

1996. 2. szám

# JEL- KÉP

KOMMUNIKÁCIÓ, KÖZVÉLEMÉNY, MÉDIA

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

*Szerkesztőbizottság*

ANGELUSZ RÓBERT  
GYÖRGY PÉTER  
HORÁNYI ÖZSÉB  
KOVÁTS ILDIKÓ  
TAMÁS PÁL  
TERESTYÉNI TAMÁS (*főszerkesztő*)  
WESSELY ANNA

*Tanácsadó testület*

ALMÁSI MIKLÓS  
CSEH-SZOMBATHY LÁSZLÓ  
CSEPELI GYÖRGY  
GEORGE GERBNER  
HANN ENDRE  
SVENNIK HØYER  
HUNYADY GYÖRGY  
LEVENDEL ÁDÁM  
PETŐFI S. JÁNOS  
PLÉH CSABA  
ROBERT STEVENSON  
SZECSKŐ TAMÁS

A szerkesztőség címe:

JEL-KÉP

MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport

1064 Budapest, Izabella u. 46.

Tel.: 3423-130/27, 28

Tördelés Osiris Kft.

Nyomdai kivitelezés Eto-Print Kft.

HU ISSN 0209–584X

# TARTALOM

---

LÁZÁR GUY (1944–1996)

## KÖZGONDOLKODÁS

---

Lázár Guy: VÉLEMÉNYEK A MAGYAR NEMZETI KARAKTERRŐL 7

Lázár Guy–Marián Béla: A POLITIKAI DIMENZIÓK  
A KÖZGONDOLKODÁSBAN 15

## MÉDIA

---

Gálik Mihály: A MINŐSÉGI ÚJSÁG 25

Zsolt Péter: TÖMEGKOMMUNIKÁCIÓ: RENDSZER VAGY MEZŐ? 33

## KOMMUNIKÁCIÓS KULTÚRA

---

Terestyéni Tamás: FUNKCIONÁLIS ILLITERÁCIÓ 45

## MŰHELY

---

S. Nagy Katalin: INTERJÚKÉSZÍTÉS VIDEOKAMERÁVAL 57

## KITEKINTÉS

---

Bene Sándor: KÖZVÉLEMÉNY-TÖRTÉNET ÉS TOPOSZKUTATÁS 67

## ORIENTÁCIÓ

---

Petőfi S. János: EGY MULTIMEDIÁLIS SZÖVEGEK ELEMZÉSÉRE  
ALKALMAS JELMODELL NÉHÁNY ASPEKTUSA 87

## TALLÓZÓ

---

KOMMUNIKÁCIÓKUTATÓK DIALÓGUSA AZ INTERNETRŐL  
(Tölgyesi János) 97



# Hungary

## Műszeres televíziós közönségmérés Magyarországon

1994 márciusától Magyarországon az AGB Hungary kiépítette a televíziós piaci verseny igényeihez alkalmazkodó műszeres közönségmérést. 600 háztartásban bevezette a nézőmérő rendszert, mely a családoknál elhelyezett elektronikus adattároló egységekből minden éjjel telefonvonalon lehívja a nézettségi adatokat. Ez a módszer teszi egyedül lehetővé a napi adatszolgáltatást a televíziós adók és adások nézettségéről. A reprezentatív mintavétellel kiválasztott 600 háztartást magában foglaló *panel* 1600, 4 éves és idősebb, televízióval rendelkező háztartásban élő személy nézettségi adatainak feldolgozását teszi lehetővé.

A médiatörvény az 1996. év eleji elfogadása után különösen fontossá vált a televíziós műsorszolgáltatók, a műsorkészítők és hirdetőik, valamint a jövőbeni kereskedelmi televíziók számára, hogy pontos képet kapjanak a közönség televíziós szokásairól. A piaci verseny kialakulásával egyre fontosabbá válik, hogy megfelelő visszajelzést kapjanak az egyes csatornák műszerszerkezeti profiljáról és célközönségéről.

Ez kihívást jelent a reklámozók és reklámügynökségek számára is, mert a kampánytervezés és a tervek hatékonyságának utólagos elemzése nagyobb jelentőséget nyert. Ezen tervek elkészítéséhez és elemzéséhez ad nézettségi adatokat és ezek feldolgozásához szükséges elemzői és tervezői szoftvereket az AGB Hungary.

## Jelentések, szolgáltatások

A nézettségi adatok az igényeknek megfelelő csoportosításban (csatorna, műsor, időszáv, célcsoport), képernyőn, adatfile-ban vagy nyomtatón jeleníthetők meg. A feldolgozó szoftver alkalmas arra, hogy a tévézési adatokról a felhasználók számára legalkalmasabb formában állítson elő nézettségi mutatókat. A rendszer felkészült a különféle megrendelői igények kielégítésére: az adatokból képezhető statisztikailag lehetséges és a médiaelemzéshez, médiatervezéshez használt mutatók (Reach, Rating, Share, Affinity, GRP, OTS, Coverage...) képzésétől kezdve az adatok grafikus megjelenítéséig.

Kívánságra már *másnap reggel* adatot tudunk szolgáltatni bármely csatorna tetszőleges időszakának nézettségéről (a nézőknek az adott csatornán az adott időszávban az egész népességre vetített abszolút számát, a százalékos arányát, az elért közönség nagyságát, az átlagosan nézett időtartamot, a vizsgált csatornák százalékos részesedését az adott időszakban, illetve az egész nap folyamán).

Vállaljuk televíziós reklámkampányok hatékonyságának utólagos elemzését, megadott csatorna pozíciójának kiértékelését más csatornákhöz viszonyítva, egy megadott program konkurens műsorokhoz viszonyított helyzetének értékelését meghatározott időszakra, célcsoportra, programra és csatornára, illetve ezek tetszőleges kombinációjára.

## Médiaelemzési és tervezési szoftverek

A 90-es évek médiaelemzési tevékenysége nemcsak a közönség egészének, hanem meghatározott társadalmi-gazdasági csoportok tévé-nézési szokásainak vizsgálatára irányul. A közönség tévé-nézési szokásai a megnövekedett csatornaválaszték következtében átalakult. Megfigyelhető, hogy azokban a háztartásokban, ahol több csatorna vételére van lehetőség, élnek a választás lehetőségével. Ma már a televízióval rendelkező háztartásokban lakó személyek 60%-a választhat földi sugárzású, műholdas vagy kábelben érkező műsorok között. A felhasználók igényeinek kielégítése érdekében az AGB médiaelemzési és médiatervezési munkaállomást (Telereport, Teleplan – és 1996 tavaszától Telespot – szoftvercsomag) vezetett be a piacra.

### Telereport

Műsorok és csatornák nézettségi mutatóit számítja. Előállíthatók vele a nemzetközi közönségmérés által megkívánt standard mutatók. Egyéb kiegészítő információkat is szolgáltat, idősavos vagy programorientált (műsor- vagy reklámblokk-) feldolgozást tesz lehetővé. Az eredményeket táblázatos és grafikus formában jeleníthetjük meg. Segítségével televíziós kampánytervezés számára végezhetünk elemzést, lehetőségünk van egy megadott csatorna pozíciójának kiértékelésére más csatornákhöz viszonyítva, vagy egy megadott program konkurens műsorokhoz viszonyított helyzetének értékelésére. Mindez meghatározott időszakra,

napra, célcsoportra, programra és csatornára, illetve ezek tetszőleges kombinációjára állítható elő.

### Teleplan

Kampánytervezést, kampányterv-értékelést, vásárlásoptimalizálást végezhetünk a televízióadók reklámtarifá-adatait felhasználva. A szoftver kampánytervek komplex előzetes és korlátozott mértékű utólagos értékelését teszi lehetővé. Előzetes becslés az adatbázisra alapozott előrejelzések segítségével történik. A kampányterv értékelése és ezen belül a vásárlás optimalizálása média, illetve költséginformációk szerint történik.

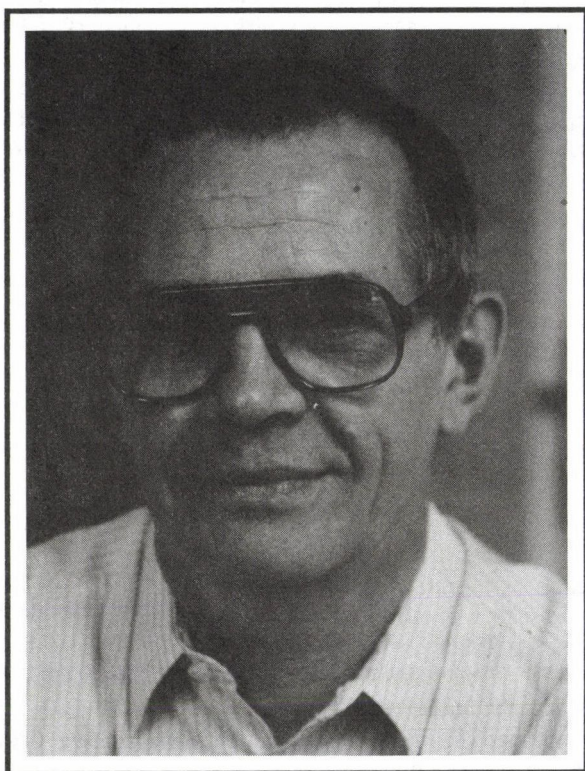
### Telespot

Televíziós reklámkampányok utólagos elemzését teszi lehetővé olyan mutatók segítségével, mint GRP, OTS, Coverage, valamint Reach & Frequency.

Ügyvezető igazgató: Vörös Csilla  
Kutatási igazgató: Zelenay Anna

AGB Hungary Kft., 1146 Budapest, Hermina út 57–59.  
Tel./Fax: 251-7360, 251-7365, 351-8316

Minden jog fenntartva. (Tilos a kiadvány egészét vagy részeit reprodukálni, bármely formában vagy eszközzel – elektronikus, fényképes úton, vagy más módon – az AGB Hungary engedélye nélkül, közölni.)



# LÁZÁR GUY

---

(1944–1996)

Lázár Guy 1944-ben született Párizsban. 1951 óta élt Magyarországon. Egyetemi tanulmányait az ELTE Bölcsészettudományi Karán fejezte be 1969-ben. 1970-től 1989-ig a Tömegkommunikációs Kutatóközpontban, illetve jogutódjában, a Magyar Közvéleménykutató Intézetben dolgozott tudományos munkatársként. 1989-ben egyik alapítója volt a Medián Közvélemény- és Piackutató Kft.-nek, 1994 nyarán pedig a Marketing Centrumban létrehozta a Közvélemény- és Médiautató üzletágot. 1995 tavaszától 1996 márciusában bekövetkezett haláláig az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport tudományos főmunkatársa volt.

Kutatásaiban a közvélemény és a közgondolkodás szerkezetével és változásával, a nyilvánosság kérdéseivel, a médiapolitika átalakulásával és nem utolsósorban a helyi kommunikáció problémáival foglalkozott. Ezekben a tárgykörökben számos publikációja látott napvilágot.

Tudományos tevékenysége mellett aktív szerepet vállalt a civil szféra felszabadítását és erősítését célzó kezdeményezésekben. Alapító tagja volt a Nyilvánosság Klubnak; részt vett a Phralipe Független Cigányszervezet megalapításában és vezetésében; egyik kezdeményezője, majd szerkesztője volt a Régió című kisebbségtudományi folyóiratnak; 1992-ben megalapította a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezetét, melynek elnökévé választották; és még hosszasan lehetne sorolni.

A nemzeti-etnikai kérdések pályafutása kezdetétől Lázár Guy tudományos és közéleti érdeklődésének a középpontjában álltak. Ez irányú kutatásainak összegzése *A felnőtt lakosság nemzeti identitása a kisebbségekhez való viszony tükrében* című kandidátusi értekezése, melyet 1995-ben védett meg. Az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport és a Jel-Kép szerkesztősége a disszertáció egyik, eddig még nem publikált fejezetének (*Vélemények a magyar nemzeti karakterről*) a közzétételével búcsúzik a tudós kollégától, a közéleti harcostárstól és a melegszívű barátától.



Lázár Guy

## VÉLEMÉNYEK A MAGYAR NEMZETI KARAKTERRŐL

A nemzetképekről végzett vizsgálatok eredményei sokszor azt a benyomást keltik, hogy a különböző etnikumokhoz kapcsolódó sztereotípiák és előítéletek olyan artefaktumok, amelyeket a kutatók hoznak létre azzal, hogy olyan attribúciókat kérjenek számon az embereken, amelyeket nem ők találtak ki, és amelyeket nem alkalmaznának maguktól. Ezt a benyomást két dolog is megerősíti: egyrészt az, hogy a nyitott kérdésekkel kiváltott attribúciók egyes népek esetében nagyon szegényesek; másrészt pedig az, hogy az – akár nyitott, akár zárt kérdésekkel – előhívott attribútumok egy része sokkal jobban kötődik az aktualitásokhoz, mintsem hogy sztereotípiának lehessen tekinteni. Ám az eredmények részletesebb elemzéséből az is kiderül, hogy a „mesterségesen létrehozott” attribútumok nagy része távolról sem esetleges, hanem olyan, művileg létre nem hozható attribúciós minták alkalmazásának eredménye, amelyek meghatározott társadalmi csoportokhoz kötődnek (Lendvai 1983).

Ezeket a megállapításokat azok a vizsgálatok is alátámasztják, amelyeket a magyarok megítéléséről a magyar lakosság körében 1987 és 1992-ben végeztünk. Először azt a nyitott kérdést tettük fel az embereknek, hogy véleményük szerint milyenek a magyarok, azután pedig arra kértük őket, hogy harminc előre megadott tulajdonság közül válasszák ki azokat, amelyek szerintük a magyarokat jellemzik. A tulajdonságok listáját próbafelmérés eredményei alapján állítottuk össze, mégpedig úgy, hogy egyenlő arányban szerepeljenek köztük kedvező és kedvezőtlen vonások. 1992-ben csak zárt kérdést alkalmaztunk.

Azokat az eredményeket, amelyeket a magyarok megítéléséről kaptunk, két pontban foglalhatjuk össze. Az egyik az, hogy a nyitott kérdésre meglehetősen szegényes válaszokat adtak az emberek (1. tábla): elsősorban azokkal a tulajdonságokkal ruházták fel a magyarokat, amelyekkel a külföldi vizsgálatok tanúsága szerint minden nép felruházza magát. Ezek közül azok a kedvező tulajdonságok szerepeltek az első helyeken, amelyek a magyarok munka-, élet- és vendégszeretetére utalnak, azután pedig azok a kedvezőtlen tulajdonságok, amelyek az individualizmusukat jelzik. Ezek az eredmények azt mutatják, hogy azoknak a sztereotípiáknak a nagy része, amelyeket a magyar nemzetkarakterológia alakított ki a magyarokról, gyakorlatilag nem él a közvéleményben.<sup>1</sup>

## 1. táblázat

*A magyarok jellemzése 1987-ben. A nyitott kérdésre adott válaszok megoszlása. A tulajdonságokat említők százalékos aránya<sup>2</sup>*

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Szorgalmasak, dolgozók                                            | 41 |
| Vidámak, jó kedélyűek, szeretnek jól élni, szórakozni, jókat enni | 13 |
| Vendégszeretők                                                    | 11 |
| Anyagiasak, kapzsiak, pénzéhesek, harácsolók                      | 9  |
| Barátságosak, emberszeretők, kedvesek                             | 9  |
| Önzők, irigyek, saját érdeküket nézik, az egyik megenné a másikat | 9  |
| Becsületesek                                                      | 7  |
| Segítőkészek                                                      | 6  |
| Hazaszeretők, nemzettisztelők                                     | 5  |
| Közömbösek, fásultak, nincsenek tekintettel egymásra              | 5  |
| Lusták, dologkerülők                                              | 5  |
| Széthúzóak                                                        | 5  |
| Izgatottak, idegesek, türelmetlenek                               | 4  |
| Okosak, értelmesek                                                | 4  |
| Összetartók                                                       | 4  |
| Büszkék                                                           | 3  |
| Erőszakosak, kötekedők, agresszívak                               | 3  |
| Barátságtalanok, durvák, gorombák                                 | 2  |
| Békések                                                           | 2  |
| Buták                                                             | 2  |
| Kétszínűek                                                        | 2  |
| Műveletlenek, elmaradottak, kulturálatlanok, unintelligensek      | 2  |
| Önteltek                                                          | 2  |
| Rokonszenvesek                                                    | 2  |
| Tiszták                                                           | 2  |
| Bátrak                                                            | 1  |
| Beosztók, takarékosak                                             | 1  |
| Ellenszenvesek, unszimpatikusak, nem szeretem őket                | 1  |
| Felületesek                                                       | 1  |
| Gazdagok                                                          | 1  |
| Megbízhatatlanok                                                  | 1  |
| Megbízhatók                                                       | 1  |
| Műveltek                                                          | 1  |

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| Piszkosak, rendetlenek, trehányak, hanyagok | 1  |
| Szegények                                   | 1  |
| Egyéb kedvező tulajdonságot említ           | 29 |
| Egyéb kedvezőtlen tulajdonságot említ       | 19 |
| Nem tudja                                   | 9  |

Az emberek a zárt kérdésekre válaszolva is sokkal nagyobb arányban ruházták fel kedvező, mint kedvezőtlen tulajdonságokkal a magyarokat (2. táblázat). Ezekben az esetekben a kedvező tulajdonságok közül azokat említették a leggyakrabban, amelyek a szociabilitásra, az érintkezési normák betartására utaltak (vendégszeretők, barátságosak, segítőkészek stb.), utánuk meg azokat, amelyek az életvitelre vonatkozó normák követését mutatják (szorgalmasak, tiszták stb.). A kedvezőtlen tulajdonságok közül azokat emelték ki a leginkább, amelyek az individualizmusra, a szó mélyebb értelmében vett erkölcsi normák megszegésére utaltak (önzők, önteltek stb.). A magyarokról tehát mindkét esetben az a kép kerekedett ki, hogy nagyon szociálisak, elég civilizáltak-kulturáltak és egy kicsit individualisták. Ugyanakkor azok a változások, amelyek a két vizsgálat közötti időben következtek be a magyarokról alkotott képben, azt is megmutatják, hogy ezek a jellemzések mennyire függenek az aktualitásoktól: 1992-ben az emberek sokkal szegényebbeknek és széthúzóbbaknak találták a magyarokat, mint 1987-ben. A magyarok önmagukról alkotott képe más tekintetben is romlott: a kedvező tulajdonságok említési aránya összesen 90 százalékkal csökkent, a kedvezőtleneké pedig 29 százalékkal emelkedett.<sup>3</sup>

2. táblázat

*A magyarok jellemzése 1987-ben és 1992-ben. A zárt kérdésre adott válaszok megoszlása.  
A tulajdonságokat kiválasztók százalékos aránya*

|                | 1987 N = 874 | 1992 N = 874 | Különbség |
|----------------|--------------|--------------|-----------|
| Vendégszeretők | 88           | 81           | -7        |
| Barátságosak   | 79           | 74           | -5        |
| Szorgalmasak   | 79           | 73           | -6        |
| Tiszták        | 63           | 65           | +2        |
| Segítőkészek   | 70           | 63           | -7        |
| Anyagiasak     | 70           | 60           | -10       |
| Békések        | 65           | 60           | -5        |
| Vidámak        | 74           | 59           | -15       |
| Rokonszenvesek | 65           | 58           | -7        |
| Büszkék        | 53           | 57           | +4        |
| Megbízhatók    | 60           | 57           | -3        |
| Műveltek       | 56           | 55           | -1        |
| Szegények      | 27           | 53           | +26       |
| Okosak         | 47           | 47           | 0         |
| Bátrak         | 53           | 45           | -8        |
| Széthúzó       | 23           | 39           | +16       |
| Alaposak       | 30           | 30           | 0         |
| Önzők          | 26           | 25           | -1        |

|                  | 1987 N = 874 | 1992 N = 874 | Különbség |
|------------------|--------------|--------------|-----------|
| Önteltek         | 16           | 21           | +5        |
| Összetartók      | 47           | 25           | -22       |
| Felületesek      | 23           | 22           | -1        |
| Kétszínűek       | 20           | 20           | 0         |
| Erőszakosak      | 20           | 15           | -5        |
| Gazdagok         | 18           | 12           | -6        |
| Lusták           | 11           | 11           | 0         |
| Buták            | 6            | 10           | + 4       |
| Megbízhatatlanok | 9            | 10           | +1        |
| Műveletlenek     | 9            | 9            | 0         |
| Barátságtalanok  | 6            | 8            | +2        |
| Élősködők        | 10           | 8            | -2        |
| Ellenszenvesek   | 7            | 6            | -1        |
| Piszkosak        | 6            | 5            | -1        |

A tulajdonságok összekapcsolódásának vizsgálatára faktorelemzést használtunk. Az, hogy a faktorelemzés milyen attribúciós mintákat tár fel, természetesen attól is függ, hogy milyen tulajdonságokat adtunk meg. Mindenesetre a kérdezettek válaszai alapján a magyarok jellemzésére általunk megadott tulajdonságok négy dimenzióban szerveződtek, és négy–nyolc attribúciós mintát alkottak. Ezek a következők voltak:

1. A viselkedési normák követésére utaló tulajdonságok, amelyek az emberek szemében szociábilisakká, azaz barátságosakká, kedvesekké teszik a népeket (1. minta).

2. Az erkölcsi normák megszegésére utaló tulajdonságok, amelyek az emberek szemében individualistákká teszik a népeket (2. minta).

3. Az életformára utaló tulajdonságok, amelyek két további alcsoportot alkothatnak. Ezek

– az életvitellel, életmóddal kapcsolatos normák betartására utaló tulajdonságok, amelyek az emberek szemében kulturáltakká vagy kulturálatlanokká teszik a népeket (3. és 4. minta), és

– az életszínvonalra, az érdekérvényesítési képességekre, az anyagi és a szellemi tőkére utaló tulajdonságok, amelyek az emberek szemében „tehetősékké”, tehetségesekké, vagyis erősekké, versenyképesekké vagy gyengékké, versenyképtelenekké teszik a népeket (5. és 6. minta).

4. A szolidaritással, a nemzeti összefogással kapcsolatos normák követésére utaló tulajdonságok, amelyek az emberek szemében összetartókká vagy széthúzókká teszik a népeket (7. és 8. minta).<sup>4</sup>

A faktorelemzéseket két lépésben végeztük. Az első lépésben minden olyan tulajdonságot bevontunk az elemzésbe, amelyet a válaszadóknak legalább a tíz százaléka megemlített; a második lépésben viszont – az áttekinthetőség érdekében – csak azokat a tulajdonságokat vettük figyelembe, amelyek legalább 0.5-es faktorsúllyal kapcsolódtak egy-egy faktorhoz. Ennek eredményeképpen a tulajdonságok mind 1987-ben, mind 1992-ben négy attribúciós mintába rendeződtek, mégpedig úgy, hogy a kulturáltságra és a versenyképességre utalók egy faktorba kerültek (3. táblázat). Ugyanakkor a két „mintakollekció” között jelentős különbségeket is megfigyelhettünk. Az egyik az volt, hogy 1987-ben a gyenge

3. táblázat

A magyarok jellemzésére használt attribúciós minták 1987-ben és 1992-ben. A főkomponens-elemzés eredményei (faktorsúlyok)

| 1987                                         |      | 1992                                        |       |
|----------------------------------------------|------|---------------------------------------------|-------|
| 1. faktor: Individualisták<br>(21 százalék)  |      | 1. faktor: Individualisták<br>(22 százalék) |       |
| Önzők                                        | .702 | Lusták                                      | .692  |
| Önteltek                                     | .681 | Erőszakosak                                 | .671  |
| Kétszínűek                                   | .678 | Kétszínűek                                  | .662  |
| Lusták                                       | .624 | Önteltek                                    | .639  |
| Erőszakosak                                  | .613 | Buták                                       | .595  |
| Felületesek                                  | .580 | Felületesek                                 | .584  |
| 2. faktor: Kulturáltak<br>(19 százalék)      |      | Önzők                                       | .584  |
| Alaposak                                     | .639 | Gazdagok                                    | .534  |
| Műveltek                                     | .631 | 2. faktor: Barátságosak<br>(15 százalék)    |       |
| Megbízhatók                                  | .598 | Barátságosak                                | .696  |
| Okosak                                       | .579 | Segítőkések                                 | .660  |
| Tiszták                                      | .571 | Békések                                     | .638  |
| Gazdagok                                     | .548 | Vendégszeretők                              | .612  |
| Bátrak                                       | .545 | Vidámak                                     | .559  |
| 3. faktor: Barátságosak<br>(6 százalék)      |      | Rokonszenvesek                              | .541  |
| Vendégszeretők                               | .732 | 3. faktor: Kulturáltak<br>(6 százalék)      |       |
| Vidámak                                      | .654 | Alaposak                                    | .631  |
| Barátságosak                                 | .642 | Okosak                                      | .571  |
| Rokonszenvesek                               | .604 | Műveltek                                    | .529  |
| Segítőkések                                  | .479 | Szorgalmasak                                | .528  |
| Büszkék                                      | .378 | Tiszták                                     | .513  |
| 4. faktor: Versenyképtelenek<br>(5 százalék) |      | 4. faktor: Széthúzó<br>(5 százalék)         |       |
| Szegények                                    | .793 | Széthúzó                                    | .686  |
|                                              |      | Összetartók                                 | -.625 |

érdekérvényesítési képesség jelent meg a negyedik faktorban, 1992-ben pedig a szolidaritás hiánya. A másik különbség pedig abban állt, hogy amíg az első alkalommal a „gazdagság” az erős érdekérvényesítési képesség részét alkotta, a második alkalommal az individualizmust jelezte.

Az, hogy az egyes társadalmi tényezők hatásának vizsgálatát szolgáló regresszió-elemzés milyen tényezők hatását mutatja ki, illetve mekkora hatását mutatja ki ezeknek, szintén függ attól, hogy az egyes tényezők milyen más tényezőkkel együtt kerülnek be az elemzésbe. Ebből a szempontból mind a demográfiai-szociológiai jellemzőket mutató

„kemény”, „független”, mind a politikai-ideológiai beállítottságokat mutató „lágy”, „közbülső” változók tekintetében más-más helyzetben voltunk 1987-ben és 1992-ben. Az első felvételnél a nemzeti kérdések iránti érdeklődést és a kisebbségi kérdésekben való érintettséget is megvizsgáltuk, de nem kérdeztünk rá a jövedelemre és a politikai érdeklődésre; a második felvételnél pedig a pártpreferenciák váltották fel a párttagságot. Ugyanakkor azt is figyelembe kell vennünk, hogy a két „mintakollekció” sem az egyes minták mibenlétét, sem az azonos minták összetételét illetően nem egyezett meg teljesen egymással. Mindamellet az azonos attribúciós mintákra végzett elemzések eredményei nagyon hasonlóan egymáshoz, illetve kiegészítik egymást. Ezeket az eredményeket abban foglalhatjuk össze, hogy az attribúciós mintákat – függetlenül attól, hogy kedvező vagy kedvezőtlen tulajdonságokból álltak-e – rendszerint a társadalmi munkamegosztás alacsonyabb szintjein álló, kedvezőtlenebb helyzetű, kevésbé mozgékony és a nemzeti tematikához jobban kötődő csoportok használták fel nagyobb mértékben a magyarok jellemzésére (4. táblázat).

4. táblázat

*A különböző magyarságképekkel való azonosulás a válaszadók csoportjellemezői szerint 1987-ben és 1992-ben. A lépésenkénti regresszioelemzések eredményei (béta-értékek)*

| 1987                                             | 1992                   |
|--------------------------------------------------|------------------------|
| Individualisták                                  | Individualisták        |
| Szükségesnek tartja<br>a hazaszeretet erősítését | Alacsony végzettségű   |
| .138                                             | -.090                  |
| Elköltözne más<br>településre                    | Barátságosak           |
| .114                                             | Nő                     |
| Kulturáltak                                      | -.080                  |
| Fizikai dolgozó                                  | Kulturáltak            |
| .272                                             | Alacsony végzettségű   |
| Nem költözne más<br>településre                  | -.196                  |
| -.147                                            | Ellenzéki              |
| Szükségesnek tartja<br>a hazaszeretet erősítését | -.109                  |
| .135                                             | Széthúzó               |
| Nem járt                                         | Nem érdekli a politika |
| a szomszédos országokban                         | -.145                  |
| -.108                                            | Alacsony jövedelmű     |
| Barátságosak                                     | -.123                  |
| Szellemi dolgozó                                 | Nő                     |
| -.143                                            | .088                   |
| Nem járt Nyugaton                                |                        |
| -.119                                            |                        |
| Versenyképtelenek                                |                        |
| -                                                |                        |

A kulturált magyarokról alkotott képpel azok a fiatal vezetők és az értelmiségiek azonosultak a legkevésbé, akik nem erősítenék a hazaszeretetet, akik nem ragaszkodnak a jelenlegi lakhelyükhöz, és akik jártak a szomszédos országokban. A különböző pártállású emberek közül a kereszténydemokrata szavazók voltak a legkritikusabbak.

A barátságos magyarokra vonatkozó véleményt azok a férfi vezetők és értelmiségiek osztották a legkevésbé, akik nem jártak Nyugaton.

Az individualista magyarok sztereotípiáját azok fogadták el a legkevésbé, akiket szintén individualistáknak lehetne minősíteni, mert *nem* tartják szükségesnek a hazaszeretet erősítését, és nem ragaszkodnak jelenlegi lakóhelyükhöz. A különböző végzettségű csoportok képviselői közül a legmagasabb és a legalacsonyabb végzettségűek tartoznak a leginkább ebbe a csoportba.

Végül a széthúzó magyarokkal kapcsolatos nézetet azok a magas jövedelmű férfiak utasították el a leginkább, akik nagyon érdeklődnek a politika iránt. A nemzeti összefogásról alkotott vélemények és a politikai érdeklődés közötti összefüggést külön is bemutatjuk. Mint az 5. táblázaton jól látható, minél erősebb a politika iránti érdeklődés, annál gyengébb a széthúzásellenes attitűddel való azonosulás.

5. táblázat

A „széthúzás-ellenes” attitűddel való azonosulás mértéke  
a válaszadók politikai érdeklődése szerint 1992-ben (faktorátlagok)

|                           |       |
|---------------------------|-------|
| Nagyon érdekli a politika | -.313 |
| Közepesen érdekli         | -.023 |
| Egy kicsit érdekli        | .091  |
| Egyáltalán nem érdekli    | .102  |

## JEGYZETEK

<sup>1</sup> A karakterológia egyik változatát Hanák Péter (1988:82) idézi Fényes Elektől: „A magyar kevés és magára tartó, mely kevélység bizonyos komolysággal van összekötve; becsületszerető, nagylelkű, egyes és jószívű, hévvel szeret és gyűlöl, hirtelen haragú, de hamar megbékülő, barátságos és vendégszerető, minden nagyra és szépre könnyen gerjed, de tüze, ha folytonosan nem élesztik, lankad; katonai vitézségét, bátorságát, lelkierejét még ellenségei is egyaránt elismerik.”

<sup>2</sup> Mivel egy kérdéshez több tulajdonságot említhetett, a százalékok összege meghaladja a százat.

<sup>3</sup> A büszkét és a gazdagot kedvező tulajdonságnak vettük, a szegényt pedig kedvezőtlennek.

<sup>4</sup> Azt, hogy a népek jellemzésére használt tulajdonságok miért éppen ezekbe a csoportokba szerveződnek, nagymértékben megmagyarázza az a leírás, amelyet Hanák Péter (1988:108–110) ad arról, hogy „más társadalmi csoportok, etnikai kisebbségek image-ának kialakulásában és sztereotípiává rögzítésében” milyen tényezők játszanak szerepet. „Elsődleges formáló tényező a saját csoportunk elhatárolódása minden más csoporttól [...]. Minthogy az egymással rendszeresen érintkező csoportok kapcsolatának tipikus esete a konfliktus, a saját pozitív identitásunk kiformalódása a más csoport negatív képét vonzza maga után. ... Tulajdonságok, amelyeket szeretnénk, de nem tudunk sikeresen utánozni. A belőlünk hiányzó, ám a konkurens közösségekben viruló tulajdonságok többnyire negatív értékhangsúlyt kapnak.” Ehhez hasonló folyamat „a bennünk meglévő, de nem kedvelt, szégyellt vonásoknak a más csoportok, főként az ellenséges csoportok nyakába varrása”. Az attribúciós minták és a freudi énkategóriák (ösztön-én és felettes én) közötti párhuzamról lásd Csepeli 1984:212–217.

IRODALOM

---

Csepeli György: *Bevezetés a szociálpszichológiába*. Budapest, Tankönyvkiadó, 1984.

Hanák Péter: A másokról alkotott kép. In: *A Kert és a Műhely*. Budapest, Gondolat Kiadó, 1988.

Lendvay Judit: Az osztrákok képe. Sopron – 1983. Budapest, Tömegkommunikációs Kutatóközpont, Tanulmányok, 1983.

Lázár Guy–Marián Béla

## A POLITIKAI DIMENZIÓK A KÖZGONDOLKODÁSBAN

*A Marketing Centrum Országos Piackutató Intézet Közvélemény-kutató Üzletágának munkatársai 1995 januárjában megkérték az embereket, hogy határozzák meg politikai hovatartozásukat. A válaszadóknak azt kellett megmondaniuk, hogy 12 politikai jelző, illetve fogalom közül melyek illenek többé-kevésbé a nézeteikre. A válaszok azt mutatták, hogy az embereket nem a demokrata, a környezetvédő, a keresztény, a nemzeti vagy a népi eszmékhez való viszonyuk osztja meg igazán, hanem a baloldali-jobboldali és a liberális-konzervatív tengelyen való elhelyezkedésük.*

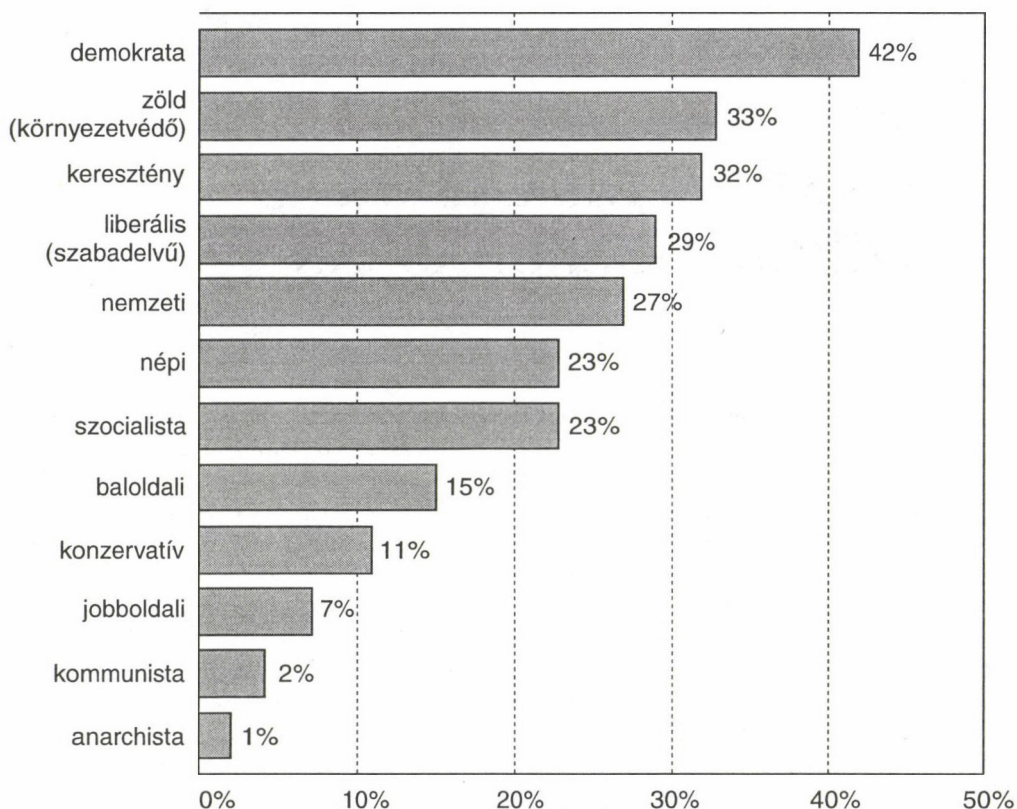
Az önjellemzésre a megkérdezettek 86 százaléka vállalkozott, ők átlagosan 2.5 fogalmat választottak ki. Az, hogy az emberek meg tudják-e határozni és milyen aránytan tudják leírni politikai beállítottságukat, elsősorban a társadalmi munkamegosztásban elfoglalt helyüktől és politikai érdeklődésüktől függ. Az egyik póluson a vezetők és a politika iránt nagyon érdeklődők állnak: 100, illetve 97 százalékuk jellemezte magát, átlagosan 3.2, illetve 3.8 jelzővel. A másik pólust a segéd munkások és az egyáltalán nem érdeklődők foglalják el (75-73 százalékuk jellemezte magát, átlagosan 1.7 jelzővel).

A megkérdezettek a demokrata jelzőt választották a legnagyobb arányban. Ez arra utal, hogy az emberek nagy része elfogadja a rendszerváltást, vagy legalábbis a demokrácia „bevezetését”. A magas arány azt is tükrözi, hogy a hat parlamenti párt közül négynek a nevében is szerepel a demokrata jelző; de a második, a harmadik, a negyedik és az ötödik helyre is olyan értékek kerültek, amelyekre több párt is hivatkozik (1. ábra).

Ugyanakkor még a legnépszerűbb fogalmakat is csak a kisebbik része választotta az embereknek, és ez több dolgot is jelez. Először is azt, hogy talán a pártokban és a pártok között zajló viták miatt sokan nem tulajdonítanak különösebb jelentőséget annak a világnak, amelyhez ezek az „újsütetű” jelzők kapcsolódnak. Végül azt is joggal feltételezhetjük, hogy a megkérdezettek jelentős részének csak homályos elképzelései vannak az egyes jelzők, fogalmak jelentéséről.

A rendszerváltás elfogadását az is mutatja, hogy nagyon kevesen nevezik magukat kommunistának. Ugyanakkor a baloldaliak és a szocialisták aránya messze meghaladja a konzervatívokét és a jobboldaliakét. Ez arra utal, hogy a közvélemény szemében a két utóbbi jelző nem vált még igazán szalonképpé. A jobboldal elutasításában az is szerepet játszhat, hogy ez a politikai köznyelvben sokszor a szélsőjobboldal szinonimájaként jelenik meg.

## 1. ábra

*Mely fogalmak illenek a politikai nézeteire?*

Azok aránya, akik egynél több jelzőt választottak ki, 58 százalék volt. A politikai fogalmak nagyon változatosan kapcsolódnak össze egymással ezeknek az embereknek a válaszaiban: a jobboldali-baloldali együttjárás kivételével mindenre találtunk példát (1. táblázat). Így például a megkérdezettek 16 százaléka egyszerre keresztény és demokrata, 11 százalékuk szocialista és demokrata, szintén 11 százalékuk pedig nemzeti és liberális, de jobboldali szocialisták és konzervatív liberálisok is akadnak.

Ha egy matematikai eljárás (a faktorelemzés)<sup>1</sup> segítségével megvizsgáljuk, hogy a 10 leggyakrabban említett fogalom közül melyek kapcsolódnak a legtipikusabban össze egymással, azt látjuk, hogy az együttjárások mögött három jellegzetes politikai attitűd húzódik meg. Ezek – legalábbis első látásra – nagyon hasonlítanak ahhoz a három pólushoz, melyet a magyar politikai tagoltsággal kapcsolatban szoktak emlegetni. Az elsőben a nemzeti, a népi, a keresztény és a konzervatív jelző fordul elő nagy súllyal, a másodikban a liberális, a zöld és a demokrata, a harmadikban pedig a szocialista és a baloldali.

Ha ezek után egy másik matematikai eljárással (klaszterelemzéssel)<sup>2</sup> azt is megvizsgáljuk, hogy az egyes emberekhez mennyire állnak közel ezek a politikai beállítottságok, négy jellegzetes csoportot különíthetünk el. A legjobban azok a válaszadók válnak el a többiekől, akikre a baloldali és/vagy a szocialista jelző választása a jellemző.

