értelmeződik, amely, ha a főhős akaratából következik be, akkor morálisan elítélendő cselekedet, ha pedig kényszerítik, akkor a szereplő felmagasztosul. A magyar nemzet történetének közepét a hanyatlás mélypontjaként azonosíthatjuk, amelyet minden elbeszélő a XX. századba helyez – azonban eltérő mó-

don. Az Antall-beszédekben a hanyatlás mélypontja egyértelműen a magyarországi kommunizmus időszaka, a Horn-szövegekben az egész „rövid XX. század” tekinthető a hanyatlástörténet végpontjának. Göncz esetében nem ilyen egyértelmű a helyzet. Az általa alkalmazott kettős ciklus formában⁶ két hanyatlás azonosítható, előbbiben 1955-re, utóbbiban az elbeszélés jelenére esik a mélypont. Ha nem él ezzel a formával, a történet mélypontja a Horthy-korszak. Az elbeszélés jelenéről megállapítható, hogy minden esetben valamilyen negatívum lehetetleníti el a beteljesülést, ezért a főhős üdvözülése, az újbóli aranykor eljövetele a jövőbe tolódik.

E narratívumot egy némileg szabálytalan U-görbeként képzelhetjük el, amelyben az egykori aranykor és a jelen kezdeti közelsége a hanyatlással egyre növekvő távolsággá válik, hogy a jelenben újra közelítsen elbeszélte idő és az elbeszélés ideje. Akkor és most azonban nem feleltethető meg teljesen egymásnak, így van ez az ideáltípusnak tekinthető keresztény narratívumban is, ahol a Paradicsomból kiűzetett emberiség majd a földi Paradicsomban lelhet megváltásra.

Az augusztus 20-ai beszédekben tehát a nemzet születése, majd ezt követő hanyattatásai beszélődnek el. Az aranykorban István birodalma a teljességet szimbolizálja: ez minden esetben pozitív felhangokkal jellemzett korszak a magyarok történetének kiindulópontja. Jellemzői közé tartozik a békés együttélés, a „korszaknak megfelelő” államberendezkedés, az „európai értékek” és így tovább. Röviden a magyarok „Európához” tartoztak, a magyar európai nép volt. Ez a teljesség bomlik meg a nemzet különféleképp elbeszélte hanyatlásával. Horn és Göncz elbeszéléseinek eszmei térképén Európa vándorol, méghozzá a narratívumnak megfelelően – csak így lehetséges, hogy miközben egyhelyben él, a magyar nép „kiűzetik” a Paradicsomot jelképező helyről, kívül kerül Európán. A jövőbe tolódott beteljesülés így az Európába történő visszajutásként jelenik meg a szövegekben. Az ünnepi beszédekben ugyanis az üdvözülés helyszíne minden esetben „Európa”. Antall elbeszélése annyiban tér el ettől a sémától, hogy a magyarok európaivá válását követően, ami tulajdonképpen csak a külsőségeket érinti, hiszen a történet szerint e nép számára sohasem volt idegen az európai kultúra,⁷ a kialakult állapot folyamatosan fennmarad. A kérdés nála sokkal inkább az, hogy Kelet vagy Nyugat befolyása alá került-e a történet főhőse.

Az Európa-szimbólum így kulcsfontosságú a szövegekben. Nem csupán egy helyet jelöl, értékek és ezeknek megfelelő tulajdonságok összessége is: a főhős cselekedeteinek megítélések a szónokok az „európai” jelzőt alkalmazzák. Európa és a bűn fogalma elválaszthatatlanok egymástól, az „európaiság” fémjelezte jövőt mindegyik elbeszélő a bűnökkel szemben értelmezhető békés együttélésként írja le, amelyben a magyar más nemzetekkel harmóniában és boldogságban képes együtt élni. Csakúgy, mint egykor. Úgy gondolom, hogy az „európaiság” fogalma a bűn felől értelmeződik: augusztus 20-án a magyar nemzet bűnbeesés-története beszélődik el, amelyben a megváltás „európaivá válásként” jelenik meg. És mivel ennek a nemzetkonstrukciónak a bűn konstitutív eleme, a megváltás feloldozás is egyben.

3. A történetmondás természetéhez tartozik a történetekért felelős szereplő(k) megállapítása, az egyes karakterek cselekedeteikkel – és Weberrel szólva a nem cselekvés is cselekvésnek számít – akadályozzák vagy előidézik a végkifejletet. A cselekményszövéseben minden tettek megvan a maga következménye, és a kiváltó cselekedeten kívül, de azon keresztül maga a szereplő is erkölcsi megítélés alá esik.⁸ A szónokok minden esetben az üdvözülés előtti pillanatban szólalnak meg, szerepük többek között éppen az, hogy felszólalásaikon

keresztül világossá váljon a közösség számára, mi a teendő annak mihamarabbi eljövetele érdekében. Ha nem így lenne, nem lenne mit ünnepelni. Az ünnep tárgya éppen az egykori magyarság, ami a jelenben élők számára csupán mint elérendő állapot fogalmazódik meg. Az ünnepi beszédekben ezt a hiányt beszélik el a szónokok, és a történet tanulságokkal szolgál. Az ünneplő közösség megtudhatja, hol tért le a helyes útról, illetve mi az, ami elválasztja az aranykorban megtapasztalt egykori teljesség eljöveteletől. A jelent uraló hiányt pedig a bűn motívuma tölti be. Míg Kölcsey úgy fogalmaz, hogy „bűneink miatt gyúlt harag kebledben”, a vizsgált beszédek egyikében sem találkozhatunk a magyarok bűneinek a hanyatlás okaként való megnevezésével. Ennek ellenére a narrátorok utalnak elkövetett bűnökre, illetve a korábbi büntettek nyomai mindig fellelhetők a jelen konstrukciójában. Felvetődik tehát a kérdés, ki a felelős a törtétekért.

4. Az elemzéskor az elbeszélés jelenének konstrukciójából érdemes kiindulni, megragadni azt a hiányt vagy hiányosságot, amelyre a magyarok története magyarázatot ad. Antall József beszédeiben a bűnös nemzet motívuma meghatározó, és kimondott szerepet játszik.⁹ 1992-ben elhangzott beszéde egyenesen így kezdődik:

„Nincs nehezebb, mint szent királyunk, államalapító Szent Istvánunk szobra árnyékában egy történelmi városban szólni, (...) egy 1100 éve itt élő nemzet, az ezeréves magyar államiság képviselőjében, amelyik Európa egyik legrégebbi, minden szégyenérzet nélkül való nemzete.” (A92)¹⁰

Az elbeszélőnek nehéz dolga van. Az, hogy mondandója legelején le kell szögeznie, hogy a magyar nemzet minden szégyenérzet nélkül való, sejteti, hogy valami beárnyékolja a magyarok mindennapjait. A szöveg szervező elve annak bizonyítása, illetve bejelentése, hogy a magyar nép nem bűnös, pontosabban a büntettek rajta kívül álló okokból, nem „igazi szándékából” fakadtak, és ebből következően nincs mit szégyellnie.

Magáról az elkövetett bűnről annyit tudunk meg az elbeszélésből, hogy a magyar nép rossz oldalra került.

„Levert szabadságharcokkal, büszke nemzeti forradalmakkal akartuk mindig megmutatni igazi szándékainkat, és amikor cserbenhagytak bennünket, magunkra maradtunk, belekényszerültünk olyan államkeretekbe és politikai szövetségekbe, amelyek logikus következményeként a rossz oldalra kerültünk. Akkor még utána büntetésben részesültünk.” (A92)

A nemzet „igazi szándékai” tehát a forradalmakban és szabadságharcokban fejeződnének ki. Ez a harc nem kikényszerített védekezés, hanem belső késztetésből fakadó küzdelem, igaz szándék. De a fentiek szerint a magyarok nem beteljesíteni akarták „igazi szándékaikat”, hanem megmutatni. Bebizonyítani, hogy vannak igaz(i) szándékaik.

A geopolitikai narratívumot¹¹ követve a magyarok a „kényszerítő körülmények” áldozataként keveredtek bele olyan szövetségekbe, háborúkba, amelyeket nem éreztek magukénak, az elhagyatásnak logikus, a főhős szándékain kívül álló következménye, hogy a rossz oldalra került. Így a büntetés is igazságtalan. Antall szerint a Kárpát-medence stratégiaiailag kitüntetett hely, olyan terület, amelyért a nagyhatalmak folyamatos háborúkat vívnak. Ezért jelentheti ki az elbeszélő, hogy ezen a helyen minden háború végigsöpört.

A „rossz oldal” első pillantásra homályos megfogalmazásnak tűnik. Nem a hagyományos komp-ország toposzról van szó, hiszen nyilvánvalóan lennie kell morálisan jó oldalnak is. A rossz államkeretekről és politikai szövetségekről akaratlanul is a nyilas uralom, a Harmadik Birodalom és annak szövetségesei jutnak eszünkbe, a történet azonban 1849-cel,

Batthyány miniszterelnök kivégzésével és az abszolutizmussal folytatódik. Majd a kiegyezés következik, mivel a „*nemzet kereste a kompromisszumot, az élni akarás feltételeit*” (A92), ám végül Trianonnal büntették. Igazságtalan büntetésből igazságtalan büntetésbe került. Ez a kálvária azonban, meglehet, egy másik korszak fedőtörténete. Ez a történet Trianonnal kezdődik, azzal a büntetéssel, amelyet a nagyhatalmak kényszerítettek a magyar nemzetre. E megtorlás után a magyar nép kereste a kompromisszumot, az élni akarás feltételeit, de a kényszerítő körülmények folytán a Rossz oldalára került, végül a határok visszaállításával és a szovjet megszállással újabb büntetésben részesült. Így aztán a náci hatalom szövetségeseiként elkövetett büntettek a kényszerítő körülmények számlájára írhatók, „*a geopolitika és a földrajz kegyetlen*” (A92), nem az emberek. Így lesz az elkövetőből áldozat.

Antall elbeszélésében a magyar nemzet, ha harcol, kizárólag védekezik, nem kezdeményezője a küzdelemnek. Végeredményben a főhős nem követett el bűnöket, bűne egyedül az eredendő bűn, amely cselekedetein kívül áll, azért senkit nem terhel felelősség, ez nem szégyellnivaló. A magyar nép bűnös, de csak úgy, mint a többi nemzet:

„*Senki ne akarjon büntudatot belénk sulykolni, mert nem bűnösebb ez a nép, mint bármelyik más, sőt több van a számlánk jobbik oldalán, mint a rosszabbikon.*” (A92)

Ennek megfelelően a narratívum mélypontja az államszocialista korszak lesz, amelyet nem a bűn motívuma határoz meg, sokkal inkább az, hogy az István-i korszak jellemzőiként tételezett szabadság, függetlenség és keresztény erkölcs a szovjet elnyomás miatt tökéletesen hiányzik a kommunista uralom alatt.

Az elbeszélő jelent tehát a múlt iránt érzett és az igazságtalan büntetésből adódó szégyenérzet árnyékolja be, noha a magyar nép saját akaratából nem követett el büntetteket. Az elbeszélőnek ezért meg kell neveznie e szégyenérzet (büntudat) okát.

„*Csak azok akarják belénk sulykolni, akik el akarják venni ennek a nemzetnek az önbi-zalmát és hitét önmagában és akik elvették azt a katartikus élményt, amit ez a mostani 1989–90-es átalakulás jelentett, akik sanda módon, állandó tagadással, lejáratással feledtetni akarják azt, hogy mitől szabadult meg ez az ország, (...) és ezt mind semmivé akarják tenni azért, hogy itt egy kishitű nemzettel, egy büntudatos nemzettel tudjanak számolni, amelyiket sokkal könnyebb bármilyen manipulációnak alávetni.*” (A92)

A magyar nemzet így ismét áldozatként szerepel, még hozzá idegenek által indított rágalomhadjárat szenvedő alanyaként. A probléma azonban ezzel nem semmisül meg, az elbeszélő kénytelen kijelenteni, hogy a kormány fél („*Nem a kritikától fél ez az ország, nem a kritikától fél ez a kormány*” [A92]).

Horn Gyula elbeszélésében a bűn implicit formában jelenik meg. Hasonlóan a fentiekhez, ebben az esetben is érdemes a jelen konstrukciójából kiindulni. Nevezetesen az elbeszélőnek abból a kijelentéséből, hogy a határon túli magyarok a közelmúltban támogatást kértek (feltehetően a kormánytól) autonómiatörekvéseikhez. A képlet egyszerűnek tűnik, a határon túli magyarok elnyomás áldozatai a Magyarországgal szomszédos országokban. Azonban a hanyatlás mélypontja az egész XX. századra kiterjed, és a bűnt „*a népek, nemzete-tek egymással szembeni gyűlölködéseként*” (H97) nevezi meg az elbeszélő.

„*A történelem egyik legnagyobb igazságtalanságának tartom, hogy azok a telepések, akik hazájuknak vállalták és vallották ezt a földet, századunk elvakult nacionalizmusá-nak következtében részben földönfutókká lettek. Mint ahogyan az is igazságtalanság, hogy a múltban a határon túl lettek hontalanokká az évezred óta ott lakó magyarok le-származottai.*” (H96)

Hasonlóan a modernizációs narratívumhoz,¹² amelyben a történelem (vagy a „történelem szeszélye”) hozza helyzetbe minduntalan a történet főhősét, az eufemisztikusan csak igazságtalanságokként megnevezett bűnökért is ez a valami a felelős, nem az emberek. Márpedig nem akármiről van szó: holocaustról, kitelepítésekről, háborúkról. A történet szerint a „*trianoni békediktátum*” során létrehozott határok nem az etnikai megoszlást követték, és ez „*évtizedes viszályok és ellenségeskedések forrása lett*”. (H96) Az elbeszélő egy eszmét nevez meg a népiertások elkövetőjeként, méghozzá „az ember” pozíciójából, erre utal a „*századunk*” többes szám első személye. A nacionalizmus átka tehát minden nemzetet egyaránt sújt, és Magyarországot tekintve ennek az a következménye, hogy a XX. századra István király „*nyitott országát*” alapul véve, minden a visszájára fordul.

E viszályok vezetnek el a jelenbe, amely az elbeszélés szerint egy új kihívást tartogat az „egységes Európába” igyekvő magyarok számára:

„*Új történelmi kihívás, hogy esetleges felvételünk az Európai Unióba vagy a NATO-ba nem csupán stabilitásunkat, gazdasági talpraállásunkat, kiegyenlítődésünket, jogi illeszkedésünket igényelhetné. Figyelembe kell vennünk közvetlen szomszédaink érdekeit is.*” (H96)

A térségben élő népek bűnös múltja miatt a magyarok számára „kihívást” jelent, hogy a jövőben a szomszédos népek érdekeit is figyelembe kell venni. Noha az elbeszélő leszögezi, hogy Szlovákiának és Romániának minél előbb felvételt kell nyerni e szervezetekbe, a jelent a viszályok továbbélése jellemzi.

„*A piacgazdaság következetes kiépítésében, a privatizációban, az állami központosítás lebontásában, a demokratikus intézményrendszerek kiépítésében való elmaradást azonban egyetlen országban sem lehet magyarellenességgel, a magyar fenyegetésre való hivatkozással sikeresen ellensúlyozni.*” (H96)

A magyarok egyetlen „bűne” tehát, hogy „előbbre tartanak” Szlovákiánál és Romániánál, és ez az oka, hogy az ezekben az államokban élő magyarok hontalanokká váltak, vagyis diszkriminált helyzetbe kerültek. Talán ez is a történelem igazságtalansága, mindenesetre az elbeszélő rágalomnak minősíti azokat a kijelentéseket, amelyek a magyar nép bűnösségére utalnak: „*ellentmondásosnak érzem azt a magatartást, amely kollektív bűnökként ítél el egy nemzetiséget, de kollektív különjogokat vél felfedezni a diszkrimináció mellőzésében*”. Ebből aztán egyenesen következik a kijelentés: „*nem hagyhatjuk, hogy európai integrációnk megnehezüljön, késlekedjen, akár félreértések, akár tudatos félremagyarázás kampánya miatt*” (H96).

E viszályok eltűnésének esélyét az elbeszélő a határok nélküli, egységes Európában látja, amelyben az „*értelem közössége*” valósul meg és „*az értelem és a humánus összeköti az egyes embereket, ugyanúgy közös családdá formálja a népeket is, s fölé emelkedik mindenféle különbözőségnek*” (H97). Az „*értelem győzelme*” egyszersmind a „*szűklátókörű nacionalizmusokra*” mért vereséget is jelenti. Mert „*ahol polgárjogot nyer a szélsőség, ott pusztul az emberi értelem*” (H97).

Végül Göncz Árpád elbeszélésében, hasonlóan az előzőekhez, a jelent nem kizárólag optimista felhangok jellemzik. Egy ízben a szónok így fogalmaz:

„*Jó, ha idejében kifejlesztjük magunkban a nemzetközi együttműködés készségét, nem feledve, hogy a szomszédok ellen vagy a szomszéd barátsága nélkül egyetlen házban sem lehet békésen élni.*” (G92)

A „ház” annak a térségnek a metaforája, ahol a magyarok élnek, amely „*többségi nemzetek és kisebbségi nemzettöredékek mozaikja*” (G95). Párhuzamot vonva az István-i

többszövegű állammal, az elbeszélő kijelenti, hogy a béke záloga a nemzeti kisebbségek megbecsülése. A jelent továbbá úgy festi le, hogy a magyar nép elérkezett a „*gazdaság Lech mezejére*”, ami gyökeres és mihamarabbi reformokat tesz szükségessé. Ezt követően leszögezi:

„*Ez a kegyetlen valóság. Amit eltagadni bűn, az előzmények és összefüggések ismerete nélkül megérteni nehéz. De amihez alkalmazkodni kénytelenek vagyunk.*” (G95)

Akkor lássuk az előzményeket. A modernizációs narratívumnak megfelelően a nemzet minduntalan újabb helyzetekbe kerül, amelyben döntenie kell. A Szent István-i modell lényege abban áll, hogy a döntés során a valóságból kell kiindulni. István „*nem egyszerűen európai magyar államot alkot, hanem évszázadokra érvényes modellt teremt. A valóság felismerésében és a valóság diktálta cselekvésben még a mostani ezredforduló magyarsága számára is érvényes modellt.*” (G92) E modellértékű cselekvés azonban nem volt mindig sajátja a magyaroknak. Az elbeszélés szerint a közjogi nemzetfelfogással sirba szállt e modell, így nem is csoda, hogy az első világháborút követően a nemzet már rosszul döntött:

„*Az ezeréves Szent István-i birodalom helyreállításáról álmódó ország épp a Szent István-i valóságérzék hagyományáról mondott le, amikor ahelyett a közjogi fikció, a hagyományt jelképező királyság, Ferenc József királysága formai és tartalmi restaurációja mellett döntött a visszanyert szuverenitást jelképező köztársasági államforma helyett, a király helyébe a király volt szárnysegédjét ültetve a »majdnem« királyi trónra.*” (G92)

Ez, az illúziókat kergető dzsentrimagyarság vezetett Magyarország második világháborús szerepvállalásához. Fontos megjegyezni, hogy az elbeszélő szerint e döntéséért a magyar nép nem hibáztatható, „*hisz évszázadokig élt – s áldozta nemegyszer véré – egy korántsem össznépi, hanem nemzeti érdekek vélt, nemesi érdeket szolgáló közjogi fikció bűvöletében*” (G92). Hasonlóan Antall József beszédeihöz, a magyar nemzet kényszerből került a „*vesztes oldalra*”, illetve Nyugat kapuján kívülre. A rémálomból a második világháború megrázkódtatása ébresztette fel, de már későn, hiszen a szovjet elnyomással szuverenitását is elvesztette. „*A kommunizmus keze nyomát viselő Magyarország*” (G95) így ismét az áldozat szerepébe került, magán hordva a tettes ujjlenyomatát. Mindez nem önnön tetteinek következménye a történetben, a főhős a „*közép-európai sors*” játékszere csupán.

5. A történet főhősének jelleme a cselekményszövevényben konstruálódik, a magyarok jellemzésében pedig a legfőbb kritérium, legalábbis első pillantásra úgy tűnik, az európaiság. Tetten keresztül ismerszik meg a nemzet, cselekedetei vallanak arról, európai-e vagy sem. A vizsgált szövegek mindegyike azt az alapvető kérdést járja körül, hogy európainak tekinthető-e a magyar nemzet, hiszen nyilvánvalóan csak ebben az esetben lehet tagja a sokat emlegetett, békében élő tágabb, nagy közösségnek. Megtanultuk-e, amit követelnek tőlünk? – kérdezi Horn, míg a Göncz által feltett „*sorskérdés*” így hangzik: „*képes-e a magyarság betagozódni Európába?*” (G95), vagyis megvan-e rá a képessége, megváltozhat-e annyira, hogy alattvalóból tudatos polgár váljon belőle. Antall esetében más a helyzet. Mivel a geopolitikai történetnek stabil narratívuma van, illetve a magyarok jelenleg is „*európaiak*”, csak bízni lehet abban, hogy a világ majd bölcsőbb lesz és belátó.

Ezek a kérdések a nemzet bűnössége felől fogalmazódnak meg. A nemzetnek az a bűne, hogy azzá vált, amiből egykor európaivá lett. Mondhatni visszaesett. Horn beszédeben újra barbár, öldöklő, civilizálatlan nép, amelyik elűzi otthonából a vele együtt élő, mi több, magyarrá lett népelemeket. Göncznél az önmagát és a valóságot nem ismerő nemzet,

amelyik képtelen szomszédaival együtt élni, mert álomvilágban él. Antall elbeszélésében a magyarok nem válnak európaivá István uralkodása alatt, hiszen eleve európaiaknak tekintethetők. Ellenben eleve bűnösök¹³ is, és éppen az eredendő bűn teremt közösséget a magyar és a többi nemzet között.

Ha igaz, hogy az Európa-szimbolika a bűn fogalma felől érthető meg, nem világos, hogy a szónokok miért nem nevezik meg a nemzet vétkeit, ami a vezekléshez elengedhetetlennek tűnik. A keresztény diskurzus megnevezi a bűnöket, felkínálja azokat a parancsokat, amelyek betartásával megvalósítható a büntelen élet, illetve nyelvileg megfogalmazhatóvá teszi a vétkeket és a vezeklés módozatait. A keresztény üdvtörténet hőse azért üzetik ki a Paradicsomból, mert bűnt követett el, és vétkei minden hívő számára ismerősek. A nemzeti ünnepek azonban távol állnak a vallási ünnepektől, és noha rituális események, korántsem kötődtek annyira, mint a keresztény liturgia. Vallási diskurzusokon kívüli, világi események, amelyek célközönsége nem a hívő közösség, hanem a magyar nemzet. És mivel e megemlékezési szertartások nem képezik részét az igazságszolgáltatásnak, amelyen belül a bűn törvénysértésként tételezhető, a vétkek szóvá tétele komoly nehézségekbe ütközik. Ha ugyanis a szónokok tételesen felsorolnák az amúgy csak sejtetett büntetteket, és a nemzetet azok elkövetőjeként szerepeltetnék, a feléledő sérelmekkel felszakadna a nemzet diszkurzíve létrehozott kényes egysége. Más szóval az elbeszélte kollektív entitásnak a bűneit is kollektivizálni kell, mi több, a nemzet bűnössége az egyénileg érzett büntudatok alól ad felmentést a közösség számára: a nemzet tagjait bűnösségük tudata köti össze.

