

Utószó McQuail könyvének magyar kiadásához

A tömegkommunikáció elméleteiről az idők folyamán már rengeteg könyvet jelentettek meg a világon, de minden bizonnyal egyik mű sem aratott akkora szakmai sikert és ért el oly széles olvasótábort, mint Denis McQuail *A tömegkommunikáció elmélete* címet viselő munkája. A mű első kiadása még 1983-ra datálódik, és ezt követően nagyjából ötvenként új és új kiadással jelentkezett a jeles szerző, mintegy versenyt futva az idővel, hisz a huszadik század utolsó negyedében az infokommunikációs technológiákban kibontakozó forradalmi változások mélyen érintették a tömegkommunikáció működését, és a változások sebessége felgyorsult. McQuail a frissítések során több feladatnak próbált megfelelni. Miközben a tömegkommunikáció átalakulására is folyamatosan reflektált, az újabb tudományos kutatási eredményeket is beemelte, s minden bizonnyal a szerző ismeretei visszamenőlegesen is folyamatosan bővültek. Ennek ellenére könyve terjedelmét nem növelte jelentősen. Az ezredfordulón (2000-ben) megjelent negyedik kiadásban a szerző már elhagyta a címből a Bevezetés kiegészítést, s ez a kiadás három év elteltével magyarul is hozzáférhetővé lett (Budapest, Osiris, 2003). Jelen könyv az egy évtizeddel későbbi (2010) hatodik kiadás magyar fordítása. Szerkezetében a negyedik és a hatodik kiadás nagyon hasonló egymáshoz, a szövegtest azonban elég sokat változott: a terjedelem ugyan csupán csak tizenöt százalékkal bővült, de a bővüléssel a korábbiakhoz képest sokkal nagyobb súlyt kapott az újmédia témaköre.

McQuail művének már első kiadásai nemzetközileg pozitív visszhangra leltek, melynek oka, hogy addig vagy csupán felszínesebb átfogó műveket publikáltak, vagy ha tudományos igényességű összefoglalók voltak, akkor csak részterületekről jelentek meg. Voltaképp a tömegkommunikáció teljes tematikus áttekintése McQuail előtt még gyerekcipőben járt. Bachelor, azaz főiskolai, az ismeretterjesztésnél mélyebb, de mégiscsak könnyen érthető vázlatos áttekintések után egyre nagyobb igény mutatkozott a 20-as évektől felgyülemlett szakirodalom rendszerezett áttekintésére. Joggal érdekelheti a mai szakembereket, hogy ezek közül mára mi tartható, és mi nem. A szerző jól érzékelte, hogy egy teljességre törekvő, szigorúan

tudományosan igazolható eredményeket és paradigmákat áttekintő, nehezebben befogadható műnek is eljött az ideje. A tudományos korrektség, a mi igaz és mi nem, mi fogadható el, és mi tekinthető inkább csak hipotézisnek, mi az, ami a józan ész alapján valószínűsíthető, és mi bizonyított olyan segítség, amelyről a tájékoztatást megkapja e könyv olvasója, és amire nagy szükségünk is van. McQuail nem tagadja, ha valamiben a józan ész előrébb jár, de ha tudományosan még nem sikerült bizonyítani, azt is közli. Mindezen megállapításairól a szakmai viták áttekintésének módszerével győz meg minket.

E vállalkozásának kezdetén – a korábbi kiadásokban – még érezhető McQuail vonzódása egy bizonyos elméleti irányzathoz és nézőponthoz, melyet átfogó néven funkcionalizmusnak hívunk. A későbbiekben azonban egyre kevésbé látható maga a szerző, és ebben jelentősen különbözik más tudományos életutaktól. Gyakoribb az, hogy valaki fiatalon óvatosan kezd, de aztán saját téziseinek és elméletének bővületében egyre határozottabban állít valamit, hovatovább tekintélyét is segítségül hívja, sőt a végén aktivista civil mozgalmakat segítve. McQuail útja fordított volt. Talán azért, mert már a kiindulópont is egy szintéziskísérlet, talán karakterének is ez a megfelelőbb. Ő mindig gyűjtögette azokat a gondolatokat és kutatásokat, melyeket egy-egy elmélet kritikájaként kellett elfogadni, s ebben a falszifikációs módszerben csiszolta tudását, és ez jellemző e könyvére is, ez magyarázza e könyv többszöri kiadását és újraírását. McQuail gazdag életművének talán legbecesebb darabja ez a könyv, s még az se biztos, hogy néhány korábbi kiadásból nem hagyott ki olyat, amit talán hiba volt mellőzni, de hogy ő maga folyamatosan a letisztultságra, az érthetőségre törekedett, az is biztos. Nem kétséges az sem, hogy ennek a kiadásnak a magyar nyelven történő megjelentetése egy életmű csúcsteljesítményén túl egy korszakhatár cölöpje is. Részben már látszik, hogy a tömegkommunikáció 2010-ben fordult valami újba, de az is, hogy nem vész el a korábbiakban kialakult professzionális és társadalombefolyásoló jelleg.

