

*Hain Ferenc*

## **Információs társadalom és kommunikációkutatás**

### **Az MTA–ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoportja**

A hazai kommunikációkutatás vezető műhelye – a Magyar Tudományos Akadémia támogatott kutatóhelyeként – az ELTE most szerveződő Pedagógia-Pszichológia Karán működik. A korábbi Tömegkommunikációs Kutatóintézet szakmai örökségét is továbbvivő Kommunikációelméleti Kutatócsoport kis létszámú, ám annál megbecsültebb része az akadémiai kutatóhálózatnak. 1992 óta széles körű szakmai hatással és együttműködési programokkal vált a tömegmédiának, majd az infokommunikációs eszközöknek a hatásait kutató szakemberek referenciapontjává.<sup>1</sup> A Kutatócsoport munkájának ismertetésére felkértük Terestyéni Tamást, akinek a segítségével összeállítást készítettünk a kommunikációkutatás legfontosabb irányairól, majd egy interjú keretében a műhely főbb szakmai törekvéseit mutatjuk be.

A kutatócsoport elődje, a Tömegkommunikációs Kutatóközpont a hatvanas évek második felétől megszűntéig a Magyar Rádió egyik főosztályaként, majd a Televízió és a Rádió közös háttérintézményeként, illetve a Tájékoztatási Hivatalhoz tartozóan működött. Utódja a Magyar Közvélemény-kutató Intézet (MKI) lett, amely a ma a piaci szférában működő közvélemény-kutató intézetek legtöbbszörének bölcsőjeként is szolgált. Az MKI-t 1991 őszén egy kormányrendelet jogutód nélkül megszüntette, az intézet azon tagjainak azonban, akiknek a tudományos teljesítményét elismerte, a Magyar Tudományos Akadémia felkínálta a további kutatócsoportként való működés lehetőségét, helyet adva az egykori intézet infrastruktúrájának, az országban akkor egyedülálló szakkönyvtárának. A kutatócsoport jelenlegi formájú működését végül – akadémiai támogatású egyetemi kutatóhelyként – 1992-ben kezdhette meg, az akkori ELTE BTK Pszichológia Tanszékcsoportján a szociálpszichológia tanszékhez kapcsolódva.

Jelenleg a kutatócsoport tagja Terestyéni Tamás mellett Angelusz Róbert, Tardos Róbert, Tölgyesi János és Vásárhelyi Mária.

Angelusz Róbert Tardos Róberttel közösen vizsgálta, illetve vizsgálja többek között a politikai részvétel kapcsolathálózati vonatkozásait, illetve ezek tágabb társadalmi összefüggéseit. Szintén együtt vettek részt a magyarországi zsidó népesség átfogó vizsgálatát célzó kutatásban, ahol a feltárt eredmények kapcsolathálózati, illetve tudásstílus vonatkozásait dolgozták fel. Munkásságuk egyik érdekessége például, hogy egyedüli empirikus társadalomtudományi próbálkozásként, mint kulturális konfliktust elemezték Zámbo Imre (Jimmy) társadalmi megítélését. Angelusz Róbert kutatói tevékenysége mellett az ELTE Szociológiai Tanszékének tanszékvezetője, míg Tardos Róbert a Magyar Szociológiai Szemle főszerkesztője.

<sup>1</sup> A közelmúltban például a kutatócsoport is részt vett a Tudástársadalom Kutatóközpont szervezésében készült, a Magyar Tudományos Akadémia több kutatóhelyének közreműködésével kidolgozott, „A digitális televíziózás kérdései a bölcsészeti tudományok szemszögéből” című tanulmány háttérkutatásaiban, amelyek az Antenna Hungária megrendelésére készültek.

Terestyéni Tamás, aki a kutatócsoport gondozásában megjelenő *Jel-Kép* főszerkesztője is, egyebek mellett az elektronikus és nyomtatott médiumok tartalomelemzésével, a napirend kérdésével foglalkozik. Az ORTT felkérésére elemezte például a Kosuth Rádió Vasárnapi Újság, az ATV Sajtóklub, illetve Újságíróklub című műsorait, valamint szerkesztője a kutatócsoport és az Osiris Kiadó közös szakkönyvsorozatának.