A bűnök megnevezhetetlenségéből adódó ellentmondást a szónokok hasonló stratégiákkal igyekeztek feloldani: a főhős túlnyomórészt áldozatként szerepel a történetben, kényszerből, nem szabad akaratából cselekszik, így felelőssé sem tehető. Akár geopolitikai helyzete, akár a nacionalizmus általánosan értett eszméje vagy a nemesi illúziók kényszerítették, hogy részt vállaljon a sejtetett büntettekben, a nemzet, az áldozat nem tehető felelőssé. A bűnös nemzet elbeszélésekor a szónokok az igazolás stratégiáival (Gruber 1997) éltek. A trivializálás különféle eszközeit vetették be: a szemrehányással való szembenézés visszautasítását („hagyjuk magunk mögött a múltat”), illetve az „áldozat okolásának” minősítették a vádak. A nemzeti büntudat alól a vétkek rágolomná minősítése adhat feloldozást.

JEGYZETEK

¹ Antall és Göncz beszédeit kiadták, a Horn által előadott beszédeket a Magyar Szocialista Párt bocsátotta rendelkezésemre, ezt ezúton is köszönöm. Mivel az első miniszterelnöknek csupán két augusztus 20-ai beszéde hozzáférhető, a másik két szónok beszédeiből mintát vettem. Így Antall József 1992-ben és 1993-ban, Horn Gyula 1996-ban és 1997-ben és Göncz Árpád 1992-ben és 1995-ben elhangzott beszéde alkotja a vizsgálat korpuszát.

² Így például az elemzés szempontjából az egyes szónokok személy(iség)je irreleváns, nem az viszont a szerep, amelyet önmaguknak tulajdonítanak az elbeszélésben (vö. Eco mintaszerző fogalmával [Eco 2002]). Ugyanígy értelmetlen különbséget tenni a szöveg tényleges (Eco terminológiájában empirikus) szerzője és elmondója között.

³ Hasonló következtetésre jut Benton (2001) is, aki a nemzeti és etnikai jelenségek kutatási megközelítéseit áttekintő tanulmányában különbséget tesz a mindennapi, gyakorlati nyelv és az azt vizsgáló társadalomtudományok teoretikus nyelve között.

⁴ Egy, a nemzetállami diskurzuson kívüli másik lehetséges értelmezést ad Gilroy (1987), aki a Nagy-Britanniában élő fekete közösséget egy diaszpóra részeként írja le.

⁵ Ilyen az, amikor István játsza a főszerepet: ekkor ugyan a nemzeten belül elválik uralkodó és a nép, a cselekményszövés mégis a nemzet érdekét szolgálja.

⁶ A köztársasági elnök 1995-ben elhangzott beszédében egy sztyeppe aranykort és az abból kivezető hanyatlást is elbeszél. A fent megnevezett narratívum érdekes változata ez, amely azzal, hogy az aranykor-hanyatlás-felemelkedés ciklust megkettőzi, mintegy relativizálja a szigorú értelemben vett keresztény üdvtörténetet, amelyben nyilvánvalóan csak egyetlen teremtés (értékrend) elképzelhető.

⁷ Az elbeszélő a letelepült életforma fogalmával jellemzi a X. századi magyarokat, akik így „eleve európainak” tekinthetők. Ugyanebből kifolyólag Antall nem él a honfoglalás fogalmával.

⁸ A cselekvésemellete és az erkölcs elmélete között közvetítő narratív funkció jegyében az elbeszélés a tettek cselekvése és elszenvetése szövevényében magában hordja az erkölcsi ítéleteket is (Ricoeur 1992).

⁹ Általam vizsgált beszédei közül az egyikben kifejezetten a magyar nép bűnös múltjával viaskodik, a másik szövegben inkább a bűnbocsánat tematikájával él (vö. augusztus 20. mint „*egyetemes magyar nemzeti búcsú*” [A93]).

¹⁰ Az idézett szövegrészek azonosító kódja a szónok vezetéknévének kezdőbetűjéből és a beszéd elhangzásának évszámából tevődik össze.

¹¹ A szövegekben több, ún. beágyazott történet (Gergen és Gergen 2001) azonosítható. Ezek olyan történet-szálak, amelyek önálló jellegzetességekkel bírnak, és a legtöbbször a fent azonosított narratívum egy-egy szakaszát beszélik el. Antall geopolitikai története szerint a főhős abban a szerencsétlen helyzetben van, hogy a terület, ahol él, folyamatos veszélyeket tartogat számára, tettei tulajdonképpen kimerülnek abban, hogy reagál az újabb és újabb helyzetekre. Stabil narratívumról van szó, mivel ez az állapot tartós és állandó, a főhős hiába próbál kikecmeregni belőle, a probléma megoldása – ha van egyáltalán – cselekvési lehetőségein kívül áll. Noha e helyzet kialakulásáról szintén nem tehet, csupán a körülmények áldozata, alkalmazkodni tud hozzá. Így beszélhetünk a főhős jellemfejlődéséről: ha képes úgy cselekedni, hogy a geopolitikai helyzetéből adódó jellegzetességek a hasznára válnak, szüneteltetheti a folyamatos szenvedést (Zombory 2003).

¹² E progresszív narratívum dinamikáját az adja, hogy a történet hősenek alkalmazkodnia kell mindig változó környezethez, ugyanis minduntalan választások elé kerül, és jövőjének alakulása döntésének mékénjtől függ. Ha rosszul dönt, az elmaradottság, vagyis az elszegényedés, a lassú halál, vagy a gyors megszűnés lesz a sorsa. E beágyazott narratívumban ebből következően a hős tettei és állapotai folyamatosan egy viszonyítási ponttal összehasonlítva követik egymást. Fontos megjegyezni, hogy a főhős tettei mindig egy helyzetre, állapotra adott reakciók, a hős nem kezdeményez, a történetek hozzák (döntés)helyzetbe. A narratívum végét jelentő, elérendő célállapot ugyanis egy másik szereplő sajátja, és a döntéshelyzet éppen abban áll, hogy az e célállapotot előidéz, egyedül helyesnek tételezett lépést meg kell tenni. Ezt azonban mindenképpen meg kell előznie egy felismerésnek, amely az elérendő és a jelenlegi állapot közötti különbséget tudatosítja (Zombory 2003).

¹³ Érdemes megjegyezni, hogy beszédeiben egyedül Antall él következetesen a keresztény nyelvezet bizonyos elemeivel. Az általa alkalmazott beágyazott történetet korábbi dolgozatomban üdvtörténetnek neveztem: ez a keresztény vallás nyelvén megfogalmazott komédia-román narratívum a már ismertetett bibliai forgatókönyvet követi. A hanyatlás bekövetkeztétől folyamatosan szenvedő főhős többször krisztusi szerepben jelenik meg, aki az emberiség bűneit átvéve annak megváltása érdekében cselekszik. E történet hőse aktív, tettei pedig etikailag megkérdőjelezhetetlenek, lévén nem önnön céljai megvalósításáért, sokkal inkább másokért cselekszik. Sorsa mégis a szenvedés. Kedvelt megfogalmazása ennek az értelmezésnek, hogy a magyar nép a világ vagy Európa üdvözülése miatt szenvedett, „vérét adta Európáért”. Antall József megfogalmazásában a magyar a „*szabadságért életét adó vértanúnemzet*” (A92), amely azzal, hogy „*Kelet-Közép-Európa legveszélyesebb stratégiai pontján*” képes volt fennmaradni, szolgálatot tett az egész világnak, és vértanúként a jó érdekében, mások bűneinek megváltásáért áldozta fel magát (Zombory 2003).

- Anderson, Benedict (1983): *Imagined Communities*. Verso Editions, London.
- Antall József (1994): *Modell és valóság*. Atheneum Nyomda RT, Budapest.
- Banton, Michael (2001): Progress in Ethnic and Racial Studies. *Ethnic and Racial Studies*, Vol. 24.
- Bhabha, Homi K. (1999): DisszemiNáció. A modern nemzet ideje, története és határai. In: *Narratívák 3. A kultúra narratívái*. Kijárat, Budapest.
- Brubaker, Rogers (2001): Csoportok nélküli etnicitás. *Beszélő*, 2001, 7–8.
- Eco, Umberto (2002): *Hat séta a fikció erdejében*. Európa, Budapest.
- Geertz, Clifford (1998): Az identitás politikája. *Lettre International*, 31. sz.
- Gergen, J. – Gergen, M. (2001): A narratívumok és az én mint viszonyrendszer. In: *Narratívák 5. Narratív Pszichológia*, Kijárat, Budapest.
- Gilroy, Paul (1987): *'There ain't no Black in the Union Jack': the Cultural Politics of Race and Nation*. London.
- Göncz Árpád (1998): *Válogatott beszédek*. Budapest, 1998.
- Gruber, Helmut (1997): The Rhetoric of Trivialization. *Political Linguistics*. 1997 Jan., John Benjamins, Amsterdam.
- Némedi Dénes (2000): Nemzet, Európa, NATO (Az államfői beszédek elemzése 1991–1997). *Jel-Kép*, 2000/3.
- Ricoeur (1992) The Self and the Narrative Identity. In: Ricoeur, P.: *Oneself as Another*. The University of Chicago Press.
- White, Hayden (1997): A történelmi szöveg mint irodalmi alkotás. In: White, Hayden: *A történelem terhe*. Osiris, Budapest.
- Zombory Máté (2003): Nyelvben él a nemzet. Nemzeti ünnepeink és a politikai diskurzus. Kézirat.

Terestyéni Tamás

A MAGYAR MÉDIA JELENÉBEN FELTÁRTHATÓ KULTURÁLIS ÉS MORÁLIS ÉRTÉKKULTIVÁCIÓK*

Ez a dolgozat olyan társadalmi, elsősorban kulturális tényezőket igyekszik számba venni, amelyek nem feltétlenül intézményesült formában és nem a jogszabályok törvényi erejével, hanem inkább szociokulturális keretfeltételként és latens normaként, értékorientációként játszhatnak szerepet a média társadalmi szabályozásában, illetve a szabályozás (át)alakításának folyamatában.

ELŐJÁRÓBAN A MAGYARORSZÁGI MÉDIA INTÉZMÉNYI ERŐTERÉRŐL

Közhely, hogy a média mindenütt a világon egymással is sokféle kölcsönhatásban álló politikai, gazdasági, kulturális intézmények, hatalmi szerepek, befolyásolási típusok erőterében működik (Gerbner 2000: 39–42). Ennek a dolgozatnak a keretében nem vállalkozhatunk (de nem is feladatunk) annak a szerteágazó intézményrendszernek és mindazon intézményi funkcióknak a részletes feltérképezésére és elemzésére, amelyek Magyarországon a média nem kis részt formális jogszabályokkal is megalapozott társadalmi kontextusát képezik, mielőtt azonban hozzákezdénénk tulajdonképpeni témánk kifejtéséhez, elengedhetetlennek tartjuk, hogy felhívjuk a figyelmet néhány olyan körülményre, amely véleményünk szerint jelentős mértékben hozzájárult annak a nézetnek a széles körű elterjedéséhez, hogy a magyar médiarendszer intézményi viszonyait konstituáló törvényi szabályozás átalakításra szorul.

* Ez a tanulmány 2003-ban az Országos Rádió és Televízió Testület Stratégiai Kutatások és Elemzések Programjának megbízásából készült. Munkánk – nem utolsósorban a tárgy szerteágazó voltából adódóan – távolról sem törekedhetett teljességre, így jelen formájában csupán egy részletes kidolgozás vázlatának tekinthető: sok dolgot csak futólag érintett és számos releváns vonatkozás teljesen kimaradt belőle.

Szabad út a közmédia politikai monopolizálása előtt

A hazai média intézményeit, szerkezetét, működési feltételeit meghatározó törvények konstrukciós hibája következtében az Országos Rádió és Televízió testületben, a közpénzekből működtetett Magyar Rádió és Magyar Televízió felügyeletében, finanszírozásában és vezetésében túlteng az éppen parlamenti többségre és kormányhatalomra jutott politikai párt(ok) befolyása: a kormánytöbbséget birtoklóknak nem nagyon kell ügyeskedniük, különleges jogi furfangokkal élniük, hogy a meghatározó vezetői posztokon saját embereik kerüljenek döntéshelyzetbe, és a közmédia az adott kormányzati ciklusra a javukra monopolizálódjon. Ilyen körülmények között nem sok kell ahhoz, hogy a közpénzekből fizetett csatornák ne a köz szolgálóiként, hanem a hatalmon lévő politikai erők klienseiként működjenek.

A politika médiauralmi hajlamai

Természetesen e konstrukciós hiba önmagában még nem feltétlenül vezetne a közmédia funkciótorzulásához, hiszen a politikusok és a pártok éppenséggel tanúsíthatnának önmérsékletet is, és tartózkodhatnak attól, hogy visszaéljenek a helyzettel. A tapasztalat azonban az, hogy a politikusokat és pártjaikat a legkevésbé sem önmérséklet, hanem éppen az ellenkezője, a közmédia monopolizálására irányuló törekvés motiválja, amiben alapvető szerepet játszik az a meggyőződésük, hogy a média a hatalom megtartásának, illetve megszerzésének a(z egyik) legfőbb eszköze. „Sokan egyszerűen nem hajlandók kiengedni a kezükből azt az eszközt, melynek már csak a mítosza a régi. A mítosz azonban hit, hit abban, hogy propagandával pótolni lehet tudást, eredményt, sikert. [...] Miközben minden politikai párt azt tűzi zászlajára, hogy távol akarja tartani a közszolgálati tévét a politikától, és teszi ezt főképpen akkor, ha ellenzékben van, amint hatalomra jut, nagyon is keményen él vélt vagy valós felügyeleti jogával, még akkor is, ha ehhez törvényi kibúvókat kell keresnie.” (Horváth 1995: 50–51.)

A közmédia „elfoglalására” motivál a parlamenti demokráciának a Kelet-Európában sok területen tapasztalható „barbár” vagy „totalitárius” felfogása, amely abban áll, hogy sok politikus és sok választópolgár meg van győződve arról, hogy a parlamenti választásokon győztes uralkodó párt (koalíció) törvényes hatalmat és morális jogot nyert ahhoz, hogy azt tegyen, amit csak akar, tekintet nélkül az ellenzék és bármilyen egyéb társadalmi csoportosulás szempontjaira, véleményére, javaslataira. Ennek következtében a politikai (vagy politikaközel) játéktereken nincs önmegtartóztatás, nem működnek az íratlan demokrácia kompromisszumkereső megoldásai, hiányzik a bizalom és túlteng a hisztéria (Terestyéni 2000, 2001a, 2001b).

A közmédia elhibázott szabályozásának és a politikusok médiauralmi hajlamainak negatív következményeit fokozza a politikai jobboldal médiaügyekben vallott felfogása, amelynek lényege, hogy a baloldal a rendszerváltáskor és a privatizációban kisajátította a médiát, így a jobboldalnak csak akkor lehetnek esélyei, ha visszaveszi a megszállt pozíciókat, és a médiában saját propaganda centrumokat épít ki. „[A jobboldal] nem egyszerűen politikailag kiegyensúlyozott médiaviszonyokat szeretne, hanem inkább a nyilvánosság szerkezetének átalakítását akarja. Számára az újságírás nem a kommunikáció, hanem a hatalmi birkózás színtere...” (Tölgyessy Péter: Háborús eszjárás igazgat. Az Orbán-kormány első két éve. *Népszabadság*, 2000. június 24.)

Felelőtlen pazarlás

Miután az intézményi kontroll diszfunkcionális, és nem az értéktermelést és a gazdaságos működést, hanem a politikai befolyást és a sokszor nem is nagyon leplezett propaganda-szándékokat szolgálja, a közszolgálati médiumok élére és egyéb vezetői posztjaira pártmegbízottak kerülnek, akiket a legkevésbé sem zavar, hogy médiaregnálásuk alatt pazarló módon elfolyik a közpénz. A Magyar Rádió, de még inkább a Magyar Televízió – megfelelő intézményi kontroll hiányában – folyamatosan, és úgy tűnik, a jelenlegi rendszerben megállíthatatlanul termeli a hiányt, és újabb és újabb költségvetési támogatásra szorul, amit persze rendre meg is kap, hiszen a hatalomban lévő politikusok ebben érdekeltek. Ez annál feltűnőbb, mivel a Magyar Televízióban a hírszolgáltatást és néhány stúdióbeszélgetést leszámítva gyakorlatilag megszűnt a hazai gyártás, és a szintén közpénzből működtetett, viszont a politikai játszmákban lényegesen kisebb értékű zsákmánynak számító Duna Televízió (jelentősebb) extra támogatások nélkül is képes fennmaradni.

A szakmai normák gyengesége, hiánya •

Alighanem a média ügyeiben szünni nem akaró politikai csatározások és az intézményi kontroll gyengeségei is jelentős mértékben hozzájárulnak ahhoz, hogy a tömegkommunikációs szervezetekben nincsenek, vagy legalábbis nem nagyon működnek szakmai kánonok és etikai kódexek, nincsenek világos minőségi mércék, amelyek a munkatársak, de természetesen a médiatermékkel fogyasztó közönség számára is egyértelművé tennék, mi az, ami elfogadható, és mi az, ami nem. Ritkán van következménye a közérzület és a közízlést durván sértő produkcióknak, a lelepleződött hazugságoknak és csalásoknak. Így miközben látszólag igen éles – de tulajdonképpen egyedül a nézőszámban, nem ritkán a politikai hasznosságban, és csak elvéve a minőségben és a kulturális tartalomban mért – verseny folyik mind a médiumok között, mind a médiumokon belül, igazi bukások nincsenek, egy-egy különösen botrányos eset után legföljebb annyi történik, hogy a média belterjes világában körbecserélődnek az ismert személyiségek. Amiképpen nincs az eredetiséget, az újítást, a minőséget kikényszerítő igazi verseny, a viszonyrendszer másik oldala is szakadozott: nincs szakmai érdekvédelem, nincs szolidaritás, annál több a kicsinyes ellenségeskedés. Az utóbbit nem ritkán a gyűlölködésig fokozza, hogy a média- és újságírótagsadalom is élesen megosztott politikai jobb- és baloldali szekértáborok szerint.

A média törvényi szabályozásának átalakítására várva

A fentiek mellett, illetve belőlük következően még hosszasan lehetne sorolni a bajokat a hazai média körül. A lényeg mindenképpen az, hogy a médiaviszonyok intézményi-törvényi konstituálása átalakításra szorul, mégpedig úgy, hogy az állampolgárok adófizetéseiből fenntartott közmédia valóban a közkommunikációknak és a kulturális értékek termelésének és közvetítésének az eszköze, ne pedig politikusok játékszere és politikai lakájok, közéleti kalandorok, önjelölt médiaszterek, gombamód szaporodó médiaszakértők pénzgyűjtő és kifizető helye legyen.

A MÉDIA KÍNÁLATA ÉS KÖZÖNSÉGE

Ahhoz, hogy világosabban álljon előttünk, milyen is az a média, amelynek kulturális kontextusát vizsgálni kívánjuk, nem árt röviden áttekinteni a legnépszerűbb tömegkommunikációs eszköz, azaz a televízió kínálatának és közönségének néhány fontosabb jellemzőjét.

Az országos televíziós műsorkínálat alakulása 1985 és 2001 között

Az MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoportnak az ORTT megbízásából végzett vizsgálata (Terestyéni 2002) szerint a legszembevetőbb változás a műsorkínálat mennyiségének megsokszorozódása a nyolcvanas évek közepétől az új évezred kezdetéig. Az országos televíziós állomások műsorainak számában és a *műsoridőben* – nem utolsósorban az új csatornák belépésének köszönhetően – *látványos gyarapodás* következett be. Míg 1985 márciusában az alig másfél csatornás Magyar Televízió mintegy 850 műsort sugárzott egy hónap alatt, 2001 márciusában öt teljes csatorna több mint 4600-at, és ugyanezen másfél évtizedes időszak alatt az átlagos napi összes műsoridő 22-23 órától 100 órára emelkedett. (Zárójelben mindenképpen ide kívánczik, hogy a médiakínálatot az országos csatornák számának és műsoridejének gyarapodása mellett tovább növelte egyfelől az elsősorban a nagyobb városokban kiépülő kábelhálózatoknak, másfelől a műholdas műsorvételre alkalmas antennáknak a gyors terjedése.)

A kínálat többszörösére növekedésével párhuzamosan a műsorfolyam egészében egyre inkább a *tömegkultúra jellegzetességeit mutató könnyű szórakoztatás* lett a domináns tartalmi kategória. Ez a tendencia igen nagy mértékben felerősödött 1998-tól, a kereskedelmi csatornák belépésétől, ezeknek a műsorában ugyanis a hírműsorokat leszámítva meglehetősen ritkán jelent meg olyan program, amely ne a könnyű szórakoztatás kategóriájába tartozott volna.

Az országos csatornák kínálatában az új évezred kezdetére csökkent a hazai, és *jelen-tősen emelkedett a külföldi gyártású produkciók mennyisége*. A fikciós (film, tévéjáték) műfajoknak meghatározóvá vált az Amerikai Egyesült Államokból és Nyugat-Európából származó programok jelenléte, de egyre gyakrabban tűntek fel dél-amerikai (brazil, argentin, mexikói) sorozatok is. A kereskedelmi televíziók kínálatában különösen nagy szerepet játszottak a külföldi gyártású anyagok, mégpedig elsősorban az USA-ból érkezettek.

A *közfinanszírozású és a kereskedelmi csatornák kínálatá között igen jelentős különbségek* alakultak ki. A közfinanszírozású csatornákon a kereskedelmiekhez képest lényegesen több a közszolgáltatónak minősíthető műsor, a politikai-társadalmi-gazdasági aktualitásokkal kapcsolatos tájékoztató és vitaanyag, a kulturális információ, az ismeretterjesztés, a dokumentumszerű valóságábrázolás, a sport, valamint a vallási műsor, viszont kevesebb a sorozat, a játékos vetélkedő, a talk-show és kabaré, valamint a (mozi)film. Ezzel szemben a kereskedelmi csatornák műsorszerkezetének meghatározó darabjai a (film)sorozatok (szappanoperák), és bár nem hiányoznak a politikai tájékoztatásnak, a kultúra területéről szóló informálásnak, az ismeretterjesztésnek a műsorai sem, a kereskedelmi csatornákra indulásuktól kezdve egyértelműen a szórakoztató irányultság nyomta rá a bélyegét.

A kilencvenes évek televíziós műsorainak túlnyomó többsége nem speciális közönségrétegeket, hanem *differenciálatlanul a nagyközönséget vette célba*. A fiatalok jelentették az egyetlen olyan nézői csoportot, amelyet viszonylag jelentősebb számú produkció igyekezett elérni.

A sokféle televíziós csatorna közötti növekvő verseny a magyar műsorszórokat olyan klasszikus közönségnövelő technikák alkalmazására ösztönözte, amely a gyermekműsorok körében is a szórakoztatásra helyezte a hangsúlyt. Így *a gyermekműsorok nagy százaléka is szórakoztatás orientált lett mindennemű információs vagy edukációs cél nélkül*, emellett a gyermek- és ifjúsági műsorok meghatározó többsége is külföldi, főleg amerikai és japán termék volt, mégpedig a reklámbevételek szempontjából jól fizető felnőtt műsoroknak fenntartott fő műsoridőkből *a reggeli és koradélutáni órákra, illetve a hétvégére számúzve*.