A mű magyarországi fogadtatása is lépcsőzetes. Mivel nem áll konfliktuselméleti neomarxista alapokon, ezért a rendszerváltás előtt nem is jelent meg a tudományos égbolton. Nem mintha tiltották volna, egész egyszerűen volt annyi neomarxista és baloldali izgalmas nyugati szerző, akik elfogadtatása is a túrt kategóriába tartozott, és a hazai nyilvánossággal foglalkozó tudóstársadalom figyelme rájuk irányult. Magyarországon nem is volt médiatudomány-oktatás, mint Nyugaton, mely ott életre hívta a tömegkommunikáció elméleteivel foglalkozó átfogóbb szakirodalmakat. Nálunk az újságíróképzés elméletek nélküli, a társadalomtudományi képzések pedig szociológiaiak voltak, és inkább „csak” a nyilvánosság kutatására korlátozódtak.

A rendszerváltás nagy lendületet adott a hazai tudományos látóköri kibővülésének is. Egyfelől közgazdasági szempontból minden tanítandóvá vált, ami a piaci működésekre vonatkozott, így a nyugati polgári társadalmak médiarendszereinek alakulása is. A szociológia funkcionálisan differenciált oktatási kísérlete is ekkor jelent meg, és ebbe beletartozott a tömegkommunikáció szociológiája. Hogy ez kü-

lön alrendszernek tekinthető-e, mint a tudomány, a jog vagy esetleg a művészet, az vita tárgya maradt, de megjelent az oktatás filozófiájában az, hogy a társadalomtudományi ismereteket részekre bontva is lehet tanítani.

Míg a Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetemen, a mai Corvinus Egyetem jogelődjén Gálik Mihály fedezte fel a médiagazdaságtan tanításához McQuailt úgy húsz évvel ezelőtt, addig a Miskolci Egyetemen a tömegkommunikáció szociológiája tantárgyhoz Zsolt Péter kezdte használni, azaz jelen utószó két írója. Mindketten bábáskodtunk is e mostani könyv megjelenésében, különösképp Gálik Mihály, aki maga több fejezetet is fordított, és részt vett a nem általa fordított részek szaklektorálási munkájában. Említést érdemel még, hogy *A tömegkommunikáció elmélete* az 1994-ben megjelent harmadik kiadásából három fejezet fordítása szerepel a 2003-ban kiadott *Kommunikáció I.-II.* gyűjteményes kötetben, amelyet Horányi Özséb szerkesztett, így jó okunk van feltételezni, hogy a magyar kommunikáció- és médiatudományi felsőoktatásban az ezredfordulón McQuail neve sok helyütt már ismerősen csengett. De térjünk még kicsit vissza a hazai kezdetekhez.

Felmerülhet a kérdés, hogy miként is fedeztük fel szerzőnket egymástól teljesen függetlenül, különböző tudományterületeken, s aztán milyen volt a fogadtatás. A felfedezés magyarázata roppant egyszerű. Az ember megnézi, hogy bizonyos témákban mire szoktak hivatkozni, s McQuailt így nem volt nehéz megtalálni. A Miskolci Egyetemen maga a bölcsészkar alapító és később a szociológia és a politológia tanszékvezetője, Pokol Béla teremtette meg azt a lehetőséget, hogy házi nyersfordításban McQuail könyve elérhetővé váljon a hallgatók számára, és ő is lelt rá a szerzőre. A médiagazdaságtan témakörében Gálik Mihály az 1990-es évek második felében kiadott könyvében McQuail monográfiájának második, 1987-es kiadására hivatkozva használta a (nagy)közönség mint piac értelmezést, amely kiálón illeszkedett a média gazdasági nézőpontú tárgyalásához.