1. táblázat

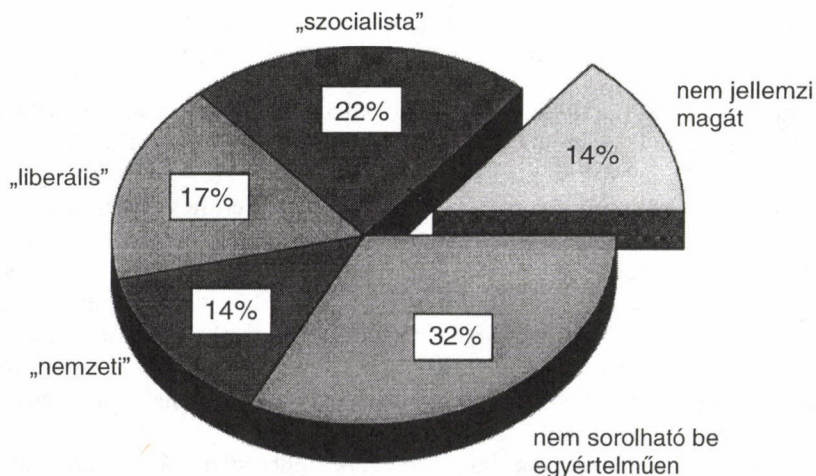
A politikai önbesorolások együttes előfordulásai (a megkérdezettek száma = 1000 fő; a legalább két fogalmat választók száma = 581)

|             | demokrata  | zöld       | keresztény | liberális  | nemzeti    | népi       | szocialista | baloldali  | konzervatív | jobboldali |
|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|------------|-------------|------------|
| demokrata   | <b>414</b> | 215        | 161        | 173        | 176        | 142        | 113         | 92         | 63          | 48         |
| zöld        | 215        | <b>326</b> | 140        | 166        | 153        | 127        | 91          | 61         | 55          | 38         |
| keresztény  | 161        | 140        | <b>317</b> | 90         | 140        | 116        | 72          | 41         | 56          | 39         |
| liberális   | 173        | 166        | 90         | <b>286</b> | 112        | 91         | 62          | 54         | 31          | 26         |
| nemzeti     | 176        | 153        | 140        | 112        | <b>266</b> | 149        | 78          | 58         | 61          | 40         |
| népi        | 142        | 127        | 116        | 91         | 149        | <b>228</b> | 71          | 44         | 47          | 29         |
| szocialista | 113        | 91         | 72         | 62         | 78         | 71         | <b>220</b>  | 86         | 25          | 12         |
| baloldali   | 92         | 61         | 41         | 54         | 58         | 44         | 86          | <b>151</b> | 19          | 0          |
| konzervatív | 63         | 55         | 56         | 31         | 61         | 47         | 25          | 19         | <b>107</b>  | 18         |
| jobboldali  | 48         | 38         | 39         | 26         | 40         | 29         | 12          | 0          | 18          | <b>66</b>  |

A második csoportot azok alkotják, akik a liberális, a demokrata és/vagy a zöld jelzővel azonosulnak a leginkább. A harmadik csoport tagjaihoz a nemzeti, a népi, a keresztény és/vagy a konzervatív jelzők állnak a legközelebb. Végül a negyedik csoportba azok kerültek, akik az előző három csoport egyikébe sem sorolhatóak be egyértelműen. Ők egymásnak ellentmondó értékeket választanak, vagy kerülnek a közvetlen politikai töltésű jelzőket. A magyar közgondolkodásra jellemző, hogy a relatív többséget éppen ez a csoport alkotja (2. ábra).

2. ábra

Az önjellemzések alapján kirajzolódó csoportok arányai



Az, hogy az emberek melyik csoportba kerülnek a négy közül, a pártállásukkal függ össze a leginkább, de ez az összefüggés sem automatikus. A „szocialisták” ötödének, a „liberálisok” és a „nemzetiek” harmadának, míg a besorolhatatlanok négy tizedének nem volt kedvenc pártja a kérdezés időszakában. Pártválasztásaikban a „szocialisták” voltak a legegységesebbek: több mint a felük az MSZP-t támogatta. A „liberálisok” többnyire az SZDSZ, kisebb részben pedig a Fidesz hívei, de jutott belőlük még az FKGP táborába is. A „nemzetiek” pártválasztásai alig tértek el az akkori átlagtól, bár az MDF-et, illetve FKGP-t valamivel gyakrabban választották, mint a többiek (2. táblázat).

2. táblázat

*A politikai önjellemzés alapján kirajzolódó csoportok arányai*

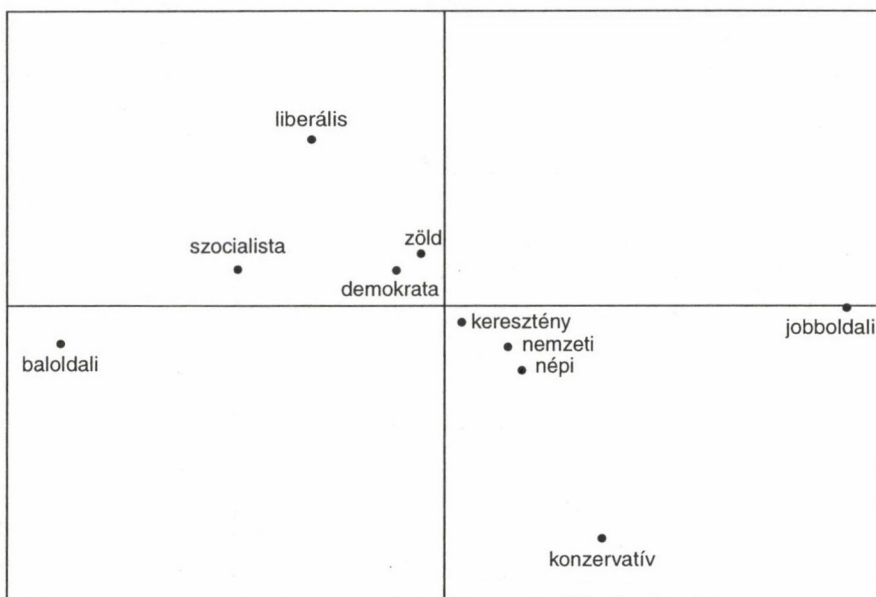
|                         | jobboldali,<br>konzervatív | baloldali,<br>szocialista | liberális | bizonytalan,<br>ellentmondásos |
|-------------------------|----------------------------|---------------------------|-----------|--------------------------------|
| MSZP-támogatók          | 10                         | 37                        | 14        | 39                             |
| SZDSZ-támogatók         | 5                          | 13                        | 35        | 48                             |
| FKGP-támogatók          | 22                         | 4                         | 18        | 56                             |
| KDNP-támogatók          | 15                         | 10                        | 8         | 67                             |
| MDF-támogatók           | 26                         | 0                         | 33        | 41                             |
| Fidesz-támogatók        | 4                          | 2                         | 50        | 44                             |
| bizonytalanok           | 29                         | 16                        | 32        | 36                             |
| 18–29 évesek            | 5                          | 10                        | 35        | 50                             |
| 30–45 évesek            | 9                          | 14                        | 30        | 47                             |
| 46–59 évesek            | 15                         | 20                        | 17        | 48                             |
| 60 év fölöttiek         | 19                         | 19                        | 9         | 54                             |
| kevesebb mint 8 osztály | 28                         | 12                        | 5         | 55                             |
| 8 osztály               | 10                         | 20                        | 18        | 52                             |
| szakmát tanultak        | 11                         | 15                        | 22        | 52                             |
| érettségizettek         | 8                          | 11                        | 37        | 44                             |
| diplomások              | 8                          | 21                        | 28        | 43                             |
| válaszadók              | 12                         | 15                        | 23        | 50                             |

A tizenkét politikai fogalom, illetve jelző közül tízet érzett magára többé-kevésbé jellemzőnek a válaszadók számottevő része. Ezeket a jelzőket elhelyezhetjük egy fogalmi „térképen”<sup>3</sup>. A 3. ábrán azok a fogalmak kerültek egymáshoz közel, amelyeket sokan választottak ki egyszerre, mint magukra jellemzőt, és azok kerültek egymástól távol, amelyeket ritkán vagy soha nem választottak ki egyszerre az emberek. A jelzők két dimenzióban helyezhetők el ellentmondás mentesen, és a „térképről” az olvasható le, hogy csak a jobboldali-baloldali, illetve a konzervatív-liberális dimenziókhoz való viszony osztja meg a politikai közvéleményt. Az olyan fogalmak, mint a „demokrata”, a „zöld” és a „keresztény”, minden kisajátítási kísérlet ellenére politikailag semlegesek maradtak a közgondolkodásban. A négy „sarok” jelzőn kívül tulajdonképpen csak a „szocialista”, a „nemzeti” és a „népi” kaptak valamiféle politikai felhangot.

Persze mindez nem jelenti azt, hogy mindenki teljesen tisztában van a jobboldali-baloldali, illetve a konzervatív-liberális dimenziók jelentésével, vagy azt, hogy mindenki ezek segítségével határozná meg politikai beállítottságát. 1995 márciusában megvizsgáltuk,

## 3. ábra

A politikai jelzők egymáshoz viszonyított helyzete a közgondolkodásban



hogy önmagukat, illetve a pártokat hogyan helyezik el ezeken a tengelyeken az emberek. A vizsgálat megerősítette, hogy a közvélemény nagy része egyáltalán nem gondolkodik politikai-ideológiai kategóriákban. A hétfokú baloldali-jobboldali skálán a megkérdezettek 27 százaléka nem tudta vagy nem akarta elhelyezni magát, a liberális-konzervatív skálán pedig a 35 százaléka (3. táblázat). Azok számára pedig, akik mégis vállalkoztak az önbesorolásokra, a középső és az ehhez közel álló helyek bizonyultak a legvonzóbbnak. Azok a válaszadók, akik mindkét skálán pontosan középre helyezték magukat, társadalmi hovatartozásuk, politikai érdeklődésük és pártkonstzenveik szerint gyakorlatilag nem különböznek azoktól, akik egyáltalán nem foglaltak állást<sup>4</sup>. Ez arra utal, hogy többségüknél nem arról van szó, hogy a centrumban állónak tekintik magukat, hanem arról, hogy egyik politikai-ideológiai különbségtétel sem igazán mérvadó a számukra. Azoknál viszont, akik mégis elkötelezték magukat valamelyik irányba, azt láttuk, hogy a baloldaliak aránya meghaladja a jobboldaliakét, a liberálisoké pedig a konzervatívakét.

## 3. táblázat

Önbesorolások a baloldali-jobboldali és a konzervatív-liberális skálán

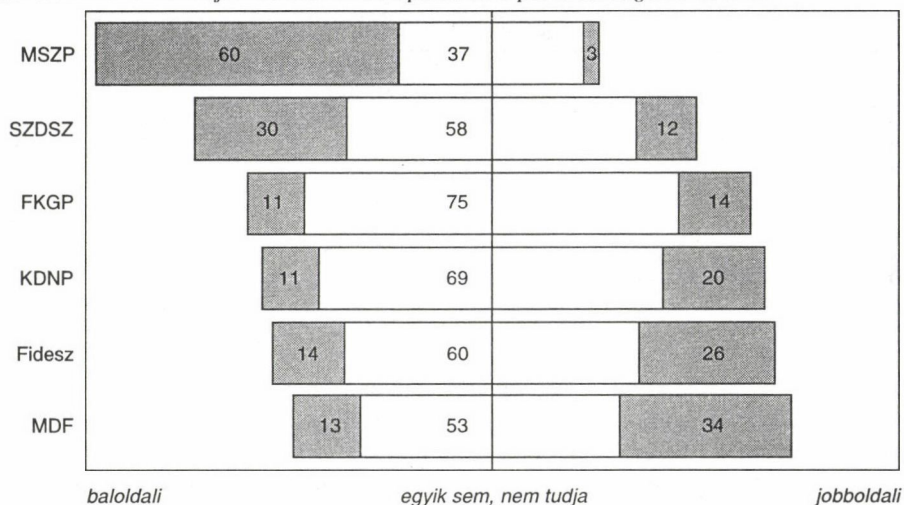
|           |   |    |           |   |   |             |           |
|-----------|---|----|-----------|---|---|-------------|-----------|
| baloldali |   |    | egyik sem |   |   | jobboldali  | nem tudja |
| 5         | 6 | 14 | 36        | 7 | 3 | 2           | 27        |
| liberális |   |    | egyik sem |   |   | konzervatív | nem tudja |
| 5         | 8 | 11 | 25        | 8 | 4 | 3           | 35        |

A baloldaliság és a liberalizmus, illetve a jobboldaliság és a konzervativizmus nagyon kevésbé fonódik össze egymással. A lakosság egyik fele egyik politikai-ideológiai áramlattal sem azonosul (nem foglal állást vagy „középre menekül”). Az emberek másik feléből viszont a kétszer három lehetőségéből adódó összes elképzelhető csoportba jut válaszadó, így a baloldali liberálisok is csak töredéket alkotnak, a jobboldali konzervatívok pedig még kevesebben vannak.

Az önbesorolások természetesen a pártpreferenciával függnek össze legjobban. A baloldali-jobboldali skálán való elhelyezkedés főleg az MSZP támogatóit jellemzi (4. ábra),

4. ábra

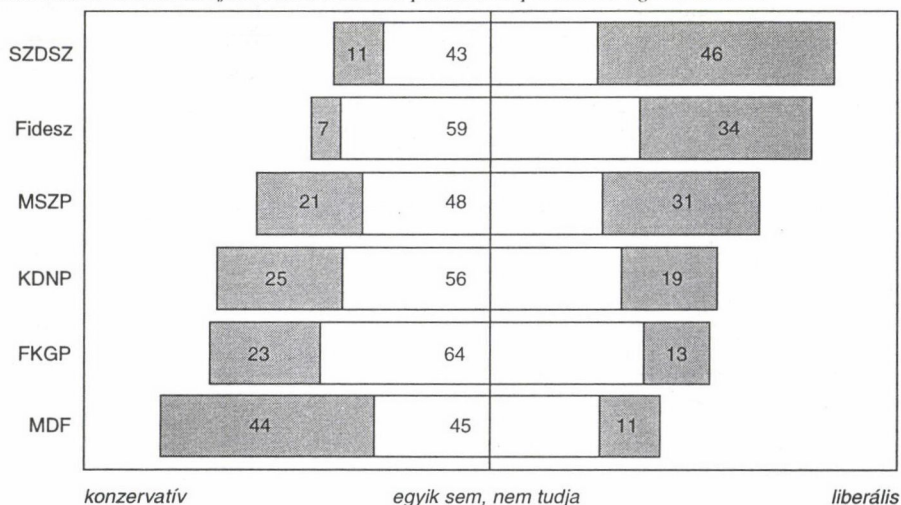
*Önbesorolások a baloldali-jobboldali skálán a parlamenti pártok támogatói körében*



míg a liberális-konzervatív skálán elfoglalt hely elsősorban az SZDSZ és az MDF híveit állítja szembe egymással (5. ábra). A hat parlamenti párt szavazótáborának skálaátlagai be-

5. ábra

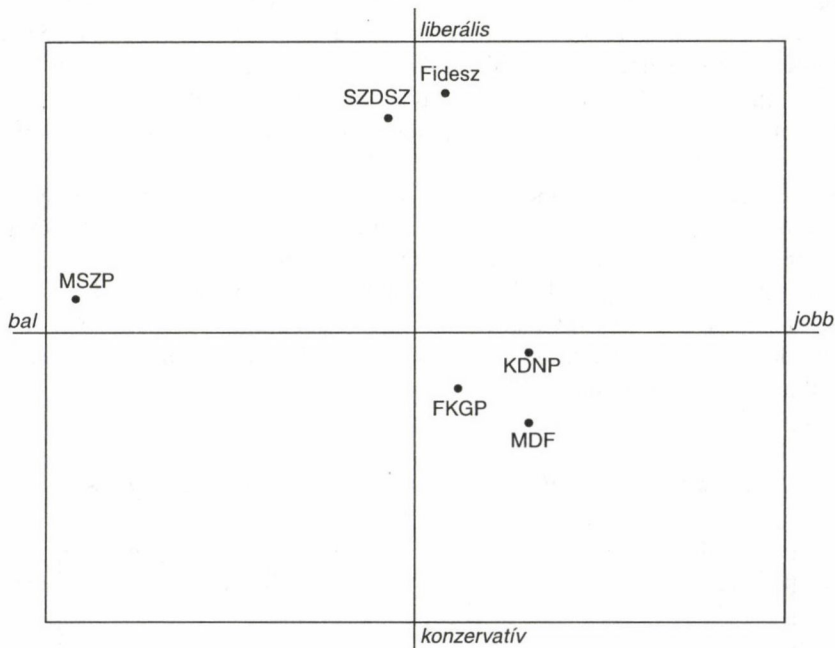
*Önbesorolások a baloldali-jobboldali skálán a parlamenti pártok támogatói körében*



mutathatóak egyetlen ábrán is: a „térképen” az látható, hogy a politikai közvélemény hárompólusú: az MSZP tábora a baloldali, az SZDSZ és a Fidesz támogatói a liberális, az MDF, a KDNP és az FKGP hívei pedig a jobboldali és a konzervatív irányba mozdulnak el a középtől (6. ábra).

6. ábra

*A parlamenti pártok szavazótáborának egymáshoz viszonyított helyzete a baloldali-jobboldali, illetve a konzervatív-liberális önbesorolások alapján*



A pártpreferencián túl a politikai érdeklődés, az iskolai végzettség, a foglalkozás, a jövedelem, az életkor és a vallásosság is befolyásolja az ideológiai irányultságot. A baloldaliság a politika iránt nagyon érdeklődők és a felső, közép- vagy alsó szintű vezetők körében gyakoribb az átlagosnál, a jobboldaliság pedig a szakképzetlenek és a rendszeres templomlátogatók között. A liberálisok aránya a diplomások körében kiugróan magas, de a politika iránt nagyon érdeklődők, a 45 éven aluliak, a magas jövedelműek és az ateisták körében is nagyobb az átlagosnál. A konzervatívok a gyakori templomba járók és a munkanélküliek között fordulnak elő az átlagosnál gyakrabban.

4. táblázat

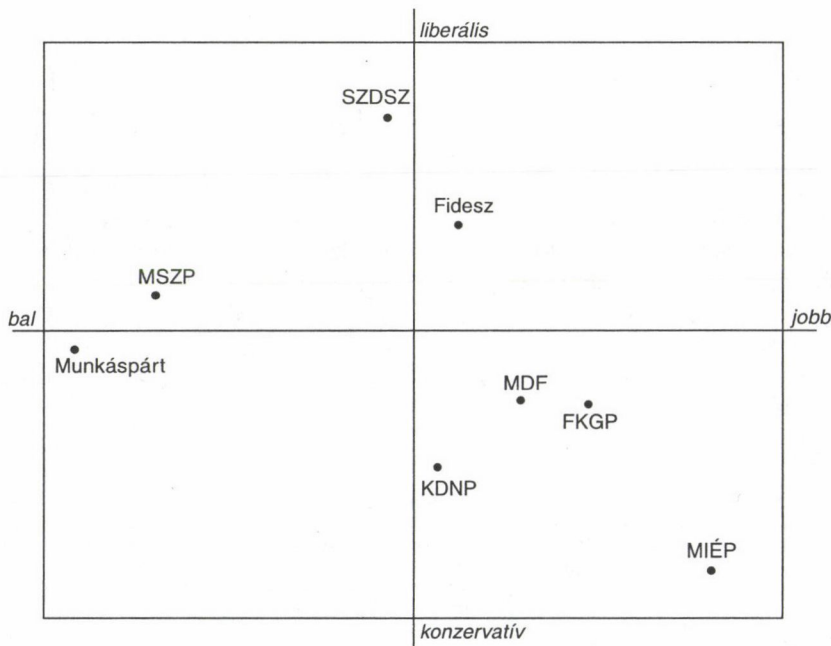
*A liberális-konzervatív skálán való önbesorolás iskolai végzettség szerint*

|                      | 8 osztálynál kevesebb | általános iskola | szakmát tanult | érettségizett | diplomás |
|----------------------|-----------------------|------------------|----------------|---------------|----------|
| liberális,           | 3                     | 15               | 25             | 33            | 51       |
| egyik sem, nem tudja | 88                    | 71               | 55             | 48            | 35       |
| konzervatív          | 9                     | 13               | 20             | 19            | 14       |
| összesen:            | 100                   | 100              | 100            | 100           | 100      |

Annak elemzése után, hogy saját magukat hol helyezik el a válaszadók a két politikai-ideológiai tengelyen, azt vizsgáltuk meg, hogy a pártok helyét hol látják ezeken. Munkatársaink arra kérték az embereket, hogy a nyolc legismertebb pártot rangsorolják a baloldali-jobboldali, illetve a konzervatív-liberális szempont szerint. Ez a feladat még az önbesorolásoknál is nehezebbnek bizonyult: a baloldali-jobboldali szempont szerint mindössze a megkérdezettek 57 százaléka tudta rendezni a pártokat, a konzervatív-liberális szempont szerint pedig csak 47 százaléuk. Ráadásul többen is eléggé szokatlan helyeket találtak a pártoknak: így például egyesek szerint az SZDSZ a legkonzervatívabb párt, míg mások szerint a MIÉP a legbaloldaliabb. Ezek az adatok ismét csak azt jelzik, hogy a pártok világa milyen távol áll az emberek jelentős részétől. Ennek ellenére a ranghelyátlagok alapján a pártok helyzetének észleléséről rajzolt „térkép” meglehetősen pontosan tükrözi a tényleges politikai tagozódást. (7. ábra). Akárcsak az önbesorolások alapján szerkesztett térképen, itt is három pólus körül helyezkednek el a pártok a két dimenzió mentén. A két térkép „léptéke” ugyan eltérő, de az azért megállapítható, hogy a pártok között nagyobb különbségeket észlel a politizáló közvélemény, mint amekkora a pártok támogatóinak önmeghatározásaiban megmutatkozik. Különösen szembeötlő a Fidesz helyzetének eltérése a két ábrán: politikai önmeghatározásuk alapján a párt hívei még mindig az SZDSZ támogatóihoz hasonlítanak a legjobban, ugyanakkor a Fideszt mint pártot a politizáló közvélemény a többi jobboldali, konzervatív erőhöz közelebb állónak érzi, mint amit a párt híveinek önbesorolásai alapján rajzolt kép mutat.

7. ábra

*A pártok helye a baloldali-jobboldali, illetve a konzervatív-liberális rangsorok alapján*



<sup>1</sup> A faktorelemzést másként lineáris lényegkiemelésnek is hívhatjuk. Azért lényegkiemelés, mert segítségével feltárhatjuk a sok változó mögött meghúzódó közös elemet, és azért lineáris, mert a válaszok közötti lineáris együttjárások alapján számolunk.

<sup>2</sup> A klaszteranalízis úgy osztályozza az embereket, hogy az egy csoportba kerülők között minimálisak, ugyanakkor a csoportok között maximálisak legyenek a különbségek. Az algoritmus minden válaszadót elhelyez valahová, így az egyes emberek nem egyformán egyértelműen tartoznak egyik vagy másik csoporthoz.

<sup>3</sup> A fogalmi „térkép” többdimenziós skálázás segítségével készült. A kiinduló adatokat az 1. táblázat adatai szolgáltatták, és két dimenzió feltételezésével kielégítően pontos leképezést kaptunk. A kiinduló adatok és a „térkép” közötti ellentmondásokat jelző szám, az úgynevezett stressz értéke: 0,09.

<sup>4</sup> Diszkriminancia analízissel nem különíthető el a két csoport egymástól.



Gálik Mihály

## A MINŐSÉGI ÚJSÁG\*

**M**i lesz a napilapokkal, mi lesz az újsággal? Világszerte felteszik e kérdést maguknak mind a lapkiadók, mind a médiakutatók. A kérdés persze egyáltalán nem új keletű, hisz a húszas évektől kezdődően, tehát a rádió megjelenésétől és tömegmédiummá válásától kezdve ugyanezt már jó néhányszor felvetették, ám az újság mind ez idáig életképesnek bizonyult. Igaz, a piacon jelen lévő napilapok, a címek száma mindenütt a világon folyamatosan csökkent, a piacok koncentráltsága mind nagyobb és ez a tendencia napjainkra inkább gyorsul, semmint lassulna. A televíziós csatornák számának megsokszorozódása, az információs infrastruktúrák kiépülése és nyomában a hálózatok napjainkban tapasztalt viharos gyorsaságú terjedése, a számítógép mindennapi használatán felnevelkedő új generációk sajátos médiafogyasztási szokásai ismét napirendre tűzték, van e jövője a hagyományos újságnak, s ember legyen a talpán, aki világosan látja, mi is következik. Annyi mindenesetre biztosnak látszik, hogy az elkövetkező időkből az ágazat ismét új kihívásokkal kénytelen szembesülni.

Ezen belül külön izgalmas kérdés, hogy mi lesz az úgynevezett minőségi újságokkal a közeljövőben a világon és nálunk. Be tudják-e tölteni a továbbiakban is a politikai szocializáció szempontjából aligha túlbecsülhető funkcióikat, avagy sem? Bírják-e majd a versenyt az új médiumokkal, illetve van-e valószínűsége annak, hogy a valóban minőséginek nevezhető napilap a magyar piacon is megjelenik és életképesnek bizonyul? Tanulmányunk először magát a minőségi újság fogalmát kísérli meg tisztázni, majd az előbbi kérdésekre keresi a választ.

### A MINŐSÉGI ÚJSÁG FOGALMA

**O**lvasóként mindenki tudna példát mondani arra, hogy milyen újságokat sorolna a minőségi kategóriába, hisz a New York Times, a Frankfurter Allgemeine Zeitung, a Guardian vagy éppen a Le Monde nemcsak újság, hanem szinte intézmény is a maga

\*A cikk a Médiagazdaságtan című, 018013 számú OTKA-kutatás keretében készült.

házájában, s egyúttal mérceként emlegetett orgánum a politikusok, a társadalomkutatók és a véleményformálók köreiben szerte a világon. Mindemellett szabatos meghatározást adni a fogalomra mégsem könnyű, s az idevágó irodalom szerzői is inkább a dolog körülírására vállalkoznak csupán.

A legnagyobb piacot, az USA piacát elemző monográfia (Bogart 1981) egy, a hetvenes évek végén készített empirikus felmérés alapján keresi a választ. A megkérdezettek, az Amerikai Hírszerkesztők Egyesülete (ASNE) és a Felelős Szerkesztők Társasága (APME) tagjai, a válaszadók döntő többsége vezető hírszerkesztő, felelős szerkesztő vagy főszerkesztő beosztásban volt (a továbbiakban az egyszerűség kedvéért a vezető szerkesztők elnevezést használjuk).<sup>1</sup> Az újságok példányszáma szerint négy csoportot képeztek, s először az újságok minőségére jellemző, a kérdőívben megadott hét ismérvet kellett rangsorolni. A válaszok alapján a következő sorrend adódott: pontosság, pártatlanság, tényfeltárás, szakszerkesztők alkalmazása, újságíró egyéniségek foglalkoztatása, a polgárok iránti elkötelezettség és legvégül az írásstílus. Megjegyzendő, hogy míg az első három helyezés tekintetében nem volt eltérés a nagy (a 250 ezer feletti) és kis (a 25 ezer alatti) példányszámú lapok vezető szerkesztői között, addig a kisebb lapoknál az értékelésben előkelőbb helyre került az újságíró egyénisége és a polgárok iránti elkötelezettség, mint a nagyoknál, hátrébb viszont a szakszerkesztők alkalmazása. Mindkét alcsoportban a hatodik helyre került az írásos stílusa, mely az egész mintát tekintve az összesítésben az utolsó lett.

Közismert tény, hogy az amerikai újságírásban a tényújságírásnak, a híreknek, tudósításoknak, beszámolóknak a legnagyobb a becsülete, s a többi anyag, a vélemény, a „fiction”, a „feature” és egyebek távolról sem élvezik a szakma művelői körében azt a rangot, mint mondjuk Európában. Ezzel magyarázható, hogy a különböző empirikus felmérések az amerikai újságok minőségének jellemzésekor a híranyag és a tudósítások minőségének sajátos jellemzőit próbálják megragadni (Lacy-Fico 1990). Fontossági sorrendben általában a következők jönnek szóba :

- a szerkesztőség saját híranyagainak aránya a hírügynökségektől átvett hírekhez;
- a hírek, tudósítások aránya a cikkekben;
- a hírekhez és tudósításokhoz közölt/fűzött hírmagyarázatok és háttéranyagok aránya a hírekhez és tudósításokhoz viszonyítva;
- az illusztráció/szöveg arány;
- a hivatkozott hírügynökségek száma;
- az első oldalas tudósítások átlagos száma és hossza (a más oldalakon való folytatással együtt);
- a szerkesztőségi és a hirdetési lapfelület aránya átlagosan.

– Egy másik, az amerikai irodalmat áttekintő osztályozás szervezeti és tartalmi alapon választja ki a minőség kritériumait az alábbiak szerint (Gladney 1990):

*szervezeti ismérvek*

- integritás: a szakmai etika tisztelete;
- szerkesztőségi vállalkozó készség: agresszív, eredeti riportok;
- közösségi szerep: a közösség boldogulásának segítése;
- szerkesztői függetlenség: a külső politikai érdekcsoportoktól és a gazdasági erőktől való függetlenség;
- szerkesztőségi szakszerűség: a rossz elleni harcra való készség, elszántság;
- szerkesztői bátorság: ugyanaz, mint előbb;
- méltóság: erkölcsi érzék, tisztaság;

– befolyás: a véleményformálók körében kivívott megbecsülés;

– pártatlanság: korrekt hírgyűjtés és tálalás;

*tartalmi ismérvek*

– hírértelmezés: fajsúlyos elemzések, magyarázatok, háttéranyagok;

– a szenzációhajhászástól való tartózkodás;

– nívós helyi híryanag;

– vonzó külcsín: a hírek hatékony és vonzó tálalása olyan tipográfiai eszközök segítségével, mint a fotók, grafikák, színek, layout és design;

– pontosság;

– erős vezércikk- (vélemény-) oldal;

– a közösség tisztelete: a közösségi értékek hangsúlyozása oly módon, amely segíti az egyén fontosságtudatának erősítését;

– átfogó híryanag: a helyi piacokon túlmutató híryanag;

– jó stílus.

A tartalmi ismérvek szerinti csoportosítás már mondhatni univerzális minőségi jellemzőket vesz számításba, de annyiban nem szakad el az amerikai újságpiac sajátosságaitól, hogy az ismérvek továbbra is elsősorban a hírekhez kapcsolódnak. Kicsit az európai normákhoz közelebb hozva az elemzést; még az alábbiakkal egészíthetnénk ki a listát az újság szerkezetét illetően: rovatbeosztás, rovatárányok, extrák (például kiemelkedő irodalmi rovat vagy más, ami a lap presztízsét emeli). Azt lehet mondani, hogy a minőségi napilap gyakorlatilag a legszélesebb skálán kínál olvasnivalót a közönségnek, minden benne van – politika, üzlet, életmód, kultúra, sport, hobby, tanácsadás, rejtvény, utazás, gyermek- és ifjúsági rovat stb. –, ami fontos lehet. Természetesen ez alól is van kivétel, hiszen például a brit Financial Times szerkesztőségi anyagainak háromnegyede a gazdaság, az üzlet, a pénzvilág témáit taglalja, további egyötöd-egyhatod rész a politikáé és csak a maradék hét-nyolc százalék terjedelemben jut az összes egyébre (Sparks 1993).

Napjainkra a minőségi újság fogalma egyre inkább összefonódik a pártatlansággal. A kontinentális Európa fejlett piacgazdaságaiban – ellentétben az Egyesült Államokkal és az Egyesült Királysággal – a politikai fejlődés sajátosságai és a kulturális hagyományok a hetvenes évek végéig életben tartották a közvetlenül a pártokhoz kötődő minőségi sajtót, de ez visszavonhatatlanul a múlté: pártalapon szegmentálni az olvasótábor az újságkiadásban ma már szinte egyenlő a gazdasági csóddal az érett médiapiacokon. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy a nagyobb piacok ne bírnának eltartani különböző értékrendű minőségi napilapokat – erre talán a legjobb példa a brit, de említhetnénk a franciát is (Kuhn 1995) –, de azt igen, hogy ezek az értékek már nem pártalapon rendeződnek.

## MINŐSÉGI ÚJSÁGOK A FEJLETT PIACGAZDASÁGOKBAN

**M**inőségi újságot előállítani bizonyos oldalszám alatt képtelenség, így a minőségi napilapok jellemzően nagy terjedelműek bulvár és középutas társaikhoz viszonyítva. Az amerikai minőségi újságpiac reprezentánsa, a New York Times hétköznapi átlagosan száz oldalon jelenik meg broadsheet formátumban, azaz nagy oldalakkal (Bolgár 1993). A hasonló formátumú brit minőségi lapok durván fele oldalszámban kerülnek utcára,

a német Frankfurter Allgemeine Zeitung pedig nagyjából harmadakkora terjedelmű, mint a New York Times (Vrannai 1995). A két legnagyobb európai piacon is tehát már jelentős a terjedelmi különbség az amerikai újság javára, s a kis európai országok minőségi napilapjai még kisebbek – a formátumbeli különbséget is beszámítva az osztrák Die Presse nagyjából feleakkora, mint a Frankfurter Allgemeine Zeitung (Domány 1995).

Az előbbieket magyarázzák, hogy a fejlett országok minőségi napilapjai a magyar viszonyokhoz képest hihetetlenül sok főállású újságíró foglalkoztatnak: a New York Times ezer főt meghaladó szerkesztősége túl van minden honi képzeleten, ehhez képest az osztrák Die Presse a maga 70-80 fős szerkesztőségével már összemérhető a magyar napilapok újságíró létszámával. A minőségi újság kifejezetten anyag- és munkaigényes termék, s az első példány készítésének óriási költségei miatt általában csak nagy, többszázazres példányszám mellett lehet kifizetődő. A két osztrák minőségi lap, a már említett Die Presse, valamint a Standard nyolcvanezer körüli példányszáma a kivétel, ez a kis ország piacának csekély felvevőképességéből adódik.

Természetesen a minőségi napilapok kiadónak bevételi szerkezetében a hirdetési bevételek messze meghaladják az olvasóközönségtől származó bevételeket: a nagyobb piacokon a bevételek hetven-nyolcvan százalékát a hirdetések hozzák. Ennek ellenére a minőségi újságok a középutas és bulvárlapokhoz képest drágák, legalább másfélszeres, de nemritkán kétszeres összegbe kerülnek. Persze az ilyen összevetés nem teljesen kikezdetlen, hisz a minőségi újságok sokkal terjedelmesebbek a másik két csoportba tartozó napilapoknál, de ezen most felesleges lenne elidőzni: a lényeg az, hogy az olvasó a minőségért hajlandó áldozni.

Ugyanez hatványozottan igaz a hirdetőkre: ők azt fizetik meg, hogy a minőségi lapok olvasótáborában a felső középosztály és az elit tagjai messze túltreprezentáltak a népességben elfoglalt arányukhoz viszonyítva. A brit piac ebben a szélsőséget képviseli a fejlett országok között (Sparks 1995): aligha van még egy olyan fejlett ország, melyben a minőségi napilapok olvasótáborára annyira elütne a népesség, illetve a többi újság olvasótáborának összetételétől. Ennek az az eredménye, hogy a minőségi újságokban a hirdetések fajlagos költsége – az ezer olvasó elérésének költsége, az úgynevezett CPM – három-ötszöröse a bulvárlapokénak, de még ennél magasabb érték is akad.

Hangsúlyozni kell, hogy a minőségi politikai lapok presztízsének – és, nem mellékesen, piacképességének – elengedhetetlen feltétele a szerkesztőségi irányvonal függetlensége a tulajdonos(ok)tól és a menedzsmenttől (Gálik 1995). Ez a függetlenség az érintettek közötti stratégiai egyetértésre épül, s ha nem is abszolút, de fontos és létező. Megnyilvánul az újságoknál érvényes szakmai kódexekben, a szerkesztőségnek a főszerkesztő kiválasztását illető erősebb vagy gyengébb jogosítványaiban, az újságírók munkaszerződéseiben és/vagy tulajdonosi pozíciójában stb. – ez országonként, mi több, orgánumonként is különböző.

Az európai minőségi újságokról ki nem mondva feltételezik, hogy egyben országos lapok is, az amerikaiakról nem. Az persze definíciós kérdés, hogy mit is tekintünk országos lapnak, és erről vajmi kevés található az irodalomban, jó okkal. Az egyes országok mérete, településszerkezete, lakosainak száma, történelmi és kulturális hagyományai annyira eltérnek, hogy általánosan alkalmazható számszerű arányokkal kísérletezni reménytelen. Az a mérőszám például, hogy egy adott újságot a kiadásának helyén és az ország összes többi településén olvasók aránya mekkora, nagyságrendi különbségeket mutatna a kis és a nagy országok között.

A nagy európai piacok közül erős országos minőségnapilap-piac egyedül az Egyesült Királyságban van, a többi helyen nincs. Ezzel együtt is csak a felnőtt brit lakosság mintegy hetede olvas minőségi újságot (Sparks 1993). Franciaországban a nagy presztízsű minőségi napilapokat a fővárosban adják ki, és olvasóik döntő része párizsi (Kuhn 1995), a többi településen csupán a véleményformálókat érdekli. Kifejezetten regionális újságnak tekinthetők a német és az olasz minőségi napilapok is azzal a különbséggel, hogy kiadásukban a fővárosnak nincs kiemelt szerepe.

## A MINŐSÉGI ÚJSÁG NÁLUNK ÉS TÉRSÉGÜNK BEN

A politikai és gazdasági rendszerváltozás első éveiben mind a külső, mind a belső körülmények nálunk igencsak kedveztek az újságsektornak: az addig nem vagy alig létező, újonnan alapított közéleti és bulvárújságok (Mai Nap, Kurír) kiadói építhettek a nagyközönség kielégítetlen keresletére; a piacgazdaságra való áttéréssel robbanásszerűen nőttek a reklámokra fordított kiadások, s ebből az újságsektor is bőven profitált; a világpiacra olcsó volt az újságnyomó papír; a szükséges fejlesztések tőkeigényét nagymértékben fedezte a beáramló külföldi tőke. Az ágazat fellendülése, a konjunktúra azonban négy-öt év alatt kifulladásra (Juhász 1994), s mára már egyenesen válságjelek mutatkoznak.

Az ok persze itt és most sokkal prózaibb, mint az információs forradalom újságkiadásra gyakorolt hatása. Elég csak arra utalni, hogy nálunk a fogyasztás és a reálbérek 1995-ben bekövetkezett csökkenése, párosulva a nyomópapír árának drasztikus emelkedésével, a papírnak az év elejétől az év végéig való megkettőződésével mintegy satuba szorította, szorítja a kiadókat. Reálértéken számítva tavaly a kiadói költségek emelkedtek, a reklámbevételek nem nőttek, az értékesített példányszámok estek. A reklámpiar törvényszerű reakciója a lakossági fogyasztás visszaesésére 1995 második felétől kezdte igazán éreztetni hatásait: a hirdetési főszezonnak számító utolsó negyedév várakozás alatti reklámbevételei után 1996 első két hónapjában szinte eltűnt az újságokból a hirdetés, amit azonnal követett minden piaci szereplőnél az oldalszámcsökkentés.

A rádiózásról és televíziózásról szóló törvény 1996 januárjában történt elfogadása szintén rossz hír a hazai újságkiadók számára: a kereskedelmi rádiózás és televíziózás kiszélesítésével minden bizonnyal vékonyabb lesz a reklámtorta nekik jutó része. Egyébként a hivatkozott törvény értelmező rendelkezései között meghatározza az országos terjesztésű lap fogalmát, s a napilapok közül azok esnek az országos kategóriába, amelynek eladott napi példányszáma legalább tíz megyében eléri az ezer-ezer példányt. Nos, eszerint a Népszabadság és a Blikk mellett más országos napilap nálunk nem is létezik jelenleg! Lehet persze azon vitatkozni, mennyire megfelelő az előbbi törvényi meghatározás, elemzésünkben mindenesetre bátran el lehet szakadni tőle. Amennyiben továbbra is országosnak tekintjük a Budapesti kiadott és az országban ténylegesen terjesztett napilapokat, akkor csak megismételni tudjuk azt, hogy nálunk „az országos terjesztésű lapok piacán – a piac eltarthatóságához képest – túl sok a cím” (Gálik 1995).