Tölgyesi János az általános használati szokások magyarországi megjelenésén túl az internet olyan speciális felhasználói és társadalmi sajátosságait vizsgálja, mint a hacker-aktivitások jellemzői, illetve az alternatív hálózati szerveződések létrejötte és terjedése. Részt vett a kutatócsoport és a Közgazdaság-tudományi Egyetem együttműködésében lezajlott VIPU-projektben, ahol az intenzív internet használat és egy új, interaktív multimédia-szolgáltatás, az igény szerinti filmnézés (video on demand) összefüggéseit vizsgálták. Jelenleg is tagja a Westel és az MTA Filozófiai Intézetének együttműködésében folyó mobilkommunikáció-kutató közösségnek.

Vásárhelyi Mária az általános médiahasználati szokások vizsgálatán túl a közszolgáltatóság kérdésével foglalkozik, aminek kapcsán elemezte például a 2002-es országgyűlési választások során tapasztalt politikusi és közéleti megnyilvánulásokat a médiában. Szervezője volt – a Közép-Európai Egyetemmel együttműködésben – a választásokat és annak társadalmi vonatkozásait elemző konferenciának, illetve részt vett az ebből készült kötet szerkesztésében. Publicisztikai munkássága kiterjedt és nagy visszhangot kiváltó.

Ahogy az egyes kutatók kapcsán említett példákban és Terestyéni Tamásnak a kutatócsoport közeljövőbeli terveiről számunkra készített összeállításából is látszik, a műhely érdeklődése és tevékenysége három nagyobb témacsoportba rendeződik:

## **I. TÁRSADALMI KOMMUNIKÁCIÓ XXI. SZÁZADI KONTEXTUSOKBAN, ENNEK ELMÉLETI ÉS MÓDSZERTANI PROBLÉMÁI**

1. A közszolgálat értelmezése az új infokommunikációs környezetben. A közszolgálati műsorszórás hagyományosan a kutatócsoport egyik központi kutatási témája, különös tekintettel a társadalmi-politikai átalakulások hatásaira, a kereskedelmi műsorszórás meghonosodására és az új technikai vívmányok terjedésére. Az újabb változások és a nemzetközi tapasztalatokban már megjelenő problémák a kérdéskör folytatólagos vizsgálatát teszik szükségessé. *A kommunikációs technika fejlődése, a felgyorsult globalizálódás, a médiumok (televízió, számítógép, internet, multimédia) konvergenciája és az interaktivitás lehetősége új perspektívákat nyit, egyúttal azonban megkívánja a közszolgálat fogalmának újraértelmezését.* A csoport vizsgálni kívánja, hogy a régi és az új kommunikációs eszközök társadalmi-jogi szabályozásában, illetve a szabályozás milyensége körüli közéleti vitákban miképpen jelenik meg és ütközik az állami-bürokratikus hatalmi törekvés és az információszabadság iránti állampolgári igény, vagy – egy más dimenzióban – a globális gazdasági nyomás és a nemzeti kulturális értékek védelme.

2. Kommunikációs struktúrák és közönségtípusok: a médiafogyasztás új jellemzői. A sokcsatornás televíziózás térhódítása nyomán a médiafogyasztás egy új, a korábbiánál komplexebb tipológiájának kidolgozására tettünk lépéseket. Az új kommunikációs

struktúrák kutatásának további lényegi kérdése a *kommunikációs blokkosodás (pilléresedés)*. A médiafogyasztási minták fragmentálódása nemcsak érdeklődési és ízlés-szintek szerint megy végbe, hanem – a politikai tagolódásban megfigyelhető polarizálódásnak megfelelően – politikai blokkok szerint is. Megfigyelhető az elkülönülés bizonyos műsorok, műsортípusok, de tévéadók, csatornák és ezek közönségének politikai orientációja szerint is. Maga a folyamat, és ennek a társadalmi nyilvánosságra és a közgondolkodásra gyakorolt hatása hosszabb távú kutatási probléma.

3. Kommunikációs kompetencia és digitális literáció. *A kommunikációs kompetencia a technika fejlődésével, a kommunikáció új eszközeinek differenciálódásával és terjedésével már régen nem csak az írni-olvasni-számolni tudást, azaz a hagyományos literációt jelenti, hanem egyre inkább hozzátartozik a számítógép, az internet, a digitális multimédia-eszközök használatának képessége.* Ezt az újfajta kommunikációs kompetenciát *digitális literációnak* nevezhetjük, és kutatását a média és az internet használatának korábbi elemzéseire, valamint az anyanyelvi és idegen nyelvi kompetenciát vizsgáló adatgyűjtésekre alapozhatjuk. *Az interkulturális kommunikáció* terjedésével a kommunikációs kompetencia kulturális összetevőinek vizsgálata is gyakorlati feladattá válik.