Maga a nyersfordított mű, melyből Zsolt Péter szociológusokat oktatót, megtaníthatóság és megtanulhatóság szempontjából nem volt kis kihívás. Rögtön látszott, hogy értelmezése komoly olvasottságot és háttértudást igényel. Később maga McQuail is sokat dolgozott azon, hogy a tömegkommunikációval kapcsolatos széles körű háttérismeretek nélkül is követhető legyen a könyve. Ez a mű ilyen szempontból is sokkal olvasóbarátabb, mint a korábbiak, és a fordítók is igyekeztek McQuail ilyen irányú törekvését adaptálni, de tekintve a könyv átfogó és ugyanakkor pontosságra és részletességre törekvő jellegét, az átültetés egész biztos még mindig nincs befejezve, illetve ma is sokkal élvezetesebb annak számára, aki az egyes utalások mögötti eredeti műveket is ismeri. E könyv értéke ugyanis az elméletek egymásra és egymás mellé helyezésében van, az egymáshoz való viszonyuk ismertetésében, és nem magában az elméletek reprodukálásában. Ez az a szempont, melyre a korábbiakban már érdemként hivatkoztunk, hiszen az újraírás során könnyen több ezer oldalassá válhatott volna.

A diákok részéről a fogadtatás lényegében pozitív volt. Egyáltalán nem tört bele a bicskájuk az eredeti műbe sem, de azért látva azt, hogy itt elsősorban a doktori

képzésben részt vevő hallgatóknak szánt könyvről van szó, igyekeztünk feldolgozni, saját könyveinkben felhasználni. Minden bizonnyal ma is elmondható, hogy a könyvet leginkább a területen doktori fokozatot szerezni kívánók használhatják a legjobban, már csak azért is, mert tőlük várható el a leginkább, hogy saját kutatási területüket el tudják helyezni a nagy egészben. Ahhoz pedig, hogy teljes rálátása legyen valakinek e területre, McQuail könyve megkerülhetetlen.

A hazai fogadtatást egyáltalán nem úgy kell elképzelnünk, mint a rendszerváltás utáni megvilágosodást, melyben heurékát kiáltott a tudóstársadalom, és McQuailt azonnal a polcára tette. Sokkal inkább lassú beszivárgásról kell beszélnünk, amely legalább tíz évig tartott. Éveken keresztül nem sikerült a hazai könyvkiadók és folyóiratok figyelmét felkelteni, miközben már nemcsak a közgazdaságtudományban és a szociológiában használtuk, de megjelentek itthon is azok az iskolák, amelyek Nyugaton is ezen összefoglaló műveket életre hívták: a médiaoktatás. A magyarországi *media studies* tulajdonképp a kommunikáció szakok mostohagyereke. Sokféle elnevezés látott napvilágot, amelybe McQuail bekerült, mint például a „személyközi kommunikáció” vagy a – mi szempontunkból most fontosabb – „társadalmi kommunikáció”, vagy az „általános médiaismeretek”, netán a médiaszociológia és hasonlók.

A lényeg, hogy a kommunikáció szakos hallgatók valójában újságírók szerettek volna lenni, de ha mégsem, akkor is elvárták, hogy minél több ilyen tárgyú ismeretet kapjanak. McQuail könyve itt nem volt kötelező szakirodalom – mint néhány szociológia tanszéken –, de a nekik szánt anyagokban az oktatók egyik generációja adta át a másoknak a nevét, gondolatait. E három terület tehát, a közgazdaságtan, a szociológia és a médiatudományok együttesen népszerűsítették a szerzőt. A nagy áttörést mindenképp a már korábban említett Osiris-kiadás hozta, de még ezután is éveket kellett várni ahhoz, hogy a tudományos konferenciákon McQuail nevét itthon is mindenki ismerje, és hivatkozni épp oly elvárt legyen rá egy-egy publikációban, mint korábban a kultivációelmélet kidolgozásával világhírré szert tett, hazánkból elszármazott George Gerbnerre.

Aki csak valamennyire is ismerős a tömegkommunikáció, valamint az infokommunikációs technológiák (IKT) fejlődésének világában, azt aligha kell meggyőzni, hogy mi minden történt az ezredfordulót követő első évtizedben a média világában. A tudományos szóhasználatban a korábbi idők médiájára utalva ma már a tömegmédiát kifejezést használjuk, míg az internet világában kibontakozó, éppen az ezredforduló táján nagy lendületet vevő, a tömegmédiától számos jellemzőben különböző online médiát pedig az újmédia fogalmával próbáljuk összefoglalni. Ezek a változások már önmagukban is indokolnák az új kiadás hozzáférhetővé tételét a kommunikáció- és médiatudományok iránt érdeklődő magyar olvasókör számára, de ennél azért többről van szó: a könyv alapmú, hisz némi túlzással lényegében minden, amit a tömegmédiáról tudni érdemes, sűrítve megtalálható benne.