A fejlődő országok újságpiacait elemezve egy ördögi kör rajzolódik ki a minőség finanszírozhatóságát illetően. A minőségi újság – mérete és tartalma miatt egyaránt – költséges termék, ezért ára a többi újságéhoz képest magas. Mivel az alacsony jövedelmek miatt

kicsi a lakosság szabadon elkölthető jövedelemhányada, igen kevesen engedhetik meg maguknak, hogy drága újságra költsenek. Emiatt kicsi lesz (lenne) a példányszám, s ez a hirdető keresletét visszaveti, a hirdetési tarifákat alacsonyan tartja. Egy bizonyos arányú hirdetés nélkül viszont nem térülhetnek meg a költségek, azaz az újság tartósan veszteséges, nem él meg a piacon.<sup>2</sup>

Nos, Magyarországot ugyan a közepesen fejlett országok csoportjába sorolják többnyire, de az előbb leírt jelenség nálunk is érvényesül. Vitakérdés lehet, hogy mennyire és miként, de az tény, hogy a magát minőséginek tételező, a hazai piacon terjedelmesnek számító Népszabadság és Magyar Hírlap ára alacsonyabb, mint a jóval soványabb Blikk bulvárlapé, azaz az olvasó nem fizeti meg az árban a magasabb minőséget. Kétséges, hogy mennyire lenne hajlandó megfizetni, de a lakosság életszínvonal-csökkenésének 1996 folyamán várható folytatódása aligha teszi valószínűvé, hogy a közeljövőben nagyobb áremelést lehessen az újságpiacra érvényesíteni.

A mienkkel egyező méretű cseh piacon kísértetiesen hasonló a minőségre nagy súlyt fektető lapok helyzete: a fogyasztói ár viszonylag alacsony, a terjedelem sem nagyobb, mint nálunk, az újságok külleme pedig még szerényebb is, a legnagyobb példányszámmal bíró cím többségi tulajdonosa egy német kiadó. A lengyel Gazeta Wyborcza az az újság, amelyik már nemcsak szerkesztését, szándékát, hangvételét, hanem terjedelmét tekintve is közelít ahhoz, amit egy adott piacon minőséginek nevezhetünk – még akkor is, ha a nevezett lap ára átlagos, megjelenése és tipográfiája pedig nem nagyon árulkodik a minőségről (Domány 1995). Érdekes, hogy az újság tulajdonosi struktúrájában magánszemélyeké a döntő részesedés többségi tulajdonos nélkül, s az újság szerkesztőségének és menedzsmentjének igen nagy a döntéshozatali autonómiája.

A minőségi újság taglalásakor nem feledkezhetünk meg az újságírók szocializációjáról, szerepfelfogásáról, értékválasztásairól. Térségünkben a szerkesztők – ellentétben nyugati kollégáikkal – saját értékszemponjtjaikat követik, s nem a kiadó független presztízsének kívánnak megfelelni: a sztárújságírók viszik a lapokat, s nem fordítva, tehát nem a lapok termelik ki a sztárokat (Zsolt 1995). A történelmi előzmények ismeretében ezen aligha van mit csodálkozni, de a minőségi újság kritériumaival hosszú távon ütközik ez az attitűd. A kiadó értékrendje mögött természetesen az olvasó, a reménybeli fogyasztó értékrendje az, ami számít. Bármilyen közhely is, itt és ma mégis le kell írni: az újság az olvasónak szól, s ez a tétel a minőségi kategóriára is érvényes!

## A MINŐSÉGI ÚJSÁG JÖVŐJÉRŐL – RÖVIDEN

Az újságok példányszáma, az újságolvasók száma a legfejlettebb országokban csökken (Snoody 1995), s ez nálunk sincs másként. Az általános tendencia tehát nem biztató, de maga a minőségi újság talán nincs közvetlen veszélyben. A brit piacon például az úgynevezett középutas újságok a nagy vesztlők (Sparks 1993), s bár nincs kizárva, hogy valamelyik brit, francia vagy olasz minőségi napilap kiadója is csődbe megy, de mégsem ezek tűnnek a legsebezhetőbb címeknek a lappiacokon.

A nagy amerikai minőségi újságok viszont olyan erős pozícióban – a maguk piacán jórészt monopolhelyzetben – vannak, hogy rövid távon aligha inognak meg. Stabilitásukhoz

az is nagyban hozzájárul, hogy jellemzően több újságot is kiadnak és más média üzletágakban is jelen vannak (Bolgár 1993), tevékenységük tehát diverzifikált, ami bizonyos fokú védelem a nagy konjunkturális ingadozásokkal szemben. Természetesen egy-egy minőségi újság elektronikus mutációjának elkészítése, számítógépes hálózaton való hozzáférhetővé tétele talán kivétel nélkül a kiadói stratégia része a fejlett országokban.

Nehezebb arról nyilatkozni, mi lesz a minőségi újság sorsa nálunk, hogy a többi országra már ne is térjünk ki. A legkevesebb, amit elmondhatunk, hogy a dolog beruházást követelne meg a kiadóknál, s nagyobb áldozatot kívánna az olvasótól is. A sorrend nem véletlen: az olvasó csak akkor fog többet fizetni, ha jobb lesz a termék. További kérdés, hogy az olvasók mekkora hányada lenne erre hajlandó, hisz a mi országos napilapjaink olvasóközönsége jóval kevésbé rétegezett, sokkal inkább tükrözi a népesség összetételét, mint a fejlett országokban, ahol a jómódúak messze átlagon felül vannak jelen a minőségi újságok vásárlói között.

A mai és az előre belátható viszonyok között tehát a magyar piacon föltöbb kockázatosnak látszik – pontosabban: látszana – ez a fejlesztés. Az a tény, hogy az ebből a szempontból még leginkább kedvező – bár ez most valóban csak viszonylagos előny – helyzetben lévő Népszabadság és Magyar Hírlap kiadói külföldi tulajdonban vannak, nem is teszi valószínűvé, hogy valamiféle keresztfinanszírozással a minőségi újság átmeneti vagy tartós veszteségeinek fedezése reálisan szóba jöjjön.

A külföldi tőke segítségével – és a szerkesztőségek aktív részvételével – 1990-ben végbement privatizálás kétségkívül megmentette a két szóban forgó újságot attól, hogy a rendszerváltozás után a végrehajtó hatalom és/vagy valamelyik párt szócsövévé váljanak, kiszabadította őket régi kényszerzubbonyukból, lehetővé tette számukra az addig nem ismert fokú szerkesztőségi autonómia gyakorlását. Mindez nagy eredmény, de a minőségi lappá válás feltételeinek megteremtése már aligha várható a német és svájci tulajdonosoktól. Bárcsak tévednénk!

## JEGYZETEK

<sup>1</sup> A minta nagysága 1300 volt, a visszaérkezett, feldolgozott kérdőíveké 746. A két szakmai egyesület tagjai és a válaszadók között egyaránt felülreprezentált a nagy példányszámú lapoknál dolgozók aránya.

<sup>2</sup> Egyébként az igazán fejlett és nagy brit piacot illetően is van olyan vélemény (Sparks 1993), hogy a minőségi napilapok relatíve magas árai visszafogják a fogyasztást. Bár ez a világ egyik legmagasabb élet-színvonalú országát tekintve elég bizarrul hangzik, mindenesetre elgondolkodtat, hogy a patinás The Times kiadójának, amelyet történetesen Rupert Murdoch neve fémjelez, sikerült az elmúlt másfél év árcsökkentési stratégiájával majdnem megkészszerzenie a lap eladott példányszámát.

## IRODALOM

- Bogart, L.: *Who Reads; What, When, Where and in American Newspapers*. Lawrence Earlbaum Associates, Publishers, Hillsdale, NJ, 1981.  
 Bolgár, Gy.: A New York Times sztori. *Fortuna*, 1993.  
 Domány, A.: Az osztrák Die Presse és a lengyel Gazeta Wyborcza. Kézirat, 1995.  
 Gálík, M.: Verseny és szabályozás az újságpiacokon. *Jel-Kép*, 1995/2.

- Gladney, G. A.: Newspaper Excellence: How Editors of Small and Large Papers Judge Quality. *Newspaper Research Journal*, Spring, 1990.
- Juhász, G.: Sajtópiaci változások. In: Kurtán, S.–Sándor, P.–Vass, L. (szerk.): *Magyarország politikai évkönyve 1994*. Demokrácia Kutatások Magyar Központja Alapítvány, 1994.
- Kuhn, R.: *The Media in France*. Routledge, London and New York, 1995.
- Lacy, S.–Fico, F.: Newspaper Quality and Ownership: Rating the Groups. *Newspaper Research Journal*, Spring, 1990.
- Snoddy, R.: Electronic media „will steadily cut newspaper sales”. *Financial Times*, 23 June 1995.
- Sparks, C.: The Press, the Market and Democracy. *Innovation*, Vol. 6., No. 2., 1993.
- Sparks, C.: Competition and Market Entry in the UK National Daily Press. *European Journal of Communication*, Vol. 10(2), 1995.
- Vrannai, K.: A Frankfurter Allgemeine Zeitung. Kézirat, 1995.
- Zsolt, P.: Média és etika. *Világosság*, 1995/3.

Zsolt Péter

# TÖMEGKOMMUNIKÁCIÓ: RENDSZER VAGY MEZŐ?

## AZ ELMÉLETI ALAPÁLLÁSBÓL ADÓDÓ ELVÁRÁSOK

A tömegkommunikáció vizsgálata több kutatóban felkeltheti azt az igényt, hogy a tárgyát igyekezzék madártávlatból is nézni. Nem mindegy, hogy milyen iskola, nézőpont mellett kötelezzük el magunkat. Egy-egy szó, amellyel a tömegkommunikációt a többi társadalmi képződmény – cselekvési típus, kommunikációs forma, intézmény stb. – között próbáljuk leírni, már önmagában is meghatározhatja, hogy miképpen ítéljük meg a tömegkommunikáció szerepét, s hogy mit várunk el tőle.

## LUHMANN ÉS BOURDIEU

Niklas Luhmann társadalomképében az egyes alrendszerek között (jog, művészet, politika, család stb.) átjárhatatlanság van. Ebbe a munkamegosztási rendszerbe illeszkedik a tömegkommunikáció is, amely éppen az elkülönültsége miatt nevezhető modernnek. Osztozva Luhmann abbéli vélekedésében, hogy a tömegkommunikáció is sajátos funkciókat lát el, s hogy nélküle a komplex társadalmi egyensúly felborulna, mégis fel kell tennünk a kérdést, vajon a sok funkciót ellátó tömegkommunikáció valóban elkülönült egység-e, felfogható-e külön alrendszerként, avagy a gazdasághoz hasonlóan sokkal inkább átjárja a többi alrendszert, semmint ő maga is azzá válna.

A másik, itt általunk önkényesen választott alternatívát a tömegkommunikáció „mezőként” való megragadása adta, melyről úgy gondoltuk, termékenyebb elméleti bázisul szolgálhat. A „mező” fogalmat Pierre Bourdieu-tól kölcsönöztük, nem utolsósorban azt tartva szem előtt, hogy a mező nagyobb teret fog át, mint az alrendszer, s ezért megfelelőbbnek látszik a tömegkommunikáció jellemzésére. Ugyanakkor Bourdieu törekvésével ellentétben, aki vallási, tudományos, művészi, értelmiségi, irodalmi stb. mezőket különített el, mi nem a mezőn belüli konfliktusokra, a hatalom önmagát szimbolikusan legitimáló törekvéseire koncentrálunk, hanem magának a tömegkommunikációs mezőnek a működésére. Ebben a vonatkozásban tehát inkább Luhmann gondolkodásmódját követjük.

Egy táblázatot mellékelünk azzal a szándékkal, hogy a Luhmann és Bourdieu felfogása közti különbséget világosabbá tegyünk. Az előbbi szerző funkcionalista elköte-

lezettségéről nevezetes, az utóbbi pedig marxista gyökerű úgynevezett „konfliktuselméleti” beállítódottságáról. A funkcionista megközelítés modelljét McQuail pluralistának, a konfliktuselméletit pedig dominanciaelméletnek nevezi. Itt nem veszem át McQuailtól ezeket az elnevezéseket, inkább az európai szociológia által jobban bejáratott fogalmakat használom. Táblázatát is kissé átalakítom, bár igyekszem gondolatiságának lényegét megtartani. (Az átalakítás szükségességét a könnyebb érthetőséggel indokolhatjuk. Például: a „társadalmi forrás” – societal source – helyett a „ki uralja a médiát?” kérdést fogjuk használni.)

|                       | marxista eredetű konfliktus-elmélet<br>(pl. Bourdieu)         | funkcionista elmélet<br>(pl. Luhmann)                                                                |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ki uralja a médiát?   | felső osztály, elit; a közönség van a médiának kiszolgáltatva | változó politikai, társadalmi, kulturális versengő csoportok, melyek a közönségnek kiszolgáltatottak |
| A médián belüli munka | sztenderdizált, rutinizált                                    | kreatív, eredeti                                                                                     |
| A médiumok száma      | kevés, központosított                                         | sok, plurális                                                                                        |
| Versengő nézetek      | a médiába már nem jutnak el                                   | a médiában zajlik a verseny jelentős része                                                           |
| A média hatása        | erős, irányított                                              | változó, gyenge                                                                                      |

McQuail további megkülönböztetéseket is hoz a két elmélet között, valamint utal arra, hogy szűkebb értelemben véve táblázata a demokratikus-versengő és a központosított-féldemokratikus kormányformák leírására is használható, s nem csupán a különböző kutatók habitusára jellemző. (McQuail 1983, 68)

Luhmann a rendszert a környezettől értékdual segítségével választja el, s ahol nem talál ilyet, ott nem is beszél alrendszeréről. Ez az oka annak, hogyha valaki luhmanni alapállásba helyezkedik, akkor a tömegkommunikáció rendszer vagy nem rendszer kérdését csupán az dönti el, hogy például a hírérték megléte vagy hiánya megfelelő módon lefedi-e a tömegkommunikációt.

Luhmann-nál egy adott terület azért létezik, mert funkciói vannak, és ezeket evolúciós módon maga a rendszer tökéletesíti. A funkcionalizmus tautologikus gondolkodását eltűlozva, úgy is mondhatnánk, egy társadalmi alrendszer azért létezik, mert létezik. Ezzel szemben Bourdieunél – bár vannak funkcionista elemek – egy mező végül is csak azért maradhat meg, mert bizonyos csoportoknak érdekükben áll a mező határait fenntartani, hiszen a mező monopolizálásával külön jogosítványokat szerezhetnek maguknak. Luhmann emberképében az emberek szeretik a játékot, Bourdieunél pedig mindenkit csak a nyereség izgat. Nem folytatom itt tovább a két szerző nézeteinek általános összehasonlítását, megteszi ezt helyettem Pokol Béla legújabb munkáiban (Pokol 1995). Az alábbiakban csupán annyiban utalok e nézetekre, amennyiben „a tömegkommunikáció rendszer vagy mező” kérdésben termékenyek.

## A RENDSZERELMÉLETBŐL ÉS A MEZŐELMÉLETBŐL FAKADÓ ELVÁRÁSOK

A marketingesek munkájában természetesen van önérdek is. A reklám szakembereinek például érdekében állt a 90-es évek ázsiai, afrikai országaiban is elhitetni fontosságukat, pedig az áru minden reklámtevékenység nélkül is fogyott volna. (A hiánygazdaságokban – legalábbis a Coca-Cola és a hamburger esetében – csupán a termék ára a lényeges.) De Bourdieuvel ellentétben nem gondoljuk, hogy minden szimbolikus jelenség mögött a legdöntőbb szempont az adott társadalmi, foglalkozási réteg önérdeke volna. Még az említett reklámszakemberek esetében sem erről van szó, hiszen ők is hisznek tevékenységük fontosságában, és e hit fontosabb lehet, mint maga az önérdek. Ogilvy például azzal utasítja vissza azt a vélekedést, amely szerint a reklám jócskán megdrágítja a termék árát, hogy ez egyszerűen nem is igaz. Ha nem a reklámok által tájékozódnánk, úgy minden új termék megismeréséhez ügynöki közvetítésre lenne szükségünk, ami egyrészt lehetetlen, másrészt sokkal költségesebb is (Ogilvy 1990). A reklám tehát – állítása szerint – a lehető legolcsóbb módja az értékesítésnek.

Ezúttal mindegy a számunkra, hogy Ogilvynek igaza van-e. Most csak az indítékai érdekesek, és miért ne hinnénk el, hogy érvelésében a meggyőződés szól, nemcsak az önérdek? Ebben az érven Bourdieu csak legitimációs törekvést látna, melyet kimondva vagy kimondatlanul el is ítélt, mint tudatos vagy nem tudatos manipulációt. Hasonlóképpen vélekedik a vallási mezőről, ahol is a papokat „üdvjavakkal gazdálkodó szakembereknek” nevezi (Bourdieu 1987). Bourdieuvel szemben kevésbé eredetien épp azt állítjuk, hogy a szimbolikus rendszerek önmaguk újratermelésében nem is az önérdek a hangsúlyos, azaz idealiztikusan működnek. (A Bourdieu elleni gyakori kritika, hogy a szerző hajlamos az idealiztikus gondolkodásra, téves, éppen hogy túlságosan is elhanyagolja annak lényegét, miközben eszközeit használja.)

Bourdieu mezőfelfogásából mindezek miatt elhagyjuk az értékterhelt „valakik érdekeit szolgáló tudatos és féltudatos manipuláció” értelmezést, amely a szerzőnek is inkább csak a korábbi munkáira jellemző. Mindezzel közelebb kerülünk a „rendszer, alrendszer” kategóriákhoz.

A luhmanni alapkérdés a rendszer és a környezet határainak megvonása, míg más funkcionalista elemzésekben sokan kimutatni vélték a „rendszerek”-nek tulajdonított pozitív konnotációt, a társadalmi rétegződés szükségszerűségének tudomásulvételét, és a társadalmi változások leírásában a konszenzus jelentőségének hangsúlyozását az uralmon lévő erőszakkal való vádolásával szemben.

A tömegkommunikációval foglalkozók számára bizonyára feltűnt, hogy amennyiben a szerzők átfogóbb művel kísérleteznek, úgy vizsgálódásukat a hírtevékenységre összpontosítják. Ez ragadható meg ugyanis a rendszer szintjén, itt fedezhetők fel a modern professzionális jelenségek. Ugyanakkor a tömegkommunikáció olyan többszereplős mező – hogy most már ezt a kifejezést használjuk –, ahol az egyik fél történetesen a tömeg, s ahová nem csupán a hírek tartoznak. A politikában fedezhetjük fel a tömegnek ehhez majdnem hasonló jelentőségét. De amíg az alrendszerként funkcionáló politikában a tömeg csak időszakosan hallatja szavát, és többnyire ezen időszakok is igen behatároltak és korlátozottak mind az idő, mind a tér vonatkozásában, addig a tömegkommunikációban a tömegek szerepe mindennapos, jelenlétük folyamatos. Amikor a politikában a tömegek kiszabadulnak a palack-

ból – például forradalommal próbálkoznak –, már nem beszélhetünk politikai alrendszeréről, hiszen az ilyen történeti események jellemzője épp a politikai rendszertelenség. A tömegkommunikációban a tömeg jelenlétének folytonossága miatt mindig a „palackon kívül” van, ugyanakkor a tömegkommunikációnak szerves részét is képezi, annak alkotóeleme.

Ha tömegkommunikációs alrendszeréről akarnánk beszélni, a tömeg alrendszeréről is beszélnünk kellene, ez pedig lehetetlenség. A jogban a professzionális szféra autopoietikussá válik, az elemi elkülöníthetők a civil szférától, a tömegkommunikációban azonban olyan magot, önmagának elegendő professzionális egységet, mely a rendszert kicsiben teljes totalitásátban leképezi, nem találunk.

Amikor valaki a szocialista időszakban alrendszerként tekintett a tömegkommunikációra, attól a politika alárendeltjeként a „szelep” szerepét várta el, amely a fölös társadalmi feszültségeket jól szabályozottan kiengedi. Máskor, ugyanebből a nézőpontból, a tömegkommunikációt – mivel nem volt több az újságírók együttesénél – bűnbaknak kiáltották ki. Ha viszont mezőként értelmezzük, se bűnbak, se szelep nem lehet, hiszen nem több, mint a társadalmi nyilvánosság része, melynek diskurzusában bizonyos vélemények letisztulnak. A tömeg aktív befogadó szerepének felismerése megóv minket attól, hogy a tömegkommunikációtól olyasmit várjunk, ami nem a feladata (Hovanyecz 1988).

Önmagában hiába különül el jól az intézmény a tömegektől, önmagában hiába állnak erős piaci kontroll alatt a médiumok, két különböző kultúrában az azonos struktúrák két különböző tömegkommunikációt is eredményezhetnek, azaz a modernizációs elméletek által kedvelt mozgólépcső, amely mindenkit ugyanoda szállít, s ahol csupán a résztvevők a lépcső különböző helyein – lejjebb-feljebb – tartózkodnak, a tömegkommunikáció esetében nem valósul meg. A török televízióban például egészen másképp jelenik meg a „nő”, ha az adó csak belföldi sugárzású, mint amikor műholdas. De azonos kultúrán belül is ugyanazok az újságírók ugyanolyan struktúrában is merőben mást művelhetnek, ha a tömegek értékítélete megváltozik.

A nyilvánosságnak, a közvéleménynek megvannak a maga szociológiai és szociálpszichológiai jellemzői, elég jól meg is ragadhatók, még olyan funkcióik is vannak, amelyek segítségével hatást gyakorolnak a médiumokra, csak hogy ezek a hatások igen változatosak lehetnek, és kultúrától függően alapjaiban formálhatják át a tömegkommunikáció mezejét.

A McCarthy korszakot idézzük példaként arra, hogy a szigorú hírérték alapján vett szelekció voltaképp megerősíthet egy hisztériát gerjesztő politikust is, hiszen a társadalom erkölcsileg is megingott, az olvasók és nézők nagy százaléka boszorkányüldözővé vált. Az a piaci elv, mely szerint a tömegek ízlésének meg kell felelni, valamint az a médiaetikai elv, hogy pártatlanul kell tájékoztatni, csak egyre jobban politikai válságba sodorta az országot. Mindebből elsőként mégis a média emberei törtek ki, annak ellenére, hogy a McCarthy tevékenységét megvilágító első műsorokkal a közvéleménykutatások adatai szerint a tömegek nagyobb része nem értett egyet. A média végül szembeállt a közvéleménnyel, kilépett a pártatlan tudósítói-közvetítői szerepből. Tehát vagy akkor nem funkcionált alrendszerként, amikor a közvetítői szerepből kilépett, és megfeledezett arról, hogy már a tömegek számára is a kommunista veszély propagálásának van hírértéke, vagy pedig akkor, amikor az addig kialakult morális normáit áthágta, és hajlamos volt a hatalomtól való félelem miatt eltorzulni.

Vagy a tömegek nyomása, vagy a munkahelyük féltése okozta, hogy az újságírók nem merték megvilágítani azt a tényt, hogy a kommunista veszedelem falra festése csupán egy

paranoiás ember műve. Ha viszont mezőként fogjuk fel a tömegkommunikációt, amely nem határozottan különül el a környezettől, akkor már nem is követelhetjük meg tőle az azonnali független tisztánlátást – ahogy azt például a jogtól elvárhatjuk.

Az Öböl-háború idején a CNN tudósításai szintén nemcsak a katonaság ellenőrzése miatt torzultak, hanem a tömegek igényei miatt is. A közönség azt akarta hallani, hogy a csúcstechnológiával felszerelt amerikai katonaság mérnöki precizitással dolgozott, és nem tett kárt a polgári lakosságban. Elég mozgékony tehát a tömegkommunikáció szakmai „mezeje”, s mi e szóval épp erre szeretnénk felhívni a figyelmet.

Szélsőséges esetekben érdekes módon épp a mező jellegű szerveződésektől várunk ellenállást, és a rendszerszerű szerveződésektől nem. Nem véletlen, hogy a mccartizmus ellen már nem a jog lépett fel, hanem a tömegkommunikáció és a politika. A jog tökéletesen beépült a náci rendszerbe is – igaz, a tömegkommunikáció úgyszintén –, de míg a jog önmagában emiatt nem szenvedett csorbát, addig a tömegkommunikáció igen. Egyetlen bíróság sem ítélt el azért, mert jogellenesen járt el a fasiszta Németországban. (Más a helyzet a kommunista idők koncepciói pereinél.) Az újságírók vagy a művészek viszont a joggal ellentétben már sokkal inkább felelősségre vonhatók a fasizmus terjedése miatt, mivel az ő esetükben az intézmény által kialakított dogmatika kevésbé kötelező érvényű. Erkölcsi megkülönböztetésünk oka az, hogy a tömegkommunikációt vagy a művészetet mezőnek, a jogot pedig rendszernek fogjuk fel.

A mező típusú társadalmi szerveződések a kis változásokkal szemben alig ellenállók, míg a nagy kiingásoknak könnyen ellenszegülnek. Ezzel szemben az alrendszerek a környezet kis változásaival szemben merevek – éppúgy, ahogy minden bürokratikus intézmény –, és a nagy változásokkal szemben tehetetlenek. Ha a tömegkommunikáció mező és nem alrendszer, akkor azon se mosolygunk cinikusan, hogy pár évvel később már Pulitzer-díjat lehetett szerezni azzal, ha valaki feltárta például a mccartizmus alatt elbocsátott újságírók küzdelmeit. Nem kétszínűség ez? Miért nem a konfliktus ideje alatt készültek ilyen tanulmányok, és miért nem akkor jutalmazta azokat a szakma? Míg rendszerelméleti szempontból ez valóban felfogható kétszínűségként, addig a tömegkommunikáció mezőként való értelmezésében a Pulitzer-díj nem utólagos megerősítése egy már eldőlt kérdésnek, hanem a konfliktusokat jól bemutató szakmai teljesítmény, amely méltán jutalmazható. Ahol rendszerről beszélünk, ott jogosan lehetnek azonnali elvárásaink, ahol mezőről, ott elvárásainknak is más milyeneknek kell lenniük.

Az alrendszerek hagyományos – Luhmann előtti – elméleti alapállásából igen könnyen juthatunk arra a következtetésre is, hogy a média, hirdetői és olvasói-vásárlói piac nem lévén, egy jól szervezett állandósult hatalmi struktúra, amely szükségképp uralkodik a társadalomban. (Lásd például a „mediokrácia” kifejezést.) Niklas Luhmann is felfigyelhetett a rendszerszemlélet ehhez hasonlatos hívogató zsákutcájára, s ezért is tette elmélete alapjává a „rendszer-környezet” viszonyt.

A Bourdieu-féle mezőfelfogás sem óv meg az egyoldalúságtól. Bourdieu nézőpontjából a médiát nem szemlélhetjük a valóságábrázolás eszközeként; fenomenológus érvekhez fogunk vonzódni, és a „hatalmi” képet éppúgy alakítjuk ki, mint a hagyományos rendszerelmélettel való azonosulás esetén.

Egy harmadik elméleti alapállás – például McLuhané – az elektronikus médiumokat találja az új világ letéteményesének, mely nélkül a valóság már nem is létezne. Ez már költészet, s erre a rendszerelméletek alig, és a mezőelméletek is csak kicsit fogékonyak.

## A MÉDIA RENDSZER ÉS MEZŐ VONATKOZÁSAI

A hírtevékenységre szűkített tömegkommunikáció szociológiai alrendszerként való felfogását még védhetőnek tartjuk, bár félő, hogy egy ilyen megközelítésben a közvélemény, a nyilvánosság aktív szerepe háttérbe szorul. Ha pedig a számítógépes tömegkommunikáció gyorsaságát, a feladóhoz való visszajelzés lehetőségét, az interaktív kommunikáció előretörését tekintjük a jövő tömegkommunikációjának, a tömegkommunikáció társadalmi alrendszerként való felfogásában épp ez az interaktivitás kerülhet háttérbe. A nyilvánosság visszajelzésének alakulása a tömegkommunikáció legfontosabb változáshordozója, s így a mezőnek ezen része érdemli majd meg a legtöbb figyelmet.

A média önmagával szemben is kialakít elvárásokat. Ezekben a hírértéket növelő etikai szempontokban felfedezhetjük az alrendszerre utaló jeleket, felfedezhetjük, hogy ezek az értékek így együtt inkább a médiára, mint a vallásra vagy a politikára érvényesek. Önmagukban ezek az értékek mégsem tudják kialakítani a rendszer határát, hiszen keverednek külső értékekkel, és ők maguk is megtalálhatók másutt (például status quo, felelősség a társadalomért, az igazság kiderítése stb.).

Tekintve, hogy a tömegkommunikációban a kapcsolat a tömegek és a médiumok között folyamatos, a médiumok függősége is igen nagy. A médiumoknak nincs olyan ellenállásuk az események spontaneitásával szemben, mint a jognak, a művészetnek, a tudománynak, s még a politikával szemben is bizonyos szféráikban állhatatlanul könnyen változnak a napi hírekhez igazodva (Barthes 1972). Márpedig a gyors átalakulási készség nem igazán rendszerszerű tulajdonság.

Mondhatjuk ugyan, hogy a média egy olyan rendszer, amelynek funkciója, célja a változások legmegfelelőbb észlelése, és az arra való reagálás. Hasonlatos ez a jövő autójában a fedélzeti számítógéphez, amely elboldogul helyettünk is a kormányval, a fékezéssel, a követési távolsággal, és funkciója szerint érzékeli a környezet állandó változását. Állíthatjuk, hogy az autó fedélzeti számítógépe az autó egy részrendszere. Az ilyen ingerválasz modellként működő rendszereket a biológiában idegrendszernek nevezik. Azt azonban aligha mondhatjuk, hogy a tömegkommunikáció a társadalom agya. Ebből a kijelentésből ugyanis az látszana, hogy kicsit túllőttünk a célon. Pontosan erről van szó. Ha a tömegkommunikációt rendszerként próbáljuk megragadni, kicsit túllövünk a célon. Mezőként viszont már bátrabban hangsúlyozhatjuk rendszerszerű tulajdonságait. Például azt, hogy az intézményi presztízs valamelyest mégiscsak ellenáll a közhangulat változásának, vagy hogy akár a reklámozó nagyvállalatok piaci érdekeivel szemben is ellenállást tud kifejteni – akár úgy, hogy egy vállalatról nem közöl rejtett reklámokat, akár úgy, hogy a vállalat szimpátiáját valamely politikai irányzattal nem teszi magáévá, még ha a reklámbevétel erre biztatná is. A magyar lapok külföldi tulajdonba kerülése felgyorsította az ilyen jellegű ellenállást.

A környezetétől az újságírás tehát bizonyos vonatkozásokban elkülönül. Az elkülönülés legfontosabb feltétele, a kor színvonalának megfelelő technikai eszközöz való hozzáférés azonban az utóbbi időben könnyebbé vált. Bárki, aki hozzájut például egy adóberendezéshez, már tömegkommunikálhat, s bárki, aki ma rajta van egy számítógépes hálózaton, ugyanezt teheti. Az utca emberei éppúgy megjelennek a tömegkommunikációban, mint a szociológus, a politológus, a történész, az irodalmár, a művész vagy bármely más professzió képviselője. Gyakorlatilag ők maguk is a mező részesei, azaz mindenki, aki például egy

stúdióbeszélgetésben, vagy akár egy filmben szerepel, a tömegkommunikáció kibocsátó-közlői oldalára kerülhet. A tömegkommunikációs szakértők szerepe természetesen nem elhanyagolható, ők hívják, szerkesztik, válogatják, szűrik az információt, szót adnak és vonnak meg, arcukkal a nézettséget, a hallgatottságot, az olvasottságot biztosítják, legalábbis, ha jó műsorkészítők hírében állnak. A média mező voltát tehát nemcsak az adja, hogy a tömeg vagy a hatalom könnyen megváltoztathatja a média stílusát, hanem az is, hogy létének feltétele csupán a technológia birtokbavétele.

De nézzük most egy kicsit a média rendszerszerű jelenségeit is. A tömegkommunikációban dolgozók – szokásos körülmények között – jól tudják, hogy mi a feladatuk (intézményesült funkció). Ez a tájékoztatás és a szórakoztatás, olykor pedig a nevelés. Másrészt tudják, hogy miképp tehetik ezt meg, milyen normáknak kell megfelelniük, és ezzel milyen konfliktusok vállalhatók fel a társadalom más területeivel (médiajog, médiaetika). Harmadsorban pedig állandóan foglalkoznak saját helyükkel, szerepükkel, sőt, erről a környezetet, azaz a nyilvánosságot is tájékoztatják (önmagukról való reflexió). E három szempontot kihangsúlyozva Luhmann ismert terminológiáját követtük (Luhmann 1987).

A tömegkommunikációs intézményrendszer, amely a XVIII. századtól a társadalom szerves részének tekinti magát, tulajdonképpen önreflexiója és normaalkítása segítségével építette ki saját magának ma ismert formáját. Ezzel csupán azt akarjuk mondani, hogy a fő mozgatórugó belülről jött, de nem elhanyagolható a külső behatás sem. A kialakuló értékeknek ugyan megvan a rendszerszerű önérdeke, ezek a hírértéket és a szórakoztatást növelő értékek, de ugyanilyen fontos a társadalom más szféráival – joggal, közvéleménnyel, piaci érdekek tiszteletben tartásával stb.-vel – való kiegyezése is.

Luhmann szerint autopoietikusnak nevezhető egy rendszer akkor, ha „azokat az elemeket, amelyekből a rendszer fölépül, mint funkcióegységeket maga a rendszer hozza létre, és ezen elemek minden kapcsolatukban egyszersmind biztosítják az önkonstrukcióra történő utalást is” (Luhmann 1994, 34). A tömegkommunikáció egészét vizsgálva azt kell mondanunk, hogy ott tiszta önkonstrukcióról nem lehet beszélni, hiszen számtalan értéket vall magáénak például az újságíró-társadalom, amely szakmai érték, ugyanakkor mégsem a rendszerből magából származik, hanem a környezettől elfogadott (például az áldozat védelme). Mivel vannak tisztán autopoietikus jelenségek is a tömegkommunikációs mezőben, Luhmann gondolatainak termékenységéhez nem fér kétség, de az autopoiezt, mint a tömegkommunikációt átölelő rendszerjellemző kiterjesztését nem tartjuk elfogadhatónak. Pontosabban, a tömegkommunikációt azért sem tekinthetjük rendszernek, mert egészét tekintve nem viselkedik autopoietikus, elkülönülő, önszerveződő egységként.

## A PIAC SZEREPE

Az intézmények oldaláról a vezérelv az érdeklődés felkeltése önnön termékeik iránt. Mindaz, ami érdekes vagy fontos, bekerülhet a tömegkommunikációba, méghozzá úgy, hogy az a laikus közönség számára is – amely egyébként lehet célzott részközönség – befogadható legyen. Míg a hírkészítők szelekciós szempontja az éppen érdeklődésre feltehetően számot tartó hírérték megléte vagy hiánya, addig az egész tömegkommunikáció szempontjából ilyen értékduál nem található, de legátfogóbb még mindig

maga az érdekes/érdektelen. Az érdektelen film, könyv, interjú, hír, reklám stb. ugyanis kihullik a tömegkommunikációs mező rostáján. Ugyanakkor ha mezőről, s nem alrendszeréről beszélünk, a luhmanni értékduál megkeresése, amellyel a rendszer határai kijelölhetők, már kevésbé fontos. Ezzel pedig megint csak közelebb jutottunk a tömegkommunikáció valódi természetéhez, nevezetesen ahhoz, hogy a társadalom szférái között közvetítői szerepet tölt be. (Nem olyan nagy felfedezés ez, hiszen maga a médium szó is erre utal.)

Másik jól ismert médiumunk a pénz, amely szintén közvetítő és társadalmi értékmérő szerepet játszik. A piac sem képez külön alrendszert, hiszen a legtöbb szférában aktívan jelen van. Rentabilitásra törekvő racionalitása egyaránt okoz konfliktusokat, de nélküle – mindaddig, míg az utópisták álma nem valósul meg – több a konfliktus, mint vele. Ezért amikor a kettős racionalitás jelentőségére akarjuk felhívni a figyelmet, a kérdést mindig úgy kell megfogalmazni, hogy miképp működne az adott mező, az adott alrendszer, ha nem lenne piac.

A művészet esetében, ha elhagyjuk a piacot, olyan kontraszelektív mechanizmusok indulnak be, amelyekre a szocializmus adott példákat. A galériában hivatalosan felértékelt kép az utcán gyakran már semmit sem ért, így a művészek megélhetése ugyan biztosított volt – legalábbis azoké, akiket az állam elfogadott művésznek –, de ezenkívül ösztönzést csak önmaguktól remélhettek. Mindez még csupán felpuhulást jelentett volna, e mellé azonban még az a kontraszelekció is társult, hogy a politikának megfelelő irányzatot követő érvényesülés volt a könnyebb. Az ideológiai nyomás mind a művészet, mind a tömegkommunikáció esetében nagyobb pusztítást tud véghezvinni, mint a piac.

A művészet esetében a piac nemkívánatos hatásaként szoktuk emlegetni az értéktelen giccstermelés növekedését. Fordítsuk meg itt is a kérdést. Ha elhagyjuk a tömegkultúrát, nincs, ami gátat szabjon az elvontságnak, amelyre a művészek és a művészi elit (kritikusok, galériák stb.) hajlandóságot mutatnak. Márpedig a tömegkultúra csak akkor funkcionálhat, ha piac is van; a prekapitalizmusban csupán törzsi, birodalmi vagy népi kultúráról, de nem tömegkultúráról beszélünk. A művészet mezejének harmadik tagját a szimbolikus tőkét termelő „mértékadó elit” adja, amellyel ezúttal nem kell foglalkoznunk, hiszen annak már nincs piaci vetülete.

- A művészetet azért hoztuk szóba, hogy kitérhessünk a tömegkommunikációval való hasonlóságára. Mindkettőnek megvan az a része, amely a piac hatására olyasmit is kitermel, amit az értelmiség fanyalogva fogad. Azonban mindkettőben a piac általi nyomás pozitív funkciója az érthetőségre, az érdekességre, a befogadhatóságra való kényszerítés. Ahogy a művészet alrendszerében nem kristályosodhat ki a művészi érték a piac nélkül, úgy a tömegkommunikációban sem történhet ez meg. A szocialista időszak azzal a tanulsággal szolgált, hogy a politikai szféra nyomását csak a piac tudja ellensúlyozni, s hogy a politikai nyomás, amennyiben túlhatalomra tesz szert, leépíti a tömegkommunikációt, a művészetet, a tudományt, sőt még magát a politikát is.

Ha a médiaháromszögből elhagyjuk a piacot – például a reklámot –, akkor voltaképp nem tudhatjuk, hogy van-e társadalmi szükséglet az adott médiatermékre. A reklám – legalábbis ott, ahol beszélhetünk reklámról – mind a magas presztízsű termék, mind a populáris termék, mind e kettő valamely szerencsés kombinációjában jelen van, s jelenléte egyfajta értékmérő is. A reklám és más piaci mechanizmusok nélkül a tömegkommunikáció tájékoztató, közvetítő jellege átalakul tanító-nevelő jellegűvé. Joggal állítható, hogy a közszolgálati médiából a piac kiszorítása javíthat is a minőségen, mindez azonban nem mondható el az egész tömegkommunikációs mezőre, amely a piac nélkül feltehetően elveszítené érdekességét és fogyasztásra alkalmas közvetítő jellegét.

A piac negatív hatásai közül a popularizáláson kívül – melynek, mint láttuk, pozitív funkciója is van – említsünk meg még valamit. Akinek pénze van, az a tömegkommunikáción keresztül is könnyebben szerez befolyást, s ilyenformán nincsen esélyegyenlőség a média mezején. A minőséget pedig a hozzáférés esélyei nem garantálják. (Tekintsünk itt el az információs társadalom utópista felfogásától, mely szerint mindenki részese lesz a nyilvánosságnak.)

Ha a médiaháromszögből elhagyjuk az intézményeket, a lap- és könyvkiadókat, a nevesített elektronikus adókat, a szakembergárdát, avagy ezek pozíciói egyszerűen csak meggyöngülnek, esetleg épp ellenkezőleg, monopolizálódnak, akkor nem beszélhetünk modern tömegkommunikációról. A tömegkommunikációs mezőben a professzionálódott oldal, hasonlóan a művészet kritikusaihoz és elitjéhez, mértékadó, társadalmi értékteremtő funkciót is ellát. A mező harmadik oldala, a tömegek piaci úton való koordinációs lehetősége nélkül azonban korlátlan értéktermelésre nyílna lehetőségük, így azonban, hogy a tömegek is részesei a médiamezőnek, a professzionálisok befolyásolási lehetősége a médiaverseny fennállása esetén erősen korlátozott.

