

1994. 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
PLÉH CSABA
ROBERT STEVENSON
SZECSKÓ TAMÁS

A szerkesztőség címe:

JEL-KÉP

MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport

1064 Budapest, Izabella u. 46.

TARTALOM

KÖZGONDOLKODÁS

| | |
|--|----|
| Angelusz Róbert: A NYILVÁNOS SZEREPLÉS ESÉLYEI | 3 |
| Vásárhelyi Mária: RENDSZERIMÁZSOK VÁLTOZÁSA A RENDSZERVÁLTÁS FOLYAMATÁBAN | 20 |

MÉDIA

| | |
|---|----|
| Gálik Mihály: TÖRVÉNYRE VÁRVA | 25 |
| Róka Jolán: A VIZUÁLIS MANIPULÁCIÓ SZEREPE AZ IMÁZSTEREMTÉSBEN | 36 |
| Terestyéni Tamás: SZAKADÉK A TELEVÍZIÓS TÁJÉKOZTATÁS ÉS A KÖZÖNSÉG KÖZÖTT A VÁLASZTÁST MEGELŐZŐ IDŐSZAKBAN | 42 |

SAJTÓTÖRTÉNET

| | |
|-----------------------------------|----|
| Mátay Mónika: NEMES NEMZETÁLOM... | 57 |
|-----------------------------------|----|

MŰHELY

| | |
|--|----|
| Bartók János: TUDOMÁNY ÉS TECHNOLÓGIA A KÖZVÉLEMÉNYBEN | 69 |
|--|----|

TALLÓZÓ

| | |
|--|----|
| MÉDIAKUTATÁS NYUGAT-EURÓPÁBAN (Nagy Zsolt) | 78 |
| POLITIKA SÖTÉT SZÍNEKBEN (Tardos Róbert) | 81 |
| A KOMMUNIKÁCIÓTUDOMÁNY KÉZIKÖNYVE (Tölgyesi János) | 84 |

A szerkesztőség és természetesen a szerzők és az olvasók nevében is ezúton mondunk köszönetet a Századvég Kiadónak a *Jel-Kép* újraindításában és gondozásában nyújtott segítségéért.

Terestyéni Tamás
főszerkesztő

KÖZGONDOLKODÁS

Angelusz Róbert

A NYILVÁNOS SZEREPLÉS ESÉLYEI

Az aranylakodalomtól a politikai megnyilatkozásig

FENYEGETŐ ÉS VONZÓ NYILVÁNOSSÁG

A kik szakmájuknál fogva rendszeresen tagjai különböző vizsgabizottságoknak, tapasztalhatják, hogy a diákok viselkedése lélektani szempontból milyen széles határok között mozog. Vannak diákok, akik messze felkészültségük szintje felett produkálnak, míg mások oly mértékben válnak gátlásossá, hogy képtelenek „hozni” valódi tudásukat. A vizsga tétjének túlbecsülése, a szereplés – hacsak mikroszinten is érvényesülő – nyilvános jellege, a vizsgadrukk, a „félelem a nyilvánosságtól” oly mértékben hat bénítólag szereplésükre, hogy teljesítményük szinte érthetetlen mértékben zuhan valódi képességük szintje alá.

A szociológus is hasonló ingadozásokat figyelhet meg, amikor interjúkat készít vizsgálatának alanyaival. Az interjúszituációt az emberek igen különbözően értelmezhetik. Vannak személyek, akik a notabilitás szerepében élik meg, hogy őket keresik fel a kérdezők, és minden feszélyezettség nélkül nyilatkoztatják ki álláspontjukat. Mások fokozott bizonytalansággal, a „rossz” szerepléstől való félelmükben szinte kínpadon érzik magukat. Az utóbbiak gyakran úgy élik át a helyzetet, hogy az interjú áttöri privát szférájuk határait, és olyan kérdésekről kell véleményt formálniuk, amelyeket inkább zárt magánügyként kezelnének, s amelyről a megnyilatkozást kínosnak tartják, mert szereplésük tartalmazza a rossz válaszadás, a megszégyenülés, a kudarc kockázatát.

A széles körű nyilvánosság reflektorfénye természetesen csak fokozza a fellépés tétjét, hiszen a közszemlére kerülő embertársadalmi presztízse – szereplésének sikerességétől vagy sikertelenségétől függően – számottevően megváltozhat. Az újságok, a rádió, a televízió pozitív visszhangja már önmagában is javíthatja az érintettek megítélését, a személyes megjelenés, a sikeres fellépés pedig látványosan növelheti társadalmi rangjukat, közéleti státusukat.¹ Ez a presztízsnövelő potenciál magyarázza, hogy közéleti karrierre, hírnévre vagy népszerűségegre törekvő emberek olykor komoly áldozatokra hajlandók a nyilvános szereplés érdekében. Az összefüggés ebben az esetben is kétirányú. A tömegkommunikációs intézmények státusnövelő ereje részben onnan származik, hogy a megszólalók között a híres, a sikeres vagy a magas státusú emberek túlsúlyban vannak, és személyes presztízszük fénye az intézményre is átsugárzik. Az államférfiak, a sztárok, a hírneves emberek exkluzivitása és a személyüket övező csillogás a modern viszonyok között is megőrzi a reprezentatív

nyilvánosság bizonyos stílusjegyeit.² A nyilvánosság nagy kerítő, amely a híressé válás, a differencianövekedés, a társadalmi felemelkedés ígéretét csillantja fel.

A nyilvános szereplés ugyanakkor a presztízsvesztés, a megszegyenülés, a kudarc fenyegető lehetőségeit is hordozza. A nyilvánosság reflektorfényében a legkisebb hiba is felerősödik; a szereplők esetleges ballépésének elvileg mindenki tanúja lehet. Egyetlen nyilvános kudarc megsemmisítheti az aktorok sokszor hosszú idő munkájával kivívott tekintélyét. Semmiképpen nem tekinthető meglepőnek, hogy a nyilvános szereplés – legyen szó akár színészekről, politikusokról vagy hivatásos kommunikátorokról – gyakran vált ki olyan tüneteket, mint a lámpaláz, az elfogódottság, a zavar vagy a kínosság érzése.³

A nyilvános szereplés és a „rivaldafény” – közös jegyeik ellenére is – igen eltérő kihívásokat jelentenek. Kétségtelen, hogy az egyedüllet viszonylag kontrollmentes feszélyezetlenségéhez képest a legkisebb nyilvánosság is a feszélyezettség érzékelhető növekedésével jár. Társak jelenléte – a szituáció intézményes vagy informális jellegétől, a konkrét szereplők sajátosságaitól függően – a viselkedést szabályozó normák egész sorát hozza működésbe. A nyilvánosság különböző színterein a viselkedés pszichológiai terhei mégis jelentős eltéréseket mutatnak. A goffmani értelemben vett nyilvános viselkedés az élet többé-kevésbé rutinszerű cselekvésmódjaihoz tartozik, amelynek dramaturgiáját az emberek a szocializáció során sajátítják el.⁴ Nyilvános helyeken – az utcán, a villamoson, a mozik előcsarnokában – a figyelem megosztása rendszerint kiegyensúlyozott, s az élet számos más interakciós szituációjában a jelenlévők kis száma vagy a korlátozott transzparencia hat mérséklően a feszültség szintjére. Közszemlére kerülés esetén azonban éppen ezek a feszültségkorlátozó tényezők hiányoznak. A láthatóság korlátlan kitágulását az emberek túlnyomó többsége rendkívüli szituációként éli át, s az ilyen kihívásra sokan a „nem az én világom” elhárító gesztusával reagálnak. A nyilvános szereplés exkluzivitása mellett az ilyen kihívások ritkasága is a rendkívüliség mozzanatát erősíti. Az emberek többsége e kihívással csak elvétve találkozik. A nyilvános szereplés rendkívülisége, a felszólítás váratlansága számos esetben a magánszféra elleni támadásnak tűnik. Az emberek jelentős része úgy véli, hogy a véleménynyilvánítás vagy az attól való elzárkózás az egyén privát elhatározásai közé tartozik, és senkinek nincs joga beavatkozásával erre vonatkozó döntését korlátozni. A privát sféra határai és határsértései iránti szenzitivitás individuálisan és a társadalmi rétegek szerint is igen eltérő. Mindig vannak olyan személyek, akik inkább látják fenyegetőnek, mint vonzóknak a nyilvános szereplés váratlan kihívásait.

A nyilvános szereplés blokkoló tényezői közt a következmények kiszámíthatatlansága is fontos szerepet játszik. Különös élességgel jelentkezik ez tömegkommunikációs megnyilatkozások esetében. A tömegkommunikáció közvetett jellege a kontroll lehetőségét jelentősen csökkenti. A kommunikátor és a közönség szétválasztásával a befogadói reakciók „láthatatlanná” válnak. A visszajelzések hiányában megszűnik az a lehetőség, hogy a kommunikátor az észlelt közönségreakciók hatására korrekcióval éljen. Ez a közönség láthatatlanságából származó magány növeli a kommunikátor bizonytalanságát, a nyilvános szereplés kockázatát. A kommunikáció közvetett jellegéből adódó kiszámíthatatlanság még kézenfekvőbb az üzenet tartalma és sorsa tekintetében. A megszólaló személy a közzététel számos feltételét, a „kapuőrök” munkáját, a megnyilatkozás kisebb-nagyobb átigazításait, „elhelyezését”, a kontextusból adódó torzításokat nem képes ellenőrizni. A nyilvános szereplés rögzíthetősége, sokszorosíthatósága, és az élet legkülönbözőbb helyzeteiben való felidézhetősége csak növeli a közlő intencióitól eltérő felhasználás lehetőségeit.

A nyilvános szereplés iránti hajlandóságot a nyilvános beszédmód jellegzetességei is korlátozzák. A tömegkommunikációs intézmények számos közleménye elvileg mindenkire szól, a nyilvános beszédmód azonban könnyen beleütközik a különböző társadalmi rétegeket elválasztó nyelvi sorompókba. Az újságok, a rádió, a televízió nyelve, a közönség heterogenitása miatt csak nagyon kis mértékben épülhet a korlátozott kódok univerzumára. Ez ugyanis feltételezi a tapasztalatok, az együttes élmények olyan közös értelmezési kontextusát, ami a munkamegosztás és a rendszerkomplexitás magas szintjeivel jellemezhető, modern társadalmakban csak az intim szférában vagy az erősen homogén közegekben alakulhat ki. A tömegkommunikációban dominánssá váló beszédmód így szükségszerűen a kidolgozott kódok túlsúlyára épül, amely a nagyközönség rendkívül eltérő tapasztalatvilága ellenére képes explicitté tenni az eltérő társadalmi kontextusokból származó üzeneteket.⁵

A társadalmi hierarchiában felülről lefelé haladva azonban növekszik az a rés, amely az egyes rétegek magánbeszédmódjait a nyilvános beszédmódtól elválasztja. Jórészt ezzel magyarázható, hogy már a befogadás passzív szerepkörében is számottevőek a középrétegek alatt elhelyezkedő társadalmi csoportok megértési nehézségei.⁶ Kézenfekvőnek látszik, hogy a nyelvi-kommunikációs hátrányok nagyobbak a nyilvános fellépés, mint a befogadás szituációjában. A nyilvános szereplés feltételezi az alternatív jelentésváltozatok megértését és rugalmas használatát, a könnyedséget, a nyelvi választékosságot és a gyors reagálóképességet. A megfelelő tárgybeli felkészültség mellett ezek hiánya is hozzájárul ahhoz, hogy számos – főleg alacsony státust betöltő – ember a nyilvános szereplésre inkompetensnek véli magát. Az ilyen személyeknél a nyilvános szereplés lehetséges hozadéka és kockázata nincsenek arányban. Az inkompetencia érzése és a megszegyenülés feltételezett esélye rendszerint a nyilvános szerepléstől való tartózkodáshoz vezet. Az elhárítás nyomán keletkező kognitív disszonancia redukciójára kézenfekvő mintát kínálnak az olyan típusú sztereotípiák, mint „a sok beszéd, a nyilvános szereplés, a politizálás nem a magamfajta egyszerű embernek való”.

A nyilvános beszédmód birtoklása mellett a hierarchia magasabb szintjein az is inspirálhatja a nyilvános szereplést, hogy a hírnévnek és a popularitásnak a csúcsozhoz közelítve nő a vonzereje. E javak vagy beépülnek a magasabb státusokhoz kapcsolódó szerepelvárásokba, vagy legalábbis jól hasznosíthatók. Egy politikai vagy üzleti karrierre törekvő embernek a popularitás nyilvánvalóan fontosabb dolog, mint egy földművesnek vagy segédmunkásnak. Fogasabb kérdés, hogy mindez növeli vagy csökkenti a nyilvános szereplés iránti hajlandóságot, hiszen például a popularitás elvesztése a magasabb presztízsű rétegeknél, az említett okok miatt, jelentős veszteségekkel jár. Így elképzelhető, hogy esetenként a felsőbb szinteken egyfajta hiperszenzitív érzékenység, alacsony feszélyezettégi küszöb jön létre, ami csökkenti a nyilvános szereplési hajlandóságot.

A nyilvánosság – legyen szó akár a társasélet kisebb gyülekezeteiben előforduló véleménycserék vagy viták mikro- vagy akár a tömegkommunikációs intézmények makro-nyilvánosságáról – kecsesítő vonásai ellenére mindig tartalmazza a fenyegetés mozzanatát.⁷ Ez a nyilvános szereplés minden formáját egyfajta veszélyzónává is teszi, ahol az embereknek mérlegelniük kell megnyilatkozásaik esetleges negatív társas konzekvenciáit. A különbségek persze jelentősek. A kommunikáció kockázati szintje a nyilvános jelleg növekedésével meredeken emelkedik. Miután minden jel arra mutat, hogy a nyilvános szereplés iránti hajlandóság individuális és csoportszinten egyaránt jelentős eltéréseket mutat, és e különbségek a nyilvánosság szerkezetét és a társadalmi látásviszonyokat is befolyásolják, érdemes megkísérteni e jelenség empirikus vizsgálatát.

A NYILVÁNOS SZEREPLÉSI HAJLANDÓSÁG EMPIRIKUS MEGKÖZELÍTÉSE

Egy 1993 decemberében lebonyolított survey-vizsgálat során kísérletet tettem a nyilvános szereplési hajlandóság mérésére.⁸ A megcélzott attitűd operacionalizálásánál a vizsgálandó jelenséget tágran értelmeztem. A tömegkommunikációs eszközökben tett megnyilatkozásokon kívül a kisebb közönség előtti fellépéseket, valamint a baráti társaságokban és ad hoc gyülekezetekben sorra kerülő állásfoglalásokat is „nyilvánosnak” tekintettem. Abból a megfontolásból kiindulva, hogy a felmerülő tartalmak jellege befolyásolhatja a nyilvános szereplési hajlandóságot, célszerűnek látszott a szóba jöhető szereplési formák variálása. A politikai jellegű megnyilatkozások mellett így politikamentes nyilvános szereplési formák is helyet kaptak a vizsgált indikátorok között. Számolni kellett azzal, hogy a formális és az informális kommunikáció kockázati és feszélyezettségi szintje számottevően különbözhet. Így a terjedelmi korlátok ellenére arra törekedtem, hogy a felkínált megnyilatkozási lehetőségek az intézményesültség szintje tekintetében is eltérjenek egymástól. Végül is az alkalmazott nyolc kérdés meglehetősen heterogén kommunikációs helyzetekre irányult. Az egyetlen közös ismérv az volt, hogy mindegyikük olyan szituációra kérdezett rá, amelynél egy külső felkérés éri a megkérdezett személyeket, akik eleget tehetnek a felszólításnak vagy kitérhetnek előle.

Egy nyolc indikátorra épülő, két alternatívás zárt kérdésekkel operáló skála természetesen mindig tartalmazza az esetlegesség mozzanatát. Az adott esetben a felkínált kérdések heterogenitása és a válaszok szoros és egyirányú korrelációja csökkentette ennek kockázatát.⁹ Akik valamelyik kérdésben eleget tettek a felszólításnak, a többi kérdésben is nagyobb készséget mutattak a nyilvános szereplésre. Az első rotálatlan faktoron valamennyi komponens viszonylag magas faktorsúllyal szerepelt. Szembetűnő, hogy nem váltak el a társasági szereplések és a „par excellence” politikai megnyilatkozások. Az olyan indikátorok, mint a bűvész melletti nyilvános fellépés, illetve a vonatfülkében kifejezésre jutó politikai konfrontációs készség, nagyjából hasonló erősséggel kapcsolódnak a mért attitűdhez. Lényegében ugyanez mondható el az aranylakodalmi köszöntőbeszéd, illetve a preferált párt nyilvános vállalása tekintetében is. Mint a későbbiekben még látni fogjuk, a faktorok forгатásával analitikusan szétválasztható ugyan a társasági és a politikai nyilvános szereplés dimenziója, a korrelációk rendszere azonban inkább a nyilvános szereplés különböző formáinak egyneműségét és szoros összekapcsolódását domborítja ki. A szóban forgó faktorstruktúra arra utal, hogy a válaszok mögött meghúzódó látens változó attitűdszerű képződmény, amely a nyilvános szereplés iránti hajlandóságot egyetlen dimenzióba tömöríti (1. táblázat).

1. táblázat

A nyilvános szereplési hajlandóság faktorának összetevői és faktorsúlyai

| | Faktorsúly |
|--|------------|
| Ha sétálás közben egy tévériporter megszólítaná, hajlandó lenne a működő kamera előtt aktuális kérdésekről nyilatkozni | .72 |
| Vállalkozna arra, hogy egy újságíró interjút készítsen az életéről és arról, hogyan látja a világ dolgait | .69 |

| | |
|--|-----|
| Megengedné, hogy személyéről egy külföldi turista felvételeket készítsen | .60 |
| Vállalná, hogy tagja legyen egy olyan bizottságnak, amely a polgármesterhez fordul, hogy megakadályozza utcájukban egy környezetszennyező gyár telepítését | .58 |
| Vonatfülkében ismeretlen útítársakkal hajlandó lenne politikai kérdésekről vitába bocsátkozni, hogy kifejtse saját álláspontját | .57 |
| Egy rokon házaspár aranylakodalmán vállalkozna a köszöntőbeszéd megtartására | .55 |
| Vállalkozna arra, hogy egy cirkuszi előadáson a bűvész felkérésére segítkezzen a mutatványnál | .53 |
| Egy társasági összejövetelen válaszolna arra a kérdésre, hogy a legközelebbi parlamenti választáson melyik pártra fog szavazni | .50 |

Az adott faktorstruktúra mellett a legnagyobb nyilvános szereplési hajlandósággal természetesen azok rendelkeznek, akik valamennyi helyzetben készek voltak eleget tenni a kihívásnak. Az elhárítások számának növekedésével fokozatosan csökken a nyilvános szereplési hajlandóságot kifejező faktorpontok nagysága. A legalacsonyabb érték azoknál jelentkezik, akik mind a nyolc helyzetben kitértek a felszólítás elől. A megnyilatkozások „összegénél” a faktorpontszámok mégis finomabban mérik a megnyilatkozási hajlandóságot. Az utóbbiaknál ugyanis az egyes pozitív irányú válaszok nem egyformán „értékesek”, hanem faktorsúlyuktól függően jönnek számításba.

A faktorpontszámok pregnánsan jellemzik a nyilvános szereplési hajlandóságot. Akik mind a nyolc esetben készek szembenézni a kihívással, azoknál 1.75, hét megnyilatkozásnál 1.33, hatnál 0.94, ötnél 0.55, négyenél 0.11, háromnál -0.32, kettőnél -0.75, egynél -1.25 a faktorpontok átlaga. A -1.67-es legkisebb értéket azoknál találjuk, akik minden alkalommal kitérő választ adtak. A mérőműszer jelentésének értelmezéséhez hasznosítható támpontot nyújt szoros összefüggése a nyilvános szereplési hajlandóság önértékelésével. A kérdés arra irányult, hogy a nyilvános szereplés különböző kihívásai feszélyezik-e a megkérdezetteket, és ha igen, milyen mértékben. A zárt kérdés az „egyáltalán nem feszélyezik”, a „kevésbé feszélyezik”, a „meglehetősen feszélyezik” és a „nagyon feszélyezik” típusú válaszlehetőségeket tartalmazta. Az említett fokozatokon a feszélyezettség növekedésével jelentősen esik a nyilvános szereplés hajlandósága. (A faktorpontok értéke a megadott sorrendben 0.72, 0.36, -0.25, -0.91.) A fenti összefüggések kellő alapot nyújtanak ahhoz, hogy a faktorpontszámokat alkalmasnak tartsuk a nyilvános szereplési hajlandóság mérésére. A további elemzések szempontjából esetenként hasznos lehet egy olyan nominális változó, amely megkülönbözteti a nyilvános szereplés „magas”, „közepes” és „alacsony” fokozatait. A határok meghúzásának különböző módjait mérlegelve végül is a tercilis eloszlások alapján alakítottam ki a fokozatokat.¹⁰

2. táblázat

A nyilvános szereplési hajlandóság előfordulása különböző társadalmi-demográfiai csoportokban

| | A nyilvános szereplési hajlandóság (faktorpontok) | A nyilvános szereplési hajlandóság | | | N |
|---------|---|------------------------------------|-----------|------------|-----|
| | | Magas % | Közepes % | Alacsony % | |
| Férfiak | 0.22 | 44 | 36 | 20 | 465 |
| Nők | -0.20 | 26 | 34 | 40 | 528 |

| | | | | | |
|--------------------------------------|-------|----|----|----|-----|
| <i>Életkor</i> | | | | | |
| 15–29 évesek | 0.33 | 44 | 38 | 19 | 256 |
| 30–44 évesek | 0.14 | 38 | 35 | 27 | 272 |
| 45–59 évesek | -0.05 | 33 | 29 | 39 | 234 |
| 60 évesek és idősebbek | -0.48 | 22 | 26 | 52 | 231 |
| <i>Iskolai végzettség</i> | | | | | |
| 8 osztály alatt | -0.72 | 15 | 21 | 64 | 139 |
| 8 osztály | -0.08 | 32 | 34 | 34 | 490 |
| Középiskola | 0.21 | 40 | 35 | 26 | 240 |
| Főiskola, egyetem | 0.51 | 57 | 32 | 11 | 124 |
| <i>Havi egyéni nettó jövedelem</i> | | | | | |
| 8000 Ft alatt | -0.21 | 26 | 35 | 39 | 221 |
| 8001–11 000 Ft | -0.38 | 21 | 33 | 46 | 222 |
| 11 000–16 000 Ft | 0.08 | 38 | 30 | 32 | 247 |
| 16 000 Ft felett | 0,38 | 50 | 29 | 21 | 211 |
| <i>Rétegződés</i> | | | | | |
| Mezőgazdasági dolgozók | -0,36 | 23 | 32 | 46 | 44 |
| Segéd munkások | -0,47 | 21 | 27 | 52 | 73 |
| Betanított munkások | -0,28 | 23 | 30 | 47 | 156 |
| Szaktanácsadók | 0,10 | 36 | 35 | 30 | 67 |
| Irodai dolgozók | -0,13 | 25 | 37 | 38 | 77 |
| Kisiparosok, kereskedők, vállalkozók | 0,44 | 62 | 15 | 23 | 47 |
| Beosztott értelmiségi | 0,34 | 44 | 39 | 17 | 82 |
| Szellemi szabadfoglalkozású | 0,41 | 48 | 25 | 17 | 12 |
| Alacsony szintű vezetők | 0,24 | 45 | 34 | 21 | 24 |
| Magas szintű vezetők | 0,51 | 53 | 29 | 18 | 51 |
| <i>Településtípus</i> | | | | | |
| Falusi | -0,17 | 28 | 33 | 39 | 367 |
| Városi | 0,03 | 36 | 31 | 33 | 431 |
| Fővárosi | 0,38 | 44 | 33 | 23 | 195 |

* Az egyéni nettó jövedelemnél a keresők jövedelme mellett a nyugdíjakat, illetve a diákoknál az ösztöndíjakat is számításba vettük.

| <i>Pártpreferenciák</i> | | | | | |
|-------------------------|-------|----|----|----|-----|
| Fidesz | 0.21 | 36 | 44 | 21 | 191 |
| SZDSZ | 0.30 | 47 | 32 | 21 | 81 |
| MSZP | 0.12 | 44 | 26 | 30 | 171 |
| KDNP | -0.07 | 33 | 30 | 38 | 61 |
| MDF | -0.04 | 32 | 32 | 37 | 85 |
| FKGP | -0.16 | 25 | 30 | 46 | 44 |

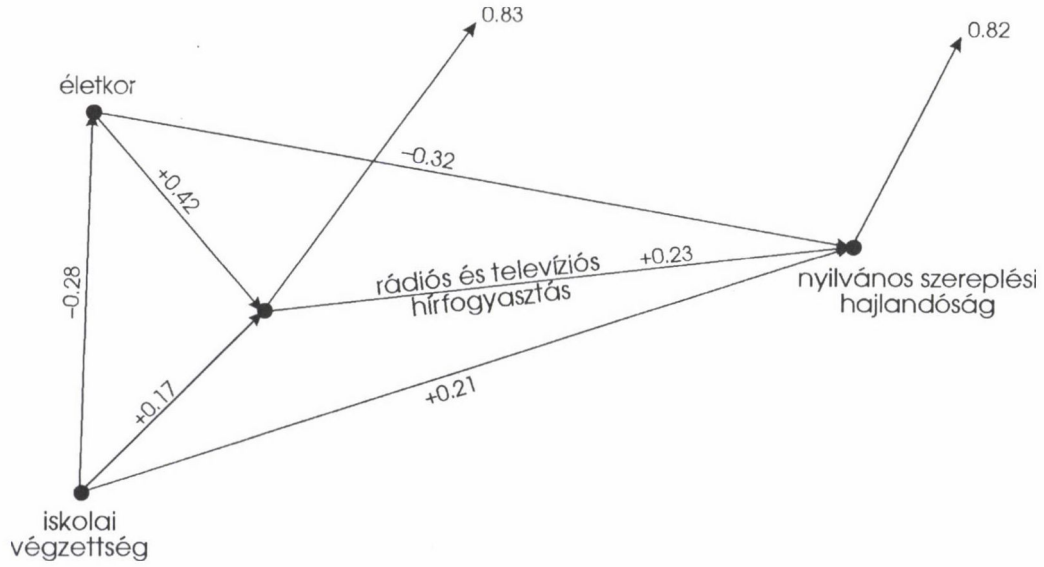
Az elemi egydimenziós bontások is markánsan kirajzolják a nyilvános szereplés iránti hajlandóság rendkívül egyenlőtlen társadalmi eloszlását (2. táblázat). A különböző erőforrások növekedésével rendre megfigyelhető, hogy jelentősen emelkednek a nyilvános kommunikáció vállalásának irányába mutató értékek. Különösen élesen rajzolódik ki ez az összefüggés az iskolai végzettség fokozatainak felfelé haladva, de – az észlelhető kisebb ingadozások ellenére – a trend a nettó jövedelem és a rétegek vonatkozásában is határozottan érvényesül. Mindazok az erőforrások, amelyeknek birtoklása előnyösen befolyásolja a társadalmi hierarchiában elfoglalt pozíciót, növelik az emberek nyilvános szereplési hajlandóságát. A rétegződés szerinti eltérések a szakképzettség szintje és a vezető–beosztott reláció meghatározó jelentősége mellett az alkalmazott–autonóm vállalkozó pólusok fontosságát is kidomborítják. A magasan képzett szabadfoglalkozású pályákon kívül igen magas a faktorpontok értéke a kisiparosok, kiskereskedők és a vállalkozók csoportjában. Hasonló logikát követnek a település szerinti megoszlások: a falvaktól a városok, majd a főváros felé haladva rendre növekszik a nyilvános szereplési hajlandóság. A magasabb státustudat¹¹, a nagyobb mérvű kulturális kompetencia, a szükséges kommunikációs skillek birtoklása, a hangsúlyosabban jelentkező affiliációs szükségletek és a társasági sikerek iránti rétegspecifikus aspirációk egyaránt közrejátszhatnak a hierarchikus változók erős differenciáló szerepében.

A nem és életkor szerinti különbségek rendkívül élesek. Számításba véve a női és férfi szerepekhez kapcsolódó tradicionális elvárások eltéréseit, valamint a nők viszonylag késői és korlátozott bekapcsolódását a polgári nyilvánosság intézményeibe, korántsem meglepő, hogy a nyilvános szereplés iránt sokkal kisebb az affinitásuk.¹² Az életkor szerinti összefüggések az okok szövevényesebb láncolatával hozhatók kapcsolatba. A fiatalabb nemzedékek magasabb iskolai végzettsége, a magasabb képzettség és a viszonylag alacsony hivatali státus inkonzisztenciája, a fiatalsággal együtt járó vitalitás, vállalkozókedv és aspirációs igény is a fokozott nyilvános szereplési hajlandóságra ösztönöz. Feltehetőleg életkorbeli és kohorsz-hatások halmozódásával magyarázható, hogy az életkor növekedésével folyamatosan ereszkedő pontértékek görbéje a legidősebb nemzedéket elérve meredekebben süllyed. A biológiai öregedéssel, a „lépéstartás” növekvő nehézségeivel együtt járó bizonytalanságérzés önmagában is fékezőleg hat a nyilvános szereplésre. A kapcsolathálózati erőforrások apadása, a társasmező beszűkülése további tényezők az akadályok láncolatában. Kohorsz-hatásnak tekinthető, hogy a legidősebb nemzedék szocializációs értékrendjében nagyobb hangsúlyt kaphatott az idős kor méltóságának értéke, amely bizonyos megnyilatkozási formákat nem tartott összeegyeztethetőnek az öregség tekintélyével, az időséssel szemben érvényesülő elvárásokkal és magatartásnormákkal. (Ilyen típusú nyilvános szereplés az indikátorok között is előfordult.¹³) Az életkori és kohorsz-hatások halmozódása hozzájárulhatott az életkor erős differenciáló szerepéhez.

A 2. táblázat adatai a nyilvános szereplési hajlandóságot meghatározó feltételrendszer alapvető jellegzetességeit meglehetősen egyértelműséggel körvonalazzák, mégis célszerűnek látszik a magyarázó változók erőssorrendjének megállapítása és a változók rendszerének áttekintése. Az egyes magyarázó tényezők között ugyanis jelentősek az átfedések. Az iskolai végzettség nyilvánvalóan összefügg a nettó jövedelmekkel, de csak többdimenziós elemzésekkel állapítható meg, hogy melyikük hatása az erősebb. A férfiaknak sokkal magasabb az iskolai végzettsége, a nettó jövedelme, a társadalmi rétegződésben elfoglalt pozíciója, mint a nőknek. Fontos kérdés tehát, hogy a nemek közötti különbség önálló magyarázó erővel rendelkezik-e, vagy a férfiak nagyobb nyilvános szereplési hajlandósága pusztán előnyösebb státusjegyeikkel magyarázható. Hasonló kérdés az életkor vonatkozásában is felvethető. Közismert, hogy a fiatalabb korosztályok iskolai végzettsége lényegesen magasabb, mint az idősebbeké. Felmerül, hogy a fiatalok nagyobb megnyilatkozási hajlandósága vajon nem egyszerűen csak magasabb képzettségük folyománya. (A faktorpontszámok pártpreferenciák szerinti megoszlása jellegzetes képet mutat. A liberális pártok támogatói kitűnnek erős megnyilatkozási hajlandóságukkal, míg a konzervatív pártok hívei meglehetősen visszafogottak. Közismert, hogy a magyarországi pártpreferenciák tekintetében különösen nagy az életkor diszkrimináló szerepe. Ezért nem közömbös kérdés, hogy a liberális, illetve konzervatív pártok felé hajló „szavazók” eltérő szereplési affinitása életkorbeli különbségeik következménye, vagy a pártpreferenciák önállóan is befolyásolják szereplési hajlandóságukat. E kérdések eldöntése, a prediktorok megtalálása és a változók rendszerének egzaktabb feltérképezése, többdimenziós eljárások alkalmazását teszi szükségessé, amelyek során indokoltnak látszik új változók bekapcsolása.

Az első regressziós vizsgálatoknál a 2. táblázatban közölt ordinális vagy intervallum-szintű változókon kívül az apa iskolai végzettsége, a vallásosság intenzitása¹⁴, a család összjövedelme és a vezető-beosztott kétértékű változó is szerepelt a feltételezett prediktorok között. A lépésenkénti regresszióanalízis során négy változó – az iskolai végzettség, a nem, az életkor és az apa iskolai végzettsége – bizonyult szignifikánsnak (a béta együtthatók értékei a fenti sorrendben 0.23, -0.18, -0.15 és 0.11). A település jellege, a vallásosság, a vezetői státus, az egyéni nettó jövedelem, valamint a családi összjövedelem a többdimenziós elemzés szintjén nem bizonyult önálló magyarázó erejű tényezőnek. A pregnánsnak látszó elemi bontások ellenére a rétegződés és a pártpreferencia sem állta ki a többdimenziós elemzés próbáját. Anova-elemzési eljárások során – kiszűrve a fenti négy prediktor hatását – egyikük sem befolyásolta a nyilvános szereplési hajlandóságot. Újabb attitudinális változók bevonásával kísérletezve egy olyan hírfogyasztói mutató növelte 19-ről 21 százalékra a magyarázott varianciát, amely a rádió és a televízió politikai magazin jellegű és hírműsorainak fogyasztási gyakoriságát mérte.¹⁵ Ez a hírfogyasztási mutató eredetileg csak 0.12 erősségű korrelációt mutatott a nyilvános szereplési hajlandósággal. A többdimenziós elemzés fényében hatása azonban lényegesen nagyobbak mutatkozott (lásd 1. ábra). Hasonlóképpen megnövekedett az életkor magyarázó ereje is, ráirányítva a figyelmet hatásának bizonyos ellentmondásosságára. A szóban forgó összefüggéseket egy viszonylag egyszerű – sztepreg-elemzésekre épülő – útelemzés ábrázolja. A modell a feltételezett oksági kapcsolatoknak a nyilakkal jelzett rendjére épül. Egyfelől feltételezi, hogy az életkor és az iskolai végzettség befolyásolja a rádiós és televíziós hírfogyasztást, másfelől, hogy az utóbbival együtt mindhárom változó „oksági” hatást gyakorol a nyilvános szereplési hajlandóságra. A modell előnyei közé tartozik, hogy lehetővé teszi a közvetlen és közvetett hatások elkülönítését.

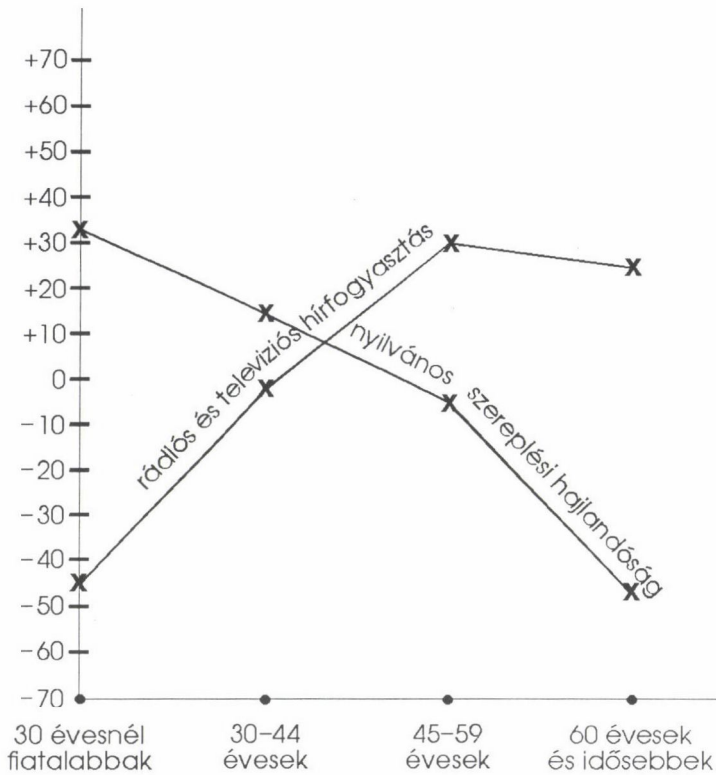
1. ábra
A nyilvános szereplési hajlandóság útmodellje



Az iskolai végzettség hatása egyértelmű: közvetlenül is pozitív irányba hat a nyilvános szereplési hajlandóságra, de a közvetett hatása is ilyen irányú. A képzetebbek intenzívebb a hírigénye, a növekvő hírfogyasztás viszont megint csak pozitív hatást gyakorol a nyilvánossági szereplési hajlandóságra. Más a helyzet az életkor esetében. Ennek növekedésével – ahogy azt már az egyszerű bontások is mutatták – mérséklődik a szereplési hajlandóság. A közvetlen és a közvetett hatás itt eltérő irányú. Az idősebb korosztályok felé haladva növekszik a rádiós és televíziós hírfogyasztás, s ezen keresztül az életkornak van egy pozitív irányú hatása is. Közvetlen módon ugyan – a hírfogyasztást is bevonva a prediktorok közé – az életkor hatása bizonyul a legerőteljesebbnek, a kor összhatását azonban csökkenti a magasabb életkor → magasabb hírfogyasztás → magasabb nyilvános szereplési hajlandóság láncolat. A rádiós és televíziós hírfogyasztás ilyen mérvű közvetlen magyarázóereje meglepő, mert összefüggésüket részben eltakarta az életkor és a hírfogyasztás „keresztbeállása”. Az útmodell szerint – szemben a hírfogyasztás és a nyilvános szereplési hajlandóság közötti 0.13-as korrelációval – a standardizált regressziós együttható értéke 0.23-ra növekszik. A rádiós és televíziós hírfogyasztásnak ez a hatása rendkívül kedvező, hiszen egy olyan társadalmi csoport nyilvános szereplési hajlandóságát növeli, amely életkoránál fogva hajlamos az elzárkózásra (2. ábra).

2. ábra

A hírfogyasztás és a nyilvános szereplési hajlandóság alakulása életkor szerint*



Részletesebb elemzések azt mutatták, hogy a hírfogyasztásnak ez a kompenzáló szerepe nemcsak azért érvényesül, mert az életkorral emelkedik a hírfogyasztás intenzitása, hanem azért is, hogy a hírfogyasztás éppen a legidősebb korosztályban emeli a legerősebben a szereplési hajlandóságot. Az egyes életkorcsoportokon belül végzett regressziós elemzések szerint a legfiatalabb korcsoportban 0.10, a két középsőben 0.21, illetve 0.20, míg a legidősebbeknél 0.25 a rádiós és televíziós hírfogyasztás béta együtthatója.