Ellentétben azzal a gyakran megfogalmazódó vélelemmel, hogy a kereskedelmi televíziók megjelenésével az utóbbi években zuhant az elérhető televíziós médiatartalom színvonala, csökkent az igényesebb műsorok mennyisége és visszaszorultak a közszolgálati produkciók, a tartalomelemzési adatok azt mutatták, hogy bár a szórakoztató irányultság a közfinanszírozású csatornákon is erősödött, és bizonyos közművelődési műsortípusok – így például az oktatóműsorok és a dokumentumfilmek – valóban háttérbe szorultak, a televíziós össz kínálaton belül *a fajsúlyosabb tájékoztatást szolgáló és a magasabb kulturális értékeket közvetítő műsorok számában a kilencvenes években és az új évezred kezdetén nem következett be drámai csökkenés, sőt inkább némi emelkedés volt tapasztalható*. Vagyis a kereskedelmi csatornák belépésével növekedett ugyan a kevésbé értékes anyag mennyisége, de lényegesen nagyobb lett a tere az értékesnek is. (Más kérdés természetesen, hogy a közszolgálatiként azonosítható műsorok milyen időpontokban – főműsoridőben vagy kevésbé frekvenciált napszakokban – kerülnek adásba, és mennyire vonzóak a közönség számára.) A megnövekedett kínálatban tehát több lett a színvonalas (közszolgálatinak minősíthető) anyag, mintegy megerősítve a kultúra McPhee-féle túlélési elméletének azt a tételét, hogy „az ismétléses rendszerekben a színvonal az anyag össz volumenével párhuzamosan emelkedik” (Varga 1968: 59–60).

A KÖZÖNSÉG RÉTEGZÖDÉSE: MÉDIAHASZNÁLATI MÓDOK, ÍZLÉS- ÉS ÉRDEKLŐDÉSTÍPUSOK

A magyar társadalom és kultúra természetesen sokféleképpen rétegzett. Mi itt ebből a sokféleségből csak a televíziózással legszorosabb kapcsolatban álló összefüggéseknek az adatszerűen is jól dokumentálható részét vesszük szemügyre.

A televíziózás kiemelt helye az életmódban

Az életmód jelentős átalakulását jelzi, hogy a KSH időmérleg adatai szerint 15 év alatt csaknem egyötödével növekedett az emberek rendelkezésére álló szabadidő mennyisége (1. táblázat), és e növekedés elsődleges forrása a munkahelyi és háztartási, házkörüli munkára, valamint a közlekedésre fordított idő csökkenése volt. (Természetesen ebbe a változásba, ha nem is meghatározóan, de belejátszott a munkanélküliség megjelenése is.)

1. táblázat

A 15–74 éves népesség időfelhasználásának alakulása 1986–1999 (KSH)

Tevékenység típusa	1986		1999		Változás % 1986–1999
	Perc	Megoszlás %	Perc	Megoszlás %	
Munka és közlekedés	550	38	507	35	–8
Fiziológiai szükségletek	672	47	675	47	0
Szabadidő	218	15	257	18	+18
Összesen	1440	100	1439	100	0

A 2. táblázat tanúsága szerint a nyolcvanas évek közepétől nemcsak emelkedett a szabadon felhasználható idő mennyisége, hanem jelentősen átalakult eltöltésének struktúrája, mégpedig úgy, hogy a televíziózás egyre inkább kiszorít minden más szabadidős tevékenységet az emberek mindennapjaiból.

2. táblázat

A 15–74 éves népesség szabadidős tevékenységekre fordított idejének megoszlása tevékenység típusok szerint 1986–1999 (KSH)

Tevékenység típusa	1986		1999	
	Perc	Megoszlás %	Perc	Megoszlás %
Tévézés	101	46	156	61
Társas szabadidőtöltés	52	24	46	18
Vallásgyakorlás, szervezeti tevékenység	2	1	2	1
Kulturális és sportrendezvények látogatása	5	2	3	1
Olvasás	33	15	23	9
Rádió-, magnó-, lemezhallgatás	6	3	5	2
Egyéb kedvtelések	8	4	10	4
Séta, sport, testedzés	10	5	11	4
Passzív szabadidőtöltés, semmittevés	1	–	1	–
Összes szabadon végzett tevékenység	218	100	257	100

Míg a legtöbb szabadidős tevékenységre fordított napi időmennyiség nemhogy a szabadidő mennyiség bővülésével arányosan növekedett volna, hanem egyes tevékenységfajtáknál jelentősen csökkent, addig a tévézéssel töltött idő aránya a teljes szabadidőn belül – a szabadidő mennyiség növekedési ütemét több, mint kétszeresen meghaladva – 15 év alatt a másfélszeresére növekedett. Eközben a társas tevékenységekre – beszélgetésre, vendégeskedésre, társas szórakozásra –, kulturális rendezvények látogatására, valamint az olvasásra fordított idő mennyisége abszolút és relatív mértékben egyaránt jelentősen csökkent.

Az AGB Hungary műszeres (és éppen ezért pontosabbnak, megbízhatóbbnak számító) közönségmérésének adatai szerint az emberek még a KSH időmérleg kutatása által rögzítetttnél is több időt fordítanak televíziózásra. Az AGB mérései azt mutatják, hogy a felnőttek több, mint négy órát töltenek naponta a képernyő előtt, és ez az időmennyiség évről évre emelkedik. 1999 első negyedében a legfiatalabb felnőttek naponta átlagosan 235 percet, a legidősebbek pedig 325 percet televízióztak. A televíziózásra fordított időt az életkor mel-

lett az iskolai végzettség differenciálja számottevően, amennyiben inkább az alacsonyabb státusú csoportok néznek többet tévét: a 8 osztályt végzettek 1999-ben naponta átlagosan 296 percet, a diplomások pedig 209 percet televízióztak. A vidékiek, községekben lakók valamivel többet tévéznek, mint a több szabadidős, kulturális lehetőséggel rendelkező budapestiek, városiak. Jelentős a különbség a „szabadidőben gazdag” inaktív és aktív csoportok között is. Akár a nyugdíjasok, akár a munkanélküliek jóval több időt töltenek a televízió előtt, mint a munkahellyel rendelkezők. (Bizonyos értelemben a tanulókat – középiskolásokat, egyetemistákat – is az utóbbiak közé sorolhatjuk, akik szintén az aránylag keveset tévézők közé tartoznak.) De még az aktív csoportokon belül is jelentős különbségek fedezhetők fel, így az önállók-vállalkozók még az erősen elfoglaltak átlagánál is lényegesen kevesebb műsort fogyasztanak (Tardos 2002).

A tévézés funkciói a közönség oldaláról nézve

A televíziónak a kultúrában elfoglalt helyét természetesen nemcsak a hatókörében eltöltött idő jellemzi, hanem – egyebek mellett – az is, hogy az emberek milyen szükségleteik kielégítésére használják a számukra elérhető televíziós tartalmakat. (A televíziózás úgynevezett „használat és szükségletkielégítés” modelljéről lásd Babocsay 2003, Blumler–Katz 1974 szerk.) A szakirodalomban hagyományosan a televízió tájékoztató, ismeretátadó, kultúráközvetítő, szórakoztató, pihentető, kikapcsolódást segítő és magányüző szerepét szokták kiemelni. Az MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport felmérése (Vásárhelyi 2002) szerint az emberek többségének életében a televízió tájékozódást segítő eszközként és kikapcsolódási lehetőségként jelenik meg: a kérdezettek 41 százaléka a tájékoztató, 36 százaléka pedig a kikapcsolódást segítő funkciót említette legfontosabb tévézési motivációjaként (3. táblázat).

3. táblázat

A televíziónézés funkciói (százalék)

Azért nézek televíziót...	Elsőként választotta	Másodikként választotta	Nem választotta	Összesen
..., hogy kikapcsolódjak.	36	23	41	100
..., hogy elfeledkezzek a mindennapok problémáiról.	5	10	85	100
..., hogy megismerjem a világ általános összefüggéseit, törvényszerűségeit.	15	18	67	100
..., hogy tájékozódjak a világban történt, az aktuális eseményekről.	41	25	35	100
..., mert nincs más szórakozási lehetőségem.	9	12	78	100
..., mert más kikapcsolódásra már nincs energiám.	4	10	86	100
..., mert pihentet.	7	14	79	100
..., hogy ne legyek egyedül.	5	5	90	100

Az iskolai végzettség emelkedésével párhuzamosan erősödik a televízió tájékoztató, ismeretátadó funkciójának szerepe, és csökken a szórakoztató, kikapcsolódást segítő, magányüző funkció jelentősége. Az életkor is erőteljesen differenciálja a tévézés szerepét: az

idősebb emberek körében egyre fontosabbá válik a szórakoztató, magányúzó funkció, és ugyanez a helyzet a kistelepüléseken élők esetében is. Az alacsonyabb jövedelmű rétegek tagjainak többsége számára, az idősekhez és az alacsonyan iskolázottakhoz hasonlóan, a televízió az egyetlen elérhető szórakozási lehetőség, az egyedül élők pedig elsősorban magányuk enyhítésére használják a tévét. Ugyanakkor a fiatalabb korosztályokhoz tartozók, és a több gyermeket nevelők körében másoknál jobban érvényesül a televíziózás ismeretátadó és pihentető funkciója.

Ízléstípusok

Az új évezred kezdetén Angelusz Róbert és Tardos Róbert közönségtipológiai kutatása (Angelusz–Tardos 2002) hét nagyobb tévénézői típust különböztetett meg.

E típus alapvető jellegzetessége, hogy igen keveset és szórványosan televíziózik. Képviselői semmilyen műsorfajta vagy csatornát sem néznek az átlagnál gyakrabban, illetve szinte valamennyit az átlagnál lényegesen ritkábban nézik. A foglalkozást tekintve a munkával nagyon erősen elfoglalt vállalkozók és (a szabadidő eltöltésében) a legmozgékonyabb tanulók magas aránya jellemző. A típushoz tartozók inkább a fiatalok és a városlakók közül kerülnek ki. Anyagi helyzetük inkább átlag alatti.

Előfordulását tekintve hasonló méretű (22 százalék) a *szórakozás, laza humor, RTL Klub profil* címkével jellemezhető típus. Tartalmi jellegzetességét első helyen az RTL Klub programjában kultivált könnyed szórakoztató műsorok előnyben részesítése rajzolja ki, de ezen típusnak a csatornák közti mozgékonyására utal, hogy a más adók játékos hangulatú beszélgető műsorait, társasjátékait ugyanúgy keresik, mint a feszültségkeltésre és -oldásra orientált, krimijellegű sorozatokat. E típus társadalmi beágyazottsága igen pregnáns. Kiugró az anyagi helyzet szerepe. Az ezen típus által kedvelt műsorok laza, könnyed hangvétele és a bennük megjelenő középosztálybeli miliő és életstílus elsősorban a kedvezőbb anyagi státusú társadalmi csoportokhoz áll közel. Hogy ez nem jelent minden – például kulturális – szempontból magasabb társadalmi státust, azt az iskolai végzettséggel való, ha nem is erős, de szignifikánsan negatív korreláció jelzi. A stílusbeli jellegzetességek szerepére utal ugyanakkor az a tény is, hogy e típushoz főként fiatalabb korosztályokhoz tartozó, illetve aktív korban lévő tévénézők tartoznak.

16 százalékos részaránnyal a sorban a *TV2-es csúcsidős szórakozás* klasztere következik, amelyet leginkább a Lagzi Lajcsi című és a hasonló műsorok jellemeznek. Ez a típus az előzőnél erősebben kötődik a jellegadó csatornához, amire az RTL Klub szórakoztató műsorainak faktorával való erős negatív korreláció is utal. A tévézés időbeli kötöttsége (esti főműsoridő 19 és 23 óra között) is fontos megkülönböztető vonás. Ami bizonyos átmenetet jelent itt is más csatornák, illetve a fődíon kívüli tévézés irányában, az a szappanoperák kedveltsége. Társadalmi beágyazottságát tekintve ez a típus a legtöbb tekintetben az előbbivel ellentétes jellegzetességeket mutat, mégpedig leginkább az anyagi helyzet vonatkozásában, itt ugyanis inkább a kedvezőtlenebb anyagú státusúak jelennek meg. Lényegében ennek felel meg, hogy e közönségcsoport magját vidékiek és alacsonyabb iskolázottságú emberek képezik. Az előzőhöz képest ennek a típusnak ugyanakkor egyedi jegye, hogy tagjai főként a nők közül kerülnek ki.

A következő típus – 13 százalékos előfordulással – a *romantika, fikció, mese* címszavakkal jellemezhető. E közönségcsoport profilját mindenekelőtt a szappanoperák kultivá-

lása, csatornáról csatornára való követése jellemzi, ezen belül azonban jobban vonzódnak az RTL Klubhoz, mint a TV2-höz. Az ide tartozók többnyire olyan fiatalabb korú nők, akik kiugróan sokat tévéznek. Az iskolai végzettséggel és a foglalkozással való összefüggések az alacsonyabb társadalmi-kulturális státus irányába mutatnak.

A *sport, kemény szórakozás* típusa a tévézők 11 százalékát gyűjti magába. A sportműsorok intenzív nézése mellett a „kemény kaland” jellegű sorozatok és akciófilmek kedvelése, valamint a közszolgálati televízió szórakoztató műsorainak átlagosnál nagyobb mértékben történő fogyasztása jellemzi e csoport tagjait. A közszolgálati televízió műsoraihoz nyilván maguk a sportműsorok figyelemmel kísérése is közelebb visz, melyek zömmel az MTV programjaiban találhatók meg. Az előbbi típussal éles ellentétben a férfiak túlsúlya, valamint az átlagosnál némileg alacsonyabb státus, iskolai végzettség jellemzi e közönségcsoportot.

A *kulturális-közéleti közszolgálati profilú* nézők 10 százalékos részarányt képviselnek a tipológián belül. Az ide tartozók az átlagosnál jóval több figyelmet fordítanak a par excellence közszolgálati jellegű műsorokra, ezt a „kultúra, tudomány, művészet” faktor igen magas súlya, de a történelmi dokumentumműsorok és a közpolitikai műsorok preferálása is jelzi. Nem mondható ugyanakkor, hogy az ilyen típusú műsorok fogyasztása kizorítaná a kommersz programokét, hiszen az ilyen típusú műsorok fogyasztása is átlag körüli. A szóbanforgó közönségcsoport összetétele társadalmilag viszonylag világosan körvonalazható: zömben az idősebb korosztályhoz tartozó, magasabb iskolázottságú tévénézők alkotják.

Végül a legkisebb arányban jelenlévő (6 százalékot kitevő) típus *hagyományos közszolgálati profillal* jellemezhető. Ők az MTV ismeretterjesztő, közművelődési, nevelési célzatú műsorainak elsősorú fogyasztói, akik a közszolgálati televízió szórakoztató, társasjáték jellegű műsorait is az átlagosnál szívesebben nézik. A többi csatorna műsorai iránt sem viseltetnek ugyanakkor ellenszenvvel, egyedül a „kemény” szórakoztatást, az akciófilmeket utasítják el. Ugyanakkor a közszolgálati televízió magasabb szintű kulturális programjai iránt sem mutatnak érdeklődést, azoktól is elzárkóznak. A típus tagjai főként az idősebb vidéki népességből kerülnek ki, anyagilag viszont az átlagosnál kedvezőbb helyzet jellemzi őket.

Míg az alkalmi televíziózás (az első típus) elsősorban az időfelhasználás jellegzetességeihez kapcsolódik (az átlagosnál kevesebbet tévéznek), a többi típus egy-egy kiemelt társadalmi-demográfiai jegyhez kötődik. Az RTL Klubra és a TV2-re koncentráló szórakozás profiljait mindenekelőtt az anyagi erőforrások dimenziója (jobb, illetve rosszabb anyagi helyzet) választja szét. A nem tényezője egyfelől a romantika, fikció, mese (nők), másfelől a sport, kemény *szórakozás* (férfiak) profiloknál játszik kiemelt szerepet. Végül a közszolgálati orientációjú televíziózás két típusa esetében az idősebb életkor, és az egyiknél a magasabb, a másiknál az alacsonyabb iskolázottság a meghatározó tényezők.

A választék bővülése, sokszínűsége, műfaji és tartalmi gazdagsága nem feltétlenül jelenti, hogy a közönség ténylegesen ki is használja ezt a bőséget, sokszínűséget, gazdagságot. A tapasztalatok azt jelzik, hogy az emberek nem nagyon lépnek ki a megszokott kerektekből: aki megkedvelt és/vagy megszokott bizonyos típusú műsorokat, ha alkalmilag kirándul is más vidékekre, többnyire mégis a megkedvelt és/vagy megszokott típust keresi (Gerbner 2000b).

Hírfogyasztási típusok és a közérdeklődés szerkezete

Mivel a média és a média közszolgáltatásága körüli viták egyik legfőbb tárgya a politikai-közéleti tájékoztatás (objektivitása, kiegyensúlyozottsága, pártatlansága stb.), érdemes külön is megvizsgálni a közönségnek a hírekhez és az egyéb politikai-közéleti műsorokhoz való viszonyát.

1. Az MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport már többször említett 2001. évi közönségvizsgálatában a televíziós hírfogyasztási szokások alapján – többváltozós elemzési módszerek segítségével – öt viszonylag jól definiálható nézőtípust sikerült elkülöníteni (Vásárhelyi 2002).

A tipológiában résztvevők 9 százalékát kitevő *politikai mindenevők* minden számukra elérhető forrást megpróbálnak viszonylag rendszeresen figyelemmel kísérni, és hasonló intenzitással nézik mind a közszolgálati, mind a kereskedelmi adók hírműsorait. Ez a szerteágazó és intenzív televíziós hírfogyasztás másoknál erőteljesebben jellemzi a 30 és 50 közötti értelmiségieket, valamint a nyugdíjasokat.

A televíziózók 17 százaléka – *a közszolgálatból tájékozódók* típusa – elsősorban a közszolgálati csatornák politikai műsoraiból tájékozódik, és a kereskedelmi csatornák híradóit és egyéb közéleti műsoraikat csak igen ritkán nézi. A közszolgálati televíziók hírműsoraikat másoknál jobban preferálják a fővárosban élő magasabban iskolázottak, a legidősebbek és a jobboldali pártok szavazói (*közszolgálatból tájékozódók*).

A közönség 43 százalékát a *kereskedelmi tévékből tájékozódók* teszik ki. Őket a kereskedelmi televíziók (lényegében azonos mértékben az RTL Klub és a TV2) híradóinak és politikai-közéleti magazinjainak preferálása mellett az jellemzi, hogy a közszolgálati csatornákon gyakorlatilag soha nem néznek egyetlen ilyen műsort sem. (Ezen a típuson belül külön alcsoportot képeznek azok, akiknek közéleti információ-fogyasztása kizárólag a kora esti híradókra koncentrálódik a két kereskedelmi csatornán.)

A mintába kerültek 14 százaléka – *az RTL Híradó közönsége* – mindössze egyetlen forrásból, az RTL Klub koraesti híradójából tájékozódik a nagyvilágban és Magyarországon történt eseményekről, ezen kívül gyakorlatilag egyetlen más televíziós forrást sem vesz soha igénybe.

Végül a közönség közel egyötödét, 19 százalékát meglehetősen passzivitás jellemzi a televíziós hírfogyasztás terén: ebbe a politikai-közéleti szempontból *passzív* típusba tartozók rendszeresen egyetlen híradót illetve politikai tájékoztató műsort sem néznek, és alkalmanként (hetente egyszer-kétszer) is csak a TV2 híradójába néznek bele.

A televíziós tájékozódási szokásokat az iskolai végzettség és az életkor differenciálja számottevően. Az iskolai végzettség növekedésével párhuzamosan nemcsak a hírfogyasztási aktivitás fokozódik, hanem emelkedik a közszolgálati és csökken a kereskedelmi televíziók híradóinak közönségaránya. Az életkor szerinti differenciálódás legfontosabb tanulsága a közszolgálati televízió közönségének előregedése. Ez nemcsak azt jelenti, hogy a közszolgálati televíziók híradói a legidősebb korosztály tagjainak körében háromszor olyan népszerűek, mint a fiatalabb korosztályok esetében, hanem azt is, hogy a legfiatalabbak csoportjában azok között, akik egyáltalán néznek híradót, csak elvétve találni olyat, aki a közszolgálati televízióból tájékozódik.

2. Egy másik kapcsolódó vizsgálat 2001-ben a hazai televíziós csatornák közönségében öt olyan karakterisztikus érdeklődésirányt mutatott ki, amely a hírfogyasztási szokásokat és a médiához való viszonyt jelentősen befolyásolja (Terestyéni 2002). Az 1. érdeklődési irány olyan témaköröket (médiáügyek, egyházak, vallások, hitélet, a határokon kívüli magyarok, roma kisebbségi problémák, népesedési problémák, Millennium, történelmi igazságtétel, a bösi Duna-erőmű) gyűjt egybe, amelyek a vallási – nyilvánvalóan keresztény – kötődésű és erősen nemzeti-etnocentrikus színezetű NEMZETI-KONZERVATÍV értékorientációt jellemzik. A 2. érdeklődési irány olyan tárgykörökre terjed ki, amelyek a belpolitikai hadszíntér legvitatottabb témái közé tartoznak (pártok élete, vetélkedése, EU-csatlakozás, médiáügyek, korrupciós ügyek, privatizáció), amelyek tehát a POLITIKÁra nyitott és a politikai diszkurzusra fogékony embereket erősen foglalkoztatják. A 3. érdeklődésirány a környezet állapota iránti érzékenységet, azaz egy jellegzetesen POSZT- MODERN értékorientációt az Európai Unióhoz való csatlakozás ügyével, vagyis egy nyu- GATOS értékrend elfogadásával kapcsol össze. A 4. irány a közügyek iránti érdeklődésnek egy olyan dimenzióját jeleníti meg, amelyben az anyagi lehetőségek, a mindennapi életviszonyok, vagyis a SZOCIÁLIS HELYZET különféle tényezői (árak, bérek, nyugdíjak, munkalehetőségek, valamint a közbiztonság és a bűnözés általi fenyegetettség) állnak a középpontban. Végül az 5. érdeklődési irány olyan, a SZENZÁCIÓÉHES BULVÁR termékek tematikájára jellemző témaköröket fog egybe, amelyek kívül esnek a szó szorosabb értelmében vett közügyeken, a „komoly” és fajsúlyos társadalmi-politikai problematikán: katasztrófák, természeti csapások, balesetek és hasonló borzongató események, híres emberek magánélete és általában különféle (politikamentes) szenzációk, érdekességek.

A NEMZETI-KONZERVATÍV irányultság a nők, a falusiak, az 50 év felettiek, de elsősorban a még idősebbek, a gyengébb anyagi helyzetűek és a jobboldali pártok – a sorrendet tekintve a KDNP, az FKGP, az MDF, a MIÉP és végül a FIDESZ – szimpatizánsai körében volt jellemző. Az iskolai végzettség és a foglalkozás tekintetében sajátos kettősség mutatkozott: a konzervatív értékrenddel való azonosulás egyfelől a legalacsonyabb iskolázottságúak és a nyugdíjasok, másfelől viszont az egyetemi-főiskolai végzettségűek és az értelmiségi foglalkozásúak között volt az átlagosnál nagyobb arányban megfigyelhető. A POLITIKAI-közéleti ügyek iránti érdeklődés jellemzően a férfiak, a 35–64 év közötti középkorúak, a magasabb iskolázottak, a budapestiek, a felső vezetők és az egyéb szellemiek, a jó anyagi helyzetűek és a baloldali pártok – sorrendben az SZDSZ, az MSZP és a Munkáspárt – választói körében volt tettenérhető. A POSZTMODERN-NYUGATOS érdeklődésűek meghatározóan a 40 év alatti fiatal korosztályokból, a magasabb iskolázottak, a városlakók, a felső vezetők, az értelmiségiek és az egyéb szellemiek csoportjaiból, a jó anyagi helyzetűek és kiemelkedően az SZDSZ, majd jelentős lemaradással a FIDESZ és az FKGP hívei közül kerültek ki. A SZOCIÁLIS irányultság a 35 feletti generációkra, az alacsonyabban iskolázottakra, a vidékiekre, a fizikai dolgozókra, a munkanélküliekre és a nyugdíjasokra, a gyenge és közepes anyagi helyzetűekre, az MSZP, az FKGP és a MIÉP szimpatizánsaira volt jellemző. Végül a politika- és ideológiamentes SZENZÁCIÓKRA ÉHES BULVÁR érdeklődés tekintetében csak a legfiatalabbak, az alacsony iskolázottságúak, a vidékiek, a fizikai dolgozók, a nyugdíjasok, a munkanélküliek, valamint a tanulók csoportja különbözött el szignifikánsan az átlagtól.