## A TÖMEGKOMMUNIKÁCIÓS MEZŐ

A tömegkommunikációs mező a médiaháromszögből áll:  
– az intézményesedett könyv, film, újság, rádió, televízió ágból, ahol a professzionizálódás különböző aspektusai írhatók le;

– a piacból, ahol a társadalom gazdasági állapota, modernizációs szintje, a gazdasági törvények kényszerítő hatásai (például a nézettségi indexek utáni hajszá), a reklám és az állami támogatások aránya a meghatározó;

– a háromszög harmadik csúcsa pedig maga a tömeg, amelynek vonatkozásában a nyilvánosság és a közvélemény jellemzőit kell vizsgálnunk (tömegek pszichológiája, kulturális igényessége, tanultsága vagy tanulatlansága, politikai vonzalmak stb.).

A három terület egységes rendszert képez, s ezt nevezzük tömegkommunikációs mezőnek.

A Bourdieu-féle elemzésekből célszerű átvenni a mezőn belüli szakértők és a kívülálló laikusok közötti tranzakciók vizsgálatát, amely a tömegkommunikációnak voltaképpen lényege is. Szemben a vallási mezővel, ahol az üdvjavakat termelő papság számára a hívek valóban csak a „környezetet” adják – s így alig van különbség a „vallási mező” és a „vallási alrendszer” fogalma között –, a tömegkommunikációban – s ezt Habermastól is tudjuk – a nyilvánosság milyensége a meghatározó. A közvélemény és az egyéni vélemények megjelenése a nyilvánosságban a tömegkommunikációnak legalább annyira a magját alkotja, mint a professzionális újságíró hírszerkesztő tevékenysége.

Másrésről a piac jóvoltából a modern társadalmakban a tömegek is jóval nagyobb befolyással bírnak a tömegkommunikációra, mint a vallás esetén. Elegendő egy próféta, s hozzá egy tucat tanítvány, hogy külön vallásról beszélhessünk, és nem kritérium a nagyszámú egyetértő hívő sem ahhoz, hogy a már kiépült vallásos intézmény működjön, bár természetesen legitimációra itt is szükség van; a tét Bourdieu szerint épp az, hogy a szimbólumokat a versenyző csoportok miképp is tudják legitimálni.

A modern tömegkommunikációban ehhez hasonlatos csak néhány alapítványi jelleggel működtetett adó vagy újság lehet. A mezőn belüli szakértőknek a tömegkommunikáció kereskedelmi részében – és ez a nagyobb jelenleg – szüntelen keresniük kell a közönség kegyét. A tömegek a piacon keresztül ugyan, de a tömegkommunikációnak mégiscsak aktív tagját képezik, s a mező szempontjából nem passzívak, mint a vallások esetében. Általában elmondhatjuk, hogy minden olyan érv, amely a nyilvánosság, a közvélemény, a tömegek szerepére hívja fel a figyelmet, az elméleti megközelítés mezőként való felfogását erősíti a rendszerrel szemben. A mezőben a hangsúly a feszültségeken van, és így a változások okait jobban értelmezni tudjuk vele.

A legutolsó fontosnak vélt érvünk pedig, amely a tömegkommunikáció hírekre és alrendszerre való beszűkítése ellen szól, a média és a fogyasztói társadalom közti kapcsolatra utal. A szükséglet felkeltésében a modern társadalmakban a média vált a legfontosabbá. (William–Stephen–Sut 1988) Az újságok létrejöttüket ugyan a hírek iránti keresletnek köszönhetik, ugyanakkor mai feladatuk sokkal inkább a „hiány”, a „szükséglet” előidézése. S nem csupán tárgyak, de eszmék, gondolatok, s általában információk iránti igények felkeltéséről kell beszélnünk. A média legfontosabb funkciója ma így voltaképp nem más, mint a fogyasztói társadalom újratermelése. Ennek a feladatnak a hordereje pedig nem bemutatható, ha csak a hírekkel foglalkozunk.

A fogyasztói társadalom újratermelésének funkcióját nemcsak negatívan lehet értelmezni. A hangsúlyt mi nem is a hatalommal rendelkezők tömegkommunikációs befolyásolására tesszük, mint ahogy például Gerbner teszi. Egyszerűen csak arra gondolunk, hogy míg egy használati tárgy avagy létmód a luxusból szükségletté válásának útja a média előtti időkhöz hosszú időt igényelt, addig ma ez jócskán lerövidült. Miért is vennénk meg a legújabb gépeket, szellemi termékeket és egyéb javakat, ha nem hinnénk abban, hogy azok jobbak a tegnapiánál? S mi tudja felkelteni a tömeges érdeklődést, ha nem maga a média? Nem árt, ha tudjuk, hogy ez a funkció is rendkívül fontos, s hogy a modern gazdaság a média híján összeroppanna.

Mindezek miatt a tömegkommunikációt olyan mezőként javasoljuk vizsgálni, amely a médiaháromszög minden tagjára kiterjed, s amely kifejezés ugyanakkor az önszerveződés funkcionális rendszerelméleti vonásait sem hanyagolja el.

## JEGYZET

---

<sup>1</sup> Kettős racionalitáson a következőt értjük. Az adott alrendszer értékduálja (vagy a mező értékszem-pontjai, önnön racionalitása) párosul a rentábilis, nem rentábilis piaci duállal, és ez az összefonódás több előnnyel, mint hátránnyal jár (Kiss Zs. P. 1992).

## IRODALOM

---

- Barthes, R.: A napihír struktúrája. In: Hankiss, E. (szerk.): *Strukturalizmus*. Európa Kiadó, 1972.  
 Bourdieu, P.: *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése*. Gondolat Kiadó, 1987.  
 Bourdieu, P.: A politikai mező. *Valóság*, 1987/1.  
 Fink, C.: *Media Ethics*. McGraw–Hill, New York, 1988.

- Hovanyecz, L.: Tömegkommunikáció, ideológia, erkölcs. In: Csibra, I.–Nuber, I. (szerk.): *Erkölcs és világnézet*. Kossuth Kiadó, 1988.
- Jakab, Z.: Megszerkesztett valóság. TK. Műhely, 1980/19.
- Kiss, Zs. P.: A piac két arca és a kettős racionalitás. *Valóság*, 1992/8.
- Luhmann, N.: Rendszerelmélet, fejlődéselmélet, kommunikációelmélet. *Szociológiai füzetek* 42, 1987.
- Luhmann, N.: Szociális rendszerek. In: Cs. Kiss, L.–Karácsony, A. (szerk.): *A társadalom és a jog autopoietikus felépítése*. Budapest, 1994.
- McQuail, D.: *Mass Communication Theory*. Sage Publications, London, Beverly Hills, New Delhi, 1993.
- Ogilvy, D.: *A reklámról*. Park Kiadó, 1990.
- Pokol, B.: *A professzionális intézményrendszerek elmélete*. Felsőoktatási Koordinációs Iroda, 1991.
- Pokol, B.: Bourdieu elméletének alapkategóriái. *Elméleti Szociológia*, Miskolc, 1995/2.
- Vivian, J.: *The Media of Mass Communication*. Allyn and Bacon, Boston–London–Toronto, 1991.
- William, L.–Stephen, K.–Sut, J.: *Social Communication in Advertising*. Nelson Canada, New York, 1988.



Terestyéni Tamás

## FUNKCIONÁLIS ILLITERÁCIÓ<sup>1</sup>

**T**apasztalataink szerint hazai földön a társadalmi kommunikáció jelenségvilágát a kutatók és az érdeklődő közönség is hajlamos pusztán a média és a politikai nyilvánosság területeire szűkíteni, némileg háttérbe szorítva többek között olyan problémaköröket, mint a különféle kommunikációs készségek és jártasságok széles rétegeket jellemző visszamaradottsága és az ebből fakadó társadalmi hátrányok. Jelen dolgozatunkkal egy ilyen természetű, érzésünk szerint a súlyához képest Magyarországon kevésbé vizsgált kommunikációs problémára szeretnénk felhívni a figyelmet.

A modern – gyakran információsnak is nevezett – társadalmakban a munkamegosztásban (annak kedvezőbb pozícióiban) való részvételhez, a demokratikus állampolgári jogok gyakorlásához, a hatékony érdekérvényesítéshez, általában az érvényesüléshez, a boldoguláshoz az információkezelő, információ-feldolgozó kommunikációs készségeknek és jártasságoknak gazdag és kidolgozott készletére van szükség. Aki nem vagy csak korlátozottan rendelkezik ezen információs-kommunikációs készségekkel, óhatatlanul a munkaerőpiac, a kultúra, a jogrendszer periferiájára szorul; ráadásul a szociolingvisztika tapasztalatai szerint az információs-kommunikációs hátrányokban (is) manifesztálódó szocio-kulturális depriáció generációról generációra újretermelődhet és elmélyülhet.

## AZ ÍRÁS- ÉS OLVASÁSNÉLKÜLISÉG JELENSÉGE

**A**(z orális anya)nyelvi kód többé-kevésbé kidolgozott változatainak birtoklásán túl a mindennemű nehézség nélküli írni, olvasni, számolni tudás az, amit a legújabb kor társadalmi állampolgáraiktól feltétlenül elvárnak. Ezen tudások birtoklása nélkül nem lehet bekerülni az iskolai oktatás magasabb szintjeire; az írni, olvasni, számolni nem vagy csak korlátozottan tudó ember nem vagy csak nehézkesen képes használni a modern technikai eszközöket; alkalmatlanná válik arra, hogy az éppen adott helyzetnek vagy ambícióinak megfelelően újabb és újabb készségeket és ismereteket sajátítson el, vagyis hogy – ha szükséges – egész életén keresztül tanuljon; mindennek következtében csökkennek az esélyei arra, hogy tartósan álláshoz jusson; korlátozott kommunikációs készségei korlátozhatják is-

meretszintjét is, világképe beszűkülhet, személyisége kiszolgáltatottá válhat a társadalomromboló ideológiákkal szemben; és még hosszasan lehetne sorolni a veszélyeket.

A világ fejlettebb régióiban hosszú időn keresztül úgy tűnt, hogy a kiépült iskolarendszer, az általános elemi szintű tankötelezettség, a tanulási lehetőségek gazdag kínálata, a pedagógiai módszerek fejlődése az írás- és olvasásnélküliség, az analfabetizmus jelenségét teljességgel felszámolta; ha egy-egy eset előfordult is, az már inkább kuriózumnak, nem pedig megoldásra váró társadalmi problémának minősült. A hatvanas évek végétől, a hetvenes évek elejétől – párhuzamosan azzal, hogy a kizárólagosan fizikai természetű munka részaránya és relatív jelentősége az intellektuálisabb tevékenységekkel szemben erőteljes csökkenésnek indult, és a modern technikák és technológiák terjedésével az írásbeliség szerepe McLuhan jóslatával ellentétben nemhogy visszaszorult volna, hanem éppen növekedett – kezdtek felfigyelni arra, hogy a munkaerőpiacon jelentkező (fiatal) felnőttek nem kis hányada, bár legalábbis elemi szinten járt iskolába és valamikor tanult írni, olvasni, számolni, nem tud megfelelni bizonyos munkaköri követelményeknek, mivel a szóban forgó készségei túlságosan gyengék ahhoz, hogy képes és kellőképpen nyitott legyen új ismeretek és új eljárasmódok elsajátítására. Ezt a jelenséget funkcionális analfabetizmusnak vagy – manapság szívesebben használt terminussal – funkcionális illiterációnak nevezték el.

A funkcionális illiteráció nem feltétlenül vagy nem elsősorban analfabetizmust, azaz teljes írástudatlanságot jelent, hanem az írási, olvasási, számolási készségeknek egy olyan korlátozott, visszamaradt szintjét, amely nem felel meg a kor követelményeinek. A funkcionális illiteráció fogalma által fedett jelenségek kör valójában egy kontinuum, amelynek a teljes analfabetizmus az egyik szélső pontját jelenti, és amely ezen szélső ponttól fokozatok sokaságán keresztül terjed a minden nehézség nélküli írás, olvasás, számolás képességéig.

Mivel a funkcionális illiteráció – egészen kis számú esetet leszámítva – olyanokat érint, akik legalábbis elemi szinten jártak iskolába, a jelenséget sokan hajlamosak egyedül az iskolai oktatás gyengeségére, kevésbé hatékony voltára visszavezetni. Az okok azonban bizonyára összetettebbek, kezdve a hátrányos szocio-kulturális helyzettől a kedvezőtlenebb egyéni adottságokon (például dyslexia) keresztül a már egyszer az iskolában megszerzett írásbeliséget felnőttkorban elveszni hagyó szellemi restségig.

A funkcionális illiteráció a fejlett világ országaiban – különösen az Egyesült Államokban és Kanadában, de egyre inkább Nyugat-Európában is – mintegy másfél évtizede igen intenzíven kutatott jelenség. A vizsgálatok tapasztalatai szerint az OECD-országokban „a funkcionális írástudatlanság által érintett népesség általában a 15 éven felüliek 20 százaléka körül van.”<sup>2</sup> A nyolcvanas évek közepéről származó vizsgálati adatok egyértelműen arra utalnak, hogy Magyarországon sem jobb a helyzet: egy 1985-ben végzett országos reprezentatív adatfelvétel szerint a felnőtt magyar lakosságnak akár az egynegyede is érintve lehet a funkcionális illiteráció súlyosabb vagy kevésbé súlyos fokozatai által.<sup>3</sup> A kilencvenes évek elejétől a munkanélküli-központok tapasztalatai már a szélesebb nyilvánosság figyelmét is felhívták az át- és továbbképzésnek a funkcionális illiterációból fakadó korlátaira.

Egy tíz évvel korábban végzett vizsgálat megismétléseként, 1995 őszén a 18 éven felüli lakosság nem, életkor, iskolázottság és településtípus szerint reprezentatív országos mintáján kérdőíves adatfelvételt végeztünk annak feltérképezése céljából, hogy a kilencvenes évek közepének Magyarországon milyen elterjedtségű és milyen súlyú problémát jelent a funkcionális illiteráció.<sup>4</sup>

Az eredmények ismertetése előtt előre kell bocsátanunk egy módszertani megjegyzést. A funkcionális illiteráció vizsgálatában nemzetközi szinten példamutatónak számító kutatások az írás-olvasási szokásokra vonatkozó kérdéseken túlmenően növekvő nehézségi fokú kompetenciateszteknek olyan sorozataira épülnek, amelyekben a vizsgálati személyeknek a legegyszerűbb írásos-olvasásos feladatoktól indulva (például név, születési hely és időpont, lakóhely stb. rovatokat tartalmazó adatlap kitöltése, adott szavak megkeresése egy szövegben stb.) egyre bonyolultabb lépéseken keresztül (például meghatározott információk kikeresése különböző szövegekből, mondatok parafrázisainak azonosítása, illetve képzése stb.) komplex információfeldolgozó műveleteket igénylő feladatok (például különféle szövegekből adódó – logikai – következtetések levonása, adott helyzeteknek megfelelő szövegek produkálása stb.) megoldásán kell keresztülmenniük. A tesztek alkalmazása lehetővé teszi, hogy a kutatók ne csak a vizsgálati személyeknek az írás-olvasási szokásairól szóló meglehetősen megbízhatatlan önbeszámolóiból és az információkezelő képességeik szubjektív önértékeléséből vonjanak le következtetéseket, hanem objektív eszközökkel mérhessék a képességek és készségek tényleges szintjét. Az ilyesféle kompetenciatesztek tartalmazó felmérések – különösen, ha az alapvető társadalmi-demográfiai ismérvek (nem, életkor, lakóhely típusa, iskolázottság, foglalkozás) szerinti országos reprezentativitásra törekszenek – rendkívül költségesek. Az ismertetendő vizsgálatban együttműködő intézmények azonban együttesen is csak erősen korlátozott pénzügyi eszközökkel rendelkeztek, így kiterjedt tesztek végzésére nem volt lehetőség. Adatfelvételünk végül is három blokkot tartalmazott:

- az első rész a szokásos sztenderdizált kérdőíves technikával a vizsgálati személyeknek a magánszférához kötődő olvasási-írási szokásairól gyűjtött adatokat;
- a második rész ugyanilyen módszerrel az információkezelésnek azokat az alapvető követelményeit igyekezett feltérképezni, amelyekkel a vizsgálati személyek mindennapi munkavégzésük közben találkozhatnak, illetve találkoztak;
- végül a harmadik rész egy helyesírási és nyelvtani tesztet tartalmazott, amellyel a kérdezettek olvasási-írási készségeiről kívántunk – legalább elemi szinten – adatokat gyűjteni.

Bár a részletesebb és nehezebben kérdezhető tesztek alkalmazásáról le kellett mondanunk, a vizsgálat eredményei arra mindenképpen alkalmasak, hogy a funkcionális illiteráció problémájára felhívják a közfigyelmet, és a jelenség mélyebbre ásó vizsgálatára, illetve ami még fontosabb lenne, a helyzet javítási lehetőségeinek keresésére ösztönözzenek.

## OLVASÁSI-ÍRÁSI SZOKÁSOK A MAGÁNSZFÉRÁBAN

A tömegkommunikáció nyomtatott termékeinek fogyasztásával kapcsolatos hazai (olvasás-szociológiai és egyéb) vizsgálatok sokasága jelezte már, hogy a magyar társadalom meglehetősen nagy hányadának életében a könyv, a sajtó, az olvasás szinte semmilyen szerepet sem játszik. 1995. őszi kutatásunk eredményei is – egyébként a tíz évvel korábbi felmérésünk adataival egybecsengve<sup>5</sup> – egyértelműen azt mutatták, hogy a 18 éven felüliek jelentős része egyáltalán semmit sem olvas, vagy ha mégis, akkor is csak elvétve. (1., 2. és 3. táblázat)

1. táblázat

*Mikor olvasott könyvet utoljára? (százalék)*

|                  |     |
|------------------|-----|
| 1 évnél régebben | 34  |
| Néhány hónapja   | 15  |
| Néhány hete      | 10  |
| Néhány napja     | 8   |
| Most is olvas    | 33  |
| Összesen         | 100 |
| N                | 987 |

2. táblázat

*Olvas-e napilapot? (százalék)*

|                    |     |
|--------------------|-----|
| Nem                | 23  |
| Havonta néhányszor | 4   |
| Hetente néhányszor | 21  |
| Mindennap          | 52  |
| Összesen           | 100 |
| N                  | 998 |

3. táblázat

*Olvas-e hetilapot, havilapot, folyóiratot? (százalék)*

|               |     |
|---------------|-----|
| Nem olvas     | 21  |
| Ritkán olvas  | 24  |
| Gyakran olvas | 55  |
| Összesen      | 100 |
| N             | 999 |

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, alkalmyszerűen olvasnak, és 47 százalékot azok, akik legalább egyféle nyomtatott terméket rendszeresen, gyakran olvasnak.

Nem kedvezőbbek az írási szokásokra vonatkozó adatok sem, sőt – úgy tűnik – az olvasásnál nagyobb aktivitást és intellektuális erőfeszítést igénylő tollforgatás az emberek

jelentős részének életében még kevésbé jut szerephez, mint a könyvek vagy a sajtótermékek tartalmával való ismerkedés. (4. és 5. táblázat)

4. táblázat  
*Szokott-e magánlevelet írni? (százalék)*

|          |     |
|----------|-----|
| Nem      | 44  |
| Ritkán   | 36  |
| Gyakran  | 20  |
| Összesen | 999 |
| N        | 100 |

5. táblázat  
*Készít-e magánjellegű feljegyzéseket? (százalék)*

|          | Vezet-e határidőnaplót? | Ír-e naplót? | Írja-e a kiadásait |
|----------|-------------------------|--------------|--------------------|
| Nem      | 79                      | 93           | 72                 |
| Igen     | 21                      | 7            | 28                 |
| Összesen | 100                     | 100          | 100                |
| N        | 992                     | 997          | 999                |

Mint ez (a korábbi vizsgálatok alapján) várható volt, az olvasási-írási szokások a leg-szorosabb összefüggést mutatják az iskolázottsággal és az életkorral: minél alacsonyabb az iskolázottság és minél magasabb az életkor, annál valószínűbb a magánszférában az olvasásnak és az írásnak a hiánya vagy legalábbis ritkasága. (A 6. és 7. táblázat ezt az össze-függést demonstrálja az olvasás vonatkozásában.) Az életkor az iskolázottság hatását még fel is erősíti, mivel egyfelől az életkorral csökken az iskolázottsági szint, másfelől idős kor-ban szaporodnak az olyan egészségi, társas életi, szociális és egyéb kedvezőtlen tünetek (a látás romlása, a kapcsolatok beszűkülése, bizonyos fokú érdektelenség kialakulása, a köny-vek és a sajtótermékek megfizethetlensége stb.), amelyek a kommunikációs aktivitást visszavetik. (Közbevetőleg megjegyezzük: elsősorban ezek a magas életkorból adódó kor-látozó tényezők magyarázzák, hogy a legmagasabb iskolai végzettségű csoportokban is jelentős arányban akadnak – többnyire idős korú – olvasás- és írásnélküliek.)

6. táblázat  
*A nem vagy alig olvasók aránya iskolázottsági csoportokban (százalék)*

|             | Nem vagy alig olvas |           |                     | N   |
|-------------|---------------------|-----------|---------------------|-----|
|             | könyvet             | napilapot | egyéb sajtóterméket |     |
| 1–5 osztály | 71                  | 58        | 68                  | 41  |
| 6–7 osztály | 67                  | 41        | 64                  | 81  |
| 8 általános | 53                  | 32        | 48                  | 219 |
| Szakm.képző | 32                  | 19        | 40                  | 257 |
| Középiskola | 16                  | 14        | 41                  | 286 |
| Főiskola    | 4                   | 8         | 26                  | 73  |
| Egyetem     | 7                   | 14        | 38                  | 42  |

7. táblázat

A nem vagy alig olvasók aránya életkori csoportokban (százalék)

|            | Nem vagy alig olvas |           |                     | N   |
|------------|---------------------|-----------|---------------------|-----|
|            | könyvet             | napilapot | egyéb sajtóterméket |     |
| 20–29 éves | 24                  | 20        | 43                  | 185 |
| 30–39 éves | 28                  | 25        | 40                  | 193 |
| 40–49 éves | 27                  | 23        | 42                  | 203 |
| 50–59 éves | 38                  | 25        | 43                  | 134 |
| 60 felett  | 51                  | 37        | 54                  | 260 |

Bár a teljes vagy részleges olvasásnélküliség szinte magától értetődő módon a leg-szorosabban összefügg az alacsony iskolázottsággal és (részben ezen keresztül) a magas életkorral, a 6. és a 7. táblázat adatait szemlélve mindenképpen fel kell figyelni arra, hogy egyfelől a nem vagy alig olvasók a fiatalabb korosztályokban is igen jelentős hányadot tesznek ki, másfelől valamennyit még az egyáltalán nem vagy csak alig olvasók is jártak iskolába, következésképpen tehát valamikor tanultak írni-olvasni, de a tanultakat – feltehetően nem utolsósorban az ilyen irányú motiváltság hiányában – nem gyakorolják, esetleg már teljesen el is hagyták.

## MUNKAVÉGZÉS KÖZBEN HASZNÁLT KOMMUNIKÁCIÓS KÉSZSÉGEK

Kutatásunk második részében arra vonatkozóan gyűjtöttünk adatokat, hogy a kérdezettek munkavégzésének részét képezi-e, illetve képezte-e valamikor olyan alapvető kommunikációs műveletek gyakorlása, mint

- az olvasás (dokumentumok, előterjesztések, beszámolók, javaslatok, tervek, jelentések, hivatalos levelek, szakirodalom stb. olvasása),
- az írás (hivatalos levelek, jelentések, dokumentumok, előterjesztések, javaslatok, tervek, tanulmányok stb. előállítása),
- a számolás (számolási műveletek és mérések végzése, különféle adatok, statisztikák készítése és értelmezése, számfejtés, könyvelés, programozás stb.)
- és a rajzolás (beleértve a munkához tartozó mindennemű képi vagy egyéb vizuális információ előállítását, kezdve a műszaki rajztól és modellezéstől a formatervezésen keresztül az ábrázoló művészetekig).

8. táblázat

*Munkavégzés közben kell(ett)-e olvasnia, írnia, számolnia, rajzolni? (százalék)*

|          | Olvasás | Írás | Számolás | Rajzolás |
|----------|---------|------|----------|----------|
| Soha     | 58      | 61   | 44       | 81       |
| Néha     | 12      | 12   | 15       | 10       |
| Gyakran  | 30      | 27   | 41       | 9        |
| Összesen | 100     | 100  | 100      | 100      |
| N = 993  |         |      |          |          |

Az eredményeket összefoglaló 8. táblázat egyértelműen azt mutatja, hogy a kérdezettek nagyobbik hányada sohasem vagy csak néha végez, illetve végzett olyan munkát, amelyhez valamilyen literációs képességre vagy készségre van, illetve lett volna szükség. Az olvasási, írási és számolási műveletek gyakorlását egyetlen háromfokozatú mutatóba összevonva azt állapíthatjuk meg, hogy a kérdezettek 44 százaléka egyik kommunikációs tevékenységet sem gyakorolja (vagy gyakorolta) a munkájában, 26 százalék legalább az egyiket ritkán, és 30 százalék legalább az egyiket gyakran.

Közbevetőleg persze meg kell jegyeznünk, hogy számos olyan szakma, amely magasabb kvalifikációt és összetett intellektuális műveleteket feltételez, a mindennapi rutin-feladatok megoldásához – legalábbis a munka érdemi részeként – egyáltalán nem igényel sem írást, sem olvasást, sem számolást. Lehetséges például, hogy egy autószerelő vagy egy műszerész nem végez számításokat, nem ír és nem olvas dokumentumokat, miközben autókat vagy műszaki eszközöket javít (természetesen most figyelmen kívül hagyva olyasféle, a munkafeladat lényege szempontjából „mellékes” műveleteket, mint a munkafellevő lap kitöltése vagy a számla elkészítése), szakmai kompetenciája mégis bonyolult tudás-anyagra épül, és fizikai aktusai közben is összetett, kreatív jellegű információ-feldolgozást végez (megfigyelései alapján valamely szerkezet hibájára következtet, gondolatilag megtervezi a javítás módját, műszereken ellenőrzi a javítás eredményét stb.), ha ezeket a műveleteket nem is rögzíti papíron vagy egyéb formában.

Viszonylag legnagyobb arányú a matematikai jellegű műveletek alkalmazása, ami nyilvánvalóan abból adódik, hogy a szó szorosabb értelmében vett adatfeldolgozó munkakörökön túl számos egyéb pénzkereső tevékenység, például a kereskedelem, továbbá a fizikai (szak)munkák jelentős hányada is igényel számolást, méréseket, kvantitatív dokumentálást. Az olvasás, de még inkább az írás (követelményének) gyakorisága lényegesen kisebb, a képi és egyéb vizuális információkkal kapcsolatos műveletek előfordulása pedig egészen alacsony a munkafeladatokban.

Mivel az alkalmazottak iskolai végzettsége szokásos esetben közvetlenül megfelel a kvalifikáltabb munkakörök sokszor formálisan is meghatározott képzettségi követelményeinek, a vizsgálati személyeknek a munkavégzéshez kapcsolódó információkezelő és kommunikációs tevékenysége a legszorosabban összefügg az iskolázottsággal. Ez természetesen egyáltalán nem meglepő, az viszont mindenképpen elgondolkodtató, hogy a 9., 10. és 11. táblázat adatai szerint a fiatalabb korosztályokban is igen magas azoknak az aránya, akik olyan munkát végeznek, amelyhez nem szükségesnek olvasási, írási és számolási készségek.

9. táblázat

*Olvadási követelmények munkavégzés közben életkori csoportokban (százalék)*

|          | 20–29 éves | 30–39 éves | 40–49 éves | 50–59 éves | 60 év felett |
|----------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| Soha     | 59         | 56         | 52         | 60         | 74           |
| Néha     | 15         | 16         | 14         | 11         | 5            |
| Gyakran  | 26         | 28         | 34         | 29         | 21           |
| Összesen | 100        | 100        | 100        | 100        | 100          |
| N        | 183        | 193        | 202        | 134        | 260          |

10. táblázat

*Írási követelmények munkavégzés közben életkori csoportokban (százalék)*

|          | 20–29 éves | 30–39 éves | 40–49 éves | 50–59 éves | 60 év felett |
|----------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| Soha     | 59         | 57         | 52         | 61         | 74           |
| Néha     | 15         | 16         | 14         | 10         | 5            |
| Gyakran  | 26         | 27         | 34         | 29         | 21           |
| Összesen | 100        | 100        | 100        | 100        | 100          |
| N        | 183        | 193        | 202        | 134        | 260          |

11. táblázat

*Számolási követelmények munkavégzés közben életkori csoportokban (százalék)*

|          | 20–29 éves | 30–39 éves | 40–49 éves | 50–59 éves | 60 év felett |
|----------|------------|------------|------------|------------|--------------|
| Soha     | 37         | 36         | 30         | 52         | 62           |
| Néha     | 21         | 18         | 16         | 13         | 8            |
| Gyakran  | 42         | 46         | 54         | 35         | 30           |
| Összesen | 100        | 100        | 100        | 100        | 100          |
| N        | 183        | 193        | 202        | 134        | 260          |

Nem kétséges, hogy vizsgálati eredményeinkben a magyar gazdaság és társadalom-szervezés alacsony technikai-technológiai színvonala, vagyis az tükröződik, hogy a kínált munkalehetőségek jelentős hányada semminemű intellektuálisabb készséget nem igényel a munkavállalóktól. Külön is fel kell hívnunk a figyelmet arra, hogy miközben a fejlett világban információs-kommunikációs forradalmat emlegetnek, adataink szerint a munkavégzésben megkövetelt információs-kommunikációs készségek terén Magyarországon nem következett be érdemi változás a nyolcvanas évek közepéhez képest: 1995. évi adataink szinte teljes pontossággal megegyeznek a tíz évvel korábbi felmérésünk eredményeivel.

Érdemes megemlíteni, hogy a kérdezettek 77 százaléka soha semmilyen kapcsolatba nem került számítógéppel; 12 százalék állítja magáról, hogy rendszeresen használ számítógépet, és majdnem ugyanekkora hányad – 11 százalék – számolt be arról, hogy néha dolgozik (vagy játszik) számítógépen. 14 százalékot tett ki azoknak aránya, akiknek otthonában van PC.

A helyesírási és nyelvtani hibák felismerése a tapasztalatok szerint meglehetősen közvetlen és megbízható indikátora annak, hogy valaki milyen szintű olvasási-írási készségekkel rendelkezik. 1985. évi felmérésünkben a kérdezetteknek egy egyszerű szövegben öt helyesírási és öt nyelvtani hibát kellett felismerniük. (Csak a hibák észlelésének aláhúzással történő jelölését, nem pedig – helyes – javítást kértünk a vizsgálati személyektől.) Az összehasonlíthatóság céljából 1995 őszén ugyanezt a szövegjavítási tesztet alkalmaztuk. A hibás szöveg a következő volt:

„Mostanában nem szívesen utazok vonattal. A pályaudvar állandóan tömvevan sok, külföldről érkezett, tülekedő és hangoskodó turistákkal. Az ember hiába meresztli a szemét, nem lássa, hol van szabad hely. Ma reggel végre észrevettem egy szabad padot a váróterem sarkába. Gyorsan odaszaladtam , hogy pihennyek egy kicsit. Egy másik ember is sietet a padhoz, de én előbb odaértem. Mielőtt leültem, megkérdeztem az eggyik szomszédomtól, hogy nem-e késik a vonatom. Megtuttam tőle, hogy még bőven van időm.”

A vizsgálati mintának mintegy 3 százaléka – főképpen idős emberek – zárkózott el a hiba-javítási teszt megoldásától. A feladatot nem vállalók kivétel nélkül azok közül kerültek ki, akik a mindennapokban nem vagy alig olvasnak és írnak.

A hibák jellegétől függően meglehetősen nagyok voltak az eltérések az egyes esetek javítási arányai között, egészében véve mindenesetre egyértelműen megállapítható, hogy a vizsgálati személyek jelentős hányada mind a helyesírási, mind a nyelvtani hibákat javítatlanul hagyta. (12. és 13. táblázat) Ez újfent megerősíti azt a korábbi tapasztalatot, hogy a felnőtt lakosság nem kis hányada igen gyenge olvasási-írási készségekkel és gyakorlattal rendelkezik.

12. táblázat

*Helyesírási hibák javítása (százalék)*

|             | Javított | Nem javított | Összesen |
|-------------|----------|--------------|----------|
| „tömvevan”  | 67       | 33           | 100      |
| „pihennyek” | 76       | 24           | 100      |
| „sietet”    | 49       | 51           | 100      |
| „eggyik”    | 55       | 45           | 100      |
| „megtuttam” | 65       | 35           | 100      |
| N = 962     |          |              |          |

13. táblázat  
Nyelvtani hibák javítása (százalék)

|                   | Javította | Nem javította | Összesen |
|-------------------|-----------|---------------|----------|
| „utazok”          | 23        | 77            | 100      |
| „sok turistákkal” | 17        | 83            | 100      |
| „lássa”           | 66        | 34            | 100      |
| „sarkába”         | 41        | 59            | 100      |
| „nem-e késik”     | 46        | 54            | 100      |
| N = 962           |           |               |          |

A javítások együtt járását nézve: a helyesírási hibák közül az összeset javította a kérdezettek 33 százaléka, három-négy hibát javított 30 százalék, kettőt vagy annál kevesebbet javított 37 százalék. A nyelvtani hibák esetében az összeset javította 6 százalék, három-négyet javított 31 százalék, és kettőt vagy annál kevesebbet 61 százalék. A nyelvtani hibák felismerése tehát lényegesen gyengébben sikerült, mint a helyesírásiaké. Ennek magyarázata egyfelől az lehet, hogy a hibás, és ezért szokatlan íráskép még a keveset olvasóknak is szemet szúrhatott. Másfelől a nyelvtani hibák gyenge felismerésében szerepet játszhatott, hogy szociolingvisztikai tapasztalatok szerint a tesztben szereplő nyelvtani hibák egy részénél (például az ikes ige nem ikes ragozásánál) az emberek jelentős hányadának – különösen a kevésbé literátusoknak – a normaérzéke meglehetősen bizonytalan.

Az 1985. évi és az 1995. őszi adatfelvétel adatai között a hibajavítások terén sem tapasztaltunk érdemleges különbséget, és ez megint azt jelzi, hogy össztársadalmi méretekben egy teljes évtized alatt sem következett be pozitív változás a literációs készségekben.

A hibajavítási tesztek eredménye magától értetődő módon ismét az iskolázottsággal és az életkorral mutatja a legerősebb összefüggést (14. és 15. táblázat). Itt is fel kell figyelünk azonban arra, hogy a teszt által jelzett gyenge olvasási-írási készségekkel rendelkezők is kijártak legalább néhány iskolai osztályt, sőt sokan befejezett általános iskolai vagy magasabb végzettséget is magukénak mondhatnak, másfelől a helyesírási és nyelvtani készségek gyengesége a fiatalabb korosztályokban is regisztrálható, ha nem is olyan mértékben, mint az idősebbek csoportjaiban.

14. táblázat  
A nyelvtani hibákat nem észlelők aránya iskolázottsági csoportokban (százalék)

|             | „utazok” | „sok turistákkal” | „lássa” | „sarkába” | „nem-e késik” | N   |
|-------------|----------|-------------------|---------|-----------|---------------|-----|
| 1–7 osztály | 96       | 95                | 83      | 89        | 83            | 107 |
| 8 általános | 86       | 94                | 53      | 80        | 76            | 212 |
| Szakm.képző | 82       | 90                | 33      | 66        | 59            | 252 |
| Középiskola | 66       | 73                | 13      | 40        | 34            | 278 |
| Főiskola    | 58       | 58                | 4       | 24        | 19            | 72  |
| Egyetem     | 54       | 56                | 2       | 17        | 17            | 41  |

15. táblázat

*A nyelvtani hibákat nem észlelők aránya életkori csoportokban (százalék)*

|            | „utazók” | „sok turistákkal” | „lássá” | „sarkába” | „nem-e késik” | N   |
|------------|----------|-------------------|---------|-----------|---------------|-----|
| 20–29 éves | 72       | 74                | 20      | 52        | 46            | 185 |
| 30–39 éves | 74       | 83                | 29      | 49        | 46            | 191 |
| 40–49 éves | 73       | 82                | 28      | 55        | 46            | 202 |
| 50–59 éves | 79       | 83                | 41      | 69        | 59            | 128 |
| 60 felett  | 84       | 91                | 58      | 71        | 71            | 234 |

## ÖSSZEFOGLALÁS

**B**ár a rendelkezésünkre álló adatfelvételi technika csak egy felületi letapogatásra adott lehetőséget, annyit egyértelműen megállapíthatunk kutatásunk eredményei alapján, hogy a funkcionális illiteráció Magyarországon (is) népes csoportokat veszélyeztető szocio-kulturális probléma, amely mély és valószínűleg egyre növekvő szakadékot képez a társadalomnak az információs-kommunikációs forradalom követelményeihez alkalmazkodni képes és az ezen követelményektől leszakadó része között. Korábbi vizsgálati eredményekkel történt összehasonlításokból az is egyértelműen levezethető, hogy az írás- és olvasásnélküliség önmagától hosszabb időtávon belül sem enyhülő, makacsul újratermelődő jelenség.

A funkcionális illiteráció okairól, gyökereiről ugyan nem gyűjtöttünk adatokat, de bizonyára nem járunk messze az igazságtól, ha azokat az iskolai oktatás gyengeségei mellett elsősorban a hátrányos szocio-kulturális környezet kedvezőtlen hatásaiban, a motivációszegénységben, a már egyszer az iskolában megszerzett írásbeliséget a felnőttkorban veszni hagyó szellemi restségben keressük. Nyilvánvalóak a jelenség kedvezőtlen kihatásai is:

- a modernizációnak és a gazdasági felemelkedésnek súlyos gátjává válhat, ha a rendelkezésre álló munkaerőben tömeges a funkcionális illiteráció;

- a munkanélküliség azokat sújtja leginkább és azokat fenyegeti a munkaerőpiacról való-kiszorulással, akik nem rendelkeznek a(z át- és tovább)képezhetőséghez szükséges, minden nehézség nélküli írni, olvasni és számolni tudással;

- az írás- és olvasásnélküliek csak korlátozottan vagy egyáltalán nem képesek élni a demokratikus intézmények kínálta (politikai) részvétel megnövekedett lehetőségeivel, és fokozottan kiszolgáltatottak a manipulációnak és a demagógiának.

<sup>1</sup> Ennek a dolgozatnak az első változata a Szépe György 65. születésnapja alkalmából szerkesztett, megjelenés előtt álló emlékkönyvbe (szerk. Terts István) készült Írás- és olvasásnélküliség Magyarországon címmel.

<sup>2</sup> Thomas, Audrey, M.: Az írástudatlanság társadalmi és gazdasági költségei. In: Maróti A. (szerk.) *A funkcionális analfabetizmustól a távoktatásig*. ELTE Közművelődési Tanszék, Budapest, 1992. p. 157.

<sup>3</sup> Terestyéni Tamás: An inquiry into the role of the written word in Hungarian communication culture. *Prospects*, Vol. XVII, No. 2, 1987.

<sup>4</sup> Az adatfelvételt az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport és a 3218 számú, „A Magyar Köztársaság nyelvi állapota” című OTKA kutatás (témafelelős dr. Szépe György tanszékvezető egyetemi tanár, Janus Pannonius Tudományegyetem–MTA Nyelvtudományi Intézet) közös megbízásából a Szonda Ipsos végezte.

<sup>5</sup> Az 1985-ben végzett vizsgálatról lásd a 3. jegyzetet, valamint Terestyéni Tamás: Az anyanyelvi kommunikációs kultúra néhány jellegzetessége. *Jel-Kép*, 1987/4.

