KOMMUNIKÁCIÓ

Társadalmi kommunikáció
I.

A sorozat következő kötete:
Loet Leydesdorff: A kommunikáció szociológiai elmélete

Karl Erik Rosengren

KOMMUNIKÁCIÓ

TYPOTEX
Budapest, 2004

Társadalmi kommunikáció sorozat

Sorozatszerkesztők:
Bátori Zsolt, Hamp Gábor, Horányi Özséb

Ez a könyv az illetékes kuratórium döntése alapján az OM
támogatásával a Felsőoktatási Pályázatok Irodája által lebonyolított
Tankönyvtámogatási Program keretében jelent meg.

Az eredeti mű címe: Communication. An introduction

Copyright © Permission of Sage Publication, Karl Erik Rosengren 2000
Copyright © Domján Krisztina, Typotex; 2003

ISBN 963 9326 98 4
ISSN 1785-0053

Tartalom

ELŐSZÓ A MAGYAR KIADÁSHOZ 9

ELSŐ RÉSZ: BEVEZETÉS 11

ELSŐ FEJEZET: KOMMUNIKÁCIÓ: NEHEZEN MEGFOGHATÓ JELENSÉG, 13
KÖRVONALAZÓDÓ DISZCIPLÍNA 13
1.1. A kommunikációról 14
1.2. A természettudományokról és a humán tudományokról 14
1.2.1. Fogalmak és szakkifejezések, típusok és tipológiák 16
1.2.2. A tudománytipológiák 19
1.3. A társadalom és az egyén 20
1.4. Négy megközelítés a bölcsészet- és társadalomtudományokban 23
1.5. A bölcsészet- és társadalomtudományok tipológiája 28
1.6. A kommunikációkutatás helye 30
1.7. A kommunikációtudomány három különböző felfogása 31
1.8. Elméletek, modellek és adatok
1.9. Elméletek és modellek a kommunikációkutatás három 33
irányzatában 33
1.9.1. Használat- és élménykutatás 34
1.9.2. Életmódkutatás 35
1.9.3. Befogadáselemzés 36
1.10. A kommunikációkutatás története 38
1.11. A könyv szerkezetéről

MÁSODIK RÉSZ: A KOMMUNIKÁCIÓ FORMÁI ÉS FUNKCIÓI 41

MÁSODIK FEJEZET: A KOMMUNIKÁCIÓ FORMÁI ÉS SZINTJEI: NÉHÁNY ALAPVETÉS 43
2.1. A kommunikáló állat 43
2.1.1. Történetünkről 43
2.1.2. Jelek, szimptómák és szimbólumok 45
2.1.3. Kódok és nyelvek 46
2.1.4. Az emberi nyelvről 49

2.2. Interakció és kommunikáció 52
2.3. A kommunikáció formái 55
2.3.1. Verbális és nem verbális kommunikáció 55
2.3.2. A közvetített kommunikáció 57
2.3.3. Az emberi nyelvek számáról 58
2.3.4. Az írástól a nyomtatáson át a számítógépekig 59
2.4. Az emberi kommunikáció funkciói és aktusai 61
2.5. A kommunikáció szintjei 63
2.6. A kommunikáció mintázatai 66
2.7. Kommunikáció a különböző szintek között 68

HARMADIK FEJEZET: KULTÚRA ÉS TÁRSADALOM, MÉDIA ÉS KOMMUNIKÁCIÓ 71
3.1. Az emberek csoportjai: három részrendszerből álló rendszer 71
3.2. A társadalom értékrendszere 72
3.3. A szocializáció 76
3.3.1. Bevezetés 76
3.3.2. A jelentés jelentése 77
3.3.3. A szocializáció ágensei 78
3.4. Ágencia és struktúra 79
3.5. Folytonosság és változás 83
3.5.1. A társadalmi változások üteme 83
3.5.2. A társadalmi változás és folytonosság mutatói 85