4. A tudástársadalom kommunikációelméleti megközelítései. Kutatási feladatként tűzték ki annak felmérését, hogy a hagyományos kommunikációelméleti megközelítések (kultivációs elmélet, a használat és szükségletkielégítés elmélete, a kommunikációs cselekvés elméletei, nyilvánosságelméletek stb.) a tudásalapú (információs) társadalommal kapcsolatban mely kérdéskörök tisztázásához nyújthatnak segítséget, illetve annak vizsgálatát, hogy az új infokommunikációs környezetben melyek azok a sajátosságok, amelyek megkérdőjelezzik a hagyományos kommunikációelméletek tételeit és gyökeresen új megközelítéseket igényelnek. Vizsgálni kívánják a *digitalizálás, a konvergencia és az interaktív média terjedését, használati módjait és társadalmi-kulturális következményeit*, különös tekintettel a következő kérdésekre: Milyen hatást gyakorolnak a multimédiás technikai lehetőségek az információ és a tudás formájára, szerkezetére és tartalmára? Milyen viszony alakul ki az információ termelésében a vizualitás és a verbalitás között? Milyen tudás- és műveltségismény fogja vezérelni az információs társadalmat? Lesznek-e a tudásnak új tartományai, és mi fogja jellemezni ezeket? Milyen lesz a virtuális valóság és a „valóságos” valóság szerepe és viszonya? Miképpen élnek majd az emberek az interaktivitás lehetőségeivel?

5. Közösség, kultúra és kommunikáció. Karl Deutsch a társadalmi kommunikáció (annak eszközei, technikája, szokásai, struktúrája) és a közösségek, illetve kultúrák kölcsönös meghatározottságát tételezi. *A kutatás célja annak feltárása, hogy a rohamosan változó és gazdagodó kommunikációtechnikai lehetőségek milyen hatást gyakorolnak a közösségekre, azok jellegére, stabilitására, határaitra.* A feladatuknak tekintik a témával kapcsolatos elméleti irodalom feldolgozását, hazai tudományos gondolkodásba történő integrálását és az egyes kulturális közösségekre gyakorolt hatás empirikus vizsgálatának elindítását.

6. Kvalitatív módszerek a kommunikációkutatásban. A kommunikációkutatásban – hasonlóan más társadalomtudományi területekhez – elsősorban kvantitatív statisztikai módszerek terjedtek el, mivel mind a kommunikációs produktumok, mind a kommunikációs hatásmechanizmusok elemzésében többnyire csak ezeket ismerték el tudományos értékű objektív eljárásoknak. Újabb azonban a társadalomtudományokban *terjed az a meggyőződés, hogy bizonyos kutatási területeken (pl. kultúrákőzi kommunikáció le-*

írása, szövegek tartalomelemzése stb.) a kvalitatív módszerek alkalmazásának is megvan a létjogosultsága. A következő tervezési ciklusra több témában, mindenekelőtt tartalomelemzési feladatokban célul tűzték ki kvalitatív módszerek kipróbálását, illetve fejlesztését.

## II. AZ EURÓPAI UNIÓ ÉS MAGYARORSZÁG VISZONYÁNAK KOMMUNIKÁCIÓS ASPEKTUSAI

1. A média szerepe Magyarország EU-csatlakozásának előkészítésében. A csatlakozási folyamatról alapvetően a média látja el információval a nyilvánosságot. Így jelentős részt a média által közvetített tartalmakon múlik, hogy a lakosság miképpen fogadja majd az Európai Unióhoz való csatlakozást, illetve a csatlakozással szükségképpen bekövetkező gazdasági-társadalmi változásokat. A kutatócsoportnak fontos feladata a médiában az EU-val és a csatlakozási folyamattal kapcsolatban megjelenő tartalmak elemzése, különös tekintettel a csatlakozás értelmezésére (út a felemelkedéshez, modernizáció, az összeurópaiság eszméje *versus* a szuverenitás feladása, a nemzeti érdekek háttérbe szorulása, globalizáció), a csatlakozás kulcskérdéseire (agrárágazat, környezetvédelem, jogharmonizáció), a várható feszültségpontokra (munkaerőkérdés, a verseny élesedése, a hátrányok és előnyök egyenlőtlen eloszlása a társadalom egyes csoportjai, rétegei között), a kibontakozó politikai-társadalmi vitákra.