Az 1. ábrán bemutatott értelmezést a férfiaknál és a nőknél külön-külön is elvégezve olyan összefüggések mutatkoztak, amelyek tovább árnyalták a két nem közötti eltéréseket. A változók rendszere és az összefüggések iránya tekintetében a két modell hasonlóan bizonyult. A prediktorok ereje és a magyarázat-variancia szempontjából azonban jelentős különbségek mutatkoztak. Amíg a férfiaknál az R^2 csak 10 százalék volt, a nőknél elérte a 25 százalékot. A nők esetében minden változónak nagyobb volt a magyarázó ereje. A különbség feltűnően éles az életkor tekintetében. (A férfiaknál az életkor béta együtthatója -0.23 , a nőknél -0.37 .) Az R^2 -ek különbségei azt jelzik, hogy a „nők társadalmában” a nyilvános szereplési hajlandóság szempontjából lényegesen nagyobbak a szociológiai paraméterekkel magyarázható társadalmi egyenlőtlenségek, mint a férfiaknál. Magas és alacsony

* A hírfogyasztást és a nyilvános szereplési hajlandóságot az ábra szkórokban kifejezve mutatja.

rendkívül élesek. Az életkor mentén a nemek közötti eltérések olyan jelentősek, hogy longitudinális adatok hiányában is valószínűsíthető a kohorsz-hatás (3. táblázat). Az idősebb korosztályok szocializációjában feltehetően meghatározó volt a „kettős etikett”, amely a férfiak és a nők nyilvános viselkedésénél élesen eltérő szabályokat írt elő. A két nem iskolázottságának életkor szerinti jellegzetességei szintén a kohorsz-hatás mellett szólnak. A férfiaknál és a nőknél az életkor és az iskolai végzettség korrelációjának jelentős különbsége (férfiaknál -0.14 , a nőknél -0.38) plasztikussá teszi azt a közismert tényt, hogy a nők megjelenése a magasabb képzettséget nyújtó oktatási intézményekben jelentős fáziskéséssel következett be. Az idősebb generációknál így lényegesen nagyobbak voltak az iskolai végzettségbeli különbségek a nemek között, és ez feltehetően tovább erősítette a kettős szerepelvárások rendszerét. Az említett tendenciák másfelől arra utalnak, hogy a fiatalabb korosztályoknál a nyilvános szereplési hajlandóságban mutatkozó mérsékeltebb különbség részben a korszellem megváltozásának és a kettős etikett oldódásának a következménye.

3. táblázat

A férfiak és nők nyilvános szereplési hajlandósága az életkor szerint (faktorpontátlagok)

| Életkor | Férfiak | Nők | Különbség |
|------------------------|---------|-------|-----------|
| 30 évesnél fiatalabbak | 0.46 | 0.20 | 0.26 |
| 30–44 évesek | 0.27 | 0.03 | 0.24 |
| 45–59 évesek | 0.17 | -0.26 | 0.43 |
| 60 évesek és idősebbek | -0.11 | -0.74 | 0.63 |

A TÁRSASÁGI ÉS A POLITIKAI SZEREPLÉSI HAJLANDÓSÁG

A nyilvános szereplési hajlandóság mérőeszköze – az első rotálatlan faktor – a megnyilatkozási formák meglehetősen eltérő típusait fogta át. A mérésnél felhasznált valamennyi indikátor viszonylag magas faktorsúlya mellett szól, hogy a nyilvános szereplés különböző formái mögött egyetlen közös látens változó húzódik meg, amelyben összefonódnak a privátabb jellegű és a politikai megnyilatkozások. A legnagyobb saját értékkel rendelkező faktorok rotálása azonban mégis elkülönített két olyan dimenziót, amelyek a szereplési hajlandóság eltérő irányultságait jelezték. Noha a második faktor saját értéke csekély mértékben elmaradt a konvenció által megszabott szinttől, elemzését indokolja, hogy a két dimenzió együttes vizsgálata néhány szempontból tovább árnyalja a képet.¹⁶

Az első faktornál az „aranylakodalmi köszöntőbeszéd” és a „cirkuszi előadáson a bűvész melletti alkalmi fellépés” indikátorai rendelkeztek a legnagyobb faktorsúllyal, míg a másodiknál a „személyes pártpreferencia nyilvános kimondása”, valamint a „vonatfülkében ismeretlen emberek társaságában megnyilvánuló politikai vitakészség” határozza meg a faktor arculatát. A faktorok profilja nem minden vonatkozásban válik el ugyan teljes élességgel, mégis aligha kétséges, hogy az elsőben inkább a társasági, míg a másodikban a „par excellence” politikai megnyilatkozási formák dominálnak.¹⁷ A nyilvános szereplésnek ez a két formája számos – itt nem részletezhető – hasonlóságot mutat a kommunikatív

habitusok expresszív és reprezentatív formáival, amelyek közül az előbbi egy kapcsolatteremtő önprezentációs, az utóbbi egy uralmi-reprezentatív tudásstílus jegyeit hordozza.¹⁸ A nyilvános szereplések e két irányultságát meghatározó társadalmi-demográfiai változók eltérései több vonatkozásban is pontosítják az eddigi összképet (4. táblázat).

4. táblázat

A társasági és a politikai megnyilatkozási hajlandóságot meghatározó társadalmi-demográfiai tényezők (lépésenkénti regressziós elemzések béta együtthatói)

| | Társasági | Politikai |
|------------------------------|----------------------------------|-----------|
| | nyilvános szereplési hajlandóság | |
| Iskolai végzettség | 0.18 | 0.14 |
| Apa iskolai végzettsége | – | 0.09 |
| A település jellege (vidék+) | – | 0.12 |
| Életkor | –0.23 | – |
| Nem (nők+) | –0.11 | –0.17 |
| R ² | 13% | 10% |

A legszembetűnőbb különbség, hogy a társasági megnyilatkozási hajlandóság egy olyan tényezőtől – az életkortól – függ a legerősebben, amely nem befolyásolja szignifikánsan a politikai nyilvános szereplési hajlandóságot. A társasági nyilvánosság a fiatal generáció számára az önprezentáció lehetőségét kínáló vonzó terület, ahol többségükben aligha érzik a nyilvános szereplés kockázatait. Nyitottságukat, vállalkozókedvüket mutatja, hogy még a „cirkuszi fellépés” kérdésében is 60 százalékuk igenlő választ ad. (A 30-44 éveseknél 42, a 45-50-ig terjedő korcsoportban 27, az ennél is idősebbeknél 16 százalék a pozitívan reagálók aránya.) Az életkor növekedésével csaknem hasonló meredekséggel süllyed a társasági megnyilatkozásokat mérő faktorpontok értéke. Hogy e tendenciában a feszélyezettség-küszöbök korszpecifikus alakulása is szerepet játszik, azt a feszélyezettségérzet és az életkor erős korrelációja is valószínűsíti. Ezt támasztották alá azok a regressziós vizsgálatok is, amelyek jelezték, hogy a feszélyezettségérzet sokkal erősebben függ össze a társasági, mint a politikai nyilvános szerepléssel¹⁹. A feszélyezettségnek ez az eltérő effektivitása ugyan bizonyos fogódzókat nyújt annak megértéséhez, hogy az életkor miért nem befolyásolja a politikai szereplési hajlandóságot, az alapvető okot másutt kell keresni. Számos jel utal a fiatalok viszonylag mérsékelt politikai involváltságára, s az mindenképpen megállapítható, hogy élethorizontjuk és érdeklődési irányuk tágasságához képest politikai érdeklődésük csekélynek mondható. Egy, a korábbiakban bemutatotthoz hasonló útmodell ugyan azt igazolta, hogy a rádiós és a televíziós hírfogyasztás változójának bevonásával mutatkozik némi közvetlen hatása a politikai megnyilatkozási hajlandóságra (béta együttható: –0.09), ezt azonban ellensúlyozza az a közvetett hatás, ami a magasabb életkor → intenzívebb politikai hírfogyasztás → nagyobb megnyilatkozási hajlandóság közvetlen hatásából adódik.

Az eddig észlelt összefüggések alapján korántsem meglepő, hogy mindkét függő változót pozitív irányban befolyásolja az iskolai végzettség. A politikai nyilvános szereplési hajlandóság esetében a kulturális erőforrások jelentőségét nyomatékosítja, hogy az apa iskolai végzettségén keresztül egy olyan tényező szerepe érvényesül, ami nyilvánvalóvá teszi a kedvező kulturális családi miliő szocializációs szerepét a politikai involváltság szempont-

jából. A sztepreg-elemzések eredményeihez képest további fontos információkat nyújt a faktorpontok konkrét alakulása az iskolai végzettségnek, illetve az apa iskolai végzettségének különböző szintjein. Figyelmet érdemlő különbség, hogy amíg a politikai megnyilatkozási hajlandóság az iskolai végzettség növekedésével mindvégig emelkedik, addig a társasági nyilvános szereplésnél ez a tendencia a főiskolai végzettség szintjén éri el a tetőpontját, majd az egyetemi szintet elérve megtörik. Hasonló a helyzet, ha az apa iskolai végzettségét nézzük. A főiskolai végzettségű apák gyerekeinél 0.48, az egyetemi diplomával rendelkezők gyerekeinél csak 0.28 a társasági megnyilatkozási hajlandóságot jelző faktorpontok átlaga. A nyilvános politikai szereplés faktoránál 0.28, illetve 0.46 a megfelelő értékek nagysága. A rendelkezésre álló adatok birtokában nem lehet egyértelműen eldönteni, hogy az eltérő trendek alakulásában milyen tényező játsza a döntő szerepet. Feltételezhető, hogy a társasági megnyilatkozások egyes „felkínált” formáit az iskolai végzettség legmagasabb szintjein rangon alulinak tartják az érintettek. A két faktornak a feszélyeztettségérzet tekintetében eltérő korrelációja emellett egy olyan interpretáció lehetőségét is felvillantja, amely a tartózkodóbb magatartást egyfelől a társasági szereplési hajlandóság már említett nagyobb feszélyező hatásával, másfelől a kifinomult kulturális miliók alacsonyabb feszélyeztettségi, illetve szégyenküszöbével hozza kapcsolatba.²⁰

A nyilvános szereplési hajlandóság mindkét típusánál érvényesül a nők tartózkodóbb magatartása. A kettős etikettre, a nőekkel kapcsolatos szerepelvárásokra gondolva jól illeszkedik az eddig vázolt tendenciákhoz az a megfigyelés, hogy a politikai nyilvános szereplés iránti affinitás tekintetében élesebbek a nemek közötti különbségek. A 4. táblázat adatai ebből a szempontból kétségtelenül meglepőek. A regressziós vizsgálat eredményei azt mutatták, hogy a nyilvános politikai szereplés esetében a nem magyarázó ereje bármely más változó erejét meghaladja. A nemek szerint eltérő koreográfiák lazulásáról elmondottakat is pontosítják az újabb adatok. Az a kedvezőnek mutató tendencia, hogy az idősebb generációktól a fiatalabbak felé csökkennek a nemek közötti különbségek, csak a társasági megnyilatkozási hajlandóság esetében érvényesül. A politikai megnyilatkozásoknál az oldódásnak nem mutatkoznak jelei. A pártpreferenciák szerepét is más megvilágításba helyezi a két dimenzió analitikus megkülönböztetése. A parlamenti pártok szavazótáborai a két dimenzió mentén ugyancsak jellegzetes eltéréseket mutatnak (5. táblázat).

5. táblázat

A társasági és politikai nyilvános szereplési hajlandóság a parlamenti pártok támogatói körében (faktorpontátlagok)

| A preferált pártok | Társasági | Politikai |
|--------------------|----------------------------------|-----------|
| | nyilvános szereplési hajlandóság | |
| Fidesz | 0.32 | -0.9 |
| SZDSZ | 0.19 | 0.25 |
| MSZP | -0.05 | 0.28 |
| KDNP | -0.08 | -0.01 |
| MDF | -0.16 | 0.16 |
| FKGP | -0.24 | 0.05 |

A társasági nyilvános szereplés faktorpontszámai egy liberális–konzervatív tengely mentén kialakuló polarizálódást jeleznek. A FIDESZ és az SZDSZ támogatói körét meglehetősen vállalkozókedv és nyitottság jellemzi. Az FKGP és az MDF képezi a konzervatív pólust, ahol a pontértékek már egyértelműen egy tartózkodóbb magatartási stílusra utalnak. Az MSZP az átlaghoz legközelebb eső pontértékei egyfajta közbülső pozíciót jeleznek a liberális–konzervatív tengelyen. Meglepő a politikai pártok sorrendje a politikai szereplési hajlandóság dimenzióján. A faktorpontok szerinti sorrendek ugyanis (MSZP → SZDSZ → MDF → FKGP → KDNP → Fidesz) pontosan megegyeznek a pártoknak a fél évvel későbbi parlamenti választáson elért erőssorrendjével.²¹ Anélkül, hogy eltúloznánk e rangsorok megegyezésének jelentőségét, helytelen lenne kizárólag a véletlen játékának tartani e különös párhuzamot. A felvétel időpontjában még a Fidesz vezette a pártok rokonszenvelistáját. Jelentős visszaesésében – más, fontos körülmények mellett – bizonyára szerepet játszott az is, hogy a politikai szereplési hajlandóság tekintetében az utolsó helyen állt. Különösen feltűnő a Fidesz kontrasztos elhelyezkedése a két dimenzió, jelezvén, hogy e párt egyik alapproblémája az, hogy a társasági nyilvánossági szereplési hajlandóságot miként lehet politikai aktivitássá transzformálni. Az MSZP és az SZDSZ a második, illetve a negyedik helyen állt a pártok decemberi sorrendjében. Előretörésük szempontjából nem lehetett közömbös, hogy e két párt szimpatizánsait jellemzi a legnagyobb nyilvános politikai szereplési hajlandóság. Az SZDSZ-t feltevésünk szerint az a körülmény is segíthette, hogy az egyetlen párt, amelyik mindkét terepen kedvező pozíciókkal rendelkezik. Még az FKGP viszonylag sikeres választási szereplése sem lehet független attól, hogy szavazótábora – társadalmi-demográfiai összetétele ellenére – az átlagosnál nagyobb politikai szereplési hajlandóságról tanúskodik.²² A nyilvános szereplési hajlandóság olyan kommunikációs potenciál, amely a nézetek terjesztésének, a közvélemény formálásának nagy hatású eszköze lehet.

NYILVÁNOS SZEREPLÉS ÉS TÁRSADALMI LÁTHATÓSÁG

A választásokhoz közeledve a politikai pártok rendszerint fokozott erőfeszítéseket tesznek a szavazók meghódításáért. A politikusok kampánykörútjai, a professzionális szakemberek serege, a plakátdömping, a tömegkommunikációs eszközökben közzétett reklámok és politikai showműsorok, a reprezentatív pártrendezvények – s a pártok gyorsan üresedő kasszája – nem hagynak kétséget afelől, hogy a „politikacsinálók” mindent elkövetnek a közvélemény kegyeinek elnyeréséért. A pártok konkurenciaharcában az anyagi erőforrásoknak és a professzionalizmusnak kétségtelenül jelentős szerepe van. Pénz, reklám és propaganda-szakemberek nélkül nehezen képzelhető el a programok és a pártimázsok hatékony prezentálása, a „láthatóság” olyan szintjének biztosítása, ami a fokozottan ingergazdag környezetben a sikeres szereplés elengedhetetlen feltétele.

A nyilvános szereplési hajlandóság olyan erőforrás, amely a közvélemény formálódása, a pártpreferenciák alakulása szempontjából legalább olyan fontos, mint a pénz vagy a szakértelem. Társadalmi eloszlásának következményei már az eddig bemutatott tendenciák alapján is könnyen beláthatók. Az olyan pártoknak, amelyek mögött nagy nyilvános szereplési hajlandósággal rendelkező csoportok állnak, fokozott esélyük van a növekedésre.

E csoportok tagjai a személyes kommunikáció útján is új emberekkel gyarapíthatják „vélemény-táborukat”. A mikroszintű interperszonális befolyásolás mellett nem elhanyagolható az egyes vélemény-táborok eltérő láthatóságából származó hatás sem. A hallgatás spirálja elméletének talán az a legteherbíróbb tézise, amelyik az intenzívebben kommunikáló tábor kedvezőbb láthatóságára és ennek következményeire irányítja a figyelmet.²³ E megközelítés eredetisége éppen az optikai effektusok szerepének felismerésében rejlik. Óvatos megfogalmazásban: két, többé-kevésbé egyenlő kiterjedésű véleményáramlat közül – zárójelbe téve az egyéb meghatározó feltételeket – annak van nagyobb esélye a további terjeszkedésre, amely támogatói intenzívebb kommunikációja révén valóságos méreténél nagyobbak látszik. A vélemény nélküli vagy véleményeikben még kiforratlan, ingadozásra hajlamos emberek ugyanis – a többséghez tartozás biztonságos érzése miatt – inkább az erősebbnek tűnő vélemény-táborhoz csatlakoznak.

Az eddigi megfigyelések alapján egyértelműnek látszik, hogy – a beszéd és a hallgatás spiráljain keresztül – a képzettség szintje és a nemi hovatartozás befolyásolja leginkább a társadalmi láthatóság feltételeit. Erős nyilvános szereplési hajlandóságuk miatt elsősorban a magas iskolai végzettségűek és a férfiak által támogatott véleményáramlatok „nagyítódnak fel”. E csoportoknál a nagy kommunikációs potenciált egy „interakciós” tényező is erősíti. A társasági és a politikai szereplési hajlandóság magas fokozatai szeparált formában is effektívek. Együttesen jelentkezve hatásuk azonban felfokozódik. Az összefonódás tendenciája a diplomásoknál érvényesül a legerősebben. A különböző véleményáramlatok láthatósága és a közvélemény formálódása szempontjából az értelmiségi állásfoglalásoknak kitüntetett a jelentőségük.²⁴ A férfiaknál az összefonódás ugyan viszonylag ritkán fordul elő, ezt azonban ellensúlyozza, hogy – a lakosság csaknem felét kitevő csoportról lévén szó – ez a kisebb hányad is a mikrocsoportok rendkívül széles mezőnyét fogja át. Ellentétes okokkal magyarázható, hogy az alacsony iskolai végzettségűek és a nők nézetei tényleges arányuknál lényegesen kisebbnek látszanak.

Az életkor optikai viszonyokat befolyásoló szerepe mérsékeltebb és kevésbé egyértelmű. A legidősebbek nézeteinek alulreprezentációja nyilvánvaló. E korcsoportban ugyanis széles körben jellemző a visszahúzóds a nyilvános szereplési hajlandóság mindkét formája tekintetében. Az idős emberek jelentős része hallgat: a társadalmi láthatóság szempontjából kevésbé kedvező a legidősebb korcsoport, mint a fiatalabbak támogatása. Óvatosabb mérlegelést igényelnek a többi korcsoportok adatai. A legfiatalabbak túlsúlya – a két közbülső korcsoporthoz képest – már nem feltétlenül előnyös. E három korcsoportban ugyanis a társasági és a politikai szereplési hajlandóság eltérő arányban jelentkezik. A középkorúaknál ugyan kisebb a társasági szereplési hajlandóság, mint a fiataloknál, ezt azonban magasabb politikai megnyilatkozási hajlandóságuk jórészt kompenzálja. Többek között ezzel is magyarázható az a paradoxon, hogy a fiatalok magas megnyilatkozási készsége ellenére választási részvételük a közbülső korcsoportokénál alacsonyabb szinten mozog. Az összefüggések alapján valószínűsíthető, hogy például aktuális divattémáknál a fiatalok nézetei sokkal inkább láthatóak, mint az idősebbeké. Erős politikai töltésű témákhoz közeledve, mérsékeltebb érintettségük miatt nézeteik túlreprezentáltsága már kevésbé érvényesül.

A nyilvános szereplési hajlandóság egyenlőtlen eloszlása kedvezőtlenül befolyásolja a társadalmi láthatóság feltételeit. A bemutatott összefüggések az optikai torzulások néhány jellegzetes tendenciáját körvonalazzák. A látásviszonyok javítása nem könnyű feladat. A rendkívül differenciált modern társadalmak nehezen orvosolható velejárója, hogy több vonatkozásban is romlanak a társadalmi áttekinthetőség feltételei. A látásviszonyok romlása

– elérve egy kritikus pontot – akadályozza a társadalom intézményrendszerének hatékony működését. A torzítások irányának diagnosztizálása talán nyújthat bizonyos támpontokat a társadalmi láthatóság korrekciójához.

A látásviszonyok szempontjából különösen fontos kérdés a tömegkommunikációs rendszer kiegyensúlyozottsága. A láthatóság feltételei akkor kedvezőek, ha a tömegkommunikáció információfolyama a plurális véleményáramlatok széles skáláját fogja át. A nyilvános szereplési hajlandóság társadalmi eloszlásának sajátosságai elsősorban a közszolgálati médiumok irányítóit szembesítik egy dilemmával. Ennek lényege, hogy a közvéleményáramlatok arányos leképzését tekintsek feladatuknak, vagy arra is törekedjenek, hogy a csekély kommunikációs potenciállal rendelkező véleményáramlatok láthatósága fokozott mértékben növekedjen. A hagyományosan értelmezett kiegyensúlyozottság követelménye mindenképpen az előző álláspontot erősíti. Az utóbbi mellett szól viszont az, hogy a modern demokráciák Achilles-sarka az erőtlen, féloldalasan megnyilvánuló közvélemény.

JEGYZETEK

¹ Lásd Lazarsfeld, P. F.–Merton, R. K.: Mass communication, popular taste and organized social action. In: Schramm: *Mass Communications*. Urbana, 1960.

² A reprezentatív nyilvánosságról lásd Habermas, Jürgen: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Századvég–Gondolat, Bp., 1993.

³ A kínosság érzésének a közvélemény formálódásában játszott szerepéről lásd M. Hallemann: *Peinlichkeit und öffentliche Meinung*. *Publizistik*, 1986. 3–4. sz.

⁴ A nyilvános viselkedés goffmani felfogásáról lásd mindenekelőtt Goffman, E.: *Behaviour in Public Places*. New York, 1969.

⁵ E kérdéssel kapcsolatban Bernstein munkái alapvetőek. Lásd például Bernstein, B.: *Nyelvi szocializáció és oktathatóság*. In: *Társadalom és nyelv. Szociolingvisztikai írások*. Gondolat, Bp., 1975.

⁶ A tömegkommunikáció nyilvános üzeneteinek rétegspecifikus korlátairól lásd Albrecht, H.: *Sprachbarrieren vor dem Bildschirm. Schichtspezifische Hindernisse des Fernsehens am Beispiel der Tagesschau*. *Rundfunk und Fernsehen* 20. Jahrgang, 1972/3.

⁷ Vö. Noelle-Neumann, E.: *Öffentlichkeit als Bedrohung*. In: uő: *Öffentlichkeit als Bedrohung*. Verlag Karl Alber, Freiburg–München, 1987.

⁸ A vizsgálatot az MTA Kommunikációelméleti Kutatócsoportja a Szonda–Ipsos közreműködésével végezte. Az 1000 főt tartalmazó minta az ország 14 évesnél idősebb lakosságát reprezentálja.

⁹ A kockázat teljes kiiktatására nincs lehetőség. Ez ugyanis feltételezné a valamennyi megnyilatkozási forma számbavételét. Ezeknek a száma – ha egyáltalán megállapítható – olyan nagy, hogy nemcsak teljes lekérdezésük lenne reménytelen vállalkozás, de még a reprezentatív módon kiválasztott kérdések szűkebb készlete is beleütközne a kérdezhetőség pszichológiai korlátaiba. Mindez természetesen nem változtat azon, hogy az adott skála újabb indikátorok bevonásával s a jelenlegiek esetleges rostálásával akár jelentős mértékben is javítható.

¹⁰ Az adott mintanagyság mellett a többfokú tagoltság nem látszott célszerűnek. Az eredmények könnyebb értelmezhetősége végett megadjuk, hogy az „alacsony” fokon –1.18, a „középsőn” 0.09, a „magason” pedig 1.06 a faktorpontok átlaga.

¹¹ Tardos Róberttel végzett kutatásunkban kimutattuk, hogy a státustudatnak meghatározó jelentősége van a választási részvételben. Az összefüggésre utaló empirikus adatok mellett elméleti megfontolások is azt valószínűsítik, hogy a szereplési hajlandóság esetében a reprezentatív nyilvánosság stílusjegyeinek fennmaradása még növeli is a státustudat befolyásoló szerepét. Vö. Angelusz R.–Tardos R.: *Hiányzó szavazatok*. *Juss*, 1990. 4. sz.

¹² A nőknek a polgári nyilvánosságból való kirekesztésével kapcsolatban lásd Habermas könyvének új kiadásához 1990-ben írt előszavát. Előszó az új kiadáshoz. In: Habermas, Jürgen: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Századvég–Gondolat. Bp., 1993.

¹³ Mindenekelőtt a cirkuszi bővésnek nyújtandó alkalmi asszisztencia elhárítására gondolok, amely valamennyi indikátor közül a legerősebben korrelál az életkorral. Amíg a 30 évnél fiatalabbaknak csak 38 százaléka volt e tekintetben elutasító, addig az 59 évnél idősebbeknél már 78 százalékot ért el ez az arány. A másik két indikátornál is hasonló életkor szerinti tendenciák érvényesültek, csak kisebb volt a korrelációk erőssége.

¹⁴ A vallásosság intenzitását egy négy változón alapuló, faktoranalízis útján előállított mutatóval mértem. A faktort alkotó kérdések a vallás társadalmi fontosságának megítélésére, az iskolában vagy a templomban történő hittan tanítás preferálására, az egyház politikai szerepvállalásának kérdésére, illetve a vallási és a hitéleti kérdések iránti érdeklődés mértékére vonatkoztak. A változók „logikusan” függtek össze egymással. Az első rotálatlan faktoron valamennyi magas faktorsúlyval szerepelt.

¹⁵ Az index három rádiós és négy televíziós műsor (a *Vasárnapi Újság*, a *168 óra*, a *Gondolatjel*, a *Tévéhíradó*, az *Esti Egyenleg* és a *Panoráma*) hallgatási, illetve nézési gyakoriságán alapul. A mutatót egyszerű pontozásos módszerrel képeztem. A „rendszeres” igénybevétel 3, „az alkalmankénti” 2, a „nézés hiánya” 1 pontot ért. A skála értékei így 7 és 21 között mozogtak.

¹⁶ A második faktor saját értéke 0.97.

¹⁷ Az összefonódás korábbiakban említett mozzanatát erősítette, hogy a két indikátor nem elhanyagolható faktorsúlyval mindkét faktoron megjelent. A „működő tévékamera előtti spontán megnyilatkozás”, valamint az „újságírói interjú vállalása” az első rotált faktoron .55, illetve .59, míg a másodikon .45 és .46 nagyságú súlyokkal szerepelt. E két komponensnek mindkét faktoron való előfordulása egyúttal azt is jelzi, hogy a társasági nyilvános szereplés – legalábbis a teljes elzárkózáshoz képest – esetenként tartalmazza a közéleti megnyilatkozás bizonyos esélyét is.

¹⁸ Lásd Angelusz R.–Tardos R.: *Tudásstílusok és kommunikatív habitusok*. In: uők: *Hálózatok, stílusok, struktúrák*. ELTE Szociológiai Intézet – Magyar Közvéleménykutató Intézet, Bp., 1991.

¹⁹ A feszélyezettségérzetet is bevonva a magyarázó változók közé, a társasági nyilvános szereplési hajlandóság esetében 0.42, míg a politikainál csak 0.21 volt a béta egyútható értéke.

²⁰ A felsőbb rétegek alacsonyabb feszélyezettségi küszöbéről, és e „kifinomultság” alacsonyabb rétegekkel szembeni elhatároló szerepéről kitűnő elemzést nyújt Elias. Lásd Elias, N.: *A civilizáció folyamata*. Gondolat, Bp., 1987. 766–767. o.

²¹ Az anova-elemzés során – kiszűrve az iskolai végzettségnek, az apa iskolai végzettségének, a település jellegének és a nemnek a hatását – az adjusztált adatok az FKGP támogatóinál mutatták a legnagyobb értéket. Az adott esetben a tényezők kiszűrésének kissé abszurd jellege ellenére megállapítható, hogy e párt híveinek a hasonló társadalmi-demográfiai paraméterekkel jellemezhető emberekhez képest igen magas a politikai szereplési hajlandósága.

²² A kommunikációra ösztönző készenléti állapot nagy jelentőséget kap Noelle-Neumann, E. elméletében. Az álláspontjukat „lármásan” képviselő pártok előnyben vannak azokkal a pártokkal szemben, amelyeknek a támogatói hallgatásba burkolóznak, vagy legalábbis kisebb vitakészséget mutatnak politikai kérdésekben. Lásd Noelle-Neumann, E.: *Die Schweigespirale*. R. Piper Verlag, München, 1980.

²³ Noelle-Neumann, E. spirálméletét és annak alaptéziseit részletesen elemeztem egyik tanulmányomban. Lásd Angelusz Róbert: *Rejtélyes véleményáramlatok. Valóság*, 1993. 1. sz.

²⁴ Az elmúlt négy évben az értelmiségnek fontos szerepe volt a pártpreferenciák sorrendjének alakulásában. Megfigyelhető például, hogy a rokonszenvelést vezető pártok visszaesését rendszeresen megelőzte az értelmiségiek eláramlása. A lista élére az a párt került, amelyik a legtöbbet tudott profitálni az értelmiség pártok közötti fluktuációjából.

Vásárhelyi Mária

RENDSZERIMÁZSOK VÁLTOZÁSA A RENDSZERVÁLTÁS FOLYAMATÁBAN

A Szolidaritás képviselői úgy fogták fel az 1989. júniusi választás eredményét, hogy a rendszer megreformálásra kaptak megbízást. Ez a kommunista diktatúra parlamenti demokráciává és piacgazdasággá alakítását jelentette, egyúttal a gondoskodó állam elméletének és gyakorlatának elvetését. A társadalom többsége azonban egyáltalán nem volt tisztában azzal, hogy egy ilyen reformra szavazott 1989 júniusában... Ebben az értelemben a Szolidaritásból a Parlamentbe került emberek nem választóik pillanatnyi követeléseit képviselték, hanem az állam korszerűsítésének egyfajta vízióját. Társadalmi bázisuk zöme szóban támogatta ugyan a piacgazdaságot, ám valójában kommunisták nélküli szocializmust kívánt... Ez mutatta, hogy a lengyelek hisznek a csodákban.”

(Adam Michnik: Lengyel krétakör. *Mozgó Világ*, 1994/3.)

1992 elején végeztük el először azt a közvélemény-kutatást, amelyben arra próbáltunk választ keresni, hogy milyen domináns nézetrendszerek élnek a magyar társadalomban a társadalmi-gazdasági fejlődés kívánatosnak tartott irányáról. Ennek során választ kerestünk arra, hogy miként vélekednek az emberek kapitalizmusról, szocializmusról, piacgazdaságról, vállalkozásokról, szociálpolitikáról és az állam szerepéről a társadalmi-gazdasági folyamatokban. Már a 92-es vizsgálat is egyértelműen jelezte, hogy a piacgazdaság értékei meglehetősen nagy ellenállásba ütköznek a társadalom széles rétegeiben, hogy a gondoskodó állam képe kigyomlálhatatlannak tűnő gyökereket eresztett a közgondolkodásban, és nem veszített népszerűségéből az egyenlőségi elve sem, amely a gazdasági differenciálódás elutasítását jelenti, vagyis azt, hogy inkább legyen mindenkinek közepesen jó avagy rossz, semmint hogy egyesek meggazdagodjanak, mások pedig elszegényedjenek. Az akkori kutatás, ismereteim szerint elsőként, még az MSZP látványos előretörése előtt mutatta meg, hogy a társadalom mind szélesebb rétegeiben ébred fel a Kádár-rendszer iránti nosztalgia, az „átkos pártállami” rendszerbe való visszavágyódás. Ezzel párhuzamosan tapasztalhattuk, hogy a társadalomban egyre növekszik a kapitalizmus- és piacgazdaság-ellenesség, és már akkor látszott, hogy éppen ez az a pont ahol a leginkább egységesnek tűnik a közvélemény: a többség már 1992-ben több-kevesebb következetességgel szembeesült a kapitalizmus és a piacgazdaság megvalósításának szükségességét valló nézetekkel. Ennek megfelelően a legszélesebb körben elterjedt véleménymodell gerincét a kádárista szocializmus értékeinek igénye és a kapitalizmus, a széles körű privatizáció, illetve a piacgazdaság elutasítása jellemezte.

Mára úgy tűnik, hogy az 1994-es választásokat éppen azzal nyerték meg, amivel az 1990-es választásokat csak elveszteni lehetett. S ha látszólag egészen másra szavaztak is az emberek 1990-ben, és másra 1994-ben – bármennyire közhelynek látszik is –, nem árt hangsúlyozni, hogy az állampolgárok mindig ugyanarra adják le voksukat: elsősorban a jobb megélhetésre, a biztonságosabb életkörülményekre, a kiszámítható holnapokra. Az értelmiségi elit számára oly fontos morális értékek, mint a szabadság, szolidaritás, függetlenség stb., mind ezután következnek, és a materiális és morális értékek társadalmi szinten nem helyettesíthetők egymással. A rendszerváltás nemhogy nem teljesítette a lakosság széles rétegei számára a hozzá fűzött reményeket, hanem mára az emberek többsége csalódott, kiábrándult és szorongásokkal telve tekint a jövő felé. Az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoportja 1994 elején megismételte a fent idézett két évvel korábbi kutatásnak azokat a kérdéseit, amelyek az emberek által kívánatosnak tartott társadalmi berendezkedéssel kapcsolatos domináns véleményáramlatokat próbálták feltérképezni. (Az 1000 fős országos reprezentatív mintán végzett vizsgálat adatfelvételét a Szonda–Ipsos bonyolította le.) Az eredmények azt jelzik, hogy éppen azokban a reményeikben csalódtak az emberek leginkább, amelyeket a legtöbben vártak a rendszerváltástól. És nem csak azért, mert a lengyelekhez hasonlóan, mi magyarok is hiszünk a csodákban. A legnagyobb diszkrepancia ugyanis a várakozások és ezek beteljesülése között a hatalom hozzáértése és demokratikus működése területén tapasztalható. A rendszerváltástól a legtöbben szakszerű gazdasági (79%)* és demokratikusan működő politikai vezetést (67%), valamint hozzáértőbb gazdálkodást (79%) vártak, és ezekben a reményeikben csalódott a lakosság több mint háromnegyed része. És persze senki nem szavazott a társadalmi szinten korábban is igen magasra értékelt szociális biztonság elvesztésére, amely, mint a nyolcvanas években végzett közvélemény-kutatásokból egyértelműen kiderült, a Kádár-rendszer legfontosabb legitimációs bázisát jelentette. A romló életviszonyok és a csalódottság olyan attitűdöket váltott ki a társadalom széles rétegeiből, amelyek nemcsak az MDF vezette koalíció leváltását eredményezték, hanem a rendszerváltás előtti időszak felérétekelődését is. Ez pedig, ha hozzá is segítette az MSZP-t a választási győzelemhez, a hatalom gyakorlása során megoldhatatlan feladatok elé állíthatja. Napjainkban ugyanis úgy tűnik, hogy az emberek nem az MSZP által ígért szociális piacgazdaság megteremtését, hanem a Kádár-rendszer által emlegetett szocialista piacgazdaság, avagy Michnik szavaival élve a „kommunisták nélküli szocializmus” visszaállítását várják az új kormánytól.

A kutatás tapasztalatai egyértelműen jelzik, hogy az elmúlt két esztendő során nemhogy csökkent volna, hanem inkább fokozódott a kapitalizmussal és piacgazdasággal szembeni elutasítás. Egyre szélesedik a társadalomnak az a része, amely úgy véli, hogy éppen a kapitalista viszonyok kialakulása, a piacgazdaságra való áttérés és a privatizáció okolható életviszonyainak romlásáért. Ezzel párhuzamosan mind többen hiányolják a gondoskodó paternalista állam piacsabályozó, versenykorlátozó és újraelosztó szerepének fokozottabb érvényesülését. Mára a társadalom többsége elutasítja a kapitalizmus megvalósításának ideáját, és mind a jobboldali, mind pedig a baloldali értékpreferenciákkal rendelkező csoportok körében egyre általánosabbá válik a piacellenes beállítódás. Azok többsége, akik korábban bizonytalanok voltak a társadalmi-gazdasági fejlődés kívánatos irányának megítélésében, mára szintén a piacgazdaság megvalósítását ellenzők táborába kerültek.

* Zárójelben azok aránya, akik az Antall-kormánytól ennek megvalósulását várták.

Mindezzel szoros összefüggésben növekszik azok aránya is, akik jobbnak és igazságosabbnak ítélik a Kádár-rendszert, mint a napjainkra kialakult társadalmi viszonyokat. Nemcsak a vélemények megoszlása, hanem elmozdulási irányuk is jelzi ezeket a tendenciákat. Két év alatt 40 százalékról 29 százalékra csökkent azok aránya, akik úgy gondolják, hogy a piacgazdaságot akkor is meg kell valósítani, ha az nagy áldozatokat kíván a társadalomtól, és mindössze az emberek 17 százaléka utasította el egyértelműen azt az állítást, hogy a kapitalizmus megvalósítása Magyarországon több kárt okoz, mint hasznot; a többség részben vagy teljesen egyetértett a kapitalizmus megvalósításának kártékony hatásával. Ugyanakkor csaknem a társadalom minden rétegében tetten érhető a Kádár-rendszer újraértékelése. Nemcsak azok aránya emelkedett, akik egyértelműen pozitív képet formálnak erről a rendszerről, hanem eközben jelentősen csökkent azoké, akik egyértelműen negatív értékelést mondanak a nyolcvanas évek társadalmi-gazdasági rendszeréről. 28 százalékról 38 százalékra növekedett azok részesedése, akik szerint sok mindent érdemes lett volna megőrizni a szocializmusból, ugyanakkor ma már mindössze az emberek 13 százaléka utasítja el egyértelműen ezt az állítást, szemben a korábbi 28 százalékos aránnyal. Növekedett azok részesedése is, akik igazságosabbnak ítélik a Kádár-rendszert, és úgy vélik, hogy az jobban törődött a kisemberek gondjaival. Ezzel párhuzamosan fokozódott a gondoskodó, paternalista állam utáni vágy, ma gyakorlatilag mindenki úgy gondolja, hogy fokozni kellene az állami szerepvállalás mértékét a jövedelmek nagyságának szabályozásában és újraelosztásában, de a döntő többség a gazdasági folyamatok feletti fokozottabb állami kontrollt is szükségesnek tartaná. Növekedett a privatizációval szembeni ellenállás is, ma a lakosság fele teljesen, további egynegyede pedig részben egyetért azzal, hogy a nagyobb gyárakat és vállalatokat nem szabadna magánkézbe adni. Emellett az emberek többsége nem lát valóságos teljesítményt a vállalkozói réteg meggazdagodása mögött, általánosan elfogadott vélemény, hogy a jelenlegi gazdasági viszonyok között csak az ügyeskedők és a helyezkedők jutnak előre.

Faktoranalízis segítségével végeztük el a különböző kérdésekre adott válaszok együttes elemzését. Az eredmények azt jelzik, hogy napjainkban öt domináns nézetrendszer lelhető fel a társadalomban a kívánatosnak tartott társadalmi-gazdasági rendszerrel kapcsolatban (1. táblázat).

1. táblázat

Domináns véleményirányzatok a kívánatosnak tartott társadalmi-gazdasági rendszerről (rotált faktorok)

| | 1. faktor KÁDÁRIS- TA | 2. faktor SZOCIÁLIS- ETATISTA | 3. faktor ANTIKAPI- TALISTA PIACELLE- NES | 4. faktor PIACPÁRTI- LIBERÁLIS |
|---|-----------------------------|-------------------------------------|---|--------------------------------------|
| A kapitalizmus nem tökéletes, de az emberek élete mégis ott áll a legközelebb az elképzelhető legjobbhoz. | | | -0.40393 | 0.32341 |
| Magyarországnak sem a nyugati, sem más országokat nem kellene utánozni, hanem a maga sajátos útját kellene járni. | | | 0.52134 | 0.55929 |
| Alapvetően fontos, hogy az emberek életébe ne avatkozzon bele az állam. | | | | 0.73569 |

| | | | | |
|--|---------|---------|---------|---------|
| Az egész társadalom felelőssége, hogy mindenkinek megfelelő lakása és jövedelme legyen. | | 0.66685 | | |
| A Kádár-rendszer jobban törődött a kisemberek problémáival. | 0.81986 | | | |
| Sok mindent érdemes lett volna megőrizni a szocializmusból. | 0.83592 | | | |
| A Kádár-rendszer igazságosabb volt a mostaninál. | 0.75093 | | | |
| A gazdasági élet állami felügyeletét a rendszerváltás után is meg kellett volna őrizni Magyarországon. | 0.34594 | | 0.48841 | |
| A piacgazdaságot akkor is meg kell valósítani, ha az nagyon sok áldozatot kíván az emberektől. | | | | 0.36774 |
| Ma a szegénység elleni küzdelem a legfontosabb feladat. | | 0.70901 | | |
| Az államnak nagyobb szerepet kellene vállalnia a társadalom életében, hogy senki ne kerülhessen hátrányos helyzetbe. | | 0.74631 | | |
| A kapitalizmus megvalósítása Magyarországon több kárt okoz, mint hasznot. | | | 0.63659 | |
| A nagyobb gyárakat és vállalatokat nem szabadna magánkézbe adni. | | | 0.64789 | |
| Senkinek nem szabadna megengedni, hogy többet keressen havi százezer forintnál. | | 0.42866 | 0.60463 | |
| Ma csak az ügyeskedők és a jól helyezkedők jutnak előre. | | 0.54395 | 0.35463 | |

A táblázatban csak a 0.3 feletti értékek vannak feltüntetve.