Időbeli összehasonlításokból az derült ki, hogy a közérdeklődés szerkezete hosszabb időtávban is alig változott. 1993–94-ben a 2001. évi adatokhoz hasonlóan a közérdeklődésnek szintén öt fő dimenzióját lehetett elkülöníteni, mégpedig úgy, hogy négy dimenzió – a nemzeti-konzervatív orientációé, a politikai érdeklődésé, a posztmaterális nyugatos értékrendé és a szociális érzékenysége – megegyezett az újabb felmérés eredményeivel. Ezen négy érdeklődési iránynak a demográfiai-társadalmi csoportváltozókval való összefüggései is nagyon hasonlóak voltak azokhoz, amelyeket a megismételt kutatás tárt fel. Az akkori ötödik faktor egyfelől a többpárti parlamentáris demokráciára, másfelől a tulajdonváltásra, a privatizációra és a kárpótlásra, valamint az ország külföldi adósságállományára vonatkozó témaköröket fogott egybe, és így a politikai-gazdasági rendszerváltás dimenziójaként volt értelmezhető. Amiként a rendszerváltás a politikai-gazdasági alapstruktúrákat tekintve az ezredfordulóra lezajlott, a közéleti érdeklődésnek ez az iránya mára elenyészett, és helyét a politika- és ideológiamentes érdekességek és szenzációk iránti bulvár érdeklődés foglalta el.

A fiatalok átalakuló médiafogyasztási szokásai

Az új kommunikációs technikák (számítógép, internet, mobilitás, interaktivitás, digitalizáció) terjedésének kérdéseit vizsgáló anyagokban gyakran igen nyomatékosan esik szó arról, hogy a fiatal generációk tagjai, akik már cleve a számítógéphez, az internethez, a mobiltelefonhoz szocializálódtak, már most is az idősebbekétől karakteresen eltérő médiafogyasztási szokásokkal rendelkeznek, és ez még inkább így lesz a jövőben. „[...] Az interaktív, a személyi számítógépre alapozott médiahasználat rendelkezik kifejezett korosztályos sajátosságokkal, azaz e téren a felnövekvő generációk akár egy emberöltő alatt valóban drámai változásokat idézhetnek elő (hasonlóan ahhoz, ahogy a tévé-előtti és a tévé-utáni generációk olvasási szokásai is jelentősen különböznek). Aki ahhoz szokott hozzá, hogy ül a díványon, nassol és nézi a dobozt, az érthetően másként viszonyul az interaktivitáshoz, mint az, aki abban nő fel, hogy egy kattintással rákérdezhet az őt érdeklő részletekre, s a nagyközönség egészének szóló kínálatot a technológia lehetőségeivel élve a saját érdeklődése szerint alakíthatja.” (Gálík 1997: 78.)

Az AGB műszeres adatgyűjtéseiből magyar viszonyokra vonatkozóan is vannak már olyan adatok, amelyekből nagy biztonsággal arra lehet következtetni, hogy az információs-kommunikációs szempontból legnyitottabb, ugyanakkor kedvező anyagi helyzetű fiatalok válhatnak az új típusú interaktív digitális média első fogyasztóivá. Az AGB Hungary munkatársai a közel- és távolabbi jövő tendenciáinak prognosztizálásához olyan társadalmi csoport tévénezését vizsgálták, amelynek tagjai már az információs társadalomban szocializálódnak. Jellemzőik a következőképpen foglalhatók össze. „Az első, hogy az ingergazdag városi környezetben élő fogyasztók kevésbé vevők a részükről passzivitást feltételező médiumokra, igénylik az *interaktivitást*. A második kiindulási pont [...], hogy számukra a fogyasztás tárgyát nemcsak a hirdetési információk kínálta fogyasztási cikkek tömege képezi, hanem egyre inkább az *információ* maga. Harmadik premissza [...], hogy a szórakozás célja az információktól túlterhelt agy időleges tehermentesítése, amely a hagyományos drogok és fizikai aktivitások mellett (helyett?) egyre inkább újabb és egyre gyakrabban virtuális *ingerbombákkal* történik. A három »I« összegeinek eredménye nem véletlenül a negyedik »I«, vagyis az *internet* a – nevezzük így – a

»Trend nemzedéke« számára. Mi következik mindebből a televízióra vonatkozóan? [...] A nyolcvanas, kilencvenes évek fiatal nemzedékéhez képest a Trend nemzedékének a tévé hagyományos információkínálata és szórakoztató programjai csak diétás napokra lesz elegendő. A konvergáló médiumok párhuzamos vagy egyidejű fogyasztása várható részükről, és a szórakoztatásban minimum annyi interaktivitás, hogy ön maga választhassa ki egy bővebb, esetleg menüpontos kínálatból az aznapra rendelt multimédia-élményt. Ennek a magatartásmintának még kevés reprezentánsát találjuk az AGB panelben. De az otthoni internethasználó háztartások alacsony (2,5 százalékos) elterjedtsége miatt még a nagyobb alapozó mintákban is kevés az elemezhető számosság. Azoknak a bővebb társadalmi csoportoknak a műsorfogyasztási szerkezete, amelyekbe a trendkövető fiatalok tartoznak, azonban már használható előrejelzést nyújt.” (Zeleny 2000: 40.) Az eredmények szerint azok a 18–29 éves fiatalok, akiknek körében nagyobb az idegennyelv-tudás, és van a háztartásukban kábel, a nézett csatornák összetétele jelentősen különbözik a más csoportoknál tapasztalttól, és naponta átlagosan egy órával kevesebbet, 265 perccel szemben 207 percet tévéznek, mint az idősebbek. „Az életciklus változásával a családos és gyermekes állapot bekövetkezésével ez az idő növekedhet, de az is lehet, hogy a trendkövető csoport ebből a generációból is más médiára viszi majd otthoni többlet idejét. Az otthoni szórakoztató, információs, kommunikációs elektronikus eszközök mindenesetre elterelhetik a televíziótól a fogyasztókat. Ebből a szempontból már most sem közömbös, hogy hány ilyen eszközt birtokol a háztartás a következő tíz közül: távirányítós tévé, második tévé, CD, hifi berendezés, vezetékes telefon, üzenetrögzítő, mobiltelefon, PC, video, internetcsatlakozás. A fiatalok körében elterjedtebbek ezek az eszközök, és a 18–29 évesek körében az eszközök számának növekedésével fordított arányban csökken mind a teljes tévénézési idő, mind pedig a földi magyar adók fogyasztása” (Zeleny 2000: 42). A legkevesebbet – saját korosztályukon belül is – a trendkövetőként azonosítható fiatalok tévéznek, naponta átlagosan három órát, 187 percet. „[...] TOP-listák tanúsága szerint a Trend nemzedéke ízlésében korának megfelelő, azon belül azonban kényes és szelektív. Interaktivitását tévézés közben is kiélti, ha módja van rá, e-mail üzenetével megjelenik az internetes szavazással kombinált műsorokban, vagy – mint más forrásból ismeretes – autózetés közben mobilról telefonál a Tilos rádióba. De ha másként nem teheti, akkor a távirányítóval szavaz, amit az mutat, hogy elkapcsolási gyakorisága kétszerese az átlagnak” (Zeleny 2000: 45.)

Néhány további adalék a kulturális rétegződés témaköréhez

Az alábbiakban – pusztán jelzésszerűen – három olyan jelenségre hívjuk fel a figyelmet, amely ugyan közvetlenül nem kapcsolódik a médiához, de mint a népesség kulturális tagolódásának fontos jellemzője, a média ügyeiben is számításba veendő.

I. Magyarországon mindenféle kommunikációs-információs tevékenységre erősen rányomja bélyegét az a kedvezőtlen körülmény, hogy a lakosság nem lebecsülendő nagyságú hányadát, mintegy 20-25 százalékát kisebb vagy nagyobb mértékű funkcionális illiteráció, és ennek következtében az írott betűtől való idegenkedés jellemzi. A 18 éven felüliek jelentős része egyáltalán semmit sem olvas, vagy ha mégis, akkor is csak elvétve (4., 5. és 6. táblázat).

4. táblázat		5. táblázat		6. táblázat	
<i>Mikor olvasott könyvet utoljára? (százalék)</i>		<i>Olvas-e napilapot? (százalék)</i>		<i>Olvas-e hetilapot, havilapot, folyóiratot? (százalék)</i>	
Egy évnél régebben	34	Nem	23	Nem	21
Néhány hónapja	15	Havonta néhányszor	4	Ritkán	24
Néhány hete	10	Hetente néhányszor	21	Gyakran	55
Néhány napja	8	Minden nap	52	Összesen	100
Most is olvas	33	Összesen	100	N	999
Összesen	100	N	998		
N	987				

A könyvek, napilapok és egyéb sajtótermékek olvasását egy háromfokozatú mutatóba összevonva, olyan arányokat kapunk, hogy 16 százalékot tesznek ki azok, akik semmilyen nyomtatott terméket nem olvasnak, 37 százalékot azok, akik csak ritkán, alkalmasszerűen, és 47 százalékot azok, akik legalább egyféle nyomtatott terméket rendszeresen, gyakran olvasnak (Terestyéni 2002).

2. A magyar társadalomban a rendszerváltás óta mindenféle társadalomstatisztika szerint fokozódó szocio-kulturális szegregáció tapasztalható. A lakosság szociálisan is egyre jobban leszakadó negyede/harmada (sokak szerint nem kevesebb mint a fele) a mindennapi életvitelben, a kommunikációs kódokban, a társas normákban, az érvényesüléshez szükséges készségekben és tudásokban, tulajdonképpen tehát a teljes kulturális arzenált tekintve egyre jobban eltávolodik a kedvezőbb helyzetű felső rétegektől.

3. A kedvezőbb szocio-kulturális helyzetű csoportokat – de nem csak azokat – baloldali-jobboldali, liberális-konzervatív, nyugatos-nemzeti, urbánus-népi és még néhány hasonló dichotómia mentén igen éles politikai, ideológiai, világnézeti ellentét vágja félbe. A mélyülő árkokkal szabdaltnak közéleti harctereken székértáborok gyülekeznek, melyeket atavisztikus törzsiség és a másik oldallal szemben érzett zsigeri gyűlölet tart egyben. Ilyen körülmények között a kultúra kérdéseiben sem lehet az eliteknek, illetve a társadalom egészének az együttműködésére, kölcsönös megértésére és racionális kompromisszumokra számítani.

A MÉDIAFUNKCIÓK ÚJFAJTA ÉRTELMEZÉSÉNEK SZÜKSÉGESSÉGE

A televízióval és közönségével kapcsolatban a fentiekben számbavett jelenségek egy semmiképpen sem elhanyagolható csoportja, úgy mint a csatornák számának és a közölt tartalom mennyiségének látványos emelkedése, a szórakoztató anyag növekvő részesedése a televíziós kínálatból, a bulvár és a szórakoztató elemek túlsúlya a „komoly” tájékoztatással és a „magas” kultúrával szemben, a gyakran erőszakos elemeket is tartalmazó és/vagy a valóság helyett szirupos-romantikus meséket tálaló fikciós történetek (sorozatok, szappanoperák, krimik, akciófilmek stb.) népszerűsége, a botrányok, a bűnügyek,

a katasztrófák iránti bulvár közönségérdeklődés erősödése elkerülhetetlenné teszi, hogy újragondoljuk a média kulturális funkcióit és a társadalom integrációjában játszott szerepét. „Amikorra befejeződött a nyolcvanas-kilencvenes években a televízió kulturális és társadalmi szerepének az elméleti kidolgozása, akkorra a kábeltévé, a videó, a privatizáció lényegében idejétmúlttá is tette a televíziózásnak a korábbi, adásidőben és a csatornák számában korlátozott, a közösség által felügyelt hagyományos formáját. [...] Mindezek következtében ugyanis a televízió társadalmi és kulturális szerepe radikális változásokon ment keresztül: nem a fő forrása többé az információknak, nem az egész társadalmat integráló kulturális fórum, és nem éri el a társadalom minden tagját, csak az egyes csatornák szegmmentált közönségét.” (Császi 2001: 11.)

Hagyományosan – a kommunikációnak az ipari társadalmakban megszokott transzmissziós, „távolsági szállítás” szemléletében – többnyire úgy gondolkodtak a tömegkommunikációról, mint amelynek az a dolga, hogy információt közöljön, küldjön, közvetítsen, juttasson el a közönségéhez. „A kommunikáció másik értelmezése, a rituális modell, az előbbinél sokkal ősbibb jelentést őriz, a mai világunkban mégis teljesen háttérbe szorul. A ’rituális’ kifejezés arra utal, hogy a kommunikáció a ’részvételt’, a ’részesedést’, ’társulást’, és a ’közös hit birtoklását’ teszi lehetővé. Ebben az értelemben a kommunikáció a ’közösséggel’, a ’hasonlósággal’ szinoním kifejezés. Ha a transzmisszió a közösségek kontrollját lehetővé tevő térbeli szállítás volt, akkor a rituál archetipikus esetét a közösségteremtő szakrális ceremóniákban találhatjuk meg. A kommunikáció rituális szemlélete – írja Carey – nem az üzenetek térbeli szállítására irányult, hanem a közösen osztott hiedelmek megjelenítésére.” (Császi 2001: 3.)

A kommunikáció transzmissziós modellje szerint a hírek információs éhségünket hivatottak csillapítani, újdonságot és újságot közvetítenek. A rituális nézet szerint viszont a hírek nem csupán informálnak, „hanem a világot formáló nagy erők drámáját közvetítik nekünk, amely drámákban mi magunk, az olvasók és nézők részt veszünk azáltal, hogy helyeslésünkkel vagy tiltakozásunkkal csatlakozunk az eseményt értelmezők csoportjához. A hírek rituális kommunikációja nemcsak leírja a világot, bár azt is teszi, hanem bele is helyezi az információt egy nagyobb összefüggésbe, és egyben el is juttatja azt. A kommunikáció így olyan szimbolikus folyamatként írható le, amelyben a valóságról alkotott képünket – nemcsak a részleteket, hanem az egészet is – állandóan újratermeljük, korrigáljuk és átforgalmazzuk. Mégpedig úgy, hogy közben a káoszról rendet, az értelmetlenségből befolyásolható kozmoszt teremtünk.” (Császi, 2001: 4.)

A rituális modell kínálta megközelítésben a korábbitól, vagyis a transzmissziós modellben megszokottól eltérő értelmet kapnak azok a történések, amelyek a média híreiben figyelmet érdemlő eseményekként jelennek meg. „A médiaesemények legfontosabb jellegzetessége, hogy a valóság és a fikció között elhelyezkedő szakrális szerepjátékok. A hírek [...] megszűnnek hír, a valóság fő definiálója és a szórakozás ellentétének lenni, ehelyett a szórakozás és a hírek keverékéből álló új valóságot teremtenek, ami egyik sem és mindkettő egyszerre.” (Császi 2001: 7.) Ez az újfajta, a „komoly” tájékoztatás és a könnyed szórakoztatás összemosódásából létrejövő műfaj, az „infotainment” a magyar médiában is egyre nagyobb részesedést nyer, és ezt – mint láttuk – a közönség oldaláról visszaigazolja a BULVÁR érdeklődési típus gyarapodása.

Azonban „a tabloidok előretörése csak az egyike azoknak az új fejleményeknek, amelyek azt bizonyítják, hogy napjainkra a média és a populáris kultúra az értékrend megújításának és fenntartásának új ’szuperstruktúrájává’ vált. A média szerepe és kulturális autori-

tása azért nőtt meg az elmúlt évtizedekben és azért vált a civil társadalomról folyó morális diszkurzus centrális területévé, mert a média lett az a hely, ahol a leginkább lehetőség nyílt a máshonnan kiüszött és megoldhatatlan értéktartalmú kérdések nyilvános megtárgyalására és a normaalkotáshoz szükséges általánosítására.” (Császi 2001: 15.) A hazai kereskedelmi tévécsatornákon is megjelentek és egyre népszerűbbek a Mónika kibeszélő show-hoz hasonló beszélgető műsorok, amelyek korábban nyilvánosan nem nagyon tárgyalt kérdéseket (párkapcsolatok, ízlések, divat, szex, stb.) vitatnak meg, tabukat, hallgatólágos normákat, tilalmakat és értékeket kikezdve. Sajátos új műfajt képviselnek a valóságos és a fikciós élethelyzetek közötti különbségeket elmosó „reality show”-k (Big Brother, Való Világ), amelyek különösen alkalmasak arra, hogy újradefiniálják a MAGÁN és a NYILVÁNOS tartományai között hagyományosan húzódó merev határokat, és megkérdőjelezzenek a mindennapi társas viselkedést, a párkapcsolatokat, a szexualitást, a másságot és más hasonló „kényes” ügyeket érintő tabukat.

Különösen fontos médiaesemények a botrányok, amelyekről a rituális modell értelmezése azt vallja, hogy „bennük az erkölcsi tőke konstrukciójának elveiért folyó nyilvános vitát [kell látnunk], amely a társadalmi élet valamennyi területére kiterjed. [...] A neodurkheimi kulturális szociológiai nézőpont [...] a botrányokban a társadalom értékrendjének megsértése nyomán kialakult kollektív nyilvános vitát látja, amely nemcsak korlátozó természetű, hanem konstruktív is, nemcsak tiltásokat hordoz, de új szabályok megalkotását is lehetővé teszi. Eszerint a botrányokban nem elsősorban az egyén reputációja – persze az is –, nemcsak a politikai pártok és csoportok erkölcsi tőkéje – persze az is –, hanem legfőképpen a társadalom alapvető értékeit meghatározó szentség és profanitás, a Jó és a Rossz, a Tiszta és a Tisztátalan, a Rend és a Káosz közötti szimbolikus megkülönböztetés a tét.” (Császi 2002: 131.)

Ennek az elméleti megközelítésnek a fényében persze számos olyan dolog, amire a média körüli disputákban előszeretettel hivatkoznak, egy kicsit másképpen fest. Bizonyára újragondolandók olyan fogalmak, mint hír, hírtérték, tájékoztatás(i funkció), objektivitás, közízlés, populáris kultúra, magas kultúra, szórakoztatás(i funkció), nyilvánosság, magán-szféra, közmegegyezés, norma, közszolgálat stb.

ÉRTÉKVILÁG AZ EZREDFORDULÓ MAGYARORSZÁGÁN

Értékrendszerek, értékorientációk a puha diktatúrában

A kommunista diktatúrának a hetvenes és nyolcvanas évekre élhetővé szelidült Kádár-féle „magyar modelljében” már megjelentek bizonyos, elsősorban az életmódban, az életstílusban és az értékrendszerben megmutatkozó autonómia- és szabadságtörekvések, és modernizációs elemek. A pártállami struktúrák, a tervutasításos gazdaság és a hivatalos ideológiává emelt marxizmus–leninizmus, illetve ennek vulgarizált és a pártapparátus által az aktualitásokhoz igazított változatai mellett az 1968-ban életbe léptetett reformnak (új gazdasági mechanizmus), majd a későbbi liberalizációs lépéseknek (korlátozott vállalkozási lehetőségek) az ortodox kommunista vonal által sűrűn támadott kísérőjelenségeként a létező szocializmus kereteit – a hivatalos, azaz az első gazdaságot, az

első nyilvánosságot – feszegető második gazdaság és második nyilvánosság kezdett kialakulni. „[...] A második társadalom kibontakozása a legnagyobb horderejű társadalmi mozgalom volt a hatvanas–hetvenes évek Magyarországon” (Hankiss 1989: 142). „[A hetvenes években] a magyar társadalomfejlődés során oly sokszor elakadt polgárosodási folyamat [...] ismét felgyorsult...” (Manchin 1984: 146). Egy értékelemző visszatekintés „középosztályosodás”-ként jellemzi a folyamatot („A kommunizmust egy belső erő igenis meg fogja buktatni, mégpedig törvényszerűen: a középosztályosodás vagyis az újszerű középosztályi értékek megjelenése és lassú, de biztos uralomátvétele által.” – Varga 2001: 21), egy másik munka a kor hivatalos ideológiáját negligáló, azzal szembenálló „rejtett szimbolizáció”-ról ír, amely „az egyik döntő tényező volt a kommunista rendszer erodálódásában és összeomlásában. Ez szimbolikus jelentések bonyolult hálózata volt, amely az életstílusokkal, a fogyasztással, státus-differenciálódással, személyes autonómiával, modernizációval, a szerepek változásával (különösen a nemi szerepekkel, a feminizmus-sal, a nők emancipációs törekvéseivel, de életkori szerepekkel is), a környezethez, a természethez és a kultúrához való új viszonytal volt kapcsolatos.” (Buda 2000: 63.) A strukturális, társadalomszervezeti átalakulások elmaradása, illetve erős korlátozottsága miatt azonban a polgárosodás, a középosztályosodás „ismét felemás jellegű volt” (Manchin 1984: 146), és az értékrend átalakulására a „negatív modernizáció”-ként való jellemzés bizonyult leginkább helytállóknak (Hankiss–Manchin 1984: 472). „A magyar uralkodó elit viszonylag sikeresen stabilizálta rendszerét azzal, hogy az emberek egyre szélesebb körének tette lehetővé, hogy hasznat húzzon a dolgok állásából (ez volt a ’liberalizálási’ folyamat), továbbá azzal, hogy széles tömegeknek engedte meg a politikailag semleges vagy semlegesíthető területekre (például a második gazdaságba és a magánéletbe) való visszavonulást. Mindez azonban nem jelenti azt, hogy a magyar modell valaha is igazán jól működött vagy hogy történeti távlatokban mérve optimális megoldást nyújtott volna” (Hankiss 1989: 174).

A Hankiss Elemér vezetésével az MTA Szociológiai Intézetében folytatott érték- és életmódkutatások a hetvenes és nyolcvanas évek Magyarországon az európai civilizáció és kultúrkör négy jellegzetes értékrendjének az elemeit mutatták ki.

A *hagyományos keresztény értékrend*, amelyet a történelmi keresztény egyházak intézményesen is képviseltek, annak ellenére is visszafojtott, a hivatalos nyilvánosságból kiszorult, a családi, magánéleti színterekre visszahúzódott állapotban leledzett, hogy az egyházi intézmények és a hívő emberek a hetvenes és nyolcvanas évek puha diktatúrájában már nem voltak kitéve az ötvenes évekhez mérhető üldöztetésnek.

A *puritán-felhalmozó értékrend* – tulajdonképpen a weberi protesztáns etika megfelelője – „minden emberi erőt és szándékot a javak felhalmozására mozgósít. Puritán aszketikus jellege van, mert a gyors felhalmozás érdekében szigorú normarendszerrel a minimumra szorítja a fogyasztást” (Hankiss 1983: 258). Magyarországon még a XX. század első felében is csak „viszonylag szűk körben fejtett, fejthetett ki jelentős hatást”, mivel a polgári középosztály erőtlenség és a szegény, felhalmozásra eleve képtelen tömegekhez képest csekély létszámú volt. A kommunista uralom évtizedei alatt „a szocializmustól idegen értékrendként, ’kispolgári torzulásként’ ostromozta a hivatalos politika” (Hankiss 1983: 262).

A *fogyasztói-hedonista értékrend* a hetvenes-nyolcvanas évek liberalizációs nyomán „nálunk [...] gyorsan tért hódított, összefonódva és versenyezve a puritán felhalmozó értékrenddel”, már amennyire természetesen a létező szocializmus hiánygazdaságos körülményei között egyáltalán adottak voltak a lehetőségek (Hankiss 1983: 263).