Gyorsan hozzá kell tennünk, hogy az előző megállapításban foglaltaknak persze megvannak azok az alapfeltételezései, amelyek szükségszerűen kijelölik a mondánivaló érvényességi körét. McQuail a liberális demokrácia, a demokratikus jogállam keretei között működő tömegkommunikációs folyamatokat és intézményeket vizsgálja, tehát olyan társadalmat feltételez, amelyben általános a választójog, és rendszeres időközönként választásokat tartanak, amelyben érvényesülnek a klasszikus liberális értékek (szekularizáció, piacgazdaság, individualizmus, szólásszabadság), amelyben működik az érdekcsoportok intézményesített rendszere (pluralizmus), és amelyben uralkodik a törvényesség, magas szintű társadalmi kohézió.

A normatív értelemben vett jó társadalom előbbiekben összefoglalt jellemzőitől lényegesen eltérő, más társadalmi viszonyok között működő médiarendszereket McQuail éppen csak érinti munkájában, hogy rámutasson az érintkezési felületekre: kénytelen-kelletlen meg kell békülnünk azzal, hogy a tömegkommunikációnak sem lehet egységes, minden társadalomra és kultúrára kiterjeszhető elmélete. Hogy csak egy példát említsünk erre, és utaljunk a korábban már említett újrairási szorgalmára, van olyan kiadás, ahol elemzi a szovjet médiamodellt, de ezt ebben a művében már nem találjuk meg. Az egységes elmélet létrehozása még akkor is lehetetlennek tűnik, ha a globalizáció jelensége a tömegkommunikációt sem kerülheti el, amint azt a globális tömegkommunikációról szóló tizedik fejezetben olvashatjuk is.

Az enciklopédikus jellegű, húsztíz fejezetet tartalmazó, s már csak ebből fakadóan is vaskos könyvet nyolc nagyobb részre osztja McQuail, nevezetesen az Előjáróban, az Elméletek, a Szerkezetek, a Szervezetek, a Tartalom, a Közönségek, a Hatások és az Epilógus részekre. Az Előjáróban részben a szerző a mű célját, szerkezetét, a kifejtés módját stb. leíró klasszikus bevezető fejezet mellett egy további színesen és tömören összefoglalja a tömegmédiák fejlődéstörténetét.

Az idők folyamán kidolgozott szépszámú tömegkommunikáció-elméletet McQuail öt csoportba sorolja. A *társadalomtudományi elmélet* körébe tartozó fajták a tömegkommunikáció természetéről, működéséről és hatásairól tesznek általános és ellenőrizhető megállapításokat, rendkívül széles területet ölelnek fel, s mindenekelőtt a szociológiára, a pszichológiára és a politikára támaszkodnak. A *kulturális elmélet* még inkább szerteágazó, a kultúratermelés területeit vizsgálja hol esztétikai és erkölcsi, hol társadalomkritikai célzattal, s próbál különbségeket feltárni a kulturális alkotások között, melyek sorában a média termékei és szolgáltatásai is megtalálhatók. A *normatív elmélet* azt vizsgálja, hogy miként kellene működni a médiának, amennyiben konzekvensen képviselne bizonyos választott értékeket. A negyedik csoportba tartozó *működési elmélet* azokon a gyakorlati tapasztalatokon nyugszik, amelyek a médiában tevékenykedőknél halmozódtak fel akár a kreatív alkotói oldalon, akár a menedzsment területén. A szerző kiemeli, hogy a működési elmélet bizonyos területeken, mint például az újságírói etika és a működési kódexek kérdéseiben, átfedésben van a normatív elmélettel. A *köznapi*

elmélet a befogadói oldal, a közönség tapasztalataira épít, s mivel a médiahasználat korunkban a mindennapos életvitel szerves része, a felvetődő témák köre szinte végtelen a termékek/szolgáltatások közötti választás motivációitól kezdve a média közönségre gyakorolt hatásain keresztül a médiateljesítmény kritikus vizsgálatáig.