Arról, hogy e domináns véleményirányzatok miként állnak össze véleménymodellé, vagyis miféle nézetrendszert alkotnak az emberek fejében, cluster-analízis segítségével próbáltunk képet alkotni. A cluster-analízis arra ad választ, hogy a közgondolkodásban dominánsan megjelenő véleménymodellekben a feltárt véleményáramlatok közül melyek milyen súllyal jelennek meg.

A két évvel korábbi 30 százalékos arányról 1994 elejére több mint 40 százalékra emelkedett azok aránya, akiknek szemléletét elsősorban a Kádár-rendszer iránti nosztalgia determinálja (1. faktor). Az eképpen vélekedők véleményalkotásában a kapitalizmus és a piacgazdaság teljes elutasítása, és mind a társadalmi, mind pedig a gazdasági életben a gondoskodó és reguláló állam szerepének visszaállítása iránti óhaj játssza a meghatározó szerepet. Ez egyben azt is jelenti, hogy napjainkban a felnőtt lakosságnak majdnem a fele eredményesebbnek és igazságosabbnak látta a Kádár-rendszert a mostaninál. Hasonlóképpen szembehelyezkedik a kapitalizmussal, és az alakuló gazdasági és társadalmi viszonyokkal a lakosság azon 10 százaléka is, amely ugyan némileg több kritikával tekint az elmúlt

rendszerre, véleményalakulását azonban alapvetően a szociális kérdések preferenciája determinálja, és az előzőhöz hasonlóan csak a fokozottabb állami szerepvállalásban, és a megindult kapitalizálódási folyamat megállításában látja a fejlődés kívánatos útját (2. faktor). A piacgazdaságnak mára nemcsak bal-, hanem jobboldali ellenfelei is növekedő csoportot alkotnak. Az ekképpen gondolkodók nemcsak a piacgazdaság, hanem a kádárizmus értékeivel is élesen szembehelyezkednek. A megoldást a sajátos magyar út keresésében, a nyugati minták követésének elutasításában, az állam által irányított és szabályozott társadalmi és gazdasági folyamatok érvényesülésében látják (3. faktor). Míg a tisztán liberális megközelítés az elmúlt évek során veszített népszerűségéből, a szociálliberális gondolkodás számottevő térnyerését tapasztalhatjuk. A kutatás tapasztalatai szerint napjainkra a társadalom negyedrésze azonosul a baloldali, szociálliberális társadalmi és gazdasági fejlődés értékeivel, ugyanakkor mindössze az emberek 5 százaléka vallja magáénak a liberális értékeket (4. faktor).

Az itt elmondottak nemcsak az 1994-es választások eredményének értelmezéséhez kívántak adalékokat nyújtani, hanem egy kicsit a jövőbe tekintést is segíteni szeretnék. Adataink ugyanis szemléletesen előrevetítik a baloldali, szocialista kormánytöbbség előtt álló nehézségeket is. E kormánynak ugyanis számot kell vetnie azzal, hogy szavazóinak nem kis hányada nem a párt által – legalábbis a program szintjén – preferált szociális piacgazdaságra, hanem a kádárizmus értékeire adta szavazatát, amikor az MSZP-re voksolt. Jelenleg nincs okunk az MSZP-ről kádárista restaurációs törekvéseket feltételezni, nem beszélve arról, hogy a Kádár-rendszerből éppen az visszaállíthatatlan, amire a fent említett rétegek vágyanak. Mindazonáltal rövid időn belül visszaüthet az új kormányra, hogy a szocialisták nem oszlatták el azt az illúziót, amely a lakosságot a nyolcvanas évekhez, a késő kádárizmushoz és a sokak szemében ezt megtestesíteni látszó MSZP-hez köti. Hiszen ugyanezen közvéleménykutatás szerint a MSZP választása mögötti legfontosabb motiváció a „régén jobb volt, mert volt munka, biztos megélhetés”. Ezért szavazott az MSZP-re támogatóinak 69 százaléka. És az el nem oszlott illúziók, ebben a helyzetben ki nem mondott ígéretké váltak.

Gálik Mihály

TÖRVÉNYRE VÁRVA

*A magyar rádiózás és televíziózás szerkezetéről**

AZ INDULÓ HELYZET

A csodákra a parlamentáris democráciákban is várni kell, ha másra nem, hát erre megtanított bennünket az elmúlt négy év. Semmiféle summázatát nem akarom adni a történeteknek, de annyit megjegyzek, a rádiózásban és a televíziózásban nemcsak hogy megállt az idő, de még visszafelé is haladt. No nem úgy magától, hanem különböző politikai nyomásoknak engedelmessé, de ez most már mindegy. A lényeg az, hogy 1994-ben rosszabb helyzetből indul a magyar rádiózás és televíziózás rendszerének átalakítása, mint 1990 nyarán indulhatott (volna). Az angol közmondás szerint kár a kiömlött tejbe belesírni, s magam sem ezt kívánom tenni: mindössze arra szeretném felhívni a figyelmet, hogy az új kormányzati erőkre a bizalmatlanság súlyos terhe fog nehezedni akkor, amikor a rádiózás és televíziózás rendszerének átalakítását kezdeményezik.

Az 1994. évi választások eredményeként hatalomra került szociálliberális koalíció a kormányprogram média alfejezetében határozottan kinyilvánítja: „A lapok, rádiók és televíziók versengését a sajtószabadság legfőbb garanciájának tekinti. A legfontosabb és legsürgősebb feladat a szabad rádiózás és televíziózás törvényes feltételeinek megteremtése.”¹ A kormányprogram felvázolja e célok elérésének eszközrendszerét is, s egyebek között kimondja, hogy a jelenleginél kisebb, de mértékadóan működő Magyar Rádióra (MR) és Magyar Televízióra (MTV) van szükség. A két nagy intézmény a rádiózás-televíziózás fontos része marad, de monopolhelyzetét elveszti.

Az előzményekhez hozzátartozik, hogy a két liberális párt, az SZDSZ és a Fidesz több fórumon és számos dokumentumban kifejtette már a kilencvenes évek során, hogy meg nem határozott számú állami csatornát úgymond privatizálni kell, s legalább egy-egy országos programhoz tartozó frekvencia készlettől meg kell válnia a Magyar Rádiónak, illetve a Magyar Televíziónak. Az MSZP elnöke nem sokkal az 1994. évi országgyűlési választások első fordulójára elött szintén kijelentette, hogy privatizálni kellene az MTV egyik csatornáját.² Az előző kormánykoalíciót alkotó parlamenti pártok (MDF, KDNP), valamint az FKGP ma is az 1992 végén oly csúfosan megbukott törvényjavaslatot tekintik irányadónak, és az MR, illetve az MTV helyzetét megőrizve képzelik el a kereskedelmi szféra kialakulását.

* A tanulmány a Politikai Tanulmányok Intézete Alapítvány részére 1994 áprilisában készített, *Hivatal a rendszerben* című szakértői anyagon alapul.

Törvény ugyan nem született a rádiózásról és a televíziózásról az előző (1990–1994) parlamenti ciklusban, ám ennek hiányában is hozott a kormányzat, illetve a törvényhozás néhány olyan döntést, amely alakította a rádiózás-televíziózás szerkezetét. 1992 őszén, a törvényjavaslat vitája közben és az ellenzékkel való bárminemű egyeztetés nélkül a kormány egy titkos határozattal létrehozta a Hungária Televízió Alapítványt, amelyik azután megalapította a Duna Televíziót, a magyar műholdas csatornát. A törvényjavaslat bukása után a kormány, az 1986. évi sajtótörvény rendelkezéseiből merítve a felhatalmazást, 1993 nyarán meghirdetett 103 frekvenciát „nem kereskedelmi rádió- és televízió-műsorszolgáltatás céljára”. 1993. közepén a Juventus Rádió kapott egy újabb frekvenciát, amivel nagyjából az ország lakosságának felét már képes volt elérni. Ezeket a kormánydöntéseket rendre politikai botrányok kísérték, de ettől még hatályosak. Nem vitatva kommunikációpolitikai jelentőségüket, bár vitatva korrektségüket, azt mondhatjuk, alapjaiban ezek a döntések nem változtatták meg a magyar rádiózás-televíziózás szerkezetét.

A parlament a távközlésről (1992. LXXII. tv.) és a frekvenciagazdálkodásról (1993. LXII. tv.) szóló törvények elfogadásával szintén jelentős kommunikációpolitikai döntéseket hozott az előző ciklusban. Anélkül, hogy egyes részleteikbe belemennénk, állítható, hogy e törvények etatizmusa a meglévő viszonyok konzerválását testesíti meg. Ha törvényekből visszafelé kiolvasható jogalkotói szándék – s most természetesen nem a bennük szereplő indoklásra gondolunk – akkor ezekből aligha olvasható ki más, hogy az állam, a végrehajtó hatalom a legmesszebbmenőkig korlátozni kívánja a piaci szereplők önállóságát, minden lényeges döntés ellenőrzésére és/vagy engedélyezésére jogot kíván formálni. Biztos, ami biztos, az állam nem kívánja levenni nagyon is látható kezét a műsorterjesztés képzeletbeli és valóságos kapcsolóiról, s ebben nem hagyja magát zavartatni. Mondhat bárki bármit, tegye: jogállamban élünk, a (kormány)többség dönt.

Legszabadabban, leglátványosabban a kábelágazat fejlődött az elmúlt négy évben. Látványosan menetel előre a Kábelkom, ma már háromszázezer háztartás fizet elő a házi mozicsatornára, az HBO-ra. 300 körül jár a kábelüzemeltető társaságok száma, ezek harmincfele nagyobb, több ezer lakást elérő szervezet.³ Formálódóban vannak a különböző terjesztési szövetségek (TV 4, Agro TV, Szív TV stb.), még ha megmosolyogni való terjesztési megoldással is, ami persze nem rajtuk múlik, hanem a távközlési törvény „bűne”. Szigorú piaci mércével mérve a kábelágazat reklámpiaci és nézettségi részarányai persze szerények, de a kábelüzemeltetőt nem a reklám, hanem a szolgáltatási díj tartja el mindenütt a világon, nálunk is. Akárhogy is van, már mi is beléptünk a kábelkorba, a kábelágazat a hazai televíziózás integráns, s mind jelentősebb része.

Nem tagadva tehát a kábelszektor jelentőségét, mégis úgy vélem, a rádiózás és televíziózás struktúrájának tervezését a műsorszórással, s ezen belül is annak eldöntésével kell kezdeni, hogy hány országos közszolgálati rádió- és televízió-műsort akarunk működtetni. Könyvtárnyi irodalmat lehetne felsorakoztatni annak bizonyítására, hogy mennyire komplex dologról van szó, hogy nem lehet csak úgy nekirontani, hogy mi kár születet az elhamarkodott döntésekből stb., stb. A Bródy Sándor utca és a Szabadság tér szakszervezetek és szerkesztői körömszakadtáig fognak védeni minden műsorpercet, minden frekvenciát, s ebben befolyásos szövetségesekre fognak találni az írott sajtó véleményformálóinál éppen úgy, mint az adott koncepciót ellenző politikusoknál. Emlegetik majd a felmenőket, a füleknek oly megszokott szavak – nemzetárulás, kozmopolitizmus, kiárulás, kultúrmozok – röpködnek újfent a levegőben, mindenki megannyi tekintélyt fog felsorakoztatni érvei mellé. Ezt a gordiuszi csomót is csak átvágni lehet, kibogozni nem:

tetszik, nem tetszik, a két nagy közszolgálati monopólium helyét kell először megtalálni a rendszerben.

A tervezésnél egyébként bizonyos mértéktartásra van szükség: semmiképpen nem szabad olyan helyzetet előidézni ami végletesen megmerevítené a politikai egyeztetésekben kialakított struktúrát. Nem szabad minden frekvenciát egyszerre elosztani, rugalmasnak kell lenni a „big bang” indításakor. Nem szabad radikálisan leépíteni a Magyar Rádiót és a Magyar Televíziót anélkül, hogy a kereskedelmi szféra növekedési lehetőségét nem teremtettük volna meg. Mindamelllett a másik végletbe sem szabad esni. A mai Magyar Rádióval és Magyar Televízióval csak egy dolgot szabad csinálni: hathatós válságmenedzseléssel, meghatározott koncepció szerint és ütemezésben, a meglévő, költségvetési intézmény-státust eltörölve szervezetileg újjá kell őket alakítani. Egyetértek Horvát Jánossal abban, hogy – ő ezt a televízióra mondta – értelmetlen lenne a meglévő intézmények megtartásával, reformálásával kísérletezni, a mára kialakult helyzet, no meg a hely szelleme minden ilyen próbálkozást kudarcra ítéli.⁴

A KÖZSZOLGÁLATI SEKTOR

Abból kiindulva, hogy a közszolgálati rádiózásra-televíziózásra van valós társadalmi igény, „mindössze” már csak azokat a fő kérdéseket kell megválaszolni, hogy milyen műsorkínálatot nyújtson, ki fizesse meg a műsorkészítés költségeit, milyen szervezetben történjék a műsorkészítés, milyen garanciák köthetők ki, és miként, hogy a közszolgálati intézmények valóban a megkívánt funkciókat teljesítsék, s egyáltalán, mi legyen a súlya a közszolgálati szektornak az adott ország tömegkommunikációs rendszerén belül. Mielőtt kísérletet tennék a fenti kérdések rövid megválaszolására, hadd tegyek néhány megállapítást.

Először: a közszolgálati rádió és televízió autonómiája ugyan hosszú távú érdeke egy demokratikus berendezkedésű országnak, ám ezt szüntelenül keresztezi az éppen uralmon lévő politikai hatalom rövid távú érdeke. Ez az ütközés a legerősebb, leglátványosabb és legdiszónásabb éppen a rendszerváltozáskor.

Másodszor: A közszolgálati rádió és televízió jövője a legszorosabban összefügg a kereskedelmi rádiózással és televíziózással. Meggyőződésem, hogy a kereskedelmi rádiózás és televíziózás megszületése és színre lépése primer érdeke a közszolgálati szektornak. Ez nem valamiféle liberális egyenszöveg, amelyik a verseny jótékony hatását axiómaként kezeli, előfeltételezi, hanem az itt és mostra gondolva egyszerűen nem hiszek abban, hogy pusztán jogi garanciák a rendszerváltozáskor elégségesek lehetnek kiegyensúlyozott, politikailag pártatlan országos közszolgálati műsorok készítéséhez.

Harmadszor: A technológiai fejlődés, amelynek egyik következménye a tömegkommunikációs választék bővülése, bizonyos funkciókat kivisz a közszolgálati rádióból és televízióból, ugyanis a közszolgálat lényegét képező minőségi programkínálatához olcsón, más módon is hozzájuthat a fogyasztó.⁵

Negyedszer: A mai értelemben vett regionális közszolgálati rádiózás és televíziózás több mint valószínű, hogy teret veszít, hiszen ezek a régiók Magyarországon nem valamiféle réteg- vagy régióérdekhez kapcsolódva szerveződtek, határaik teljesen önkényesek. Való-

színűsíthető, hogy a helyi és regionális rádiók illetve televíziók egy része összekapcsolódik – bizonyos érdekek szerint – nagyobb hálózatokba, egy-egy nagyobb régió részévé válva, ugyanakkor megtartva önállóságát (networking).

Ötödször: Erősödni fog a közszolgálati médiák örök dilemmája, a műsorok által közvetített értékek és ezen műsorok hallgatottsága – nézettsége közötti potenciális ellentmondás. Az, hogy például ma a Bartók rádió hallgatottsága nem éri el az 1%-ot, az sem a hallgatónál lévő készülékállománnyal, sem az úgynevezett hallgatói szokásokkal nem magyarázható. Tudomásul kell venni, hogy egy ilyen programválasztéknak egyszerűen ekkora a közönsége és nemcsak nálunk, hanem másutt is a világon.

A közszolgálati szektor kínálata

A közszolgálati szféra piaci részesedésének kérdését vizsgálva induljunk ki abból, hogy a rádiózásban és a televíziózásban mást és mást jelent, hogy kevés a frekvencia. A fogyasztói szokásokat és a készülékállományt adottnak véve ma még a rádióműsorok terjesztésében szinte csak a hagyományos földi sugárzással számolhatunk. A televíziózásban az egyéb terjesztési eszközök piaci részaránya már ma is számottevő. 1993. decemberi adatok szerint a háztartások 25%-a van kábelhálózatokra kapcsolva, 46%-uk pedig képes műholdas adások vételére.⁶ Az MTV-2 privatizálása, s a potenciálisan rendelkezésre álló frekvenciák harmadik földi sugárzású országos kereskedelmi program számára való meghirdetése esetén a frekvenciaszűke, úgy érzem, szinte virtuálissá válik: a televíziós műsorkínálat növelésének valódi korlátját gazdasági tényezők, azaz a piaci viszonyok veszik át.

A rádiózásban a Magyar Rádió súlyát szerintem két országos program határozza meg. A középhullámon sugárzó Kossuth vételi viszonyának javításával akár az URH lekapcsolásával is számolhatunk. Ez költségmegtakarítást jelent, s átmenetileg, középtávon egy országos frekvenciakészlet is felszabadul. A Kossuth alapvetően prózai adó, széles hír- és információs műsorkínálattal, de a prózai művészeti műsoroknak, ismeretterjesztésnek, szervíz műsoroknak is helyet hagyva. A Bartók programot 100%-ig át lehet alakítani komolyzenei programmá, ez funkcionálisan is indokolható, ráadásul igen költségtakarékos megoldás.

Nem szólok külön most a mai MR körzeti és nemzetiségi stúdiók sorsáról, nem perdöntő kérdés a Magyar Rádióhoz való tartozásuk vagy függetlenségük. Ugyanez áll a külföldre rövidhullámon sugárzott adásokra, illetve ezek szervezeti hovatartozására annál is inkább, mert ez – hallgatói oldalról – nem a magyarországi piac része. Stratégiai kérdés viszont az úgynevezett OIRT-URH sáv rádiózásra való fölhasználása a továbbiakban. Figyelembe véve az adóhálózat korszerűtlenségét, felújításának beruházás igényét megfontolandó, vajon célszerű lenne-e az OIRT-URH sáv használatával legkésőbb az ezredforduló táján felhagyni, s a CCIR-URH sávokra áttérni. Ez természetesen ugyan csökkenti a frekvenciakészletet, de valamikor meg kell fizetni az emberöltővel ezelőtt hozott téves kommunikációpolitikai – vagy csak politikai – döntés árát. Mindenesetre a gyakorlat majd megmutatja, milyen kereslet van a majdani kereskedelmi rádiók részéről az OIRT-URH frekvenciák iránt, s ez perdöntő lehet a későbbi döntéskor.

A közszolgálati televíziózás két kulcsintézménye a Magyar Televízió és a Duna TV. Egy 20 órán keresztül sugárzó MTV-1 finanszírozható a mai előfizetői díjból és a mainál lényegesen kisebb – mondjuk feleakkora – reklámbevételből. A Duna TV funkciói közé minden bizonnyal be lehet sorolni az élő parlamenti közvetítéseket, illetve a Duna TV és a meglévő kábelhálózatok bázisán ki lehet alakítani a parlamenti működés bemutatásának a bizottsági munkára is kiterjedő rendszerét. Modellként az Egyesült Államok törvényhozó

területeinek munkáját nyomon kísérő kábelcsatorna, a C-SPAN⁷ szolgálhat, nem is olyan távlati célként meg lehet fogalmazni ilyen kialakítását nálunk is.

A közszolgálati szektor kínálatához más intézmények, piaci szereplők is hozzájárulhatnak. Akár a mai előfizetői díjak egy részéből, akár a majdani kereskedelmi szféra által fizetendő frekvenciák lekötési díjakból, akár egyéb forrásokból, illetve ezek kombinációjából képezni lehetne olyan pénzalapokat, amelyekből pályázati úton lehetne hozzájutni bizonyos közszolgálati jellegű műsorok készítéséhez.

Ugyancsak kívánatos, hogy a kereskedelmi műsorszolgáltatókat az engedélyezés során kötelezzék – az angol minőségi küszöb rendszerhez hasonlóan – a közszolgálati programok minimumának készítésére. Ezeknek a módszereknek a célirányos alkalmazásával a mai Petőfi rádió vagy az MTV-2 privatizálása esetén sem csökken feltétlenül a közszolgálati műsorok kínálata, amennyiben ez az érvényesítendő cél.

A közszolgálati rádió és televízió műsorkínálata, műsorszerkezete – mondani sem kell – nem az intézmények autonóm döntésének eredője, hanem arányait tekintve a törvény és az alapítólevél előírásainak felel meg. Az egész közszolgálati szféra szabályozása természetesen a kétharmados törvényen alapul, hasonlóan a rendszer másik két – kereskedelmi és közösségi – eleméhez, ezért ezt a továbbiakban már nem ismételtem.

Az intézmények jogállása és felügyelete

A Magyar Rádió és a Magyar Televízió költségvetésiintézmény-státusát meg kell szüntetni, s a két intézmény jogállásáról vagy külön törvényben kell rendelkezni – hasonlóan a Magyar Nemzeti Bankhoz – vagy az állami egyszemélyes részvénytársasági formát kell választani. Az elvetélt 5575. számú törvényjavaslatban szereplő közalapítványi formát sürgősen el kell felejtetni, ebben működtetni a Magyar Rádiót és a Magyar Televíziót szükségtelen bonyodalmakkal – a döntési szintek megkettőződése, az agyonbonyolított szervezet, a külvilággal való gazdasági kapcsolattartás nehézkessége stb. – járna.

Az intézmény társadalmi felügyeletét a részvénytársasági forma esetében is külön bizottság, a törvény által kreált testület végezné el. A részvénytársaság társasági törvényből következő felügyelőbizottsága az intézmény gazdálkodását ellenőrizné. Bele kell végre nyugodni, hogy a közszolgálat társadalmi felügyeletének nincs optimális megoldása, hogy csupán second best megoldások léteznek. Viszonylag kis létszámú, 9–12 főből álló, nem csupán a politika (a kormány és az ellenzék) delegálta testület létrehozása lenne célszerű. Ez a testület valóban felügyeletet látna el szakértőkre támaszkodva: a törvény és az alapítólevél által befektetett feladatok teljesítését kérné számon az elnöktől, ill. a menedzsmenttől. Fölösleges, mi több, káros vég nélküli vitákba bonyolódni a bizottság összetételéről, mitizálni a felügyelőbizottság delegációs rendjét. El kell hinnünk, hogy a valóban közszolgálati rádió és televízió működése végső soron politikai kultúra dolga, ennek kóros fejletlensége minden – egyébként kívánatos – törvényi garanciát eljelentéktelenít.

A Magyar Rádió és a Magyar Televízió finanszírozása

1994-ben 460 Ft a televízió és a rádió együttes előfizetési díja, a díjat fizető háztartások száma 2,2 millió. Jóllehet az elmúlt években drasztikusan, az inflációs rátát jelentősen meghaladva emelkedett az előfizetői díj, a díjat ténylegesen fizető háztartások száma nem csökkent, évek óta 2,1–2,2 millió között ingadozik. Ez elégséges alapja lehet annak a feltételezésnek, hogy a fizetők számának látványos csökkenésére nem kell számítanunk, hacsak egy abszurd díjemelést nem következik be.

Az említett előfizetői díj jelenleg a Magyar Rádiót évi 3,5–4 milliárd forint, a Magyar Televíziót évi 7–8 milliárd forint bevételhez juttatja. Bátran ki lehet jelenteni, hogy ezek az összegek hatékony gazdálkodás esetén akár reklámbevétel nélkül is elegendőek lennének a korábban definiált kínálat finanszírozásához.

Természetesen ez absztrakt feltevés, mert a két intézmény gazdálkodása aligha nevezhető hatékonynak. Ezen belül a Magyar Televízió a gazdálkodási pazarlás állatorvosi lova, nincs az a szakmai irracionalitás, amelyik ott ne lenne kimutatható kisebb-nagyobb mértékben. A pazarló gazdálkodás felszámolása időbe és sok pénzbe kerül, paradox módon a megtakarítások először nem lesznek képesek a pazarlás felszámolásával járó költségeket finanszírozni. Emellett mindkét intézmény technológiai korszakváltás előtt áll, ennek milliárdos nagyságrendű a költségvonzata. Mindezek indokolják, hogy a két közszolgálati intézmény végezessen reklámtevékenységet is, persze a mainál jóval kisebbet és törvényileg szabályozott módon. Ez vállalható, és Európában teljesen általános megoldás, a svéd és a brit közszolgálati műsorszolgáltatók kivételével mindegyik más intézmény jelen van a reklámpiacon.

A költségvetési támogatást, mint általános működési forrást már az 1994. évi állami költségvetésről szóló törvény sem tartalmazza. Ettől persze a kormány a maga politikai érdekeitől vezérelve juttathat némi „hálapénzt” a két intézménynek, mint ahogy tette is 1994. elején, de a fő szabály már ma is a nulla költségvetési támogatás. Ezt fenn kell tartani, nem zárva ki természetesen a technológiai váltással kapcsolatos terhek valamilyen állami támogatását.

A KERESKEDELMI SZFÉRA

Néhány alapvetés

A kereskedelmi rádiózás és televíziózás Nyugat-Európában is alapjaiban változtatta meg a tömegkommunikáció szerkezetét az elmúlt két évtizedben. Megszűnt a közszolgálati – vagy éppen csak állami – rádió- és televízió-társaságok monopol helyzete, amint azt az 1. táblázat jól érzékelhetően mutatja, kialakultak a valós médiapiaci viszonyok, amelyek között a kereskedelmi rádiókban és televíziókban már egyértelműen más a műsorkészítés végső célja, mint a közszolgálatiban.

1. táblázat

Európai közszolgálati rádiók és televíziók piaci részesedése a hallgatottsági és nézettségi mutatók alapján 1975-ben és 1990-ben (%)

| Ország | Rádió | | Televízió | |
|--------------|-------|------|-----------|------|
| | 1975 | 1990 | 1975 | 1990 |
| Ausztria | 100 | 92 | 100 | 94 |
| Belgium (Fl) | 78 | 73 | 40 | 30 |
| Belgium (Fr) | 85 | 40 | 51 | 26 |
| Dánia | 100 | 54 | 100 | 84 |

| | | | | |
|----------------|-------|-----|-----|-----|
| Finnország | 100 | 63 | 60* | 47* |
| Franciaország | 26 | 22 | 100 | 33 |
| Görögország | 100 | 25 | 100 | 61 |
| Hollandia | 100 | 87 | 100 | 58 |
| Írország | 100 | 62 | 100 | 68 |
| Nagy-Britannia | 95 | 68 | 52 | 48 |
| Norvégia | 100 | 53 | 100 | 75 |
| NSZK | 88** | 79 | 100 | 69 |
| Olaszország | 95 | 46 | 91 | 46 |
| Portugália | 84** | 32 | 100 | 87 |
| Spanyolország | 44*** | 19 | 100 | 86 |
| Svájc | 76 | 64 | 65 | 34 |
| Svédország | 100 | 98 | 100 | 82 |
| Törökország | 100 | 100 | 100 | 100 |

Forrás: Sánchez-Tabernero: *Media Concentration in Europe*. Media Monograph. No. 16. The European Institute for the Media, Düsseldorf, 1993. 108.; 112. o.

* A közszolgálati televíziót nézők aránya.

** 1976

*** 1974

A kereskedelmi rádiózás-televíziózás óriási tőkét volt képes megmozgatni, felszívni, s a kereskedelmi műsorok hamar utat találtak a hallgatókhoz-nézőkhöz, kibővítve a választási lehetőségeket. Arról hogy ez mennyiben volt „jó”, illetve „rossz”, valamint hogy mit is jelent az ilyen minősítés, már a kezdetek óta váltakozó hevességű vita folyik, de ettől a tény még tény: a közszolgálati rádiózás-televíziózás Nyugat-Európában ma már versenyhelyzetben működik. Mindemellert a „kereskedelmileg gyenge”, azaz a nyereségtermelésre nem alkalmas műsorválaszték nyújtása – kis túlzással: a kulturális értékközvetítés egésze – szinte teljes mértékben rájuk marad.

A közgazdasági irodalom szenvtelenségével fogalmazva a kereskedelmi rádiózás és televíziózás klasszikus formája nem más, mint a nagyközönség hirdetőknél való eladása, mint ahogy a lapkiadók is részint az üres lapfelületet adják el a hirdetőknél. A technológiai fejlődés kikezdte a klasszikus kereskedelmi rádiózás és televíziózás monopóliumát, a hirdetések nem sugárzó előfizetéses műsorok, illetve a hirdetéssel meg nem szakított, egyedileg megvásárolható műsorok (pay-tv) térhódítása világjelenség, azaz az áru a nevezett esetekben vitán felül a tartalom, a műsor, s nem a hirdetési idő. A kereskedelmi televíziózás tehát részben piacot váltott, s most – egymástól függetlenül – jelen van mind a nagyközönség, mind a hirdetők piacán.

A magyarországi feltételek

A kereskedelmi szféra gazdasági alapzata a reklámgazdaság s ez nálunk igen jelentős fejlődésen ment keresztül az elmúlt évek során. A gazdasági recesszió ellenére dinamikusan nőttek a reklámkiadások nemcsak nominál, hanem reálértékben is. A különböző becslések

alapján a reklámra fordított költségek 1993-ban 30 milliárd Ft körül lehetnek, s ebből a rendelkezésemre álló adatok szerint 2 milliárd forint körül volt a rádiós, 9–10 milliárd forint között a televíziós szektor részesedése.⁸ Néhány százalékot leszámítva a rádiós és televíziós szektor reklámbevételei a Magyar Rádió és a Magyar Televízió forrásait növelték: a két nagy intézmény kvázi monopolhelyzetben van a szektorális reklámpiacon, túlsúlya jelenleg még nyomasztó.

Amennyiben lesznek a maiak mellett – Juventus, Bridge, NAP TV, Sió TV – a Magyar Rádiótól és a Magyar Televíziótól független kereskedelmi rádiók és televíziók, úgy a rádiózás és televíziózás részesedése növekedhet az összes reklámra fordított kiadások között. Természetesen lesz némi árlemorzsolódás is a verseny következtében, azaz a reklámbevételek növekedése nem lesz egyenes arányban a szektor outputjának növekedésével. Az egyszerűség kedvéért számoljunk azzal a – szakmailag egyébként képtelen – feltételezéssel, hogy az egész, 1993-ban elért reklámbevétel a kereskedelmi szférának jut. Innen már csak az a kérdés, hogy ez a bevétel mekkora, és milyen szerkezetű (országos, regionális, helyi) rádió- és televízió-szektor tud eltartani, s ehhez a potenciális szereplőknek jut-e frekvencia. Ha igen, úgy a leendő RTH politikailag legkényesebb feladata, a fizikailag szűkös terjesztési eszköz kiosztásáról való döntés, igencsak leegyszerűsödik.

Napi 14–16 órás, versenyképes, közönséget vonzó országos televíziós program folyó éves költségei a magam információi szerint elérik az évi 3 milliárd forintot. A működési költségek megtérülésével nagyjából a negyedik évtől lehet számítani. Nem evidens, hogy a műsort földi sugárással kell továbbítani. Mind az egyébként most nem említett beruházási igény, mind a reklámgazdaság volumene valószínűtlenné teszi, hogy kettőnél több ilyen programra legyen vállalkozó. A regionális piacok közül szinte csak Budapest számít olyanoknak, amelyik komoly műsort képes eltartani. Amennyiben az alternatív – kábel, műhold, AM-micro, illetve ezek műszakilag lehetséges kombinálása – műsorterjesztési rendszerekkel is számolunk, mert számolnunk kell, akkor az egyébként objektíve létező frekvenciaszűke nem tűnik kínálatkorlátozó tényezőnek.

Ami a rádiózást illeti, sokkal bizonytalanabb vagyok a frekvenciaszűke relevanciáját illetően. Rádiózni nagyságrenddel olcsóbb, mint televíziózni, a potenciális rádiós műsorszolgáltatók száma már csak ezért is lényegesen nagyobb. Igaz, a reklámbevételek kisebbek, s ez a korlát, nem hagyható figyelmen kívül. Külön gond az OIRT-URH frekvenciák kérdése, nem lehet tudni, lesz-e irántuk komoly kereslet, illetve egyáltalán meddig bővítik a rádiózás frekvenciakészletét. Mindenesetre a közszolgálati szektor vélelmezett visszavonulása két országos programra, olyan frekvenciakínálatot növelő tényező, ami teljesen új megvilágításba helyezheti az eddigi képet.

1993 júniusában, más szakértőkkel együttműködve, előtanulmányt készítettem egy budapesti regionális, közszolgálati funkciókat is ellátó kereskedelmi rádió megvalósíthatóságáról a Budapesti Kommunikációs Rt. részére. Az egésznapos programot nyújtó regionális rádió folyó költsége évi 250-300 millió Ft, beruházási igénye 90-100 millió Ft, amit kiegészít még egy masszív, bevezető reklámkampány 60 millió Ft költsége. (A kalkuláció 1993-as árakat vett figyelembe.) A számítások szerint a harmadik évben haladták volna meg a reklámbevételek a folyó költségeket. Ezek a számok arról tanúskodnak, hogy amennyiben a nagy regionális, illetve az országos kereskedelmi rádióműsoroknál előírás egy markáns közszolgálati tartalom (az úgynevezett minőségi küszöb), úgy kevés ilyen programot tud eltartani a reklámgazdaság. A frekvenciaszűke de facto kínálat - korlátozó ereje tehát a minőségi küszöb differenciált – az országos, a regionális és a helyi programoknál eltérő – előírásával jelentősen befolyásolható.

A professzionális rádiózás és televíziózás kívül mindig is voltak amatőrök a szektorban, akiket ilyen vagy olyan okok miatt vonzott a tevékenység. A civil mozgalmak is felfedezték a maguk számára ezt a terepet a nyolcvanas években, innen datálódik az úgynevezett szabad vagy alternatív rádiózás. A technológia robbanásszerű fejlődése ekkorra már a televíziózásban is lehetővé tette a civilek számára a megszólalást, akik a kisközösségekben találták meg a maguk közönségét.

Kisebbségi teljesítményű adókat igénybe véve, kis területre sugározva, az adott műszaki lehetőségek között rendelkezésre álló csatornákat kihasználva ezek a kezdeményezések, vélik sokan, úgymond elérnek az éterben, szocializációs szerepük pedig vitathatatlanul hasznos. Igaz, hogy a hagyományos piaci mérőszámokkal mérve a közösségi szektor részaránya mindenütt elenyésző, de ez nem minősíti a dolgot. E szektor létrejöttét különböző kedvezményekkel nálunk is elő kellene segíteni.

1992 nyarán lezajlott egy sajtóvita az úgynevezett kalóZRádiózás kapcsán az akkori frekvenciatervező és -engedélyező főhatóság vezetője, valamint a Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete között.⁹ A vita lényege az volt, hogy vajon van-e vagy nincs elegendő csatorna a közösségi rádiózáshoz, s ha van, amint azt a szabad rádiózás szószólói állították, akkor miért tilos ezeket használni. A kérdésre ma sincs megnyugtató válasz, a közösségi rádiózás műszaki lehetőségeit a legsürgősebben tisztázni kellene. A televíziózásban a kábelrendszerek a hagyományos terjesztési forma iránti keresletet vélelmezhetően radikálisan csökkentik, s a kábelrendszerek e kezdeményezéseknek komolyabb akadályok nélkül helyet adhatnak. Megjegyzendő, hogy frekvenciát találni a közösségi televíziózáshoz nálunk ma gyakorlatilag lehetetlen.

A SZABÁLYOZÓ HATÓSÁG

A broadcasting, a földi sugárzással történő műsorterjesztést használó rádiózás és televíziózás nem maradhat reguláció nélkül, mert

– a terjesztési lehetőségeknek van természetes korlátja, a frekvencia korlátozott száma (elosztási feladat);

– a terjesztési lehetőségek korlátozottságából adódóan nem jöhet létre „természetes” műsorkínálat, ezért a műsorszolgáltatók számára programszerkezeti elemeket kell előírni és ezeket velük be kell tartatni;

– a „nem felelős” egyéneket meg kell védeni egyes programok káros hatásaitól (gyermek- és ifjúságvédelem);

– bizonyos programok általános hozzáférhetőségét – az írott sajtóban honos terjesztési megkövetések mintájára – korlátozni kell;

– a tulajdoni koncentráció következtében fenyegető vélemény monopóliumot meg kell akadályozni (az általános monopolelles szabályozáson túlmutató versenyszabályozás).

Ezeket a feladatokat csak államigazgatási szerepkörrel is bíró szervezet láthatja el, amit akár Rádió és Televízió Hivatalnak (RTH-nak) is hívhatunk. Sárközy Tamás szerint –

szemben az 5575. számú törvényjavaslat túlzott szabályozásával – semmi szükség miniszter által vezetett RTH-ra, mi több, önálló hivatalra sem.¹⁰ Úgy véli, a regulációt egy minisztériumi főosztály is képes megoldani. Magam ennél sokkal óvatosabb állásponton vagyok, s a világban kialakult gyakorlatnak megfelelően szükségesnek tartom valamilyen hatóság létrehozását.

Hivatal tehát kell, kérdés, milyen. Az egyik legnagyobb hagyományokkal bíró reguláló intézmény, az amerikai FCC (Federal Communication Commission) működésének elemzői szinte mindig azzal kezdik, hogy az FCC különleges intézmény, mindhárom hatalmi ág – törvényhozás, kormányzat, igazságszolgáltatás – funkcióiból gyakorol többet vagy kevesebbet. A törvényhozás hozta létre, ennek akaratát kell a gyakorlatba átültetnie, így jogszabályalkotó tevékenységet is folytat. Az USA kommunikációs törvénye szabályozta egyes kérdésekben az FCC bírói szereppel is bír, meghallgatásokat folytat és dönt a vitás felek ügyében.¹¹

Még a látszatát is kerülni szeretném annak, hogy azt sejtsem, normának tekintem az FCC-t. Távolról sem, hisz ami jó szabályozás az ottani körülmények – jogrend, technológiai fejlettség, fogyasztási szokások, politikai intézményrendszer, tradíciók – között, az itt és most teljesen diszfunkcionális lehet. Mégis, az FCC különleges státusa és az általa gyakorolt funkciók példaértékűek lehetnek.

A létrehozandó hatóság különleges státusú intézmény. Gyakorolja mindazon funkciókat, melyeket e fejezet bevezetőjében felsoroltunk. A törvényi szabályozás keretei között maga is regulációs tevékenységet végez a kereskedelmi és közösségi szektorban. Elsőfokon intézi a szereplők egymással szembeni vitás ügyeit. Elnökét a miniszterelnök javaslatára, bizonyos mérlegelési (vétő-) lehetőséggel felruházott parlamenti meghallgatást követően a köztársasági elnök nevezi ki. Az elnök mellett Tanácsadó Testület működik, amelynek azonban, a nyilvánosság kontrolljától eltekintve, nincs korlátozó ereje az elnök döntéseivel szemben. A mai magyar intézményi viszonyokat alapul véve nem előzmény nélküli testület, létrejöhet akár a Hírközlési Főfelügyelet bázisán is. Egy ilyen szervezeti integráció számos – költségvetési, eljárási és egyéb – előnnyel járna.