A 19. – kora 20. századi munkásmozgalmak értékrendje a kommunista hatalomátvétel után a negyvenes évek végétől a hivatalos értékrenddé vált a szovjet megszállás országai-ban. „Egyfelől hatalmas intézményrendszer épült ki megerősítésére, társadalmi méretű el-terjesztésére, másfelől viszont a hivatalosság csökkentette spontán vonzerejét, a mindenna-pi politika problémái-kudarcai rontották hitelét.” Mindemellett az állampárti propaganda nyomán durva torzuláson ment keresztül: „az egyik fele szépen felfutott, megerősödött a társadalmi tudatban és gyakorlatban, a másik fele viszont ugyanekkor visszafejlődött, elsat-nyult, elfelejtődött.” Ennek következtében „szocialista értékrend”-ként [...] mind a mai na-pig csupán „két alapvető érték villan föl az emberek tudatában: az egyenlőség és a bizton-ság”, miközben az európai munkásmozgalmak „ugyanúgy zászlójukra tűzték az emberi autonómiának és az emberi-közösségi élet kiteljesedésének eszméjét, célértékét is”, ezek azonban elsikkadtak a létező szocializmusban (Hankiss 1983: 268–269).

Bár e négy értékrend számos elemét ki lehetett mutatni <@0132>a magyar társadalom tudatában és mindennapi gyakorlatában”, a hetvenes és nyolcvanas évekre mégis az volt jellemző, hogy ezek az értékek – a hagyományos keresztény értékrendet kivéve – nem na-gyon álltak össze „határozottan, világosan megfogalmazott, az emberi viselkedés és együtt-élés minden területét szabályozni képes értékrenddé, értékrendekké. [...] Nem ütköznek, küzdenek meg egymással nyíltan. Gyenge a belső kohéziójuk, alacsony a tudatosultsági szintjük, nem törekednek pregnanciára; inkább rejtteni vagy a többi értékrendszerrel egybe-mosni igyekeznek sajátos színeiket. Hatékonyságuk, szabályozó, vezérlő erejük követke-zésképpen (és mérhetően) csekély; a társadalmi tudatot s gyakorlatot a bizonytalanság és zavarodottság állapotában tartják” (Hankiss 1983: 269–270).

A rendszerváltás felszabadító hatása az értékvilágra

Bizonyára nem járunk messze az igazságtól, ha azt állítjuk, hogy mind a politikusok-nak, mind a társadalomkutatóknak, mind általában az állampolgároknak a többsége a rend-szerváltást olyan történelmi fordulatként értelmezte/értelmezi, amely át-, illetve visszaté-rést jelent a társadalmi-gazdasági fejlődésnek arra az útjára, amelyen haladva a fejlett nyugati országok az emberi szabadságnak és jólétnek korábban soha nem tapasztalt szintjé-re küzdötték fel magukat. „[...] Az emancipációs vagyis felszabadító, autonómmá tevő ér-tekek világszerte észlelt rohamos térfoglalása [...] a rendszerváltás körül játszhatott meg-határozó – bár ilyen jelentőségében kellőképpen sohasem méltatott – szerepet [...] Régióink rendszerváltásában talán épp ennek a mega-trendben érkező szellemi felszabadulási hul-lámnak a frontvonalon való átsapása játszotta a főszerepet. [De társadalmunk] mire is emancipálódott a korábbi kötöttségeiből, mire is akart felszabadulni, mi is volt és lett az a központi vezérlő célértéke, amihez eszközértékként rendelkezniük hozzá a korábbi életvitelé-vel való szakítás bátorságát? [...] Ez nem más, mint az életminőség. Gazdag szinonimikájá-val: a szubjektív jó közérzet, az életszínvonal vagy életstandard, az életút, illetve életfelfo-gás, az élethelyzettel való elégedettség, a boldogság, az élet kiteljesítése” (Varga: 2001:26). Ebbe a vágyott életminőségbe első szinten a fogyasztás és az anyagi gyarapodás tartozott, de sokak számára legalább ennyire a munkavégzés öröme, a testi és lelki egészséget, a kör-nyezet emberbaráti állapotát is jelentette, szélesebb perspektívában pedig olyan értékek is hozzákapcsolódtak, mint a nemzeti összetartozás, a történelmi-kulturális hagyomány, az embertársainkkal vállalt közösség és szolidaritás, a jövőért érzett felelősség (Varga 2001).

A következőkben – átfogó saját kutatások hiányában szakirodalmi és publicisztikai forrásokra, valamint benyomásainkra, személyes tapasztalatainkra támaszkodva – a teljesség és a minden részletre kiterjedő rendszeresség igénye nélkül megpróbáljuk áttekinteni, hogy a rendszerváltásnak köszönhető szabadság mi mindent hozott magával az értékek tartományában, a kulturális mintákban és normákban

A hivatalos ideológia, a hivatalos értékrend megszűnése

A rendszerváltással semmivé foszlott a kommunizmus, illetve „a létező szocializmus” hivatalos, az intézményrendszer által fenntartott és közvetített hivatalos ideológiája és értékrendje (marxizmus–leninizmus, szocialista erkölcs stb.), de ami fontosabb: a plurális politikai berendezkedéssel és a szólásszabadsággal megszűnt az ideológia és az értékrend hivatalossá tételének és monopóliumának létalapja, és ezzel persze megszűnt a kettős értékrend, a kétlelkűség, a megkettőződött világ, az első és a második nyilvánosság, az első és a második társadalom. (Mindez természetesen nem jelenti azt, hogy a kormányzati hatalom mindenkori birtokosai ne próbálkozhatnak hozzájuk közelálló értékek és ideológiák erőteljes, alkalomadtán a közpénzekből finanszírozott médiumokat is felhasználó propagálásával.)

Korábban elfojtott értékek és identitások felszínre törése

A rendszerváltással magától értetődő módon eltűntek a korábbi politikai tabu-témák és a lefojtott állapotban tartott értékkötődések.

Újra a legszélesebb nyilvánosságban is szabadon tárgyalható témakör lett a *nemzet, a nemzeti lét, a nemzeti összetartozás, a történelmi múlt, a nemzeti-történelmi hagyomány*, a kommunizmus évtizedei alatt hallgatásba burkolt történelmi események (Trianon, szovjet megszállás, 1956. évi forradalom, a megtorlás, stb.). Nemzet és történelme, a magyarság összetartozása, hazafiság, nemzeti büszkeség igen erősen hangsúlyozott, az emberek jelentős részét mélyen megérintő értékekké váltak, különösen a jobboldali konzervatív szimpátiák és világlátás környezetében. A politikai kisajátító és konfrontációs hajlamok azonban ezt az értékegyüttest (is) ellentmondásossá tették. „A nacionalizmus forró téma. A nemzeti érzelmek nagyon fontosak, különösen a kommunista időszakban elnyomottak számára, de a baloldali erők gyakran összekapcsolják konzervatív, szélsőséges, jobboldali, antiszemita csoportokkal. [...] A nemzeti szimbólumok használata még azokban a csoportokban is ambivalens, amelyek ezekre támaszkodnak” (Buda 2000: 65).

A közgondolkodásban a nemzeti problematikát is a legszorosabban érintheti, hogy a szabadság, a jogegyenlőség, a demokrácia és a kulturális pluralizmus jegyében – ezeket az értékeket természetesen az összes mértékadó politikai erő a magáéinak vallja – az etnikai, nyelvi, vallási, kulturális kisebbségek identitásukat nyíltan vállalva jelenhetnek meg a közéletben és az érdekérvényesítés színterein. A többségi és a kisebbségi társadalom viszonya azonban nem mindig felhőtlen. A létszámában legjelentősebb, a többségi társadalomtól kultúrájában és részben nyelvében is erősen eltérő, tömegesen a nyomorszint alatt élő *roma kisebbség* gyakran kerül – nem ritkán az erőszakig fajuló – konfliktusba környezetével és válik előítéletes többségi kirekesztések szenvedő alanyává. A cigányellenes közérzülettel

kapcsolatban a vizsgálatok nemcsak azt mutatták, hogy sokan vannak, akár jelentős többséget is alkotnak a romákkal szemben negatív előítéleteket táplálók, hanem azt is, hogy az emberek többsége – a cigányokkal szemben ellenséges előítéleteket táplálók és a velük szemben nem előítéletesek egyaránt – meg van győződve arról, hogy a romaellenes, előítéletes vélemény a többségi vélemény. Így igen nehéz kikeveredni az előítéletek köréből, és persze még a nem előítéleteseknek is nehéz a roma kisebbségekkel elfogadtatni magukat, többségi értékeiket és normáikat (Angelusz 1996: 19). Nem kétséges, hogy a cigányság helyzetének javítása, felemelkedésének, integrálódásának elősegítése még nagyon hosszú ideig az egyik legnagyobb társadalmi kihívást, az egyik legfontosabb, de egyben a legnehezebben is megoldható feladatot jelenti Magyarország számára.

Hivatalosan nem számít kisebbségnek a magyarországi zsidóság, a háború utáni fél évszázad elfojtott közbeszéde azonban nyilvánvalóan nem segítette a zsidó identitással, a zsidó kultúrával és történelemmel, az időnként még mindig fel-felbukkanó antiszemitizmussal kapcsolatos társadalmi tisztánlátást. „‘Megbeszéletlen’ még az ideológikus célokra oly sokszor és sokféleképpen felhasznált holokauszt is [...] Nem véletlen, hogy a problémák történelmi, kulturális, művészi kategóriákban jutnak el a diszkurzív sikokig (táncházz, ‘népi’ és ‘urbánus’ irodalom, avantgárd, stb.)” (Buda, 1999: 195–196).

A fogyasztói, hedonista értékrend felerősödése

Nem kétséges, hogy a rendszerváltás egyik legjobban érzékelhető hatása a magyarországi értékvilágra a *fogyasztói, hedonista* értékrend látványos erősödése. A „látványos” szót itt nemcsak és nem elsősorban képes értelemben kell érteni. Különösen a médiában – nem utolsósorban a reklámokban – a szó legszorosabb értelmében láthatóvá váltak az ezen értékrendet sugalló és erősítő tárgyak, életmódelemek, viselkedési stílusok, szimbólumok: lakáskultúra, divat, étkezési kultúra, testápolás, kíváncsok árú tömkelege, drága autók, egzotikus turistautak, vonzó küllemű emberek, luxus stb. – egészében „az élet napos oldala”. (Fogyasztás és kultúra. *Replika*, 1996. május, 21–29. szám, 75–159.; Bevásárlók, csempészek és turisták. *Replika*, 2000. március, 39. szám)

A fogyasztói, hedonista értékrend erősödése összekapcsolódik a már a 70-es évektől megfigyelhető középosztályosodással, polgárosodással, amely a rendszerváltás után szintén felgyorsult, de sokaknál nem feltétlenül ténylegesen biztonságot és függetlenséget jelentő, tehetős polgári egzisztenciában és életvezetésben, inkább – némi politikai, ideológiai hátszéllel – tudatilag, vágyakozásokban. (Polgárosodás. *Replika*, 1993 november 11–12. szám.)

Kutatások is alátámasztják, hogy megjelent és erősödően van egy olyan *posztindusztriális vagy posztmodern* értékrend, amely ugyan a „jó élet” kellékeit egyáltalán nem veti el, de határozottan elutasítja a fogyasztás hegemoniáját, és olyan értékek felé orintálódik, mint egészség, védett, biztonságos és élvezhető természeti környezet, közösségiség.

A nem utolsósorban a média által láthatóvá tett fogyasztói világ széles rétegekben, mindenekelőtt természetesen a kevésbé tehetősekben, de egyáltalán nem csak bennük, határozott ellenszenvet indukál. Ennek az ellenszenvnek sokféle megnyilvánulása van a globalizáció (lényegében a modern kapitalizmus) ellenes mozgalmaktól kezdve a reklámok és általában egyáltalán a reklámozás utálatáig és elutasításáig. De tulajdonképpen a legkülönbözőbb értékalapzatokról és a nyilvánosság legkülönbözőbb fórumain folyamatos a

fogyasztáscentrikusság, a konzumerizmus és a vele a köztudatban szorosan asszociálódó individualizmus, önzés és szolidaritáshiány kritikája. Mindazonáltal a fogyasztói kultúra hatása nagyon erős, jelenlétét nem lehet nem észrevenni; az sem tudja kivonni magát hatóköréből, aki nem azonosul vele, vagy mert (értékalapon) visszaszazítónak találja, vagy mert semmije sincs. Alighanem kultúránk egyik főáramáról, *mainstream*-jéről van szó.

A *puritán-felhalmozó* értékrend szintén valószínűleg felerősödve van jelen a magyar társadalomban, de közel sem olyan látványosan, mint a fogyasztói, hedonista. Sajátos változata – a (luxus) fogyasztást is gyakorló vagy legalábbis nem elutasító – munkamániás vagyongyűjtő vállalkozó és menedzser.

A 19. és kora 20. század munkásmozgalmainak értékrendjéből – úgy tűnik – csak töredékek és erős nosztalgiák maradtak. A gazdasági rendszernek az egyik napról a másikra lezajlott átalakulása, a hirtelen beköszöntött tömeges munkanélküliség, széles rétegek egzisztenciális megrendülése a kilencvenes évek elején, továbbá a gazdagságnak és a szégyenségnak, a nagy társadalmi kontrasztoknak a láthatóvá válása igencsak felerősítették a Kádár-rendszer biztonságá, paternalizmusa és – legalábbis a szavakban hirdetett – egyenlőségeszménye iránti nosztalgiákat és a piacellenességet (Terestyéni 1998b). A szolidaritás értéke többnyire csak hiányérzetek formájában él, bár kisebb-nagyobb lokális érdekcsoportok néhány alkalommal képesek voltak erejüket megmutatni.

Szabadság vagy szabadosság?

A rendszerváltás számos olyan területen is a korábbi korlátok leomlását eredményezte, ahol a lakosság nem kis része nemhogy lazítást, hanem inkább szigorítást látott volna szívesen. Ilyen terület volt a *szex, a szexualitás, a testiség, a meztelenség, az erotika*, amely – nyilvánvaló kapcsolatban a felerősödött fogyasztói kultúrával – képes magazinokban, divat- és szexlapokban, reklámokon, topless bárók portálján és nem utolsósorban tévéműsorokban korábban nem tapasztalt mennyiségben és kendőzetlenséggel jelent meg. A nemiszervek képeit is mutogató szexlapokat ugyan az újságospultok alá szorította a közfelháborodás, az erotika, a vonzó fiatal testek látványa, a szexuális szimbolika azonban már nyilvánvalóan a mindennapi kulturális környezet elemévé vált.

Hasonló fejlemény volt a szexuális *másság, a homoszexualitás* megjelenése, vállalása a nyilvánosságban, de tulajdonképpen ebbe a jelenségcsoportba sorolhatjuk az aberrációba hajlóan extrém jellemeket és viselkedéseket bemutató tévéműsorokat is.

Nem ritka, hogy ezeket a jelenségeket – egy kalap alá véve őket a kábítószerrel és a bűnözéssel – nem az önmeghatározás szabadságának, hanem szabadosságnak, az erkölcsi korlátok semmibe vételének minősítik. Úgy tűnik, hogy a szexuális másság és a kábítószer-fogyasztással kapcsolatos megértő álláspont még hosszú ideig éles vélemény- és értékütközéseket fog előhívni.

Egyházak, vallásos értékrend, média

A rendszerváltás a hívő emberek és az egyházak számára is a szabadságot hozta el. A történelmi fordulat nyomán az egyházak és vallások többé már nem üldözött vagy megüldözött történelmi csökevénynek minősülnek, hanem legitim spirituális igényeket kielégítő,

pozitív értékeket és hagyományokat hordozó, sokféle társadalmi feladatot ellátó funkcionális intézménynek. Az állampolgárok szabad vallásgyakorlása újra valóságosan működő joggá vált. A történelmi egyházak visszakapták intézményeik és tulajdonaik jelentős hányadát, és autonóm aktorként visszatértek a közéletbe és a társadalmi nyilvánosságba; szabaddá vált sajtótermékeik mellett teret kaptak az elektronikus médiában való jelenléthez; jelentős szerepet tölthetnek be a közoktatás minden szintjén; szabadon működtethetnek gyógyító és szociális intézményeket; pénzügyi alapjaikat törvényileg garantált, a parlament által ellenőrzött állami-költségvetési források biztosítják, amelyekhez az állampolgárok adófelajánlásai is hozzájárulhatnak. Mindennek köszönhetően a történelmi egyházak, a vallások a társadalmi lét egyik színterén sem megkerülhető tényezőkké váltak, amelyeknek jelenléte azok számára is nyilvánvaló, akik maguk nem vallásosak és nem kötődnek egyházhoz.

A rendszerváltással beköszöntött szabadság azonban több vonatkozásban is feszültségeket is hozott magával. Mindenekelőtt kitűnt, hogy a változások a történelmi egyházak számára nemcsak az autonómia megnövekedését jelentették, hanem erős versenyhelyzetet is teremtettek. „A rendszerváltást követő szabad(abb) időszak az egyházak közéletbe, nyilvánosságba való visszatérésével jellemezhető. A tradicionális egyházak mellett új vallási formák (szekták, kultuszok, New Age) tömeges megjelenésével is ettől az időponttól kezdve számolhatunk. Mindez jelentős változást jelentett a megelőző időszakhoz képest. Az így előállt új helyzet fontosabb meghatározó jegyei: a vallási pluralizmus, a választási lehetőségek bővülése, a vallásszabadság gyakorlása, ami mindenképpen egy megváltozott terepet jelent. Egyik oldalon (a történelmi egyházak esetében) a sokéves tradíciók felélesztéséről beszélhetünk, és az intézményes jelenlét kialakításáról a mai társadalmi-politikai viszonyok közepette. Emellett ugyanakkor egyre aktívabban követel helyet magának a másik oldal (az új vallások) a maga tradícióteremtésével és az új vallási praxis kialakításával” (Horányi–Szilczl 2001: 78–79). A korábban megtűrt vagy üldözött helyzetű kisegyházak (nazarénusok, metodisták stb.) felszabadulásával és a Magyarországon korábban ismeretlen vallások és szekták (Krisna-hívők, Hit Gyülekezete stb.) térhódításával nemcsak egyszerűen éles pluralisztikus versenyhelyzet keletkezett a történelmi egyházak számára, hanem a közgondolkodásban óhatatlanul átalakultak a vallásnak, a hitnek, a transzcendens élménynek, a szentnek, a szentségnek, a ritusnak és nem utolsósorban a vallási türelemnek a fogalmai (Tomka 1993, Tomka 1996 szerk.) „Minden egyes konkrét kérdésben újra kell fogalmazni, mi az, hogy vallásosság/nem vallásosság, a vallás mennyiben és miként releváns profán dolgokban” (Hegedűs 1998: 123).

A rendszerváltás után a történelmi egyházak és az állampolgárok viszonya is viharos változásokon ment keresztül. „[...] Az International Social Survey Program 17 országra kiterjedő 1991-es vizsgálata szerint a rendszerváltás hajnalán hazánkban az összeomlott állampárti rendszertől megvont bizalom nagy várakozásokkal párosulva az újonnan szóhoz jutott intézményekbe, és eminens módon az addig elnyomott egyházakba és vallási szervezetekbe fektetődött be, [...] de onnan pillanatokon belül ‘el is párolgott’. A Bizalom az egyházakban és a vallási szervezetekben kérdésblokk adatai szerint Magyarország az 1991-es felmérésben Oroszországgal, a Fülöp-Szigetekkel és Írországgal világelső volt, maga mögé utasítva olyan ‘jámbor’ országokat, mint Lengyelország vagy az USA. [...] Mivel azonban [...] a ‘cél-eszköz viszonylatú érdekkalkuláció’ itt hamarosan éreztetni kezdte hatását, és egyértelmű negatívumokat mutatott fel, vagy egyszerűen nem hozott érezhető pozitívumokat – természetesen nem függetlenül a rendszerváltás egészéhez fűzött, irreálisan felcsigá-

zott várakozások általános frusztrálódásától –, ezért a [...] népesség nem is tartott ki az egyházak és a vallási szervezetek iránti megelőlegezett bizalmában” (Varga 2001: 25–26). Végül is az ezredfordulóra „a vallás kevésbé lett erős, mint ahogy várták. [...] Az egyházak, amelyek korábbi intézményes hatalmuknak jelentős részét visszakapták, a korábbi kommunista rendszert hibáztatják, de valójában a helyzet oka a modernizmus vagy éppen a poszt-modern kulturális trend és a konzumerizmus. Az egyházak a karitatív és a politikai funkciók változásai miatt maguk is elbizonytalanodtak” (Buda 2000: 65). A történelmi egyházaknak a rendszerváltás eufóriájához képest bekövetkezett tekintély- és vonzásvesztésében sokak szerint jelentős szerepet játszott, hogy „a közép-európai egyházak nem mentek át azon a megújuláson, amelyen nyugati testvéregyházaik többsége átment a második világháború után, majd a 60-as években. Még keresik a válaszaikat a mai emberi élet problémáira, s így befolyásuk viszonylag szerény” (Hankiss 1999: 189).

A megváltozott körülmények közötti hely- és szerepkeresés nem egy esetben feszültségekkel járt, és jár, így például az iskolai hitoktatás ügyében vagy a választások körüli pártcsatározásokban több alkalommal is megfogalmazódtak az egyházak fellépésével szembeni kritikai (túlzó igényeket és erőszakosságot felróvó, illetve a politikai korteskedés vádját hangoztató) észrevételek. Az egyház és a média viszonya sem mentes a feszültségektől. „Az egyház szeretné a saját hatáskörét megnövelni a médiában [...] Az egyház médiakritikája tehát arra irányul, hogy a média nem lehet elégséges mértékben az övé. Érvelését a következő logikai sorban foglalhatjuk össze. A társadalom egésze természeténél fogva igényli a vallási üzenetet, erkölcsi állapotánál fogva pedig rá is szorul. Az egyház rendelkezik a megmentő örömhírral, ezért tehát a média – éppen közszolgálatísága alapján – köteles az egyház evangelizációjának több teret szentelni. Azonban a vallási tájékoztatás, az általános műveltséget vagy a vallási vonatkozású információigényt szolgáló műsorok önmagukban nem tartalmazzák az örömhírt, hanem csak tájékoztatnak, miközben azonban az embereknek tanúságtételre van szüksége, hogy megtérjenek. [...] A katolikus egyház magyar püspöki kara 1996. augusztus 20-án tette közzé Igazságosabb és testvériesebb világot! című körlevelét. [...] Ennek 98. pontja megállapítja, hogy [a tömegkommunikációs eszközök többsége] ‘egyelőre nem járul hozzá igazán az emberek valódi boldogulásához: a harmonikusabb élet, az egészségesebb társadalom, a morális gazdaság, a tisztább közélet kialakításához’. Kevésbé informálnak, még kevésbé nevelnek. A közszolgálati médiumokat uralják a pártok, a közhatalmak és a tőke.” (Máté-Tóth – Andok 1997: 124–125) Bár általában hangsúlyozódik, hogy „az egyház nem kíván cenzorként fellépni, nem kívánja korlátozni az ember szabadságát, csupán az igazság nevében felhívja a figyelmet arra, hogy a szabadságnak felelősséggel kell párosulnia” (Lukács 1997: 112), előfordultak esetek, amikor az egyház a vallásos emberek érzékenységre és blaszfémiaira hivatkozva konkrét televíziós műsorokkal szemben is felemlelte szavát. Nagy visszhangot keltett például a Krisztus utolsó megkísértése című, egyébként vitathatatlan művészi és emberi értékekkel rendelkező film televíziós főműsoridős bemutatásával szembeni egyházi tiltakozás.