Az elméleteket részletező, öt fejezetből álló második rész mondhatni a könyv lelke, s egyben messze a legnagyobb terjedelmű is. Csak egy fejezetet emelünk ki belőle, melynek kérdésként megfogalmazott címe (*Újmédia – Új elméletek?*) már szinte magába foglalja a kérdések kérdését, nevezetesen azt, hogy miként viszonyul egymáshoz a klasszikus tömegmédia és az újmédia, és ebből következően a korábbiakban kidolgozott tömegkommunikáció-elméleteknek van-e relevanciájuk az újmédia viszonyai között. Naiv dolog lenne azt gondolni, hogy ezekre a kérdésekre adott tudományos válaszokban konszenzus uralkodik, vagy hogy az újmédiának kialakult volna már jó néhány, a tudományos közmegegyezés által befogadott elmélete. Ezeket inkább több szempont szerint csoportosíthatjuk, akár csak a tömegmédia elméleteit.

Mindemellett azért számos dolgot ma már ki lehet jelteni, hisz, amint az a könyvből is világosan kitetszik, az újmédia nem egyik napról a másikra alakult ki: 2010-ben, a hatodik kiadás megjelenése idején is volt már úgy két évtizedes története. Napjainkra evidencia, hogy az újmédia minőségileg más, mint a tömegmédia, hisz az alapvető infrastruktúráját képező internet az egyik legismertebb újmédia-kutató, Mark Poster megfogalmazásában, amelyet McQuail maga is idéz a szóban forgó fejezetben (163. o.): „Azáltal lépi át a nyomtatás és a műsorszolgáltatás modelljeinek határait, hogy (1) lehetővé teszi a sokak-sokakhoz jellegű üzenetváltásokat; (2) lehetővé teszi a kulturális objektumok egyidejű befogadását, megváltoztatását és újraelosztását; (3) a kommunikatív cselekvést kimozdítja a nemzeti korlátok közül, a modernitás földrajzi alapú térbeli viszonyaiból; (4) globális méretekben biztosít azonnali kapcsolatot; (5) és a modernitást/késő modernitást hálózaton keresztül összekapcsolt gépi berendezésbe helyezi.” Igen, ez már valóban új minőség, hisz ezek a tulajdonságok, immár McQuail megfogalmazásában, „aláássák a tömegkommunikáció-elmélet központi alkotóelemeit, nevezetesen:

- [Az újmédia] nagymértékben csökkentette a kommunikátor azon hatalmát, hogy rábeszéljen és szelektíven tájékoztasson, hogy már nem képes nagyszámú és foglyul ejtett közönséget elérni, hisz a gondolatok és ismeretek alternatív forrásai a nyilvánosságban könnyen elérhetőek.
- Az egyének tájékozódását már nem korlátozza az a társadalmi csoport és környezet, amelyhez tartoznak, nem korlátozza az elérhető kisszámú médiacsatorna, amelyek fölött a hatóságok és más szabályozó ügynökségek gyakorolnak ellenőrzést, így új csoportokhoz és közösségekhez csatlakozhatnak és tartozhatnak a térben.
- Semmilyen olyan egységes »üzenetrendszer« nem létezik többé, amelynek az emberek rutinszerűen és folyamatosan ki vannak téve, s amely a sztereotípiákhoz és a konszenzuális értékek adaptációjához vezet.

- Az egyének »visszaszólhatnak« a hatalom képviselőinek, vagy kivonhatják magukat a velük való kapcsolatból. Aktívan részt vehetnek abban az információ- és véleménycserében, amely a fontos politikai és társadalmi kérdések kontextusában zajlik.” (664–665. o.)

Kétség nem fér hozzá, hogy az ezredforduló utánra, az újmédia éretté válásával elmosódtak a magán- és a nyilvános kommunikáció határai, az erre késztetést érző egyének a széles körben hozzáférhető infrastruktúrán szinte korlátozás nélkül beléphetnek a nyilvánossági térbe, versenyre késztetve a professzionális média szereplőit, s emellett a demokratikus közéletben politikai részvétel új dimenzióit teremtmeg. Ismét előkerül a médiumok fejlődése során már számtalanszor feltett kérdés, hogy vajon a nyilvánossági színtérbe való belépést lehetővé tevő kommunikációs technológiák valóban a szabadság technológiái, vagy ez csupán illúzió. Felvetődik, hogy az újmédia az új egyenlősítő vagy az új megosztó szerepet tölti majd be a mai társadalomban, hogy vajon csökkenti vagy éppen növeli a tömegmédia világában kialakult tudásszakadékot a társadalom tagjai között, hogy növeli vagy csökkenti a média színtéren a globalizációt? Még sorolhatnánk tovább a vitatott kérdéseket, de ezt már meghagyjuk a könyvet kezébe vevő reménybeli olvasóknak.