HARMADIK RÉSZ: A KOMMUNIKÁCIÓ SZINTJEI 89

NEGYEDIK FEJEZET: INDIVIDUÁLIS KOMMUNIKÁCIÓ: BELSŐ KOMMUNIKÁCIÓ, SZEMÉLYKÖZI ÉS CSOPORTKOMMUNIKÁCIÓ 91
4.1. Egyének csoportjai és társadalmai 91
4.1.1. Bevezetés 91
4.1.2. Az individuális kommunikációt befolyásoló tényezők 92
4.2. *Belső kommunikáció és személyközi kommunikáció: néhány alapvetés* 95
4.3. Személyközi kommunikáció 99
4.3.1. Bevezetés 99
4.3.2. Különbségek az individuális kommunikáción belül 101
4.3.3. Változatok és stabilitás az individuális kommunikációban 104
4.3.4. Beszélőváltás és a reciprocitás egyéb normái 107
4.3.5. Erősíti-e a kivétel a szabályt? 108
4.4. Csoportkommunikáció 108
4.4.1. Bevezetés 108
4.4.2. Csoportszerkezet 110
4.4.3. Társadalmilag intézményesült csoportok 111
4.4.4. A csoport vezetése 112
4.4.5. Szocializáció és a család kommunikációs klímája 113
4.5. A csoportkommunikáció funkciói 114

4.6. A gyenge kötések ereje 117
4.6.1. A gyenge kötés fogalma 117
4.6.2. A gyenge kötés néhány funkciója 118
4.7. Közvetített individuális és csoportkommunikáció 121
4.7.1. Bevezetés 121
4.7.2. Telefonos kommunikáció 121
4.7.3. Individuális kommunikáció számítógép segítségével 123

ÖTÖDIK FEJEZET: SZERVEZETI KOMMUNIKÁCIÓ 127
5.1. Szervezetek, csoportok és hálózatok: bevezetés 127
5.2. Szervezet és szervezeti kommunikáció: néhány történelmi példa 131
5.3. Szervezet és szervezeti kommunikáció: elméletek és modellek 134
5.4. Formális és informális szervezeti kommunikáció 139
5.5. Szervezetmodellek 141
5.5.1. Bevezetés 141
5.5.2. Három szervezetmodell 142
5.5.3. „Adhokrácia” 145
5.5.4. Egyetemi adhokráciák 147
5.5.5. Szervezetek térben és időben 147
5.6. A szervezeti kommunikáció klímája 148
5.7. Kommunikációs feladatokra létrehozott szervezetek 152
5.8. Innováció- és diffúziókutatás 154
5.9. Adoptációt és diffúziót előmozdító szervezetek 157
5.9.1. Az általános minta 157
5.9.2. Lobbizás 158

HATODIK FEJEZET: TÁRSADALMI KOMMUNIKÁCIÓ, TÖMEGKOMMUNIKÁCIÓ 161
6.1. Társadalom- és kommunikációtípusok 161
6.2. Egy szükséges előfeltétel 163
6.3. Hangok és képek médiumai 164
6.4. A társadalomtól az egyénig és vissza 167
6.4.1. Különböző időperspektívák 167
6.4.2. Kapuőrzés és hozzáférés 170
6.5. Homogenitás és heterogenitás 173
6.6. A médiahasználó egyén: minőség és mennyiség, okok és okozatok 176
6.6.1. Az egyéni médiahasználat vizsgálata 176
6.6.2. Médiahasználat a fiatalok körében – mennyi? 177
6.6.3. A nézők és a nézett tartalom kapcsolata 182
6.6.4. A tévénézés hatásai 187

HETEDIK FEJEZET: KOMMUNIKÁCIÓ A NEMZETEK ÉS KULTÚRÁK KÖZÖTT 195
7.1. Internacionális és interkulturális kommunikáció: bevezetés 195
7.2. A nemzetközi kommunikáció módjai és eszközei 198
7.2.1. A kezdetek 198
7.2.2. A migráció történelmi perspektívából nézve 198

7.3. Nagypolitika és a nemzetközi kommunikáció: szép új világ? 200
7.3.1. Háború és béke 200
7.3.2. Nemzetközi propaganda 201
7.4. A nemzetközi és interkulturális kommunikáció szintjei 203
7.4.1. Az idő, a tér és a személyiség 203
7.4.2. A nemzetközi kommunikáció interperszonális szintje 204
7.4.3. A nemzetközi kommunikáció szervezeti szintje 207
7.4.4. Nemzetközi kommunikáció a tömegkommunikáció szintjén 209
7.5. *Nemzetközi hírek: intramediális és extramediális adatok* 213
7.6. *Nemzetközi populáris kultúra* 215
7.6.1. A populáris kultúra mint innováció 215
7.6.2. Populáris zene 216
7.7. Nemzetközi számítógépes kommunikáció 219