Az egyház által képviselt hagyományos vallásos értékrendnek a médiával szembeni tartózkodását, bizonyos mértékű elutasítását, esetleg ellenszenvét vizsgálati adatok is alátámasztják. Egy, a fiatal generációk kulturális szokásairól és értékorientációjáról végzett szociológiai kutatás eredményei szerint a felekezeti iskolába járó, egyházközei neveltetésben részesülő általános és középiskolai diákok lényegesen kevesebbet televízióznak társaiknál. Körükben „az iskolának (a tanároknak és a magaskultúrának) háromszor akkora a szerepe,

mint a médiának, holott általánosságban a helyzet épp fordított”, továbbá közöttük lényegesen kisebb mértékű vonzódás tapasztalható számos olyan értékhez, amelyet a média közvetít (vagyon/jólét, szakmai siker/tehetség, hedonizmus, agresszivitás) (László 1999: 42, 45–46).

„A mai magyar helyzet, az egyházasan vallásosoknak a társadalmon belüli alacsony aránya, illetve a hívőknek a viszonylag fiatalabb korcsoportokon belüli különösen alacsony aránya [...] egy általános regenerációs elképzelés szerint ármeneti, s az várható, hogy a valálástalanabb középnemzedékek kifutása után újból növekszik majd a vallásosság a társadalom egészen belül” (Hegedűs 1998: 122). Akár bekövetkezik ez a fordulat, akár nem, mindenképpen tényként könyvelendő el, hogy a történelmi egyházak egyházi-vallási és erkölcsi-morális értékekre, valamint nemzeti-történeti hagyományokra hivatkozva jogot formálnak arra, hogy hangjukat hallató, szabályozó tényezőként lépjenek fel a médiatartalmak vonatkozásában.

Értékzavarok, morális elbizonytalanodások

A rendszerváltás meghozta a szabadságot, azonban a radikális politikai, gazdasági, társadalmi változások sok esetben és sokféle vonatkozásban ellentmondásos hatással jártak a mindennapi életet szabályozó norma- és értékrendszerekre. „A szabadság sokként érte Kelet-Európát. Áldásként és átokként. Nagyszerű új lehetőségeket nyitott meg emberek százmillióinak, de egyúttal borzalmas konfliktusok Pandora-szelencéjét is felpattintotta. [...] Az elnyomatás étizedeiben a szabadság érthető módon a legfőbb értéké magasztosult, a legfőbb jóvá, amely valamiképpen valamennyi értéket magában hordozza. A boldogságot, az igazságosságot, a jólétet, a szeretetet, a lojalitást és – már-már neoplatonikus jelleggel – talán még az igazságot és a szépséget is. [...] Az emberek mélyen meg voltak botránkozva, amikor rájöttek arra, hogy a szabadság és más értékek között az összefüggés nem különösebben erős, vagy esetleg egyáltalán nincs összefüggés közöttük. Amikor kiderült, hogy a szabadság nem általános gyógyír minden bajra. Amikor kiderült, hogy az ember lehet szabad és nyomoruságosan szegény. Az ember élhet egy szabad, de ugyanakkor igazságtalan társadalomban. Hogy az emberek lehetnek szabadok és közben gyűlölhetik egymást. Hogy az ember lehet szabad és közben rabja marad előítéleteinek és elfogultságainak. Hogy az ember lehet szabad és ugyanakkor lehet boldogtalan” (Hankiss 1999: 143–144).

Az értékvilág összekuszálódásának és az értéktudat elbizonytalanodásának számos jele megfigyelhető. „Az utóbbi években a szimbolikus kommunikáció rendszereinek fejlődése és működése egy összetett, zavaros és sok vonatkozásban ellentmondásos képet mutat a volt kommunista országokban” (Buda 2000: 65). „Magyarországon ma a társadalom vagy a nemzet mint morális egység meggyengült, megroppant. A morális érzékenység és felelősségtudat mintha egyre inkább visszahúzódott volna a család és a szűk baráti kör falai közé” (Hankiss 1999: 168). „[...] A nagy individuációs feszültségű egyéni identitásfejlődés nálunk szükségképpen szervezetlen, hiszen minden más hasonló társadalomhoz képest nagyobb mértékben sérültek az önazonosság természetes szociokulturális alapjai, összetevői, mégpedig többgenerációs folyamatban. A Kárpát-medencében szinte minden családnak valamikor titkolnia, elfojtania kellett a társadalmi hovatartozás meghatározó tényeit, amelyek pedig más társadalmakban emberi kötelékek, magatartásminták, kontextusok,

kultúra forrásai. [...] Megfigyelések és klinikai tapasztalatok azt mutatják, hogy a családi kommunikációban továbbra is kényelmetlen és inkább került téma a szociokulturális eredet, és ritka ennek a valós csoportátélése, megfelelő ritualizációja és narratív feldogozása. A családi eredet nagyon sokszor megzavart és torzított formában jelenik meg, a Volkan által leírt 'borderline' formában, 'választott' traumák és pozitív események kiemelésével, ellenséggéppel, sok narcisztikus színnel" (Buda 1999: 194–196).

Az értékzavaroknak, a mindennapi életet szabályozó normák és emberi kapcsolatrendszerek fellazulásának talán legszembetűnőbb megnyilvánulása a viselkedéskultúra drámai leromlása. „Nemcsak a szabadság jött el, de megszűntek azok a segítő, érdekérvényesítő mechanizmusok, amelyek korábban, ha limitált mértékben is, de egyfajta életstabilitást biztosítottak. Megszűntek munkahelyek, politikai, társadalmi közösségek. Elértéktelenedtek azok a viselkedési mechanizmusok, amelyekkel az egyén valamilyen valós vagy képzelt csoport tagjaként a kollektív kulturális mechanizmusokhoz csatlakozhatott. Ebben a helyzetben megszűnik a kollektív kulturális struktúrák normális működése, és a társadalom tagjai bizonyos értelemben 'kulturán kívüli' állapotba kerülnek, amelyben viselkedésüket a korábbi életük alapján nem lehet kiszámítani, megjósolni. [...] A közös értékek megszűnése utáni helyzetben az egyén számára legracionálisabb taktika a magányos harcosé. Csak azt kapod meg, amiért megküzdesz, csak magadra számíthatsz, mindenki ellened van. Megszűnnek a több-kevesebb lojalitáson alapuló csoportkapcsolatok [...] Megszűnik a kölcsönösség szokványos feltételezése [...] Megnő a bizalmatlanság, mert a nagyobb szabadsággal szükségképpen együtt járó gyakoribb kisebb konfliktusok társadalmi megítélése bizonytalan, hiányoznak a szabályozó kollektív kulturális struktúrák, tehát nehezen alakul ki az új morális szabályrendszer [...] Megjelenik helyette az önbíráskodás [...] A fenti folyamatok összehatása mint a társadalom primitívizációja jelenik meg, az egytagú csoportok viselkedésére pedig gyakran használjuk a 'bunkóság' jelzőt" (Csányi 1999: 29). És hogy itt nem csupán a kutató rossz közérzetének kivetítéséről van szó, azt jól példázhatja az a hétköznapi durvaság és gátlástalanság, amely egy idős tudósnek, Greguss Pálnak a halálához vezetett.

A MÉDIÁVAL KAPCSOLATOS ÉRZÉKENYSÉGEK

A televíziós erőszak

A tévéműsorban látható erőszak az egyik olyan jelenség, amellyel kapcsolatban határozott ellenállás bontakozott ki a közönség körében. Különösen a gyermekműsorokban és a gyermekek által is nézett főműsoridős sávokban tapasztalható erőszak, durva nyelv és szex vált ki egyre hevesebb ellenérzéseket, olyannyira, hogy civil mozgalmak is szerveződtek, amelyek célul tűzték ki az ilyen tartalmak teljes kiirtását vagy legalábbis a késő éjszakai műsorsávba szorítását.

A televízió, mint a terjedő agresszió egyik feltételezett motiválója világszerte évtizedek óta vitatéma, amely megosztja a kutatókat. Az egyik tábor bizonyítottan tudja, hogy az agresszív műsorok ilyen magatartást indukálnak nézőikben, a másik tábor szerint viszont a televíziós erőszak a populáris kultúra szintjén fontos erkölcsi tanulságokat közve-

tít, és inkább levezeti, semmint gerjeszti a rejtett indulatokat. Miközben eldönthetetlennek tűnő vita folyik a televízió hatásairól, a képernyőn senki által nem vitatható módon minden tekintetben a korábbinál sokkal nagyobb teret nyert a fikciós és a nem fikciós erőszak. A médiaerőszak témakörében végzett kutatások a legteljesebb mértékben igazolták az ellenérzések és tiltakozások jogosságát. Magyarországon például egy kiterjedt tartalomelemzés azt mutatta ki, hogy az országos tévécsatornák műsorának 155 órányi, 261 „nemzenés-fikciós” produkciót és 669 műsorelőzetest átfogó mintájából 55% tartalmazott egy vagy több agresszív aktust. Ez a műsorhányad összességében 3030, a verbális durvaságtól a lelki-fizikai kínzáson keresztül az emberölésig terjedő jelenetet ábrázolt, vagyis átlagosan több mint három agresszív megnyilvánulás esett a műsorokra illetve előzetesekre (Szilády 1999: 67). Nagyon hasonló tapasztalatok gyűjthetők a durva, trágár, obszcén nyelvhasználatról.

Az MTA-ELTE 2001. évi közönségkutatásában azzal a véleménnyel, hogy Magyarországon a képernyőt elborította az erőszak, a kérdezettek 53%-a a legteljesebb mértékben, 37%-a pedig részben egyetértett. Kisebbszázalékos arányok mellett, de lényegében ugyanilyen (39, illetve 43%-os) egyetértés mutatkozott azon állítással kapcsolatban, hogy a társadalom eldurvulásában nagyon fontos szerepet játszik a televíziós erőszak (mindenesetre az okok rangsorában a bűnözés, a szegénység, és az üzleti élet kíméletlensége álltak az első helyeken). A kérdezettek 30%-a volt azon a véleményen, hogy jogi szabályozással gátat kellene vetni a televíziós erőszaknak. 48% viszont úgy nyilatkozott, hogy a jogi korlát, a törvényi tiltás nem megoldás, 14% pedig úgy vélte, hogy nincs (jogi) beavatkozást igénylő probléma. Minél idősebb a válaszadó, annál inkább bízik a jogi szabályozás hatásosságában, s minél fiatalabb, annál kevésbé érzi egyáltalán szabályozást igénylő problémát (Surányi 2002).

Szülői magatartásminták

A hivatkozott közönségvizsgálat egy másik blokkjának eredményei szerint a szülők többsége nem rendelkezik tudatos médiapedagógiai vagy mediaszocializációs stratégiával, és a mindennapokban kevés figyelmet fordít a gyermekek tévénezésének kontrolljára, tévézési szokásaik nevelő célzatú alakítására. Ennek legfőbb jele, hogy a szülők túlnyomó többsége nagyon ritkán vagy egyáltalán nem nézi gyermekeivel együtt a televíziót, és csak ritkán vagy egyáltalán nem beszélget velük a látottakról. A legtöbben nem is nagyon tudják, mit néz a gyermek a tévében. A családok negyedében egyáltalán nincsenek szabályok a gyermekek tévénezésének hosszát és tartalmát illetően, és egy másik negyedükben, ha vannak is, a szabályozás kevésbé kiterjedt. Kevés családban fordul elő, hogy a szülők javasolnak valamilyen műsort a gyermekeiknek megnézésre; valamivel gyakoribb, hogy megpróbálják lebeszélni őket egy-egy műsorról vagy esetleg meg is tiltják a tévézést. A tévénezéssel kapcsolatos szülői ajánlatok, javaslatok vagy tiltások azonban gyakran egyáltalán nem támaszkodnak a műsorújságokban, illetve a képernyőn látható jelekre, különösen, hogy a szülők egy része nem is ismeri e jelek jelentését.

A szülők médiaügyekben szigorúbbnak és következetesebbnek hiszik magukat, mint ahogy a gyerekek látják őket. Az, hogy a gyerekek sokkal kevesebb nevelői megnyilvánulást tapasztalnak, mint amennyit a szülők tulajdonítanak maguknak, egyértelműen arra utal, hogy a gyermekek tévénezésének családi szabályozása meglehetősen hatástalan.

Az alapvető társadalmi-demográfiai változók közül egyedül az iskolai végzettség mutatott statisztikailag is értékelhető összefüggést a családi tévézési szokások alakulásával: a magasabban iskolázott szülők rendszerint nagyobb figyelmet fordítanak a gyermekek tévézésének szabályozására és ellenőrzésére, mint az alacsonyabban iskolázottak (Hain 2002).

Civil mozgalmak

Már utaltunk rá, hogy a televíziós erőszakkal szembeni tiltakozás és a fiatalok, kiskorúak számára kevésbé veszélyesnek elképzelt gyermek- és családbarát televízió megteremtése tulajdonképpen az egyetlen olyan politikamentes ügy, amelynek képviselőit civil szerveződések is létrejöttek, illetve vállalkoznak. 1999-ben budapesti szülői és pedagógusi kezdeményezésre alakult a „Gyerekbárát televízióért” mozgalom (Lustyik 2000); néhány éve a többek között a Gyermekmentő Alapítvány által a médiaerőszakról szervezett konferenciák egyike George Gerbner professzort is vendégül láthatta, aki a tárgykör nemzetközileg elismert kutatója és A Kulturális Környezetért Mozgalom alapítója; gyakorlati, bár sikernek nem nagyon nevezhető eredmény, hogy a televíziós műsorújságokban és magukban a műsorokban a produkció tartalmára és a fiatal nézők javasolt életkorára vonatkozó jelzéseket kell elhelyezni.

A roma kisebbség médiareprezentációja

A becslések szerint a populáció 6-7 százalékát vagy esetleg még ennél is nagyobb hányadát kitevő roma kisebbség egyre inkább igényt formál arra, hogy mind mennyiségileg, mind minőségileg megfelelő megjelenéshez jusson a médiában. Valószínűleg egyre szűkösebbnek fogják tartani a közpénzekből finanszírozott csatornák számukra (az őket érintő témákra, ügyekre, eseményekre) biztosított műsoridejét. Lehetséges, hogy az átalakuló médiarendszerben végülis a Cigány Rádióhoz hasonló önálló, magyar és/vagy lovári nyelvű csatornák – rádiós és televíziós is – jelentik majd az ez irányú igények kielégítését, ha sikerül ehhez megteremteni az anyagi fedezetet.

De akárhogy is alakul is a távolabbi jövő, arra már most is mindenképpen számítani lehet, hogy a romák önkormányzati szervezeteiken keresztül egyre határozottabban fogják követelni (és ebben nyilván számos szövetségesre számíthatnak): csakis politikailag korrekt, előítéletektől és a közkeletű kedvezőtlen képzetektől mentes tartalmak jelenjenek meg róluk.

A magyar nyelv védelme

A televíziós erőszak elleni mozgalomhoz hasonló, de annál valószínűleg terebélyesebb buzgolkodás tapasztalható a magyar médianyelv tisztán tartásának ügyében. Terjedelmi okokból nem vállalkozhatunk arra, hogy részletesen bemutassuk, a nyelvművelő és nyelvvédő igyekezetből mi az, ami valóban a nyelvi-kulturális hagyomány megőrzését szolgálja, és mi az, amit a nyelvtudomány fenntartásokkal szemlél. Itt most csak annyit te-

hetünk, hogy rámutatunk, a média nyelve, nyelvhasználata is azon dolgok közé tartozik, amelyekkel kapcsolatban nagy érzékenységek élnek a társadalomban, legalábbis a magasabb iskolázott csoportok egy részében, és erős, de a tudomány által nem minden vonatkozásban alátámasztott szabályozási igények fogalmazódnak meg.

AZ ÚJ INFOKOMMUNIKÁCIÓS TECHNIKÁK ÉS A MÉDIA

Társadalomkutatók, politikusok és a műveltebb közönség körében általánosan elterjedt meggyőződés, hogy az új infokommunikációs eszközök és technikák (számítógép, internet, digitalizáció, mobilitás, interaktivitás) gyökeresen átalakítják (majd?) kulturális környezetünket. A hazai média kulturális kontextusának vizsgálatakor sem tekinthetünk el a feltehetően a médiát, illetve médiahasználati szokásokat is érintő legfontosabb fejlemények és tendenciák számbavételétől ezen a téren.

Digitalizáció, konvergencia, interaktív televíziózás

A digitalizáció médiaátformáló hatását a szakértők a kép- és hangminőség javulása mellett nem utolsósorban abban látják, hogy megteremti egy olyan – esetleg a televízió, a számítógép és a hálózati kapcsolat konvergálására, „összenövésére” épülő – interaktív televíziózásnak a technikai feltételeit, amelyben a nézők nem pusztán passzív fogadói a hozzájuk eljuttatott műsorcsomagnak, hanem a sokszorosára növekedett információkínálatból egyéni érdeklődésüknek megfelelően saját maguk is alakíthatják azt, amit végülis „elfogyasztanak”.

A digitális technikán alapuló interaktív televíziózással kapcsolatos tapasztalatok, melyek főként az Amerikai Egyesült Államokból (Florida), az Egyesült Királyságból, Hongkongból és Szingapurból származnak, egyelőre meglehetősen ellentmondásosak. „Az iparági szakértők az ITV terjedésére számítanak, függetlenül attól, hogy az elmúlt évtizedekben a nagyszabású kísérletek és az óriási befektetések ellenére sem következett be áttörés [...] Sokak szerint a digitális kábeles terjesztés lesz az a technika, amely már tömeges méretekben, jó minőséggel, megfizethető áron teszi elérhetővé az interaktív szolgáltatásokat.” Úgy tűnik, hogy amikor a technikai-gazdasági-szabványosítási-egységesítési akadályok leküzdődtek, „akkor jönnek azok a piaci korlátok, amelyeken a legtöbb eddigi ITV-kísérlet megbukott. Meg kell találni azokat az alkalmazásokat, azt a »killer application«-t, amelynek segítségével elérhető a piaci áttörés, és amely olyan hozzáadott értéket tud adni a fogyasztónak, amely valóban megéri a többletbefektetést. Ebben az esetben is számolni kell a fogyasztói magatartás jellemzőivel, mégoly vonzó szolgáltatás esetén is hosszú idő kell a nézői szokások átalakításához és az interaktív televíziózás teljes körű elfogadásához. [...] Külön probléma lehet, hogy a nézők többsége könnyed, passzív szórakozásnak tartja a televíziózást, és kérdés, hogy hajlandók lennének-e egy számítógépes klaviatúrával vagy alfanumerikus távirányítóval az ölükben leülni a készülék elé” (Urbán 1999: 39–40). „A csodadoboz, amit az amerikai fejlesztők a tévékészülék tetejére álmodnak és esetenként már tesznek is, a set top box valószínűleg inkább riasztja a televíziós műsorszórás gyakorla-

ti képviselőit. Nem eredményeztek túl nagy sikert, népszerűséget a korábbi interaktív televíziós kísérletek sem, s csak a bonyolult technikai megoldások emléke maradt utánuk. Ilyen félelem van az új, integrált otthoni hálózati végpontot képviselő dobozzal szemben is. Most a helyzet annyiban más, hogy kialakult, vagy legalábbis kialakulóban van egy egyre szélesedő használói réteg, amely az internet varázslatait igyekszik birtokba venni. Ha számukra könnyebb technikakezelést, vagy épp olcsóbb csatorna-hozzáférést jelent az új lehetőség, legyen akár kábelmodem a megvalósítója, akár set top box a megtestesítő, akkor vevők lesznek az újításokra” (Tölgyesi 1998: 60). Ha viszont a számítógép aspirál a háztartás médiaközpontjának szerepére, akkor „a piaci siker egyik legfőbb akadálya – a drágaság és a számítógép kisebb elterjedtsége mellett –, hogy az emberek jelentős része a televíziózást szórakozásnak tartja, nem szívesen vonja össze az elsősorban munkaeszközként használt számítógéppel” (Urbán 1999: 40).

Miközben a digitalizációnak és a média konvergenciájának lelkes jósnokai a hagyományos broadcast televíziózás elenyészését jelzik előre, sokan úgy tartják, hogy korai lenne a klasszikus televíziózást temetni. Nemcsak arra kell gondolni, hogy a digitális eszközök uralkodóvá tétele igen komoly befektetéseket igényel, mégpedig nemcsak az információs-kommunikációs ipar nagyvállalkozóitól, hanem a maguk szintjén a fogyasztóktól is, és ez mindenképpen lassítja, illetve – legalábbis egyelőre – a gazdaságilag legpotensebb és már eleve interaktív elvárásokkal rendelkező rétegekre korlátozza a folyamatot, hanem arra is, hogy a broadcast televíziózásnak még a digitális eszközök és a széles körű interaktivitás korában is megvannak a maga funkciói, például az, hogy közös tudást, közös élményanyagot, közös referenciatartományt teremtvén és értékeket, életmódmintákat kultiválva hozzájárul a közönségnek kulturális közösségé alakulásához. Hasonlóképpen nem elhanyagolható és feltehetően a médiakonvergencia világában is továbbélő funkciója a hagyományos broadcast médiának a tematizáció, a társadalmilag fontos ügyeknek a felmutatása, a közös megvitatásra szánt napirendeknek a kijelölése, vagyis a politikai közösség referenciakereitnek és a társadalmi diszkurzus feltételeinek kialakításában játszott szerep. Mindezzel összefüggésben az új médiaviszonyok között is továbbélésre számíthat a hitelességet és a minőséget biztosítani hivatott információs-kommunikációs közszolgálat, hiszen az állampolgárok a számukra elérhető információk mennyiségének növekedésével még inkább igényelhetik a mértékadó orientálást. „A legszélesebb értelemben vett társadalmi diszkurzusba való bekapcsolódás [véleményem szerint] olyan elemi fogyasztói igény, aminek kielégítésében – nekünk tetsző, kevésbé tetsző vagy egyáltalán nem tetsző módon – a tömegkommunikációnak bizonyítottan jelentős, talán pótolhatatlan szerepe van [...] S egyáltalán: ha a televízió elsősorban szórakoztató médium, mint ahogyan az, akkor valószínű, hogy olykor-olykor hagyjuk magunkat terelgetni, elringatni, elcsábítani – ez szinte kínálat és hangulat kérdése. Mindez nem teszi kérdésessé, hogy a digitális média világában nő majd a fogyasztói döntések szuverenitása, mintegy folytatásaként annak a folyamatnak, ami már az analóg világban a fizető tévék megjelenésével elkezdődött. Az is lehet, hogy felgyorsul, léptéket vált az eddigiekhez képest ez a növekedés, de abban erősen kételkedem, hogy a folyamat vége a személyre szabott médiumok kiütéses győzelme lesz” (Gálik 1997: 79).

Magyarországon egyelőre még nem nagyon látszik, vannak-e reális esélyei a digitális interaktív hálózatok közeli megjelenésének, mindenesetre már feltűntek olyan közönségadatok, amelyek azt jelzik, hogy a számítógépes, hálózati, mobiltelefonos kommunikációs lehetőségek kontextusában szocializálódott, az új iránt leginkább érdeklődő fiatal generációk nyitottak lehetnek a digitális interaktív televíziózásra (lásd a fiatal generációk átalakuló

médiafogyasztási szokásairól szóló fejezetet ebben az anyagban), és már arról is megindult a gondolkodás, hogy miképpen lehetne törvényileg szabályozni ezt az új médiumot (lásd Polyák 2003).

Számítógépes kultúra, internet és digitális literáció Magyarországon

Sokféle fórumon gyakran és hangsúlyosan megfogalmazódott az utóbbi években – lásd például Nyíri (1999: 134–194) –, hogy az internet különösen alkalmas lehet arra, hogy a globalizáció korában életben tartson egy olyan kulturális sokszínűséget (kisebbségi, többségi, etnikai, nyelvi, diaszpóra, városi, falusi stb. kulturák, szubkulturák), amely a magyarországi viszonyokat jellemzi. A következőkben az MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport kutatásai nyomán – elsősorban Angelusz Róbert és Tardos Róbert munkájára támaszkodva (Angelusz-Tardos 2004) – azt vizsgáljuk meg röviden, hogy hol tart a magyar társadalom a számítógépes és hálózati kultúra terén.