S. Nagy Katalin

## INTERJÚKÉSZÍTÉS VIDEOKAMERÁVAL

EGY MÓDSZERTANI KÍSÉRLET VÁZLATA

A Losonczy Ágnes vezette Polgárosodás a Terézvárosban című kutatásban (MTA Szociológiai Intézet) 1993 februárjától 1994 áprilisáig figyelemmel követtem öt kiválasztott terézvárosi körzetben az utcaképben történő változásokat. Fotókat és videofelvételt készítettem az épületek homlokzatáról, portálokról, kirakatokról, kapukról és kapualjakról, cégtáblákról, plakátokról, reklámokról és az utcákat, tereket használó emberekről. Feladatom volt feltárni és értelmezni, amit a tárgyak közvetítenek, ami a mindennapi környezetben látható, vagyis a vizuális közléseket átfordítani szavakra, mondatokra. A videós interjúzás ötlete innen származik: ha a látvány olyan többletinformációkkal rendelkezik, amelyeket érdemes realizálni, kíséreljük meg a mélyinterjút nemcsak az elmúlt évtizedekben megszokott módon magnón rögzíteni, hanem videokamerával a beszélő interjúalany látványát is megörökíteni. Tíz videós mélyinterjút készítettem olyan személyekkel, akiknek sokat jelent a „terézvárosi”-ság, a colour locale, s fontos számukra mindaz, ami napjainkban az átalakítások során a Terézvárosban az utcákon, épületeken, üzleteken nyomon követhető módon zajlik.

Ebben az írásban nem az interjúk tartalmával foglalkozom (azok – szokott módon történt feldolgozás után – hasznosításra kerültek a zárótanulmányban), hanem megkísérlem összefoglalni a videofelvétel adta tanulságokat, azokat az információkat, amelyekkel a látvány szolgál a csak hallható interjútechnikával készült felvételekhez képest. Ha igaz az, amit amerikai kommunikációkutatók (R. L. Birdwhistell, M. Crick, W. Warner stb.) állítanak, hogy egy szituációban az ember által felfogott információknak mindössze a 7 százaléka verbális, 38 százaléka vokális (hangszín, hanghordozás stb.) és 55 százaléka nonverbális, vizuális, akkor feltétlenül előnyei kell legyenek a videokamerával rögzített interjúnak a magnós felvételhez képest.

Nem a kérdezettek környezetéről kívántam információkat gyűjteni, hanem a beszélő emberről magáról. Azaz nem tágitottam a magnóhoz viszonyítva a lehetséges teret: szigorúan a beszélőre koncentráltam. Kezdetben nem is mozdítottam a kamerát, hanem a magnetonhoz hasonlóan egy helyre letéve, állítva hagytam, hogy miként a magnó a hangokat, a kérdező és a kérdezett párbeszédét, a videokamera is rögzítse a beszélgetést és vizuálisan magát a beszélőt. Viszonylag hamar rájöttem azonban, hogy érdemes kihasználni a videofelvétel technikájában rejlő lehetőségeket, és nem állóképszerű felvételeket készítettem. A mozgásos változások nagyon is figyelemre méltóak!

A kérdező és az operatőr is én voltam egy személyben, ugyanis egészen biztos voltam abban, hogy egy újonnan alkalmazott felvételi technikát először magának a kutatónak kell kipróbálni. El kell mondanom, hogy a kérdezettek már az interjúzás előzetes, telefonon történő megbeszélésekor is meglepődtek azon, hogy videóval szeretném rögzíteni a beszélgetést (ketten nem is vállalták, csak magnetofonnal). Még amikor a helyszínre érkeztem, akkor is majdnem mindenki szóvá tette, hogy mióta szokás videóval interjúzni. Természetesen elmondtam, hogy a látvány vizsgálata és a *látható* jelentéseinek értelmezése késztetett arra, hogy az interjúzáshoz is olyan technikát vegyek igénybe, melyben fontos szerepe van a láthatóságnak, a képi rögzítésnek, és a kérdezett látványából kikövetkeztethetőket szeretném majd hasznosítani a kérdéseimre adott válaszok elemzésekor.

Kidolgozható olyan tartalomelemzés, amelynek segítségével kép és szöveg összefüggései értelmezhetők. A videoképeket, akár csak általában a képeket olyan szimbólumrendszer elemeinek tekintem, melyeket hasonlóan kell megértenünk, mint a nyelveket, s a videoképekre is mindaz igaz, amit a képekről általában tudunk (nem utolsósorban Nelson Goodman, Wollheim, Gombrich, Bennett, Fritz Saxl és mások munkái nyomán), és elemzésre érdemes az is, miből áll a speciális videós képi nyelv.

Jelenleg csak néhány megfigyelés tanulságaival szeretném a videointerjú előnyeit bizonyítani a magnós interjúkkal szemben. Az új technikai eszköz mindig magában rejt az új módszerek alkalmazásának lehetőségét és a kérdezősi, adatfelvételi technikák gazdagodását, differenciálódását.

## TESTTARTÁS, TESTHELYZET

A kérdező által feltett kérdés után az interjúk magnós rögzítésekor is figyelmes meghallgatás során hallatszik olykor a szünet, a válaszra készülődés. (Sajnos ez is elvész az interjúk írásban történő rögzítésekor. Nagyon ritka, hogy a gépelő jelezze a szövegén kívül a hallható reakciókat vagy például a csöndet). A videós felvételen látszik, hogy a megszólalás előtt a mimika, a testtartás erősen változik, a kezek többször is megmozdulnak, a tekintet élénkebbé válik. Ugyanez történik akkor is, ha a kérdezett közbeszól, közbebeszél a kérdező szövegébe, és akkor is, ha hirtelen abbahagyja a mondatait. Ez utóbbi esetben a magnetofon szerint befejeződött a közlés, ennyi. A video viszont épp a testtartás erős megváltozását rögzítve láttatja, hogy a beszéd tulajdonképp nem ért véget, valaminek még történnie kellene, s azáltal, hogy nincs szövegbeli folytatás, a vizuális jelzésből egyértelmű, hogy elhallgatás, tudatos szűrés történik. Mint ahogy az is a testtartásból érzékelhető, ha a kérdezett még beszélne, még lenne mit mondania, de a kérdező váratlanul beleszól, félbeszakítja, eltereli, kizökkenti a kérdezettet. Az ideges és gyors testhelyzetváltozásból a kérdezőnek észre kellene vennie, hogy rosszkor szólt közbe, és esetleg óvatosan vissza kellene terelnie a szót a megszakítás előtti gondolatmenethez.

Ha a beszélő elfáradt, ha nincs több mondanivalója, ha szívesebben szólna másról, ezt is egyértelműen jelzi testtartásának, testhelyzetének megváltoztatásával (például hátradől, kiegyenesedik, ha addig előrehajolva beszélt, vagy fordítva; ha addig mereven ült, fészkelődni, izegni-mozogni kezd stb.). A beszélgetésben a részvétel intenzitása, a feszültség és az elfáradás elég pontosan regisztrálható a testtartásban bekövetkező változásokból. Egyes

testtartások képesek egyértelműen közölni a kérdezővel, hogy a kérdezett hirtelen elfáradt vagy épp ellenkezőleg, nagyon is felélénkült.

A videós interjú kezdésekor a kérdezettek többsége olyan mereven, mozdulatlan, frontálisan a kamera felé fordulva ül, mint ahogy azt például az esküvői fotókon (és azt megelőzően a bizánci mozaikokon) megszoktuk. Sokkal hamarabb történik meg azonban a testtartás természetessé válása, mint az amatőr filmekben, nincs az átmeneti bohóckodás, a kamerának szóló hangos, kihívó viselkedés, bár ez talán a kérdezési szituációnak is következménye. Lényeg, hogy a kezdeti merev, frontális testtartás lassan megváltozik, az ellenállás feloldódik, a szimulált természetesség „valódi természetességbe” megy át és a teátrális póz megszűnik.

A beszélgetés során akkor jön elő ismét a jellegzetes frontális testtartás, teátrális póz, amikor a kérdezett érzékeltetni akarja a kérdezővel, hogy mennyire tiszteli őt, és ő is tiszteletet, elismerést vár. Néha szinte vigyázózásba merevedik, kihúzza magát, udvariasabb kifejezésekre törekszik és egészében méltóságteljesebben viselkedik, minden kétséget kizáróan viszonzválaszt, megerősítést, kölcsönösséget várva.

Goffmann alapján elemezhető volna egyébként az is, hogy a kérdezettek hogyan és mit tesznek annak érdekében, hogy „valakinek” tűnjenek. Egyetlen jelenséget rögzítettem: amikor a kérdezett nyomatékosítani akarta válaszát és jelezni kívánta, hogy ő fontos ember, jelentős személy, akkor az interjúzás közben újra felvette a kezdeti frontális, merev testtartást, kihúzta magát, mintegy eltávolodott, és ezzel érzékeltetni igyekezett a köztünk lévő hierarchikus viszonyt (tudniillik, hogy ő van „felül”).

## KÖZELEDÉS-TÁVOLODÁS

A testhelyzet hordozta információk tanulmányozásában kiemelt szerepet szántam a közeledés-távolodás problémájának, amelyről külön is szeretnék szólni. Nálunk is közismertté vált – elsősorban Buda Béla, E. T. Hall és L. Goffmann írásai alapján – a térczők fontossága a személyközi kommunikációban.

A videokamerás interjúkat – két kivétellel – lakásokban, a kérdezettek otthonaiban készítettem. Annak, hogy hová ültetett le a beszélgető partner, és ő milyen távolságra ült le tőlem, már önmagában is jelzőfunkciója van. Általában az interjúkészítéskor szokásos normális távolságban ültünk le egymással szemben, a két munkahelyi beszélgetésben kicsit közelebb, a nyolc lakáson történő felvételnél kicsit távolabb. (Ez természetes. Az intimszférából történő eltávolítást jelzi ez a megnövelt távolság.) Amikor az előkészítő beszélgetés után jeleztem, hogy bekapcsolom a videót, kivétel nélkül mindenki hátrébb akart húzódni, azt hitte, hogy a videofelvételhez legalább akkora távolság kell, mint a fotózáshoz. Annak ellenére, hogy megnyugtató módon igyekeztem elmondani, hogy a videofelvevő automatikusan beállítja a megfelelő távolságot, hogy fogok közelképeket is csinálni, részleteket kiemelni stb., s hogy nem kell helyet változtatni, az interjú során még a nehéz fotelekben ülők is addig-addig fészkelődtek, míg az eredetihez képest legalább fél méterre távolodtak el a kamerától.

Ennél is érdekesebb volt a kérdés-felelet során történő közeledés-távolodás. Ha a kérdezett nem igazán akart vagy tudott válaszolni, ha kellemetlenül érintette a kérdés, ha vala-

mi miatt idegenkedett a szituációtól és szívesen kilépett volna abból, nemcsak hátradőlt, fészkelődött, hanem addig izgett-mozgott, míg sikerült térben is távolodnia tőlem, illetve a kamerától. Ha viszont nagyon hitelesnek akarta láttatni mondanivalóját, ha nagyon meg akart győzni, ha bele akart vonni a saját szférájába, s növelni akarta az intimitást, akkor nemcsak előre, közelebb dőlt testével, hanem székevel együtt közelebb tornázta magát, térben is érzékelhetően közeledett. A videointerjú tehát megerősítette azt az általános tapasztalatot, hogy a téri közelség változása az interperszonális attitűd, az érzelmi viszonyulás megváltozását jelzi.

Amikor először olvastam Hall könyvét, én is rögtön pozitívan reagáltam rá, tanítás, szemináriumok közben is regisztráltam a közeledés-távolodás dinamikájának jelentését, jelentőségét, interjúzás közben azonban sose gondoltam a térközök jelentésére, és csak a videofelvételek nézése során döbrentem rá a közeledés-távolodás szimbolikus jelentőségére abban a kommunikációs szituációban, ami a kérdező és kérdezett között meglehetősen hosszú időre egy zárt térben létrejön.

## ARCKIFEJEZÉS

Nagyon sokféle ágazó és nagyon sokféle módon értelmezhető az arckifejezések problémája. A leglényegesebb, ami a mélyinterjú videofelvételekből kiolvasható, hogy mennyire együttműködő, kooperatív az interjúzásban részt vevő, illetve mennyire áll ellen, s nem szívesen teljesíti azt, amire előzetesen önként vállalkozott. Ez utóbbi a hangfelvételek alapján sokkal kevésbé derül ki, mint a videofelvételekről. A magnós interjúkhoz képest a kamera előtt sokkal kevésbé képes valaki eltitkolni jelenlétének mikéntjét, a részvétel valóságát és mélységét, a beszélgetésről, a kérdésekben körvonala-zódó témákról való véleményét. Az arckifejezés közönyössége, az alig leplezni tudott unalom vagy érdektelenség önmagáért beszél. Különösen tanulságos, ha ez nem alapmagatartás a kérdezési szituációban, hanem időnként, bizonyos kérdések hatására következik be (ez nyilvánvalóan a kérdéseket összeállító és a kérdező együttes hibája).

Könnyen leolvasható volt az arckifejezések együtteséből, hogy mikor hangzott el olyan kérdés, amely valójában nem érdekelte a kérdezettet, mikor olyan, amely váratlanul érte, amelyen korábban sosem gondolkodott, ám amelyre most mindenképpen válaszolni akart, és válaszolt is (ez esetben többnyire hirtelen testhelyzet-változtatás is kísérte az arckifejezések megváltozását).

Nagyon nehéz lenne pontosan megfogalmazni, milyen jelzések alapján mondható ki biztosan, hogy a kérdezett tudatosan nem mond igazat. Ennek több változata is tetten érhető vizuálisan. Nagyon látványos, amikor valaki másmilyennek akarja mutatni magát, mint amilyen, vagy ha néhány kérdésre az addigiakhoz képest inkoherens válaszokat ad.

Az a hét érzelmi állapot, amit Osgood egy felmérésében negyven arckifejezésből nyáláb-elemzéssel megbízhatóan megállapíthatónak tartott (öröm, meglepetés, félelem, szomorúság, harag, undor, érdeklődés), a videointerjúk elemzése során is jól elkülöníthető az arckifejezések alapján. Az interjúzásban részt vevő személyek érzelmi állapotának változása megbízhatóan nyomon követhető és pluszinformációkat szolgáltat a kérdezett és a feltett

kérdések, a vizsgálandó terület kapcsolatáról (amikor a közterületek, nyilvános terek állapotára kérdeztem rá, váltakozva jelent meg az arcokon az undor és a harag, miközben a szöveg igen tárgyilagosan mentegette, értelmezte a jellemző állapotokat).

## SZEMKONTAKTUS

A kérdezési szituációban mintha hárman vettünk volna részt: a kérdezett, a kérdező és a kamera. Ez a „szembenezés”-ekből vált nyilvánvalóvá. A beszélő gyakorta nem tudta eldönteni, kinek, kihez beszél: hozzám, a jelen lévő kérdező személyhez vagy a videokamerához, a technikai segédeszközhöz. Hol velem nézett szembe hosszasan, ilyenkor szükségszerűen kissé feljebb és a géphez viszonyítva oldalt kellett szemeznie (különösen akkor, amikor én nem az egyik szememnél tartottam az optikát, hanem a kezemben vagy állványon). A hosszú szembenézés a hitelesítést, az elmondott szöveg megerősítését szolgáltatta, így a zavar forrása is ez volt: az interjúalany gyakran bizonytalan volt abban a tekintetben, hogy a kommunikációban személyesen jelen lévőhöz forduljon-e inkább, vagy a szituációt rögzítő és az elemzés során a képeket, a látványt közvetítő objektívhez.

Voltak, akik mindvégig inkább a kamerának beszéltek. Úgy tűnik, ez inkább kitérő viselkedés, amelynél a szövegben is több az üresjárat, a mellébeszélés. S voltak, akik mindvégig fesztelenül velem, hozzám beszéltek. (Kétségtelen, hogy ebben az is szerepet játszhat, ki mennyire van hozzászokva a szerepléshez, a televíziós kamerához, egyáltalán a nyilvánossághoz.) Az előbbiekkal szemben az utóbbi, tehát a kérdezőhöz intézett szövegek tűntek hitelesebbeknek, személyesebbeknek, átgondoltabbaknak.

Az igazán érdekes magatartás azonban az volt, ahol a kettősség mindvégig érződött, ahol a kérdezett mindvégig váltogatta a hol hozzám, hol a videokamerába beszélést. Ilyenkor a velem való hosszas szembenézésnek egyértelműen megerősítő jellege volt, a tőlem elfordulás pedig – bármilyen ügyesen történt is a kamera felé fordulás – kitérés, elhallgatás jellegét öltött. Ez a kettős magatartás többféle s változatosabb szereppróbálkozást tett lehetővé, mint az egyértelműbb – vagy velem vagy a kamerával való – szembenezés.

E szemjáték is jelzi, hogy a videofelvételkor kevésbé elengedettek a kérdezettek, mint a magnós interjúkészítéskor. Sokkal jobban kontrollálják önmagukat és a másikat, a kérdezőt is. Tisztában vannak azzal is, hogy az együtt cselekvésnek és a reakcióknak jelentést tulajdoníthatnak a kutatást végzők.

A hosszas, néha már-már kihívóan kutató szembenezés jelzi az igényt, hogy a kérdező vegye észre, a kérdezett irányítója saját viselkedésének, öntudatos szereplője a kommunikációs szituációnak. Ha viszont valaki túl hosszsan, túl tágra nyitotta a szemeit és még a homlokát is ráncolta, általában inkább csak a valószínű hiedelmeit, vélekedéseit, előítéleteit tolmácsolta, és feltehetően saját maga sem volt egészen meggyőződve arról, hogy a tények vagy a saját normatív mintái szerint igaza van.

Fényképekről jól ismert (sokan foglalkoztak is ezzel: Bourdieu, M. Black, Gombrich, P. Messaris, L. Gross és mások), hogy ha a szereplő szemtől szembe néz, akkor tiszteletet ad és vár el, ezzel a konvencionális, szabályozott gesztussal készíti a nézőt is, hogy engedelmeskedjék ugyanezen konvencióknak és normáknak. Ilyen, szinte beállítottnak ható jelelennel indulnak a videofelvételek is az interjúzáskor. Ez a szertartásos viselkedésmód egy

meghatározott énképet mutat a másiknak és arra akarja kényszeríteni a kérdezőt, a felvétel készítőjét, hogy az ő szabályait, normáit tartsa tiszteletben, és ne lépjenek ki a konvenciók biztonságos tartományából, az illemtörvény védelme alól, a „jó ízlés” kereteiből. Szokásos helyzetben természetesen a kérdező is belemegy a játékba, szembenézéssel, hasonló testtartással biztosítja a kérdezettet a közös értékrendről, a normák betartásáról.

Utóbb a videofelvételek elemzése során rájöttem, hogy az volt a szerencsésebb, amikor nem én kezdeményeztem testtartásom megváltoztatásával az oldottabb, természetesebb, bizalmasabb beszélgetés megindulását, hanem megvártam, míg a kérdezőben oldódik fel ez a frontalitásra, merev szembenézésre motiváló kényszer, és mintegy magától lazul meg a testtartása és a tekintete is.

Lehetne s kellene még az egyéb szemmozgásokról is szólni. A beszélő szeme ugyanis a felvétel során az adott vizuális mezőn belül ide-oda vándorol, meg-megpihen valamin, vagy meg-megkapaszkodik valamiben, és nemegyszer szinte elfordul a környezettől, mintegy befelé figyel. (Számos értelmezési lehetőséget most nyitottan hagyok, épp csak jelzem mindazt, ami lehetőségként benne van a videointerjúkban.) A szemkontaktus és a mosolygás mennyisége a létrejövő intimitás fokát is jelzi (Argyle és Dean intimitáshipotézise), továbbá Wiener és Mehrabian közvetlenségkonceptiója alapján is érdekes megfigyelések tehetők a kérdezett és a téma, valamint a kérdezett és a kérdező viszonyáról.

## KÉZMOZDULATOK

A gesztikuláló vagy gesztusaitól megfosztott kéz fontos vizuális szabályozó. A hosszan tartó (90–160 perces) beszélgetések alatt a kezek helyzete nagyon gyakran változott. Különösen az elhárítás, a nemtetszés (elutasítás), az elfáradás és a felcsigázott érdeklődés olvasható ki jól s egyértelműen a kézmozdulatokból. Ezek többsége nem deríthető ki a szövegekből, a kérdésekre adott válaszokból, az elhangzott mondatokból. Egyáltalán nincsenek benne a magnóról leírt szövegekben, hiszen nem hallhatók, csak láthatók.

Ahol nagyon erős kézmozdulatok kísérik a válaszokat, a szöveg értelmezésébe bele kellene számítani ezeknek a kézmozdulatoknak a szövegmodosító hatását, metakommunikatív jelzésértéküket. (Különösen az olyanokét, mint például az asztalon vagy a saját térden doboló ujjak, a kézfej tördelése, a váratlanul összekulcsolt kezek, az ujjak mozgatása stb. Nemcsak a kellemetlenné váló szituációból kilépni akarás alig palástolt szándékáról, vágyáról van szó, hanem a válaszok okozta belső feszültségről, az esetleges őszintétlenség elfedéséről.)

Különös volt megfigyelni, hogy amikor az az érzésem támadt, a kérdezett szorong, nem szívesen válaszol, valamit elrejt, a beszélő egyszer csak a háta mögé dugta a kezét, olykor a kezét. Ezt a nálam lévő jegyzetfüzetben egy gyors betűjellel rögzítettem. Amikor a felvételeket visszaneztem, benyomásmat a képek megerősítették és ki is egészítették. Ez a mozgásfolyamat a következőkből áll: az éppen adott testhelyzet megmerevedése, egy lélegzetvételnyi szünet, hátradőlés (többnyire erőteljes, lendületes mozdulattal), majd rendkívül gyors mozdulattal a kézfej (kézfejek) hát mögé lendítése. A képek elemzése során rájöttem, hogy ez nem egyszerűen a szorongás, a zavar palástolása, hanem agresszióval megerősített az. Fordítva is igaz: első látásra a fenyegetően felemelt, mutogató, hevesen gesztikuláló

ujjak agresszióknak tűnnek, majd alaposabb megfigyeléssel kiderül, hogy inkább a szorongás túlkompenzálásáról van szó.

A férfiak hosszabban képesek nem csinálni semmit a kezükkel (maguk mellett lógatni, karfán, combjukon nyugtatni stb.), mint a nők, ám váratlanabban és erőteljesebben, olykor szinte agresszíven csinálnak valamit, hogy megtörjék a nyugalmas, közönyös kar- és kéztartást. (Például vehemens cigaretta- és gyufakeresgélés, gyors rágyújtás, mohó leszívása a füstnek. Ez a kényszerszünet gyakorta épp az agresszió, a belső feszültség növekedésének elhárítását, nem vállalását követi. Ilyenkor a szövegben is rendszerint váratlan fordulat következik, a kérdezett hirtelen másról kezd beszélni, mint addig).

A videofelvételek többszöri átnézése során jöttem rá, hogy az is gyanús, ha valaki túl hosszú ideig nem csinál semmit a kezével, s a testtartását sem változtatja meg. Egyértelművé vált, hogy nem mond igazat vagy pontosabban: nem az igazat, nem a személyeset mondja, hanem sztereotípiákat, közhelyeket halmoz egymásra, művelten és kulturáltan kikerüli a valódi vélemény nyilvánítását.

Megfigyeléseim szerint az a személy a legkommunikatívabb, aki beszéd közben gyakran nyitott tenyerét fordítja a kérdező felé. (olykor mind a kettőt, többnyire azonban csak egyiket. Lehet, hogy inkább személyiségtípusokra és nem a nemek közötti különbségre utal, de mintha a nők inkább bal tenyerüket, a férfiak pedig jobb tenyerüket fordítanák nyitottan felfelé.)

El lehetne készíteni a videofelvételek nyomán az úgynevezett „gesztus-metronómat” (Ekman–Friesen alapján két interjúalanyét meg is csináltam), azaz a beszédet kísérő kézmozgások regisztrálását, és elemezni a beszédrészlet (gondolkodás) és a kézmozgás közötti összefüggéseket.

## EGYÉB NEM VERBÁLIS INFORMÁCIÓK

A felvett videointerjúkban testtartásukat és arckifejezésüket a nők változtatják többször és élénkebben, gyorsabban, mint a férfiak. Lábukat, lábfejükét és kezeiket viszont a férfiak mozgatják többet és élénkebben, mint a nők. A nők sokkal több érzelmi jelzést adnak le, mint a férfiak. Ez eddig közhely, közismert. Az azonban talán újdonság, hogy a férfiak ugyan jobban fegyelmezik testtartásukat és kontrollálják arckifejezésüket, a lábukkal, lábfejükkel végzett mozgások azonban pontosan olyan árulkodóak, mint a nők testtartás- és élénk arckifejezés-változásai. Miközben arcuk és testtartásuk láthatóan nem változik, a lábak igen sokféle pozitúrát vesznek fel igen rövid időegység alatt. Néhány példa: a keresztbe tett lábak helyzetváltozásai (hol a jobb a balon, hol fordítva), szétrakott, előrenyújtott lábak (ez utóbbi két lábtartás a nőknél nem fordult elő, mint ahogy a cipősarokra támasztott, felemelt lábfej sem).

A videofelvételek elemzésével rendkívül hasznos kiegészítő információkat tudhatunk meg a kérdezettől a ruházata alapján, hiszen az öltözködés szimbolikusan maga az ember. S ha az interjú tartalmán nem is változtatnak ezek az ismeretek, az értelmezéshez, a szövegek interpretálásához kétségtelen segítséget jelenthetnek.

Magáról az öltözködésről, az „öltözetnyelvről” (Bogatyrev, Barthes, Stono stb.) viszonylag sokat tudunk. A videós interjúkban a magnós beszélgetésekhez képest mindenkép-

pen többletinformációt jelent, hogy a vizuális viselkedés és a verbális viselkedés együttesében kapnak szerepet az öltözet elemei, és összekapcsolhatók a testtartás, az öltözék és a beszéd elemei. Aközött, ahogyan valaki a szövegét mondja, ahogyan a kérdésre a válaszokat megfogalmazza, és aközött, ahogyan öltözködik, ahogyan viseli ruháját, igen szoros megfeleltetés mutatható ki. Szinte meglepő az a közvetlen összefüggés, amely a képek alapján a látvány és a szöveg között fedezhető fel, például sok ékszer, díszes, kissé harsány öltözék és barokkos, cirádás megfogalmazásmód; puritán, merev, hagyományos férfiviselet és visszafogott, lakonikus válaszok, a környezeti hagyományőrzést mindenek fölé helyező értékrend; laza, diákos, könnyed ruhadarabok és ironizáló, humorral átszótt válaszok, igen felelősségteljes, magas intellektusú szöveg stb.

Az öltözék is része a „szociális identitás” (Goffmann) megjelenítésének, és az interakció szempontjából is jelentősége van. Informál a személyes tulajdonságokról (önbizalom léte vagy hiánya, precizitás, becsületesség stb.), az interszónális attitűdökről (kooperációs készség, dominancia stb.) és a társadalmi tagolódásban elfoglalt pozíciókról (nem, életkor, rang stb.). Mindezek a verbális közlésekből, a szövegből is kiderülhetnek, ám a vizuális énmegjelenítés, a nonverbális jelzések pontosíthatnak, kiegészíthetnek.

## A VIDEÓZÁS HATÁSA AZ ÉLŐBESZÉDRE

**R**eményeim szerint sikerült hatékonyan érvelnem amellett, hogy a videokamerával készített mélyinterjú rendkívül hasznos módszertani eszköz lehet a társadalomkutatásban. Befejezésként arra szeretném felhívni a figyelmet, hogy a videofelvétel a verbális szöveg minőségére is hatással volt. Meglepő módon a videós interjúkban kevésbé slamposnak, kevésbé hibásnak tűnt a beszéd, mint a magnós kérdezésekben. Ezt nagyon óvatosan írom le, hiszen csak tíz felvételtől van szó, magnós interjút pedig több százat készítettem az elmúlt két és fél évtizedben. Mintha a viselkedés tudatosabb, átgondoltabb volna a video hatására, és a beszéd is ezért bizonyulna összefüggőbbnek, rendezettebbnek, kevésbé akadozóknak. Kevesebb a befejezetlen mondat, a mellébeszélés, az értelmetlen tölteléksszöveg. Talán jobban összeszedi, jobban összefogja magát a kérdezett és a kérdező egyaránt. Az a körülmény, hogy nemcsak hallható az, amit valaki mond, hanem „látható” is, mintha növelné a kommunikációs szituáció fontosságát, komolyságát és intellektuális igényességre serkentene.

A magnófelvétel személytelenebb, pusztán a beszéd alapján kevésbé azonosítható a személy. A videofelvételben a személyesség szerepe kétségtelen, a kérdezett azonosítása megkérdőjelezhetetlen, s mindez a szereppel való énazonosság révén is növeli a videós interjúk jelentőségét.

- Argyle, M.–Dean, J.: Eye contact, distance, and affiliation. *Sociometry*, 1965. 28.
- Argyle, M.: *Bodily Communication*. New York, International University Press, 1975.
- Barthes, R.: *Elements of Semiology*. London, Cape, 1967.
- Barthes, R.: *Essais critiques*. Paris, Seuil, 1964.
- Birdwhistell, R. L.: *Kinesics and Context*. Philadelphia, University of Pennsylvania Press, 1970.
- Black, M. (ed.): *Philosophy in America*. New York, Cornell University Press, 1965.
- Bogatyrev, P.: *The Function of Folk Costume in Moravian Slovakia*. The Hague–Paris, Mouton, 1971.
- Bourdieu, P.: *Un art Moyen: Essai sur les usages sociaux de la photographie*. Paris Les editions de Minuit, 1965.
- Buda, B.: *A közvetlen emberi kommunikáció szabályszerűségei*. Budapest, MRT Tömegkommunikációs Kutatóközpont, 1979.
- Buda, B.: *Empátia. A beleélés lélektana*. Budapest, Gondolat Kiadó, 1978.
- Crick, M.: *Explorations in Language and Meaning: Towards a Semantic Anthropology*. New York, John Wiley Press, 1976.
- Dean, A.: *Fundamentals of play directing*. New York, 1946.
- Ekman, P.–Friesen, W. V.–Elisworth, Ph.: *Emotion in the Human Face*. New York, Pergamon Press, 1972.
- Ekman, P. (ed.): *Darwin and Facial Expression*. New York, Academic Press, 1972.
- Firth, R.: *Symbols Public and Private*. Ithaca, University Press, 1973.
- Goffmann, E.: *A hétköznapi élet szociálpszichológiája*. Budapest, Gondolat Kiadó, 1981.
- Goffmann, E.: *Encounters*. New York, Bobbs–Merrill, 1961.
- Gombrich, E. H.: *Művészet és illúzió*. Budapest, Gondolat Kiadó, 1972.
- Gombrich, E. H.: *Symbolic Images*. London, Phaidon, 1970.
- Goodman, N.: *Languages of Art*. New York, The Bobbs–Merrill, 1968.
- Hall, E. T.: *Rejtett dimenziók*. Budapest, Gondolat Kiadó, 1975.
- Hall, E. T.: *The Silent Language*. Greenwich, Fawcett Publ. 1959.
- Klaniczay, G.–S. Nagy, K. (szerk.): *Divatszociológia I–II*. Budapest, Tömegkommunikációs Kutatóközpont, 1982.
- Mehrabian, A.: *Nonverbal Communication*. New York, Aldine–Atherton, 1972.
- Messaris, P.–Gross, L.: Narrative by Viewers in Four Age Group. In: *Studies in the Anthropology of Visual Communication*, 1977.
- Osgood, C. E.–Seboek, T. A.: *Psycholinguistics. A survey of Theory and Research Problems*. Indiana University Press, Bloomington, 1965.
- Osgood, C. E.: The cross-cultural generality of visual-verbal synesthetic tendencies. *Behavioural Science*, 1960/5.
- Rogers, C. R.: *Client-Centered Therapy*. Boston, Houghton and Mifflin, 1951.
- S. Nagy, K.: Változások (kozmetikázás?) a Terézvárosban. MTA Szociológiai Intézet, 1995 (kézirat, megjelenés alatt).
- Saint-Martin, F.: *La theorie de la gestalt et l'art visuel*. Sillery, Presses de L'Université du Québec, 1990.
- Saxl, F.: *A Heritage of Images*. Harmondsworth, Penguin Books, 1970.
- Stone, G. P.–Farber, E.: *Social Psychology through Symbolic Interaction*. San Francisco, 1970.
- Warner, W.: *The Family of God*. New Haven, Yale University Press, 1961.
- Winner, E.: *Invented worlds: The psychology of arts*. Cambridge, Harvard University Press, 1982.
- Wollheim, R.: *Art and its Object*. New York, Harper and Row, 1968.
- Wollheim, R.: *On Art and the Mind*. Cambridge, Harvard University Press, 1974.



Bene Sándor

## KÖZVÉLEMÉNY-TÖRTÉNET ÉS TOPOSZKUTATÁS

Az alábbi két, tematikailag szorosan összefüggő fejezet részlet egy hosszabb tanulmányból, amely a Zrínyi testvérek, Miklós és Péter 1660 és 1670 közötti propagandatevékenységével foglalkozik. Mint történész, a források feltárása és összefüggéseik tisztázása után két újabb problémával találtam szemben magamat. Az egyik: hogy az utókor objektív, tudományos igényű megállapításait rendkívül erősen befolyásolja a kérdéses történeti események szereplőinek politikai szempontok mozgatta közvélemény-formáló törekvése. Hogy egy jellemző példával éljek: Zrínyi nevezetes 1664-i téli hadjáratának csúcspontjáról, az eszéki híd felégetéséről, s a török utánpótlási vonal elvágásáról az érdekelt felek propagandája a legváltozatosabb valótlanságokkal kürtölte tele Európát, kezdve onnan, hogy „királyi építmény”, a korabeli hadmérnöki technika csodája semmisült meg,<sup>1</sup> eladdig, hogy nem is volt ott semmiféle híd.<sup>2</sup> Ilyen helyzetben a kampány- és ellenkampány-elemzés feladata a hírverés csatornáinak, módszerének, ágensei kilétének megállapítása, a retorikai kifejtés meggyőző erejének és hatásfokának mérlegelése, hiszen ez jelentős mértékben befolyásolta a regensburgi birodalmi gyűlés döntését a hadjárat folytatásáról, a katonai vezetők kinevezéséről; míg ebből a szempontból végül is irreleváns, hány méter hosszú volt a híd vagy létezett-e egyáltalán. (Az alábbi esettanulmány egy hasonló kérdést tárgyal, Új-Zrínyivár kapcsán.)

A másik probléma: a hazai és a nemzetközi szakirodalmat egyaránt jellemző bizonytalanság, amely a 17. század elejének-középső harmadának politikai „közvéleménye”, illetve ennek meghatározása körül jelentkezik. Egyszerűen hiányzott az a fogalmi keret, kutatási paradigma, amelyben elhelyezhettem volna a feltárt dokumentumokat. Úgy gondoltam, helytelen lett volna azzal a „megoldással” élni, amely szakirodalmi tájékozódásom során nekem is a legtöbb bosszúságot okozta: 19–20. századi fogalmak (propaganda, közvélemény, manipuláció stb.) anakronisztikus, kifejtetlen használatával kerülni meg a problémát. Megkísértem tehát egy modell felállítását, amely az adott korban is használatos, a kérdéskörrel kapcsolatos toposzok (hírnév, dicsőség, tisztesség, vélemény, reputáció stb.) jelentésváltozásait vizsgálva megfelelő munkahipotézisül, kiindulópontul szolgálhat a további kutatások számára. Az itt közölt *Definíciók és metaforák* című fejezet ennek első lépéseként a probléma felvetésére és definiálásra vállalkozik.

## EGY TOPOSZ ÚTJA: A TALICSKÁZÓ ZRÍNYI

**M**eglehet, mást is gondolkodóba ejtett középiskolás korában, irodalom- vagy történelemórára készülve, a tankönyvek meghökkentő állítása: Zrínyi Miklós harcos bátorságáról tanúságot téve, a császári tilalom és a törökök tiltakozása ellenére, 1661-ben várat épített a Mura partján, a török Kanizsa szomszédságában, amelyet Új-Zrínyi-várnak keresztelt el, s amely egyik fő okává vált az 1663–64-i háború kirobbanásának. „Épített...” Nem építettett. Vajon hogyan? Vakolókanállal, kőműveskötényben? Követ taligázva, segédmunkásként? Egy arisztokrata?

A problémán persze – az obligát karikatúra lapszélre firkantása után – gyorsan átsiklottunk: képes beszédről lehet szó, Zrínyi nyilván afféle brigádvezetőként dirigálta a munkálatokat, de maga azért mégsem fogta meg az ásónevet. Akkoriban még nem sejtettük, milyen hosszú múlt áll a tankönyv finom kétértelműséget sugalló megfogalmazása mögött. A szorgalmasabbja azért utánanézhett, például az „Így élt...” sorozat Zrínyi-kötetében (1973), ahol is ezt találta volna:

„A hagyomány szerint [Zrínyi] jó példával buzdította a várépítő munkásokat: maga is talicskával hordta a földet és a követ a falakra.”<sup>3</sup>

Ez már perdöntő állítás. Nem is nehéz elképzelni a jelenetet:

„Égetően tűz le rájuk a júliusi nap, csorog testéről [ti. Zrínyiéről] a veríték, ahogy legényein s a követ hordó, sáncoló légrádi, csáktornyai parasztokon [...] Megtörölte a homlokát. Reggel óta csákányozza már itt a Mura szögletében legényeivel a régi Kecskvár dűledék alapjait.”<sup>4</sup>

Az idézet 1968-ból származik; s ha még kétségeink maradnának, dramatizált változatban is olvashatjuk a bizonyítékot, Kárpáthy Gyula 1955-i József Attila-díjas színművében. A várépítést tiltó császári levél kézhezvételekor így szól a báni sóhaj:

„MIKLÓS (halkan, lassan körülnézve) Lebontani ...ezeket a falakat... a derék bástyákat ... mikhez magam is hordtam ... a két kezemmel talicskáztam a földet!...”<sup>5</sup>

Az íróknak természetesen hiteles forrásra van szükségük, hogy szabadjára ereszhessék regényes képzeletüket. Egy évvel a Zrínyi-darab bemutatója előtt jelent meg Klaniczay Tibornak a Zrínyi-kutatásban korszakhatárt jelző monográfiája; a hivatkozott hely a következő:

„Az építkezés folyt tovább, és 1662 elején Zrínyi már 2000 embert dolgoztatott Új-Zrínyivár falain. A hagyomány szerint olykor ő maga is beállt a talicskázók közé.”<sup>6</sup>

Itt ugyan nincs szó tényszerűen dokumentált kubikolásról, de azért nyitva marad a lehetőség. A szöveget azonban mégsem szabad kiszakítani korának kontextusából. A „hagyomány szerint” vagy az „olykor” kitételek ironikus distanciáját akkor értékelhetjük igazán, ha ismerjük a korabeli „kötelezőt” is. Kardos Tibor például 1951-i *Vezérfonal*-ában

valóságos szocialista munkaverseny képét festi. A Habsburg-imperializmus és a klerikális reakció sötét mesterkedései fölött éberén őrködő Zrínyi

„...hozzáfog Új-Zrínyivár építéséhez. A török tiltakozik, a bécsi udvar tiltja, Zrínyi mégis építi és pedig egyre nagyobb elszántsággal. Hogy példát adjon a munkára, versenyt dolgozik jobbágyaival.”<sup>7</sup>

Sztahanov-Zrínyi persze már jóval korábban, a világháborús propagandában átlépte osztálykorlátait: ott tolja a taligát dr. vitéz Homa Gyula és Sós József kompendiumának borítóján. A szerzőpáros kommentárja az illusztrációhoz:

„1661. Új-Zrínyivár építése a Dráva és Mura szigetén, Kanizsával szemben. Itt nyilatkozik meg a „talicskázó” Zrínyi munkás és áldozatos egyénisége, aki vezér léteére maga is részt vett a vár feltöltési és építkezési munkálataiban, mint a honvédelem napszámosa.”

Igaz, ebben az ideológiai beállításban még „a magyar jövő aranyhídjának örök tartópillérei lesznek ők”, ti. a Miklósok, a miénk és Horthy.

„[...] összekötte a dicső múltat a harcos, építő magyar jelennel, határozott, katonás léptekkel menetel a mi nemzedékünk ez aranyhídon át. Bízva bízunk abban, hogy a híd az alatt hömpölygő árnak minden ellenséges ellenállását leküzdí. Akarjuk, akarnunk kell a győzelmet, hogy eljuthassunk a magyar ígéret partjára.”<sup>8</sup>

*Sapienti sat*, ám érdemes mégis folytatni a nyomozást, hiszen a toposz nyilvánvalóan nem a tiszt urak fantáziájából pattant elő, s nem is a ludovikás invenció kollektív terméke; feltehetőleg ugyanazt az utat járta be, mint a háború utáni időszakban: komoly tudományos szakmunka örökítette a szélesebb rétegekhez eljutó népszerűsítő irodalomba.