NEGYEDIK RÉSZ: A KOMMUNIKÁCIÓ JÖVŐJE 223

NYOLCADIK FEJEZET: A KOMMUNIKÁCIÓ ÉS A KOMMUNIKÁCIÓKUTATÁS JÖVŐJE 225
8.1. Néhány általános tendencia 225
8.2. Tudomány és kutatás a számítógépesített kommunikáció világában 228

IRODALOM 233
Felhasznált szakirodalom 233
Ajánlott szakirodalom 236
Ajánlott magyar nyelvű olvasmányok 238

A magyar kiadás elé

A *Társadalmi kommunikáció* című sorozat szerkesztői remélik, hogy olyan könyvet adnak az olvasó kezébe, legyen az középiskolába vagy éppen egyetemre járó diák, de akár középiskolai vagy éppen egyetemi tanár, amely egyszerű stílusával, világos szerkezetével és gazdag (sok irányba kitekintő) tartalmával hasznosan forgatható középiskolában és egyetemen egyaránt. És haszonnal forgathatja mindenki – az iskolán kívül is –, akit érdekelnek az emberi és így szükségképpen a társadalmi kommunikáció kérdései.

Azt reméljük, hogy olyan tankönyvet sikerül az olvasó kezébe adni, amely nem tolakodóan tankönyv, de azért elég rendszeresen építkező mű ahhoz, hogy tanulmányozása nyomán átfogó kép alakuljon ki a társadalmi kommunikáció jelenségeiről. Ezek ugyanis roppant szerteágazóak: a személyközi kommunikáció jelenségeitől a tömegkommunikáció jelenségeiig, a szervezeti kommunikációétól a kultúraközi kommunikációéig terjed, és még jóval tovább is.

Karl Erik Rosengren, a svédországi Lund kommunikáció egyetem professzora arra vállalkozott, hogy ezt a roppant sokféle és igen-igen nagy különbségeket felmutató jelenségkört egységes tárgyalási keretben mutassa be. Aligha sikertelenül. És ez az egységes jelleg egyáltalán nem jelenti egyúttal azt is, hogy Rosengren a diszciplináris csőlátás hibájába esett volna. Ellenkezőleg a kötet szellemisége a szó legnemesebb értelmében interdiszciplináris. Miközben nagy teret szentel annak a kérdéscsoportnak a taglalására is, amely a kommunikációkutatás természetére vonatkozik, és egyszerre kell kijelölni a helyét a természettudományokra, a társadalomtudományokra, illetőleg a bölcsészetre jellemző diskurzusok erőterében.

De – természetes – lehet az olvasónak az a benyomása is, hogy hiába Rosengren igyekezete az enciklopedikus jelleg elérésére, van olyan terület, ahol lehetne a bemutatás és az elemzés árnyaltabb, és van olyan is, amit

– egyáltalán – be kellett volna mutatnia. Mindent azonban nem lehet egyetlen, nem is túl terjedelmes kötetbe belezsúfolni (és ez erénye is egyben ennek a könyvnek). A téma további tanulmányozását azonban segíti a kötet végén található ajánló bibliográfia és a magyar nyelvű kiadást kiegészítő magyar nyelven hozzáférhető szakirodalom válogatott összesítése.

No meg a sorozat szerkesztőinek és a Kiadónak az az ígérete, hogy a sorozat további darabjai majd elmélyítik és kibővítik ezt a Rosengren által kínált képet.

Bátori Zsolt, Hamp Gábor, Horányi Özséb

Első rész

Bevezetés

Első fejezet

Kommunikáció: nehezen megfogható jelenség körvonalazódó diszciplína

1.1. A kommunikációról

A „kommunikál” szó etimológiája a latin *communicare* igére vezethető vissza, amely annyit tesz: ’megoszt, közöl, közzétesz’, ez pedig a ’közös, köz’ jelentésű communis-ból származik. A kommunikáció tehát valaminek a közlése, közzététele, mely által ún. közös tudásunk gyarapodik. Ez minden közösség alapfeltétele.

Természetesen a közös tudásba olykor egymással ellentétes vélemények és érdekek is bekerülnek, ez pedig közösségi tudat helyett konfliktust szül. Ugyanakkor az egymással szemben álló feleknek is muszáj kommunikálniuk egymással, és olykor akár egyetértésre is juthatnak – ha másban nem, hát abban, hogy jogukban áll nem egyetérteni. A kommunikációnak ez a nagyon is termékeny eredménye jellemzi például az összes demokráciát.