2. Európaiság és nemzeti identitás. Magyarország várható európai csatlakozása a nemzeti identitás kérdéseit alapvetően új kontextusban veti fel. Az identitásképződés hagyományos nemzeti és lokális keretei mellett az új típusú állampolgárság („European citizenship”) megjelenése perspektivikusan új azonosulási formákat rejt magában. Az EURONAT-projekthez kapcsolódó, a Firenzei Európai Intézet szervezésében folyó vizsgálat középpontjában az Európai Unió és Magyarország közgondolkodásbeli reprezentációja áll, különös tekintettel a média és a véleményirányító politikai elit szerepére.

## III. A DEMOKRÁCIA, A KÖZVÉLEMÉNY ÉS A KOMMUNIKÁCIÓ ÖSSZEFÜGGÉSEI

1. Szociális integráció, társadalmi tőke, participáció. A választási részvétel csökkenése világszerte megnyilvánuló tendencia, ami a szociális integráció és participáció témájának újabb aktualitást ad. Korábbi felvételek alapján folytatják az elemzéseket a választásokon való részvétel-távmaradás összefüggéseinek feltárására, különös tekintettel a személyes kontextusokra, a mikromiliőre, a szociális identifikációra. *Peter Blau interszekciós-konzolidációs koncepciójának felhasználásával a különböző (szociális, kulturális, anyagi) tőkefajták és más társadalmi pozíciók összekapcsolódását, valamint különválását készülnek kutatni.* Gyakorlati leágazásként tervezik az *időskori kapcsolathálózatok, szociális beágyazódás, társadalmi aktivitás* összefüggéseinek vizsgálatát.

2. A rendszerváltás értelmezése és értékelése a közgondolkodásban. Akadémiai intézetközi együttműködés keretében kerül sor arra az átfogó kutatásra, mely az *egyén társadalmi-gazdasági pozíciója és ennek változásai, társadalmi és történelmi identitá-*

sa, valamint politikai-ideológiai értékrendje között keres összefüggéseket, és megpróbálja rendszerbe foglalni a magyarországi rendszerváltással kapcsolatos attitűdöket és véleményeket.

3. Társadalmi rétegződés, igazságosság, szélsőségeség a közvéleményben. A társadalmi rétegződés tényeinek felfogása, megítélése, a társadalomban érvényesülő igazságosság feltételezése vagy elvitatása meghatározó tényezője a társadalmi közérzetnek. A kutatócsoport – korábbi felméréséhez kapcsolódóan – képet kíván alkotni arról, hogy *milyen jellemzői vannak azoknak a rétegeknek, melyek a gyors változások közepette kapaszkodó nélkül maradva a szélsőségek felé sodródnak*. A vizsgálat a szélsőséges vélemények hátterében meghúzódó társadalmi-gazdasági, szocializációs és kognitív elemeket készül feltárni.

4. Közéleti kommunikáció és demokrácia. A demokrácia játékszabályainak ellentmondó nyilvános kommunikációk az intézményekbe vetett közbizalom megrendüléséhez, a normativitás leépüléséhez, a társadalmi szereplők kiszámíthatatlanságához, a társadalmi szerveződés szétzilálódásához vezethet. *Össztársadalmi érdek tehát a közéleti kommunikáció olyan és hasonló defektusainak tudományos igényű oknyomozó elemzése, mint az információk igazságértékével kapcsolatos érzések és felelősség elhalványulása, a közügyek politikai állóháborúkká való kommunikálása, a közérdekű információk elzárása a nyilvánosság elől, a közkommunikáció személyiségi jogokat sértő behatolása a magánszférába*.

5. A média szerepe a politikai erőterben. A politikai kommunikáció – és különösen annak legintenzívebb szakasza, a politikai kampány – világszerte hasonló jellemzőket kezd mutatni, amit a szakirodalom amerikanizálódásnak vagy professzionalizálódásnak nevez. A társadalmi folyamatok komplexitásának növekedésével, a politikai folyamatok átalakulásával szükségképpen megnő a média szerepe a modern politikai kommunikációban. A változás kísérőjelenségei a *politika perszonalizálódása, a politikai kommunikáció „tudományos alapokra helyezése”, a pártok és az állampolgárok eltávolodása egymástól, autonóm kommunikációs struktúrák kialakulása, az állampolgárok közönséggé való átalakulása*. A European Science Foundation „Változó média, változó Európa” című projektjének részeként a magyar helyzet elemzését végzik el.