A regényes feldolgozásokból lássunk két jellemző példát. Harsányi Zsolt Zrínyi-regényében (1934) a lélektani motíváció sem hanyagoltatik el. A költő befejezi az *Áfium*-ot,

„...s mikor letette a tollat, úgy kelt fel az íróasztaltól, hogy most rögtön tennie kell valamit”.

És lőn.

„Saját maga is beállott a földmunkások közé. Napi három órát talicskázott. Keményebben dolgozott, mint a sorban bármelyik munkás. Eszelősnek tarthatta volna az idegen ezt a különös, komor tekintetű embert, aki nyakig sárosan [júliusban! – B. S.] ott görnyed parasztjaival egy sorban: a dúsgazdag mágnás, Horvátország bánja.”<sup>9</sup>

Gaál Mózes ifjúsági regényében a pszichológiai finomságok hiányáért a nyelvi-stilisztikai bravúr kárpótol:

„Maga a bán [...] dolgozott, mint az utolsó napszámos, naponta három óra hosszáig talicskázta a követ, járt kezére a kőműveseknek [...] Az a kéz, mely tollat forgatott, for-

mát öltetni megsegíté lelkének magasztos álmait: a mely ellenség szívébe utat nyitott életoltó karddal a sápadt halálnak; a kéz, melyhez hódoló alázattal békélt ezer meg ezer jobbágy: elég erős lehetett arra is, hogy targonczáján görgessen nap izzó hevében a földnépével egy sorban...”<sup>10</sup>

A tudományos igényű forrás lehetett Sík Sándor nagy hatású Zrínyi-monográfiájának állítása („Mérnökeivel együtt dolgozott, sőt egy adat szerint maga is minden nap órákon át talicskázta a földet a bástyákhoz”),<sup>11</sup> ám a talicskajelenet gyakori már a korábbi évek szakirodalmában és belletrisztikájában is.<sup>12</sup> Tudós kommentárok helyett (Katona Ilona például az alulról érkező demokratikus kezdeményezésre hívja fel a figyelmet, amennyiben Zrínyi „emberei biztatására” ragadta meg a talicska szarvát)<sup>13</sup> hadd citáljuk a leggyönyörűbb képzavart a nagy mesemondó, Benedek Elek tollából:

„Zrínyi éjjel-nappal építette a várat, ő maga is naponként három órán át talicskázta a földet, hogy ezzel nagyobb serénységre buzdítsa embereit [...] a bécsi udvar ráparancsolt, hogy hagyja félbe az építést. De Zrínyi mind a két fülét bedugta, s tolta tovább a talicskát.”<sup>14</sup>

(Ugyan mivel? kérdezhetné a pajzán fantáziájú utókor...)

Sejthető, hogy az egyik toposzgazda, mint más esetekben is, a századfordulós pozitívista történetírás csúcsteljesítményének, az ötkötetes Zrínyi-monográfiának a szerzője, Széchy Károly. S valóban, Széchy tömör és tényszerű kijelentésében („Nemcsak őrködött felette [ti. a várépítési munkák fölött – B. S.], de maga is dolgozott rajta, naponként három órán át talicskázva a földet”)<sup>15</sup> nyoma sincs a kritikus kétkedésnek. A talicska bizonyított ügy. A kor más jelentős tudósai, Acsády Ignác, Fabó András, Pauler Gyula, Széchyhez hasonlóan ugyancsak hitelt adtak a történetnek.<sup>16</sup> Még maga Szász Károly is (1863), jöllehet történeti beszélyt ír, már csak az epikus hitel kedvéért sem mellőzi a hivatkozást:

„Kronikákban hiven írva leltem róla,  
Mint dolgozott ő is, súlyos földet tolva,  
Akár egy napszámos, egy utolsó szolgál,  
Például mutatván – mily sietős dolga.”<sup>17</sup>

A motívum eredetét távolabb kell nyomoznunk. A „krónika” itt Szalay László *Magyarország történetét* jelenti, ahol végre konkrét felvilágosítást kapunk: a talicskatoposz lelőhelye a várépítéssel egyidejű német újságirodalom. Szalay „Ortel. rediv.”-re és „egykorú német levélre” hivatkozik.<sup>18</sup> Az odavetett utalás a tehetséges kompilátor és üzletember Martin Meyer *Ortelius redivivus* címen évről évre közreadott kortörténeti sorozatának második, 1665-i kötetére vonatkozik, ahol valóban szerepel a történet.<sup>19</sup> De honnan tudhatta a harcterektől távol élő nürnbergi „Historiophilus” az ominózus talicskázásról?

A választ a lelkiismeretes filológus, Bleyer Jakab adja meg egy forrástanulmányában, ahol a Zrínyi Miklós udvaráról, váráról, 1663–64-i csatáiról beszámoló, feltűnően hasonló két német nyelvű kiadványt, a *Denkmal Serinischer Hoeldenthaten*-t és a *Schauplatz Serinischer [...] Helden-Thaten*-t veti össze egyéb dokumentumokkal. Megfigyelését érdemes hosszabban idézni:

„[a két füzetben olvasható leírás] csaknem szóról szóra egyezik Meyer Márton előadásával az Ortelius Redivivus-ban: mely sokkal bővebb is, és a Theatrum Europaeum-ban, melynek szintén Meyer Márton volt a szerkesztője. Nehéz megállapítani, hogy milyen módon került ezen leírás ugyanazon fogalmazásban az említett két füzetbe és Meyer Márton munkáiba [...] Kétségtelennek tartom, hogy a leírás a füzetes nyomtatványokba és Meyer Márton művébe is egy közös forrásból van átvéve, mely Zrínyi-Újvár építésének idejéből, 1661-ből való. Ez a közös forrás pedig valószínűleg egy újságlap, melyre eddig nem tudtam ráakadni. [...] ne feledjük el, hogy ezen újságlapoknak majd mindig szemtanúk a szerzői, kik a harcztérrel küldték haza tudósításait, melyeket a könyvnyomtatók siettek közzé tenni. Ezekkel a 4-5 oldalas hírlapokkal megbízhatóság tekintetében távolról sem vetélkedhetnek olyan művek, mint az Ortelius Redivivus és a Theatrum Europaeum, melyek majd minden részletökben compilatiók...”<sup>20</sup>

Nos, a végső forrásnak magunk sem akadtunk nyomára, filológiai újdonsággal tehát nem szolgálhatunk. Mégis érdemes összefoglalni az irodalmi tallózás következtetéseit, mivel a negatív eredmény módszertani szempontból fontos tanulságokkal szolgál.

Először: kevésbé valószínű, hogy a talicskamotívumnak valós alapja lenne. A szigetvári hősből sem lett jó bankigazgató – ki-ki a saját korának megfelelő gesztusrendszerben mozoghat csak természetesen. Az intuíción túl pedig elsősorban arra a – később igazolandó – megfigyelésünkre támaszkodhatunk, hogy a Zrínyivel vagy környezetével közvetlenül kapcsolatba hozható propagandairatok egyike sem ejt szót az ominózus jelenetről. Ezek az iratok – hírlevelek, hivatalos dokumentumok, kortörténeti munkák, Vitnyédy Istvánnak és magának Zrínyinek a leveleit is beleértve – azt igyekeznek igazolni, hogy Új-Zrínyivár jelentős erőd volt; felépítése a Birodalom érdekeit szolgálta, hiszen Stájerországot védte a török betörésektől; nem ingerelhette támadásra a törököt, hiszen az már korábban megszegte a békét Erdély lerohanásával, Várad elfoglalásával és a királyi Magyarországra való folyamatos betöréseivel.<sup>21</sup> A felszínen megjelenő, a birodalmi döntéshozó körök szűkebb nyilvánosságának címzett propaganda tehát apologetikus jellegű, párhuzamos azzal az eljárással, amely Zrínyi mozgalmának egyéb, diplomáciai és katonai akcióit is jellemezte: a Bécshez kötelező lojalitás formális tiszteletben tartása mellett az önálló politikai mozgástér megteremtésére irányuló törekvéssel.

Másodszor: nem hagyhatjuk figyelmen kívül az európai politikai helyzet pillanatnyi kontextusát. A vár építésének idején már kialakulóban vannak a török elleni keresztény koalíció körvonalai; a lehetséges szövetségeseket markáns, főként a Habsburg–francia szembenállás mentén szerveződő hatalmi ellentétek osztották meg. Az expanzív francia politika fő törekvése a Habsburgok gyengítése volt, amelyre ekkor a török háború kínálta a legkézenfekvőbb lehetőséget – míg Bécs ugyanebből az okból igyekezett elodáznai a nyílt összecsapást az Oszmán Birodalommal. Új-Zrínyiváról Párizsban éppúgy tudták, mint Bécsben, hogy stratégiailag nem kiemelkedő jelentőségű erőd, felépítése ellentétes a császár érdekeivel (tiltakozott is ellene az udvari haditanács), és éppenhogy a török provokálásának szándékával építtette Zrínyi. Zrínyi körének „kétfedelű” propagandája tehát abban a tekintetben is sikeres volt, hogy jól számolt vele: a Bécsnek címzett apologetikus érveket Párizsban, Velencében vagy a Rajnai Szövetség fejedelemségeiben más hatalmi érdekek szemüvegével olvassák majd. Nem véletlen, hogy az említett hatalmi központokhoz köthető, Zrínyt támogató másodlagos propaganda termékei kivétel nélkül az elsődleges „csáktornyai”

propaganda érveit visszhangozzák, esetenként el is túlozva azokat. „Bizony, aki Zerinvárat nem ismeri, Európában csakis idegen lehet, de talán az egész világon is. Ez Pannóniának a legnagyobb erőssége, a török hatalomnak és tirannizmusnak a zabolája...” – lelkesedik a francia udvar előtt Zrínyi-émlékbeszédet mondó Leonard Frizon atya,<sup>22</sup> de idézhetjük a korabeli velencei gazzetta elismerő szavait is: „...az említett hely, fekvése és a folyamatos erődtéti munkálatok miatt bevehetetlenné vált”.<sup>23</sup> Mindazonáltal a talicska e dokumentumokból is hiányzik.

Megtaláljuk viszont – mint a fentiekben láttuk – egy harmadik típusú forráscsoportban: a szélesebb közönségréteg kíváncsiságát kielégítő népszerű hírterjesztés dokumentumaiban: rölapokon, füzetes beszámolóiban, illetve az ezek nyomán szerkesztett kompilációkban. Ennek az anyagnak jellegzetes tulajdonsága, hogy szerzői-terjesztői, mivel üzleti vállalkozásról van szó, remélt olvasóközönségük ízléséhez és elvárásaihoz applikálják a sokadkézből, hírlevelek közvetítésével összegyűjtögetett információkat.

Az iparosok és kézművesek alsó rétegétől az írástudatlan népig terjedő publikum tudatában a távoli országból érkező újságok egyéb félig hiteles eseményekkel, próféciákkal, csodás szörnyek születésével, üstökösök és égi jelek megjelenésével kapcsolódtak össze és keveredtek.<sup>24</sup> Nem véletlen tehát, hogy a számukra készült beszámolók, ha végső fokon helybeli tudósításra mennek is vissza, kiszínezik, mesés elemekkel dúsítják, teszik emészthetővé és eladhatóvá a száraz híreket. További érdekes jellegzetesség, hogy ennek az ún. plebejus nyilvánosságnak<sup>25</sup> csak nagyon áttételes érdekei fűződtek a magyarországi háború sikeréhez vagy sikertelenségéhez; esetében tehát felesleges információról van szó; politikai befolyása a döntési folyamatokra nincs, azoknak pusztá szemlélője, mégis kielégíthetetlen híréhséget mutat, s a maga kódrendszerében folyamatosan elemzi és tárgyalja a nemzetközi politika eseményeit, előképét adva ezzel a klasszikus polgári nyilvánosság felbomlása utáni médianyilvánosság korának.

Mindazonáltal, ebben a heterogén közvéleményben is kimutathatók bizonyos trendek, az általános várakozásokat illetően. Ilyen volt például a korban az évszázadok óta a szószerkekről is terjesztett eszme: a török elleni nagy keresztény hadjárat ideája.<sup>26</sup> A 17. század közepén ez különösen felerősödött, egyes helyeken egyenesen a pápa vezette kereszties háborúról álmodoztak.<sup>27</sup> Érthető hát, hogy éppen ez a közeg reagált a legérzékenyebben minden, a török elleni fellépésre utaló híradásra – s ezt a hangulatot célozta meg és itt érvényesült leginkább Zrínyi elképzelése Új-Zrínyivár felépítéséről. Nemzetközi ismertségét, népszerűségét éppen innen keltezi a szakirodalom: ekkor tűntek fel a vásári ponyvákön a róla és tetteiről beszámoló illusztrált rölapok és újságlapok.<sup>28</sup>

Hogy azután a talicskázás motívuma valóban az ő környezetéből származó hírlevélre megy-e vissza, vagy a félig informált kompilátorok fantáziájából pattant elő, már másodlagos kérdés, hiszen ez esetben maga a várépítés ténye minősül elsődleges propagandaaktusnak. Az mindenesetre tény, hogy a közvetlenül Zrínyi környezetéhez köthető tudósítások erősen hangsúlyozzák a munkálatok „csodálatos gyorsasággal” történt végbevitelét, s az is, hogy a plebejus nyilvánosság számára készült leírások tovább színezik a történetet, valóságos kis fabulát kerekítve belőle. Befejezésül és szemléltető illusztrációként idézzük az egyik hasonló típusú, Londonban megjelent (és valószínűleg holland lapértésülésekre támaszkodó) kortárs beszámoló verzióját:

„Zrínyi Miklós gróf ezt az erődöt 1661 júniusában kezdte építeni [...] Választása egy mocsár vagy ingovány közelében levő helyre esett, amely a Michic nevű vízhez közel

fekszik, és nagyszámú ember segítségével (akik nagy hajlandósággal voltak iránta, és fatalicskákat és anyagokat hordtak oda) azt felépítette [...] és asszonyát is odavitte. A kanizsai pasa megértvén, hogy nála nem sokra megy erőszakkal, a róka ábrázatát öltötte fel, a grófhhoz küldött, és [...] azt kérdezte, miért állítat ilyen sok ágyút erődjé falaira, amikor béke van a törökök és a német császár között. A gróf jól tudván, hogy rókával van dolga, azt a választ adta: azért, mert nemrég egy nagy erdőt vágattott ki, amely nagyon közel volt erődjéhez; s ezt azért tették, hogy a farkasokat, medvéket és más vadállatokat távol tartsák a falaktól. A pasa jól értve ezt a kétértelmű választ, ezután nem küldött több hírvivőt a grófhhoz...”<sup>29</sup>

A leírásból ugyan még hiányzik az ominózus jelenet, ám könnyen válhatna a hírfejlődés következő lépésévé, annyira közel kerül egymáshoz hősünk és a talicska.

## DEFINÍCIÓK ÉS METAFORÁK

Az iménti kis esettanulmány ambivalens jelenségek és meghatározásra szoruló fogalmak egész sorát veti fel. A talicska-toposz és a kortárs propagandából elszármazott társai mennyiben befolyásolják az utókor történezeit kutatási prekonceptióik kialakításában? Hogyan működik az a mechanizmus, amely a hasonló toposzokat anakronisztikus „tudományos” magyarázattal látja el?<sup>30</sup> (Például: hogyan „elemezte ki” a kései hadtörténeti szakirodalom a „Zrínyi–Turnus–Montecuccoli–Drances” vagy a „Zrínyi–Marcellus–Montecuccoli–Fabius Cunctator” típusú szembeállításokból két soha nem létezett 17. századi hadtudományi irányzat, a „metodizmus” és „antimetodizmus” ellentétét?)<sup>31</sup>

Egyáltalán: mit értettek a korban propaganda alatt? Milyen nyilvánosság- és közvélemény-fogalmak működtek, s működtek-e valójában a köztudatban a polgári nyilvánosság 18. századi eszmélése és önmeghatározása előtt? Lehet-e manipulálni „valamit”, ami talán létezik, de nem biztos, hogy tud magáról? S ha volt is tendenciózus hírterjesztés, milyen fogalmi keretben írták le saját tevékenységüket a hivatásos propagátorok? Tettek-e különbséget a befogadók rétegei és a különböző befogadási módok között? Milyen eltéréseket mutat a tudatosság foka a geopolitikai különbségek, illetve az időbeli fejlődés függvényében? Mit tekintünk „elsődleges” és „másodlagos” propagandának? Milyen kritérium alapján határolhatjuk el a politikai propagandát a hatalmi reprezentáció (önreprezentáció) jelenségeitől? (Például: mennyiben értelmezhető propagandaaktusként és mennyiben a főrendi-nemesi reprezentáció elemeként egy főrangú halott temetési szertartása?)<sup>32</sup>

Látható, hogy rendkívül összetett kérdéskörrel van szó, amelyet mai fogalomkészletünkkel nehéz megragadni az anakronizmus veszélye nélkül, s lévén szó a társadalmi kommunikáció egy sajátos területéről, a történeti szempontú elemzés is ingoványos talajon mozog: minél régebbi korhoz nyúlunk vissza, annál inkább csak a közvélemény-formálók tanúságtételére vagyunk utalva, s a források szűkössége kevésbé teszi lehetővé a hatásvizsgálatot.

Lássunk egy egyszerű példát a definiálás buktatóira!

„A propaganda szimbólumokkal (szavakkal, képekkel, szobrokkal, zenével stb.) történő, viszonylag szándékos manipulálása mások gondolatainak vagy tetteinek, tekintettel azokra a meggyőződésekre és viselkedésmódokra, amelyeket ezek a személyek (reakcióalanyok) a propagandával szemben felmutatnak.”

Így határozta meg három évtizeddel ezelőtt a propaganda fogalmát egy alapvető kézikönyv szócikke, Bruce L. Smith tollából.<sup>33</sup> Hozzá is teszi rögtön, hogy a propagandát szándékossága, célorientált volta különbözteti meg a neveléstől, amely „irányított, de szabad ideacsere” – ám éppen ezzel fedi fel gyenge pontját, hiszen a két tevékenységet szinte lehetetlen elhatárolni. A nevelői-oktatói reláció végső soron hatalmi helyzetre épül, s célja elsősorban a befogadó gondolatainak, viselkedésének befolyásolása, rövid és hosszú távon egyaránt;<sup>34</sup> nem véletlenül tekintette minden autoritárius hatalom a politikai propaganda fontos terepének az iskolát,<sup>35</sup> visszanyúlva a francia felvilágosodás egyik meghatározó ideológiai áramlatához, amely a közvélemény-formálást a művelt elit népnevelő erőfeszítéseivel azonosította.<sup>36</sup> Másrészt viszont a *per definitionem* politikai propaganda közhelyszámba menő alapttechnikája, hogy önmagát szabad ideáramoltatásnak, racionális érvelések ütköztetésének tüntesse fel, lévén ez a módszer sokkal eredményesebb a „direkt” manipulációnál. Gyakorlati tapasztalatai alapján maga Lenin is a képzett emberek értelmes érvekkel, vitában való meggyőzését minősítette propagandának, míg a műveletlen tömegek befolyásolására használatos eljárások számára (szlogenek, parabolák, féligazságok csoportosítása) az „agitáció” megnevezést tartotta fenn.<sup>37</sup>

Nem tartható az a tétel sem, amely szerint a nevelés esetében a célzott „közönség” még nem rendelkezik a gondolkodását alaptendenciáiban meghatározó „normatív struktúrákkal”, így ezeket előítélet nélkül, információként fogadja be, míg a propaganda a már kialakult meggyőződések átformálására törekszik.<sup>38</sup> E negatív meghatározásnak ellentmondanak a tények. A propaganda, különösen, ha úgynevezett állapotideológiát<sup>39</sup> közvetít, éppen a már kialakult sztereotípiákat igyekszik sulykolni, gazdagítani (ellenség- és szövetségesképekkel, a fennálló hatalom erkölcsi jogosságának bizonyítékaival stb.),<sup>40</sup> és csak rendkívüli körülmények közepette próbálkozik az adott politikai formációra rögzült metaforakészlet megváltoztatásával<sup>41</sup> (például egy szerződésmetaforára épülő hatalmi diskurzus felcserélésével az államhadjó vagy az államorganizmus metaforáira).<sup>42</sup> Az iskolai vagy iskolán kívüli nevelés terepe pedig csak addig tűnik tiszta lapnak vagy szűz területnek, ameddig közelebbről szemügyre nem vesszük egy-egy célcsoport szociális összetételét és résztvevőinek eltérő kulturális mintáit és orientációit.

A szakirodalomban gyakran felbukkan a publicisztika és a propaganda fogalmainak rigorózus elválasztása is.<sup>43</sup> A lépés jogosnak tűnhet, hiszen az érdek nélküli hírtovábbítást akarja elhatárolni a tendenciózus információközvetítéstől. Egyrészt azonban a *sine ira et studio* követelményének kivitelezhetősége elméletileg problematikus (az információ lehet objektív, de szelektálása – mit tekintek hírnek és mit nem – mindig bizonyos érdekek mentén történik, önmagában is állásfoglalást hordoz), még ha el is fogadjuk, hogy megvalósítható, azt nehéz volna másképp értelmezni, mint a „megvalósító” média önmagát önállósítani akaró, tehát végső soron hatalmi szempontú önreprezentációjának. Publicisztika és propaganda közelítése,<sup>44</sup> összemosása pedig még nagyobb hibalehetőséget rejt a kutató számára, hiszen kihullajtja a rostán a tendenciózus véleményformálás közvetett vagy rejtett formáit. (Nem minden propaganda publikus: elég, ha a nyílt kampányoknál sok esetben hatékonyabb „sutgó propaganda”, kiszivárogtatásokra utalunk).

Még sokatmondóbb a zűrzavar, ha a *közvélemény* meghatározását keressük a szakirodalomban. Hans Speier a kérdésben alapvető tanulmányában a következőkből indult ki ki:

„Közvélemény alatt, e történeti visszatekintés keretében, a nemzetre vonatkozó véleményeket értjük, amelyeket szabadon fejeznek ki olyan kormányon kívüli személyek, akik jogot formálnak rá, hogy véleményeikkel befolyásolják vagy meghatározzák kormányuk cselekvését, személyi összetételét és felépítését [...] Az ilyenformán meghatározott közvélemény elsősorban a polgárok részéről a kormány felé irányuló kommunikációt jelenti, és csak másodsorban a polgárok közötti kommunikációt.”<sup>45</sup>

Ez a megközelítés hasznos distinkciókat tartalmaz: leválasztja a közvélemény-fogalomról a döntéshozatal diskurzusai során formálódó különböző nézeteket (kormányon belüli kommunikáció), a diplomáciát (kormányok közötti kommunikáció), és a propagandát (a kormánytól a polgárok felé irányuló kommunikáció). Ugyanakkor feltételezi a kormány döntéseinek nyilvánosságra hozatalát, a hatalmi szférán kívüli vitára bocsátását, majd a kialakult vélemények figyelembevételét a döntéshozatal folyamatában – végső soron tehát egy demokratikus intézményrendszer létét és működését. A definíció több vonatkozásban is problematikus. Mivel a közvéleményt a polgároktól a hatalom felé irányuló, politikai döntéseket befolyásoló üzenetnek értelmezi, csupán másodlagos szerepet szán a polgárok *közötti* eszmecsere vizsgálatának; továbbá eleve kizárja a vizsgálatból az autokratikus rezsimek árnyékában megfogalmazódó „illegális közvéleményt” (*clandestine opinion*), mint olyat, amelyet a hatalom tilt vagy nem vesz figyelembe. Holott közismert tény: nemcsak a 20. századi „Fehér Házak” illetékesei szenteltek kitüntetett figyelmet az ún. második nyilvánosságban megfogalmazódó állásfoglalásoknak; már XIV. Lajos udvarában is mohó érdeklődéssel olvasták az emigráns hollandiai francia sajtó termékeit,<sup>46</sup> s a példák még bőven szaporíthatók volnának.

A szociologikus szemléletből következik továbbá a toposztörténeti megközelítés, a közvélemény jelölésére alkalmazott metaforák elemzésének háttérbe szorulása. Ez pedig nemcsak azért baj, mert nem látjuk a folytonosságot Shakespeare vagy Pascal *opinio*-t illető szkepszise (*sovereign mistress off effects, regina del mondo*),<sup>47</sup> Locke törvénykoncepciója (*Law of Opinion*)<sup>48</sup> és például a közvéleményben a Ráció letéteményesét ünneplő Sieyès himnikus szárnyalása között, hanem elsősorban azért, mert fehér folt marad az e szempontból talán legizgalmasabb korszak, a 16. század utolsó és a 17. első harmada. Az itáliai reneszánsz udvarok *civil conversazione*-jára és a reformációnak az olvasóréteget szélesítő hatására tett hivatkozás után nyomban a 17. század végi londoni kávéházak és a 18. századi francia szalonok világában találjuk magunkat. Speier szerint a közvélemény tipikusan középosztályi jelenség, s ennek szellemében „felbukkanását” az államháztartás pénzügyei fölötti ellenőrzésért folytatott harchoz kapcsolja, megjegyezve, hogy a „köz” érdeklődésének homlokterében eleinte a polgárok életét közvetlenül érintő belföldi kérdések álltak,<sup>49</sup> ezzel szemben a sajtótörténeti kutatásokból jól ismert tény, hogy a korai közvéleményt hangsúlyosan foglalkoztatták a külpolitikai hírek, az első 17. századi periodikus újságokban is ezek szerepelnek kiemelt terjedelemmel.<sup>50</sup> A probléma éppen az: miért éppen olyan témákról folytatott viták generálnak „közvéleményt” a velencei vagy frankfurti piactereken, amelyek nem érintik közvetlenül a vitatkozók gazdasági vagy egzisztenciális érdekeit? Mi szükség a nemzetközi nagypolitika történeteiről pontatlanul és eleinte nagy késéssel beszámoló nyomtatott újságokra, illusztrált újságlapokra, mikor a gazdasági érdekek motiválta infor-

mációszükségletet gyorsan és pontosan kielégítette a kézíratos hírlevelezés, az *avvisi manoscritti* évszázada jól bevált gyakorlata? (Figyelemre méltó, hogy ezt a kérdést lényegében nyitva hagyja az egyébként szorosan Speier nyomdokán járó Habermas monográfiája is.)<sup>51</sup>

Speier gondolatmenetének van még egy veszélye: igaz, hogy az imént idézett sorai ellenpontként, pontosabban ideáltipikus végpontként szolgálnak a jelenség fejlődéstörténeti bemutatásához, szoros fogalmi keretet adó *public opinion* meghatározása azonban annyira tetszetős, hogy könnyen félreértésre csábíthat vagy legalábbis kísértésbe ejtethet: megfelelő korrekcióval-bővítéssel mégiscsak alkalmassá tehető a közvélemény történeti szempontú vizsgálata.

Az ugyancsak a Lazarsfeld-iskolához tartozó Lee Benson parafrázisa például így hangzik:

„A „ki” kérdésre válaszolva a „közönséget” egy meghatározott politikai egység lakosaira vonatkoztatjuk, akik rendelkeznek a joggal vagy jogot formálnak arra, hogy nyílt vagy implicit módon, közvetlenül vagy közvetve befolyásolják a kormány cselekedeteit. [...] A „mi” kérdését illetően a „köz” a kormánynak azokra az akcióira vonatkozik, amelyek érintik a politikai egység tagjait, és amelyekről e tagok véleményt formálnak, beleértve azt is, ha nincs véleményük. Az „akciók” magukban foglalják a törvényekre, a döntés-előkészítésre, a hatalmi jogkörre, a kormány személyi összetételére és felépítésére irányuló lépéseket. A „véleményt” pozíciónak vagy álláspontnak tekintjük (támogató, ellenző, határozatlan vagy ezek variációja), amellyel az egyének (vagy csoportok) a kormány szóban forgó jövőbeli, múltbeli vagy aktuális lépésről rendelkeznek.”<sup>52</sup>

Figyelemre méltó új elem a véleményük érvényesítésére igényt tartó csoportok egyértelmű beemelése a közvélemény fogalom érvényességi körébe: Benson ezzel oldja valamelyest Speier koncepciójának ellentmondásosságát, hiszen Speier is a „jogot formálók” köréről beszélt, utána azonban mégis kizárta a vizsgálatból az illegális véleményeket (*clandestine opinions*); holott politikai változások során a tegnapi illegális nézetek mára könnyen válnak uralkodó véleménnyé. Amellett azonban, hogy a közvéleményt nem relációként, kommunikációs aktusok sorozataként határozza meg, hanem önálló létet tulajdonít neki („position or stand” – már a szóhasználat is árulkodó!), be kell látnunk, hogy az elméleti keret kiterjesztése a kelletnél is jobban sikerült. A kimerítő definícióra koherens, zárt rendszer építhető (meg is teszi a szerző a továbbiakban), de konkrét esetek tanulmányozására – éppen túlzottan tág volta miatt – teljességgel alkalmatlan. (Hová tennénk példának okáért ebben a rendszerben Zrínyi Péter „kormánydöntések befolyásolására” enyhén szólva is hajlamos *feleségét*, Frangepán Katalint?)

Visszább lépve az időben idézhetjük az angol liberalizmus klasszikussá vált közvélemény-meghatározását, William A. MacKinnon tollából:

„A közvéleményt úgy tekinthetjük, mint azt a hangulatot, amely adott tárgy kapcsán a társadalom legjobban informált, legműveltebb és legerkölcsebb tagjai körében jön létre, és terjed fokozatosan tovább, míg egy civilizált állam csaknem valamennyi, némi neveltetéssel és öntudattal rendelkező tagja magáévá teszi. Úgy is mondhatjuk, hogy ez az érzület olyan mértékben létezik és erősödik meg egy társadalomban, amilyen mér-

tékben jellemzi az adott társadalmat az informáltság, az erkölcsi tartás, az intelligencia és az érintkezés fejlettsége. Léven hogy e követelmények többsége a társadalom középosztályának és vezető rétegének sajátja, a közvélemény ereje nagymértékben attól függ, milyen arányt képviselnek ezek a rétegek az alsó néposztályllyal szemben.”<sup>53</sup>

Ez a koncepció – jóllehet nem ez a célja – jelentős támpontokat ad a közvélemény történeti kutatásához is: a *public opinion* mozgásban jelenik meg; nem eleve adott, hanem alakul, formálódik, és terjed; genezisében szerepet kap az érzelmi és a morális elem; érvényessége a társadalmi hierarchia függvényében jelentkezik: végső soron tehát hatalmi kérdés, mely csoportok, érdekközösségek képviselik a „hitelesebb” közvéleményt (hatalmon itt az erkölcsi tudatosságban, műveltségben és mindenekelőtt a rendelkezésre álló információmennyiségben mutatkozó többletet értve). Azonban nem véletlenül szorul horizontja peremére a manipuláció, a propaganda kérdése; látni való, hogy tendenciáját egy morális választás, bizonyos erkölcsi alapértékekbe vetett bizalom motiválja. Gondoljunk csak Tocqueville vagy Mill szkepszisére, akik lényegében hasonló – a középosztályhoz kötött – közvéleménykép tételezéséből gyökeresen ellentétes következtetésre jutottak, s a közvélemény hatalmának kiterjesztésében a többség diktatúrájának veszélyeire figyelmeztettek,<sup>54</sup> visszautalva ezzel Hobbes, Locke vagy William Temple álláspontjára, akik a „véleménynek” csak egyfajta morális hatalomkorlátozó vagy -kiegyensúlyozó szerepet juttattak, s publikus teret sem szántak neki: inkább a hangsúlyozottan privát lelkiismereti szabadsággal hozták összefüggésbe (ti. saját „köz”-érzetét ki-ki szabadon megtarthatja magának).<sup>55</sup>

MacKinnon definíciója tehát maga is a tradíció bizonyos elemeit integráló, másokat elvető konstrukció. Fejlődéshitében az angol polgári demokrácia tapasztalata és a francia felvilágosodás pedagógiai optimizmusa összegződik. Ez utóbbi következtetéseit érvényesítve dolgozta ki az előző században az önmaga erejére ébredő polgári nyilvánosság ideológiáját Immanuel Kant. Az általa adott elméleti keret – a publicitás politikát és morált összebékítő racionális kritikája az államhatalom felé, illetve nevelő-felvilágosító funkciója a „segítségre szoruló embertársak”, azaz a nem tulajdonos, így nyilvános okoskodásra még nem jogosult alsóbb osztályok irányába – rendkívül teherbírónak bizonyult,<sup>56</sup> mindazonáltal bármennyire paradigmaticus érvényű, mégis csupán az egyik a közvélemény szerepéről, feladatáról vallott korabeli nézetek közül. Sieyès abbé például a forradalom előestéjén még problémátlanul azonosította a közvéleményt a „harmadik rend” véleményével,<sup>57</sup> s széles körben használták Mercier metaforáját az *opinion publique* kormányt ellenőrző „bíróágáról” s annak felkent ügyvédjeiről, az „írókról”,<sup>58</sup> ám az alkotmányozó nemzetgyűlés összehívása és a sajtószabadság deklarálása után egymástól már némileg eltérő álláspontokat találunk. A közvélemény a *petit peuple* morálisan tiszta hatalomkritikája (Marat); az ütköző politikai vélemények kristályosodási pontja (girondisták); a közakarat érvényesülését akadályozó despotikus maradványok tárháza (Robespierre); az ellenforradalmi sajtó manipulációjának célpontja és lehetséges áldozata (Saint Just)<sup>59</sup> – hogy Rousseau korábbról datált, de jövőbe látó jóslatát (a közvélemény egységének garanciája nem a szabad sajtó, hanem a cenzúrabíró-ság) már ne is említsük.<sup>60</sup>

A káoszban csak az egyes megnyilatkozások szélesebb történeti és politikai kontextusának vizsgálata, illetve a „közvéleményre” hivatkozó szöveg argumentációjának elemzése teremthet némi rendet. Így sem derülhet ki, mi a közvélemény, és létezik-e egyáltalán, de

annyi legalább igen, hogy mire használható, és mit gondoltak róla a különböző korok közvélemény-formálói.

Lényeges szempont például, amelyet Floyd D. Allport már a harmincas évek elején felvetett, a „közvélemény” és az „uralkodó vélemény” megkülönböztetésének szükségessége.<sup>61</sup> A konkrét politikai kérdések kapcsán megfogalmazódó ítélet, azonnali vagy későbbi cselekvést (például: választások alkalmával) feltételező álláspont, amelyet a „közvélemény” fogalmán ért a szerző, véleménye szerint nem azonos a szociálpszichológiából ismert „attitűd”, vagy uralkodó vélemény fogalmával. Ez utóbbi egy – neveltetésből, kulturális tradíciókból táplálkozó – tartós és általános orientációt jelöl bizonyos intézmények, személyek, csoportok vagy célok és folyamatok tekintetében, de nem határozza meg szükségszerűen a konkrét kérdésekben elfoglalandó álláspontot. Például – hogy témánknál maradjunk – a török elleni keresztény szolidaritás általános követelményének elfogadása még nem tette kívánatossá Bécs számára, hogy 1664-ben francia csapatok állomásozzanak a birodalom területén, s Apafi Mihálynak sem adott támpontot a politikai kérdés eldöntésére: felvonuljon-e Köprülü Ahmed nagyvezír támogatására a magyarországi háborúban.

A kutatás történetében mérőldkövet jelentett Jürgen Habermas hivatkozott műve, amely monografikus igényrel mutatta be a modern közvélemény-konceptió kialakulásának folyamatát, annak egyes állomásait. Kutatása két szálon haladt: részint a *opinio*-toposz fejlődését követte nyomon, részint a nyilvánosság, a publikus „tér” társadalomtörténetét vizsgálta. A modern értelemben vett, az államigazgatás és a magánszféra között megteremtődő sajátos terület létrejöttét a 17. századi Anglia „kávéházi nyilvánosságához” és a francia 18. század „Udvar–Város” ellentétéhez kapcsolta, rámutatva Versailles „reprezentatív nyilvánosságának” és a salonok „irodalmi nyilvánosságának” szembenállására, valamint ez utóbbiak szerepére az immár politikai kérdéseket is megvitató, nyilvános okoskodása számára a megfelelő intézményrendszert – főként a sajtót – kezébe vevő polgári publikum színre lépésében.

A közvélemény fogalmának történeti vetületű meghatározása során azonban problémaként jelentkezik – és nehézkessé is teszi a kutatást – az a követelmény, hogy minden korábbi kort a klasszikus polgári nyilvánossághoz viszonyítva értékeljünk. A rendszeralkotás kényszere hozza magával például a kibontakozását az abszolutizmussal elérő „reprezentatív nyilvánosság” segédfogalmának bevezetését, amely a társadalmi státus képviselőt, a viselkedéskódex normarendszerének a közvetítését jelentette, de semmiképpen sem volt értelmezhető politikai propagandának. „...Az udvari-lovagi reprezentáció nyilvánossága [...] nem a politikai kommunikáció világa” – írja Habermas.<sup>62</sup> Holott már az antikvitásnak is megvolt a maga közvélemény- és propagandakonceptiója,<sup>63</sup> de hogy túl messzire ne menjünk: nyilvánvaló, hogy a 17. századi magyar országgyűlések működésének leírása, az alkalmazott változatos propagandatechnikák elemzése (paszkvillusok és röpiratok terjesztése, suttogó propaganda, gravaminális iratok, diétai folyamodványok kinyomtatása, *querela*-ként való terjesztése, eljuttatása külföldi hatalmak követeihez stb.), az országgyűlési „közvélemény” (hordozói között ott a képviselői joggal nem minden elemében rendelkező széles familiáris réteg is!) ingadozásának, döntésekre gyakorolt befolyásának bemutatása nem szorítható a habermasi „reprezentatív nyilvánosság” fogalmi keretei közé.<sup>64</sup> Így tehát inkább arról beszélhetünk, hogy a hatalom által meghatározott *statikus* értékrend reprezentálása az imént definiált mindenkori „uralkodó véleményt” igyekszik egyre homogénabbá formálni; míg a politikai propaganda az egyes konkrét kérdésekről *dinamikus* alakuló – ugyancsak mindenkori – közvéleményt kívánja befolyásolni.<sup>65</sup> (Természetesen nem zárható

ki a lehetőség, hogy kiélezett politikai helyzetekben az általános értékrendre hivatkozó reprezentatív megnyilvánulás konkrét propagandüzenet hordozójává váljék: gondoljunk csak börtönben, száműzésben vagy emigrációban meghalt, esetleg kivégzett politikusok koronként ismétlődő újratemetéseire. Zrínyi Péter és Frangepán Ferenc 1919. április 30-i zágrábi temetése például pusztá kegyeleti aktus voltán túl a fiatal jugoszláv állam melletti célirányos propaganda kifejtését is jelentette.)<sup>66</sup>

A reprezentáció és a propaganda fogalmainak ilyenforma elhatárolása és párhuzamba állításuk az uralkodó véleménnyel és a közvéleménnyel már csak azért is fontos, mert a kérdéssel foglalkozó szakirodalomban éppen ezen a ponton mutatkozik a legnagyobb bizonytalanság. Illusztrálására engedtessek meg egy rövid kitérőt. Karl Vocelka, a II. Rudolf propagandájáról írott monográfiájában (amely módszertani és szemléleti igényességével messze kiemelkedik a történeti propagandaelemzések közül) a hatalmi reprezentációt a politikai propaganda *részfunkciójaként* tárgyalja. Véleménye szerint a propaganda az uralom támogatásának elnyerésére irányul, befolyásolni akar, és elsősorban az intellektusra hat, míg a reprezentáció egyfajta véleményigazolás, megerősítés, az uralomtámogató csoportok képzetes bevonását jelenti a hatalom „területére”: meggyőződésük helyességét azzal igazolja, hogy részesévé avatja őket a támogatásuk révén fennálló hatalom demonstratív ünnepi megnyilvánulásainak – érthető módon tehát főként érzelmi alapon fejt ki hatását.<sup>67</sup> Ám a következtetés nyilvánvalóan nem áll meg: számtalan példa idézhető az irracionális érzelmeket meglovagoló politikai agitációra éppúgy, mint a nagyon is racionális „hiedelmekkel” és sztereotípiákkal (például az európai államok erőegyensúlyával) operáló uralmi demonstrációra. A reprezentáció tehát semmiképpen sem rendelhető alá a propaganda fogalmának; legfeljebb azzal kölcsönhatásban álló, párhuzamos vagy ellentétes mechanizmusként tárgyalható.