A számítógéphez és az internethez való hozzáférés

A felvételek egy kezdeti szinten az internet aránylag gyors terjedéséről adtak számot. A 24. táblázat részben az internetezés elsődleges tárgyi feltételének, a számítógéphez való hozzájutásnak, részben az internet speciális felszereléseivel való ellátottságnak az 1997-es, 1998-as, 2001-es és 2003-as helyzetét tükrözi. Az elsőként közölt összefoglaló adatok a személyi számítógép esetében a saját, illetve a munkahelyi (iskolai) hozzájutást, az internet esetében e két forráson túl a terjedőben lévő közösségi és szórakozóhelyeken való szolgáltatás igénybevételét, illetve a ma még igen költséges saját forrással szemben a más személyeknél történő internethasználatot foglalja magába (7. táblázat).

7. táblázat

A személyi számítógéphez és az internethez való hozzájutás alakulása 1997. és 2003. vége között (százalékban)

	1997	1998	2001	2003 vége
Személyi számítógéphez való hozzájutás	25	30	33	45
<i>Ezen belül:</i>				
Saját háztartásban	16	17	21	31
Munkahelyen/iskolában	15	21	23	26
Internethez való hozzájutás	10	15	22	28
<i>Ezen belül:</i>				
Saját számítógépen	1	2	6	11
Munkahelyen-iskolában	2	6	13	15
Internetkávészóban	4	6	5	3
Teleház (művelődési stb.)	2	3	4	3
Barátnál, ismerősnél	6	7	9	9

Az adatok azt jelzik, hogy az új évezred első éveiben a felnőtt népesség közel fele számára elérhető a személyi számítógép, saját háztartásában pedig ennek mintegy kétharmada (az össznépesség mintegy harmada) rendelkezik ezzel a lehetőséggel. Az utolsó – 2001. és 2003. vége közötti – időszakban az infokommunikációs hozzáférés forrásai közt legjelentősebben az otthoni számítógép- és internetfelszereltség bővült, némiképp mérsékeltebb az emelkedés a munkahelyi, illetve iskolai hozzájutást tekintve. Az adatok tükrében arról is beszélhetünk, hogy a korábban már egyéb csatornán keresztül gép-, illetve háló-közelbe jutott csoportok használták ki elsősorban az elmúlt időszak különböző vásárlási, illetve bevezetési kedvezményeit a saját jogú felhasználóvá válás terén. A különféle nyilvános internet-hozzáférés (teleház, cyber-kávézó, könyvtár stb.) igénybe vétele ugyanakkor inkább stagnált, mint nőtt ez idő alatt. A korábbi felhasználók saját otthoni lehetőséghez juthattak, míg a nyilvános kapacitás elmúlt időszakbeli bővülése a jelek szerint kevésbé generálta a belépés új hullámát azokban a potenciális felhasználói csoportokban, melyek az infokommunikációs eszközök piaci lehetőségeitől különböző okok miatt egyelőre távol állnak. Bár a nemzetközi tapasztalatok szerint az infokommunikációs ellátottság általános bővülése idővel a digitális szakadékok csökkenését hozza magával, a hazai diffúzió még nem érte el az ütemet, az ellátottság azt a szintet, mely e tekintetben komolyabb áttörést eredményezett volna.

Aktív használat

A személyi számítógép aktív felhasználási módjainak valamelyikét a felnőtt népességnek mintegy harmada mondja magáénak (8. táblázat). Ezen belül legtöbben még mindig a ma már „hagyományosnak” számító szövegszerkesztési és adatfeldolgozási technikákat veszik igénybe. Az átfogott időszakban az előbbi terjedt dinamikusabban – valószínűleg nem függetlenül attól a körülménytől, hogy míg az adatfeldolgozás, számítás a foglalkozásoknak meghatározott körét érinti elsősorban, a szövegszerkesztés készsége potenciálisan a szellemi tevékenységek egészére, a műszaki kultúrától tradicionálisan távolabb eső humán szférára is kiterjed (amellett az iskolai tanulásban, feladatvégzésben is egyre inkább tért hódít). Ez utóbbi skill ugyanakkor a kommunikációs aktivitás szélesebb mezőnyére is kihat, például lehetővé teszi a hálón keresztüli önprezentációt, a szélesebb körre is kiterjedő véleménynyilvánítást.

8. táblázat

A személyi számítógép és az internet aktív használatának alakulása 1997. és 2003. vége között (százalékban)

	1997	1998	2001	2003 vége
Személyi számítógép aktívhasználat	18	23	25	32
<i>Ezen belül:</i>				
Szövegszerkesztés	14	20	23	25
Adatfeldolgozás, számítás	14	16	18	24
Internethasználat	4	9	15	22
<i>Ezen belül:</i>				
Levelezés, e-mail	2	5	12	16
Információk beszerzése	3	8	14	20
Véleménycsere	1	2	5	11

Az internet aktív használóinak köre az előbbiekhöz képest egyelőre még szűkebb, bár a terjedés üteme kétségtelenül itt volt a leggyorsabb. Legtöbben információk megszerzésére, ellenőrzésére használják a hálózatot. Valamivel kevesebben az elektronikus postát; bár ennek bővülése még nagyobb ütemű volt. Azonban így is mérsékeltnak mondható annak fényében, hogy az Eurobarometer-adatok szerint ez az alkalmazási mód vezeti a rangsort az EU-országok felhasználói körében (háromnegyedet meghaladó arányban). A hálózaton keresztül történő véleménycsere, diskurzus az internet kitüntetett lehetőségei, bár mint az adatok tükrözik, inkább csak potenciális lehetőségek közé tartoznak. Ha az ilyen formák a nyilvánosság hagyományos korlátait időnként látványosan törlik is át, összességében ma is csak mérsékelt számú érdeklődőt vonzanak az internetező közönségen belül.

Egyenlőtlenségek az információs társadalom küszöbén

A vizsgálati adatok mind a számítógép, mind az internet elterjedése kapcsán jelentős anyagi-kulturális egyenlőtlenségekről adtak számot. A 9. táblázaton az oszlopok elhelyezése – balról jobbra haladva – a magasabb szintű ellátottságtól az alacsonyabb szintű hozzájutásig, illetve a tényleges gyakorlatig húzódó infokommunikációs lejtőt érzékelteti. Jóllehet EU-összehasonlításban a számítógépes ellátottság adata sem igazán kiemelkedő, az össznépessegre vetített (mindenfajta hozzáférést magába foglaló) adat mégis az ötven százalék felé közelít. Az egyharmados sáv tájára esik ez, ha akár az otthoni hozzáférésről, akár a pc aktív használatáról van szó. A legszeleesebben értelmezett internet-hozzáférés 2003. végén az egynegyed-es sávban rajzolódik ki, ami aztán a népesség mintegy egytizedére csökken, ha a háló rendszeres otthoni felhasználásáról van szó.

9. táblázat

Összefoglaló adatok a számítógép és internet elterjedtségének és használatuk társadalmi különbségeiről 2003. végén (százalékban, $N = 1000$)

	Számítógép hozzáférés	Számítógép aktív, használat	Otthoni számítógép	Internet- hozzáférés	Internet- használat (bármilyen gyakoriság)	Rendszeres internethasználat (hetente többször)	Otthoni Internet hozzáférés
Teljes minta	45	32	31	28	22	16	11
Iskolázottság							
Diploma	76	63	55	61	55	41	30
Középiskola	62	49	44	42	34	24	16
Szkm.biz.	38	20	23	14	8	5	3
Max. 8 oszt.	11	4	7	4	2	1	0
Lakóhely							
Budapest	57	46	41	41	35	24	21
Vidéki város	46	33	32	29	23	17	9
Községek	35	21	23	18	14	10	6

	Számító- gép hozzáférés	Számító- gép aktív, használat	Otthoni számító- gép	Internet- hozzáférés	Internet- használat (bármilyen gyakoriság)	Rendszeres internethasz- nálát (heten- te többször)	Otthoni Internet hozzáférés
Életkor							
18–29 év	66	53	41	51	45	35	19
30–44 év	61	44	43	36	29	18	12
44–59 év	48	32	33	28	19	14	13
60 év fölött	12	5	10	3	3	1	2
Munkaviszony							
Tanuló (egy.hallg.)	84	88	78	94	84	78	41
Aktív kereső	70	52	44	43	35	25	19
Munkanélküli	16	9	11	13	7	2	0
Nyugdíjas	12	5	11	3	3	1	2
Nem							
Férfi	48	31	32	28	23	17	11
Nő	42	32	30	28	21	15	10

Átlós irányban az információs társadalomban való elhelyezkedés egészen különböző képe rajzolódik ki. Az egyetemi hallgatók vagy a diplomások számítógép-ellátottsága már lényegében megfelel a nemzetközi mércéknek. De zérus körüli értékekkel van már dolgunk, ha az ellenkező póluson az idősebb, inaktív, alacsony végzettségű csoportok internet-használatát tekintjük. Ahogy a törésvonalakat érzékeltető sávozás is jelzi, már a középis-kolai végzettségtől lefelé is erőteljes választóvonal figyelhető meg. Sajátos a törésvonal életkor szerinti alakulása. Míg bizonyos vonatkozásokban – például a számítógépes hozzá-jutást tekintve – igazán élesen csak az inaktív korúak maradnak le, az Internet-felhasználás intenzívebb válfajait illetően már jóval lejjebb húzódik a kompetencia-határ.

Hordoz-e ez az infokommunikációban tapasztalható egyenlőtlenség valamilyen speci-fikumot az újdonságok terjedésének megszokott folyamataihoz képest? Hogy egy másik kommunikációs eszköz, például a televízió elterjedésére utaljunk, kezdetben szintén nőttek az ellátottságbeli egyenlőtlenségek, egy későbbi időszakban azonban már inkább a ki-egyenlítődség vált jellemzővé (egy-két évtizednyi távon már a telítődés felé haladva). Elv-ben a számítógép és az internet esetében is elképzelhető egy hasonló – talán hosszabb távon létrejövő – kiegyenlítődség. A dolog mégis bonyolultabbnak tűnik, mivel az információs tár-sadalom infrastruktúrájához tartozó tárgyak és skillek bizonyos fokig maguk is generálják (mindenekelőtt kulturális vonatkozásokban) az egyenlőtlenségeket. Akik ezekkel a tár-gyakkal és készségekkel rendelkeznek, másokhoz képest szinte behozhatatlan kommuniká-ciós, kapcsolati előnyökre tehetnek szert. Nem biztos, hogy a dolgok rendje automatikusan meghozza a kívánatos korrekciót, sőt még az exkluzivitás irányába mutató jegyek is erő-södhetnek. „Egyre növekvő aggodalom tapasztalható abban a kérdésben, hogy amikor az információs társadalmunkat létrehozuk, nem okozunk-e további megosztottságot a tár-sadalomban: különbséget teszünk azok között, akik hozzáférnek az információhoz és azokat megfelelően használni is tudják, és azok között, akik mindezt képtelenek megtenni. Ponto-

sabban, az aggodalomra az ad okot, hogy a társadalomban a szegények és gazdagok, a műveltek és kevésbé műveltek, a többség és az etnikai kisebbségek, a nyelvi és vallási csoportok, a fizikailag vagy szellemileg ép és fogyatékos emberek közti különbséget elmélyíthetjük, konzerválhatjuk” (Moore 1998: 240). Híres könyvében Manuel Castells is olyannak ábrázolta a hálózati kommunikáció szervezte társadalmat, mint amelyben mélyülő szakadék húzódhat azok között, akik – az egyik oldalon – a hálózati kommunikáció világában interaktívan képesek élni az új technikák kínálta lehetőségekkel, és azok között, akik – a másik oldalon – erre az interaktivitásra nem képesek, hanem megmaradnak passzív befogadói szerepben (Castells 1996). „...A jövődölt információs társadalom... kijegecesedett alakjában... az interaktívak és a nem interaktívak kommunikációs terének totális szétválasztása miatt egy olyan, bizonyos értelemben kasztrendszer jellegű képződménynek ígérkezik, amelynek két, sok szegmensből álló főcsoportja között minimális mennyiségűre redukálódnak a kommunikációs kapcsolatok” (Varga 1999: 71).

Mindez éles megvilágításba helyezi a diffúzió hozzájutási forrásainak, a közszféra révén történő korrekciós mechanizmusoknak a kérdéseit. Az egyenlőtlenségek jelenleg is nagyobbak lehetnének, ha bizonyos kulturális projektek, közoktatási programok nem kíséreltek volna meg a hozzájutási korlátokon enyhíteni. A középiskolai és felsőoktatási programok azonban e tekintetben korlátozott hatékonyságúak lehetnek, hiszen a készségek már a fiatalabb korcsoportokban szétválnak, emellett a középiskola és az egyetem már maga is nagyon jelentős társadalmi szelekción alapul.

MÉDIA ÉS KÖZSZOLGÁLAT

A médiával összefüggésben a kultúra minőségével, a nemzeti értékek és hagyományok megőrzésével, a média kultivációs hatásaival, a fiatal generációk szocializációjával kapcsolatos elgondolások nem utolsósorban a közszolgálatosság fogalma körül sűrűsödnek.

1. Szakmai körökben többnyire egyetértenek abban, hogy a média közszolgálatosságának kérdésköre – természetesen nem függetlenül a politikai-hatalmi és a gazdasági-finanszírozási problematikától – végső soron a közölt tartalom (intézményi) szabályozására fut ki, mégpedig a tömegmédia két alapvető funkciójának vonatkozásában:

- a kultúra (világ- és társadalomképek, értékek, életelvek, magatartási minták, szabályok, normák) termelése és közvetítése,
- a demokratikus politikai rendszer működéséhez való kommunikációs hozzájárulás (nyilvánosság teremtése és fenntartása, tematizáció, napirendkijelölés, a közügyek definiálása, megismertetése, megvitatása, a politikai erők megismertetése stb).

Mindkét funkció vonatkozásában az a megfontolás motiválja a közszolgálat szempontjának érvényesítését (az érvényesítés követelését), hogy megfelelő kontroll, megfelelő szabályozás nélkül a gazdasági piac és a politikai versenytér zabolátlan erői elnyomnák, kiszorítanak, megfojtanak a kultúra és a politikai nyilvánosság értékeit. „Habár történnek kísérletek, hogy íróasztalnál fogalmazzák meg az elengedhetetlen média-közszolgáltatások listáját, a valós igények minden bizonnyal a piaci viszonyok kialakulása nyomán tisztázód-

nak majd. Ekkor válik világossá, melyek azok a szükségletek, amelyek spontán módon, piacilag nem nyerhetnek kielégítést. Igaz ugyan, hogy a kereskedelmi média is nyújthat olyan szolgáltatásokat, amelyek tartalmuknál fogva közszolgálati jellegűek, azonban csak akkor hajlamos rá, ha ez nem ütközik profitérdekekbe. [...] Kiderülhet, hogy melyek azok az információk, tájékoztatói, kulturális, közösségi stb. szükségletek, amelyek mögött nem állnak rendelkezésre a piaci kielégítéshez szükséges anyagi erőforrások, érdekérvényesítési potenciálok” (Angelusz–Tardos 1995: 14).

2. Bár a sajtóban és a médiában igen sűrűn használt, mondhatni közzsájon forgó fogalomról van szó, az MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport által az ORTT megbízásából végzett kérdőíves vizsgálat eredményei szerint a közgondolkodásban bizonytalan, zűrzavaros és nem kis részt kifejezetten hamis nézetek élnek arról, hogy mit jelent a média közszolgálati sága (Kováts 2002). A vizsgálat 2000 fős országos reprezentatív mintájában a kérdezetteknek több mint a harmada (36%) semmiféle választ sem tudott adni arra a kérdésre, hogy mit jelent a közszolgálati ság. Azoknak, akik egyáltalán válaszoltak (1288 fő), a 15%-a olyasféle meglehetősen tautológikus és semmitmondó meghatározást adott, hogy a közszolgálati műsorszórás a köznek, a közösségnek, a népnek, az embereknek, a lakosságnak, az állampolgároknak a szolgálata jellemzi. Voltak, akik úgy vélték, hogy a közszolgálati műsorszórás érdekvédelmi és érdekképviseleti feladatokat lát el (10%), jónéhányan pedig azt nyilatkozták, hogy a közszolgálati ság a közönség igényeinek maradéktalan kielégítését jelenti (7 %). Az érdemibb válaszok között túlnyomó többségben volt az a nézet, amely – alighanem jelentős részt a médiaháborús politikai viták visszatükröződéseként – a közszolgálati ságot a politikai tájékoztató funkcióval, illetve az ilyen funkciójú műsorokkal (hírek, híradók, információs magazinok, tudósítások, riportok, interjúk stb.) kapcsolta össze (29%), mondván: közszolgálat = a politikai, a közéleti, a közügyekről szóló tájékoztatás. Meglepő módon még az egy százalékot sem érte el azoknak aránya, akik szerint a közszolgálati műsorszórás feladata kulturális értékek közvetítése és ismeretek terjesztése, illetve hogy általában, azaz bármely műsortípusban magas színvonalat, magas minőséget képviseljen. Ugyanakkor viszonylag gyakori volt az a választípus (8%), amely a média közszolgálati ságát az állami finanszírozással azonosította: „állami tulajdonban van”, illetve „állami támogatást kap”, „nem reklámbevételekből él”, „előfizetési díjból tartja fenn az állam” stb. (Az összeg nem egyenlő 100 százalékkal, mivel ugyanaz a kérdezett többféle jellegzetességet is említhetett.)

3. Szakmai berkekben, úgy tűnik, a tömegkommunikációs közszolgálati ság elemeinek legismertebb és legelfogadottabb gyűjteménye az az összeállítás, amely az Európa Tanácsnak az EU tagállamokhoz a közszolgálati műsorszolgáltatásról intézett körkérdéséből, illetve a beérkezett válaszokból született 1994-ben. Íme ennek a legfontosabb javaslati.

Tartalmi kötelezettségek (általánosságban):

- a műsorok magas minőségi szintje, bármely műfajban,
- a műsorok összkínálatának sokfélesége, változatossága,
- a nézők, hallgatók társadalmi, kulturális, spirituális igényeinek kielégítése,
- a politikai életben való részvétel előmozdítása,
- a kulturális örökség ápolása, a nemzeti és a kisebbségi kulturális identitás erősítése.

Tartalmi kötelezettségek (konkrétabban):

- tájékoztatás, hírközlés (átfogó, objektív, pártatlan, tárgyyszerű),

- a vélemények sokféleségének bemutatása,
- a kormány által kiadott közlemények ingyenes közzététele,
- a parlament üléseinek közvetítése (avagy tárgyszerű beszámoló a parlament üléseiről),
- oktató jellegű, illetve az iskolai oktatást, a felnőttoktatást, a speciális helyzetű társadalmi csoportok továbbképzését szolgáló műsorok sugárzása,
- az anyanyelv, a hivatalos nyelv ápolása, nemzeti és etnikai nyelven készített műsorok sugárzása,
- vallási műsorok, az egyházak működését bemutató műsorok közzététele,
- gyermekeknek, fiatalok számára szóló műsorok sugárzása, e korcsoportokhoz tartozók személyiségfejlődésének előmozdítása, védelme,
- művészeti és tudományos tartalmú műsorok közzététele,
- igényes szórakoztató műsorok közlése,
- közérdekű információk (például közlekedésbiztonság), a fogyasztók érdekvédelmét szolgáló műsorok sugárzása (Jakab 1995: 59–60).

Persze még ezzel a sokféle kontextusban hivatkozott felsorolással szemben is felmerülhetnek hiányokat felróvó észrevételek. Például alighanem hosszasan és megalapozottan lehetne érvelni amellett, hogy a közszolgálatnak minősülő műsorok sorában feltétlenül ott lenne helyük a sportközvetítéseknek. (Dénes 1997, Urbán 2000). Ugyanígy explicit kiemlést lehetne javasolni az egészségpromóciónak vagy a környezetvédelemnek.

4. Ezeknek az elveknek a konkrét jogi formába (törvénybe) öntése nagyon sokféle, országonként eltérő lehet. Magyarországon az 1996. évi I. törvény a rádiózásról és televíziózásról fogalmazásbeli különbségekkel lényegében az összes fenti követelményt tartalmazza, azt leszámítva, hogy a kormány közleményeinek (ingyenes) közzétételéről és a parlamenti ülések közvetítéséről nincs benne említés. Megállapítható tehát, hogy a magyar médiatörvénynek a műsorok tartalmára vonatkozó előírásai követik a nemzetközi (európai) közmegegyezést (Terestyéni 1997).

Természetesen a magyar szabályozást (is) lehet tovább finomítani, például „a fiatalok személyiségfejlődésének elősegítésével, védelmével” kapcsolatos előírásokat egészen aprólékosan ki lehet bontani. Látnunk kell azonban, hogy akármilyen részletességgel, akármilyen alaposan, akármilyen cizelláltan határozza is meg valamely szabályozás a közszolgálati tartalmak körét, a viták a dolog természeténél fogva nem szűnnek meg, nem szűnhetnek meg. Ennek legfőbb oka, hogy a közszolgálatiással kapcsolatban eredendően minden konstitúciókon, értelmezéseken, definíciókon alapul: az lesz közszolgálati, amit a törvény vagy valamilyen egyéb megállapodás annak minősít. Vagyis itt nem léteznek a konstitúciók, definíciók végrehajtására felhatalmazott emberek és intézmények érték- és érdekszempontjaitól, szubjektív értelmezéseitől mentes, a nyers tényekre jellemző objektív kategóriák és határok. A közszolgálatiás mibenlétének meghatározása, a közszolgálati kritériumok definiálása és a minősítés etalonjául, szabványául szolgáló mértékek előírása, azaz a vonatkozó különféle intézményi ajánlások és törvényi rendelkezések érdekevezérelt értékválasztások, amelyek viták, nézetütközések, harcok közben és alkuk eredményeképpen születnek és változnak. „A közszolgálatiás csak akkor létezik, ha az azt teremtő szabályok léteznek. A közszolgálatiás szavak műve. A kiegyensúlyozottság, a tárgyilagosság, a sokoldalúság és pártatlanság egy nagy társadalmi-politikai játszma szabályzatának szavai, amelyek önmagukban nem jelentenek semmit, illetve mindenkinek mást jelentenek. E szavak jelentésének meghatározásáért harc folyik [...], amelynek nincs, és nem is lehet vége”

(Csepeli 1998: 33). Következésképpen a (közszolgálati) műsorszórás kontrollja nem működhet úgy, mint valamiféle automatikus minőségellenőrzés egy gyárban, ahol a teljesen egyértelműen definiált szabványoktól, határértékektől eltérő darabokat gond és vita nélkül selejtnak minősítik és kivonják a forgalomból.

Azzal is számolni kell, hogy a kulturális termékekkel, köztük a médiatartalmakkal kapcsolatban meglehetősen szűk azoknak a lehetséges jelenségeknek a köre, amelyekre vonatkozóan teljesen egyértelmű tiltó vagy korlátozó jogi előírásokat lehet hozni és alkalmazni. Annál szélesebb viszont az a kör, amelynél nincsenek és nem is nagyon képzelhetők el jogilag egyszer is mindenkorra, azaz minden lehetséges esetre kiterjedően egyértelműen konstituált mértékek, hanem csak mindig esetről esetre újra és újra mérlegelendő módon, egymással ütköző érték- és érdekszempontok erőterében lehet a minősítések kritériumait felállítani és a minősítéseket elvégezni. Mivel itt a jogi-bürokratikus szabályozás erőltetése kétséges eredményekre – nem közmegegyezésre, hanem például a pluralizmust korlátozó tiltásokra – vezethet, az lenne szerencsés, ha a mértékek, szabványok, határértékek konstituálásában egyre nagyobb szerephez jutnának a kultúra, a tudomány, a civil szféra és a nyilvánosság intézményei, úgy, ahogy azt a George Gerbner professzor által a kulturális környezet védelméért indított nemzetközi mozgalom kezdeményezi (Terestyéni 1998: 54–56).