\* \* \*

## **BESZÉLGETÉS TERESTYÉNI TAMÁSSAL, AZ MTA-ELTE KOMMUNIKÁCIÓELMÉLETI KUTATÓCSOPORT VEZETŐ KUTATÓJÁVAL**

■ *A fentebbiekben megrajzolt kép alapján talán láthatóvá vált az Olvasó számára, hogy mivel foglalkozik és mivel kíván foglalkozni a közeljövőben a kutatócsoport. Kíváncsi lennék azonban arra, mit gondol, hogyan illeszkedik mindez a nemzetközi infokommunikációs kutatási tematika egészébe, milyen változásokat tapasztaltak az elmúlt időkben, mind módszertani, mind elméleti vonatkozásban?*

Az infokommunikáció egyre népszerűbb téma. Tapasztalataim szerint az elmúlt időkben annyiban változott e témakör kutatása, hogy a kezdeti, mindent elborító lelkesedést és utópisztikus optimizmust realiztikusabb szemlélet váltotta fel. Míg korábban számos nagy tekintélyű szerző (pl. Negroponte) azt a nézetet vallotta, hogy az in-

formációs hálózati társadalommal szép új világ köszönt be, amelyben megoldódnak a korábbi társadalmi feszültségek és eltűnnek az éles konfliktusok, újabban nyomatékosabban esik szó a digitális szakadékról, az interaktívak és a nem interaktívak, azaz az infokommunikációs eszközökkel és tudásokkal rendelkezők és nem rendelkezők közötti ellentétről, valamint Magyarországnak a fejlettebb országoktól való lemaradásáról, mindenekelőtt az internet elterjedtségében és használatában, amiről egyébként kutatócsoportunknak is vannak figyelemre méltó adatai.

■ *Ennek az optimista vízióknak a – ha fogalmazhatok így – differenciálódása talán nem független az internet társadalmi, gazdasági szerepét övező elvárások alakulásától. A tőzsdei internet-buborék kipukkadása valószínűleg lényeges momentum az internet szerepének társadalmi megítélésékor. Érződött-e ennek hatása közvetlenül az infokommunikációs kutatások témaválasztásában, népszerűségében, megközelítéseiben?*

Amennyire én látom, nem. Ez összefügghet azzal, hogy Magyarország az infokommunikációs iparnak csak a perifériáján helyezkedik el, és egyelőre erős a lemaradás a használatban is. A mi adataink például azt jelzik, hogy míg a számítógép elterjedtségében és használatában közelítjük a szegényebb EU-országokat, addig az internet elterjedtségében és használatában a hozzánk hasonló helyzetű kelet-európai országoktól is jócskán le vagyunk maradva. Ennek egyik jele, hogy az e-business, az e-kormányzás, az e-oktatás és a távmunka nálunk egyelőre gyerekcipőben jár.

Komplex kérdések ezek, amelyek megértése komplex, interdiszciplináris megközelítést igényel. A kutatási téma ilyen sajátosságain túl, egyedivé teszi a kutatócsoport helyzetét az is, hogy közös ELTE–akadémiai kutatócsoportként, a bölcsészettudományi karhoz kötődve működik.

■ *Mennyiben hat a kutatásaikra a klasszikusan bölcsész környezet; a kommunikációkutatás, még inkább az infokommunikációs irányok, mennyire használják a hagyományos bölcsész műveltséget, előtanulmányokat?*

Van, akire hat a bölcsész környezet, és van, akire nem feltétlenül. Ezt úgy értem, hogy például én bölcsész háttérrel rendelkezem: eredetileg orosz és német nyelv és irodalom szakon tanultam az ELTE-n, majd ezek mellé matematika és alkalmazott nyelvészet szakot vettem fel, amely a mai elméleti nyelvészet szak elődje volt; PhD-fokozatot is elméleti nyelvészetből szereztem. Ebből adódóan erős a kötődésem a nyelvészeti, nyelvfilozófiai, szemiotikai, kognitív tudományi kommunikációs megközelítésekhez. Kollégáim többsége viszont a Közgazdaság-tudományi Egyetemen végzett, és inkább a szociológiai, közgazdasági és médiakommunikációs megközelítésekhez kötődik. Tapasztalatom szerint egyébként a médiakommunikáció területén érdekelt kollégák egy része mintha kevésbé lenne nyitott és fogékony a más típusú megközelítések iránt. Pedig például az egyik klasszikus, McLuhan is eredetileg irodalmár volt.