A harmadik és negyedik, a Szerkezetek és a Szervezetek című részek fejezeteit olvasva négyre akár azt is mondhatnánk, hogy azok amolyan magvas összefoglalók a médiagazdaságtan szaktudomány legfontosabb kérdéseiről. A tárgyalás középpontjában a médiaszervezetek állnak, melyek legtöbbször üzleti vállalkozás, így a médiapiacra kell helytállniuk, de emellett, akarva-akaratlan, a médiavállalkozások a kulturális és a politikai színtér szereplői is: olykor szinte már főszerepben, de persze inkább csupán epizodistaként vagy statisztaként. A vezetéstudományok ipari szervezetelmélet iskolájának logikája, miszerint az egyes ágazatok szerkezete erős befolyást gyakorol a benne tevékenykedő szervezetek viselkedésére, ami azután megjelenik a teljesítményükben, érvényesül a téma kifejtése során, és az úgynevezett érintett elmélet (*stakeholder theory*) szemlélete is tetten érhető. Az érintettek sorába tartoznak mindazok, akik kapcsolatban állnak a médiaszervezetekkel, kezdve a közönségtől a hirdetőkön át a beszállítókon, a versenytársakon és a befektetőkön keresztül egészen a szabályozó hatóságokig, hogy csak néhány kulcsfontosságú érintettet említsünk.

A nevezett két rész bevezető fejezete (*A média szerkezete és teljesítménye: alapelvek és elszámoltathatóság*) viszont a tömegkommunikáció normatív elmélete szempontjából összegezi a médiaszervezetek működésére vonatkozó elvárásokat, amihez azután viszonyíthatjuk az egyes valóságos médiaszíntereken működő szervezetek tevékenységét. McQuail egyáltalán nem titkolja, hogy a második rész zárófejezetében (*Normatív média- és társadalomelmélet*) bemutatott négy normatív médiamodell közül szívéhez a *társadalmi felelősség vagy közérdekmódel* áll a legközelebb, s mi tagadás, ha szavazással lenne eldönthető, hogy melyik normatív modellre hasonlítson leginkább a való világ médiájának működése, mi magunk is

erre voksolnánk. Egyetlen dolgot emelnénk ki még e helyütt a szerző eszmeifuttatásából, nevezetesen azt, ahogy a média szabadsága, vagy ha úgy tetszik, a sajtószabadság elvét kibontja.

McQuail kiinduló pontja, hogy a nyilvános kommunikációhoz kapcsolódó alapelvek legfontosabbika a szabadság, amelynek érvényesüléséből azután további előnyök következnek a társadalomban. A liberális demokráciákban ez a kiindulás közmegegyezést tükröz, így nem is foglalkozunk a részleteivel. Felhívánk viszont a figyelmet arra az okfejtésre, amelyben a szerző a nevezett szabadság érvényesülése feltételeit elemzi, megkülönböztetve a szerkezet és a teljesítmény szintjén értelmezett szabadságot. Itt a szerző saját, 1992-ben publikált *Media Performance – Mass Communication and the Public Interest (A média teljesítménye – A tömegkommunikáció és a közérdek)* című monográfiájához nyúl vissza, amelyben világosan rámutatott, hogy a jogállamban a médiatulajdonosoknak is vannak érvényesíthető érdekei, amelyek összeütközésbe kerülhetnek a médiaszervezetben működők érdekeivel, nem is beszélve a közönség érdekeiről. Ezeknek a konfliktusoknak próbál egyfajta mozgásteret adni a média kormányzása, amelyben a közhatalom beavatkozik a médiaszintér szerkezetébe és működésébe, illetve maguk a piaci szereplők is egyfajta önszabályozást gyakorolnak.