Megfontolandónak tartom azt az elképzelést, hogy az „első körben”, tudatos önkorlátozással az országos és a nagy regionális programokhoz szükséges frekvenciák szétosztásánál a döntési mechanizmus szélesebb konszenzusra épüljön (ha nem is így fogalmaz, de ezt sugallja Sárközy Tamás is már hivatkozott tanulmányában). A konkrét megvalósítás formája nem perdöntő, lehet bármi, amiben kompromisszumra lehet jutni. Szóba jöhet a Tanácsadó Testület jogkörének egyszeri, kivételes bővítése, a törvényjavaslat tárgyalására létrehozott ad hoc parlamenti bizottság jóváhagyásának elnyerése, de bármi más is, ami a big bang, a kereskedelmi szféra beindításához szükséges.

Hasonlóan az FCC-hez, a hatóságon belül létrehozandó adminisztratív bírói tanács tartaná azokat a meghallgatásokat, amelyek során külső felek sérelmezik az RTH hatósági határozatait, vagy amikor a nagyközönség panasszal él a műsorszolgáltató ellen; illetve a műsorszolgáltatók kérnek döntőbíráskodást az RTH hatáskörébe tartozó, a feleket kölcsönösen érintő kérdésekben. A tanácsok határozatait még házon belül, az RTH igazgatótanácsánál meg lehetne fellebbezni, s csak ezután jönne az RTH határozatok bíróság előtt való megtámadása. Meg kellene vizsgálni, hogy a Versenyhivatal versenytanácsainak működése milyen tapasztalatokkal szolgál a folyamat és a szervezet alakításához.

Soha többé egy 1991–1992-ben lezajlott médiatörvény-vitát, gondolom, ez az a liberális, népnemzeti és baloldali minimum, amiben a parlamenti pártok egyetértenek. Mindegy, hogy darabolva vagy egységes rádió- és televízió-törvényként, de a rádiózást és televíziózást jogállamhoz méltó szabályozással kell ellátni.

Semmi okom feltételezni, hogy ne tudnánk, a múlt kudarcain is okulva, megalkotni a szükséges törvényt vagy a törvényeket. Minden okom megvan feltételezni, hogy nincs újabb négyévnyi elvesztegethető idő, hogy a külvilág számára megmagyarázhatatlan, miért nem lehet túljutni a média exlex állapoton.

Kompromisszumok nélkül nem fog menni. Azért vannak a politikusok, hogy a komplex kérdésekben ne féljenek ezeket megkötni. Már viszonylag egyszerű döntési problémák is csak a felek kooperációjával optimalizálhatók – lásd a két kicsi kecske meséjét vagy az operations research fogoly dilemmáját – a ki kit győz le technikákat hagyjuk meg a forradalmaknak. Ez esetben lesz majd rádió- és televízió-törvény, lesz közszolgálati, kereskedelmi és közösségi szféra, lesz játéktere a rádiózás és televíziózás intézményi és egyéni szereplőinek. A struktúra persze soha nem lesz tökéletes, hisz ilyen per definitionem nem létezik. Ne feledjük, ma a nem cselekvésnek nagyobb a kockázata, mint a változtatásnak. A többit majd meglátjuk.

JEGYZETEK

¹ A Magyar Köztársaság kormányának programja 1994–1998. *Magyar Hírlap*, 1994. július 18.

² „Vállalnám a miniszterelnöki felelősséget.” Interjú Horn Gyulával, készítette Seres László. *Magyar Narancs*, 1994. 14. sz.

³ Faragó József–Sós B. Péter: A nagyok háborúját megnyerték a kicsik. *Népszabadság*, 1994. április 30.

⁴ Horvát János: A köz szolgálata – tévés gondolatok. *Népszabadság*, 1993. november 6.

⁵ Gálik Mihály: Szeressük-e Norman Macrac-t? *Mozgó Világ*, 1992. 6. sz.

⁶ Gallup Hungary Adatbázis, 1993.

⁷ Domány András: Egy amerikai sikersztóri: a C-SPAN. *Jel-Kép*, 1990. 3. sz.

⁸ „Nem hatalmi eszköz, üzlet.” Interjú Feuer Andrással, készítette Kóczián Péter. *Magyar Narancs*, 1994. 4. sz.; Magyar Reklámtoplista 1993. *Signum Média Hírlevél*, 1994. 1. sz.

⁹ Hazay István: Amit a kalózkodásokról tudni kell(ene). *Magyar Hírlap*, 1992. június 30.; Szabad Rádiók Magyarországi Szervezete: Amit a Frekvenciagazdálkodási Intézetnek tud(at)nia kell(ene). *Magyar Hírlap*, 1992. július 24.

¹⁰ Sárközy Tamás: *Javaslat a piacgazdaságot szolgáló modern kormányzás felépítésére*. KJK, MTA Jogtudományi Intézet, 1994.

¹¹ Head, S. W.–Sterling, C. H.: *Broadcasting in America*. Houghton Mifflin Company, 1990.

Róka Jolán

A VIZUÁLIS MANIPULÁCIÓ SZEREPE AZ IMÁZSTEREMTÉSBEN

1 A „vizuális manipuláció” terminus – Paul Messaris (USA) műszava – a vizuális befolyásolás folyamatát jelenti, amely a befogadóknak az imázsokra (például: vizuális reklám, újságfotók, tévéműsorok) adott válaszreakcióira irányul.

Hagyományosan két ellentétes nézet él az imázsokról a tudományos köztudatban: egyrészt mint a világlátás sajátos módja, másrészt mint a szín és fény kétdimenziós elrendezése. Az első esetben a hangsúly az imázsban ábrázolt eseményeken és szituációkon van, a második esetben pedig az imázs felszíni struktúráján. Míg az utóbbira példát a művészi alkotásként létrejött imázsok köréből említhetünk, gondoljunk az absztrakt képversekre, addig az előző gyakorlatilag a médiát jelenti, vagyis a tömegközönségre irányuló imázsteremtést, amikor is a hangsúly az imázs ábrázolta eseményeken van. Ilyen többek között a művészfilmek fotografikai eredetű képvilága, valamint a kereskedelmi tévéadások vagy a tömegpiacot célba vevő reklámok. Ez utóbbi típusal kapcsolatban rögtön felmerül a kérdés, illetőleg kérdések sorozata: Az ilyen tömegmediatív imázsok kompozíciója hogyan hat a közönségre? Az imázsban ábrázolt emberek, helyszínek és cselekedetek milyen megvilágítást kapnak a befogadók nézőpontjához képest? S végül egy imázs közvetítette fizikai és társadalmi kapcsolat milyen mértékben befolyásolja a nézőnek az imázzsal való szembesüléséből fakadó gondolatait, érzéseit?

1.1. A néző relatív helyzetének manipulatív felhasználása (például a nézőnek a tárgy „alá” helyezése a megfelelő kameraszög felhasználásával, a tárgy hangsúlyozása végett) olyannyira konvencionális eszközzé vált, hogy a kereskedelmi tévéreklámkészítők igyekeznek kerülni ezt az eljárást, illetőleg humorforrásként használják fel. Más azonban a helyzet a politikai vagy a gyermekeknek szóló reklámoknál, ahol a tekintélyelv manipulatív eszközként használatos. Hogy milyen fontos szerepe van a kameraszögnek a politikai imázsteremtésben, említsünk erre egy egyszerű példát: Az 1992-es amerikai elnökválasztáson Bill Clinton stratégiája az volt, hogy a választókra érzelmeiken keresztül hasson. Személyében visszatért az amerikai álom, s képes volt magáról olyan imázst teremteni, hogy a köznapi emberekhez tartozik, s velük is tart kapcsolatot. A kampány folyamán nyelvhasználata egyszerűsödött, s tényszerűbb lett. Megtanult „médiául” viselkedni. A második tévévita alkalmával közel lépett a kamerához, mintha belépett volna az emberek szobájába, míg Bush elnök – a tekintélyelv megtestesztője – hátul maradt. A Clinton-kampány üzenete (munkát ígért az embereknek) és vizuális stratégiája összehatásában pozitív imázst teremtett.

Az említett eszköz használata mögött rejlő logika jó példája a néző pozicionálásán keresztül ható vizuális manipulációnak. Bár találkozhatunk olyan nézetekkel, hogy a vizuális konvenciók éppoly önkényesek, mint a nyelvi konvenciók, de azt a tényt senki sem vitatja, hogy az előbbieket a valós életből vett tapasztalatok analógiáján alapulnak. Így például az alsó kameraállás jelentése és hatása mint hatalomközvetítő eszköz analóg azzal a társadalmi konvencióval, amit metaforikusan úgy fejezünk ki, hogy „felnézünk valakire” a tekintélyelv alapján. Összefoglalóan tehát azt mondhatjuk, hogy a valós élet fizikai és társadalmi interakcióival és jelentéseivel való analógia az az alapelv, amelyből a néző pozicionálásának valamennyi aspektusa hatékonyságát nyeri.

Mandell és Shaw kutatásai bebizonyították, hogy a kameraszög befolyásolhatja a képen látható személy tekintélyének és hatalmának észlelését. (Mandell–Shaw, 1973). Mégis felmerül a kérdés, hogy ez az eszköz hogyan teheti meggyőzővé egy személy közvetítette üzenetet? A válasz a következő lehet: bármely kompozíciós eszköz hatása megváltozhat az adott téma, valamint a megcélzott közönség típusától függően. Ennek az alapelvnek klasszikus példái – többek között – Alfred Hitchcock filmjeiben mutathatók ki.

1.2. A néző pozicionálásának másik fontos, talán legfontosabb vizuális manipulációs eleme a proximitás, pontosabban az imázs tárgyának a nézőhöz való közelsége. Ennek természetes kísérője az úgynevezett „horizontális szög”, vagyis a tárgyorientáció közvetlenségének a foka a nézőhöz képest. A proximitás, hasonlóan a kameraszöghöz, mint a közönség válaszreakcióit manipuláló eszköz, hatékonyságát a valós élet interperszonális interakciójának analógiájából nyeri. A nyelvhasználathoz hasonlóan, amely a fizikai közelségre számos metaforikus kifejezést hozott létre, a közelkép filmes és tévés konvenciója közkeletű vizuális eszközzé vált a nézői empátia és beleérzés növelésére. Meyrowitz a néző pozicionálásának ezt az aspektusát „paraproximikának” nevezte el. Meyrowitz szerint, ha egy jelenet vagy a film, illetőleg tévéprogram teljes időtartamán keresztül egy szereplőt (vagy csoportot) viszonylagos közelképekkel emelnek ki, ez a kameraállás arra ösztönözheti a nézőt, hogy a szereplő (csoport) állásfoglalását fogadja el (Meyrowitz, 1986).

1.3. A néző pozicionálásának a hatása az identifikációra régóta tartó vita tárgya, ugyanis ez magában hordozza annak a lehetőségét, hogy a néző a negatív típusokkal azonosuljon. Itt elsősorban azokra a krimikre gondoljunk, amelyekben a bűnöző a filmkockák hosszú során át üldözi az áldozatát, s mindezt kizárólag a bűnöző nézőpontjából, szubjektív kameraállásból szemlélheti a néző. A befogadónak a szubjektív kameraállásra való válaszreakcióit vizsgálva kimutatták, hogy ha egy teljes jelenetet szubjektív módon vettek fel, akkor a néző hajlamos inkább a képernyőn megjelenő szereplővel azonosulni, s nem azzal, akinek „a szemén keresztül” a jelenetet rögzítették. A kutatások arra is rámutattak, hogy két módszer együttes alkalmazása a legcélravezetőbb: a szubjektív kameraállás ötvözése az „objektív” felvételekkel. Erre példaként említhetjük Richard Nixonnak a Fehér Házban töltött utolsó napjairól készült „dokumentumdrámát”. Az eseményort javarészt Nixon elnök és családja perspektívájából rögzítették filmszalagra, ez különösen az utolsó jelenetben nyilvánvaló, ahol Nixon elnök az öt elszállító helikopter felé lépked. A helikopter felé tartó lassú sétát egyrészt Nixon szemén vagyis szubjektív felvételen keresztül látjuk, másrészt magának Nixonnak és családjának, valamint az új elnök objektív felvételén keresztül. Amikor azonban eléri a helikoptert, a nézőpont Mrs. Nixonra tevődik át, s szomorú arcának közelképét láthatjuk, amint ránéz férjére, s ezután szubjektív felvételen, vagyis „saját szemén” keresztül szembesülhetünk a film végső imázsával: Richard Nixon a helikopter nyitott ajtajában az emlékezetes kétkezes győzelmi üdvözlésével búcsúzik az öt kikísérő emberektől. Ez a

perspektívaváltás a Nixonék iránti empátiát erősítette a nézőkben, s lehetőséget teremtett a fájdalommal való azonosulásra.

1.4. A néző válaszreakcióinak – mint láthattuk – két fajtáját különböztethetjük meg: az identifikációt és az imázsos interakciót. A formális eszközök használatában bizonyos átfedés mutatható ki a két típus között. A nagyobb fokú proximitás növelheti az identifikáció valószínűségét, de ugyanúgy elősegítheti az imázsos interakciót is. A portréfelvételek, amelyekben a képernyőn látható személy egyenesen ránk néz, magukban hordozzák annak a lehetőségét, hogy a befogadó azzal a szereplővel azonosuljon, akinek a „szemén keresztül” látja a jelenetet, de ugyanakkor azt a lehetőséget is, hogy a képernyőn látható személlyel interakciós szituációba képzelje magát. Természetesen ilyenkor a jelenet aktuális tartalma és a néző személyiségvonásai meghatározó szerepet játszanak.

A film és a tévé legtöbb szórakoztató műfaját az úgynevezett „láthatatlan stílus” jellemzi, amelynek egyik alapvető vonása éppen az, hogy a néző explicit jelenlétét figyelmen kívül hagyja. Az ilyen stílusú filmekből és tévéprogramokból hiányoznak azok a formális konvenciók, amelyek a nézőt a képernyőn látható szereplőkkel imázsos interakcióba vonják. Ugyanakkor, a néző implicit jelenlétének elismerése számos tévéprogram, mint például a tévéreklámok integráns stilisztikai komponense. A vizualitás terminusaiban ez azt jelenti, hogy a jelenlet elismerése általában a „közvetlen megszólítás” formáját ölti, s feltételezi, hogy egy vagy több szereplő közvetlenül kitekint a képből a néző spektrumába. A közvetlen megszólítás igen hasonlít a szórakoztató műfajok szubjektív kameraállására, de ez a két fogás mégsem azonos. Így például kimutatták, hogy a közvetlen megszólítás módszerétől nem idegen a különböző nézőpontok egymásutánisága (gondoljunk arra, amikor élő adásban a szereplő tekintetét egyik kameráról a másikra hordozza), de a szubjektív felvétel esetében ez a „láthatatlan stílus” elveinek megsértését jelentené.

Következésképpen megállapíthatjuk, hogy ahol a közvetlen megszólítás opció, hatása azoktól a körülményektől függ, amelyekben használják. A reklámra adott nézői válaszreakciókat vizsgálva Galan felfigyelt a közvetlen megszólítás és az ehelyett alkalmazott semleges szituáció közti hatáskülönbségre, mely utóbbiban a kereskedelmi tranzakciót két, a képernyőn látható személy bonyolította le. A reklám közvetlen megszólításos típusa volt a hatékonyabb. A befogadás stratégiájából megállapíthatjuk, hogy az a helyzet, amelyben az üzenetátadás közvetlen résztvevői lehetünk, sokkal meggyőzőbb, mintha halljuk az üzenet átadását valaki másnak (Galan, 1986). Persze vannak olyan helyzetek is, amelyekben a közvetlen megszólítás a visszájára sül el. Lássunk erre egy példát: amikor az amerikai elnökválasztási vitát a tévé először sugározta, a jelöltek azt a tanácsot kapták, hogy forduljanak egyenesen a tévénézőkhöz, vagyis nézzenek bele a tévékamerába, ahelyett, hogy az újságírókra tekintenek, akikkel gyakorlatilag párbeszédet folytattak. A tapasztalat azonban azt mutatta, hogy a nézőközönség ezt a beállítást túl önteltnek, körmönfontnak tartotta, s meggyőzőbbnek találta, ha a jelölt közvetlenül a kérdést feltevő újságírónak válaszol.

A fenti megállapítás fontos kérdéseket vet fel: mennyire van a közönség tudatában azoknak a vizuális eszközöknek, amelyeket a médiászakemberek a befolyásolásukra használnak? A tudatosság hogyan hat válaszreakcióik alakulására?

A válasz röviden a következő lehet:

1. A tömegmediatív imázsoz kompozíciójában a vizuális manipuláció fő eszköze a nézőnek az imázs tartalmával szemben való pozicionálása.

2. A vizuális manipuláció hatékonyságának egyik forrása a „valós élet” interperszonális interakciójával (illetőleg annak egyes elemeivel) való formális analógia.

3. A formális eszközök adekvátsága és hatékonysága az imázs tartalmától és a feltételezett közönség jellegétől függ.

4. S végül, de ez a megállapítás már átvezet az imázsok mellérendelésének a témájához: az imázs interpretációját jelentős mértékben a kontextus határozza meg.

2. A tartalom szerepét az interpretációban „Kuleshov-effektusnak” nevezzük. Ez azt jelenti, ha az imázs forrása egy személy arca, akkor az interpretáció az arckifejezésre vonatkozik. A Kuleshov-effektus legtisztább bizonyítékát maga Kuleshov (orosz filmrendező és teoretikus) szolgáltatta híres kísérletében, amelyben a színész arcának „kifejezéstelen” közelképe más imázsokkal együtt (levesestál, hulla a koporsóban) azt eredményezte, hogy a befogadó a kívánt arckifejezést lássa meg a színész arcában (éhség, szomorúság). Ugyanakkor a kontextusnak az arckifejezésre tett hatását tanulmányozó kísérlet (amely természetes, vagyis nem laboratóriumi körülmények között zajlott le) kimutatta, hogy a politikai párbeszédekben az ellenfelek „reakcióképei” a résztvevőket határozottan konfrontálónak mutatta be (Messaris–Eckman–Gumpert, 1979). Így például az 1968-as elnökválasztási kampány során a Richard Nixon által használt reklám Hubert Humphrey mosolygó képét a vietnami hadviselés és az éljenző amerikaiak imázsai mellett mutatja. Ez a mellérendelés a nézőkben azt a felismerést erősítette meg, hogy Humphrey érzéketlen maradt a haború és következményei iránt. A reklám Humphrey a tárggyal kapcsolatos érzelmeinek félreértelmezésén alapul, de az imázsok elrendezése mégis meggyőzővé teszi.

Bár az imázsok mellérendelésén keresztül érvényesülő kontextuális hatások a vizuális manipuláció legfontosabb formái, de az összehatás kialakításában más általánosabb eszközök szerepe sem elhanyagolható. Lássunk újra egy példát Ronald Reagan 1984-es újraválasztási kampányából. A film elején kettős imázsunk lehetünk szemtanúi: egyrészt Ronald Reagan leteszi elnöki esküjét a beiktatási ceremónián, másrészt amerikai dolgozó emberek – farmerek, cowboyok, gyári munkások, értelmiségiek – elkezdik munkanapjukat. A filmrészlet e kétfajta imázs közötti váltáson alapul, miközben a jeleneteket az elnöki eskü hangjával festi alá. E vizuálisan ható képsornak az üzenete feltehetően az, hogy Ronald Reagan megválasztása az egész nemzetnek gazdasági újjászületést ígér. E vizuális üzenetet megerősíti a verbális üzenet is a film végén: Reagan elnök „új kezdet” kifejezéssel minősíti 1981-es beiktatását.

Megállapíthatjuk, hogy a vizuális manipuláció három tisztán elkülöníthető stratégiája: 1. általánosítás a részletek fokozása vagy erősítése révén; 2. a közelség használata a kauzalitás kifejezésére; 3. a mellérendelés alkalmazása a mentális asszociációk kiváltására.

2.1. Az első stratégia az imázsoknak a szavakkal szembeni látszólagos „hiányosságát” próbálja pótolni. A beszéd a kommunikáció inherensen „általánosító” módja. E felfogás szerint minden szó (a tulajdonnevek kivételével) a tapasztalatok általános, semmint specifikus kategóriáira utal, következésképpen a tárgyakon, cselekedeteken, minőségeken stb. alapuló általánosítás, összefoglalás expliciten kifejezhető (például „emberi természet”, „állatvilág”, „naplemente”). Az imázsok viszont konkrét tárgyakhoz és szituációkhoz kapcsolódnak. Példánkban, a Reagan kampányfilmben az általános gazdasági megújulás gondolata szavakban is expliciten kifejezhető lett volna: „amerikai emberek”, „nemzeti össztermék” stb. A képi megoldásnál a filmkészítők az amerikai dolgozók konkrét, egyedi imázsaira voltak utalva. Az általánosítás ezért inkább implikált, semmint explicit.

Ez a stratégia a reklám vizuális szintaxisának közkeletű eleme. (E megállapítás igaz a reklám valamennyi tematikus és formai típusára, tehát a politikai vagy kereskedelmi, tévé- vagy sajtóreklámra, stb.) Mint említettük, ez a kategória a vizuális imázs „hiányosságainak” a pótlására jött létre, de a befogadóra tett hatása semmivel sem gyengébb, mint bármilyen

más szinoním eszköze. Ugyanis valamilyen téma képi kifejtése, illusztrációja sokkal impregnáltabb lehet, mint absztrakt megfogalmazása valamilyen verbális retorikai fogás formájában. A reklámkészítők ezt az erősítő hatású eszközt használva olyan hamis általánosításokat közvetíthetnek a befogadónak, amelyet önállóan képtelenek lettek volna expliciten megtenni. Például a Reagan-kampányfilm széles körű gazdasági jólét implicit portréját festi, ami egyáltalán nem lenne meggyőző, ha expliciten: szavak és számok formájában hangzott volna el. Tehát ennek az eszköznek a hatása dezorientáló képességében rejlik, ami azt jelenti, hogy a nagyközönség – a célnak megfelelően kiválasztott – autentikus képviselőinek imázsa segítségével a befogadót a közvéleményre vonatkozó hamis következtetések levonására ösztönözheti.

2.2. A vizuális reklám régóta használt fogása tehát a vizualitás közvetítette eszközök explicititásának hiányán alapul, valamint azon, hogy olyan képi imázsokat teremtenek, amelyek verbálisan kifejezve hamisnak, esetleg nevetségesnek tűnnek. Ez a megállapítás különösen igaz a szintaktikai eszközök másik fő típusára: a közelség használatára a kauzalitás kifejezésére. Ennek az eszköznek a létrejötte a kauzalitás kifejezésére használható explicit szimbólumok hiányából eredeztethető. Példánkban, a Reagan-filmben ez az eszköz az 1981-es beiktatás és a munkába igyekvő emberek jelenetei közti váltást jelenti. A befogadó semmilyen explicit utalást nem kap arra nézve, hogy hogyan értelmezze e mellérendelést, de valószínűleg a filmkészítők szándékosan alakítottak ki kauzális kapcsolatot Reagan elnöksége és a gazdasági fellendülés között. A kauzalitást tehát az alkalmazott imázsok tematikus közelsége sugallja.

A közelség használata a kauzalitás kifejezésére a vizuális, s azon belül a nyomtatott reklám alapvető stratégiája. Különösen gyakoriak a kölni- és parfümreklámokban, amelyek általában két imázs mellérendelésén alapulnak: egyrészt a kéz és a termék, másrészt a romantikus siker vagy hódítás jelenetén. Hasonló stratégiát használ számos itálreklám is. Ezek meggyőző példái annak, hogy a vizualitás használata az üzenet átadására sokkal hatásosabb egyes esetekben a verbális megfogalmazásnál.

2.3. Bár a tömegreklámozás konvencióit nyilván úgy alakítják ki, hogy a közönség eltérő intellektuális rétegeire egyaránt hassanak, de azt már nem várhatjuk el, hogy minden egyes befogadó egyformán érte a különböző fajta imázsok egymás mellé rendelése közti kauzális kapcsolatot. Ugyanakkor kísérletek bizonyítják, hogy az a fajta reklám, amelyben a termék képe és az áhított szituáció imázsa egymás mellé rendelve jelenik meg, többnyire ismétlés révén általánosan hat. Még ha a néző tudatosan nem is kapcsolja össze a két imázst, feltételezhető, hogy idővel a kapcsolat nyilvánvalóvá válik a befogadó tudatában a logika standard szabályrendszere alapján. Ezt a típusú reklámot néha „pavlovi” reklámnak hívják. Az imázsok egymás mellé rendelésének stratégiáját, amely a tudatalatti asszociációk létrehozására irányul, „asszociációs mellérendelésnek” nevezzük. Az asszociációs mellérendelés fontos szerepet játszhat a politikai imázsteremtésben. Így például 1983-ban R. Reagan tanácsadói javaslatára beszédsorozatot tartott az ország 25 különböző városában, hogy a kormány közoktatási költségvetését széles körben ismertesse és elfogadtassa. Minden állomás egy helyi iskolába tett látogatást is jelentett. Feltételezték, hogy az elnök tévéimázsa, amint tanulók veszik körbe, a közoktatás iránti odaadását fogja bizonyítani, annak ellenére, hogy a kormány oktatáspolitikája változatlan maradt. Míg a kampány előtt a közvélemény negatív előjelű volt e témát illetően, addig a kampány végére egyértelműen pozitívvá vált.

Az asszociációs mellérendelés technikája – első sikeres alkalmazását követően – az elnökválasztási kampányok nélkülözhetetlen manipulatív eszközévé vált.

3. A vizuális manipuláció technikái köréből kettőt: az imázsok kompozícióját és az imázsok mellérendelését ismertettük Paul Messaris kongresszusi és egyetemi előadásait alapul véve. A kompozíció tekintetében nyilvánvaló, hogy a legtöbb tömegmediatív imázsban a vizuális manipuláció fő eszköze a néző pozicionálása az imázs tartalmával szemben, valamint azok a különböző eszközök, amelyek a néző pozicionálását használják fel mint manipulatív eszközt (például vertikális szög, paraproximika, szubjektív kameraállás, közvetlen megszólítás stb.), s meggyőző erejüket a „valós élet” vizuális tapasztalatainak analógiájából nyerik. Az imázsok mellérendelését illetően a vizuális manipuláció elsődleges technikai forrása az a tény, hogy a vizuális szintaxis nélkülözi az explicit magyarázó konvenciókat, következésképpen a reklámozó a képi imázsokat meggyőzőbben adhatja át, mintha verbálisan közölte volna. Ezt az általános elvet három sajátos eszköz viszonylatában mutattuk be: 1. a fokozás használata az általánosítás kifejezésére; 2. a közelség használata a kauzalitás átadására; 3. valamint az asszociációs mellérendelés.

Kutatások eredményei bizonyítják, hogy bizonyos „imázsműfajokban” a befogadók tudatában lehetnek az imázsalkotó szándékának. Ennek lehetősége meglehetősen alacsony a „láthatatlan stílust” képviselő művészfilmekben és egyes tévéprogramokban, viszont ez utóbbiakban – a reklámhoz képest – gyakoribbak az expliciten manipulatív formák. Bár a manipulatív szándék és a manipuláció eszközeinek a felismerése, megértése nincs mindig összhangban. Így például Messaris és Nielsen 1989-ben végzett kísérlete azt bizonyítja, hogy a tévéreklámban az imázsok mellérendelésének a használata és ennek manipulatív hatása nem tudatosul a felsőfokú végzettséget nélkülöző befogadók többségében. Ugyanakkor felmerül a kérdés: ha a néző tisztában van a manipulatív technikával, ez nem a vizuális eszköz által közvetített üzenet elvetését vonja-e maga után. Ennek tisztázására a kutatók megvizsgálták politikusok kampányportréiban az asszociációs mellérendelésre adott nézői válaszokat. Kiderült, hogy a nézők többsége tisztában volt a standard asszociációs imázsokkal – mint a zászló, a család, a címer stb. –, de arra is fény derült, hogy ez a tudatosság a különböző társadalmi és gazdasági háttérű rétegekre nézve egyaránt igaz. A tudatosság nem mindig járt együtt a negatív válaszreakciókkal, hanem ellenkezőleg, ha a nézők elfogadták a politikus által sugallt imázst („patrióta”, „családszerető”, „környezetvédő” stb.), akkor ez kedvezően hatott a politikus törekvéseire. Ezek az eredmények az imázstechnika behatóbb ismeretére ösztönöznek, azzal a kitételrel, hogy bár a „vizuális műveltség” (a vizuális média technikai konvencióinak ismerete) elősegítheti, hogy a befogadók kritikusabbak, felkészültebbek legyenek az imázsokkal, a vizuális manipulációval szemben, de ez a műveltség semmiképpen nem helyettesítheti vagy pótolhatja a valóság tényeiről való jólinformáltságot.

IRODALOM

Mandell, Lee M.–Shaw, Donald L.: Judging People in the News Unconsciously: Effect of Camera Angle and Bodily Activity. *Journal of Broadcasting*, 17. 1973.

Messaris, Paul–Eckman, Bruce–Gumpert, Gary: Editing Structure in the Televised Versions of the 1976 Presidential Debates. *Journal of Broadcasting*, 23. 1979.

Meyrovitz, Joshua: Television and Interpersonal Behavior: Codes of Perception and Response. Gumpert, G.–Cathcart, R. (eds.): *Inter/Media*. Oxford University Press, New York, 1986.

Galan, Leslie S.: *The Use of Subjective Point of View in Persuasive Communication*. M. A. Thesis, PENN, 1986.

Terestyéni Tamás

SZAKADÉK A TELEVÍZIÓS TÁJÉKOZ- TATÁS ÉS A KÖZÖNSÉG KÖZÖTT A VÁLASZTÁST MEGELŐZŐ IDŐSZAKBAN

A médiával kapcsolatban mind a kommunikátori gyakorlatot folytató szakemberek, újságírók, szerkesztők, mind a kommunikációkutatók számára alighanem az az egyik legizgalmasabb kérdés, hogy milyen kölcsönhatás áll fenn egyfelől a tömegkommunikációs eszközök által közvetített tartalmak, másfelől a közgondolkodás, a közönség véleménye, értékrendje, világgépe között. A kérdés vizsgálatában napjaink egyik kurrens kutatási irányának, az úgynevezett napirend-kijelölő (agenda setting) megközelítési módnak az alapgondolata szerint a tömegkommunikációs eszközök, pontosabban a tömegkommunikáció non-fiction tartalmai, vagyis a hírek és mindazon közlemények, illetve műsorok, amelyek a valóságos világra vonatkoznak, nem utolsó sorban oly módon hatnak a közönségre, hogy az aktuális társadalmi, politikai, kulturális stb. kérdéseknek és problémáknak egy bizonyos rangsorát, azaz a közügyeknek valamiféle napirendjét tárják a befogadók elé, és ezen keresztül hozzájárulnak a közönség napirendjének alakulásához, mégpedig oly módon, hogy azok a kérdések, problémák, témák, eszmék állítások, amelyek hosszú időn keresztül a tömegkommunikációs napirend első helyein szerepelnek, vagyis amelyekről hosszú időn keresztül igen gyakran esik szó a tömegkommunikációs közleményekben, a közönség szemében is fontos közügyeknek tűnnek fel, és előbb-utóbb a közönség napirendjében is megjelennek. A média ellenőrzéséért folytatott harcoknak nem utolsó sorban az a feltevés a mozgatórugója, hogy különféle problémák, mozgalmak, konfliktusok, eszmék éppen azáltal tudnak közüggé válni, hogy felkerülnek a tömegkommunikáció napirendjére. A napirend-kijelölő hatás lényege tehát az, hogy a tömegkommunikáció non-fiction közleményei képesek a közönség, de esetenként az intézmények számára is definiálni a fontos közügyeket, és e közügyek kezelésének bizonyos módozatait.

A tömegkommunikációs napirend-kijelölés hatásai hosszú távú hatások, amelyek csak hosszabb időn keresztül rendszeresen ismételt vizsgálatokkal érhetők tetten. Ezért a napirend-kijelölő keretben született empirikus kutatások oly módon zajlanak, hogy időről időre egyfelől tartalomelemzéssel regisztrálják bizonyos társadalmi problémáknak, kérdéseknek, témaköröknek, eszméknak, állításoknak a tömegkommunikációs eszközök napirendjén való előfordulását, másfelől közvélemény-kutatással megállapítják ugyanezen problémák, kérdések, témakörök, eszmék, állítások jelenlétét és súlyát a közönség egészének, illetve különféle rétegeinek gondolkodásában. Médiahatás akkor feltételelezhető, ha egyik vagy másik problémának, kérdésnek, témakörnek, eszmének, állításnak a tömegkommunikációs

napirenden való felfutását vagy lecsúszását egy idő után követi egy ugyanilyen változás a közönség napirendjében.

Vannak azonban olyan napirend-jellegzetességek is, amelyek már kisebb volumenű, rövidebb időszakot felölelő kutatásokkal is megragadhatók. Ilyen jellegzetességek feltárását célozta az a vizsgálat is, amelyről ez a tanulmány készül beszámolni. Párhuzamosan végzett tartalomelemzéssel és közvélemény-kutatással 18 aktuális politikai, gazdasági, társadalmi témakör vonatkozásában a következő kérdésekre kerestük a választ:

– Milyen helyet foglaltak el ezek a témakörök a televízió fő hírműsorainak, az esti tévéhíradóknak a napirendjében a választásokat megelőző mintegy féléves időszakban?

– E féléves időszak folyamán bekövetkezett-e valamilyen érdemi változás e 18 témakörnek a tévéhíradók által felállított rangsorában?

– Miképpen érzekelte a közönség e 18 témakör elhelyezkedését a tévéhíradók napirendjében?

– Ugyanezen időszakban e 18 témakör közül melyek foglalkoztatták a leginkább, és melyek a legkevésbé a közönséget, vagyis miképpen alakult a közönség napirendje a választásokat megelőző hat hónapban?

– A napirendek alapján milyen viszony rajzolódik ki egyfelől a tévéhíradók tartalma, másfelől a közönség egészének, illetve különféle rétegeinek a fontos politikai, gazdasági, társadalmi ügyekről való gondolkodásmódja között?

A vizsgálatnak a tévéhíradók napirendjét kutató része a Nyilvánosság Klub Monitor Csoportjának tartalomelemzésére támaszkodott, amely a közszolgálati média aktuális politikai műsorait vette célba. A közönség napirendjének vizsgálatát az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoportja végezte OTKA támogatással (OTKA témaszám: T 006923). Az adatfelvételeket a Kutatócsoport megbízásából a Szonda–Ipsos bonyolította le 1993 decemberében és 1994 áprilisában a 14 éven felüli lakosság országos, 1000 fős, a nem, az életkor, az iskolázottság és a település típusa szerint reprezentatív mintáin.

A TÉVÉHÍRADÓ NAPIRENDJE

A hírműsorok tematikája értelemszerűen az aktuális események függvényében alakul, a témastruktúrát tehát jelentős részt meghatározza, hogy éppen mi történt a nagyvilágban. Emellett vannak intézmények és személyiségek, amelyeknek, illetve akiknek az aktivitása mindig nagy hírértékkel bír. Ezek közé a fő "hírcsinálók" (newsmakers) közé tartoznak például a politikai aktorok (kormány, országgyűlés, politikai pártok, vezető politikusok), akik folyamatosan képesek magukra vonni a hírszerkesztőségek és rajtuk keresztül a köz figyelmét. Mindazonáltal a szerkesztőségeknek széles terük van arra, hogy a témastruktúrát befolyásolják, hiszen például bizonyos határok között választás kérdése, hogy a hírcsinálók szavaiból mit emelnek ki, vagy hogy a tudomásukra jutó történések sokaságából miképpen szelektálnak.

Előjáróban megjegyezzük, hogy a vizsgált időszakban a tévéhíradók műsoregységeinek (híreknek, tudósításoknak, riportoknak, interjúknak, kommentároknak) az egynegyede közvetlen magyar vonatkozások nélküli külpolitikai-nemzetközi eseményekkel foglalkozott. A vizsgálat céljaira kiválasztott 18 témakör közül kettőnek (a határokon kívüli magya-

rok helyzetének és a bősi Duna-erőműnek) voltak ugyan külföldi vonatkozásai is, egészében véve azonban egyértelműen dominált a belpolitikai jelleg. A témaköröket egyébként úgy igyekeztünk összeállítani, hogy közöttük képviselve legyenek mindazok a fontosabb feszültségforrások, amelyek körül az elmúlt években jelentősebb politikai viták alakultak ki (1. táblázat).

1. táblázat

Aktuális témakörök előfordulása az esti tévéhíradókban 1993. november és 1994. január között (százalékban)

| | |
|---|------|
| Pártok versengése, választások, kampány | 7,0 |
| Határokon kívüli magyarok élete | 4,6 |
| A közszolgálati médiumok eseményei | 4,4 |
| Parlamenti események | 4,1 |
| Privatizáció | 3,2 |
| Közbiztonság, bűnözés | 2,9 |
| Igazságtétel | 2,2 |
| Az önkormányzatok tevékenysége | 2,2 |
| A környezet (víz, levegő stb.) állapota | 1,9 |
| Az 1996-os budapesti világkiállítás | 1,7 |
| A szakszervezetek tevékenysége | 1,6 |
| Egyházak, vallások | 1,5 |
| Munkanélküliség | 1,4 |
| Kárpótlás | 1,4 |
| A bősi Duna-erőmű | 1,3 |
| Áremelkedések, infláció | 0,3 |
| Az ország külső adósságállománya | 0,1 |
| A népesedés problémái, abortusz | 0,1 |
| Összes elemzett műsoregység | 2363 |

(Novemberben, decemberben és januárban mindkét esti tévéhíradó összes számára terjedt ki a tartalomelemzés.)

A rangsort a pártpolitika vezette, de az országgyűlés eseményei is a lista elején álltak, vagyis jól érvényesült az az általános tendencia, hogy a mértékadónak szánt forrásokban a politikai intézmények, illetve a politikusok a fő hírcsinálók. Ami ennek a témastruktúrának a specifikumát adta, az az volt, hogy a napirend kiemelt helyein jelent meg a határokon kívüli magyarság helyzete, a közszolgálati médiumok körüli háborúság (ebben az időszakban elsősorban az Esti Egyenleg ügye) és a privatizáció, de a középmezőnyben jelentősnek mondható figyelem irányult az igazságtételre (III/III-asok, pufajkások stb.) és az 1996-ra tervezett budapesti világkiállításra is, és a középmezőnyben – igaz ugyan, hogy annak csak a második felében – a kárpótlást is ott találtuk. Miközben a határokon kívüli magyarság, a médiaháború, az igazságtétel, az Expo, és valamelyest még a kárpótlás is fontos közügyeknek tűntek fel, a gazdaság témakörei közül egyedül a privatizáció vont magára jelentős figyelmet, és az ország olyan súlyos gondjai, mint a külföld felé való eladósodottság és a folyamatos pénzromlás, kifejezetten háttérbe szorultak, de még a munkanélküliség problémája is csak a középmezőny vége felé helyezkedett el.