■ *Legalább ilyen érdekes a kérdés másik oldala is. A kommunikációelmélet tapasztalatuk szerint mennyire van benne a bölcsészeti közgondolkodásban, mennyire képes tematizálni azt, mennyire használják fel konkrét eredményeiket, illetve szempontjaikat más kutatóműhelyekben, kutatási programokban?*

Tulajdonképpen alig van a bölcsészettudománynak olyan ága, amelynek ne lennének kommunikációs vonatkozásai, gondoljunk csak a nyelvtudományra, az irodalomtudományra, a folklorisztikára, a filozófiára (nyelvfilozófia, ismeretelmélet), a pszichológiára (mindenekelőtt a szociálpszichológiára és a kognitív tudományra). Különösen azokon a területeken hangsúlyos a kommunikációs megközelítések jelenléte, amelyeket erő-

sen érintett a strukturalizmus és az olyan diszciplínák hatása, mint a szemiotika. Az interdiszciplináris jelleg miatt egyébként is egymásba csúsznak a szakterületek, és a különböző kommunikációs és nem kommunikációs megközelítésmódok egymást erősítik.

Persze már az is kérdés lehet, hogy mit értünk kommunikációelméleten. Lehet, hogy tulajdonképpen annyiféle kommunikációelmélet létezik, ahány szakterület vagy megközelítés. Sokak szerint viszont a matematikai kommunikációelméleten kívül nincs is más igazi kommunikációelmélet, csak konkrét (társadalmi és egyéb) jelenségek vannak, amelyeket vizsgálhatunk „kommunikációsan” is.

Mindemellett megfigyelhető, hogy kommunikáción sokan kizárólag médiakommunikációt és újságírást értenek, és hallani sem akarnak arról, hogy a kommunikációról sok más vonatkozásban is lehet és érdemes beszélni.

■ *A kommunikációkutatás, azon túl, hogy a bölcsészeti gondolkodáshoz kapcsolódik, az ettől talán kicsit idegen, empirikus megközelítést is alkalmazza. Hogyan alakul az empirikus elem és az elméleti, elmélettörténeti megközelítés aránya munkájukban?*

Gondolom, a korábbiakból kitűnik, hogy kutatómunkánknak vannak empirikus és elméleti összetevői is. Mint minden igényesebb kutatóhely, mi is igyekszünk az empirikus adatgyűjtést elméleti kérdésekkel összekapcsolni.

■ *Beszéltünk a kommunikációkutatásnak a bölcsészettudományokhoz való kapcsolódásáról. Szintén nagyon lényeges azonban, hogy a piaci szféra, a felhasználó közeg miként viszonyul a kérdés tudományos-elméleti megközelítéséhez. Mégiscsak a ma egyik legnépszerűbb témában kutatnak. Tudnak-e érdemi szakmai és finanszírozási kapcsolatokat kiépíteni a média- és a kommunikációs ipar meghatározó szereplőivel?*

A média- és a kommunikációs iparral nincs olyan természetű együttműködésünk, mint amelyet például az MTA filozófusainak, elsősorban Nyíri Kristófnak és munkatársainak a mobil telefónia ügyében a Westellel, illetve a Matávval sikerült kialakítaniuk. Jó kapcsolatokat ápolunk viszont az Országos Rádió és Televízió Testülettel (ORTT), amelynek megbízásából és finanszírozásában 2001-ben nagyszabású vizsgálatot végeztünk a hazai elektronikus média néhány aktuális kérdéséről: a média közönségének rétegződése, médiafogyasztási típusok, a televíziós tájékoztatás és a közgondolkodás napirendjének viszonya, a média presztízse, a közönség ismeretei és véleménye a média közszolgálatosságáról és az ORTT-ről, a televíziós erőszak közönségfogadtatása, a médiakommunikáció és a számítógépes digitális kultúra viszonya. A kutatás eredményeit a *Magyarországi médiumok a közvélemény tükrében* (Budapest, ORTT, 2002) című tanulmánykötet foglalta össze.

Jelenleg formálódóban van egy együttműködés az Informatikai és Hírközlési Minisztérium és a Magyar Tudományos Akadémia között; ebben a mi kutatócsoportunknak is fontos feladatai lennének a digitális literáció, a számítógépes és hálózati kultúra hazai terjedésének és jellegzetességeinek vizsgálatával.