5. A közszolgálati fogalmát sokan hajlamosak úgy értelmezni, mint amelynek az egyik fontos funkciója az lenne, hogy elválassza egymástól az esztétikai, morális, társadalom- és kultúrpolitikai stb. szempontból értékesnek tartott, a *magas kultúra* körébe tartozó, és éppen ezért támogatásra érdemes termékeket az ezen szempontokból kevésbé értékes *populáris kultúrától*, amelynek produktumai legfőleg csak a túrt kategóriába tartozhatnak. Hol lappangó, hol nyíltan és hangsúlyosan megmutatkozó jelenség, „mely a közszolgálat örvéen jelen van, egy állandó és kényszeredett kísérlet arra, hogy a vezető politikusi vagy értelmiségi réteg a közszolgálat fogalmának meghatározásával valamiféle művelődési normát, értékrendet, elérendő igényeket és követendő példákat alakítson ki. Sokak őszinte hite és tördése mellett azonban többnyire egy kicsit a nép lebecsüléséről van itt szó, arról a permanens politikusi betegségről, mely egyszerűen képtelen annak elfogadására, hogy a nép (a néző) már felnőtt, és képes egyedül eldönteni, hogy mit akar nézni, olvasni, hallani [...]” (Horváth 1995: 51). A realitásokhoz alkalmazkodó, a kulturális közösségből való ki-rekesztéstől tartózkodó kultúrpolitikának és médiaszabályozásnak tudomásul kell vennie, hogy a médiumokat a tömegigényekkel szemben nem sajátíthatja ki az elitkultúra. „[...] Ha az ízléskultúrákat csak önmagukban hasonlítjuk össze, vagyis elvonatkoztatunk azoktól a közönség rétegektől, melyek használják őket, akkor joggal állíthatjuk, hogy a magasabb kultúrák jobbakként, mint az alacsonyabbak, és hogy a magas kultúra jobb, mint az összes többi [...]. Azonban] az ízléskultúra értékelésénél a közönséget is számításba kell venni, vagyis a kulturális tartalom minden elemét az illetékes közönség esztétikai standardjaihoz és háttérbeli jellemzőihez kell viszonyítani, s mivel minden ízléskultúra ezeknek a jellemzőknek és standardoknak a funkciója, ezért ezen az alapon, egyenlő értékűek” (Varga 1968: 105).

Azt is látni kell, hogy – mint erre korábban már igyekeztünk nyomatékosan rámutatni – a populáris szórakoztatásnak, a tabloidnak, a bulvárnak, a kommersznek, a lektúrának, a szappanoperának, a tömegkultúra gyakran viszolygással kezelt termékeinek is megvannak a maguk, a közösségek életében nélkülözhetetlen érték-közvetítő, morális és normaképző funkciói. Az már egy másik kérdés, hogy a közszolgálat követelményrendszere a populáris termékektől is színvonalasságot és szakmai hozzáértést vár el.

6. És ha már kulturális tartalmak szelekciójáról van szó, anélkül, hogy a pártállami kultúrpolitika rossz emlékü három T-jét (tiltás, türés, támogatás) akarnánk felidézni, esetleg az a kérdés is figyelmet érdemel, hogy a közszolgáltatóság érvényesítésének milyen vonatkozásokban milyen beavatkozások lehetnek a megfelelő eszközei: a tiltásokon vagy a támogatásokon legyen a hangsúly, vagy ezeknek valamiféle kombinációján; elég-e önmagában a negatív pólus tiltása, vagy a pozitív pólus támogatása stb.

7. Ellentétben az Európában – és persze Magyarországon is – még mindig dominánsnak mondható közvélekedéssel, nem a finanszírozás módja differenciál közszolgálati és nem közszolgálati műsorszolgáltatás között. A média közszolgáltatása a szolgáltatott tartalom minőségével kapcsolatos kategória, amely nem kapcsolódik sem speciális szervezettípus-hoz, sem speciális finanszírozási módhoz. „A közszolgálati média finanszírozását egyre kevésbé lehet majd kitüntetett médiaszervezetekhez kötni. Az előfizetői és az adófizetői bevételeket magához a közszolgálati funkcióhoz kell majd kapcsolni (hogy abból a műsorszóró intézmények, csatornák, sőt sajtótermékek széles köre részesedhessen)” (Angelusz–Tardos 1995: 14). „A közszolgáltatásnak mint feladatnak, s nem mint intézménynek kell egyre nagyobb hangsúlyt kapnia a jövőben. [...] A közszolgáltatásigot nem intézményi keretek között kell elképzelni, hanem közszolgálati tartalomként.” (A közszolgálat feladat, nem intézmény. Pogonyi Lajos interjúja Rozgonyi Katalinnal a médiapiacról és az állami szabályozásról. *Népszabadság*, 2003. május 20.)

8. Hagyományosan egy-egy országban egy intézményt, egy szervezetet, egy (esetleg két-három) csatornát jelöltek közszolgálati funkcióra, és mindent, amit a közszolgálati műsorszolgáltatástól elvártak, ebben az intézményben, szervezetben, csatorná(k)ban igyekeztek megvalósítani. Mintaként évtizedeken keresztül a BBC szolgált, amely egyet jelentett a minőségi közszolgáltatással. Ma már persze a BBC-nél is sokkal bonyolultabb a helyzet (lásd Beszterczey 1995), mint ahogy az új infokommunikációs technikáknak köszönhetően a média világszerte gyökeresen átalakult. A néhány csatornás nemzeti tömegkommunikációs rendszerekből sokcsatornás, a korábbiakhoz képest szinte elképzelhetetlenül gazdag kínálatot nyújtó, a határokon átlépő, esetenként már az interaktivitásra is lehetőséget adó tartalomszolgáltatás jött létre. „Az új technikákra épülő változások azt jelzik, hogy az egy-centrumú, homogén, monopolisztikus kommunikációs tendenciákat támogató, hagyományos közszolgálati kommunikáció helyett a társadalmak demokratikus fejlődése egyre inkább a participációs, a rugalmas, a kis- és nagyközösségi kommunikációra egyaránt lehetőséget adó, a virtuális közösségek kommunikációját támogató rendszereket igényli. Ennek a közszolgálati-kereskedelmi szembeállítást tulajdonképpen zárójelbe tevő alternatív participációs kommunikációnak a számítógépes kommunikációs hálózatok képezik az egyik közismert fajtáját” (Tölgyesi 1995: 131). Már Magyarország jelentős részén is olyan kommunikációs helyzet alakult ki, hogy a tévénezők és rádióhallgatók csatornák sokaságából választhatnak. „Ez sokkalta inkább közszolgálat, mint az a reménytelen kísérlet, hogy egy vagy két állami csatornába begyömöszöljék valamennyi politikai, társadalmi és lobbicsoport igényelt műsorát. Ma már nyilvánvalóan kirajzolódik az a fejlődési irány, hogy a televíziózásnak szinte minden ága képes önálló csatornát megtölteni. Hírcsatornák, mozicsatornák, gyermekfilmcsatornák sorakoznak már most is egymás mellett. Előbb-utóbb háttérbe szorulnak azok a csatornák, melyek valamennyi műfajt, és ezzel minden réteget és nézőt el akarnak érni. Előbb-utóbb mindennapossá válik az, hogy a néző maga szerkeszti meg saját

tévéműsorát csakúgy, mint ahogy maga dönti el, hogy milyen lapot olvas. [...] A közszolgálat körüli viták úgy válnak egyre abszurdabbá, ahogy a néző, a vita tulajdonképpeni alanya, egyre több lehetőséget talál arra, hogy saját maga állítsa össze saját tévéműsorát azáltal, hogy kalandozik a csatornák, információs és szórakozási lehetőségek között, nevezzék azt komputernek, CD Romnak, vagy internetnek. Az államnak ilyen körülmények között elsősorban azon kellene munkálkodnia, hogy e lehetőségek köre minél szélesebbre bővüljön. Csakis ezzel teremtheti meg az igazi közszolgálat lehetőségét” (Horváth 1995: 50–51).

Rövid kitekintés a közszolgálati ügyére az Európai Unió országaiban

Az Európai Unióban lényegében ugyanazokat a kérdéseket vizsgálják és vitatják a média szabályozásával és a közszolgálattal kapcsolatban mint Magyarországon. (Olyan – a mi mostani dolgozatunkhoz hasonló – próbálkozásról, hogy a jogi szabályozáshoz értékkultivációkat, értékorientációkat, életmódbeli szokásokat, kulturális és morális normákat vizsgáltak volna, nem tudok. Ettől természetesen még létezhetnek nem nyilvános szakértői anyagok, arról pedig nincs összeállítás, hogy a médiajogászok milyen társadalomtudományi és publicisztikai anyagokat szoktak olvasni, ha egyáltalán olvasnak ilyeneket a munkájukhoz.) Az olyan politikai, jogi, gazdasági, intézményi-szervezeti vonatkozásokon túl, mint a közmédia finanszírozása, a közmédia felügyelete, vezetése, ellenőrzése (a testületek, igazgatótanácsok, felügyelő bizottságok összetétele), a társadalmi, civil, állampolgári ellenőrzés és érdekképviselés erősítésének lehetősége a (köz)média ügyeiben, a tömegkommunikációs közszolgálat fogalmának tisztázása, illetve meghatározása, igen nagy figyelmet fordítanak a következő témakörökre:

- az európai kultúra és hagyomány megőrzésének, erősítésének céljából az európai gyártású műsoranyag részarányának megtartása, illetve növelése az Európán kívüli, elsősorban amerikai anyaggal szemben (Kováts 1995);
- a gyermekek, a fiatalok személyiségfejlődését károsan befolyásoló tartalmak, elsősorban az erőszak kezelése mind a közszolgálati, mind a kereskedelmi csatornákon;
- a nyelvi (anyanyelvi, többségi és kisebbségi nyelvi) kultúra védelme;
- az új technikák nyomán várható, illetve több országban már megindult átalakulások a médiavilágban: a bekábelezettség, illetve a közvetlen műholdas vétel általánossá válása, a csatornák számának növekedése, a tematikus – hír-, film-, sport-, életmód-, gyermek-, oktató- stb. -csatornák számának gyors gyarapodása, digitalizáció, konvergencia a számítógép, a hálózat és a televízió között, a fizető csatornák gyors terjedése, a digitalizáció és a konvergencia nyomán az interaktív televíziózás terjedése,
- a közszolgálat jövője az átalakuló médiavilágban.

Több vonatkozásban gyakorlati fejlemények is mutatkoznak, így néhány országban, például Franciaországban, hatékony kezdeményezések történtek, történnek a saját műsor-, illetve filmgyártásra, a saját gyártás támogatására. Az Egyesült Királyságban kísérletek folynak interaktív, fizető televíziózással. Szinte az összes EU országban működik anyanyelvi (esetleg kisebbségi nyelvi) tematikus hírszatórna – sok helyen több is. A gyermekek, fiatalok zavartalan fejlődésének elősegítése – nem utolsósorban a televíziós erőszak köréből való kivonásuk – érdekében több országban is nem kereskedelmi jelleggel tematikus gyermekcsatornák indultak „barátságosabb” edukációs tartalommal (Németország: Der KinderKanal, Olaszország: RaiSat 2; Franciaország: Teletoon, France TV stb.).

Mindezzel együtt az várható, hogy miközben a média közszolgáltatásával kapcsolatos viták nem szűnnek meg, az Európai Unió előbb vagy utóbb az összes tagországra – természetesen az új belépőkre is – kiterjedő egységes médiaszabályozást próbál majd kialakítani (javasolni, elfogadtatni).

IRODALOM

- Angelusz Róbert – Tardos Róbert (1995): Demokratikus kommunikáció és közszolgáltatóság. Az állami médiától a „C-SPAN”-ig. In: Terestyéni (1995).
- Angelusz Róbert – Tardos Róbert (2002): Televíziós nézői típusok a kereskedelmi televíziók térhódítása nyomán. In: Terestyéni (2002 szerk.)
- Angelusz Róbert – Tardos Róbert (2004): Túl az egyötödön – a tudás- vagy az élménytársadalom felé? *Jel-Kép*, 2004/2.
- Babocsay Ádám (2003): Médiautatósi paradigmák: a „tartalom és hatás” és a „használat és gratifikáció” kutatási irányzatok. *Jel-Kép*, 2003/1.
- Beszterczey Gábor (1995): Melyik köz, milyen szolgálat? *Jel-Kép*, 1995/1.
- Blumler, J., G. – E. Katz (1974 eds.): *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives of Gratifications Research*. Beverly Hills, Sage.
- Buda Béla (1999): Identitás és kommunikáció a posztkommunista világban. In: Buda-Sárközy (2001 szerk.)
- Buda Béla (2000): Symbolic Communication and Systems of Symbols in Politics, Organisations and Lifestyles. In: Schleicher (2000 ed.).
- Buda Béla – Sárközy Erika (2001 szerk.): *Közéleti kommunikáció*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Castells, Manuel (1996–1997): *The Information Age: Economy, Society and Culture*. I–II–III. Blackwell Publishers Inc., Cambridge.
- Csányi Vilmos (1999): Az emberi viselkedés a társadalmi konstrukciók lebomlásának idején: etológiai analízis. In: (1999) *Bunkóság. A reprimítíváció változatai a társadalomban*. Budapest, Friedrich Ebert Stiftung.
- Császi Lajos (1999): Katasztrófák médiareprezentációja. *Jel-Kép*, 1999/3.
- Császi Lajos (2001): A média szimbolikus ceremóniái. *Jel-Kép*, 2001/1.
- Császi Lajos (2002): *A média rítusai*. Budapest, Osiris – MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.
- Csepeli György – Závecz Tibor (1996): Mindennapi konzervativizmus Magyarországon. *Jel-Kép*, 1996/1.
- Csepeli György (1998): A közszolgálati és a kereskedelmi média. *Jel-Kép*, 1998/2.
- Dénes Ferenc et al. (1997): Sport és tömegkommunikáció. *Jel-Kép*, 1997/1.
- Gálik Mihály: Marad vagy változik? A konvergencia és az Internet hatása a médiapiac sajátosságaira. *Jel-Kép*, 1999/1.
- Gerbner, George (2000a): Kulturális mutatók: a harmadik hang. In: Gerbner, George (2000): *A média rejtett üzenete*. Budapest, Osiris – MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.
- Gerbner, George (2000b): A közönség hatalmáról, a választék sokszínűségéről és más hasonló illúziókról. In: Gerbner, George (2000): *A média rejtett üzenete*. Budapest, Osiris – MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.
- Hain Ferenc (2002): Családi tévénézési szokások és a tévézés szülői szabályozásának gyakorlata. In: Terestyéni (2002 szerk.)
- Hankiss Elemér (1983): *Társadalmi csapdák. Diagnózisok*. Budapest, Magvető Kiadó.
- Hankiss Elemér (1989): *Kelet-európai alternatívák*. Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó.
- Hankiss Elemér (1999): *Proletár reneszánsz*. Budapest, Helikon Kiadó.
- Hankiss Elemér – Manchin Róbert – Füstös László – Szakolczai Árpád (1984): Modernization of Value Systems: Indicators of Change in Cross-Cultural Comparisons. In: Melischek–Rosengren–Stappers (1984 eds.)

Hegedűs Rita (1998): A vallásosság kérdése Magyarországon nemzetközi és magyar kutatások eredményeinek tükrében. *Szociológiai Szemle*, 1998/1.

Hoppál Mihály – Szecskő Tamás (1984 szerk.): *Életmód modellek és minták*. Budapest, Tömegkommunikációs Kutatóközpont.

Horányi Özséb – Szilczl Dóra: Az egyház(ak)ról. In: Buda-Sárközy (2001 szerk.)

Horváth János: Az igazi közszolgálat. In: Terestyéni (1995 szerk.)

Jakab Zoltán (1995): A közszolgálatosság értelmezése a 20-as évektől napjainkig. In: Terestyéni (1995 szerk.)

Kapitány Ágnes – Kapitány Gábor (2000): *Látható és láthatatlan világok az ezredfordulón*. Budapest, Új Mandátum.

Kováts Ildikó (1995): Közszolgálati műsorszórás és nemzetállam. In: Terestyéni (1995 szerk.)

Kováts Ildikó (2002): Közvélemény a média közszolgálatosságáról. In: Terestyéni (2002 szerk.)

László Miklós (1999): Tizenévesek értékválasztásai és a média. *Jel-Kép*, 1999/3.

Levendel Ádám – Terestyéni Tamás (1984): Some Aspects of the Relationship between Political-Social Changes and Culture: The Case of Hungary. In: Melischek-Rosengren-Stappers (1984 eds.)

Lukács László (1997): Egyház és kommunikáció: szövetségesek vagy ellenfelek. In: Terestyéni (1997 szerk.)

Lustyik Katalin: Globalization and Transformation in Children's Television: the Hungarian Case. In: Schleicher (2000 ed.)

Manchin Róbert (1984): Életmódminták alakulása a hetvenes évek Magyarországon. In: Hoppál-Szecskő (1984 szerk.)

Máté-Tóth András – Andok Mónika (1997): Egyházi médiakritika teológiai kritikája. In: Terestyéni (1997. szerk.)

Melischek, Gabriele – Karl Erik Rosengren – James Stappers (eds.): *Cultural Indicators: an International Symposium*. Wien, Verlag der Österreichischen Akademie der Wissenschaften, 1984.

Messing Vera (1998): Nemzeti és etnikai kisebbségek képe a magyar sajtó híreiben. *Jel-Kép*, 1998/4.

Moore, Nick (1998): Az információs társadalom. In: *Unesco információs világjelentés 1997–1998. Információs Társadalom Könyvek 4*. Magyar UNESCO Bizottság – ORTT – HÉA Stratégiakutató Intézet, Budapest.

Nyíri Kristóf: Információs társadalom és nemzeti kultúra. *Replika*, 1999. 38: 134–194.

Polyák Gábor: A dig italizáció hatásai a médiaszabályozásra. *Jel-Kép*, 2003/2.

Sárközy Erika (1999 szerk.): *Rendszerváltás és kommunikáció*. Budapest, Osiris.

Schleicher, Nóra (2000. ed.): *Communication Culture in Transition*. Budapest, Akadémiai Kiadó.

Surányi Bálint (2000): Erőszak és televízió. Vélemények az erőszak kérdésköréről. In: Terestyéni (2000 szerk.)

Szilády Szilvia (1993): Erőszak és brutalitás a magyar televíziós műsorkínálatban. *Jel-Kép*, 1999/3.

Szimbólumaink. Mindennapi életünk szimbólumai: Magyarország, 1993. *Replika*, 1993. november, 11–12. szám.

Tardos Róbert (2003): Az Internet terjedése és használata Magyarországon 1997–2001. *Jel-Kép*, 2003/1.

Terestyéni Tamás (1995. szerk.): *Közszolgálatosság a médiában*. Budapest, Osiris – MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.

Terestyéni Tamás (1997): A közszolgálatosság követelményeinek értelmezése különös tekintettel a médiatörvény előírásaira. *Jel-Kép*, 1997/2.

Terestyéni Tamás (1997. szerk.): *Médiakritika*. Budapest, Osiris – MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.

Terestyéni Tamás (1998a): Néhány gondolat a közszolgálatosság érvénycsülésének vizsgálatáról. *Jel-Kép*, 1998/2.

Terestyéni Tamás (1998b): Nyugat felé félúton. *Szociológiai Szemle*, 1998/1.

Terestyéni Tamás (1999): A nyilvánosság erőtlensége. In: Sárközy (1999 szerk.)

Terestyéni, Tamás (2000): Co-operative and Confrontative Strategies in Public Communication. In: Schleicher (2000 ed.)

Terestyéni Tamás (2001a): Együttműködés és konfrontáció a közéleti kommunikációban. In: Buda Béla – Sárközy Erika (szerk.): *Közéleti kommunikáció*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 2001.

Terestyéni Tamás (2001b): Igazság és hatékonyság a közéleti kommunikációban. In: *Közélet és kommunikáció. Közigazgatási Tanulmányok 6.* Budapest, Budapesti Közgazdasági és Államigazgatási Egyetem.

Terestyéni Tamás (2002) A magyarországi nyelvi-kommunikációs kultúra állapota és az információs társadalom. In: Elek Andrea – Juhász Jácinta – Kiss Endre – Varga Csaba (szerk.): *A tudás társadalma. Információs társadalom könyvek 5.* Budapest, Stratégiakutató Intézet, Ipargazdasági és Tanácsadó Kft., Nemzeti Ifjúságkutató Intézet, 2002.

Terestyéni Tamás (2002 szerk.): *Magyarországi médiumok a közvélemény tükrében.* Budapest, ORTT.

Tölgyesi János (1995): Alternatív participációs kommunikáció mint a közszolgálati-kereskedelmi dichotómia megkerülése. In: Terestyéni (1995 szerk.)

Tölgyesi János (1998): Kommunikációs konvergencia avagy a műsorszórás, a távközlés és a számítógépes hálózatok közös útjai. *Jel-Kép*, 1998/3.

Tölgyesi János (2002): A számítógép és az Internet használata 2001-ben. Adalékok a digitális írnivalvasni tudás témájához. In: Terestyéni (2002 szerk.)

Tölgyesi Péter

Tomka Miklós (1993): Vallás, szociológia, politika. *Replika*, 1993 nov. 11–12. szám 181–196.

Tomka Miklós (1996): Vallás és modernitás. *Replika*, 1996 május 21–29. szám 161–274.

Urbán Ágnes (1999): Az interaktív televíziózás. *Jel-Kép*, 1999/4: 33–42.

Urbán Ágnes (2000): Les, avagy kik nézik Magyarországon a labdarúgás-közvetítéseket? *Jel-Kép*, 2000/3.

Varga Barbara: Manuel Castells és a McLuhan-galaxis halála. *Jel-Kép*, 1999/2: 59–74.

Varga Károly (1968): *Az ízlés és a műsorpolitika szociológiájáról.* A Magyar Rádió Szakkönyvtára, 14. szám. Budapest.

Varga Károly (2001): Az értékek és az értékváltozás aktuális problémái. *Jel-Kép*, 2001/4.

Vásárhelyi Mária (1994): Rendszerimázsok változása a rendszerváltás folyamatában. *Jel-Kép*, 1994/2.

Vásárhelyi Mária (2002): Médiahasználat, tájékozódási szokások, médiumok presztízse. In: Terestyéni (2002 szerk.)

Vitányi Iván (1997): A magyar társadalom kulturális állapota. Az 1996-os országos vizsgálat zárójelentése. MTA Szociológiai Intézete. Budapest, Maccenes.

Zelenay Anna (2000): A „trend” nemzedéke és a televízió. *Jel-Kép*, 2000/3. 37–45.

CONTENTS

Csákvári, József Jun. — Gabriella Deák: THE USE OF TELEVISION AMONG 17 AND 18 YEARS OLD HUNGARIAN HIGH SCHOOL STUDENTS	3
Zelenay Anna: I SEING WHAT THEY ARE WATCHING. CONTEXTUAL ANALYSIS OF VIEWING TELEVISION	31
Zombory Máté: THE GUILTY NATION AND EUROPE. THE REPRESENTATION OF CRIME IN THE FESTIVE PUBLIC DISCOURSE	47
Terestyéni Tamás: CULTIVATION OF CULTURAL AND MORAL VALUES IN THE SOCIAL CONTEXT OF THE HUNGARIAN MEDIA	59

300 Ft