2. táblázat

Aktuális témakörök előfordulása az első csatorna esti tévéhíradójában 1994. február és április között (százalékban)

| | |
|---|------|
| Pártok versengése, választások, kampány | 17,9 |
| Parlamenti események | 5,1 |
| Privatizáció | 4,5 |
| A határokon kívüli magyarok élete | 4,2 |
| A közszolgálati médiumok eseményei | 3,6 |
| Közbiztonság, bűnözés | 3,5 |
| Kárpótlás | 2,4 |
| Munkanélküliség | 2,1 |
| A bősi Duna-erőmű | 1,7 |
| Az 1996-os budapesti világkiállítás | 1,6 |
| Igazságtétel | 1,5 |
| Önkormányzatok tevékenysége | 1,5 |
| Egyházak, vallások | 1,4 |
| A környezet (levegő, víz stb.) állapota | 1,2 |
| Szakszervezetek tevékenysége | 1,2 |
| Infláció | 0,9 |
| Az ország külföldi adósságállománya | 0,7 |
| A népesedés problémái | 0,4 |
| Az összes elemzett műsoregység | 1408 |

(A februári, márciusi és áprilisi tartalomelemzés csak az este fél nyolckor kezdődő tévéhíradókat vizsgálta.)

A választásokhoz közeledve szembetűnően megemelkedett a tévéhíradókban a választásokkal, a pártok versengésével, a kampánnyal kapcsolatos műsoregységek részaránya (2. táblázat). E magától értetődő fejleményt leszámítva a téli hónapokhoz képest a választás időpontját megelőző három hónapban igazán lényeges változás nem nagyon mutatkozott a televíziós tájékoztatás napirendjében. A legsűrűbben említett témakörök között a parlamenti események mellett ezúttal is a határokon kívüli magyarok helyzetét, a privatizációt, a közszolgálati médiumok körüli feszültségeket (elsősorban a sokféle fórumon vitatott elbocsátásokat a Magyar Rádióból) találtuk, a változás csak annyi volt, hogy a privatizációra még erősebb figyelem irányult, mint korábban. A középmezőny hangsúlyosabb témakörei is lényegében azonosak voltak, legfőképpen annyi módosulás történt, hogy a kárpótlásról a tavaszi hónapokban lényegesen gyakrabban, az igazságtételről viszont némileg ritkábban esett szó, mint a téli időszak híradóiban, továbbá valamelyest erősödött a munkanélküliség témakörének jelenléte, miközben az önkormányzatok témaköréé némileg visszaszorult. Semminemű változás nem következett be viszont abban a tekintetben, hogy az ország súlyos gazdasági helyzetére utaló egyéb témakörök, így a külföldi adósság és az infláció a rangsor legvégén szerepeltek.

Megállapíthatjuk tehát, hogy a választások közeledtével – a kampánnyal kapcsolatos tartalmak felfutását nem számítva – lényegi, strukturális változás nem következett be a tévéhíradók napirendjében. Mind a téli hónapokban, mind közvetlenül a választások előtt az volt jellemző, hogy folyamatosan és jelentős súllyal voltak jelen azok a témakörök, amelyek közismerten a Magyar Demokrata Fórum vezette kormánykoalíció szívügyei közé tartoztak (azzal együtt is, hogy a KDNP egyre jobban szembefordult a privatizációval), így a határokon kívüli magyarság, a privatizáció, a kárpótlás, az expo, az igazságtétel, a közszolgálati médiumok, ugyanakkor meglehetősen ritkán jelentek meg az ország legsúlyosabb gazdasági problémáit tükröző tartalmak: a külföldi adósságállományról és az inflációról szinte alig esett szó, de a munkanélküliség is csak a tavaszi hónapokban került a viszonylag gyakrabban érintett témák közé.

Mindezzel összefüggésben feltétlenül meg kell említenünk a tévéhíradóknak egy másik, de a napirendtől bizonyára nem független jellegzetességét, nevezetesen azt, hogy a vizsgált időszak egészében, tehát 1993. november elejétől 1994. április végéig a televíziós híradásokban 10–12 százalékot tettek ki az olyan műsorjegységek, amelyek ünnepi eseményekről, koszorúzásokról, avatásokról, megemlékezésekről, évfordulókról, egyházi szertartásokról és világi ünnepségekről számoltak be. Ezek a nemzeti és egyházi szimbólumokat sűrűn és nyomatékosan felvonultató műsorjegységek mind formájukban, mind tartalmukban többnyire igen távol estek attól a diskurzustól, amely a modern hírközlést jellemzi: funkciójuk nyilvánvalóan nem az volt, hogy az aktualitásokról, a fontos, a sokakat érintő ügyekről, a közintézmények tevékenységéről, a közös problémákról és a megoldásukra tett lépésekről tájékoztassanak, hanem hogy nemzeti, történelmi, vallási hagyományokat prezentáljanak, és az ezen hagyományokkal való azonosulás és a bennük való feloldódás élményét kínálják. Ha ezen műsorjegységek alacsonynak semmiképpen sem mondható 10–12 százalékos részarányát összevetjük a külföldi adósságállomány, az infláció, a munkanélküliség témaköreinek előfordulási gyakoriságával, megállapíthatjuk, hogy az ünnepélyes emelkedettség, a múlt idézése, a nemzeti és (főképpen keresztény) egyházi hagyományok demonstrálása a televíziós tájékoztatásban lényegesen nagyobb teret kapott, mint a jelen számos égető gondjának és feszültségének a bemutatása.

A TELEVÍZIÓS NAPIREND ÉRZÉKELÉSE A KÖZÖNSÉG KÖRÉBEN

Decemberi és április végi közvélemény-kutatásainkban többek között azt a kérdést tettük fel a vizsgálati minta tagjainak, hogy tapasztalataik szerint az általunk kiemelt 18 témakör közül melyek azok, amelyekkel a televízió sokat, és melyek azok, amelyekkel keveset foglalkozik (3. táblázat).

3. táblázat

Vélemények 1993 decemberében arról, hogy a televízió mivel mennyit foglalkozik (százalékban)

| | nagyon sokat foglalkozik vele | sokat foglalkozik vele | nem nagyon foglalkozik vele |
|----------------------------------|-------------------------------|------------------------|-----------------------------|
| Parlamentari események | 45 | 41 | 14 |
| Az 1996-os budapesti világtárlás | 29 | 48 | 23 |

| | | | |
|------------------------------------|----|----|----|
| Kárpótlás | 23 | 50 | 27 |
| A határokon kívüli magyarok | 21 | 52 | 27 |
| A közszolgálati médiumok eseményei | 26 | 46 | 28 |
| Pártok versengése, választások | 22 | 43 | 35 |
| Igazságtétel | 12 | 52 | 36 |
| Munkanélküliség | 16 | 47 | 37 |
| Privatizáció | 13 | 50 | 37 |
| Közbiztonság, bűnözés | 11 | 50 | 39 |
| Áremelkedések, infláció | 17 | 38 | 45 |
| A bõsi Duna-erõmû | 11 | 44 | 45 |
| Egyházak, vallások | 10 | 44 | 46 |
| A környezet állapota | 6 | 41 | 53 |
| Az ország külsõ adóssága | 3 | 33 | 64 |
| Az önkormányzatok mûködése | 1 | 23 | 76 |
| A népesedés problémái | 1 | 22 | 77 |
| A szakszervezetek tevékenysége | 0 | 19 | 81 |

Az értelmezéshez természetesen figyelembe kell vennünk, hogy az emberek saját elvárásai torzító szemüvegén keresztül érzékelik a televíziós napirendet. Nagy a valószínűsége annak, hogy amit szívesen néznek vagy fontosnak tartanak, abból többet szeretnének, és éppen ezért keveslik belőle a kínálatot. És fordítva: amit nem szeretnek vagy nem tartanak fontosnak, abból a keveset is sokallják. Mindenesetre akár működtek ilyesféle torzító mechanizmusok, akár nem, azt állapíthatjuk meg, hogy a közönség tapasztalatai – még ha voltak is jelentős rangsor- és aránybeli eltérések – egészében véve meglehetősen jól tükrözték a tévéhíradók napirendjének általános szerkezetét és legfőbb jellemzőit (bár a kérdés nem is szigorúan a híradókra, hanem általában a tévéműsorra vonatkozott). A közönség által érzékelt rangsor elején vagy legalábbis az első felében, éppúgy mint a tévéhíradók napirendjében, ott találtuk egyfelől a parlamenti és pártpolitikai eseményeket, másfelől az MDF vezette kormánykoalíció szívügyeit, így a vilákiállítást, a kárpótlást, a határokon kívüli magyarokat, a közszolgálati média körüli konfliktusokat, az igazságtételt, a privatizációt, másrészt a közönség által érzékelt rangsorban is – a munkanélküliséget leszámítva – inkább lejjebb álltak az ország aktuális gazdasági problémáira utaló témakörök.

A vilákiállítást és a kárpótlást ugyan nem tartozott a televíziós tájékoztatás leggyakoribb témakörei közé, igaz, hogy a ritkábbak közé sem, a kérdezettek nagyobbik hányada mégis úgy érezte, hogy ezekről sok vagy nagyon sok szó esik a tévé műsorában. Az önkormányzati és a szakszervezeti témakörök esetében viszont épp fordított volt a helyzet: nem tartoztak a híradókban legritkábban tárgyalt témakörök közé, a kérdezettek többségének benyomása decemberben mégis az volt, hogy a televízióban szinte egyáltalán nem foglalkoznak velük. Mindez arra utal, hogy a kérdezettek válaszait az, vagy az is, motiválta, mely témakörökről gondolták úgy, hogy jól beleillenek, és melyekről úgy, hogy kevésbé illenek bele a televíziós szerkesztőségi politikába.

4. táblázat

Vélemények 1994 áprilisában arról, hogy a televízió mivel mennyit foglalkozik (százalékban)

| | nagyon sokat foglal- kozik vele | sokat foglalkozik vele | nem nagyon sokat foglalkozik vele |
|---|------------------------------------|---------------------------|--------------------------------------|
| Pártok versengése, választások | 44 | 36 | 20 |
| Parlamenti események | 34 | 46 | 20 |
| Kárpótlás | 24 | 47 | 29 |
| Privatizáció | 23 | 46 | 31 |
| A közszolgálati médiumok esemé- nyei | 23 | 45 | 32 |
| Az 1996-os budapesti világkiállítás | 21 | 47 | 32 |
| A határokon kívüli magyarok élete | 16 | 48 | 36 |
| Közbiztonság, bűnözés | 13 | 49 | 38 |
| Munkanélküliség | 13 | 44 | 43 |
| A bósi Duna-erőmű | 11 | 43 | 46 |
| Igazságtétel | 11 | 40 | 49 |
| Egyházak, vallások | 9 | 43 | 48 |
| Áremelkedések, infláció | 11 | 32 | 57 |
| A környezet állapota | 4 | 35 | 61 |
| Az ország külső adóssága | 2 | 25 | 73 |
| A népesedés problémái | 1 | 16 | 83 |
| Szakszervezeti tevékenysége | 1 | 16 | 83 |
| Az önkormányzatok tevékenysége | 1 | 15 | 84 |

A decemberi adatfelvételhez képest 1994 áprilisában a közönségtapasztalatokban ma-
gától értetődő módon az volt a legjelentősebb változás, hogy a választással, a pártok
versengésével, a kampánnyal kapcsolatos tartalmak az élére kerültek annak a rangsornak,
amelyet a kérdezettek állítottak fel a szerintük a televíziós tájékoztatásban leggyakrabban,
illetve legritkábban tárgyalt témakörökről (4. táblázat). Ezzel együtt az áprilisi válaszok még
inkább megerősítették, hogy a választás előtti időszakban a közönség egészében véve úgy
érezte: az aktuális témakörök közül az országgyűlési és a pártpolitikai információk mellett
a televízió a kárpótlásból, a határokon kívüli magyarok ügyéből, a közszolgálati médiumo-
kért folytatott harcból, a privatizációból, a világkiállításból és az igazságtételből álló csoma-
got akarta a leginkább eladni, miközben a gazdasági problémákat, elsősorban az inflációt és
a külső adósságot, valamint az önkormányzatok és a szakszervezetek tevékenységét inkább
háttérben igyekezett tartani.

MI FOGLALKOZTATTA A KÖZÖNSÉGET?

Az arra a kérdésre kapott válaszok, hogy a vizsgálati minta tagjait a kiválasztott 18 témakör milyen mértékben érdekli és foglalkoztatja, drámai különbségeket tükröztek a tevéhíradós napirend és a közönség egészének napirendje között (5. táblázat).

5. táblázat

A közönség érdeklődése 1993 decemberében (százalékban)

| | nagyon érdekli | érdekli | nem érdekli |
|-------------------------------------|----------------|---------|-------------|
| Áremelkedések, infláció | 75 | 17 | 8 |
| Közbiztonság, bűnözés | 50 | 36 | 14 |
| Munkanélküliség | 51 | 33 | 16 |
| A környezet állapota | 23 | 51 | 26 |
| Az önkormányzatok tevékenysége | 17 | 42 | 41 |
| A pártok versengése, választások | 12 | 40 | 48 |
| Az ország külső adóssága | 7 | 45 | 48 |
| A közszolgálati médiumok eseményei | 8 | 38 | 54 |
| Az 1996-os budapesti világkiállítás | 8 | 38 | 54 |
| A határokon kívüli magyarok | 4 | 39 | 57 |
| Privatizáció | 5 | 31 | 64 |
| Egyházak, vallások, hitélet | 8 | 27 | 65 |
| Parlamentari események | 4 | 30 | 66 |
| A bőszi Duna-erőmű | 3 | 27 | 70 |
| A népesedés problémái | 4 | 25 | 71 |
| Kárpótlás | 6 | 20 | 74 |
| A szakszervezetek tevékenysége | 2 | 22 | 76 |
| Igazságtétel | 3 | 20 | 77 |

A kérdezettek többségét alapvetően olyan témakörök – elsősorban az árak, az infláció és a munkanélküliség – foglalkoztatták leginkább, amelyek közvetlen hatással vannak mindennapi életkörülményeikre. A közbiztonság, bűnözés témaköre is a közönség rangsorának legelején állt, ennek értelmezésénél azonban számolni kell azzal a körülménnyel, hogy az ezen témakör iránti fokozott érdeklődésben nem feltétlenül a közbiztonság romlásával kapcsolatos mindennapi tapasztalatok, illetve félelmek, továbbá a közbiztonság és a bűnözés általános helyzetével, valamint a rendőrség működésével kapcsolatos információigény játszott szerepet, hanem a konkrét bűnügyek részletei iránti kíváncsiság. A mindennapi életkörülményeket közvetlenül befolyásoló problémák iránti érzékenység a környezet (víz- és levegőszennyezés, környezetvédelem) és a talán az önkormányzat témakörének rangsorbeli helyére is hatást gyakorolhatott.

Ezekhez a témakörökhöz képest a kérdezettek többsége lényegesen kisebb érdeklődést jelzett egyfelől a politikai élet fejleményei (az országgyűlés eseményei, a pártok versengése),

másfelől azon témakörök iránt, amelyeket fentebb az MDF-koalíció szívügyeinek nevezünk: a közszolgálati média, a világkiállítás, a határokon kívüli magyarság és a privatizáció még a közönség felének érdeklődésére sem tarthatott számot, a kárpótlás és még inkább az igazságtétel pedig a legkisebb érdeklődést kiváltó témakörök közé tartoztak.

Egészében véve tehát azt állapíthattuk meg az 1993. decemberi adatfelvétel nyomán, hogy a potenciális közönség többségének napirendjét olyan gazdasági ügyek vezették, amelyek a tévéhíradó napirendjében kevésbé vagy szinte alig tárgyalt témakörök voltak, és fordítva: azok a témakörök, amelyeket a tévéhíradó erősen kultivált, csak a közönség viszonylag kisebb vagy egészen szűk körében váltott ki érdeklődést. Némi leegyszerűsítéssel úgy jellemezhetjük a helyzetet, hogy a tévéhíradók és a közönség napirendjének éppen fordított volt a szerkezete.

1994 áprilisában a közönség napirendje gyakorlatilag semmiféle lényegesnek mondható eltérést nem mutatott az 1993 decemberihez képest: a rangsor- és számaránybeli eltérések elhanyagolhatóan minimálisak a téli és a tavaszi adatokban (6. táblázat).

6. táblázat

A közönség érdeklődése 1994 áprilisában (százalékban)

| | nagyon érdeklő | érdeklő | nem érdeklő |
|-------------------------------------|----------------|---------|-------------|
| Áremelkedések, infláció | 73 | 21 | 6 |
| Közbiztonság, bűnözés | 50 | 38 | 12 |
| Munkanélküliség | 51 | 34 | 15 |
| A környezet állapota | 22 | 53 | 25 |
| A pártok versengése, választások | 20 | 47 | 33 |
| Az önkormányzatok tevékenysége | 16 | 49 | 35 |
| Az ország külső adósságállománya | 6 | 47 | 47 |
| A közszolgálati médiumok eseményei | 10 | 42 | 48 |
| A határokon kívüli magyarok | 4 | 41 | 55 |
| Az 1996-os budapesti világkiállítás | 6 | 36 | 58 |
| Privatizáció | 6 | 36 | 58 |
| Parlamenti események | 2 | 37 | 61 |
| Bósi Duna-erőmű | 2 | 33 | 65 |
| Egyházak, vallások, hitélet | 6 | 25 | 69 |
| Kárpótlás | 5 | 25 | 70 |
| A népesedés problémái | 4 | 25 | 71 |
| A szakszervezetek tevékenysége | 2 | 27 | 71 |
| Igazságtétel | 2 | 21 | 77 |

A tartalomelemzési és a közvélemény-kutatási eredmények összevetéséből néhány kézenfekvő következtetés kínálkozik. Mindenekelőtt az, hogy a választások előtti féléves időszakban mély és széles szakadék húzódott a televíziós tájékoztatás napirendje és a közönség nagyobbik hányadát foglalkoztató problémastruktúra között. A napirendkutatások

nemzetközi tapasztalatai szerint a tömegkommunikációs napirendek és a közönség napirendje között mindig fennállnak bizonyos különbségek, ha azonban ezek a különbségek nagyon nagyok, szisztematikusak, és hosszabb idő után sem csökkennek valamelyest, akkor óhatatlanul a rossz kommunikációnak, az egymás mellé beszélésnek az esete áll elő, amelyben egyfelől a tájékoztatás sem éri el a közönséget, pontosabban potenciális közönségének nagyobbik részét, másfelől a közönség információs-kommunikációs szükségletei sem elégszolgálnak ki. Magyarországon a tévéhíradó és a közönség viszonyában a választások előtt ilyen helyzet alakult ki. A napirendek eltérése alapján ítélve a tévéhíradó nem azon a hullámhosszon és nem azon a nyelven szólt a nézőkhöz, amelyet azoknak túlnyomó többsége igényelt volna. A híradó erőltetett valamit, amire a közönség többsége nem volt ráhangolva, ugyanakkor nem vagy alig engedett érvényesülni egy olyan problémaszervezetet és nyelvet, amelyet a közönség széles rétegei a sajátjuknak fogadhattak volna el.

A második kézenfekvő következtetés, hogy a tévéhíradó a napirend-kijelölés, azaz a közügyeknek az emberek számára való definiálása szempontjából a választás előtti időszakban teljességgel hatástalan maradt: 1993 késő ősztől 1994 áprilisáig a közönség napirendje semmilyen vonatkozásban sem látszott közeledni a tévéhíradóéhoz. Az emberek egy része bizonyára nem is nagyon nézett tévéhíradót, és azoknak a jelentős hányada, akik egyáltalán nézték valamilyen rendszerességgel, nem találkozott olyasmivel, ami személyes témarangsorán változtatott volna.

Mindezzel összefüggésben az a – már távolabbra vezető – következtetés is megkockázatható, hogy a tévéhíradó valamelyest, de lehet, hogy nem is jelentéktelen mértékben, hozzájárulhatott az MDF vezette koalíció választási vereségéhez. Az a körülmény ugyanis, hogy a legnagyobb hatókörű médium estéről estére olyan hírműsorral jelentkezett, amely szinte negligálta, de legalábbis nem tartotta előtérben az emberek többségét foglalkoztató gazdasági gondokat, ugyanakkor erősen kultivált egy, az MDF vezette koalícióhoz szorosan kötődő napirendet, amely viszont csak viszonylag szűk körű érdeklődésre tarthatott számot, választópolgárok sokaságára hathatott irritálóan és ösztönözhetette őket arra, hogy elmenjenek választani és az MDF vezette koalíció ellenzékére szavazzanak. A közönségnapirend alapján az is valószínűnek látszik, hogy – mint azt számos választási elemző feltételezte – az emberek jelentős hányadát nem a politikai érdeklődésük vagy személyes pártpolitikai-ideológiai érintettségük vitte el választani, hanem a mindennapok közvetlenül tapasztalható gazdasági bajai. Némileg meglepőek viszont a szakszervezetekkel kapcsolatos eredmények. A közönségnapirend adatai ugyanis egyértelműen arra utalnak, hogy – némileg ellentmondásban mind a szakszervezeti választásokon mutatott viszonylag jelentős aktivitással, mind azokkal a feltevésekkel vagy éppen félelmekkel, hogy az MSZOSZ-en keresztül jelentős befolyás gyakorolható – a szakszervezetek a kérdezettek túlnyomó többségének számára nem sok jelentőséggel bírnak.

A KÖZÉRDEKLŐDÉS SZERVEZETE ÉS RÉTEGZŐDÉSE

Ahhoz, hogy a (potenciális) közönségnek a televíziós napirendhez való viszonyáról az általánosabb megállapításokon túl konkrétabb észrevételeket is megfogalmazzunk, olyan finomabb elemzésekre volt szükség, amelyek figyelembe vették, hogy a

közönség és a közérdeklődés nem homogén, monolitikus egész, hanem fontos társadalmi változók szerint rétegzett, és e rétegek nem azonos módon viszonyulnak a televíziós napirendhez.

1994. áprilisi közvélemény-kutatásunk adatain faktorelemzést végeztünk annak feltárása céljából, hogy az emberek érdeklődésének milyen a belső szerkezete. A faktorok a vizsgálat céljaira kiválasztott 18 témakörből olyan csoportokat képeztek, amelyek a közérdeklődés fő dimenzióinak felelnek meg.

7. táblázat

A közérdeklődés dimenziói (rotált faktorok)

| | 1. faktor | 2. faktor | 3. faktor | 4. faktor | 5. faktor |
|-------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Környezet | .66043 | | | | |
| Világkiállítás | .50967 | | | | -.30375 |
| Bósi Duna-erőmű | .48345 | | | | |
| Népesedés | .42301 | .31174 | | | |
| Médiumok | .47335 | | .46885 | | |
| Egyházak | | .76940 | | | |
| Igazságtétel | | .59355 | | | |
| Magyarok | .34977 | .46127 | | | |
| Kárpótlás | | .45774 | | .52167 | |
| Önkormányzatok | | | .58107 | | |
| Pártok versengése | | | .55387 | .32830 | |
| Szakszervezet | | | .54240 | | |
| Parlament | | | .53336 | .39937 | |
| Privatizáció | | | | .75334 | |
| Adósság | | | | .43703 | |
| Munkanélküliség | | | | | .64324 |
| Infláció | | | | | .54940 |
| Közbiztonság | | | | | .50109 |

A .30000 alatti faktorértékek a jobb áttekinthetőség érdekében nincsenek feltüntetve. A magyarázott variancia 44,3 százalék.

Az 1. faktort a környezetvédelmi szempont dominanciája jellemzi, valamint az, hogy hiányoznak belőle a hagyományos értelemben vett közéletiségnek mind a politikai-intézményi (parlament, pártok, önkormányzatok, szakszervezetek), mind a gazdasági (infláció, munkanélküliség, privatizáció, külső adósság) témakörei, és bár jelen vannak benne a világkiállítás, a közszolgálati média és a határokon kívüli magyarságnak, valamint a népesedésnek a témakörei is, ezek nem állnak össze ideologikus egészszé. Mivel így, ebben a faktorban a közügyeknek nem a szokásos politikai-gazdasági-ideológiai alapú, hanem azon kívüli vagy túli értelmezése tükröződik, mégpedig igen erős hangsúllyal a környezetvédelmi

kérdéseken, ez a faktor úgy fogható fel, mint a közérdeklődésen belül valamiféle POSZTMATERIÁLIS értékorientáció.

A 2. faktor egyfelől egy igen erős egyházi – nyilvánvalóan keresztény – kötődést, másfelől a népnemzeti problematika jellegzetes témaköreit (igazságtétel, határokon kívüli magyarság, kárpótlás) fogja egybe, így teljesen egyértelműen a KERESZTÉNY-NÉPNEMZETI irányultság megjelenésének tekinthető a közérdeklődésben.

A 3. faktor a közérdeklődés POLITIKAI dimenzióját jelenti: azokat a témaköröket csoportosítja (pártok versengése, parlamenti események, önkormányzatok tevékenysége, szakszervezetek tevékenysége), amelyek a legtisztábban képviselik az intézményesült politikai szférát.

A 4. faktorban meghatározók a magántulajdonnal kapcsolatos témakörök (privatizáció, kárpótlás), de jelen vannak a politikai érdeklődés jelei is. A politikai szférából azonban csakis a többpárti parlamentáris demokráciára utaló témakörök tűnnek fel ebben a dimenzióban. A gazdaság vonatkozásában a tulajdonváltáson kívül a külső adósságállomány problémája került ide, viszont igen távol estek a mindennapi gazdasági gondokra vonatkozó témakörök (infláció, munkanélküliség). Annak alapján, hogy itt a tulajdonváltás domináns szempontja összekapcsolódott egyfelől a többpárti parlamentarizmus témaköreivel, másfelől az ország gazdasági egyensúlyáért való aggodalommal, ezt a faktort a (GAZDASÁGI) RENDSZERVÁLTÁS dimenziójának neveztük el.

Az 5. faktor az életkörülményekre közvetlenül ható gazdasági problémákat (infláció, munkanélküliség), valamint a közbiztonságot fogta egybe, vagyis meghatározóan olyan témaköröket, amelyek a MINDENNAPI (GAZDASÁGI) GONDOK címszóval kapcsolathatók össze.

Az elemzésre kiválasztott 18 aktuális témakör vonatkozásában tehát a közérdeklődésben ötféle irányultság volt tetten érhető: POSZTMATERIÁLIS irányultság, KERESZTÉNY-NÉPNEMZETI irányultság, POLITIKAI irányultság, a (GAZDASÁGI) RENDSZERVÁLTÁSra irányultság és végül a MINDENNAPI (GAZDASÁGI) GONDOKra irányultság. Mivel feltételezhető volt, hogy a közönség demográfiai és egyéb változók szerint vett különféle csoportjaiban az érdeklődés eltérő irányú, megvizsgáltuk, hogy az egyes érdeklődési irányultságok milyen összefüggéseket mutatnak a nemmel, az életkorral, a lakóhely típusával, az iskolázottsággal, a foglalkozással és a pártpreferenciával. (A részletes számszerű eredmények a Függelékben közölt 8–12. táblázatokban olvashatók.)

A POSZTMATERIÁLIS érdeklődési irányultság a 30 éven aluliak, a diplomások, az értelmiségi foglalkozásúak és az SZDSZ-szimpatizánsok körében jelentkezett az átlagosnál erőteljesebben. A KERESZTÉNY-NÉPNEMZETI irányultság a 60 éven felüliek, illetve a nyugdíjasok, a legalacsonyabban iskolázottak, kiemelkedően a KDNP-, majd az MDF- és az FKGP-szimpatizánsok és a nők érdeklődésében volt az átlagosnál lényegesen jobban tettenérhető. A POLITIKAI érdeklődés a középkorúakat, a diplomásokat, a vezetőket vagy az értelmiségi foglalkozásúakat és az MSZMP vagy az SZDSZ-szimpatizánsokat jellemezte az átlagosnál határozottabban. A (GAZDASÁGI) RENDSZERVÁLTÁS iránt a férfiak, a közép-, de még inkább a felsőfokú végzettséggel rendelkezők, a vezetők és az önálló foglalkozásúak, és az MDF és az FKGP, kisebb mértékben az SZDSZ hívei között volt az átlagosnál nagyobb érdeklődés tapasztalható. A GAZDASÁGI GONDOK a nők, az alacsonyabban iskolázottak, a munkanélküliek és a fizikai és egyéb (nem értelmiségi) szellemi foglalkozásúak, és az MSZMP-szimpatizánsok körében voltak magukra az átlagosnál nagyobb figyelmet.

Alighanem a (GAZDASÁGI) RENDSZERVÁLTÁSra irányultsággal az átlagosnál erősebben jellemezhető életkorbeli, iskolázottsági, foglalkozási csoportok közös metszetében találhatók a rendszerváltás nyertesei, a GAZDASÁGI GONDOKra irányultsággal az átlagosnál erősebben jellemezhető életkorbeli, iskolázottsági, foglalkozási csoportok közös metszetében pedig a rendszerváltás vesztesei. Ez utóbbiak a televíziós tájékoztatáspolitikai körüli harcoknak is a vesztesei voltak: a választások előtt a tévéhíradós napirend talán éppen az ő információs-kommunikációs szükségleteiket negligálta a leginkább.

FÜGGELÉK

8. táblázat

Az érdeklődés irányai férfiak és nők között (faktorpontátlagok)

| | 1. faktor POSZT. MAT. | 2. faktor KER. NÉP- NEMZ. | 3. faktor POLI- TIKAI | 4. faktor (GAZD.) RENDSZ. VÁLTÁS | 5. faktor GAZD. GONDOK |
|---------|--------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|--|---------------------------------|
| férfiak | .00 | -.10 | .05 | .22 | -.10 |
| nők | .00 | .09 | -.04 | -.20 | .09 |
| | | p<0.05 | | p<0.05 | p<0.05 |

9. táblázat

Az érdeklődés irányai életkori csoportokban (faktorpontátlagok)

| | 1. faktor POSZT. MAT. | 2. faktor KER. NÉP- NEMZ. | 3. faktor POLI- TIKAI | 4. faktor (GAZD.) RENDSZ. VÁLTÁS | 5. faktor GAZD. GONDOK |
|-------|--------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|--|---------------------------------|
| 18–29 | .41 | -.20 | -.33 | -.02 | .01 |
| 30–44 | -.01 | -.17 | .14 | -.08 | .06 |
| 45–59 | -.11 | -.09 | .12 | .10 | .08 |
| 60- | -.24 | .43 | .02 | .01 | -.14 |
| | p<0.05 | p<0.05 | p<0.05 | | |

A lakóhely típusa egyik érdeklődési irányultsággal sem mutatott szignifikáns összefüggést.

10. táblázat

Az érdeklődés irányai iskolázottsági csoportokban (faktorpontátlagok)

| | 1. faktor POSZT. MAT. | 2. faktor KER. NÉP- NEMZ. | 3. faktor POLI- TIKAI | 4. faktor (GAZD.) RENDSZ. VÁLTÁS | 5. faktor GAZD. GONDOK |
|------------|--------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|--|---------------------------------|
| 8 alatt | -.56 | .53 | -.19 | -.11 | -.04 |
| 8 osztály | -.05 | .00 | -.01 | .11 | |
| középkisk. | .19 | -.20 | .02 | .13 | -.04 |
| diplomás | .38 | -.11 | .20 | .21 | -.28 |
| | p<0.05 | p<0.05 | p<0.05 | p<0.05 | p<0.05 |

11. táblázat

Az érdeklődés irányai foglalkozási csoportokban (faktorpontátlagok)

| | 1. faktor POSZT. MAT. | 2. faktor KER. NÉP- NEMZ. | 3. faktor POLI- TIKAI | 4. faktor (GAZD.) RENDSZ. VÁLTÁS | 5. faktor GAZD. GONDOK |
|------------|--------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|--|---------------------------------|
| vezető | .07 | -.41 | .17 | .82 | -.30 |
| értelm. | .45 | -.23 | .17 | -.03 | -.03 |
| egy. szel. | .06 | -.17 | -.22 | -.05 | .12 |
| szakmunk. | -.04 | -.28 | .03 | -.07 | .14 |
| egy. fiz. | -.09 | -.02 | -.05 | -.13 | .12 |
| önálló | .27 | -.46 | .12 | .47 | -.32 |
| munk.nélk. | -.17 | -.14 | -.11 | .00 | .23 |
| nyugdíj. | -.21 | .35 | .05 | .02 | -.08 |
| | p<0.05 | p<0.05 | | p<0.05 | p<0.05 |

12. táblázat

Az érdeklődés irányai pártpreferenciák szerint (faktorpontátlagok)

| | 1. faktor POSZT. MAT. | 2. faktor KER. NÉP- NEMZ. | 3. faktor POLI- TIKAI | 4. faktor (GAZD.) RENDSZ. VÁLTÁS | 5. faktor GAZD. GONDOK |
|--------|--------------------------------|---------------------------------------|--------------------------------|--|---------------------------------|
| Fidesz | .04 | -.11 | -.15 | -.26 | -.06 |
| SZDSZ | .21 | -.29 | .15 | .11 | -.01 |
| MSZP | .03 | -.30 | .31 | .01 | .14 |

| | | | | | |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| KDNP | -.15 | 1.01 | -.15 | -.04 | -.15 |
| MDF | .08 | .29 | -.07 | .34 | -.35 |
| FKGP | -.41 | .40 | -.08 | .38 | -.18 |
| egyéb | .17 | -.28 | .08 | .16 | -.05 |
| | p<0.05 | p<0.05 | p<0.05 | p<0.05 | p<0.05 |

IRODALOM

Brosius, H.–Kepplinger, H. M.: The Agenda Setting Function of Television News. *Communication Research*, Vol. 17. No. 2. 1990.

Kepplinger, H. M.: Begriffe und Modelle langfristiger Medienwirkungen. In: Mahle, W. A. (ed.): *Langfristige Medienwirkungen*. Spiess, Berlin, 1986.

McCombs, M. E.: The agenda-setting approach. In: Nimmo, D. D.–Sanders, K. R. (eds.): *Handbook of Political Communication*. Sage, Beverly Hills, 1981.

McCombs, M. E.–Shaw, D. L.: The agenda setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36. 1972.

SAJTÓTÖRTÉNET

Mátay Mónika

NEMES NEMZETÁLOM

*avagy a reformkori nyilvánosság jellegzetességei
a Honderű című divatlap tükrében*

1843 januárjában Petrichevich Horváth Lázár *Honderű* címmel divatlapot indított, amely azzal szerzett magának – meglehetősen kétes – hírnevet, hogy éles hangú támadásban részesítette a népies irányzatot és Petőfi költészetét. A *Honderű* azonban nemcsak irodalmi-irodalomtörténeti vonatkozásai miatt érdemel figyelmet, hanem azért is, mert – lévén korának jellegzetes terméke – kiválóan alkalmas arra, hogy szerzőgárdája összetételének, szerkesztési gyakorlatának és írásai tartalmának elemzésén keresztül bepillantást nyerjünk a reformkori Magyarország nyilvánosságába és sajtóviszonyaiba.

A CENZÚRA ÁRNYÉKÁBAN

A reformkor a még meglévő, ám fokozatosan fellazuló rendi keretek és a modern polgári viszonyok kibontakozásának ötvözete. Ellentét feszül a feudális jogrend konzervatív védelmezői és a polgári értékeket képviselő reformerek között, de nincs egyetértés a reformok szükségességét felismerő haladók táborában sem. A sokszínű vélemények vonzatában kibontakozik egy a korábnál szélesebb körű kommunikáció, melynek nem lehetnek többé kizárólagos fórumai a személyes- vagy csoportkommunikáció szűk csatornái.

A liberálisok következetes sajtópolitikájának – s különösen Kossuth *Hírlap*beli tevékenységének – köszönhetően a reformkorban kialakul a politikai események iránt érdeklődő „figyelő közönség”, mely eljár a casinókba, kávéházakba, vásárolja és olvassa a magyar, német, francia, esetleg angol nyelvű sajtót, reflektál a hírekre. A politikai küzdelmek korábban csak a hatalom átláthatatlan berkeiben, a színpalak mögött zajlottak. Kossuth célja ezzel szemben olyan nyilvánosság megteremtése, mely a közvélemény számára lehetővé teszi az államhatalom ellenőrzését.

A nyilvánosság és a közvélemény fogalmát a reformkori politikusok és újságírók gyakran használják, de hogy pontosan ki mit ért nyilvánosságon, s hogy a nyilvánosságot mi különbözteti meg a közvéleménytől, az gyakran nem egyértelmű. Az 1839-ben kiadott *Közhasznú ismeretek tára*, mely lexikonként tartalmazza a korban legfontosabbnak tartott ismereteket, a nyilvánosság kissé homályos meghatározását adja. Eszerint, a nyilvánosság

kiváltképp a „constitutionális országokban” jellemző, ahol „különösen nagy figyelmet fordítanak” rá, hiszen a „status elrendezésének egyik főalapja”. A nyilvánosságot a könyvnyomtatás feltalálása, a posta és az újságok hozták divatba. A sajtó a közvélemény csatornája, „mellynek, ha az helyesen vezetetik, jóltevő befolyása van a közdolgozók eligazítására”. Hogy mit jelent a közvélemény helyes vezetése és hogy mitől lehet ennek pozitív befolyása a közügyek alakulására, arról hallgat a szócikk szerzője, de eközben finoman utal arra, hogy a magyarországi állapotok eltérnek az alkotmányos országok viszonyaitól. A másság rejtett üzenete éppen a hazai nyilvánosság valós helyzete leírásának hiányából fakad. De egyáltalán miről is írhatott volna a szerző?

Magyarországon 1848-ig nem volt sajtótörvény, ellenben volt cenzúra. A cenzor az érvényben lévő cenzúrendelet és saját megfontolása alapján döntötte el, mi jelenhetett meg nyomtatásban. A lapengedélyezés királyi privilégium volt. A szerkesztőknek részletes programot kellett benyújtaniuk tervezett lapjukról. Az engedélyre vagy az elutasításra hónapokig vártak. Előnyben voltak azok a folyóiratok, amelyek nem kívántak politikával foglalkozni.

Az 1830-as évek végének „szólásszabadsági pereit” követően az uralkodó és a rendek 1840-ben „kiegyeztek” egymással. A kiegyezés egyik legfőbb vívmánya a ferenci cenzúra szigorának enyhülése. Frankenburg szinte kedélyesen számol be szerkesztők és cenzorok viszonyáról: a jó cenzor maga is „írta a lapot”, s ha elég tehetséges volt, tanácsokkal látta el a szerzőket és a szerkesztőket.

A cenzori elbírálás szubjektív volt; egyes „jóraláló magyar emberek” szinte soha nem húztak a szövegekből, míg mások, akik túlbuzgóságuk révén akartak karriert befutni, sok bosszúságot okoztak a szerkesztőségeknek. Ugyanakkor teljes bizonytalanság uralkodott a cenzorok között is a tekintetben, mit enged meg Bécs ingerküszöbe.

A kémjelentések alapján arra következtethetünk, hogy a birodalomban jól működő besúgóhálózat épült ki. A kémek folyamatos és részletes jelentést küldtek Bécsbe az ellenzék politikai tevékenységéről, a kulturális eseményekről, társas összejövetelekről és a megfigyelés alatt tartott személyek hétköznapi életéről. De a szemérmes államhatalom Jager Józsefnek az 1847-es országgyűlésen terjesztett „izgató kártyáit” is botrányosnak találta, mert „erkölcs-telen, nudista” jeleneteket ábrázoltak.

A magánleveleket felbontották, a Magyarországon tartózkodó külföldieket még alaposabban ellenőrizték, mint a magyarokat. Szabályozták, mely külföldi újságokra lehet előfizetni, sőt a megrendeléseket személyenként is korlátozták az előfizető politikai megbízhatóságának függvényében. Az ellenőrzés a legmagasabb posztokat betöltőkre is kiterjedt, így például magát István főherceget is ellenőrizték.