■ *A közelmúlt kutatási eredményei közül melyeket tartja a legfontosabbaknak? Melyek azok, amelyekről joggal gondolhatnánk, hogy érzékenyen érinti az illetékeseket?*

Íme néhány fontosabb eredmény, amely az MTA-beszámolómban is szerepelt.

1. A kutatócsoportnak az információs társadalom témakörében végzett vizsgálata azt jelezték, hogy Magyarország a hasonló helyzetű országokhoz képest lemaradóban van az internethasználat és a digitális literáció terén. Úgy tűnik, azok felé a közép-, alsóközép rétegek felé haladva, amelyek a digitális technológiákkal munkájuk, napi tevékenységük során nem kerülnek közvetlen érintkezésbe, egyelőre erőteljes társadal-

mi-kulturális válaszfalak állnak a terjedés útjában, s bár az alapfeltételnek számító pc viszonylag szélesebb körben honosodott meg, a terjedésnek az a fajta folyamatos gyorsulása, amely a nemzetközi tapasztalatok szerint többnyire a fenti rétegeken belüli kiterjedtebb megjelenéssel veszi kezdetét, a hazai terepen mind ez idáig nem igazán érhető tetten.

2. Az Akadémia intézetközi kooperáció közreműködőjeként a kutatócsoport számba vette a digitalizációnak a televíziózásra gyakorolt várható hatásait, és arra a megállapításra jutott, hogy a drága infrastrukturális fejlesztésnek csak akkor lehet jövője, ha olyan tartalmi kínálatot és interaktív szolgáltatást képes nyújtani, amely a hagyományos televíziózásnál vonzóbbá teszi. Ebben az esetben is számolni kell a fogyasztói magatartás jellemzőivel: mégoly vonzó szolgáltatás esetén is hosszú idő kell a nézői szokások átalakításához és az interaktív televíziózás teljes körű elfogadásához.

3. Az új kommunikációs technikák témájához kapcsolódott a kutatócsoportnak a Közgazdaság-tudományi és Államigazgatási Egyetemen közös részvétele az ún. VIPU-projektben, amely az intenzív internethasználók körében a *video on demand* szolgáltatás lehetőségeit mérte fel társadalmi modellkísérlet formájában. A vizsgálat eredményei szerint hazai viszonylatban nincs sok realitása a szélessávú interneten történő, letölthető videoszolgáltatásnak.

4. Az Európai Unióhoz történő csatlakozás kommunikációs vonatkozásai témakörében a kutatócsoport bekapcsolódott az EUNAT nemzetközi projektbe, amelynek keretében megvizsgálta, miképpen jelent meg a nemzet, az európaiság és a globalizáció fogalma a jelentősebb magyar pártok programjaiban, illetve képviselői parlamenti felszólalásaiban, továbbá tartomelemzést végzett arról, hogy miképpen ábrázolódtak az EU közelmúltbeli jelentősebb eseményei a magyar médiában.

5. A közéleti kommunikáció vizsgálata – a rendszerváltozás nyomán bekövetkezett kedvező változások ellenére – azt jelzi, hogy a közélet szinterein nyilvános szerepet vállalók a demokratikus intézményi-törvényi keretek között sem mindig oly módon járnak el, ahogyan az a közmegejtélés szerint egy igazi demokráciában elvárható lenne. Mivel a demokrácia játékszabályainak ellentmondó kommunikációs defektusok az intézményekbe vetett közbizalom megrendüléséhez, a normativitás leépüléséhez, az alanyok kiszámíthatatlanságához és koordinálhatatlanságához, a társadalmi szerveződés szétzilálódásához vezethet, a tudományos igényű leírás és az okok feltárása elemi ösztársadalmi érdek.

■ *Körvonalazná egy kicsit részletesebben, hogy mit találtak a demokrácia, illetve a közéleti kommunikáció kapcsán hibásnak, illetve hiányosnak?*

Megfigyeléseink és a tárgykörben eddig végzett vizsgálataink alapján a közéleti kommunikáció defektusai címszó alatt olyan, egymással szorosan összefüggő jelenségeket kell számba venni, mint

- az információk igazságértékével kapcsolatos értékérzés és felelősség elhalványulása: hazugságok, ferdítések, csúsztatások, elhallgatások, amelyek végül is a közszereplők szavahihetőségének szétfoslásához és a közbizalom megrendüléséhez vezetnek;
- a közügyek politikai állóháborúkká való kommunikálódása, vagyis az olyan esetek, amikor egy ügy körül kibontakozó viták, kölcsönös vádaskodások, sárdobálások végül elfedik, elnyomják a tulajdonképpeni közügyet;
- közérdekű információk elzárása a nyilvánosság elől;
- a közkommunikációk személyiségi jogokat sértő behatolása a magánszférába;



– a nyilvánosság erőtlensége, vagyis az a jelenség, hogy a törvényeket vagy legalábbis az erkölcsi megítélést sértő cselekedetek nyilvánosságra kerülése nem jár semminemű következménnyel a vétkes közszerplőkre nézve.