A szerkezet szintjén értelmezett szabadság érvényesülésének előfeltételei jó láthatóan inkonzisztensek, s már csak ebből fakadóan sem lehet teljes a nyilvános kommunikáció szabadsága, vonja le a következtetést McQuail. A média elszámoltathatóságának alapelve önmagában is korlátozza a nyilvános kommunikáció szabadságát, s persze a gyakorlatban való érvényesítése során visszajutunk ahhoz, ami a véleménynyilvánítás szabadsága problémaköréből már jól ismerünk, nevezetesen a korlátozás szükségessége és az arányosság kritériumaihoz, amelyekből minden bizonnyal a szubjektív elemek soha nem lesznek kiküszöbölhetők. A teljesítmény szintjén a médiaszabadság érvényesülésének kritériumai mondhatni közönségközpontúak, s olyanokban fogalmazhatóak meg, mint a tájékoztatás megbízhatósága, a társadalomban végbemenő releváns folyamatok bemutatása és kritikai értékelése, a hatalom működésének ellenőrzése, megfelelő/minőségi (eredeti és innovatív) tartalomválaszték elérhetősége.

A Szervezetek rész második fejezetében (*A médiakultúra termelése*) egyrészt a szerző összefoglalja a hírek kiválasztására ható tényezőket, másrészt bemutatja azt a folyamatos küzdelmet, amely a média és a társadalom között folyik a valóság reprezentációjáért. Ma már közhelynek számít az a megállapítás, hogy a média valósága megszerkesztett valóság, de ettől még tudományosan igazolt tétel. A „való világ” bemutatására a médiaszervezeteken belül és kívül számos erő gyakorol hatást, ezeket tankönyvszerű alapossggal ismerteti a szerző. Külön figyelmet szentel az ún. médialogika fogalmának, amelyet nagyjából egy emberöltővel ezelőtt vezetett be a tömegkommunikáció-elméletbe két kommunikációkutató, Altheide és Snow, hogy rávilágítson a médiaszervezetekben rutinszerűen folyó kultúratermelés, s ezen belül kiemelten a hírgyártás legfontosabb meghatározó elemeire.

A közönség előtt persze jobbra rejtve marad, hogy egy-egy tartalomtípus előállítására a médiaszervezetekben meghatározott rend szerint történik, hogy a tartalom előállításában használt úgynevezett formátumok önmagukban is befolyásolják a bemutatás módját, a hangsúlyok/kiemelések jellegét, a racionális és az érzelmi tényezők ötvözését, és hogy a médialogika érvényesülése hatással van a bemutatni kívánt valóságra is. A fejezet végén McQuail kitér arra, hogy az újmédiában lehetővé válik a korábban fogyasztóként viselkedő közönség tagjai számára saját tartalmaikkal, vagy éppen mások tartalmainak továbbításával és/vagy átszerkesztésével megjelenni a nyilvánosságtérben, ami új dimenziókat nyit meg a médiakultúra termelésében.

Az ötödik rész a médiatartalmakkal, a hatodik az ezeket befogadó, fogyasztó, felhasználó közönségekkel foglalkozik. Megint csak azt tudjuk mondani, hogy mindenki számára, aki ilyen vagy olyan minőségben foglalkozik a médiával, olyan tudományos alapismereteket foglal össze a könyv, amelyeknek a birtokában másként tekinthetünk mindarra, amit a média felkínál számunkra. Az oly sokat emlegetett „médiaműveltség” (*media literacy*) elsajátítása persze azért éppen olyan fáradságos erőfeszítés, mint a gyermekek számára az írás-olvasás megtanulása az iskolában, de állíthatjuk, megéri.

A hetedik rész a média hatásait járja körül három fejezetben. Aligha van populárisabb témája a médiakutatásoknak, mint a média hatásainak vizsgálata, s napjainkban aligha állnak messzebb a tudományos kutatások által feltárt tények a médiához kapcsolódó köznapi ismeretektől, mint ezen a területen. A mindennapok emberének magabiztosságát a média hatásairól és a vélelmezett hatások érvényesülésének mechanizmusáról a kutatási eredmények nem támasztják alá, és a kutatók többsége nem osztja. Természetesen ez a mára kialakult markáns véleménykülönbség hosszú folyamat eredménye, amelyet a szerző négy fejlődési szakaszba sorol. A hatáskutatások első fázisában a két világháború közötti időszakban a nagyon erős médiahatások vélelme volt az uralkodó, amely az 1960-as évek elejére az érdemi hatások tagadásába fordult át, hogy azután az 1970-es évektől ismét erőre kapjanak a több-kevesebb relevanciával bíró, rövidebb vagy hosszabb távon érvényesülő médiahatásokat bemutató iskolák, míg a negyedik szakasz, amelyet a szerző találóan a médiahatás mint alkufolyamat címkével lát el, az 1980-as évektől datálható.