A cenzori rendszer feje Metternich volt. Végző soron ő döntött a kényesebb ügyekben, ő határozta meg a kormányzat sajtópolitikáját. A 30-as évektől egyre intenzívebben próbálta kihasználni a sajtó manipulációs erejében rejlő lehetőségeket, létrehozta és anyagilag folyamatosan támogatta a kormánypárti sajtót.

Az eddigiek alapján belátható, hogy a lexikoníró megfogalmazása mögött lappangó bizonytalanság egyik oka a nyilvánosság korlátozása volt. Azonban más szempontból is érthetővé válik a bizonytalanság, ha számba vesszük a korszak nagyjainak a nyilvánosságra, illetve a szinonímaként emlegetett sajtóra vonatkozó véleményét.

Teleki egy 1840-ben tartott beszédében védelmébe veszi Kossuthot, akit – törvénytelenül – azért ítélték el, mert a szabad véleménynyilvánítás jogát gyakorolta, s az országgyűlésen elhangzottakat írásos formában terjesztette. Teleki nemcsak egyszerűen a szólásszabadságot védelmezi, hanem a nemzet tagjainak azon jogát is, hogy az országgyűlésen

megvitatott kérdésekről értesüljenek. Telekihez hasonlóan a nyilvánosság fogalmának kiterjesztése és a sajtó szabadsága mellett foglal állást Wesselényi, Deák, Eötvös és Szalay is. Liberális megközelítésük a nyilvánosság teljesen nyitott hozzáférhetőségének elvét hirdeti, a sajtó hatalmán érdekvédelmet ért, amely biztosítékot jelent a hatalommal való visszaélés, a törvénytelen ségek ellen; ez a korban a nyilvánosság fogalmának legmodernebb, polgári felfogása.

A liberálisokkal szemben álló konzervatív irányzatot képviselő Dessewffy Aurél szerint a teljes sajtószabadság bizonytalan állapotot teremt. Dessewffy megkülönböztet preventív és represszív cenzúrát; egy „józan politikai rendszerben” a sajtó preventív átvizsgálása ajánlott a stabilitás megőrzése végett, amit a „szenvedélyektől elvakult, kiskorú tömeg” ellenőrzés nélküli véleménynyilvánítása veszélyeztet. Dessewffy értelmezésében a nép nem eléggé érett még az önálló vélemény megfogalmazására, ezért nincs is szükség olyan nyilvánosságra, melynek alanyi jogon bárki tagja lehet. A konzervatív elképzelés egy szűkebb érvényességű nyilvánosság-értelmezést tartalmaz, mely szerint véleményalkotási joga csak az arisztokráciának van. Dessewffy Aurél, aki az utóbbi meghatározás legaktívabb képviselője, a sajtót olyan eszköznek tekinti, mely alkalmas arra, hogy a passzivitásba merevedett arisztokráciát felrázza dermedtségéből, s harcba hívja a liberális offenzíva visszaveréséhez.

Természetesen volt egy harmadik nézet is – ezt vallotta az abszolutista kormányzat. Eszerint a nyilvánosság kizárólag a politikai hatalom biztosításához szolgál eszközként, tehát demonstratív nyilvánosság, mely Bécs irányítása és ellenőrzése mellett a kormánypolitikát hivatott népszerűsíteni a közvélemény számára.

A reformkori nyilvánosság jellegét végső soron e három felfogás – a liberális, a konzervatív és a birodalmi – és a mögöttük álló erők küzdelme határozza meg.

A POLGÁRI NYILVÁNOSSÁG KEZDETEI

Az idők változásának figyelemre méltó jele, hogy a sajtó jelentőségét a nyilvánosság liberális felfogásával határozottan szembenálló, de az ókonzervatív arisztokrata elzárkózással szakító Dessewffy is egyértelműen fel- és elismeri. A *Világ* című folyóiratban közönségtoborzó cikksorozatot tesz közzé, melyben a liberális politika ellenében a kiváltság-örzés ideológiája mellett érvel. Sajtótörténeti szempontból nem Dessewffy argumentációja az érdekes, hanem sokkal inkább az a tény, hogy nézetei népszerűsítésére ugyanazt a fegyvert választja eszközként, mint a magyar politikai nyilvánosság atyjaként tisztelt Kossuth: a sajtót. Dessewffy úgy véli, az arisztokrácia helyes politikai stratégiája az, ha válaszol a liberális támadásra, s a hatékony válaszadás egyetlen csatornája a sajtó.

A sajtó státuszának megváltozását az új hatalom letéteményesei, az újságírók is elégedetten veszik tudomásul. Frankenburg *Visszaemlékezéseiben* az újdonsült szakmai büszkeség öntudatával idéz fel egy mulatságos anekdotát. Szerkesztői szobájában kétségbeesve kereste fel egy a nyilvános megszégyenítéstől rettegő budai főhivatalnok, mikor fény derült titkolt szerelmi ügyletére. Könyörgött Frankenburgnak, vonja „vissza a közlött hírt, mint valótlan, s tetszésemre bízta meghatározni az árt” (Frankenburg, 1867).

Vajon indokolt volt-e a hivatalnok félelme? Nevetségessé válhatott-e valaki egy újság-cikk alapján? Másképpen megfogalmazva a kérdést, mekkora olvasóközönsége volt a

korabeli lapoknak? A statisztikai adatok bizonyossága szerint az 1830-as és különösen az 1840-es években jelentékenyen kibővült az olvasók köre. A *Pesti Hírlap* előfizetőinek száma 28-ról több mint 5000-re nőtt, mikor Kossuth átvette a lapot. De nemcsak a liberális sajtó örvendett népszerűségnek: a *Világ* olvasóinak száma szintén megsokszorozódott Dessewffy cikkeinek megjelenése idején (alig több, mint 200-ról 1500-ra emelkedett az előfizetők száma). S az olvasótábor nem kizárólag az előfizetőket jelenti; szaporodnak az olvasóköri, casinók, kávéházak, ahol egy-egy újságot – elvileg – több tucatnyi ember is elolvashat. Csak elvileg, hiszen a kritikus szemlélődők gyakran feddik meg kortársaikat: az újságok bontatlanul porosodnak a kávéházi sarkokban, miközben a mámoros közönség a kártyasztalok mellett veri el az atyai örökséget.

Jelen tanulmánynak nem célja a „figyelő közönség” nagyságának pontos meghatározása. Külön kutatást igényelne annak feltérképezése, hogy egy magánelőfizetés potenciálisan hány olvasót jelentett, és a korban Magyarországon működő körülbelül 200 kávéház/casínó közönségének hány százaléka volt aktív olvasó. Becslésünk alapján az újságelőfizetők száma a vidéki megrendelőket is beszámítva a 40-es években sem lehetett több 10 000–12 000-nél. Nem szabad elfeledkeznünk a külföldi újságok megrendelőiről sem. Sokan fizettek elő az *Augsburger Allgemeine Zeitung*-ra, a *Spiegelre*, a *Revue de Paris*-ra, s a Magyarországon utazgató John Paget boldogan fedezi fel a pesti Casinó lapkínálatában az *Edinburgh Review*-t, a *Quarterly Review*-t, valamint a *Foreign Quarterly Review*-t.

A reformkori nyilvánosság szerkezetének elemzésekor külön is meg kell emlékeznünk a nyilvánosságnak olyan kitüntetett területeiről, mint a megyegyűlések és a háromévenként összehívott országgyűlés. Igaz ugyan, hogy e gyűlések résztvevői csupán a kiváltságosok szűk rétegéből verbuválódtak, így a szakirodalomban „rendi nyilvánosságként” számon tartott fórumok nem tekinthetők a modern polgári nyilvánosság részének. Mégis, politikai szerepük miatt meghatározó jelentőségűek. Ugyanígy a korabeli nyilvánosság részét képezik az 1820-as évektől fokozatosan növekedő számú egyesületek, a korszak végén megalakuló pártok, a már említett casinók, kávéházak, az egyre nagyobb közönséget vonzó színházak, társas összejövetelek.

A fentiekben már utaltunk arra, hogy a közvélemény fogalmának jelentése nem volt egyértelmű a reformkorban. A *Közhasznú ismeretek tára* sem ad elfogadható meghatározást, mindössze annyit mond: a közvélemény „műszere a sajtó”, s fontos a közvélemény „szabadsága”. A nyilvánosság, a közvélemény és sajtó jelentése nem válik el élesen; a nyilvánosságot és a közvéleményt általában azonos fogalmakként használják (Pajkossy, 1991).

A közvélemény definíciójáról ma sincs egyetértés. Nem célunk, hogy a meglévő meghatározások tarka sorát újabb megközelítéssel gazdagítsuk. Fontosnak tartjuk azonban azt a megállapítást, melyet Angelusz Róbert a közvélemény történeti kialakulása kapcsán tesz: „A közvélemény létrejötte feltételezi az állampolgári viszonyulás kialakulását, a polgári társadalom és a politikai állam történelmi különválását” (Angelusz, 1983). A reformkorban e feltétel nem adott, az állampolgári viszonyulás csak mint a liberálisok által megfogalmazott követelés, nem pedig mint politikai realitás van jelen.

Habermas a modern értelemben vett nyilvánosság kialakulásának klasszikus terepeit, Angliát, Franciaországot és a német fejedelemségeket vizsgálva, modelljében különbséget tesz a feudális viszonyokra jellemző reprezentatív és a modern államokban kialakult polgári nyilvánosság között (Habermas, 1971). A középkorban a nyilvánosság nem a „köz” nyilvánossága, nem az általános hozzáférhetőséget jelenti, hanem valamilyen státushoz kötött. A privilegizált elit, a fejedelem és a rendek joga tehát a nyilvánosság, ami nem jelent mást,

mint a nép előtti szimbolikus (hatalmi jelvényekhez kötött) reprezentációt. Ezzel szemben a polgári nyilvánosság alapja a nyitottság, az általános hozzáférés. A polgári nyilvánosságba nem beleszületni kell, a részvétel alapja a vagyon és a műveltség, melyek azonban bárki által elérhető javak. A polgári nyilvánosság a közönség számára biztosítja a társadalmat érintő politikai döntésekben a véleménynyilvánítás, a hozzászólás jogát.

A nyugat-európai fejlődéssel ellentétben Magyarországon még az 1840-es években is csak szűk, éppen alakuló polgári nyilvánosságról beszélhetünk, melyben reprezentatív és polgári elemek sajátosan keverednek. A feudális viszonyok továbbélése és a polgári fejlődés megkésettisége mellett a magyar állapotok egyik fő jellegzetessége, hogy a polgári nyilvánosság létrehozásának igénye csakúgy, mint magának a polgárosodásnak az igénye, egybeesik a nemzeti ébredés időszakával, sőt a nyilvánosságteremtés és a nemzetébresztés céljai összemosódnak. Így a nyilvánosságban sokan kizárólag a nemzetesítés, a magyarosítás eszközt látják, s a sajtót a nemzeti propaganda szócsövének tekintik. A fáziseltolódás nemcsak a nemzetévtől és nyilvánosságformálódás folyamatának időbeli összecsúszását jelenti. A magyar helyzet nem egyedülálló Közép-Kelet-Európában. Az első újságok, folyóiratok megalapításának dátuma és a sajtótermékek száma jól mutatja a régiók közötti különbségeket (1. és 2. táblázat).

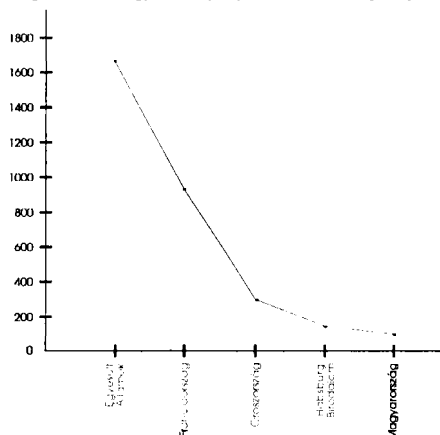
1. táblázat

Az első nemzeti nyelvű újság megjelenésének dátuma néhány országban

| | |
|---------------|------|
| Németország | 1609 |
| Anglia | 1620 |
| Franciaország | 1631 |
| Lengyelország | 1661 |
| Oroszország | 1703 |
| Ausztria | 1703 |
| Csehország | 1770 |
| Magyarország | 1788 |
| Litvánia | 1883 |

2. táblázat

Az egyes országokban megjelenő folyóiratok és napilapok száma 1840-ben



A HONDERŰ SZERZŐI

A XVIII. századi Nyugat-Európában népszerűek az úgynevezett morális hetilapok, melyek a felvilágosodás erkölcsnemesítő eszmeiségét közvetítik, egyszerre szórakoztatva és tanítva olvasóikat. Jelentős időbeli megkésettiséggel ezt a funkciót tölti be Magyarországon az 1830-as években meghonosodó divatlap, amely semmiképpen sem azonos a modern értelemben vett *modejournal*al. Bár nevét éppen a lapban közölt divatképek miatt kapta, egyáltalán nem szorítkozik a divat és a társasélet kérdéseinek megvitatására, hanem van benne tágas hírrovat és kulturális rovat (irodalmi, színházi, zenei hírek, recenziók, kritikák), de verseket és szórakoztató-tanulságos novellákat, népszerű tudományos írásokat, nyelvművelő értekezéseket is találunk hasábjain.

A *Honderű*be a folyóirat fennállásának 6 éve alatt, 1843 és 1848 között összesen 166-an írtak. A teljes szerzői listából 126 személyt sikerült azonosítani kor, származás, foglalkozás, iskolai végzettség és politikai beállítódás szerint. A vizsgálat célja az volt, hogy feltárjuk, kimutatható-e az 1840-es években valamilyen tipikus, a nyilvánosságba vezető „bekerülési karrierút”.

Az *inkább* konzervatívnak tartott *Honderű* szerzői között csak elvétve találunk hírességeket. Petőfi, Vörösmarty és Jósika Miklós küldött ugyan néhány verset, elbeszélést a lapnak, de ők sem tartoztak a rendszeresen írók közé.

A szerzők között nagy többségben vannak a fiatalok (30 év alattiak). Ők teszik ki a teljes szerzőgárda 63 százalékát. Az idősebb generációk fiatal éveiben gyakorlatilag nem volt sajtó Magyarországon. Az I. Ferenc által hozott ortodox antiliberális cenzúrarendelet következtében az amúgy sem nagyszámú magyar folyóiratok megszűntek. A 10-es években volt olyan időszak, amikor mindössze egy újság jelent meg magyarul, az is Bécsben. Az idősebb korosztály számára tehát a sajtó nem lehetett érvényesülési terep.

Az 1830–1840-es években azonban szaporodtak a folyóiratok, és növekedett az újságolvasó közönség is. A példányszámok immár lehetővé tették, hogy az újságírók ne csupán missziós tevékenységnek, hanem tűrhető jövedelemforrásnak tekintsék a hírlapírást. A hagyományos értelmiségi pályák fokozott telítettsége miatt is sok fiatalot vonzott a különösebb szakértelmet sem igénylő pálya.

Társadalmi származás tekintetében legmagasabb a nemesek aránya: 52 százalék, ami több mint a vizsgált csoport fele. (A teljes magyarországi lakosságban ez az arány 4,5 százalék).

A szerzők egyharmada polgári származású (a teljes lakosságon belüli arány 6 százalék), 8 százaléka pedig az egyházakat képviseli. A szerzői populáción belül elenyészően kevés a zsidók aránya (2 százalék), ez azonban nem jellemző a teljes újságíró szakmára. Liberális újságoknál, például Frankenburg divatlapjánál, az *Életképeknél*, ez az arány jóval magasabb. Egészen alacsony a jobbágyi és a falusi iparos származásúak aránya is (3 százalék).

Az iskolai végzettség szerinti bontás azt mutatja, hogy a szerzők magasán kvalifikáltak. A felsőfokú végzettséggel rendelkezők tették ki a besoroltak 80 százalékát.

A foglalkozás szerinti besorolásban gondot okozott a kategóriák kijelölése, hiszen éppen a 19. század első felében alakul ki a magyar társadalmat a későbbiekben is jellemző „kettős struktúra”. Ennek következtében összezsúsznak a rendi és a polgári „foglalkozások”, így szinte lehetetlen átfogó és mégis érzékeny változókat képezni.

A szerzők szüleinél (apák) a foglalkozási kategóriák megoszlása a rendi struktúra dominanciájára utal. Az apák többsége foglalkozásánál fogva a rendi szerkezetbe ágyazódik:

egyharmaduk a földbirtokosok, további 26 százalékuk szintén a rendi szerkezetbe illeszkedik (királyi vagy megyei közigazgatási funkciót betöltők, gazdatisztek, jobbágyok etc.), és 9 százalék a papok aránya. Az apák csupán egyharmada polgári foglalkozású (orvos, mérnök, nyelvész, ügyvéd, városi iparos).

A szerzők adatait tanulmányozván egészen más foglalkozási struktúrát látunk. A feudális szerkezetben gyökerezett pályák közül a földbirtokosok aránya 4 százalékra, a rendi hivatalokat viselők aránya szintén 4 százalékra csökken. Ugyanakkor a polgári foglalkozásúak aránya robbanásszerű növekedést mutat: 80 százalékra emelkedik.

A fenti adatok alapján feltételezhetjük, hogy a nemesi származásúak polgárosodó tendenciát mutattak. Számukra a fejlődésnek indult sajtó, a szélesedő polgári nyilvánosság a rendi struktúrából való kilépés esélyét, illetve az értelmiségivé válás lehetőségét jelentette.

A polgári származásúaknál is az irodalmi, illetve a jogi pálya volt a mobilitás legfőbb csatornája. A *Honderű* polgári származású szerzői egy kivétellel értelmiségiek (a kivétel Bitó Ferenc asztalosfiú, aki mindössze egyszer publikált egy Széchenyit méltató verset), s több mint 50 százalékuk első generációs értelmiségi. (Ebben a csoportban az apák 54 százalékának volt iparos vagy kereskedő mestersége.) Az értelmiségiek arányának növekedése a szerzőgárdában abba a teljes társadalmat jellemző folyamatba illeszkedik, mely szerint a 18. század vége óta az értelmiségiek száma egyenletesen nőtt.

A konzervatívnak bélyegzett *Honderű* szerzőinél általában nem mutatható ki konzisztens konzervatív politikai értékrend. Bár a rendelkezésre álló adatok alapján a politikai meggyőződésre csak következtetni lehet, az a tény azonban, hogy a szerzőpopulációnak elenyésző kisebbsége publikált konzervatív lapokban, továbbá, hogy a szerzők közel 40 százaléka aktív részese volt az 1848–1849-es szabadságharcnak, arra utal, hogy a konzervatív címke legfeljebb beállítódásra, semmint tudatos politikai meggyőződésre vonatkozhatott.

A HÍRROVAT

A szerkesztési-tartalmi jellegzetességek megragadásához részletesen megvizsgáltuk a két, időben egymástól legtávolabbi évfolyam (1843 és 1847) híryanagát.

Tartalmi szempontból legnagyobb számban kulturális vonatkozású hírek jelentek meg a lapban. A második leggyakrabban előforduló hírtípus a szociálpolitikai (jótékonyág, valamilyen szociális intézmény megalapítása stb.), harmadik helyen áll a gazdasági hír és a szenzáció. Politikai hírek szinte alig fordulnak elő. A „politika hatalmas hydra, mely nem vág lapjaink körébe” – írja a szerkesztő 1845-ben. S ha mégis közölnek politikai híreket, ezek többnyire reprezentatív funkciót töltenek be (királyok, politikusok életének fontos eseményeiről, születésről, esküvőről, halálról, utazásokról számolnak be).

A külföldi hírek közül a legtöbb Franciaországból, aztán Bajorországból és az Egyesült Királyságból származott, de voltak tudósítások a Nápolyi és Szicíliai Királyságról, Piemont-ról, Ausztriáról, az Egyesült Államokról, Belgiumról, Poroszországról, a Kongresszusi Lengyelországról és Oroszországról (Szibériáról) is. Mindenesetre a híryanag egészében nyilvánvaló Nyugat-Európa-centrikusság dominál.

A hírek jellegzetes sztereotíp képeket alakítanak ki az egyes országokról. Franciaország a kultúra bölcsőjeként, Anglia fejlett gazdasági nagyhatalomként, Szibéria és Amerika pedig

mint a vadkelet és a vadnyugat egzotikus tájai jelennek meg az olvasók számára. A hírekhez frott, rövid kommentárok nevelő célzatú szerkesztői „üzenetek”, melyek követendő mintákat (Franciaország) és elretentő negatív példákat (a „barbár” Oroszország) sulykolnak az olvasókba.

A *Honderű* tükrében tehát a fejlett világ azonos Nyugat-Európával, itt történnek „lényeges dolgok”. Van még ugyan néhány jelentéktelen, periférikus állam a Földön, de ezek csak mint egzotikumok jelennek meg a lap horizontján. Más a helyzet azokkal a népekkel, nemzetiségekkel, amelyek Magyarország közvetlen szomszédságában, illetve a birodalmon belül élnek. Ezek sűrűn szerepelnek a *Honderű* híreiben, de meglehetősen primitív, sztereotíp beállításban. Az „oláhok” például szinte mindig negatív konnotációban jelennek meg, a kommentátorok megbízhatatlannak, tisztességteleneknek bélyegzik őket. A zsidók szerepelnek a leggyakrabban, de többnyire negatív jelzők, illetve leírások kíséretében. A kép teljességéhez tartozik, hogy előfordultak toleránsabb írások is, amelyek megértőbb és nyitottabb magatartást tartottak volna kívánatosnak a zsidók irányában.

A közép-európai népek közül a lengyelek megítélése a legkedvezőbb. Bennük a *Honderű* az „elveszett édes testvért látja”, sorsuk intő jel a magyaroknak: „... A szomszédban egy nemzet veszett el, melynek ravatalára e szívmetesző szó van írva: »volt!« ... Lengyelhonnak 22 millió lakosa most megszűnt egy nemzet lenni! Lengyelhon nincs többé!”

Úgy tűnik, a *Honderű* szerkesztői sztereotípiákat követve, preconcepciók fogságában állították össze külföldi híreiket. Nem a tájékoztató funkció, nem az aktualitás, nem az információérték volt lényeges, sokkal inkább az, hogy a hírek, vagy – mai szemmel nézve – talán inkább álhírek, a különböző népek és országok újra és újra megismétlődő, megjegyzésekkel ellátott, mindig azonos reprezentációját tárják az olvasók elé, amelynek az volt a szerepe, hogy az olvasók körében megerősítsék a Magyarországon, illetve a magyarságon kívüli világról alkotott előítéleteket.

A hazai vonatkozású hírek is igen távol estek a modern értelemben vett hírszolgáltatástól. A magyarországi vidéki hírek a közelebről vizsgált két évfolyamban 127 településről származnak, számuk összesen 717. A hírek korántsem esetlegesen jutottak el a szerkesztőségbe. A viszonylag nagy számosság és az, hogy a települések többé-kevésbé pontosan lefedik a korabeli magyar városhálózatot, arra utaló jelek, hogy a vidéki hírforrásokat tudatosan szervezték meg. Maguk a hírek formailag kevésbé hasonlítanak a modern értelemben vett hírekhez. Terjengősek, nem mentesek a bonyolult és zavaros megfogalmazásoktól. A szerzők érezhetően kínlódva vetették papírra cikornyás körmondataikat. Nemegyszer előfordul, hogy cikkíró arról panaszkodik, városában nem történik semmi, így hát nincs miről beszámolni. Ezzel azonban nem ér véget a tudósítás, hanem egy híradásnak álcázott, hosszadalmas leírás következik a város időjárásáról, fekvéséről, lakóiról, a helyi szokásaikról. A *Honderű* „hír”-einek szerzőit és a híryanagból szelektáló szerkesztőket szemmel láthatóan nem az motiválta, hogy a vidéki „hírlevelek” valódi információkat tartalmazzanak. A cél az volt, hogy lehetőleg minél több helyről és minél többször tudósítsanak; meg kellett mutatni az olvasóknak, hogy Magyarország valóban létező ország, melynek városai, falvai, lakói, kultúrája, szokásai vannak. Ennek megfelelően a nemzeti fejlődés valamely újabb állomásáról – magyar táncmulatság, magyar színház, magyar újság – patetikus elragadtatással írnak, míg az idegen kulturális elemek túlzott befolyását igazolni látszó eseményről, például egy nem magyar szerzőtől származó zenemű bemutatásáról igaz hazafiúi megrendüléssel számoltak be a tudósítók.

A „Pesti Salon” volt a *Honderű* fővárosi hírvivata. A három hírvivata közül talán ez volt a legkevésbé hírszerű és polgári. Frankenburg joggal gúnyolódik a „boudoirpletykák”,

melyek csak arra voltak jók, hogy az olvasó megtudja: „...melyik volt a csinosnál csinosabb táncosnők közül a legcsinosabb ... »leggratialebegésűbb«? melyik vigalom vegyíté a saloniakat a reggeli órák tánczai közé? ... s hogy roppant előkészületek tételnek (a jövő országgyűlésre tán? oh nem, hanem) a tizenhat éves »comtesse Melanie« bevezetésére a societébe”. A Pesti Salon szereplői nemesi származásuknak köszönhetően kerültek a lap hasábjaira. Ráadásul Petrichevich a kritikai hajlandóság legcsekélyebb jele nélkül glorifikálta hőseit, akik mint hajdan az udvari arisztokrácia tagjai, teljes pompájukban léptek az olvasók elé. Ezért számított a *Honderű* a kortársak szemében „talpnyaló” újságnak, s ezért volt az *Életképek* és a *Pesti Divatlap* öncélűdéseinek állandó céltáblája.

A HONDERŰ SZÓRAKOZTATÓ CIKKEI

Magyarországon a 19. század első felében a történeti tények rendezetlen halmazban hevernek a kutatni vágyók előtt. Nincs olyan konszenzuális tudományos rendezőelv, mely szabályozná hogyan, milyen események felsorakoztatása mentén lehet a magyar történelmet feldolgozni, értelmezni. Ugyanakkor a történelem az irodalomhoz hasonlóan hasznosnak bizonyuló segédeszköz a nemzetépítők kezében: felhasználható a magyarság „kincseinek” felsorakoztatására. E kincsek: a nyelv, a kultúra és a múltba ágyazott nemzeti dicsőség. A nyelvet egységesíteni és modernizálni kell, ezt a feladatot végzik el a nyelvújítók, Kazinczy és az Aurora-kör.

Hazafias lendülettől vezérelt tudósok és a tudományos felfedezésben hasznot gyanító kalandorok a nyelvhez hasonlóan a történelmet is életre próbálják kelteni. A *Honderű* is a nemzeti közszellemet és a közönség igényét igyekezett szolgálni azzal, hogy a lap egyik fő profiljává a történeti témájú novellák, balladák és értekezések közlését tette.

A *Honderű*ben található történeti írások között többségben vannak a magyar témájúak. A dolgozatok különösen három periódust kultiválnak: a magyar őstörténetet, az Árpád-házi királyok és a Hunyadiak korát. Ugyanakkor szinte sosem foglalkoznak újkori történelemmel, mindössze egy olyan cikket találtunk a közelebről vizsgált 1843-as és 1847-es évfolyamban, mely a kuruc időköt elevenítette fel.

Az értekezésekben a magyar történelem ábrázolása igen kevésbé felel meg a tényszerűség és a tárgyilagosság követelményének. A szerzők önkényesen szelektálnak a történeti események között, és csak a saját koncepciójukat alátámasztó tényekről vesznek tudomást. A ködösítés tipikus módja egyes események (túl)hangsúlyozása, másoknak jelentéktelenné zsugorítása. Így például a cikkírók a negatív eseményeket, a magyarok számára veszteséges kimenetelű csatákat nem részletezték, csupán általánosságban utaltak „a magyar Clio vérelepte napjaira”. Az egyetemes történelemmel foglalkozó dolgozatok tárgyilagosabbak, pontosabbak. Szerzőik bizonyos távolságból szemlélik hőseiket, hiányoznak az érzelmeiktől izzó, lelkendező vagy siránkozó megjegyzések. A hősök között a legnépszerűbbek a franciák, kiváltképp a „nagy” Napóleon.

Az értekezéseken kívül minden számban megjelent legalább egy „történelmi beszély”. A történelmi beszély történeti tárgyú, magyar témájú novella, mely a középkor misztikus világába kalauzolja az olvasót. A novella elején a szerző patetikus hangon emlékezik meg a hős magyar nemzet hányattatásairól. A magyar történelem vérzivataros, örökös viszály,

véres bel- s külharcok sötét éje, fondorkodással teli, vigasztalan, átkozott, mégis dicső aranykor, hősi idő, a nemzeti nagyság virága. A novellák repetitív elemekből építkeznek, a sztori mindig ugyanaz. A szereplők sem változnak. A főhősök arisztokrata családok sarjai, Frangepánok, Perényiek, Zichyek stb. Ők a pozitív hősök, bátrak és becsületesek, akik nemzetük és szerelmük védelmében ármányos cselvetésnek esnek áldozatul. Velük szemben állnak az idegenek vagy a „pór nép” valamely elvetemült fia. A cselekményhez dekorációul rendelkezésre áll a romantika pompázatos kelléktára, a hősök vad tájakon, magányos szirttetőkön, éjjeli viharban, villámfénynél vívják meg gigászi harcukat. A történetek kötelező eleme a szerelem, az összeesküvés, cselszövés, mérgezés, gyilkosság és természetesen a főhős halála. A szereplők sosem halnak meg természetes halállal, vagy megölik őket, vagy ők ölik meg saját magukat. A nők szerelmük, a férfiak a szent hon nevével ajkukon lehelik ki lelküket.

A szépirodalmi alkotások másik elterjedt típusa az életkép. Az életképek szerzői nehezebb helyzetben voltak, mint a történelmi beszélyeket író kollégáik, hiszen a lap szellemiségének megfelelően ők is nemesi származású hősöket mozgattak, de immár nem a történelem jótékony-történyű világában, hanem egy nagyváros, ritkábban falu vagy vidéki város hétköznapijaiban. S az arisztokraták néha bizony csetlettek-botlottak a modern polgári környezetben, inkább eltévedt utazóknak, mintsem az új rend letéteményeseinek látszottak. A szerzők mégis rájuk aggatták a polgáriaknak vélt értékeket. Így a nemesi származás attribútumaiként jelennek meg olyan klasszikus polgári erények, mint a takarékoság, becsületesség, intimitás, családi boldogság, biztos anyagi háttér. Bár nyíltan soha nem mondják ki, hogy egy közrendű nem lehet tisztességes, a novellairók mégis azt sugalmazzák, hogy a nem nemes sosem megbízható. Ez a születési előjoghhoz kötött „megbízhatóság” elsősorban nem „pénzügyi hitelképességre” vonatkozik, hanem egyfajta „lovagi erény”, az adott szó becsülete.

A szerzők a szépirodalmi írások esetében voltak a legszabadabbak az értékek megfogalmazásában. Ezért ez az a műfaj a folyóiratnak, mely a legmarkánsabban tükrözi a kettős, nemesi és polgári értékstruktúrát, s a legkevésbé burkolt formában „okítja” az olvasókat. Az elbeszélések szinte kivétel nélkül didaktikusak. Egyfelől az arisztokrácia egykor volt nagyságának példáját felidézve, azt az üzenetet közvetítik a késői utódok számára, hogy a dicsőség, mely a régi időkben lehetséges volt, lehetséges lesz a jövőben is. Másfelől azt a tanulságot hordozzák, hogy az arisztokráciának is alkalmazkodnia kell a megváltozott viszonyokhoz, élen kell járnia a polgári értékek elsajátításában és alkalmazásában. De hogy a történelmi nagyság és a jelenkori hétköznapiság, az arisztokratikus kiemelkedés és a polgári életmód szerepkonfliktusát hogyan oldják fel a régműltből otffelejtt utódok, arra *Honderű* nem ad választ.

IDEOLÓGIAI BÁZIS: NEMZETESÉDÉS ÉS POLGÁROSODÁS

Az „elválhatatlanok” címmel jelent meg Pompéry János novellája a *Honderű* egyik 1844. évi számában. A téma: banális szerelmi történet. Bécsből Pestre utazván a hajón két fiatalember megismerkedik egy csinos hölgygel, akinek mindketten udvarolni kezdenek. Az ostobácska, ingerkedő társalgásba magasröptű gondolatok vegyülnek. A

bemutakozáskor az egyik úrfi megkérdezi a kisasszonytól, vajon bécsi-e. „Nem – válaszolja a nő – én e hazának (Magyarországnak) leánya vagyok, de szüleim, kiket az udvarhoz sok érdek kötött, Bécsben nevelének, de ezután szándékozom a szép Magyarországnak lakni, mellynek nyelvét is, remélem, nem sokára birni fogom.” A szerelmes ifjak elbűvölten, egyszerre válaszolnak: „Olly ritka honunkban a magasbrangu nő, kinek keble oltárán a honszeretet lángolna föl s ki hazánk édes nyelvét zengenél! ... Akarjuk hinni, hogy Hunnia minden leánya szeretni fogja a honnyát s magyarnak fogja nevelni gyermekét.” Néhány óra múlva az egyik ifjú szerelmesen gondol szíve hölgyére, s e közben fejében nagyszerű eszmék kavarnak: „... A multban merengett, képzele előidézte a hont hajdani nagyságában, a nemzetet, melyet a megszaggatás és egyetnemértés átka olly sokszor sujtott bár, de melly Nápoly és Bécs falain lobogtatá szent zászlaját, s Nándor tornyain nem egyszer tüzött férfias karral keresztet.”

Joggal merül fel a kérdés, vajon hogy kerültek a propagandisztikus szövegbetétek egy szerelmi novellába? A fenti eset korántsem kivételes, a *Honderű*-ben, de a *Pesti Divatlap*-ban is gyakran jelentek meg efféle, az esztétikai kontextustól idegen, nyílt utalások, melyek magyarosításra, a nyelv elsajátításának és terjesztésének szükségességére hívták fel az olvasók figyelmét. A jelszavakként megfogalmazott felszólítások, mint ezt a fenti példa is mutatja, nem illeszkedtek a történetekbe. Kicsit olyanok voltak ezek a betétek, mint a kereskedelmi televíziókban a filmeket megszakító reklámok: ha az olvasó meg akarta tudni a történet végét, kénytelen volt átszaladni e „beszúrt” üzeneteken is.

A didaktikus-propagandisztikus részletekből kiütközik a szerkesztőségi szándék. Mint azt Petrichevich Horváth Lázár a lap előszavában leszögezte, a *Honderű* egyik legfőbb célja a magyar nyelv és kultúra terjesztése. Ezt a programot valósítják meg a szerzők és a szerkesztők, mikor látható módon arra törekednek, hogy a nemzeti ideológia minél többször reprezentálódjon a lap hasábjain.

Racionális megfontolás állott az ideológiai választás háttérében. A magyarság „dermedt állapotból való felébresztése”, a nemzetépítés volt az a politikai cél, amelyben többé-kevésbé minden politikai csoportosulás egyetértett. Konzervatívok és liberálisok között sosem volt vita abban a tekintetben, hogy a nacionalizmus kívánatos és szükséges program, s hogy a nemzettudat „felébresztésének” nincsen politikai alternatívája. Petrichevich tehát nem tett mást, mint lefordította a kor nagy üzenetét saját lapjának vulgárnacionalista nyelvére, s azt prófétálta olvasóinak: vagy magyarosodtok, vagy elvész a nemzet! Ezzel együtt a divatlapok közül éppen a *Honderű* az, amely a legkorábban hangnemet vált, s az 1846-os évtől kezdve egyre gyakrabban emeli fel szavát a túlzott nacionalizmus ellen. Például 1847 februárjában a *Honderű* közölte Széchenyi egyik akadémiai beszédét, mégpedig azzal a szerkesztői megjegyzéssel, hogy bár kevés a terjedelem, ez a szöveg olyan jelentős, hogy az olvasóknak feltétlenül meg kell ismerniük a tartalmát. Széchenyi arról értekezik, hogy a vakbuzgó nemzetiesítés ártalmára lehet a magyarságnak. A tűz átokká válik, s a hazaszeretet nem menti meg a népet, ha a magyarosítás „vakszerelemre, elbizakodottságra s ebből okvetlen eredő mások iránti türelmetlenségre fajult”.

A nemzeti irányultság képviselése mellett a *Honderű* támogatta és hirdette a polgárosodást is, mint olyan folyamatot, mely „előrehaladás és finomodás a társas életben”. A követendő modell a nyugati „kulturállam” volt, de nem a politikai jogegyenlőség, hanem kizárólag a civilizáció előrehaladottságának tekintetében: polgári lét az arisztokrácia és a nemesi rend számára.

A konzervatív *Honderű* szerkesztői Don Quijote-i elszántsággal próbálták hétről hétre megidézni a letűnő nemesi világ árnyait, álmokképpel bódítva olvasóikat. Arra nem voltak

és nem is lehettek képesek, hogy túlélési stratégiát kínáljanak az arisztokráciának, ahhoz viszont, hogy az egyedül lehetséges, reális megoldással szembesítsék az olvasókat, túlságosan határozatlanok és következtelenek, talán túlságosan elfogultak is voltak. Ellentmondásos politikai, társadalmi nézeteik ellenére mégis megnevesülnek, mert hősei egy tenni vágyó kornak, amely legalább szándékaiban nemes.

IRODALOM

- Angelusz Róbert: *Kommunikáló társadalom*. Gondolat Kiadó, Budapest, 1983.
- Csepeli György: *Nemzet által homályosan*. Századvég Kiadó, Budapest, 1992.
- Fábri Anna: *Az irodalom magánélete*. Magvető Kiadó, Budapest, 1987.
- Frankenburg Adolf: *Őszinte vallomások*. I–II. Pest, 1861.
- Frankenburg Adolf: *Emlékiratok*. I–III. Pest, 1867.
- Gerő András: *Magyar polgárosodás*. Atlantisz, Budapest, 1993.
- Gulyás Pál: *Magyar írói álnév lexikon. A magyarországi írók álnevei és egyéb jegyei*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 1956.
- Habermas, Jürgen: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Gondolat Kiadó, Budapest, 1971.
- Horváth Mihály: *Huszonöt év Magyarország történelméből*. 1823-tól 1848-ig. I–II. Genf, 1864.
- Kovács István Gábor: *Kis magyar kalendáriumi történet 1880-ig*. A magyar kalendáriumok történeti és művelődésszociológiai vizsgálata. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1989.
- Közhasznú ismeretek tára a Conversations-Lexikon szerint Magyarországra alkalmaztatva*. I–XII. Heckenast Gusztáv, Pest, 1839.
- Lackó Mihály: *Helyét kereső Magyarország*. Varga János könyvéről. *Valóság*, 26/1. 1983.
- Ledré, C.: *Histoire de la Presse*. Fazard, Paris, 1958.
- Mott, F. A.: *A history of American Magazines 1741–1850*. Harward University Press, Cambridge, Massachusetts, 1957.
- Niederhauser Emil: *Nemzetek születése Kelet-Európában*. Kossuth Könyvkiadó, Budapest, 1976.
- Paget, John: *Magyarország és Erdély*. Helikon, Budapest, 1987.
- Pajkossy Gábor: *Polgári átalakulás és nyilvánosság a magyar reformkorban*. MTA Történettudományi Intézet, Budapest, 1991.
- Pardoe, M.: *The City of the Magyar, or Hungary and Her Institutions in 1839–40*. George Virtue, Ivy Lane, London, 1840.
- Payne, G. H.: *History of Journalism in the United States*. Minnesota, Greenwood Press, 1920.
- Petrichevics Horváth, Lázár: *Kaleidoskop V*. Gyurian és Bagó, Buda, 1844.
- Rust, Holger: *A nyilvánosság fogalma*. In: Horányi Özséb (szerk.) *Kommunikáció 2*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest, 1978.
- Szabolcsi Miklós (szerk.): *A magyar sajtó története*. I. 1705–1848. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1980.
- Szalay László: *Publicisztikai dolgozatok I–II*. Heckenast Gusztáv, Pest, 1847.
- Szinnyei József: *Magyar Írók élete és munkái*. I–XIV. Hornyánszky Viktor, Budapest, 1891–1914.
- Teleki László: *Válogatott írások*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1963.
- Vasvári Pál: *Válogatott írásai*. Művelt Nép, Budapest, 1956.
- Vörös Károly (szerk.): *Magyarország története*. 1790–1848. I–II. Akadémiai Kiadó, Budapest, 1980.