■ *Amiket említett, azok közül jó néhány publicisztikai szinten nem ismeretlen az érdeklődő közönség előtt. Érti-e (speciális) társadalmi hatását a tudományos, empirikus eredmények alapján megfogalmazott kritikának?*

Tapasztalataink szerint a legszűkebb szakmai nyilvánosságon kívül csak annak van igazán jelentős visszhangja, ami a médiában és a napi sajtóban is lecsapódik. Ezt a kommunikációs kultúra témakörében végzett kutatásaink példájával illusztrálhatom. A nyolcvanas évek elejétől sorozatban, több ízben is végeztünk nagy mintás országos reprezentatív vizsgálatokat a funkcionális literáció/illiteráció jelenségéről. Eredményeink rámutattak arra a szomorú helyzetre, hogy a felnőtt magyar lakosságnak mintegy a negyede–harmada funkcionális analfabétának tekinthető abban az értelemben, hogy az iskola elhagyása után gyakorlatilag nem kerül kapcsolatba írott betűvel, és még az iskolázottabbak nem kis hányada is kerüli a mindennapokban az írást és olvasást. A funkcionális illiteráltak nehezen vagy egyáltalán nem képezhetők, és a legkevésbé sem nyitottak az élethosszig tartó tanulásra (life long learning), holott ez ma már egyre inkább követelmény az egész világon. Megállapításaink néhány olvasásszociológus és oktatástudományi szakember reagálását leszámítva (Nagy Attila, Maróti Andor és mások) meglehetősen visszhangtalanok maradtak, és maga az illiteráció jelensége sem ment át a szűkebb szakmán kívüli köztudatba egészen az ezredfordulóig, amikor a nemzetközileg már általánosan ismertté vált PISA-kutatásoknak sikerült a média és a szélesebb közönség figyelmét is a problémára irányítaniuk.

Némileg hasonló a helyzet az idegennyelv-tudásról végzett vizsgálatainkkal is. Többször felhívtuk már a figyelmet arra, hogy a nyelvtudással kapcsolatos közkeletű számok – az adatfelvételek elnagyoltsága miatt – túlságosan rózsaszín képet festenek a helyzetről. Reagálás tulajdonképpen csak akkor érkezik, amikor nyelvoktatók úgy érzik, hogy adataink előnytelen színben tüntetik fel munkájukat.

■ *Azzal együtt, amit a kutatócsoport eredményeiről és együttműködési lehetőségeiről hallhattunk, milyen nyilvános megszólalási, illetve publikációs és egyéb megnyilvánulási lehetőségek vannak munkájuk, eredményeik közzétételére? Melyek azok a fórumok, ahol az érdeklődők részletesebben betekintést nyerhetnek munkájukba és eredményeikbe?*

A hazai piacnál maradva, természetesen mindazok a lehetőségek nyitottak előttünk is, amelyekkel a többi akadémiai társadalomtudományi műhely élhet: *Szociológiai Szemle, Replika, Médiakutató, Kultúra és Közösség* stb. Az utóbbi időben az infokommunikáció területén is színvonalas kiadványok indultak: *E-Világ, Információs Társadalom* stb. Ezek mellett kutatócsoportunknak a Magyar Médiaért Alapítvánnyal közös kiadásban saját negyedéves tudományos folyóirata is van, a *JEL-KÉP*, amely – mint az alcíme hirdeti – a kommunikáció, a média és a közgondolkodás témaköreiben közöl tanulmányokat, kutatási jelentéseket, könyvismerttetéseket. A folyóirathoz az Osiris Kiadó és a kutatócsoport együttműködéseként, *JEL-KÉP Könyvtár* címmel szakkönyvi sorozat is társul. Néhány cím: *a Közzolgáltatóság a médiában, a Médiakritika*, illetve a *Többség – kisebbség* című tanulmánykötetek; George Gerbner: *A média rejtett üzenete*; Császi Lajos: *A média rítusai* stb.

*Köszönöm a beszélgetést!*