Két erős változó, a hatások érvényességének időtartama (a rövid és a hosszú táv szakaszon), valamint tervezett és nem tervezett jellege figyelembe vételével McQuail huszonegy főbb hatástípust mutat be, amelyekben ott találunk olyan ismerős tételeket, mint például a propaganda, a keretezés, a témakijelölés, a tudásterjedés, a szocializáció, a valóságmeghatározás vagy éppen a társadalmi integráció. Mondhatnánk, lehet válogatni, de ennél azért többről van szó, hisz a különböző hatáselméletek kialakulása önmagában is izgalmas olvasmány, bemutatva azt a társadalmi háttérrel, amelyek között az egyes típusokhoz vezető kutatások folytak.

A könyv zárófejezete, amely egyben a nyolcadik rész, *A tömegkommunikáció jövője* címet viseli, s egyúttal egyfajta krédó is, amelyben a szerző dicséretes tömörséggel – ez a legrövidebb fejezet – összefoglalja a tömegkommunikáció fogalma kialakulásának gyökereit, és kitér a várható fejleményekre. Végeredményben elveti azt a hype-ot, azt a merész ívű médiajövőképet, hogy a tömegkommunikációnak vége, és mi is úgy látjuk, hogy jogos az ezzel szembeni kétely. Tudvalévő, hogy a nevezett hype lényegében már az 1990-es évek elején megfogalmazódott, s minden azóta mért médiafogyasztási mutató ellenére makacsul tartja magát, hisz ma is olyannyira trendinek számít.

McQuail, miközben tudományos alapossággal elemzi az újmédia hatásait a tömegkommunikációra, elismerve például olyan nyilvánvaló tényt, hogy a papíralapú napilapkiadás túljutott a zenitjén, és funkcióit fokozatosan az újmédia veszi át, a tömegkommunikáció túlélését vetíti előre. Rámutat arra, hogy a technológiák digitalizálása növelte a tömegkommunikációs folyamat hatékonyságát és rugalmasságát, alkalmazásával finomodott a fogyasztói célcsoportok elérése, beépült a visszacsatolás, s ugyanazon üzeneteket csatornák sokaságán tudják továbbítani. Röviden: képesnek tartja a tömegmédiát arra, hogy alkalmazkodjon az újmédia által megváltoztatott médiaszintér követelményeihez, és hogy bizonyos vonatkozásokban szimbiózisban működjen az újmédiával.

Miközben túlélésének záloga nyilvánvalóan az alkalmazkodás, azt aligha lehet pontosan megmondani, hol az a határ, amikor a tömegkommunikáció már nem tömegkommunikáció, amikor már nemcsak arról beszélünk, hogy a tömegmédiát és az újmédia közötti határok elmosódnak, hanem új nevet is kellene találni neki. Itt már, hogy Kipling klasszikus fordulatával éljünk, egy új történet kezdődik a kommunikációtudományokban. McQuail záró következtetései is hasonlóak, s egy mondatot hadd idézzünk ezekből: „Sok olyan új kommunikációs helyzet van, ami éppen a szemünk előtt formálódik, támaszkodva a résztvevők közötti hálózati kapcsolatokra, s ezeket nem lehet olyan kategóriákkal leírni, mint a nagyméretű szervezett társadalmakban nyilvánvaló »szükségletek« vagy az egyes kommunikációs technológiák jellemzői.”

Minden túlzás nélkül állítható, hogy *A tömegkommunikáció elmélete* szóban forgó kiadása a szó legnemesebb értelmében vett kézikönyv: húsz fejezete és a hozzájuk kapcsolódó, 145 tételt tartalmazó fogalomjegyzék az ismeretek olyan tárházát képviseli, ami szinte nélkülözhetetlen, amikor a tömegkommunikáció működését, hatásait, kapcsolódását a különböző társadalomelméletekhez, viszonyát a hatalomhoz, a közmédia szerepét a nyilvánosság szintjén, működésének és elszámoltathatóságának normatív elveit és megannyi más egyéb fontos dolgot szeretnénk vizsgálni. Biztosak vagyunk benne, hogy még egy további, a tömegkommunikáció elméletét átfogóan vizsgáló mű megírására a továbbiakban immár nincs szükség, s hogy McQuail könyvével van mire alapozniuk azoknak, akik az újmédia elméletének kidolgozására adják a fejüket.

Gálik Mihály – Zsolt Péter