Bartók János

TUDOMÁNY ÉS TECHNOLÓGIA A MAGYAR KÖZVÉLEMÉNYBEN

Miközben a modern tudomány és a magasan fejlett technológia Magyarországon is egyre inkább az emberek mindennapi életének szerves részévé válik, keveset tudunk arról, hogyan fogadja a közvélemény az állandóan megújuló „high tech” terjedését az élet minden területén. Az Amerikai Egyesült Államokban folyamatosan végeznek erre vonatkozóan kutatásokat. Egy 1993 januárjában készült itthoni felmérés keretében kísérletet tettünk az amerikai vizsgálatok magyar viszonyokra való átültetésével és az 1985. évi amerikai jelentés (Science Indicators, 1985) adatainak a tudománnyal kapcsolatos hazai közvélemény adataival való összehasonlítására. (A hazai vizsgálat adatfelvételét az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport megbízásából a Szonda–Ipsos végezte a 14 éven felüli lakosság 1000 fős, országos, a nem, az életkor és az iskolázottság szerint reprezentatív mintáján.)

Magyarországon a tudományos kérdések és az új felfedezések iránti érdeklődés közbeső helyet foglal el egyfelől a belpolitikai és az energiaproblémákkal kapcsolatos, másfelől a gazdasági és a külpolitikai kérdések iránti érdeklődés között (1. táblázat). Ugyanakkor a vizsgált témakörök sorában az űrkutatás iránti érdeklődés meglehetősen mérsékelt, aminek oka feltehetően a témakör távolsága, hiszen Magyarország önállóan nem folytat ilyen jellegű, látványos (űrutazás stb.) kutatásokat.

1. táblázat

Mi mennyire érdekli az embereket (százalékban)

| | nagyon érdekli | közepesen érdekli | egyáltalán nem érdekli |
|---|----------------|-------------------|------------------------|
| Gazdasági kérdések, üzleti élet | 27 | 46 | 25 |
| Új tudományos felfedezések | 30 | 44 | 26 |
| Új technológiák és találmányok hasznosítása | 29 | 40 | 29 |
| Energiaproblémák | 36 | 39 | 23 |
| Belpolitikai kérdések | 35 | 42 | 21 |
| Nemzetközi és külpolitikai kérdések | 26 | 46 | 25 |
| Űrkutatás, az űr hasznosítása | 15 | 35 | 47 |

Hasonlítsuk össze a magyarok érdeklődését az Amerikai Egyesült Államokban készült felmérések eredményeivel (2. táblázat).

2. táblázat

Mi az, ami az embereket nagyon érdekli? (százalékban)

| | Magyarország | USA |
|---|--------------|-----|
| Gazdasági kérdések, üzleti élet | 27 | 57 |
| Új tudományos felfedezések | 30 | 48 |
| Új technológiák és találmányok hasznosítása | 29 | 44 |
| Energiaproblémák | 36 | 40 |
| Belpolitikai kérdések | 35 | 30 |
| Nemzetközi és külpolitikai kérdések | 26 | 30 |
| Űrkutatás, az űr hasznosítása | 15 | 29 |

Az amerikai adatok forrása: Science Indicators, 1985.; Miller–Prewitt–Pearson, 1980.; Miller, 1982.; 1983.

Magyarországon az utolsó előtti helyre szorult a gazdasági, illetve üzleti kérdések iránti érdeklődés, amely az Egyesült Államokban abszolút elsőbbséget élvez. Témánk szempontjából azonban ennél sokkal fontosabb, hogy Magyarországon lényegesen kisebb érdeklődés mutatkozik a tudomány kérdéseiről, mint az USA-ban. Általában elmondhatjuk, hogy a magyar közvélemény kevésbé érdeklődik a szóban forgó témakörök iránt, és érdeklődése „befelé fordulóbb” (belpolitika), mint az amerikai polgároké.

3. táblázat

A tudomány és a technológia hatásainak értékelése (százalékban)

| | teljesen egyetért | részben egyetért | nem ért egyet |
|---|-------------------|------------------|---------------|
| A tudomány egészségesebbé, könnyebbé és kényelmesebbé teheti az életünket | 63 | 29 | 2 |
| Magyarország jövőbeli fejlődése a több és jobb technológián múlik | 53 | 34 | 5 |
| A társadalom gazdasági és szociális problémáinak többsége a technika fejlesztésével megoldható lesz | 24 | 45 | 22 |
| A tudományos kutatást akkor is támogatni kell, ha nem hoz közvetlen hasznot, mert szélesíti az emberi tudás határait | 50 | 32 | 9 |
| A vegyi, biológiai és atomfegyverek további fejlesztésével a tudomány és a technika veszélybe sodorhatja az emberiséget | 73 | 16 | 5 |
| A tudománnyal kapcsolatban egyik probléma az, hogy nagyon felgyorsítja az életünket | 33 | 38 | 19 |
| Általában azok az országok gazdagok, amelyek sok pénzt fordítanak a tudományra | 44 | 34 | 12 |

| | | | |
|--|----|----|----|
| A túlságosan sok tudás bizonytalanná teszi az embert annak megítélésében, hogy mi a jó és mi a rossz | 18 | 34 | 37 |
| Az ember hiába tervezi meg az életét, munkáját ésszerűen, az eredmény mindig más lesz, mint amit elképzelt | 40 | 41 | 13 |
| A legtöbbet azzal adhatjuk a gyermek-einknek, ha taníttatjuk őket | 71 | 20 | 3 |

A 3. táblázat alapján levonhatjuk azt a következtetést, hogy a magyar felnőtt lakosság döntő többsége szerint a tudomány könnyebbé és kényelmesebbé teszi az életünket, az ország jövőbeli fejlődése és gazdagsága a több és jobb technológián és a tudományos kutatásra fordított pénzen múlik, a tudományos kutatást mindenképpen támogatni kell, és legtöbbet azzal adhatjuk gyermekeinknek, ha taníttatjuk őket. A többség nem hiszi, hogy a túl sok tudás elbizonytalanítaná a jó és a rossz közötti különbség megítélésében, de problémát talál az élet felgyorsulásában. Ugyanakkor az emberek nem hisznek a tudomány és a technika mindenhatóságában, a többség nem gondolja, hogy a gazdasági és szociális problémákat a technika fejlesztése automatikusan megoldja. Reálisan látják a vegyi, biológiai és atomfegyverek fejlesztésével járó veszélyeket. A többség részben vagy teljesen egyetért azzal, hogy hiába tervez ésszerűen, az eredmény mindig más lesz, mint amit elképzelt.

Az amerikai vizsgálatok eredményeivel való összehasonlításban megállapítható, hogy a magyarok hasonlóképpen vélekednek a tudomány és technika hatásairól, mint az amerikaiak, de némileg határozatlanabbak, visszafogottabbak. A magyar felmérésben kisebb volt a „teljesen egyetért” vélemények aránya, és nagyobb volt a „részben egyetért” és a „nem tudom” válaszok száma. Az amerikaiak 85 százaléka szerint a tudomány könnyebbé és kényelmesebbé teszi az életet, 88 százalékuk szerint ez a jövőbeli fejlődés záloga, 82 százalék híve a tudományos kutatások támogatásának. Az amerikai polgárok olyannyira hisznek a tudomány és a technika mindenhatóságában, hogy többségük (58 százalék) szerint segítségükkel a gazdasági és társadalmi problémák nagy része is megoldható.

Hogy mennyire hatott az elmúlt évtizedek technológiai fejlődése az emberek életére Magyarországon, illetve az Amerikai Egyesült Államokban, arra következtethetünk a 4. táblázatból.

4. táblázat

Felfedezések hatása az életre (százalékban)

| | jobbá tették az életet | | rosszabbá tették az életet | |
|--------------------------|------------------------|-----|----------------------------|-----|
| | magyar | USA | magyar | USA |
| Kézi számológépek | 89 | 87 | 5 | 8 |
| Számítógépek | 86 | 88 | 7 | 9 |
| Lézersugár | 77 | 76 | 9 | 13 |
| Robotok és automatizálás | 68 | 64 | 18 | 28 |
| Űrállomások | 56 | 70 | 20 | 14 |
| Genetikai beavatkozások | 50 | 67 | 25 | 16 |
| Atomenergia | 48 | 48 | 33 | 44 |

Látható, hogy a számítógépek és a lézersugár a túlnyomó többség véleménye szerint egyértelműen jobbra tette az emberek életét, az automatizálás és az űrkitatás hatása már nem ennyire egyértelműen pozitív, a genetikai beavatkozások és az atomenergia hatása pedig erősen megosztja mind a magyar, mind az amerikai közvéleményt. A táblázatban lefelé haladva a magyaroknál erősebben növekszik a „nem tudom” válaszok aránya, ezeknek a találmányoknak a hatása Magyarországon nyilván még nem észlelhető mindenki számára, illetve kevésbé terjedtek el, mint például az Egyesült Államokban.

A VÉLEMÉNYEK KÜLÖNBÖZŐSÉGE AZ EGYES TÁRSADALMI-DEMOGRÁFIAI CSOPORTOKBAN

További részletesebb elemzések során kiderült, hogy a társadalom különböző csoportjainak véleménye a tudományról és a technikai fejlődésről szignifikánsan eltérhet. A társadalmi-demográfiai bontások ismertetésénél nem szorítkozunk a tudománnyal és a technikával kapcsolatos kérdésekre, hanem az összehasonlíthatóság végett a gazdasági és a politikai témakörökkel kapcsolatos vélemények megosztására is kitérünk.

Férfiak és nők

A gazdasági kérdések és az üzleti élet nagyon érdekli a férfiak 35 százalékát, a nőknek mindössze 19 százaléka nagyon érdeklődő ebben a témakörben. Az új tudományos felfedezések iránt a férfiak 38 százaléka érdeklődik erősen, a nőknek csak 23 százaléka. Az új technológiák és találmányok hasznosítása nagyon érdekli a férfiak 40, a nők 21 százalékát. Az energiaproblémák is a férfiakat érdeklik nagyobb mértékben (41 százalék), a nőket kevésbé (31 százalék). A belpolitika iránt nagyon érdeklődik a férfiak 39, a nők 32 százaléka; itt valamelyest csökkent a nemek közötti különbség, de továbbra is szignifikáns maradt. A külpolitika iránt nagyon érdeklődik a férfiak 32 százaléka, nőknél ez az arány 21 százalék. Az űrkitatás, az űr hasznosítása nagyon érdekli a férfiak 23 százalékát, a nőknek csak 10 százalékát érdekli nagyon, és egyáltalán nem érdekli 55 százalékát. Úgy tűnik, hogy ezekben az eltérő véleményekben a hagyományos férfi-női szerepeltvárások hatása érhető tetten.

A tudomány és a technika szerepét is különbözőképpen ítélik meg a férfiak és a nők. Amíg teljes az egyetértés férfiak és nők között abban a tekintetben, hogy a tudomány egészségesebbé, könnyebbé és kényelmesebbé teheti az életünket, már különbözőképpen vélekednek Magyarország jövőbeli fejlődéséről. A férfiak 62 százaléka teljesen egyetért azzal, hogy ez a több és jobb technológián múlik, a nőknek csak 51 százaléka véli így. A férfiak (22 százalék) a nőknél (18 százalék) jobban hajlanak arra a véleményre, miszerint a túlságosan sok tudás bizonytalanná teszi az embert a jó és a rossz megítélésében. A nők inkább (45 százalék, férfiak 41 százalék) egyetértenek azzal, hogy az ember hiába tervezi meg az életét és a munkáját ésszerűen, az eredmény mindig más lesz, mint amit elképzelt. A találmányokról (számítógép, lézer stb.) férfiak és nők hasonlóképpen vélekednek, egyedül az atomenergiáról alkotott véleményük különbözik: a férfiak közül többen (66 százalék) értenek egyet azzal, hogy az atomenergia jobbra tette az emberek életét; a nőknél ez az arány 53 százalék.

Főváros és vidék

Feltevésünk szerint a tudományhoz és a technikához való viszonyt nagymértékben meghatározza a lakóhely, illetve az adott településre jellemző életforma. A fővárosban élő emberek jobban ki vannak téve az új felfedezések, technológiák hatásának, az új tudományos eredményekről hamarabb informálódnak, mint a vidéken (falvakban) élők. Emiatt érdeklődésük és véleményük is nagymértékben eltérhet egymástól. Az elemzések nagyrészt igazolták várakozásunkat.

A gazdasági kérdések, üzleti élet nagyon érdekli a budapestiek 32, a vidéki városokban élők 26, a községekben élők 25 százalékát. Az új tudományos felfedezések iránti érdeklődés a fővárosban a legnagyobb (38 százalék), a vidéki városokban (33 százalék), de még inkább a községekben (24 százalék) már lényegesen kisebb. A falun élők 33 százalékát egyáltalán nem érdeklik az új tudományos felfedezések. Az új technológiák és találmányok hasznosítása tekintetében, valamint az energiaproblémák megítélésében nincs kimutatható különbség a településtípusok között, ezek nyilván egyformán érintenek mindenkit. A politikai érdeklődést tekintve ismét különbségeket találunk. Nagyon érdeklik a belpolitikai kérdések a budapestiek 46 százalékát, a városokban élők 34 százalékát, a községekben élők 30 százalékát; falun a legmagasabb azoknak az aránya (27 százalék), akiket egyáltalán nem érdekel a belpolitika. A külpolitika iránti érdeklődés hasonló képet mutat: nagyon érdeklődik a nemzetközi és külpolitikai kérdések iránt Budapesten 39, a vidéki városokban 24, a községekben már csak 21 százalék. Az úrkutatás és az űr hasznosítása iránt a fővárosban nagyon érdeklődik 22, a vidéki városokban 17, a községekben 12 százalék; a községekben élők többségét (51 százalékát) egyáltalán nem érdekli az úrkutatás.

Részben megoszlanak a vélemények a tudomány szerepéről is. Amíg a budapestiek 73 százaléka szerint a tudomány egészségesebbé, könnyebbé és kényelmesebbé teheti az életünket, addig a vidéki városiaknak már csak 69 százaléka ért ezzel teljesen egyet, a községekben lakóknak pedig csak 60 százaléka. Érdekes módon a fővárosiak bíznak legkevésbé abban, hogy a társadalom gazdasági és szociális problémáinak többsége a technika fejlesztésével megoldható lesz (23 százalék), a vidéki városokban ez a fajta bizalom 26 százalékra növekszik, és a községekben a legnagyobb: 28 százalék. Azzal az állítással, mely szerint a tudománnyal kapcsolatban az az egyik probléma, hogy nagyon felgyorsítja az életünket, teljesen egyetért a budapestiek 30, a vidéki városokban élők 41, és a községekben élők 35 százaléka. Magyarozatként kínálkozik, hogy a fővárosiak már „megszokták”, a községekben élők pedig még nem tapasztalták meg eléggé a felgyorsult életet. A vidéki városiak 50 százaléka teljesen egyetért azzal, hogy általában azok az országok gazdagok, amelyek sok pénzt fordítanak a tudományra, a fővárosban és a községekben ezzel kevésbé értenek egyet (47, illetve 48 százalék). Leginkább a községekben (23 százalék) értenek teljesen egyet azzal, hogy a sok tudás bizonytalanná tesz a jó és a rossz megítélésében, a vidéki városokban és a fővárosban (21, illetve 15 százalék) kevésbé gondolkodnak így. A találmányok megítélésében a különbségek elhanyagolhatóknak bizonyultak az egyes lakóhelyi csoportok között.

Iskolai végzettség

Nem fogunk meglepetést okozni, ha azt állítjuk, hogy az általános (tudományos és egyéb) érdeklődés és az iskolai végzettség között – magától értetődően – nagyon szoros kapcsolat van. A nyolc általános iskolai osztályt el nem végzettek többségét (56 százalékát) egyáltalán nem érdeklik a gazdasági kérdések, a nagyon érdeklődők aránya mindössze 19

százalék. Az ellenkező póluson vannak az egyetemet végzetek, 44 százalékukat nagyon érdeklik a gazdasági kérdések és az üzleti élet, csak 13 százalékuk nem mutat semmiféle ilyen érdeklődést. Az új tudományos felfedezések iránt az iskolázatlanok közül egyáltalán nem érdeklődik 59 százalék, nagyon érdeklődik 15 százalék. Az egyetemet végzetek körében ez az arány ellentétesre fordul: az új tudományos felfedezések iránt nagyon érdeklődik 47 százalék, egyáltalán nem érdeklődik 11 százalék.

Általában a középiskolai végzettség bizonyult annak a választóvonalnak, ahol a „nagyon érdekel” válaszok aránya nagyobb lett az „egyáltalán nem érdekel” típusú válaszokhoz viszonyítva. Az új technológiák és találmányok hasznosítása iránti érdeklődés az iskolai végzettség növekedésével párhuzamosan növekszik: nagyon érdeklődik a nyolc általánost el nem végzetek közül 16 százalék, az egyetemet végzetek körében 38 százalék. Az energiaproblémák iránti érdeklődésnél merőben más a helyzet: ez legjobban a középiskolát végzetek érdeklődését kelti fel (43 százalék), és legkevésbé a legalacsonyabb (23 százalék) és a legmagasabb (24 százalék) iskolai végzettségűeket érdekli nagyon. A belpolitikai kérdések iránti érdeklődésnél a már eddig is tapasztalt – és elvárt – trendet találjuk: nagyon érdekli a nyolc általánost el nem végzetek 20 százalékát, az egyetemet végzetek 49 százalékát. Még élesebbek a különbségek a nemzetközi és külpolitikai kérdések iránti érdeklődésnél: a legalacsonyabb iskolai végzettségű csoportból nagyon érdekel ez a témakör 13 százalékot, az egyetemet végzetek közül 53 százalékot. Az úrkutatás a legalacsonyabb iskolai végzettségű csoport 6 százalékát nagyon érdekli, 70 százalékát egyáltalán nem, az egyetemet végzetek közül 20 százalékot nagyon érdekel, 44 százalékot egyáltalán nem.

A tudomány és technika szerepének megítélésében is helyenként különbséget okozott az eltérő iskolai végzettség. Leginkább a legalacsonyabb iskolázottságú csoportban remélik (36 százalék), hogy a technika fejlesztésével a gazdasági és társadalmi problémák többsége megoldható lesz, a legkevésbé az egyetemet végzetek vélekednek így (15 százalék). A legalacsonyabb iskolázott csoport 43 százaléka teljesen egyetért azzal, hogy a tudománnyal kapcsolatos egyik probléma, hogy nagyon felgyorsítja az életünket; ezzel leginkább az egyetemet végzetek nem értenek egyet (40 százalék). Azzal, hogy a túlságosan sok tudás bizonytalanra teszi a jó és a rossz megítélését, egyetért a legalacsonyabb iskolázottak 29 százaléka, és nem ért egyet 30 százalékuk; az egyetemi végzettségűek közül teljesen egyetért mindössze 7 százalék, nem ért egyet 67 százalék, tehát az összefüggés lineáris. Az az állítás, hogy „hiába tervez az ember előre ésszerűen, az eredmény mindig más lesz, mint amit elképzelt”, teljes egyetértésre talált a legalacsonyabb iskolázott csoport 51 százalékánál, a kijelentéssel legkevésbé a főiskolát végzetek értettek teljesen egyet (28 százalék).

A tudományos felfedezések közül a számító-, illetve számológépek hatását tekintve az emberek életére, nincs kimutatható eltérés a különböző iskolázottsági fokú csoportokban, ugyanez a helyzet a genetikai beavatkozásokkal kapcsolatban is. A többi felfedezést az iskolai végzettség növekedésével párhuzamosan úgy értékelték, hogy ezek jobbá tették az emberek életét. A lézersugár a legiskolázatlanabb csoport válaszolóinak 64 százaléka szerint jobbá, 36 százaléka szerint rosszabbá tette az emberek életét, az egyetemet végzett csoportnál ezek az arányok 89, illetve 11 százalék. A robotok és az automatizálás terjedése hasonló válaszreakciókat váltott ki: az iskolázatlanok 68 százaléka szerint jobbá, 32 százalékuk szerint rosszabbá, az egyetemi végzettségűek 91 százaléka szerint jobbá, 9 százalékuk szerint rosszabbá tették az emberek életét. Az atomenergiáról alkotott vélemények még inkább

eltérnek az iskolai végzettség szerinti csoportosításnál: a legalacsonyabban iskolázott csoport többsége (52 százalék) szerint az atomenergia rosszabbá tette az emberek életét, az egyetemet végzetteknel éppen fordítva, 75 százalékuk szerint az atomenergia jobbá tette az emberek életét.

Életkor

Feltételezésünk szerint a tudomány és a technológia iránti érdeklődés az életkor előrehaladtával párhuzamosan csökken. Mint látni fogjuk, ez nem minden esetben van így. A gazdasági kérdések, üzleti élet iránti érdeklődés az aktív negyvenes korosztálynál a legmagasabb (nagyon érdeklő: 40 százalék), legalacsonyabb a legfiatalabbknál (20 százalék), és a legidősebbeknél (22 százalék). Elképzelhető, hogy ez a korosztály a leginkább személyesen érintett a kérdésben, mind az elszegényedés, mind a meggazdagodás ebben az életkorban a leggyakoribb. Az új tudományos felfedezések iránti érdeklődés lineárisan függ az életkortól: a legérdeklődőbbek a legfiatalabbak (nagyon érdeklő: 45 százalék), a legkevésbé az idősebbek (nagyon érdeklő: 22 százalék), tehát az érdeklődés folyamatosan csökken az életkor előrehaladtával. Az új technológiák és találmányok hasznosítása nagyon érdeklő a legfiatalabb korcsoport 39 százalékát, majd az érdeklődés csökken, hatvan év fölött már csak 24 százalék a nagyon érdeklődők aránya. Az energiaproblémák iránti érdeklődésnél ugyanazt a – fordított U alakú – összefüggést találjuk, mint amilyennel a gazdasági kérdések kapcsán már találkoztunk: legkevésbé érdeklődők a legfiatalabbak (22 százalék), ennél jobban érdeklődnek a harmincasok, nagyon érdeklődik a negyvenesek 46, az ötvenes korcsoport 43 százaléka, viszont hatvan év fölött az érdeklődők aránya lecsökken 33 százalékra. Hasonló összefüggéseket találunk a belpolitikai kérdések iránti érdeklődésnél is. A harminc év alattiaknak 22 százalékát nagyon érdeklő a belpolitika, az érdeklődés a negyvenes éveikben járó válaszolóknál éri el a maximumát (46 százalék), majd fokozatosan csökken, de még a hatvan éven felülieknél is viszonylag magas (36 százalék). A nemzetközi és külpolitikai kérdések a legkevésbé a fiatalokat érdeklik (nagyon érdeklő: 19 százalék, egyáltalán nem érdeklő: 30 százalék), az érdeklődés a negyvenes korosztálynál tetőzik (41 százalék nagyon érdeklődik, 19 százalék egyáltalán nem), majd fokozatosan csökken; a legidősebbeknél a nagyon érdeklődők aránya már csak 23 százalék. Az űrkutatás, az űr hasznosítása legjobban a fiatalokat érdekli (26 százalék), az életkor előrehaladtával az érdeklődés folyamatosan csökken (8 százalékra a hatvanon felüliek körében). A legidősebbeknél a legnagyobb határozott elutasítás aránya: 64 százalékuk válaszolt úgy, hogy egyáltalán nem érdeklő az űrkutatás.

Nem volt kimutatható összefüggés a tudomány hasznosságáról alkotott vélemény – mármint hogy egészségesebbé, könnyebbé és kényelmesebbé teheti az életünket – és az életkor között. A fiatalabb korosztályok kevésbé értenek teljesen egyet (50 százalék) azzal, hogy Magyarország jövőbeli fejlődése a több és jobb technológián múlik, a negyvenes éveikben járók 68, az ötvenesek 54, a hatvan év felettiek 64 százaléka viszont teljesen egyetért ezzel. Azzal az állítással, hogy a társadalom gazdasági és szociális problémáinak többsége a technika fejlesztésével megoldható lesz, a legkevésbé a fiatalok (18 százalék), leginkább az idősebbek (34 százalék) értenek egyet, az összefüggés lineáris. Attól leginkább az ötvenes éveikben járók tartanak (86 százalék), hogy a vegyi, biológiai és atomfegyverek fejlesztésével a tudomány és a technika veszélybe sodorhatja az emberiséget. A legidősebbeknél ez az arány 78 százalék, a fiatalabb korcsoportokban 75 százalék. Legkevésbé a fiatalok látnak problémát abban, hogy a tudomány nagyon felgyorsítja életünket (32 száza-

lék), ez az arány az életkor előrehaladásával egyre inkább növekszik (42 százalékra a legidősebbek körében). Azzal, hogy a túlságosan sok tudás bizonytalanná teszi az embert annak megítélésében, hogy mi a jó és mi a rossz, inkább az ötven évesnél idősebbek értenek egyet (25, illetve 26 százalék), az ötven éven aluliak kevésbé. Azzal, hogy a legtöbbet azzal adhatjuk a gyermekeinknek, ha taníttatjuk őket, negyven év alatt kevésbé (68 és 71 százalék), 40 év fölött inkább egyetértenek a válaszolók (81, 80 és 79 százalék).

A lézersugár a fiatalabbak szerint (93 százalék) inkább jobba tette az emberek életét, mint az idősek szerint (83 százalék), az összefüggés lineáris. Ugyanilyen összefüggést találtunk az úrállomásokkal kapcsolatos vélemény, és az életkor között, a fiatalok 81 százaléka szerint az úrállomások jobba tették az életünket, az idősebbeknek csak 65 százaléka vélekedik így; a csökkenés a korcsoportoknál folyamatos. A genetikai beavatkozások leginkább a harmincas korosztály szerint (73 százalék) tették jobba az emberek életét, legkevésbé a 60 év fölöttiek (51 százalék) vélekednek így.

Foglalkozás

A gazdasági kérdések, üzleti élet iránt leginkább a kisvállalkozók (60 százalék) és a vezető állásúak (50 százalék) érdeklődnek, legkevésbé az inaktívak (16 százalék), a betanított és segéd munkások (20 százalék), valamint a mezőgazdasági fizikai dolgozók (21 százalék). A kisvállalkozók érdeklődése a legnagyobb az új tudományos felfedezések iránt (51 százalék), őket követik a nem vezető diplomások (42 százalék) és a vezető foglalkozásúak (34 százalék); legkevésbé a mezőgazdasági fizikai dolgozókat (21 százalék), a betanított és segéd munkásokat (22 százalék) érdeklik az új tudományos felfedezések. Az új technológiák és találmányok hasznosítása nagyon érdekli a kisvállalkozók 47 százalékát, a diplomások 40 százalékát, a szakmunkások 36 százalékát, a vezető állásúak 31 százalékát; legkisebb az érdeklődés (19 százalék) a betanított és segéd munkás foglalkozási csoportban. Az energiaproblémák iránti érdeklődés is a kisvállalkozók körében a legnagyobb arányú (46 százalék), őket követik a szakmunkások (44 százalék), majd a vezető állásúak (41 százalék), legkevésbé az inaktívak (21 százalék) a nagyon érdeklődők. Az úrkutatás, az új hasznosítása legjobban a szakmunkásoknak kelti fel az érdeklődését (22 százalék), őket követik – minimális eltéréssel – a nem vezető foglalkozású diplomások, a kisvállalkozók és az inaktívak.

A tudománnyal kapcsolatos állításokkal való egyetértésben is megoszlanak a vélemények a különböző foglalkozási csoportokban. A vezető foglalkozásúak 45 százaléka teljesen egyetért azzal a kijelentéssel, hogy a tudománnyal kapcsolatban egyik probléma az, miszerint nagyon felgyorsítja az életünket. Hasonlóképpen gondolkodik a betanított és segéd munkások 43 százaléka, ezzel szemben a nem vezető állású diplomásoknak csak 31 százaléka, a kisvállalkozóknak pedig 35 százaléka vélekedik így módon. Azzal, hogy a túlságosan sok tudás elbizonytalanít a jó és a rossz megítélésében, leginkább a mezőgazdasági fizikai dolgozók (30 százalék), a szakmunkások (25 százalék) és a vezető foglalkozásúak (23 százalék) értenek egyet, a legkevésbé a diplomások (9 százalék), és a kisvállalkozók (11 százalék).

Nincs teljes egyetértés abban a tekintetben, hogy a számítógépek jobba tették az emberek életét. Amíg ezzel a vezetőik (97 százalék), a diplomások (97 százalék), az inaktívak (96 százalék) és a szakmunkások (96 százalék) majdnem teljesen egyetértenek, addig a betanított és segéd munkások (88 százalék), a mezőgazdasági fizikai dolgozók (89 százalék) és az egyéb szellemi foglalkozásúak (90 százalék) csak kisebb mértékben értenek egyet.

Hasonló a helyzet a lézersugár megítélésében is. Az úrállomások leginkább a nem vezető foglalkozású diplomások (87 százalék), a vezetők (83 százalék) és az inaktívak (83 százalék) szerint tették jobbá az emberek életét; ezzel legkevésbé a betanított és segéd munkások (58 százalék), valamint a mezőgazdasági fizikai dolgozók (65 százalék) értenek egyet. Arról, hogy az atomenergia jobbá tette az életet, elsősorban a vezető állásúak (77 százalék), a kisvállalkozók (72 százalék), és az egyéb szellemi foglalkozásúak (68 százalék) vannak meggyőződve, legkevésbé gondolják így a betanított és segéd munkások (44 százalék), és a mezőgazdasági fizikai dolgozók (51 százalék).

Médiafogyasztás

Mivel feltételezhető volt, hogy a tudomány és technológia iránti érdeklődés kapcsolatban állhat olyan – szociológiai értelemben nem kemény – változóval is, mint a médiafogyasztás, szerkesztettünk egy indexet, amely a médiafogyasztást volt hivatott mérni (a rádióhallgatás és tévézés idejét összevonva, alacsony, közepes és magas fogyasztással számolva). Érdelemleges kapcsolatot azonban nem találtunk a rádióhallgatással, illetve tévézésrel eltöltött idő és a tudomány-technikával kapcsolatos vélemények között.

ÖSSZEFOGLALÁS

A magyar emberek tisztelik, becsülik a tudományt és a technológiát, de reálisan látják esetleges veszélyeit is. Az amerikai polgárokkal ellentétben – akik majdhogynem mindenhatónak vélik a tudományt és a technikai fejlődést – a magyarok kevésbé hisznek abban, hogy a tudomány és a technika minden problémát teljesen meg tud oldani, mindazonáltal a tudományt és a technika fejlődését nélkülözhetetlennek tartják a társadalmi-gazdasági fejlődés szempontjából. Ugyanakkor bizonyos kérdésekben a közvélemény megosztott, az érdeklődés és a vélemények a különböző társadalmi-demográfiai csoportokban egymástól szignifikánsan különböznek. Elemzésünkben kimutattuk, hogy a tudomány iránti érdeklődés inkább jellemzi a férfiakat, a fővárosban élőket, a magasabb iskolai végzettségűeket, a fiatalokat, a vállalkozókat és a vezetőket. Kisebb fokú az érdeklődés a nőknél, a vidékieknél, az alacsonyabb iskolai végzettségűeknél, az idősebbeknél, a segéd munkásoknál és a mezőgazdaságban dolgozóknál.

IRODALOM

Harris, Louis: *The Road After 1984: the Impact of Technology on Society*. A report prepared for the Southern New England Telephone Company, 1983.

Miller, Jon D.: *A National Survey of Public Attitudes Toward Science and Technology*. Northern Illinois University, De Kalb, IL., 1982.

Miller, Jon D.: *A National Survey of Adult Attitudes toward Science and Technology in the United States*. University of Pennsylvania, 1983.

Miller, Jon D.–Prewitt, Kenneth–Pearson, Robert: *The Attitudes of the U. S. Public Toward Science and Technology*. A final report submitted to the National Science Foundation, 1980.

Science Indicators. The 1985 Report. National Science Board.

MÉDIAKUTATÁS NYUGAT-EURÓPÁBAN

Siune, Karen–Treuttschler, Wolfgang (eds.): *Dynamics of Media Politics. Broadcast and Electronic Media in Western Europe.*

Sage, London–Newsbury Park–New Delhi, 1992.

Ostergard, Bernd Stubbe (ed.): *The Media in Western Europe. The Euromedia Handbook.*

Sage, London–Newsbury Park–New Delhi, 1992.

Az előző évtizedben gazdaságilag és politikailag lassan, de határozott lépésekkel az egységesülés felé elinduló Európai Közösség tagállamainak neves média- és tömegkommunikáció-kutatói 1982-ben hozták létre az Euromedia Kutatócsoportot (ERG) azzal a céllal, hogy Nyugat-Európai összefüggésben, egymás tapasztalatait és kutatási eredményeit felhasználva, módszertanilag egységesen és összehangoltan, mindenekelőtt komparatív alapon tanulmányozzák az új európai kommunikációs rend legfontosabb vonásait, a médiapolitika és az (elektronikus) tömegkommunikáció új trendjeit, a továbbfejlődés problémáit. A részt vevő kutatók rendszeres szakmai találkozóin, konzultációk és konferenciáik során alakulnak ki azoknak a munkaanyagoknak a végleges változatai, amelyek azután 4-6 évente tanulmánykötetekben látnak napvilágot. Az ERG nem rendelkezik semmilyen központi pénzalappal, csupán az egyes kutatókat foglalkoztató intézmények anyagi forrása-ira támaszkodik, illetve néhány közszolgálati és magánkézben lévő műsorszóró eseti támogatásából tartja fenn magát. A Karen Siune irányításával és Denis McQuail, Olof Hultén vagy Jeremy Tunstall (hogy csak néhány nemzetközileg is jól ismert kutatót említsünk) nevével fémjelzett hálózatban a nyugat-európai országok mindegyike képviselteti magát. A nemzetközi kutatócsoportnak 1992-ben Európa tizenhét országából huszonnégy tagja volt, az eltérést a skandináv kutatók viszonylag magas száma okozza. A csoportnak nincs kelet-európai tagja.

Az ERG eddig két lépcsőben, négy kötetben adta közre vizsgálódásainak eredményeit, egy munka kivételével mindig a Sage Kiadónál. Az 1986-ban megjelent kötetek (*New Media Politics. Comparative Perspectives in Western Europe; Electronic Media and Politics in Western Europe: Euromedia Research Group Handbook of National Systems*) ugyanúgy „ikerkönyvek”, egymást kiegészítő és értelmező kötetek, mint a recenzió tárgyát képező újabb keltezésű két munka. Az egy időben publikált kötetek közül az egyik mindig átfogó igényű elméleti elemzést tartalmaz, háttérinformációkat nyújt, fejlődési irányokat próbál meg azonosítani, és a folyamatosan változó helyzetből adódó általános következtetéseket, előrejelzéseket ad közre. A másik könyvet konkrét esettanulmányok sora alkotja, amely a vizsgálatban szereplő országok műsorszórásának és médiastruktúrájának legfrissebb változásait és átalakulását veszi szemügyre, értelemszerűen a csoport leginkább illetékesnek tekinthető, jó terepismerettel és vonatkozó nyelvtudással rendelkező tagjának (vagy tagjainak) tollából. Az önmagukban is jól használható kötetpárok között a vizsgált anyag és az

alkalmazott diakronikus módszer természetéből adódóan számos visszamenőleges hivatkozás található.

A most szóban forgó két kötet közül a *Dynamics of Media Policy* az „elméleti” munka. A kötet négy fő részre oszlik, amelyek közül az elsőben az ERG hat tagja a kilencvenes évek nyugat-európai médiájának elemzéséhez alkalmazható elméleti keretet kívánja röviden kidolgozni, elsősorban az előző évtized legfontosabb jelenségeinek átalakulását vizsgálva, azokkal mintegy szembeállítva az új fejleményeket. A szerzők szerint a nyolcvanas években a nyugat-európai műsorszórás *közszolgálati, nemzeti és átpolitizált és nemkereskedelmi* volt. Ebben az időszakban az általuk „régí rend”-nek nevezett struktúrát fokozatosan egyre több kihívás érte, amelyek közül a technológiai volt a legerősebb mozzanat a nemzeti médiumok kialakult struktúrájával szemben, a fejlődést ezen területen a „változás” és a „megőrzés” erői közötti küzdelem dinamikája határozta meg. A régi rend destabilizálódása a nyolcvanas évek közepétől következett be, amikortól a nyugat-európai média fejlődésében négy fontos új tendencia fedezhető fel: a kereskedelmi jelleg felerősödése (kommercializálódás), a médiabirodalmak nemzetközivé válása (intenacionalizálódás), a központosított jelleg oldódása (decentralizálódás), illetve a médiaipar kialakulása (indusztrializálódás). A fentiek mellett további tünetek is világosan felismerhetők: a média monolit struktúráira mind a műsorszórás, mind a közönség vonatkozásában jellemző korábbi koherenciát egyre inkább felváltja a sokféleség, a töredezettség, a fragmentáció; viszont új, az eddigieknél szegmentáltabb, kisebb, kulturálisan és gazdaságilag azonban sokkal egységesebb közönségrétegek jelennek meg; a pénzügyi és jogi szabályozások olyan sokfélesége alakul ki, ami a kívánatos dereguláció ellen hat, egyre több a független, alternatív műsorszóró. Változásokon ment át a közszolgálatosság fogalma is, az ilyen jellegű intézmények egy ideje már politikai, gazdasági és technológiai értelemben egyaránt túlélési harcot folytatnak a kereskedelmi állomásokkal szemben. A nyolcvanas évek egyik meghatározó jelensége a helyi, közösségi műsorszórás problémája volt, a kilencveneseké az országhatárok virtuális „elmosódása”, a nemzeti keretek között működő műsorszórás válsága lesz. Ez a krízis a kutatók szerint akár a közszolgálati műsorszórás végét is jelentheti, amelyet egy új, a közönség számára nagyobb kínálatot és választási lehetőséget biztosító, elsősorban nemzetközi jellegű kereskedelmi médiumháló válthat fel, amelyben a korábban gondosan kiegyensúlyozott politikai és kulturális képviselési és megjelenési arányok újrafelosztása is szükségszerűvé válik.

A könyv ezt követő fejezetei a fenti (csak igen vázlatosan ismertetett) paradigma egyes jelenségeit járják körül. A második rész részletesen foglalkozik a határokat átlépő (crossborder) rádiós és televíziós műsorszórás szabályozási lehetőségeivel, technológiai és – nem utolsósorban – kulturális következményeivel. A harmadik fő egység a nemzeti tömegkommunikációs rendszerekre nehezedő nyomás természetét veszi górcső alá, külön figyelmet szentelve a nagyok árnyékában komoly gazdasági gondokkal küzdő kis országok gyártási és forgalmazási gondjainak és a nyelvi-kulturális identitás megőrzésével kapcsolatos kérdéseknek. A negyedik fejezet teljes egészében a helyi-közösségi médiumok problémáit taglalja és fejlődésük lehetséges irányát modellezi.