A módszertani nehézségek kiküszöbölésére maga Habermas is javaslatot tesz újabb írásában:

„A kommunikatív cselekvés elmélete [...] egyengeti az utat egy rekonstruktíve működő társadalomtudomány számára, mely teljes szélességükben azonosítja a kulturális és társadalmi racionalizálás folyamatait, s ezeket visszamenőleg követi a modern társadalmak küszöbén túl is; így nem kell többé a nyilvánosság egyetlen korszpecifikusan fellépő formációjában nyomozni normatív lehetőségek után. Az a kényszerűség, hogy stilizáljuk egy intézményesen megtestesült kommunikatív racionalitás egyes prototipikus kifejeződéseit, átadja helyét az empirikus megközelítésnek, amely feloldja a norma és valóság közti elvont feszültséget. Ráadásul eltérően a történelmi materializmus klasszikus feltevéseitől, itt kitűnik a kulturális értelmezési rendszerek és hagyományok szerkezeti öntörvényűsége és belső története.”<sup>68</sup>

Egyszerűbben fogalmazva: minden kor csak a maga fogalomrendszerével írható le kielégítően.

Annál is inkább így van ez, mivel ellenkező esetben minden kutató hajlik arra, hogy bizonyos vitatott jelenségek eredetét a saját maga által preferált korszakban vélje felfedezni. Keith M. Baker például, Habermas korábbi álláspontjával vitába szállva, meg is jegyzi: a társadalmi nyilvánosság kategóriája nem a 18. század közepéről származik, és nem is az államhatalom és a civil társadalom közötti mediátorszerep a fő attribútuma; megjelenése inkább az abszolutizmus válságával függ össze, midőn az ellenzéki szereplők (akárcsak az

*establishment* tagjai) kettős legitimitásra törekedtek, lévén, hogy az abszolutista politikai szisztéma intézményei önmagukban már nem biztosíthattak véleményeik számára kielégítő hitelességet.<sup>69</sup>

Baker problémafelvetése azonban sokkal fontosabb egy másik aspektusból. Megvizsgálva, mi is az a publikum, amelyhez mind a monarchikus kormányzat, mind a bírálói fellebbeztek, arra a meggyőződésre jut: inkább politikai-ideológiai konstrukcióról beszélhetünk, mint szociológiailag körülhatárolható csoportról. A közvélemény mindössze absztrakt „fórum”, amely némileg hasonló a Loch Ness-i tó rejtélyes monstrumához: sokan látták, de még senki sem beszélt vele.

Végso soron arról az alapkérdésről van szó, amellyel a téma minden kutatója előbb-utóbb szembekerül: volt-e (s általában véve: van-e) a közvéleménynek önmozgása, önálló léte, vagy mindössze a nyilvános térben mozgó „manipulátorok” hivatkozásainak és agitációjának eredője tehető – ha tehető – tudományos vizsgálat tárgyává?<sup>70</sup>

A magunk részéről megpróbálkozunk az ítélet felfüggesztésével, jöllehet a tisztesség megkívánja, hogy bevalljuk: inkább a második eshetőségre hajlunk. (Amint ez történetünk szereplőiről is nagyrészt kiderül majd – de nyilván ez sem véletlen: ki ne tudná, hogy a téma legalább annyira választja kutatóját, mint viszont?) A definícióalkotás kényszere alól persze nem bújhatunk ki, ám ezen a ponton egyelőre érjük be egy laza meghatározással. Eszerint a *nyilvánosság*: a társadalmi kommunikáció tere; a *közvélemény*: az e térben zajló diskurzusok összessége; a *propaganda*: a diskurzusokban megfogalmazódó vélemények egy adott irányba terelése.

A *nyilvános tér* különböző korokban más és más kiterjedésű, illetve más és más a „belépésre” jogosultak köre. A területértést hol szigorúan szankcionálják, hol finomabb szelekció működik az illetéktelen behatolók kiszűrésére. (A cenzor, hogy habermasi kategóriával éljünk: „korspecifikusan fellépő formáció”.) A nyilvános tér persze pusztá absztrakció. Nem létezik, amíg nem használják; továbbá (absztrakció mivoltában is) csak egyéb nyilvános „terekhez”, illetve a *nem nyilvános* „térhez” képest létezik.

A *közvélemény* nem az említett diskurzusok eredője, vagy kiszámolható közös nevezője; nem is egyéni vélemények matematizálható eredménye. Nem álláspont, hanem folyamat. Párhuzamosan futó diskurzusok összessége, amelyeknek belső strukturáltsága racionális, morális vagy érzelmi-életérzésbeli kritériumokhoz igazodik.<sup>71</sup> Egy-egy „szólamra” jellemző lehet, hogy melyik elem jut benne időlegesen túlsúlyra a többihez képest, de szilárd határvonal nem húzható: az értelmesen vitatkozó „közösség” egyik pillanatról a másikra átalakulhat – átalakítható – erkölcsi fejtegetésekre bólogató „közönséggé” vagy érzelmi impulzusoknak engedelmesskedő „tömeggé” és viszont. A határ nem a „köz” és a „tömeg”, hanem a kommunikáció és a nem kommunikálás között húzódik. A társadalmi kommunikáció nyilvános terében párhuzamosan élhet több, különböző súlyú, érvényességű „közvélemény” is egy-egy kérdéssről. Hogy mikor melyik diskurzus melyik szólama válik domináns-sá, társadalmi-politikai szempontból *érvényes közvéleménnyé*, azt a diskurzust folytató csoportok hatalmi hierarchiája, illetve hatalmi aspirációi határozzák meg.

A *propaganda* egy adott diskurzust folytató csoport kísérlete a többi háttérbe szorítására, hasonlítására vagy integrálására, értelmi, érzelmi vagy erkölcsi ráhatással. A sikeres manipuláció esélyei nem csupán a gazdasági vagy politikai hierarchiában elfoglalt pozíció szerint oszlanak meg; legalább ilyen fontos a műveltség foka és a rendelkezésre álló információ mennyisége – s köztudottan adódnak helyzetek, amikor a két pólus igen távol áll egymástól. A propaganda *elemzése* során tisztázandó kérdések tekintetében már régóta kon-

szenzus uralkodik a szakirodalomban. A tisztázandó szempontok: *ki/k*, mely formális vagy informális intézményhez köthető csoport/ok folytatják; milyen természetű a *célja* és irányultsága (rövid vagy hosszabb távú, pozitív vagy negatív); kik az *ágensei* (mindig hatásosabb, ha a hírverés nem közvetlenül, hanem elfogulatlanak tűnő közvetítők bevonásával történik); milyen *szimbólumokkal* él (differenciálja-e őket a feltételezett befogadói csoporthoz alkalmazkodva); mely *kommunikációs csatornákat* vesz igénybe (szóbeliség – „suttogó propaganda” –, sajtó, irodalmi művek, képzőművészeti alkotások stb.); melyek a *célzott rétegek*, befogadói csoportok (nemzetközi propaganda esetén mi a célterület);<sup>72</sup> milyen eszközökkel igyekszik semlegesíteni vagy ellenőrzés alatt tartani az *ellenpropagandát* (például: cenzúra); mennyire *hatásos* (képes-e cselekvésre mozgósítani, illetve közös pontokat, átfedéseket kínálni más hatalmi érdekek mentén szerveződő propagandaakcióknak, majd azok termékeit – „másodlagos propaganda” – visszacsatolni saját „elsődleges” érdekeihez, beépíteni saját működésébe).

Természetesen ez a definíció sem mentes a metaforáktól (lásd például: „kommunikációs tér” – ami akkor is metafora, ha imaginárius térre, közegre vonatkozik, mint például egy közérdeklődésre számot tartó humanista levelezés esetében); történeti vizsgálatra pedig önmagában végképp használhatatlan, hiszen nagyon is „szinkron” tapasztalatokat próbál meg általános érvényre emelni. Azonban elég rugalmasnak tűnik ahhoz, hogy alkalmas legyen a *korábbi metaforákkal való dialógusra*, azok belső dinamikájának felderítésére.

## JEGYZETEK

<sup>1</sup> A forrásokat és a híd méretére vonatkozó számításokat közli Perjés Géza: Zrínyi és az 1663–64-es nagy török háború. In: Esterházy Pál: *Mars Hungaricus*, s. a. r. Iványi Emma, szerk. Hausner Gábor. Budapest, 1989. [ZrKt. III.], 66–67.

<sup>2</sup> Raimondo Montecuccoli: Della guerra col Turco in Ungheria. In: *Le opere di Raimondo Montecuccoli, II*. A cura di Raimondo Luraghi, Roma, 1988, 426.

<sup>3</sup> Tüskés Tibor: *Így élt Zrínyi Miklós*. Budapest, 1973, 144.

<sup>4</sup> Szilágyi Ferenc: *Főnixmadár. Zrínyi, a költő és hadvezér*. Budapest, 1968, 196.

<sup>5</sup> Kárpáthy Gyula: Zrínyi. Budapest, 1955, 22.

<sup>6</sup> Klaniczay Tibor: Zrínyi Miklós. Budapest, 1964 [2., átdolgozott kiadás], 708.

<sup>7</sup> Kardos Tibor: *Vezérfonal városi előadók számára „A költő Zrínyi Miklós” című előadáshoz*. Budapest, é. n. [1951], 26.

<sup>8</sup> Homa Gyula–Soós József: *Zrínyi szelleme él! A magyar katonaeszmény Zrínyi Miklós gróf gondolatvilágában*. A Vitézi Rend Zrínyi-csoportjának kiadása, Budapest, 1938, 6–7, 28.

<sup>9</sup> Harsányi Zolt: *Szólj, szólj, virrasztó!* Budapest, 1934, 192–194.

<sup>10</sup> Gaál Mózes: *A kard és a lant hőse. Regényes történet a magyar ifjúság számára*. Budapest, é. n., 156–157.

<sup>11</sup> Sík Sándor: Zrínyi Miklós. Budapest, é. n., 139.

<sup>12</sup> Két példa a tízes évekből: „[Zrínyi] szorgalmazta a vár építését, és maga is segített...” (Mihóczy Rezső: *Zrínyi és Montecuccoli polémája*. Budapest, 1914, 30); „Zrínyi Miklós [...] az erőd építésére csaknem valamennyi jobbágycsoporthoz kirendelte, sőt maga is mindennap órákon át talicskázta a földet, hogy mielőbb elkészülhessen vele” (*A szigetvári hős vitéz unokája*. In: *Zrínyi Miklós Naptára*. Rózsa Kálmán és neje kiadása, Budapest, 1912, 24.).

<sup>13</sup> „Lázasan folyt a munka, emberei biztatására Zrínyi is oraszámra talicskázta velük a földet...” – Katona Ilona: *Zrínyi Miklós, a költő politikai szereplése*. Budapest, 1917, 33.

<sup>14</sup> Benedek Elek: Zrínyi Miklós. In: Benedek Elek: *Nagy magyarok élete*. Budapest, 1906, 65.

<sup>15</sup> Széchenyi Károly: *Gróf Zrínyi Miklós. IV*. Budapest, 1900, 159.

<sup>16</sup> Acsády Ignác: *A magyar nemzet története. VII.* Budapest, 1898, 165. („Zrínyi [...] maga épített várat a régi Kecskvár helyén, a török határ közvetlen közelében [...] Sietnie kellett az építkezéssel, s hogy példát adjon, maga ásót, kapát fogott, s időnkint ott dolgozott munkásai sorában.” Minden bizonnyal ez a 2. jegyzetben idézett leírás közvetlen forrása. Hogy a kapából hogyan lett ott csákány?... Rejtély.) Lásd még Fabó András: *Vitnyédy István levelei. I.* Pest, 1871, 132 [Magyar Történelmi Tár, XV]; Pauler Gyula: *Zrínyi Miklós és Montecuccoli Raymund.* In: *Budapesti Szemle, Új Folyam*, IX [1867], 17. („...ásót, kapát, talyigát ragadva...”)

<sup>17</sup> Szász Károly: *Zrínyi, a költő. Történeti beszély.* Pest, 1863, 22.

<sup>18</sup> Szalay László: *Magyarország története, V.* Pest, 1857, 72.

<sup>19</sup> *Ortelius redivivus et continuatus [...] Mit einer Continuation, von dem 1607. biss an dass 1665 [...]* Durch Martin MEYERN Historiophilum, II, Nürnberg, 1665, 198.

<sup>20</sup> Bleyer Jakab: Adalék Zrínyi Miklós és udvara jellemzéséhez és Zrínyi-Újvár történetéhez. In: *Századok*. 1900, 226.

<sup>21</sup> Klaniczay 1964, 706–712.

<sup>22</sup> Molnár Imre: *Latin nyelvű gyászbeszéd Franciaországból a katonaköltő Zrínyi Miklósról 1665-ből.* Budapest, é. n., 20.

<sup>23</sup> Firenze, Biblioteca Nazionale Centrale, Codici Magliabecchiani, cl. XXV, cod. 740, 91r. (A velenzei *gazzetta*-ról lásd Bene Sándor: Zrínyi-levelek 1664-ből. *Irodalomtörténeti Közlemények*, 1992, 229, skk.)

<sup>24</sup> Jürgen Habermas: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása.* 2. kiad. Budapest, 1993, 68–69.

<sup>25</sup> A fogalmat Habermas – a művét ért kritikákra reagálva – maga is átveszi (i. m., 12); s jóllehet, ő csak a 18. századtól, a „repräsentatív nyilvánosság” felbomlásától kezdve ismeri el létezését, szerintünk nem korszékültségi fogalomként is használható: a mindenkor „érvényes nyilvánosságból” kirekesztett közvélemény kommunikációs terét jelöljük vele.

<sup>26</sup> Ezt próbálta meglovagolni Aragóniai Ferrante nápolyi király 1480-ban – javaslatával alaposan zavarba is hozta a pápát. Lásd Melissa M. Bullard: Lorenzo de' Medici: Anxiety, Image Making and Political Reality in the Renaissance. In: *Lorenzo de' Medici. Studi*, a cura di Gian Carlo Garfagnini, Firenze, 1992, 29. A 16. században végig jelentős próféciairódalom kapcsolódik a török kiűzetésével – esetleg megtérítésével – összefüggő ideákhoz. Lásd például A. Olivieri: Il significato escatologico di Lepanto. In: *Il Mediterraneo nella seconda metà del '500 alla luce di Lepanto.* A cura di Gino Benzoni, Firenze, 1974, 257–277; Carlo Ginzburg: Due note sul profetismo cinquecentesco. In: *Rivista storica italiana*, LXXVIII [1966], 211. Az elképzelés nem veszít erejéből a századfordulón és a 17. század első felében sem. Lásd C. D. Rouillard: *The Turk in the French History, Thought and Literature (1520–1660)*; Paolo Preto: *Venezia e i turchi.* Firenze, 1975. Más kérdés, hogy a műveltek szemében eszközszerűvé válik. Lásd Delio Cantimori: Aspetti della propaganda religiosa nell' Europa del Cinquecento. In: Delio Cantimori: *Umanesimo e religione nel rinascimento.* Torini, 1975, 174.

<sup>27</sup> Ekkehard Eickhoff: *Venezia, Vienna e i turchi. Bufere nel Sud-est europeo 1645–1700.* Milano, 1991, 148–155.

<sup>28</sup> Cennerné Wilhelm Gizella: Zrínyi Miklós, a költő hadjáratainak grafikus ábrázolásai. *Folia Archaeologica*, XIII [1961], 225. (kat. 1. sz.); Galavics, 1986, 91.

<sup>29</sup> Rövid beszámoló a török háborúk megindulásáról és előmeneteléről. London, 1664. In: Kovács Sándor Iván (szerk.) *Angol életrajz Zrínyi Miklósról, London, 1664.* Budapest, 1987, 353 [Zrínyi-könyvtár, II].

<sup>30</sup> A mechanizmust más példán regisztrálta Rosario Villari *L' elogio della dissimulazione. La lotta politica nel Seicento.* Bari, 1987, 11–12, ahol megállapítja, hogy a 17. század rebellis megmozdulásainak pszichológiai (a bosszúvágyra, nagyravágyásra, állhatatlanságra stb. hivatkozó) interpretációja, azaz a kortárs „hivatalos verzió”, objektív magyarázatként szivárgott át a későbbi történetírásba. Általános érvényű megfigyelését érdemes hosszabban idézni, hiszen a Zrínyiek propagandáját illető vizsgálatunk számára is vezérfonalként szolgál: „...Ha egészében vesszük szemügyre, a múlt század elejétől napjainkig, a 17. század forradalmaival kapcsolatos történeti irodalmat, első pillantásra is meglepő azoknak az értelmezéseknek és értéktételeknek a tartóssága, amelyeket a kérdéses eseményekben szerepet játszó politikai és kulturális erők dolgoztak ki; különösen érvényes ez a hivatalos hatalmi állásfoglalásokra: nagyrészt ide vezethetők vissza a történetírásban mutatkozó anakronizmusok és tendenciózus ferdtételek. A probléma, magától

értetődően, nem csupán a felkelések történetében mutatkozik, jóllehet ezen a területen voltak a legerősebbek a torzító hatások [...] Nem kevés, és korántsem kis jelentőségű példa bizonyítja, hogy a történetírás passzív és kritikátlan módon fogadott el olyan ítéleteket, amelyek az adott történeti pillanatban az érdekek, érvek és indulatok összeütközéséből fogantak, vagy éppen tudatosan dolgozták ki őket, egyes valóságelemek, illetve meghatározott események torzításának vagy elrejtésének szándékával.” (I. m., 6–8.)

<sup>31</sup> A „metodizmus-kérdést” lezáró vita: Klaniczay Tibor: *Zrínyi Miklós*. Budapest, 1954, 470–475; Perjés Géza: A metodizmus és a Zrínyi–Montecuccoli vita, II. In: *Századok*, 1962, 25–45. A kritikára reagált, eredményeit könyve átdolgozott második kiadásába beépítette Klaniczay 1964, 719–728.

<sup>32</sup> Általában reprezentatív megnyilvánulás (Kecskeméti Gábor–Nováky Hajnalka: Bevezetés. In: Kecskeméti Gábor (szerk.) *Magyar nyelvű halotti beszédek a XVII. századból*. Budapest, 1988, 31, skk.; Szabó Péter: *A végtisztesség. A főúri gyászszertartás mint látvány*. Budapest, 1989, 48, skk.), amelyhez azonban a pillanatnyi politikai helyzet kontextusa propagandisztikus többletjelentést adhatott. (Érdemes volna ebből a szempontból megvizsgálni a gyanús körülmények között bekövetkezett halálesetekkel kapcsolatos források utalásait. Hogy csak két lehetséges példát idézzünk: Báthory Gábor 1628-i temetése, Alvinczi Péter ott elhangzott gyászbeszéde, Bethlen Gábor uralkodói propagandájának integráns részét képezte, amint korábban Magyar István is vallási propagandára, a Pázmánnyal folytatott hitvitára használta fel a Nádasdy Ferenc temetése kínálta alkalmat: Heltai János: Bethlen Gábor és Báthory Gábor viszonya a kortársak szemében. *HK*, 1983, 705–707; Kecskeméti–Nováky, 1988, 33, és 373–374).

<sup>33</sup> David L. Sills (ed.) *International Encyclopedia of the Social Sciences*, XII. 1968, 579.

<sup>34</sup> Michel Foucault: *Felügyelet és büntetés*. Budapest, 1990, 223–226.

<sup>35</sup> Michal Szulczerwka: *A politikai propaganda*. Budapest, 1972, 249. De idézhetnénk mélyen demokratikus gondolkodású szerzőt is: „Agitáció, propaganda és iskolai kívüli népművelés [...] voltaképpen egyet akarnak: a közvélemény irányítását. Maga az iskolai nevelés sem igényelhet kevesebbet: az ifjúság világméretű, benne magát az ifjúságot kellően felszerelve, úgy, ahogy a mindenkorai legjobbak leghelyesebbnek és legmegfelelőbbnek tartják.” (Karácsony Sándor: *Közvélemény és nevelés*. In: Hatvany László (szerk.) *Karácsony Sándor pedagógiai írásai*. Budapest, 1994, 187.) A kérdés csak az: kik azok a „legjobbak”, és milyen kritériumok alapján definiálják magukat?

<sup>36</sup> Elsősorban Condorcet munkásságára gondolunk. Lásd Eduardo Tortarolo: „Opinion publique” tra antico regime e rivoluzione francese. Contributo a un vocabolario storico della politica settecentesca. In: *Rivista storica italiana*. 1990, 12–13.

<sup>37</sup> Lenin: Mi a teendő?. In: *Lenin Összes Művei*, VI. Budapest, 1964, 61.

<sup>38</sup> Leonard Doob: *Public Opinion and Propaganda*. London, 1949, 232–245.

<sup>39</sup> A terminusra: Schlett István: A politikai ideológia természetéről. *Társadalmi Szemle*, 1982, 95–107.

<sup>40</sup> Már a kora újkori propagandának egyik legfőbb sajátosságaként regisztrálja ezt Karl Vocelka: *Die politische Propaganda Kaiser Rudolfs II (1576–1612)*. Wien, 1981, 15–16.

<sup>41</sup> Ilyen rendkívüli helyzet volt, mikor Rooseveltt az összetartást, önfeláldozást (és a vezetőbe vetett feltétlen bizalmat) implikáló hadsereg-metaforával vezette fel a New Deal kampányát (lásd Francesca Rigotti: *Il potere e le sue metafore*. Milano, 1992, 39.); vagy – hogy a nemzetközi kapcsolatok területéről vegyünk példát – mikor Churchill, félretéve az erőegyensúly mechanikus metaforáit, egy 1928-as beszédében az orvos–beteg párhuzammal illusztrálta Anglia feladatait a kommunizmus rákfenéjével szemben: „A kommunizmus a rák egy formája. Politikai rák – egyetlen sejt lázadása, amely eltorzította és megfertőzte a közvetlenül körülötte elhelyezkedő többi. [...] Végtelen nyomorúságot hozott magával, a lehető legsúlyosabb tüneteket mutatja, miközben az általa megkövetelt gyógymódnak azonnalinak és drasztikusnak kell lennie.” Winston S. Churchill: *Communism and Cancer*. In: Robert Rhodes James (ed.) *Winston S. Churchill. His Complete Speeches 1897–1963*, V. New York–London, é. n., 4538.

<sup>42</sup> Mint elnökválasztási kampányok idején. George Bush például az 1988-as kampányban előszeretettel használta a „nagy kormányos” metaforáját. Lásd Francesca Rigotti: *Metafore della politica*. Bologna, 1989, 60.

<sup>43</sup> Wilhelm Bauer: *Die öffentliche Meinung in der Weltgeschichte*. Potsdam, 1930, 17–19.

<sup>44</sup> Ez az eljárás leginkább a német szakirodalomra jellemző, például Wilmont Haacke: *Publizistik Elemente und Probleme*. Essen, 1962.

<sup>45</sup> Hans Speier: Historical Development of Public Opinion. *The American Journal of Sociology*, LV [1950], 376.

<sup>46</sup> Köpeczi Béla: „Magyarország a kereszténység ellensége”. *A Thököly-felkelés az európai közvéleményben*. Budapest, 1976, 33.

<sup>47</sup> Speier 1950, 377.

<sup>48</sup> Habermas 1993, 157–158.

<sup>49</sup> Speier 1950, 379–380.

<sup>50</sup> Köpeczi 1976, 34, skk.

<sup>51</sup> Habermas 1993, 66–80.

<sup>52</sup> Lee Benson: An Approach to the Scientific Study of Past Public Opinion. *Public Opinion Quarterly*, XXXI [1967–1968], 524.

<sup>53</sup> William A. Mackinnon: *On the Rise, Progress and Present State of Public Opinion in Great Britain and Other Parts of the World* (1828), idézi: Tortarolo, 1990, 5.

<sup>54</sup> Habermas 1993, 202–216.

<sup>55</sup> Speier 1950, 377–379.

<sup>56</sup> Részletes elemzése: Habermas 1993, 173–189.

<sup>57</sup> Habermas 1993, 167; Tortarolo 1990, 15.

<sup>58</sup> Tortarolo 1990, 14.

<sup>59</sup> Tortarolo 1990, 18–23; Baker 1987.

<sup>60</sup> Jean-Jacques Rousseau: *A társadalmi szerződés*, IV, 7. In: Jean-Jacques Rousseau: *Értekezések és filozófiai levelek*. (szerk. Ludassy Mária) Budapest, 1978, 593–595.

<sup>61</sup> Floyd D. Allport: Egy közvélemény-tudomány felé. *Jel-Kép*, 1994/1, 71–83.

<sup>62</sup> Habermas 1993, 59.

<sup>63</sup> *Propaganda e persuasione nell'antichità. Contributi dell' Istituto di storia, II*. A cura di Marta Sordi, Milano, 1974.

<sup>64</sup> A politikai közvélemény és propaganda 16–17. századi (és ennél korábbi) toposzainak és történetének kutatása magyar viszonylatban még igencsak hiányos. Részint módszertani, részint konkrétan a szűkebb témánkat érintő eredményeik okán ki kell emelni – az irodalomtörténeti kézikönyv (*A magyar irodalom története 1600-tól 1772-ig*. [szerk. Klaniczay Tibor] Budapest, 1964, 275–295) vonatkozó fejezetei mellett – a következő munkákat. Benda Kálmán: *A törökkor német újságirodalma*. Budapest, 1942; Király Erzsébet: *Tasso és Zrínyi. A „Szigeti veszedelem” olasz epikai modelljei*. Budapest, 1989 [Humanizmus és reformáció, XVI]; Kurucz Ágnes: *Lovagi kultúra Magyarországon a 13–14. században*. Budapest, 1989. (különösen az „Értérendszer és propaganda” c. fejezet, i. m., 163–221); Péter Katalin: *A magyar nyelvű politikai publicisztika kezdetei*. Budapest, 1973 [Irodalomtörténeti füzetek 83]; Zrínyi Miklós angol rajongói. In: *Angol életrajz Zrínyi Miklósról* id. kiad., 27–63; Ritoók Zsigmondné: Politikai satíra Magyarországon a XVI. században. *ItK*, 1971, 265–277; R. Várkonyi Ágnes: Bucsú és emlékezet. In: *Keletkutatás*, 1988, 3–24; Galavics Géza: *Kössünk kardot a pogány ellen. Török háborúk és képzőművészet*. Budapest, 1986; Horváth Zsolt: Változatok és változások a Zrínyi-kultusz történetében (1918–1954). In: Kovács Sándor Iván (szerk.) *Zrínyi-dolgozatok*, IV. Budapest, 1987, 63–147; Heltai János: *Alvinczi Péter és a heidelbergi peregrinusok*. Budapest, 1994 [Humanizmus és reformáció, XXI]; Lajos Hopp: Die ungarische Publizistik in der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts. In: *Laurus Austro-Hungarica. Literarische Gattungen und Politik in der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts*. (hrsg. Béla Köpeczi und Andor Tarnai) Budapest – Wien, 1988, 47–68; Az „antemurale” és „conformitas” humanista eszméje a magyar–lengyel hagyományban. Budapest, 1992 [Humanizmus és reformáció, IXI]; Klaniczay Tibor: A nagy személyiségek humanista kultusza a XVI. században. Nacionalizmus a barokk korban. In: Klaniczay Tibor: *Pallas magyar ivadékai*. Budapest, 1985, 41–48, 138–150; Köpeczi Béla: *A Rákóczi-szabadságharc és Európa*. Budapest, 1970; Köpeczi, 1976; Kulcsár Péter: Ars historica. In: *Klaniczay-emlékkönyv. Tanulmányok Klaniczay Tibor emlékezetére*. (szerk. Jankovics József) Budapest, 1994, 119–127; lásd még a „Magyar Remekírók” sorozat *Humanista történetírók* (Budapest, 1977) című kötetéhez készült utószavának (i. m., 1158–1195) a történetírás publicisztikai funkciójáról szóló utalásait; Petneki Áron: Intrada. Az ünnepélyes bevonulás formája és szerepe a közel-kelet-európai udvarokban. In: Várkonyi Ágnes (szerk.) *Magyar reneszánsz udvari kultúra*. Budapest, 1987, 281–290.

<sup>65</sup> Ebbe az irányba mutat Harold D. Laswell klasszikus (és talán mind közül a legtümörebb)

propagandameghatározása is: „A propaganda a szó legtagabb értelmében, az emberi viselkedést a reprezentáció manipulálásával befolyásoló technikát jelenti.” (A többértelmű „reprezentáció” kifejezést szándékosan hagytuk meg eredeti formájában.) In: E. A. R. Seligman (ed.) *The Encyclopedia of the Social Sciences*, XII, New York, 1933, 521.

<sup>66</sup> Andelko Mijatovic: *Zrinsko-Frankopanska urota*. Zagreb, 1992, 136–145.

<sup>67</sup> Vocelka 1981, 16–18.

<sup>68</sup> Habermas 1993, 29–30.

<sup>69</sup> Keith Michael Baker: *Politics and Public Opinion under the Old Regime*. In: Jack R. Censer and Jeremy D. Popkin (ed.) *Press and Politics in Pre-Revolutionary France*. Los Angeles–London, 1987, 212, skk.

<sup>70</sup> Az alábbiakban megfogalmazott definíciókat (a már hivatkozottak – Speier 1950, 376–388; Benson 1968, 522–567; Baker 1984, 204–246; Tortarolo 1990, 5–23 – mellett) a következő munkákra alapoztuk. Walter Lippmann: *Public Opinion*. New York, 1938 [első kiad. 1919]; Harold D. Laswell: *The Theory of Political Propaganda*. In: Bernard Berelson and Morris Janowitz (eds.) *Reader in Public Opinion and Communication*. Glenoce, 1953, 176–180; Alfred McLung Lee: *Public Opinion and propaganda*. New York, 1954; Paul Lazarsfeld: *Public Opinion and the Classical Tradition*. *Public Opinion Quarterly*, XXI [1957], 39–53; Karin Dovring: *Road of Propaganda: the Semantics of Biased Communication*. New York, 1959; Paul A. Palmer: *The Concept of Public Opinion in Political Theory*. In: *Essays in History and Political Theory in Honour of Charles Howard McIlwain*. Cambridge Mass, 1963, 230–257; Angelusz Róbert: *Kommunikáló társadalom*. Budapest, 1983, különösképp: 21–85; módszertani megfontolásai okán hasznosak még: Sergej Ciacotin: *Tecnica della propaganda politica*. Milano, 1964, különösen az „Il simbolismo e la propaganda politica” című fejezet, i. m., 267–313; Joseph Klaitz: *Printed Propaganda Under Louis XIV: Absolute Monarchy and Public Opinion*. Princeton, 1976; Hubert Carrier: *La Presse de la Fronde (1648–1653). Les Mazarinades. La Conquete de l'opinion, I–II*. Genève, 1989–1991.

<sup>71</sup> E koncepció alapjait vetette meg – korát messze megelőzve és a modern kommunikációelméleti kutatások eredményeit megelőlegezve – Karácsony 1994, 187–197; szerinte a közvélemény *társaspszichológiai* jelenség, működésének leírására elégtelen mind az egyéni, mind a tömeglélektan eszköztára. Felfogásával egyetértünk, következtetésével – amennyiben a közvéleménynek önálló létet tulajdonít, s a mindenkori „érvényes” közvéleményt meghatározott társadalmi réteghez, a „néphez” köti – már kevésbé.

<sup>72</sup> Az elméletről: Dovring 1959, 124–133; valamint a *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 1971. novemberi tematikus számának tanulmányai: L. John Martin (ed.) *Propaganda in International Affairs*. 1–139.



Petőfi S. János

## EGY MULTIMEDIÁLIS SZÖVEGEK ELEMZÉSÉRE ALKALMAS JELMODELL NÉHÁNY ASPEKTUSA\*

**M**a már általánosan elfogadottnak tekinthető az a vélemény, hogy a kommunikációfolyamatok „üzenetet kifejezésre juttató produktumai”-t célszerű bizonyos feltételeknek eleget tevő komplex jelekként (más terminussal élve jelkomplexusokként) értelmezni. Ezekkel a komplex jelekkel kapcsolatban számomra – a szemiotikai textológus<sup>1</sup> számára – az egyik alapfeladat a *multimediális szöveg* fogalmának az értelmezése, a másik pedig egy olyan *integratív jelmodell* létrehozása, amelyben a különféle médiumspecifikus jelösszetevők szerves egységbe foglalhatók. Ebben a rövid tanulmányban ezzel a két kérdéssel kívánok foglalkozni.

1. Kezdjük annak az értelmezésláncnak a tárgyalásával, amely az első alapfeladat végrehajtásához, a „multimediális szöveg” fogalmának az értelmezéséhez vezet.

1.1. A „multimediális szöveg” fogalmának az értelmezéséhez mindenekelőtt a *médium*, a *nyelv* és a *kód* terminusok használatának módját kell rögzíteni. Anélkül, hogy itt e terminusok használatának akár csak vázlatos feltérképezésével foglalkoznék, azt kívánom röviden bemutatni, hogy milyen értelmezésben használom őket én a szemiotikai textológiának (= szemiotikai szövegtannak) nevezett diszciplína keretében.

Többszörre mellőzöm a *kód* terminusnak a szemiotikában elterjedt (azaz „nyelv”) értelmezését. A jeleket jelöl–jelölt viszonyoknak tekintve, egy kód(rendszer) számomra nem egy szemiotikai értelemben vett *jelrendszer*, hanem egy *notációrendszernek* az egyértelmű helyettesítésére szolgáló másik notációrendszer. Ilyen értelemben kód(rendszer) például a morzejelek rendszere, amelynek elemei az ábécé (mint notációrendszer) elemeit kölcsönös és egyértelmű (azaz „megfordítható”) módon képesek helyettesíteni. Más szóval úgy, hogy a „kódolás” és a „dekódolás” nem igényel egy a jelöl–jelölt viszonyt érintő interpretációt.

A *nyelv* terminust egyrészt olyan értelemben használom, mint amilyenben az a verbális kommunikáció természetes nyelveinek nyelvészetében szokás, másrészt ennek a használatnak az analógiájára beszélek a zene, a tánc, a képi kommunikáció stb. nyelvéről. Ezen a

\*Petőfi S. János az olaszországi Maceratai Egyetem (Università di Macerata, Dipartimento di Filosofia e Scienze Umane) professzora, a szövegelmélet nemzetközileg elismert tekintélye.

használaton belül természetesen (ahol és amikor ez szükségesnek látszik) én is célszerűnek tartom egyrészt egy-egy adott nyelv parciális osztályairól – *dialektusairól*, *szociolektusairól*, Wittgensteini értelmű *nyelvi játékaikról* (például az olasz nyelv, vagy a gregorián, vagy a verbunkos „dialektusai”-ról) – beszélni. Másrészt különféle kontextusokban a *nyelvcsalád* fogalmát is lehet használni, az „indogermán nyelvek”, a „finnugor nyelvek”, illetőleg ezek analógiájára képzett nem verbális vonatkozású terminusokat alkalmazva.

A *médium* terminussal – nem technikai értelemben! – a szemiotikai szempontból azonosnak tekinthető jelölő típusú jelek rendszereinek az együttesére utalok. Ilyen értelemben beszélek a verbális médiumról, a mimika, a gesztusok médiumáról, a képi kommunikációról, a zene, a tánc médiumáról stb. Technikai értelemben tekintem ezzel szemben médiumnak a sajtót, a rádiót, a televíziót, a filmet, valamint a komputert (ha ez utóbbi a telekommunikáció speciális technikai eszköze).

1.2. Következő lépésként a *kommunikátum* és a *multimediális kommunikátum* terminusok használatának a módját kell meghatározni. Az én szóhasználatomban a kommunikátum terminus egy „üzenet” (egy „kommunikatív produktum”) olyan jellegű megjelölésre szolgál, amely csupán azt juttatja kifejezésre, hogy a szóban forgó produktum bizonyos defítorikus feltételeknek eleget tesz, de nem juttatja kifejezésre azt, hogy milyen médium vagy milyen médiumok nyelvének (nyelveinek) elemeiből épül fel.

A defítorikus feltételekről itt röviden csak a következőket:

Egy „üzenet”-nek (egy „kommunikatív produktum”-nak) egy adott vagy egy feltételezett kommunikációs-situációban egy adott vagy egy feltételezett kommunikatív funkció betöltésére alkalmasnak kell minősülnie ahhoz, hogy kommunikátumnak lehessen nevezni.

Természetesen mind az, hogy valami „üzenet”-nek, mind az, hogy (ez a valami, mint üzenet) „valamely kommunikatív funkció betöltésére alkalmas”-nak minősül-e vagy sem, első sorban nem a szóban forgó valami belső (inherens) tulajdonságaitól függ, hanem a mindenkori kommunikáló felek (alkotók és/vagy befogadók) interpretatív tevékenységen alapuló meggyőződésétől.

A „kommunikátum” fogalmának és a nem technikai értelemben vett „médium” fogalmának a felhasználásával értelmezhető a – nem technikai értelemben vett – „multimediális kommunikátum” fogalma. A *multimediális kommunikátum* terminus – a fenti meghatározások következményeként – olyan kommunikátumra utal, amelynek felépítésében különféle médiumokhoz tartozó nyelvek elemei vesznek részt.

1.3. A *multimediális szöveg* terminus végül olyan multimediális kommunikátumra utal, amelynek felépítésében a *verbális* médium domináns (vagy ekvidomináns, azaz a többi médiummal egyenrangú) jelleggel vesz részt<sup>2</sup>. A „domináns (illetőleg ekvidomináns) jelleg” fogalma a szemiotikai textológia keretében természetesen úgyszintén meghatározandó.

2. A multimediális szövegek sajátosságainak a leírására, illetőleg e szövegek interpretálására szolgáló diszciplínát én *szemiotikai textológiának* nevezem. Itt a szemiotikai textológia felépítésével nem kívánok foglalkozni, csupán azt tartom szükségesnek hangsúlyozni, hogy annak létrehozása csak komplex diszciplináris és interdiszciplináris keretben hajtható végre. Egy ilyen keret összetételét mutatja az 1. táblázat.

1. táblázat

| BD                                                                                                                                 |                              |                            |                           |                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|----------------------------|---------------------------|------------------------------|
| A „beágyazó” szövegtartományok diszciplínaegyüttese                                                                                |                              |                            |                           |                              |
| A köznapi, a tudományos, a jogi, a vallási, az ideológiai, az irodalmi stb. funkciójú szövegek tartományainak diszciplínaegyüttese |                              |                            |                           |                              |
| AD                                                                                                                                 |                              | TD                         |                           | LD                           |
| aspektuális diszciplínák                                                                                                           |                              | textológiai diszciplínák   |                           | nyelvészeti diszciplínák     |
| Adott                                                                                                                              |                              | Adott                      |                           | Adott                        |
| ( ekvi- dominánsan verbális)                                                                                                       |                              | (ekvi-)dominánsan verbális |                           | ( ekvi- dominánsan verbális) |
| nyelvkonfigurációhoz                                                                                                               |                              | nyelvkonfigurációhoz       |                           | nyelvkonfiguráció            |
| vagy                                                                                                                               |                              | vagy                       |                           | vagy                         |
| kommunikátumtartományhoz                                                                                                           |                              | kommunikátumtartományhoz   |                           | kommunikátumtartomány        |
| vagy                                                                                                                               |                              | vagy                       |                           | vagy                         |
| médiumpkonfigurációhoz                                                                                                             |                              | médiumpkonfigurációhoz     |                           | médiumpkonfiguráció          |
| tartozó                                                                                                                            |                              | tartozó                    |                           |                              |
| kommunikátumok                                                                                                                     |                              | kommunikátumok             |                           |                              |
| A-diszciplínái                                                                                                                     |                              | szemiotikai textológiája   |                           | L-diszciplínái               |
| ===                                                                                                                                |                              | ===                        |                           | ===                          |
| Általános                                                                                                                          |                              | Általános                  |                           | Általános                    |
| A-diszciplínák                                                                                                                     |                              | szemiotikai textológia     |                           | L-diszciplínák               |
| -----                                                                                                                              |                              |                            |                           | -----                        |
| A-diszciplínák:                                                                                                                    |                              |                            |                           | L-diszciplínák:              |
| poétika,                                                                                                                           |                              |                            |                           | rendszernyelvészet,          |
| metrika,                                                                                                                           |                              |                            |                           | a rendszer elemei            |
| narratológia, retorika,                                                                                                            |                              |                            |                           | használatának nyelvészete,   |
| stilisztika                                                                                                                        |                              |                            |                           | „szöveg”-nyelvészet          |
| ID                                                                                                                                 |                              |                            |                           |                              |
| Az interdiszciplináris keret diszciplínái                                                                                          |                              |                            |                           |                              |
| filozófia                                                                                                                          | pszichológia                 | szemiotika                 | formális metodológiák     | X                            |
|                                                                                                                                    | szociológia/<br>antropológia | kommunikáció-<br>elmélet   | empirikus<br>metodológiák |                              |

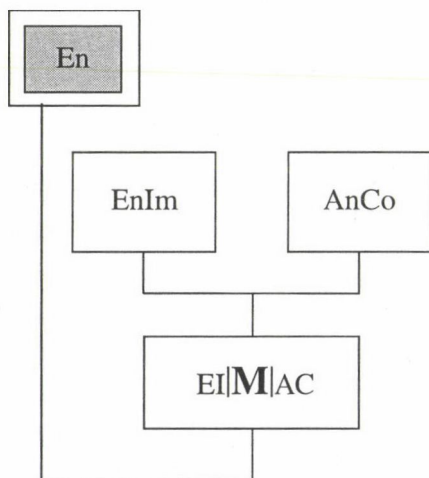
Minthogy a továbbiakhoz e keret „intuitív módon” végrehajtott interpretációja (megértése) is elegendő,<sup>3</sup> az 1. táblázathoz csupán a következő megjegyzést kívánom fűzni. Az abban található diszciplínanevek a szóban forgó diszciplínáknak nem az általában megszokott módon kidolgozott ismert formáira utalnak. Az 1. táblázatban szereplő diszciplínák csak az adott keretben végrehajtandó kidolgozásuk során – a közöttük szükségképpen létrejövő „kölcsonhatások” eredményeként – nyerhetik el végleges formájukat, határozhatják meg tárgyukat, céljukat és módszerüket. Például a kizárólag verbális elemekből álló magyar

szövegek kidolgozandó szemiotikai textológiájának szüksége van egy „magyar nyelvészet” összetevőre – ennek az összetevőnek a felépítése azonban nem lehet tetszőleges, hanem csak a létrehozandó szemiotikai textológia felépítésével kongruens. A kongruencia végérvényes elérése viszont a maga részéről megkívánhatja e szemiotikai textológia egy esetleges korábbi változatának módosítását. Hasonló mondható a poétika, narratológia, retorika stb. egymáshoz és szemiotikai textológiához való viszonyáról is.

3. Egy *integratív jelmodell* kidolgozása, azaz egy olyan jelmodellé, amelyben egy multimedialis szöveg különféle médiumspecifikus jelösszetevői szerves egységbe foglalhatók, az *általános szemiotikai textológia* feladatai közé tartozik. Az alábbiakban egyrészt ennek a jelmodellnek a globális felépítését kívánom vázolni, másrészt arra vonatkozóan kívánok néhány megjegyzést tenni, hogy milyen kapcsolat mutatható ki az ebben a jelmodellben értelmezett „jelölés”-fogalom és Nelson Goodman szemiotikai filozófiájának „jelölés”-fogalma között.

3.1. A jelmodell kidolgozásához egyrészt célszerű egy, a percepció (nem naiv) felfogásán alapuló *percepciómodell*ből kiindulni. Egy ilyen modellt szemléltet az 1. ábra. A percepció „nem naiv” felfogása abban áll, hogy az analóg mentális kép [= EnIm] és a konceptuális elemzés [= AnCo] elemekből álló (Janus-arcú) mentális modell létrejöttében az EnIm elem létrejötte (létrehozása!) nem független az AnCo létrehozásához felhasznált ismeretektől. Más szóval ez azt jelenti, hogy például vizuális percepció esetén a percipiálandó objektumban „azt” látjuk, amit az annak az objektumnak a fogalmi elemzésére vonatkozó ismereteink lehetővé tesznek.<sup>4</sup>

1. ábra



Az ebben az ábrában alkalmazott szimbólumok értelmezése a következő:

En: percipiálandó entitás;

EIM|AC: *tágabb értelemben:*

az a mentális apparátus, amely a percipiálandó entításokhoz [= En (rövidítve E)], valamint az adott percipiálandó analóg mentális képet (imago mentalis [= EnIm] (rövidítve: EI)), valamint az adott percipiálandó entításoknak – mentális képükkel kongruens – konceptuális elemzését (analysis conceptualis [= AnCo (rövidítve: AC)]) rendeli hozzá;

*szűkebb értelemben:*

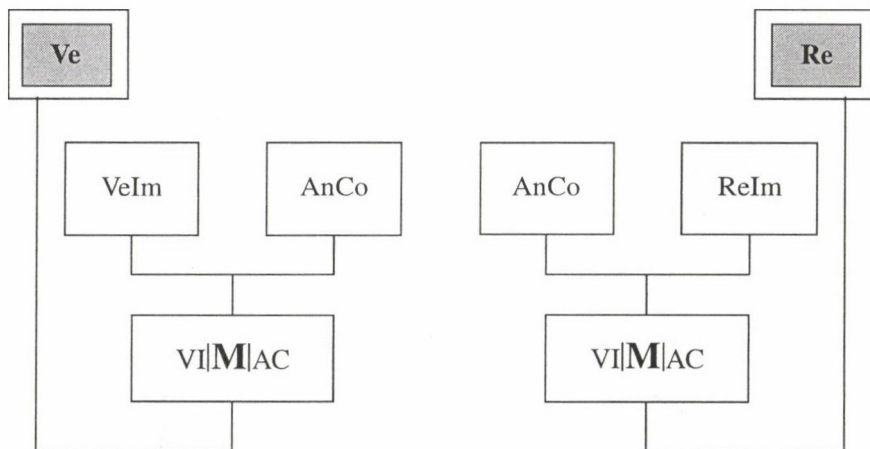
egy adott percipiálandó entitáshoz rendelt mentális képből és az azzal kongruens konceptuális elemzésből álló (Janus-arcú) mentális modell. (EnIm, AnCo).

A fentiek következtében célszerű továbbá az EnIm + AnCo kettőst egy halmaznak és nem egy rendezett párnak felfogni olyan értelemben is, hogy e párok létrehozására szolgáló apparátus ilyen párokat létre tud hozni egy En entitás tényleges fizikai jelenléte hiányában is. Más szóval: meglévő tapasztalataink alapján létre tudunk hozni konceptuális reprezentációkat és azokkal kongruens mentális képeket nem percipiáló, hanem fantáziánkat működtető környezetben is.

Az, hogy a 1. ábrában a percipiálandó entitást szimbolizáló besatírozott En-négyzetet egy további négyzet veszi körül, azt kívánja kifejezésre juttatni, hogy minden percipiálandó entitásnak van egy olyan „közelebbi környezet”-e, amelytől nem minden esetben különíthető el egyértelmű módon.<sup>5</sup>

3.2. A jelmodell kidolgozásához vezető második lépésként állítsuk – tükörképszerűen – egymással szembe két entitás percepciómodelljét, az egyik entitást a „Ve”, a másikat a „Re” szimbólummal jelölve. Ezt a kettős percepciómodellét szemlélteti a 2. ábra. Azon túl, ami a fentiekben a 1. ábrával kapcsolatban olvasható, s ami a használt szimbólumok értelmezéseként a 2. ábra alatt található, ehhez az ábrához talán még azt érdemes hozzáfűzni, hogy a szimmetria nem tesz szükségessé semmiféle Ve-re és Re-re vonatkozó „ontológiai természetű” megszorítást. Egyik esetben a Ve lehet egy tetszőleges természetes nyelvi elem (például: „asztal” mint szó, vagy „megy a vonat” mint kijelentés) és Re a megfelelő fizikai tárgy, illetőleg tényállás (azaz: asztal mint fizikai tárgy, illetőleg az a tényállás, hogy a vonat megy); másik esetben a Ve lehet egy metanyelvi elem (például „főnév”, vagy „kijelentés”) és Re egy megfelelő természetes nyelvi elem (például az „asztal” szó, illetőleg a „megy a vonat” kijelentés) – hogy itt csak erre az esetre utaljak.

2. ábra



Az ebben az ábrában található szimbólumok értelmezése a következő:

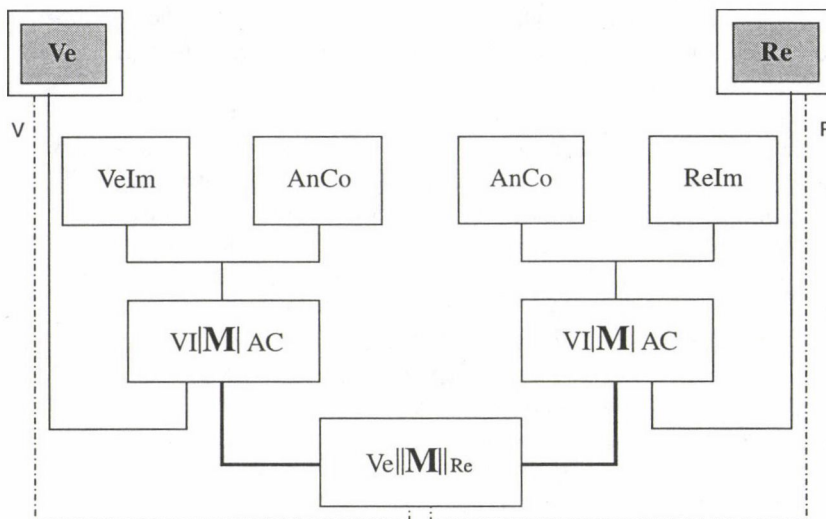
Ve: Egy olyan entitás (En), amely egy tetszőleges jelviszonyban a jelölő fizikai manifesztációjának (a vehiculumnak [= Ve]) a funkcióját töltheti be.

Re: Egy olyan entitás (En), amely egy tetszőleges jelviszonyban egy fizikai mivoltában létező jelöltnek (a relatumnak) [= Re]) a funkcióját töltheti be.

A többi szimbólum értelmezése [az E(n) = V(e), illetőleg E(n) = R(e) behelyettesítések végrehajtásából] „értelmeszerűen” megegyezik a 2. ábra szimbólumainak az értelmezésével.

3.3. A jelmodell kidolgozásának utolsó előtti lépéseként rendeljünk a 2. ábra két feléhez egy-egy nem szükségképpen (és/vagy nem kizárólagosan) perceptív értelmezést, és kapcsoljuk össze az így értelmezett két felet a  $Ve||M||Re$  mentális apparátussal, illetőleg modellel. (3. ábra.)

3. ábra



Az ebben az ábrában található szimbólumok értelmezése a következő:

$Ve||M||Re$ : *tágabb értelemben:*

az a mentális apparátus, amely a  $Ve$  típusú és  $Re$  típusú mentális modelleket egy jelölő–jelölt viszony összetevőiként kapcsolja össze;

*szűkebb értelemben:*

egy adott  $Ve$  típusú és egy adott  $Re$  típusú „jelölő–jelölt viszony” összetevőiből álló mentális modell.

A többi szimbólum értelmezése megegyezik a 3. ábra szimbólumainak az értelmezésével.

A „nem szükségképpen perceptív” értelmezés azt jelenti, hogy bizonyos esetekben nemcsak hogy nem szükséges, de nem is lehetséges a  $Re$  fizikai jelenlétét megkívánni; sőt adott esetben a  $Ve$  fizikai jelenlétét se. Az első eset többnyire a „fikcionális jellegű jelölés” esetében áll fenn, azaz amikor például egy szöveg nem létező személyeket vagy tárgyakat mutat be, a második a „misztikus és a hallucinatív kommunikáció” esetében, azaz amikor például valaki meg van győződve arról, hogy valaki – a szó fizikai értelmében! – „szólt” hozzá, jöllehet ez racionálisan kétségbe vonható, vagy ténylegesen nem állt fenn.

3.4. Az utolsó lépés a  $Ve||M||Re$  mentális apparátus, illetőleg modell (más szóval a „jelöl–jelölt” viszony, vagy ha úgy tetszik, a „jelölés”) lehetséges típusainak a meghatározásából áll. A 3. ábrán látható jelmodell annak következtében alkalmazható „integratív

jelmodell"-ként, hogy ezekre a típusokra vonatkozóan semmiféle megkötést nem tartalmaz. Ez azért lényeges szempont, mert ha például egy mimikával, gesztusokkal, énekkel (ritmikus és melodikus szöveggel) kísért táncot tekintünk egy multimediális szöveg vehikulumának [= Ve], annak médiumspecifikus komponensei egymástól különböző típusú „jelölés”-móddal, de egymással szerves egységben „jelölnek”. A „szerves egység” értelmezésének létrehozhatósága viszont csak akkor biztosítható, ha a „jelölés” különféle módjai egyazon keretben értelmezhetők és integrálhatók („egymásra vetíthetők”).

A jelöléstípusok meghatározása azoknak a témáknak az egyike, amelyekkel kapcsolatban a szemiotikai textológia filozófiája és Nelson Goodman filozófiája találkoznak. Itt ezzel kapcsolatban is csupán egy – inkább csak jelzésszerű, mint tartalmilag kellőképpen informatív – megjegyzésre szorítkozom. Goodman szinte minden munkájában foglalkozik a jelöléstípusok kérdésével. Ezt illető kutatása irányának szemléltetésére az alábbiakat az 1988-ban Catherine Z. Elginnel írott könyve (pontosabban annak 1993-as kiadású német fordítása) alapján idézem, amelyben a szerzők Goodman jelöléstípusok vizsgálatára vonatkozó kutatásainak eredményeit a következőkben összegzik:

Az alapfogalom a *vonatkozás* vagy szimbolizáció [*Bezugnahme* oder Symbolisierung], a kapcsolat egy szimbólum és a között a valami között, ami helyett valamilyen értelemben áll. Mint alapvonatkozás nem definiált, hanem különféle megnyilvánulási formái [Spielart] által szemléltetett, amelyek a következők: (1) *Denotáció*, egy szó vagy másfajta címke [Etikett] vonatkozása arra a valamire, amire ráillik, mint a megnevezés és az állítás esetében, és (2) *exemplifikáció*, egy egyedi példány, mint minta vonatkozása egy címkére, ami őt denotálja. A „címke” szó itt meglehetősen általános értelemben veendő, olyanban, amely képeket éppúgy magába foglal, mint szavakat; továbbá sok kontextusban a „címke valami számára” és a „valaminek a tulajdonsága” kifejezések alternatíváknak foghatók fel. A vonatkozás ezenkívül közvetett is lehet, azaz olyan elemek láncán keresztül, amelyek mindegyike vagy denotáció, vagy exemplifikáció. Végül a vonatkozás lehet betű szerinti vagy metaforikus; például az „ordító” metaforikusan denotál egy nyakkendőt, ha egyáltalán, és egy rajz metaforikusan exemplifikál egy mozgást, ha egyáltalán. A metaforikus vonatkozás *kifejezésre jutás*. (1993, 165–166.)

Ezekből a megkülönböztetésekből kiindulva jutnak el a szimbólumséma (ezen belül a *digitális* és az *analóg* szimbólumséma), majd a *szimbólumrendszer* fogalmának értelmezéséhez, hogy kísérletet tegyenek a verbális és a képi (pikturale) szimbólumok megkülönböztetésére, ami egyáltalán nem könnyű szemiotikai-filozófiai feladat.

Nyilvánvaló, hogy ezt az utat (vagy ehhez hasonlót) a szemiotikai textológia létrehozásakor is meg kell tenni. A szemiotikai textológia keretében azonban a jelöléstípusok megkülönböztetésének kérdése nem csupán elméleti – fogalomértelmezési – kérdés, hanem szorosan összefügg az integrálhatóság biztosítása feltételeinek a kérdésével is, amely annak vizsgálatát is szükségessé teszi, hogy miben hasonlít, illetőleg miben különbözik az egy-egy jelölőtípushoz tartozó jelölőjű komplex jelek *kompozicionális organizációja*. Könnyen belátható, hogy például a verbális, a zenei, vagy a tánc(nyelv)i kommunikáció – már csak azáltal is, hogy mindegyik rendelkezik notációrendszerrel – a kompozicionális organizáció szempontjából közelebb állnak egymáshoz, mint ezek akármelyike és a képi kommunikáció, jóllehet a tánc „képi” elemeket is magába foglal. Ennek a különbségnek a filozófiai

alapkérdése Goodmant is foglalkoztatja,<sup>6</sup> a kompozíció kérdésének vizsgálatával azonban nem foglalkozik. Ezt ő, mint az általános szemiotika filozófusa megteheti, a szemiotikai textológia létrehozója (létrehozni akarója) azonban nyilvánvalóan nem. Egy – a multimediális szövegek elemzése számára alkalmas! – integratív jelmodell kidolgozásának itt vázolt utolsó fázisa ezért csak a jelöléstípusoknak és a kompozicionális organizáció típusainak integrációját egyidejűleg lehetővé tevő alapok megteremtése után tekinthető lezártnak.<sup>7</sup>

4. Bár ebben a tanulmányban a feltett kérdéseket a szemiotikai textológia szempontjából elemeztem, meg vagyok győződve arról, hogy e kérdések elemzése más (multimediális) szövegtani keretben is hasonló eredményekhez vezet. Egy (multimediális) szövegtani keret megalkotását és alkalmazását pedig nemcsak a multimediális szövegek interpretálása szempontjából tartom fontosnak, hanem általános oktatásmódszertani szempontból is.<sup>8</sup>

## JEGYZETEK

<sup>1</sup> A szemiotikai textológia koncepciójához lásd Petőfi 1994 3.1. fejezetét.

<sup>2</sup> A „szöveg”-fogalom értelmezéséhez és a multimedialitás kapcsolatához lásd „A nyelv mint frott kommunikációs médium: szöveg” című tanulmányomat is Petőfi 1990-ben.

<sup>3</sup> Egy ezzel a táblázattal analóg – de kizárólag a magyar nyelvű verbális szövegek diszciplínáit keretbe fogó – táblázat kommentálásához lásd Petőfi 1996-ot.

<sup>4</sup> A „nem naiv percepció” filozófiai tárgyalásához lásd Goodman 1978-at is.

<sup>5</sup> Mind ezeknek a környezeteknek, mind a multimediális kommunikátumok elemzésének általános kérdéseihez lásd Petőfi–La Matina 1994-et.

<sup>6</sup> Lásd például Goodman 1968-at.

<sup>7</sup> A kompozicionális organizációra vonatkozóan általában lásd Benkes–Petőfi „Bevezető olvasmány”-át, a multimediális kommunikátumok (multimediális szövegek) kompozicionális organizációjára vonatkozóan Petőfi–La Matina 1994-et.

<sup>8</sup> A szövegtan kérdéseihez lásd a *Szemiotikai szövegtan* köteteit; az általános oktatásmódszertani kérdésekhez Petőfi 1994b-t.

## IRODALOM

Benkes Zsuzsa–Petőfi S. János: *Szövegtani kaleidoszkóp 2. Bevezetés a szövegmegformáltság elemzésébe*. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, 1996. (Megjelenés alatt.)

Goodman, Nelson: *Languages of Art*. Indianapolis–New York, Bobbs–Merrill, 1968.

Goodman, Nelson: *Ways of Worldmaking*. Indianapolis–Cambridge, Hackett, 1978.

Goodman, Nelson–Elgin, Catherine Z.: *Reconceptions in Philosophy and Other Arts and Sciences*. Indianapolis, Hackett Publishing Company, Inc. [Német fordítása: *Revisionen: Philosophie und andere Künste und Wissenschaften*. Frankfurt am Main, Suhrkamp, 1993.]

Petőfi S. János: *Szöveg, szövegtan, műelemzés. Textológiai tanulmányok*. (Szerk.: E. Benkes Zsuzsa) Budapest, Országos Pedagógiai Intézet, 1990.

Petőfi S. János: *A humán kommunikáció szemiotikai elmélete felé. Szövegnyelvészet – Szemiotikai textológia (Towards a Semiotic Theory of the Human Communication. Text Linguistics – Semiotic Textology)*. (Kétnyelvű kiadás.) Szeged, Goldpress, 1991.

Petőfi S. János (1994a) *A jelentés értelmezéséről és vizsgálatáról. A mondatsemiotikától a szövegsemiotikáig. Tanulmányok.* Párizs–Bécs–Budapest, Magyar Műhely, 1994.

Petőfi S. János (1994b) A szemiotikai textológia mint egy studium generale egyik lehetséges eleme. In: *Magister emeritus 1993.* Szeged, JGyTF Kiadó, 1994.

Petőfi S. János: Néhány szó a magyar nyelvű verbális szövegek általános és alkalmazott szemiotikai textológiájáról. 1996. (Megjelenés alatt.)

Petőfi S. János–La Matina, Marcello: Egy általános szemiotikai textológia centrális aspektusai. In: *Szemiotikai szövegtan 7. A multimediális kommunikátumok szemiotikai textológiai megközelítéséhez.* Szerk.: Petőfi S. János–Békési Imre–Vass László, Szeged, JGyTF Kiadó, 1994.

*Szemiotikai szövegtan.* Szerk.: Petőfi S. János, Békési Imre és Vass László. Szeged, JGyTF Kiadó.

1990 1. *A szövegtani kutatás néhány alapkérdése.* (2. kiad. 1993)

1991a 2. *A magyar szövegkutatás irodalmából (Első rész).* (2. kiadás megjelenés alatt)

1991b 3. *A magyar szövegkutatás irodalmából (Második rész).*

1992a 4. *A verbális szövegek szemiotikai megközelítésének aspektusaihoz (I).*

1992b 5. *Szövegtani kutatás: témák, eredmények, feladatok.*

1993 6. *A verbális szövegek szemiotikai megközelítésének aspektusaihoz (II.).*

1994 7. *A multimediális szövegek szemiotikai textológiai megközelítéséhez.*



## KOMMUNIKÁCIÓKUTATÓK DIALÓGUSA AZ INTERNETRŐL

*The Net. Journal of Communication,*  
1996 Winter. No. 46

L assan már megszokottá válik, hogy a hazai tömegkommunikáció is, követve a nemzetközi mintákat, állandóan napirenden tartja az Internet témáját. Egyes újságírók érdekes hírek könnyen elérhető forrásaként kezelik, érdekességek, különlegességek, szenzációszerű esetek után vadásznak rajta. A jól értesültek folyamatos hírveréssel a hazai kereskedelmi szféra érdeklődését igyekeznek felkelteni és ébren tartani. A legügyesebbek pedig a korlátlan profit lehetőségét csillantják meg, amiről nem szabad lemaradni. Ebből egyelőre annyi a valóság, hogy a könnyű haszon reményében felsorakozó cégek reklámpénzeit az érdeklődést ébren tartó lapok máris magukénak tudhatják. Az Internet és a kereskedelmi szféra kapcsolódása azonban több ennél, nemzetközi méretekben zajlik, és napjaink egyik izgalmas társadalmi kérdése.

Az Internet, ahogy ma ismerjük, alig több, mint egy évtizedes múltra tekinthet vissza, és igazi, globális méreteit, jelentőségét az utóbbi két-három évben érte el. Ekkor indultak azok a fejlesztések, amelyek a ma óriási népszerűsége jutott információs és kommunikációs rendszereket kialakították. Néhány nagyon sikeresnek bizonyult technikai alapelv és koncepció nyomán könnyen használható, látványos rendszereket sikerült létrehozni, amelyek eddig nem látott gyorsasággal terjedtek el. Becslések szerint ma mintegy 5 millió számítógép és mintegy 25 millió ember vesz részt abban, amit leginkább csak Internetnek szoktunk emlegetni. Ezek az impozáns méretek és az exponenciális növekedési ütem érthető módon tartja izgalomban a kereskedelmi szférát. Az újságírók ennek az izgalomnak adnak hangot a gyakran tévedésekkel, nemritkán szándékos túlzásokkal teletűzdelt híradásokban. Nem is marad el a megfelelő kritika a hálózat tényleges értői és építői részéről, bár ez nem igazi dialógus, mert a kritikai reflexiók megmaradnak a hálózat közönsége körében.

Az érdeklődés és az izgalom másik motivációja az, hogy az Internet nem egykönnyen enged teret a mai fejlett társadalmakban uralkodó kereskedelmi és reklámprofit szemléletnek. Az Internet, amióta kezdett túllépni a nagy területű számítógép-hálózat építésének pusztán technikai megvalósítási kísérletein, alapvetően értelmiségi kommunikációs színtérként, közegként, médiumok együtteseként, „média térként” alakult ki. A résztvevők számának hihetetlen növekedésével is, máig megőrizte alapvetően értelmiségi kommunikációs fórum jellegét, ami markánsan megkülönbözteti a mai tömegkommunikációtól. Ez a vonás alapvetően két vagy három jellegzetességet takar: a benne részt vevőknek, egy bizonyos technikai gyakorlat birtokában, egyenlő lehetőségük van a megszólalásra, arra, hogy

ne csak passzív hallgatói, nézői, résztvevői legyenek a kommunikációnak, hanem, hogy maguk is elküldhessék, közzétehessék, publikálhassák saját mondandójukat, méghozzá globális méretű nyilvánosság előtt. A másik jellegzetesség szintén markánsan demokratikus jellegű, nevezetesen, hogy nagyon nehéz bármiféle cenzúrát alkalmazni vagy megkísérelni a hálózatra kerülő tartalmak tekintetében. Harmadikként hozzátehetjük még, hogy a résztvevőknek nagy szabadságuk van abban, hogy milyen témákat, tartalmakat tűznek napirendre, hogy maguk határozhatják meg a kommunikációs tartalmakat. Ennek az utóbbi jellegzetességnek persze az az egyik következménye, hogy erősen fragmentált csoportok laza képződményévé vált az Internetnek az a része, amely leginkább reprezentálja az értelmiségi diskurzusokat. Ez az úgynevezett *newsnet group*-ok sokszínű világa: ma kb. 3 és 5 ezer között van a (vita)csoportok száma.

Talán a fenti néhány gondolatból is nyilvánvaló lehet, hogy olyan jelenségekről van szó, amelyek fokozottan számíthatnak a kommunikációkutatók érdeklődésére. A legutóbbi időkig azonban ez az érdeklődés elmaradt, a kommunikációkutatók méltatlanul mellőzték a nemzetközi számítógép-hálózaton kialakult kommunikációs formák elméleti és empirikus tanulmányozását. Ezt a megállapítást a *Journal of Communication* 1996/46 számában olvashatjuk John Newhagen, a marylandi egyetem, és Sheizaf Rafaeli, a jeruzsálemi Hebrew egyetem kutatóinak dialógusában. Ezzel a dialógussal indul az Internet kommunikációelméleti problémáinak szentelt különszám.

Miért is kell a kommunikáció kutatóinak tanulmányozniuk az Internetet? - teszik fel a kérdést a dialógus szerzői. Az első válasz a kérdésre egy rövid áttekintés, egy vázlatos térkép a hálózati kommunikációval kapcsolatos jelenségekről. A legfontosabb jellegzetesség a szerzők szerint, hogy naponta új formák, trükkök, megoldások születnek. A tartalom tekintetében a pornográfiától és más szélsőségektől a szórakoztatásig, a tudományos folyóiratoktól a napi hírekig, a publikustól az intimitásig minden fellelhető. A jelenlegi méretek mellett is havi 5 százalékos növekedés, a nagy üzlet reménye figyelemreméltóvá teszi az üzleti szféra számára. Rafaeli öt jellegzetességet emel ki bevezetőül, mint amelyek fogalmi keretet adhatnak a kommunikációkutató kezébe a hálózat sajátosságait vizsgálendő. Ezek a multimédia jelleg, a hipertext elv, a csomagkapcsolás, a szinkronitás és az interaktivitás. A szöveg, a kép, a hang, a mozgókép, a virtuális terek, mind megjelennek és egyszerre lehetnek adottak a hálózaton. Mindez az Internet elsődleges jellegzetességévé vált a hagyományos médiumokhoz viszonyítva. A hipertext elv általánossá tétele volt az az egyik sikeres új koncepció, amely mára a hálózat fő karakterét adja. A World Wide Web rendszer alapja ez, és segítségével a globális számítógép-hálózatot, a benne lévő, digitalizált dokumentumokat és szolgáltatásokat egységes egészként, virtuális kapcsolatokkal átszőtt, egyetlen információs hipertérként lehet kezelni. Minden emberi kommunikációs tevékenység egy gépi (szoftver) környezetben zajlik, és a kiszolgáló programok azonnal végrehajtják az egyetlen kattintással aktivizált hívást, szóljon az akár a föld másik részén lévő gépre is.

A csomagkapcsolás véleményem szerint kilóg egy kicsit a felvázolt fogalmi keretből. A hálózat fizikai alapjainak megteremtésekor nagyon sikeres elv volt, a gépek közötti hibamentes kommunikáció és a virtuális kapcsolatok szövevénye mind ezen alapul. A hálózatban kommunikáló emberek azonban nem érzékelik azt a fajta töredezettséget és ugyanakkor rendkívüli plaszticitást, a hibamentes átvitelt és az állandó újrakonfigurálást, amit a csomagkapcsolás a gépek közötti kommunikációban jelent.

A szinkronitás már igazi és jól használható kommunikációelméleti fogalom lehet. A hálózatban megvalósuló különféle fokozatai és szintjei a kommunikáció eddig nem ta-

pasztalt rugalmasságát biztosítják. A résztvevők egyik érdekes, közös szinkronitás élménye, hogy kézzelfogható jelentést kap a GMT, a Greenwich Mean Time: a hálózaton állandóan szembesülni kell a földgolyó realitásával, a különböző időzónákkal.

Az interaktivitás szintén sokféle formát mutat fel. Interaktív kommunikációs jelenségeként foghatjuk fel a newsgroupokat, az éppen most on-line elérhető levélanyagot, az állandóan változó résztvevőket. Egy valódi időben bonyolított interaktív szövegkommunikációs közeg az érdeklődési körök szerint szervezett számtalan csatornáival az IRC, az *Internet Relay Chat*. Egy másik változatban a résztvevők által kitalált virtuális terekben virtuális szereplők mozognak, állandóan újrakommunikálják a viszonyokat, a helyzeteket, a szereplőket. Ez a MUD-ok világa, amelyet a résztvevők a saját szórakozásukra építenek egy állandó interaktív kommunikációban.

Newhagen bevezetőjében még másfajta fogalmakat is felkínál, megpróbálja kiválasztani a mérnöki tervezési szempontokat és a megvalósult rendszerekkel kommunikálók szempontjait. Ha azonban a hálózat fejlődését, fejlesztésének történetét is megnézzük, kiderül, hogy ez a két szempont egyáltalán nem választható el. Többnyire fiatal, egyetemista csoportok saját kommunikációs igényeik mentén a hálózat technikai lehetőségeinek ismeretében és a szükséges számítógépes tudás birtokában a maguk számára alakították ki a ma ismert rendszereket. Igaz ez a világméretű levéltovábbítást egyszerűen és elegánsan megoldó rendszerre, a lista-szerverek automatikus levélszétosztást végző rendszerére, a szabad beszélgetésre szolgáló szövegkommunikációra (IRC), a newsgroupokra, vagy a játékként is értelmezhető MUD-ok fajtáira. Kifejezetten egyetemi kampusz méretű információs rendszerként indult a *gopher* szolgálat, a World Wide Web pedig a sokféle hálózati szolgáltatás kényelmes, integrált elérésének megoldására született, először a CERN, a svájci magfizikai kutatóintézet belső rendszereként.

Ennyiféle jellegzetesség, ennyiféle egymás mellett élő, napról napra változó kommunikációs mód és lehetőség láttán – ami a hálózat napi realitása is – nem kell csodálkoznunk a vezető kommunikációkutatók zavarán. Eleinte nem látszott másnak a hálózat, mint szűk értelmiségi csoportok, leginkább egyetemi fiatalok „játszadozásának”, jobb esetben kényelmes, gyors és olcsó levélküldési lehetőségnek. A kommunikációt a legtágabb emberi tevékenységként tekintő kutatók számára eleinte túlságosan szűk hatókörű, kicsiny szubkulturális jelenség volt a számítógép-hálózat. (Csak zárójelben jegyzem meg, hogy több millió résztvevője van egy rádióamatőr környezetben működő számítógép-hálózatnak, ezt azonban ma sem tekintik tömeges jelenségnek, és így vizsgálandónak a kommunikációkutató szakma képviselői). Az Internet érdekes jellegzetessége, hogy növekedésével nem veszített demokratikus karakteréből. A résztvevőktől azonban megkövetel bizonyos minimális számítógépes jártasságot, és ezzel még sokáig csak egy viszonylag képzett, a technikai kultúrára fogékony réteg számára nyújt kommunikációs alternatívát.

A kommunikációkutatók első zavaruk után elveszik régi paradigmáikat, mondhatnánk fogalmi vesszőparipáikat, hogy az új jelenségekre ráhúzzák; adott esetben a *uses and gratification* (használat és szükségletkielégítés) teóriát tartják leginkább alkalmazhatónak a hálózat kommunikációs jelenségeinek elemzésére. Ugyanakkor nem tudnak szabadulni attól a nyomástól sem, ami a tapasztalt sokszínűség láttán a hagyományos megközelítések elvetésére, a fogalmak, a paradigmák újraértelmezésére, újrafogalmazására ösztönöz. Bár a kézhezvett folyóiratszám nagyrészt adós marad ezzel az újrafogalmazással, a feladat azonban adott a szakma számára, és biztos, hogy a közeljövőben számtalan kísérlet és elméleti próbálkozás tanúi lehetünk.

A folyóiratszám a kereteket körvonalazó dialógus után lényegében öt, a témával elméleti vagy empirikus elemzési igénnyel közelítő írást tartalmaz.

John December elemzési egységeket próbál körvonalazni, amelyek segíthetnének bennünket az Interneten tapasztalható kommunikációs sokszínűség leírásában, elméleti rendszerezésében. Terjedelmes cikke azonban elsősorban a hálózat technikai részletkérdéseinek vázlatos bemutatását adja, a legújabb rendszerekig bezárólag. Hasznos az ilyen áttekintés a kommunikációkutatók számára, de ez egy kicsit más szint, mint ahol a tényleges kommunikációs jellegzetességek leírását kezdeni kellene. Az említett szerző az alapvetően technikai megközelítését keresztezni próbálta a *uses and gratification* elmélet néhány operatív fogalmával, és ezek segítségével meglehetősen sokféle médiaobjektumot, médiaosztályt és médiapéldát különített el, ezek használhatósága azonban legalábbis kérdéses.

Merill Morris és Christen Ogan megpróbálják az Internetet tömegkommunikációs médiumként értelmezni. A hálózatot, mint más tömegkommunikációs eszközt is, technikai eljárások által közvetített, mediatizált tömeges kommunikációként értelmezhetjük. A közvetítő technika meghatározására a *CMC (Computer Mediated Communication)* fogalmát ajánlják. Elismerik, hogy a korábban használt „tömegtársadalom”, „tömegmédia” fogalmak újragondolására van szükség a hálózat különböző kommunikációs formáinak leírásához. Az egy kibocsátó – több (sok) befogadói modell, vagy a szinkronitás fogalom sokféle értelmezésére nyílik mód, és ugyancsak sajátos problémákat vetnek fel a közönségre gyakorolt hatásoknak, valamint a kommunikációs tartalomnak és ezek napirendre kerülésének a kérdései. Ezek azok a problémák, amelyekkel a kommunikációkutatók hagyományosan a legtöbbet foglalkoztak. Morris és Ogan sem állja meg, hogy néhány fogalom alkalmazhatóságára ne tegyen javaslatot. Ezek a kritikus tömeg, mint a *mass media* jellemzője: csak egy bizonyos nagyságú „közönség”, megfelelően nagyszámú résztvevő esetén beszélhetünk joggal tömegkommunikációról. A szerzők az interaktivitás újszerű jellegzetességeire utalnak, amelyek a hagyományos formákban nem lelhetők fel. A *uses and gratification* teóriát, mint az Internet belső hajtóerejének magyarázó elvét vélik felismerni. A társadalmi jelenlét és a média gazdagsága két olyan jellegzetességet jelent, amelyek vonzóvá teszik a hálózatot, mint tömegmédiumot a résztvevők szemében. Végül a szociológiában ismert hálózatelemzést javasolják, mint lehetséges keretet az Internet vizsgálatára.

Két, szándéka szerint empirikus adatgyűjtésen alapuló elemzést találunk a kötetben. Az egyik Margaret McLaughlin írása, a művészeti vonatkozású WWW szolgáltatásokról készült. Hosszú írás, tele sok érdekes megállapítással és megfigyeléssel, de az empirikusnak tekintett adatok és változók, bár két időperiódusban is történt „adatgyűjtés”, nem elég meggyőzőek, a belőlük levont következtetések pedig túlságosan evidenciaszerűek.

Nem sokkal több a másik írás empirikus elemzéseinek hozadéka sem. Malcolm Parks és Kory Floyd véletlenszerűen választott ki newsgroupokat, és ezek aktív (hozzászóló) résztvevőinek személyes levélben küldött kérdőívet. Az 538 megkérdezett 33 százaléka válaszolt, ami jobb arány, mint amit a postai megkérdezéseknél várhatunk. A téma a vitacsoportban részt vevők viszonya, a potenciális barátok, társak minősítése, a viszony értékelése volt, mégpedig egy bonyolult, többször öt itemből álló kijelentéssor alapján. Az adatok elemzése nyomán megfogalmazott megállapítások közül első helyen szerepel az, hogy az Interneten meglepően általános a személyes kapcsolatok keresése. Talán ez a felismerés új ösztönzést adhat a személyközi kutatásoknak is.

Robert McChorney írása a leghosszabb, egyben ez az a tanulmány, amely a legtöbb történeti, kritikai és elméleti tanulsággal szolgál. Az Internet és az amerikai kommu-

nikációpolitika alakítóinak elképzeléseit próbálja feltárni történeti és kritikai megközelítésben. Az Internet jövőjét részben a múltja határozza meg. Az USA kutatói-egyetemi hálózataiból, a nonprofit szférából napjainkra nőtt ki magát globális méretűvé, és mostanában kerül egyre inkább a profitszféra befolyása alá. Ez elkerülhetetlen folyamat, csak az a kérdés, mennyit sikerül megőrizni alapvetően demokratikus szerveződési elveiből, működéséből. Ma, a közszolgálati tömegkommunikáció válsága idején, igazából csak ebben az új, ma még kiforratlan médiumba vethetjük azt a reményünket, hogy körvonalazódik egy értelmes alternatívája a jelenlegi kereskedelmi tömegkommunikációnak. Vigyázni kell azonban a túlzott optimizmussal, és a jövőbe vetített elvárásainkkal, egy új, szupererős demokratikus technológia mítoszával. Azok a kommunikációs tartalmak, amelyek megtölthetik egy ilyen 21. századi nyilvánosságszféra kereteit, benne gyökereznek a jelenlegi politikai kultúrában és a jelenlegi, egyre inkább globalizálódó piaci kapitalizmus érdekviszonyaiban. A szerző a hivatásos újságírók szerepét is hangsúlyozza az új hálózati kommunikációban, és fontosságuk jövőbeni növekedését prognosztizálja. Nekik jut ugyanis az a felelősség, hogy a hagyományos, kommercializálódott tömegkommunikációból kiszorult komoly, minőségi, kritikai, elemző munkákat újraélesszék a hálózaton, és a minőségi újságírást a globális közegben folytassák.

A cikkek végén felsorakoztatott irodalomjegyzékek gazdagsága azt jelzi, hogy ha nem is a kommunikációkutatás szakmai fórumain, de már igencsak számottevő szakmai érdeklődés kísérte és kíséri a nemzetközi számítógép-hálózat kommunikációs jelenségeit.

*Tölgyesi János*



# *CONTENTS*

---

GUY LÁZÁR (1944–1996)

Lázár, Guy: PUBLIC OPINION ON THE HUNGARIAN NATIONAL  
CHARACTER

Lázár, Guy–Béla Marián: POLITICAL DIMENSIONS OF PUBLIC  
THINKING

Gálik, Mihály: THE QUALITY NEWSPAPER

Zsolt, Péter: MASS COMMUNICATION: SYSTEM OR FIELD?

Terestyéni, Tamás: FUNCTIONAL ILLITERACY

S. Nagy, Katalin: INTERVIEWING WITH VIDEO CAMERA

Bene, Sándor: HISTORIC ASPECTS OF PUBLIC OPINION

Petőfi, S. János: SOME ASPECTS OF A SIGN-MODEL APPLICABLE  
FOR THE ANALYSIS OF MULTIMEDIA TEXTS





**149 Ft**