A *The Media in Western Europe* című munka tizenhét ország rövid mediaportréját vázolja fel az ábécé sorrendjében. Minden fejezet azonos belső tagolású, az adott országról szóló ismertetés szerzője sorra veszi az olyan általános jellemzőket, mint a terület, a népesség, a népsűrűség, a jelenlegi politikai helyzet és a média jogi szabályozásának 1945 utáni története, illetve mostani állása. Ezt követi az adott ország nyomtatott sajtóstruktúrájának bemutatása, a legfontosabb lapok (tulajdonviszonyok, pénzügyi helyzet, politikai

irányultság, példányszám stb.) szigorúan tényszerű számbavétele, olykor táblázatok segítségével. A fejezetek második (és általában hosszabb) része az elektronikus médiumok állapotáról számol be hasonló szempontok szerint, adott esetben külön alcímet szentelve egy-egy sajátosan egyedi jelenségnek vagy modellnek. Minden országismertetést statisztikai táblázat zár, amelyben (nagyjából egységes szempontok szerint) a szövegben elszórt adatok összefoglalva újra megtalálhatók, megkönnyítve ezzel az összehasonlítás lehetőségét. A kötet leltárszerű szerkezete jó áttekinthetőséget biztosít, adatai frissek és sokatmondók.

A *Dynamics...* tömören, helyenként kifejezetten tézisszerűen megírt, problémacentrikus elméleti munka, amelynek főbb megállapításai időközben a kelet-európai régióban is beigazolódni látszanak. A két kötet egymást kiegészítve megkerülhetetlen munka azok számára, akik ma a tömegkommunikáció elméletével és/vagy médiapolitikával foglalkoznak.

Nagy Zsolt

POLITIKA SÖTÉT SZÍNEKBEN

Hall Jamieson, Kathleen: *Dirty Politics. Deception, Distraction and Democracy.*
Oxford University Press, New York, 1992.

Jobban nem is lehetett volna időzíteni: az 1992-es elnökválasztási kampány utolsó heteiben jelent meg a „kemény stílusú” politikai kommunikáció világába kalauzolós kötet. A könyv aktualitására egyébként sem lehet panasz, hiszen már a folyó kampány első állomásairól, az 1992-es előválasztások némely epizódjáról is beszámol. Nem véletlen, hogy a munka a szélesebb közönség körében is figyelmet váltott ki, és szerzője gyakran tűnt fel a szakértők között a kampány eseményeit elemző vitaműsorokban.

Aligha kell indokolni, hogy a negatív kampányt középpontba állító könyv – kevéssel az 1994-es magyarországi választások után – hazai szemmel sem érdektelen olvasmány. Még akkor sem, ha közvetlenül csak kevés megállapítása vonatkoztatható a hazai viszonyokra. (Hogy a keretfeltételek különbségei közül csak néhányat említsünk: a kétpártrendszer körülményei közt a propagandahatás-ellenhatás tényezői némiképp kiszámíthatóbbak, mint a többpárti modellben; erősen különböznek a kétfajta kultúra önprezentációval és „ellenprezentációval” kapcsolatos tőréskülöbségei; s persze arról se feledkezhetünk meg, hogy az amerikai médiarendszerben nem léteznek az olyan típusú kormányvezérelte „közszolgálati” csatornák, amelyek az 1994-es választási kampány hangnemét Magyarországon megszabták.) Valószínű, mindezek a mozzanatok közrejátszanak abban, hogy a negatív kampánystílus az amerikai talajon eredményesebben üzemel – a könyv legalábbis ezt a benyomást sugallja. S talán annak is szerepe van, hogy e műfajt ügyesebben művelik, saját terepüket legalábbis jobban ismerik a kinti kommunikátorok, mint a magyarországi pártok körül tevékenykedő – hazai vagy „importált” – reklámszakemberek.

Bár lehet, mindez Amerikában sem annyira egyértelmű; az 1992-es választási kampány finisében legalábbis erősen megoszlott a médiszakértők véleménye a negatív kampány hatékonyságáról. A könyv alapbeállítódására azonban erősen rányomják a bélyegüket az 1988-as tapasztalatok. Hosszan foglalkozik annak motívumaival, hogyan csökkentek oly drámai módon a demokrata jelölt, Dukakis esélyei a választási kampány utolsó szakaszában. Az úgynevezett Willy Horton-ügy központi szerepet kapott a véghajrában a republikánus kampánystratégiában. A színes bőrű Willy Hortont korábban gyilkosságért ítélték el életfogytiglani börtönbüntetésre. A Massachusetts államban, Dukakis kormányzásának színhegyén meghonosodott gyakorlatnak megfelelően eltávozásra kapott engedélyt, s ennek során egy újabb gyilkosságot követett el. A Horton-ügy nagy port vert fel, s az erre felépített politikai reklámok az esetet a liberális engedékenység szimbólumaként állították be. (Egyes

kommentátorok szerint a manifeszt üzenetet látens módon átszínezte az illető faji hovatarozása is.) Dukakis kampányát ettől kezdve végigkísérte az ügy; a jelöltek közti tévévitában is erősen firtatták álláspontját, az újságírók feltették például a kérdést, hogyan vélekedne akkor, ha egy családtagja vált volna a „kimenő” áldozatává. Felmérések szerint Dukakis rezzenéstelenül elvi válasza tovább rontotta esélyeit a választás előtt.

Ha a könyvben a közelmúlt történései állnak is a középpontban, Jamieson széles tablót rajzol fel az amerikai választások történetének egészéről. Az elmúlt kétszáz évet végigpásztázva, a negatív kampány számos válfaját vonultatja fel, újságcikkekkel, az egykor dívó karikatúrákkal is gazdagon illusztrálva. Ha jobban belegondolunk, a negatív kampány minden formája nélkül – a fogalmat most szélesen értelmezve – a választások valójában elképzelhetetlenek. A pártok saját törekvései igazán kontúrosan csak az ellenfelek programjának, kormányzati gyakorlatának bírálataival fejezhető ki. Mondani sem kell, a kampányok története nem pusztán ebben az értelemben vett konfrontációra szolgál példakkal.

A könyv a legtöbb részletet már az elmúlt négy évtizedből, a televíziós korszakából sorakoztatja fel. Jamieson számos adattal dokumentálja, hogy a programok részletes bemutatása helyére egyre inkább a rövid reklám lépett a maga szlogenjeivel, no meg az ellenfelek szimbolikus ledorongolásával. Az elemzés párhuzamot von e tendencia és a közönségnek a választási műsoroktól való – a nézettségi adatok tanúsága szerinti – fokozatos elfordulása között. A médiaüzenetek a racionális döntés kognitív megalapozása helyett egyre inkább a tudatalatti impulzusok befolyását sugallják. A tényleges alapkérdések háttérbe szorulnak; gyakran a versenyben vezető és az „underdog” jelölt is kerül a társadalmat megosztó témákat, s inkább a konszenzusos kérdéseket favorizálja. Jamieson összeveti az elmúlt évtizedek választásait, s közülük azt az 1960-as és 1980-as kampányt említi aránylag tartalmasként, amikor a szoros küzdelem a jelöltek programjuk világosabb körvonalazására készítette.

A szerző a kampányok sematizálódásáért és a stratégiai (konfrontációs) szemlélet felülkerekedéséért mindenképp előtt azt a médiagyakorlatot hibáztatja, amely a választási versengés „lóverseny”-szerű beállítását teszi magáévá, szemben a problémák megoldásának, a kedvezőbb alternatívák kiválasztásának keresésével. Úgy tartja, a közvélemény-kutatások eredményeinek kiemelt hangsúlya („ki áll nyerésre”) a közönség oldalán is a verseny szemléletmód kialakulásához vezet. A választók a kampány állomásait inkább nézőkként, „drukkerekként”, mint információt kereső, programokat szembeállító, a jelöltek elszámoltató állampolgárokként követik. A vitákban sem annyira az kelt figyelmet, kinek az érvei meggyőzőbbek, inkább az, ki lép fel megnyerőbben. S a verseny állása nemcsak a jelöltek, hanem a média magatartását, a jelöltek iránti érdeklődést, az interjúk témáit, sőt kérdezői módját is meghatározza.

Jamieson munkája végül is szélesebb kérdéskört fog át, mint a negatív kampány (illetve az ezzel szembeni védekezési módok) gyakorlata. A kampányok médiabeli kezelésmódján kívül a jelöltek lehetséges versenytaktikáival is foglalkozik, és csokorba gyűjti ezzel kapcsolatban a legáltalánosabb „hüvelykujjszabályokat”. Hogy néhányat említsünk közülük: a versenyben vezetők a várakozások csökkentésében érdekeltek (az ígérek túlajtása később visszaiüthet); tekintélyes külföldi vezetőkkel együtt mutatkozni „az álmoskönyvek szerint jót jelent”; a kampányban végig fontos a kezdeményezés; a félreérthető vagy téves nyilatkozatokat mielőbb tisztázni kell; a versenyben vezető jelöltnek nem szabad kockáztatnia (s különösen a kampány vége felé új frontokat nyitnia), a túlzott önbizalom látszatát viszont kerülnie kell; s – ami sokakat megtéveszt – a lelkes tömeg a kampánygyűléseken még nem

a győzelem jele. Mint a szerző megjegyzi, ezek az „arany szabályok” a média kampánygyakorlatát is erősen áthatják, a sztárriporterek is ezekre az előfeltevésekre alapozzák a jelöltekkel készített interjúikat.

Ha Jamieson könyve – Murray Edelman nyomdokain – a politikai stratégiákkal, a szimbolikus üzenetek világával foglalkozik átfogóan, a közvéleményre gyakorolt hatás mint imponderábilis tényező kisebb figyelmet kap. A szerző e tekintetben alighanem média és közönsége „jól összecsiszolt” együttesét, a befogadói reakciók több-kevesebb kiszámíthatóságát tételezi fel. Ha itt hiányérzetünk van, ismét a más irányú hazai tapasztalatok ötlenek fel elsősorban (gondoljunk az elmúlt időszakban olyannyiszor felidézett bumerángeffektusra). De, ahogy már szó volt róla, talán az amerikai eset sem annyira egyértelmű. Hadd hivatkozzunk – személyes tapasztalat alapján – még egy esetre a közelmúltból. Az elnökválasztás éve az Egyesült Államokban egyben a Kongresszus részleges megújításának időszaka is. Wisconsin állam egyik szenátusi tisztségéért az 1992-es demokrata előválasztások során hárman indultak versenybe, köztük az addigi képviselőházi tag Russ Feingold, s mellette két milliomos vetélytárs. Feingold éppen anyagi hátrányából próbált erényt kovácsolni: olcsó (bár korántsem amatőr) kampányában az olcsó kampányt reklámozta, ami az eredmények szerint igencsak bevált. Amerikában is szokatlan fölényrel az „előszavazatok” hetven százalékát tarolta le. A következő menetben republikánus ellenfele, a hivatalban lévő szenátor már keményebb ellenfélnek bizonyult, a negatív kampány kemény eszközeitől sem riadva vissza. Feingold továbbra is „házilagos” reklámfilmekkel, egyszersmind sok humorral válaszolt ellenfele meg-megújuló támadásaira. Végül, ha nem is az előzőhöz hasonló arányban, de biztosan nyerte a szenátusi választást.

Tulajdonképpen maga az elnökválasztási kampány sem egészen a régi kerékvágásban haladt már legutóbb. Talán egy esélyes harmadik jelölt – a tévében egyszerű grafikonjaival félórányi kiselőadásokat tartó, és sokak meglepetésére igencsak nézett –, Ross Perot feltűnése is közrejátszott abban, hogy a versengés végig napirenden tartotta az amerikai gazdaság legégetőbb problémáit. Általános vélemény szerint az elnökjelöltek újszerű, fórumjellegű formákat is felvonultató három tévévitája is eleget tett egészében a várakozásoknak. A tévécsatornák újabb generációját képviselő kábeltévé-társaságok pedig különösen sok új színt vittek a kampányba. A CNN *Crossfire* című rendszeres esti „párbajműsora” rendkívül pregnánsan ütköztette a pártok állásfoglalásait fontos aktuális vitakérdésekben, Larry King telefonos, „visszabeszélős” talk-show-i pedig plasztikus képet adtak a pártok vezéralakjainak habitusáról, egyéniségéről. Még az ifjúsági szubkultúra vezető csatornája, az MTV is bekapcsolódott a választási kampányba (Bill Clinton nevezetes szaxofonszólóját adta itt elő, de hosszú interjúban is válaszolt a fiatal választókat érdeklő kérdésekre; a szavazás terén kevésbé aktív fiatal korcsoportok „felrázására” a pártok egyébként is komoly erőfeszítéseket tettek). Végül, de nem utolsó sorban a közügyek specializált kábelhálózatát, a C-SPAN-t kell említeni. A kampány valamennyi fontos eseményét egyenesben, vágatlanul „in vivo” adta, s háttérbeszélgetései is fontos motívumokat hoztak felszínre. A könyv szerzője több helyen szól e programról, mely számára fontos munkaeszköz is lehetett.

A könyvek köszönetnyilvánításai időnként sokatmondóak. Kathleen Jamieson többek közt fiairól szól e helyen, mint akik „zokszó nélkül mondtak le az HBO-ról a C-SPAN kedvéért”. Talán nem véletlenül említi a szerző e csatornát, amely az elmúlt időben különösen sokat tett azért, hogy – idézzük fel a könyv címét – a „piszkos” és a „politika” szavak kissé különváljanak egymástól.

Tardos Róbert

A KOMMUNIKÁCIÓTUDOMÁNY KÉZIKÖNYVE: ÚJABB KÍSÉRLET A SZINTÉZISRE

Chaffe, St. H.–Berger, Ch. R. (eds.): *Handbook of Communication Sciences*.
Sage Publications, London, 1993.

Úgy tűnik, az amerikai kommunikációkutatók körében mintegy húszévenként meg-
érik a helyzet arra, hogy egy nagyigényű vállalkozás keretében összegezzék a
tudományterület eredményeit. A szintézis igényével először Wilbrum Schramm foglalta
össze a kommunikációkutatás eredményeit 1954-ben megjelent *Process and Effect of Mass
Communication* című munkájában. Az alapötlet, hogy olyan szerzőtársakat kell keresni, akik
az emberi viselkedést kutató különböző tudományterületeken a kommunikációval is foglal-
koznak, sokáig termékenynek bizonyult. Az így összegyűjtött nézőpontokból az emberi
kommunikációt úgy lehet bemutatni, mint ami eredendően interdiszciplináris terület, számos
megközelítés keresztútján található, talán nincs is igazi, saját szerűsége. Az összképet a
pszichológia, a szociálpszichológia, a szociológia, a politikatudomány, az antropológia, a
nyelvészet területén dolgozók sajátos megközelítésmódjai rajzolták ki. Schramm még talá-
lóan fogalmazta meg metaforáját, hogy a kommunikáció kutatása olyan akadémiai keresztút,
ahol sokan kelnek át, de csak kevesen haladnak rajta.

A különböző rokon tudományterületek szemléletmódjából összeálló szintézis igé-
nye, illetve lehetősége később más összefoglaló kötetek számára is alap gondolatul
szolgált.

A most bemutatandó kézikönyv szerkesztői – R. Berger, a Northwestern Universityről
és H. Chaffee a Stanfordinról – előzményükként idézik ezek közül az 1973-ban megjelent
Handbook of Communication című kötetet, amely Pool, Schramm, Maccoby és mások
szerkesztésében látott napvilágot.

Ugyanígy korábbi előzményei voltak a kommunikációtudomány saját szerűsége kere-
sésének is. A kötet szerkesztői – elismerve az elődök szintézistörekvéseinek jogosságát –
ezt a megközelítésmódot helyezték előtérbe. A kötet címe is utal erre: *Handbook of
Communication Science*. A szerkesztők szerint erre az ad jogot, hogy a kommunikációkuta-
tás az elmúlt évtizedekben kinőtt a korai kvantitatív, leíró és alkalmazott jellegű megköze-
lítésekből, és egyre inkább elméletek alapján saját metodológiával keresi a kommunikáció
különböző területein a törvényszerűségeket. Csökkent a kommunikációkutatás függősége
más humán tudományterületektől is. Mindezek azzal a következménnyel jártak, hogy a
kommunikáció kutatása önálló tudományterületté vált. Ezek után a szerkesztők termé-
szetesen nem kerülhetik meg a szűkebb definíciót, hogy mit is értenek – legalább a kötet
összeállításának hatókörében – kommunikációtudomány alatt: „A kommunikációtudomány

a szimbólumok és jelzőrendszerek (symbol and signal systems) keletkezésének, folyamatainak és hatásainak megértésére törekszik, oly módon, hogy tesztelhető elméleteket fejleszt ki, beleértve a törvényszerű általánosításokat is, amelyek képesek leírni a vizsgált jelenségek keletkezését, folyamatait és hatásait.”

A kötet szerkesztői kellően általános szintű definíció megfogalmazására törekedtek. Olyan meghatározásra, amelybe nehézség nélkül beleilleszhető a kommunikáció sokszínű, sokszínterű jelenségvilágának tanulmányozása, beleértve a nem verbális kommunikációt, az interperszonális, a szervezeteken belüli kommunikációs jelenségeket és folyamatokat, a tömegkommunikáció széles jelenségvilágát, a politikai kommunikációt és más területeket. Bár a definíció elég általános, mégis következik belőle, hogy egy sor a kommunikációval foglalkozó aktivitás nem tekinthető a kommunikációtudomány művelésének. Így a szerkesztők sajnálattal állapítják meg, hogy az olyan intellektuális tevékenység, amely egyes egyének vagy intézmények (például a tömegkommunikáció) szimbolikus outputját kritizálja, nem tekinthető a kommunikációtudomány részének. Az ilyen tevékenység kimerül abban, hogy többé vagy kevésbé standard és idealizált esztétikai normák alapján ítéleteket hoz; ezek nem alkotnak semmilyen tudományos elméletet. A definíció értelmében ugyanígy nem részei a tudományterületen végzett munkának azok a morális vagy etikai megjegyzések, reflexiók, amelyeket személyek vagy intézmények kommunikációs tevékenysége kapcsán fogalmaznak meg. Látható, hogy a kommunikációtudomány sajátosságának kiemelése érdekében eléggé szigorúan bánnak el bizonyos intellektuális, elemző és kritikai tevékenységekkel. Könnyű szívvel minősítik ezeket a tudományterület határán kívül esőnek, még akkor is, ha elismerik, hogy léteznek olyan határesetek, amelyek ilyen mércével csak nehezen minősíthetők egyértelműen. Példájuk szerint, ha egy elemző Martin Luther King beszédeinek stílusát tanulmányozza abból a szempontból, hogy hogyan vált a polgárjogi mozgalom vezetőjévé, ez a munka nem tekinthető a kommunikációtudomány részének. De ha ugyanez a kutató a politikai mozgalmak vezetői által írt beszédek egy nagyobb halmazát tanulmányozza, azzal a reménnyel, hogy összefüggést sikerül találnia a stílus és a politikai hatékonyság között, akkor ez már tudományos tevékenység a fenti szűken vett értelemben is.

A vázolt gondolatmenetből egyértelmű a szerzők törekvése, hogy a kommunikációtudományt olyan diszciplínaként írják le, amely beleilleszkedik az amerikai hagyományok alapján kifejlődött társadalomtudományok – a pszichológia, a szociológia, a politikatudomány stb. – vonulatába. Alapvető jellemzőjük, hogy úgynevezett középszintű elméletek alkotásával keresik az összefüggéseket: konzisztens hipotézisekből építkeznek. Ezeket az elméleti konstrukciókat mérhető, empirikusan tesztelhető részekre bontják, és meghatározott metodológiák alapján adatokat gyűjtnek, jól körülírható módszerekkel tesztelik az adatokat és az összefüggéseket, végül az eredmény annyit, hogy vagy megerősítik és elfogadják, vagy elvetik a kiindulási konstrukciókat.

Talán érdemes kicsit részletesebben is idézni abból a szerkesztők által írt fejezetből, amelyben az elméleteknek a tudományban és speciálisan a kommunikációtudományban játszott szerepéről írnak.

AZ ELMÉLETEK SZEREPE A KOMMUNIKÁCIÓTUDOMÁNYBAN

Megfogalmazásuk szerint az emberi kommunikáció tudománya abból az optimista feltételezésből indul ki, hogy az emberi viselkedés a rendszeres, szisztematikus tanulmányozás során megérthető és a megértés nyomán jobbítható is. A tudomány elsődleges célja a megértés, de csak ezen alapulhat a jobbító szándékú beavatkozás.

A kommunikációtudomány általános célja lehet az előrejelzés, a predikció és a kontroll. A kontroll nem azt jelenti, hogy a tudomány művelői be akarnának avatkozni az egyének vagy az intézmények céljaiba. A kontroll ebben az összefüggésben azt jelenti, hogy a kutató meg akarja érteni, hogy bizonyos jelenségek hogyan jönnek létre bizonyos feltételek megléte esetén. Ezeknek a feltételeknek a megértése a tudományos előrejelzés alapfeltétele. Például a kommunikáció elméleteit fel lehet használni a cigaretták reklámozásához éppúgy, mint ahhoz, hogy meggyőzzük az embereket, hogy a dohányzás káros az egészségre. A kommunikáció kutatásával foglalkozónak számot kell vetnie azzal, hogy eredményeit és előrejelzéseit fel lehet használni úgy, hogy az hasznos és jó legyen a társadalom számára, és ellenkező értelemben is. A tudósunk bele kell törődnie abba, hogy eredményei felhasználhatók olyan célok érdekében is, amiket nem kívánt, vagy épp ellenkezőnek személyes értékeivel.

A kommunikációkutatók sokat vitatkoznak az elméletekről. A leggyakoribb kérdések már az alapoknál felmerülnek: mi az elmélet, mi a jó elmélet? Ebben a kötetben számos elmélet kerül szóba, kifejtésre kerülnek ezek tézisei, és számos javaslatot kaphatunk arra vonatkozóan is, hogy hogyan lehet megerősíteni vagy cáfolni ezeket. Az elemzés négy szintje, ami a kötet keretét adja, nem elméleti igényű közelítés, de lehetőséget kínál számos terület szintézisére, és így terepe lehet egy általános kommunikációelmélet kifejlesztésének.

Az elmélet munkadefiníciójaként a következőt javasolják a szerzők:

– Az elmélet olyan (fogalmi) konstrukciók halmaza, amelyek viszonyokat, relációkat kifejező fogalmakkal vannak összekapcsolva, illetőleg amelyben ezek az elemek egymással belsőleg konzisztens kapcsolatban vannak. A konstrukciók az egyes esetekből általánosított fogalmi elemek. Például az „interperszonális hatás”, mint egy elmélet lehetséges elemi konstrukciója, azt a változást jelöli, amit egy személy gyakorolni képes egy bizonyos szituációban egy másik egyénre vagy egy csoportra. A konstrukciónak különböző absztrakciós szintjük lehet, az elmélet absztrakciós fokától függően. Ezek a fogalmi konstrukciók elméleti változókként szerepelhetnek, ami azt jelenti, hogy különféle értékeket vehetnek fel, egymással szorosabban vagy kevésbé szorosan összefügghetnek. Az emberi kommunikáció területén a lehetséges változók közötti összefüggések nem egyszerűek, gyakran nem is lineáris jellegűek, lehetnek negatív korrelációk is, vagy inverzek, gyakran csak közelítő jellegűek. A kommunikációs gyakorlatra jellemző összefüggéstípus az, ami egy ideig fokozatosan növekvő hatást produkál, majd egy ponton ez a hatás az ellenkezőjébe fordul. Jó példákat lehet erre találni a reklámkampányokban, amikor az emberek egy név vagy egy márka gyakori előfordulása nyomán telítődnek vele, és a hatás a szándékoltnak az ellenkezőjébe fordul.

Az elméletekhez keretfeltételek tartoznak. Számos kérdésre gyakran halljuk a kutatóktól azt a választ, hogy „attól függ”. Például a munkahelyi csoportokban folyó kommunikáció szabályszerűségeivel foglalkozó elméletet nem lehet változtatás nélkül alkalmazni a családi környezetben folyó kommunikáció szabályszerűségei tanulmányozásához.

Az elméleti konstrukció részeként kialakított változók méréséhez, igazolásához a változók operacionalizálására van szükség. Az empirikusan mérhető formára hozás számos problémát rejt magában. Gyakori, hogy egy elméleti fogalom mérhetővé tett, empirikus megfelelője a gyakorlatban az elmélet alapján elvárttól eltérve másként működik. Ez gyakran okoz problémát különböző vizsgálatok összehasonlításánál. Máskor az elmélet olyan fogalmakkal dolgozik, amelyeknek nem lehet megtalálni az empirikus megfelelőjét. Az is előfordul, hogy egy elméleti feltevés igazolásához számos szituációt meg kell vizsgálni, és ezek között ellentmondó eredményeket produkálók is vannak.

Számos példát találunk erre a médiában előforduló agresszív tartalmak és az emberek agresszív viselkedésének összefüggését vizsgáló kutatások között.

Az elméleti konstrukciók értékeléséhez hét kritériumot javasolnak a szerzők:

1. Az elmélet megvilágító ereje. Mennyiben képes a jelenségek részleteit, ismeretlen részeit megmagyarázni.
2. Előrejelző ereje. Jövőben bekövetkező eseményeket előre tudjon jelezni.
3. Parsimonia. Ez azt jelenti, hogy az egyszerűbb elmélet egyszerűbb valóságos összefüggésekre reflektáljon, a bonyolultabb szituációkra bonyolultabb elmélet legyen alkalmazható.
4. Cáfolhatóság.
5. Legyen belső konzisztenciája.
6. Heurisztikus provokációképesség. A jó elmélet újabb hipotéziseket generál, ennek nyomán a tudás újabb területeire nyílik betekintési lehetőség.
7. Szervezőerő. A jó elmélet nemcsak új tudást generál, hanem a meglevőt is szervezni képes.

Az elmélet kialakulására és működésére, a fenti kritériumok szemléltetésére a szerzők az agenda-setting elméletet hozzák fel példaként. Cohen 1963-ban úgy fogalmazott, hogy a média nemcsak abban is sikeres, hogy megmondja az embereknek, mit gondoljanak, hanem abban is, hogy miről gondolkodjanak. McCombs ezt a gondolatot úgy interpretálta, hogy a sajtóban azokat a témákat kereste, amelyekről az emberek azt gondolták, hogy fontosak. Az 1968-as választási kampány idején tesztelték ezt a teóriát először, és azt találták, hogy szoros összefüggés mutatható ki az újságokban található témák és aközött, hogy az emberek hogyan döntöttek a szavazás során. A későbbiekben természetesen nem minden kutató erősítette meg az elméletet és különféle empirikus munkák tovább finomították. Talán a legfontosabb az volt benne a kutatók számára, hogy heurisztikusan provokatív volt. Számos vizsgálatot lehetett szervezni köré, amelyek más irányú összefüggéseket is felszínre hoztak. Feltárták az elmélet korlátait, határait, és mindez visszahatott az eredeti elképzelésre is. Ez a példa szemlélteti, hogy az elméletalkotás a kommunikációkutatásban milyen folyamat keretében halad előre.

Gyakran hiányolják a kommunikációkutatás területén az úgynevezett nagy elméletet, mint amilyen például az elemek periódusos rendszere, vagy amilyen az evolúció elmélete. A kommunikációkutatás területén inkább a részletek kimunkálásában sikerült eddig előrehaladni. A nagy elméleti összefoglaló törekvések nem voltak sikeresek. Lazarsfeld azt javasolta, hogy inkább törekedjenek a középszintű elméletek kifejlesztésére, amelyek számos empirikus eredményt képesek szintetizálni.

A KOMMUNIKÁCIÓELEMZÉSEK SZINTJEI

A kötet kereteit négy elemzési szintet felvázoló koncepció alkotja. Az első szinten az egyén áll a vizsgálat középpontjában, ezt intraindividuális szintnek nevezik. Az egyén reakciói, belső változásai jelentik a vizsgálat területét, melyekkel a kommunikációs aktivitásokra reagál.

A második szinten az interperszonális kommunikáció vizsgálata található, két vagy több ember kommunikációjának szabályszerűségei alkotják a vizsgálat terepét.

A harmadik szinten a hálózatok és a szervezetek kommunikációjának vizsgálata folyhat. Itt az emberek vagy a csoportok különböző viszonyokban, különféle kontextusokban kommunikálnak.

Végül a negyedik a makrotársadalmi szint, ahol a nagy társadalmi rendszerek összefüggései, kommunikációja kerül a vizsgálat középpontjába.

A szerzők hangsúlyozzák, hogy ez a négyes elemzési szint nemcsak a kommunikációs kutatások áttekintési kerete lehet, hanem képes szervezni is a jövőbeni kutatásokat. Célok lehet megfogalmazni, módszereket lehet kialakítani, elméleteket lehet tesztelni benne. Különféle témák az elemzés mind a négy szintjén kutathatók, így például a szocializáció az egyén, a család, az intézményi struktúrák vagy a kulturális hatások, a tömegkommunikáció szintjén. Másik példa lehet a politikai kommunikáció, amelyben jelen van a véleményformációkból álló szint, az interperszonális szinten a családi hatás; a reference group vagy az etnikai csoport hatása, végül makroszinten a politikai kampányok hatása, mint társadalmi szintű hatás.

A vázolt keretben az elemzési egységek elkülönítésére is kínálkozik mód, és a szintézis lehetősége is megjelenik. Olyan kérdések kidolgozása vezethet a szintézis irányába, mint a vizsgált szinten a résztvevők aktivitásának leírása, a rendszer szervezetségi fokának feltárása, a kommunikációs célok felderítése. Foglalkozni kell a nem várt hatások számbavételével is. A kutatások számos ilyet leírtak, elsősorban a diffúziós vizsgálatokban, illetve a választási kampányok vizsgálataiban során.

Érdekes szempont lehet az emberi feldolgozóképeség határainak vizsgálata a kommunikációs szituációkban, illetve a hatás szempontjából. Köztudott, hogy az emberek a rájuk zúduló információknak csak töredékét dolgozzák fel. Ide tartoznak a kulturális sémák és egyéni hiedelmek, mint szervező struktúrák, amelyek a hiányzó láncszemeket kitöltik, illetve a feldolgozást irányítják. A környezet, a szituáció, a kontextus is befolyásolja az egyén feldolgozási képességét.

Az új kommunikációs technikák erősen befolyásolják a hozzáférhető információ mennyiségét, és lehetőséget kínálnak sajátos, esetenként egyéni feldolgozási módok kialakítására is. A számítógép ilyen irányú lehetőségei (a tárolás, a feldolgozás, visszakeresés területén) a viták középpontjában állnak. Ezekben a vitákban gyakran hiányzik az egészséges szkepszis, amivel értékelni kellene ezen technikai eszközök jövőbeli hatásait.

Talán az eddigiekből is kitűnik, hogy a kötet két szerkesztője „erős kézzel” nyúlt a témához és a szerzőgárdát is ennek megfelelően gyűjtötte a munka köré. Igaz, a kézikönyv gondolatának felmerülésétől a megjelenésig elég hosszú idejük volt a koncepció kimunkálására. A bevezetőben említik, hogy 1983-ban vetődött fel először a terv, az International Communication Association Dallasban rendezett kongresszusán, és a Sage Kiadó vezetői kezdettől támogatták a gondolatot. Az, hogy a kézikönyvet a kommunikációkutatókat tömörítő legnagyobb nemzetközi (bár tagságát tekintve túlnyomórészt amerikai) szervezettel készültek megvalósítani, meghatározta a lehetséges szerzőgárdát, és azt is, hogy a mégoly markáns európai kommunikációkutató iskolák vagy irányok nem jutottak szerephez benne.

Elég csak utalni itt példaként a német kommunikációkutatás elméleti irányaira, vagy a tömegkommunikáció, a közvélemény vizsgálatában elért német eredményekre, az angol kritikai iskolára, a svéd vagy a finn kommunikációkutató irányzatokra vagy az izraeli iskolára. Ezek még az említés szintjén sem fordulnak elő a könyvben.

A nemzetközi szervezet, mint kutatási közeg egyéb hatást is gyakorolt a kötetre. Az utóbbi időben hasonló volumenű (kötetenként 800-900 oldalas) évkönyv került ki az ICA műhelyeiből, a *Communication Yearbook*, amelyben a tudományterület legfrissebb eredményeiről igyekeznek számot adni a szerzők. Ugyancsak a Sage Kiadó és az ICA együttműködésének eredménye az a négy, egyenként hasonlóan terjedelmes „szakmai kézikönyv”, amely a kommunikációtudományt egy kicsit más szempont szerint tagolva tárgyalja. A felosztás szerint ezek a fő területek a szervezeti, az interperszonális, az interkulturális, valamint a politikai kommunikáció. Ilyen versenyhelyzetben a *Handbook* szerkesztői rákényszerültek arra, hogy feszes kereteket szabjanak összegzési kísérletüknek. Ez a gyűjtéményes kötetek szerkesztői gyakorlatában már majdnem szokatlan módon, úgy nyilvánult meg, hogy a szerkesztők szinte maguk írták meg a kötet vázát. Az Előszó, a Bevezető, és az összegző Epilógus mellett a négy fő részben minden egyes részt saját bevezető fejezettel indítanak, ahol újra és újra hangsúlyozzák koncepciójuk részleteit.

Ez a koncepció lényegében két vagy inkább három metszetet próbál vázolni a tudományterület összegzési kereteként. Leginkább átfogónak, és bizonyos értelemben egy általános elmélet kereteinek is tekintik az elemzési szintek (levels of analysis) nevet viselő koncepciójukat. Annak a gondolatnak, hogy ez a vázlat milyen értelemben hordozza az általános elmélet lehetőségeit és elemeit, külön fejezetet szentelnek, beleillesztve az elméletéről vallott általános nézeteik ismertetésébe.

Ahhoz, hogy áttekintsük a kötet szerkezetét, nem szükséges a fentiekben vázolni részletesebben bemutatni a szerkesztők elképzeléseit. Koncepciójuk illusztrálására egy-egy összefoglaló írást is közölnek olyan szerzőktől, akiktől amúgy sem állt távol az egyén kommunikációs aktivitásának vizsgálata, vagy a kisközösség, a személyközi dimenzió, az intézményeken belüli kommunikáció és a lazább társadalmi szerveződések vizsgálata, amelyeket hálózatokként írnak le. Végül a társadalmi alrendszerek összefüggéseivel, a tömegkommunikációs intézmények működésével a makroszintű elemzés foglalkozik, amelyről összefoglaló írást ugyancsak találunk a kötetben.

A KOMMUNIKÁCIÓ FUNKCIÓI

A kommunikációs funkciók vizsgálata a fenti elemzési dimenzióktól független megközelítés. A szerkesztőknek láthatóan ez nem volt olyan kedves, mint az elemzési szintek mindenre ráhúzható általános sémája. A funkció itt a kommunikáló ember céljaira utal. Mivel az ember céltudatos lény, kommunikációja is legtöbbször céljaival van összefüggésben. Természetesen számtalan célt fel lehet sorolni, ezért a fejezet írásaiban csak néhány jól körvonalazható jelenségre koncentráltak a szerzők. Bevezetőként D. McQuail egy saját maga által szerkesztett mátrixot használva sorol fel számos olyan kommunikációs funkciót, amivel számolni kell vagy lehet. A további írások a szerkesztői koncepciót némiképp keresztezve, olyan meglehetősen különböző dolgokról szólnak a kommunikáció

funkciói főcím alatt, mint a nyelv vagy a nem verbális jelzések. Talán olyan részletek teszik ezt hihetővé, mint amikor Giles és Wiemann írásukban (*Language, Social Comparison and Power*) megjegyzik, hogy a nyelv (egyik) szerepe az, hogy a társadalomban hatalmat hozzon létre, és egyben reflektáljon is arra.

A kommunikáció szerepe az egyén szocializációjában egyértelmű fontosságú (Keef, J. O'–Reid–Nash, K.: *Socializing Functions*). Külön írás foglalkozik a meggyőző kommunikációval, illetve a kommunikáció meggyőző szerepével (Miller, R.: *Persuasion*) valamint a különböző szintű konfliktusok kommunikációs szituációként, jelenségként való elemzésével (Roloff, E.: *Communication and Conflict*).

Természetesen egy rövid recenzió keretei között nem lehet még jelzésszerűen sem beszámolni egy közel ezer oldalas kézikönyvben szóba kerülő valamennyi témáról, elméletéről, igazolt vagy vitatott tudományos elképzelésről. Ilyenekből számosat produkált a kommunikáció tudománya az elmúlt évtizedben is. Ezek áttekintése, rendszerezése már maga is oka lehetett volna egy kézikönyv összeállításának. (Nem szóltunk például a Kontextusok című fejezetről, amelyben a kommunikáció színterei kerülnek terítékre, így a családon belüli kommunikáció, a házaspárok közötti, a gyerek és felnőttek közötti folyamatok, a fogyasztók meggyőzéséért folyó kommunikáció, a beteg emberrel folytatott, gyógyító célú kommunikáció, végül a kommunikáció professzionalistáinak képzése, a közvélemény, a politikai kampányok, a kultúrák közötti kommunikáció problémái, csapdái, törvényszerűségei. A felsorolásból is sejthető, hogy ezek a dolgozatok legalább olyan érdekesek, mint a fent kicsit bővebben bemutatottak.)

A jelenlegi hazai szituációban, amikor meglehetősen szűk keretek közé szorult a kommunikációkutatás, mint tudományos diszciplína, fokozott jelentősége van a fent bemutatott kézikönyv megismerésének, szempontjai feldolgozásának, kritikai értékelésének, az eredmények alkalmazásának. Az elmúlt négy-öt évben a hazai terepet az jellemezte, hogy egy hosszabb fejlődési periódus nyomán felhalmozódott tudományos ismeretanyagot, elemzési skilleket néhány profitorientált magáncég jól kamatoztatta a közvélemény-kutatásban, a piackutatás és a médiakutatások területén. Másrészt egyre több felsőoktatási intézményben van beindulóban a kommunikáció területén jártas vagy épp ott professzionális képzést nyújtó kommunikátorok, újságírók és a szervezeti kommunikáció területén jártas értelmiségiek kiképzése. Ezeknek az új, egyetemi és főiskolai tanszékeknek elemi igénye, hogy a fent bemutatotthoz hasonló, összefoglaló kézikönyv jellegű ismerettárat tudjanak a hallgatóik kezébe adni. Bár a bemutatott kézikönyv meglehetősen drága, és a Kommunikációelméleti Kutatócsoport szakkönyvtárán kívül nem sok hazai könyvtárban található meg, úgy tűnik, megismertetése mégis megindíthat egyfajta közös gondolkodást vagy összefogást a területen dolgozó hazai kutatók, oktatók körében.

Tölgyesi János

IRODALOM

- Asante, M.–Newmark, E. (eds.): *Handbook of Intercultural Communication*. Sage, London, 1988.
 Berger, Ch.–Chaffe, S. H. (eds.): *Handbook of Communication Science*. Sage, London, 1993.
 Jablin, F. et al. (eds.): *Handbook of Organizational Communication*. Sage, London, 1987.
 Knapp, M.–Miller, G. (eds.): *Handbook of Interpersonal Communication*. Sage, London, 1987.
 Nimmo, D.–Sanders, K. (eds.): *Handbook of Political Communication*. Sage, London, 1988.
 Schramm, W.: *The Process and Effects of Mass Communication*. University of Illinois Press, Urbana, 1954.

CONTENTS

| | |
|---|----|
| Róbert Angelusz: CHANCES OF PUBLIC COMMUNICATION | 3 |
| Mária Vásárhelyi: IMAGES OF THE SYSTEM IN THE PROCESS OF SYSTEM CHANGE | 20 |
| Mihály Gálik: WAITING FOR MEDIA LAW | 25 |
| Jolán Róka: VISUAL MANIPULATION | 36 |
| Tamás Terestyéni: A GAP BETWEEN THE TV NEWS AND THE PUBLIC | 42 |
| Mónika Mátay: PUBLIC COMMUNICATION IN THE FIRST HALF OF THE 19th CENTURY | 57 |
| János Bartók: PUBLIC OPINION ON SCIENCE AND TECHNOLOGY | 69 |

96 Ft