Kommunikáció létrejöhet eltérő nagyságú és komplexitású felek, egyének, csoportok, szervezetek, társadalmi osztályok, nemzetek, országok vagy akár a föld régiói között is. A kommunikáció jellege természetesen függ a kommunikáló felek méretétől és összetettségének fokától csakúgy, mint a köztük fennálló térbeli és időbeli távolságtól (lásd 4.1.).

Az elmúlt évezredek során az ember különböző médiumokat használt arra, hogy térben és időben kommunikáljon: fát és követ, papiruszt és papírt, tüzet, füstöt, zászlókat és szemaforokat, elektromosságot és elektromágneses hullámokat. Az új médiumok megjelenése a régebbiek specializálódását vonta maga után; azonban egy sem tűnt el teljesen. Például néha még ma is írunk kőre vagy fára. A rádió sem enyészett el a televízió feltalálása után, hanem specializálódott. A kereskedelmi adókat a könnyű zene, a harsány reklámok és a gyors információközlés jellemzi, míg a közszolgálati rádiók klasszikus zenét, komoly irodalmat, valamint politikai, gazdasági és kulturális elemzéseket sugároznak.

Noha a kommunikációs médiumok radikális változáson mentek keresztül az évszázadok során, a kommunikáció rendelkezik néhány olyan alapvető jellemzővel, melyek függetlenek az idő múlásától, a kommunikációban részt vevő felek méretétől és komplexitásától, továbbá az őket elválasztó időbeli és

térbeli távolságtól. A kommunikáció tehát olyan jelenség, mely jellemez minden embert és mindent, ami emberi. Bizonyos értelemben minden élőlény közös jellemzője.

Így vagy úgy, de minden állat kommunikál nemcsak saját fajtársaival, de más fajok egyedeivel is, köztük olykor a homo sapiensszel, az egyetlen ma élő emberfajjal is (lásd 2.1.1.). Bizonyos értelemben a növényekről is elmondható, hogy kommunikálnak. Gondoljunk például arra, ahogy a virágok magukhoz vonzzák a méheket és más rovarokat. A növények egymással is kommunikálnak; egyes növények például olyan anyagot termelnek, mely más növényeket vonz, s ez utóbbiak szintén rendelkeznek valamivel, ami az előbbi fajta számára értékes lehet. Legtöbbünk azonban nem tartaná ezt kommunikációnak a szónak abban az értelmében, ahogy az emberek kommunikálnak egymással.

A későbbiekben pontosítani fogjuk a kommunikáció fogalmát, hogy különbséget tudjunk tenni annak különböző fajtái között (lásd 2.2. és 2.3.). Addig pedig e nagyon is alapvető jelenség köznapi értelmezésére hagyatkozunk. Meg kell azonban már most jegyeznünk, hogy ez a könyv a kommunikációt a jelek és a szimbólumok útján történő kommunikáció értelmében tárgyalja. Ebbe nem tartozik bele a kommunikáció olyanfajta kiterjesztése, mely magában foglalja az áruk és emberek szállítását is, noha az árutermeléssel és fuvarozással csakúgy, mint az emberek szállításával, többnyire együtt jár a jelek és a szimbólumok útján történő kommunikáció.

Ez a könyv általánosságban *a jelek és a szimbólumok útján történő kommunikáció,* szűkebb értelemben pedig az emberi kommunikáció szisztematikus és tudományos vizsgálatával foglalkozik. Mielőtt azonban rátérnénk a kommunikáció tárgyalására, a következő témákat fogjuk röviden érinteni:

- a természettudományok és a humán tudományok általános jellemzői (1.2. szakasz)
- az egyén és a társadalom viszonya (1.3. szakasz)
- négy megközelítés a bölcsészet és a társadalomtudományok területén (1.4. szakasz) és
- *a kommunikációkutatás és más diszciplínák általános összefüggései* (1.5. szakasz).

1.2. A természettudományokról és a humán tudományokról

1.2.1. FOGALMAK ÉS SZAKKIFEJEZÉSEK, TÍPUSOK ÉS TIPOLÓGIÁK

Az ember tanuló lény. Különböző módokon, de egész életünk során tanulunk; képességeket, készségeket, tudást sajátítunk el. A tanulás folyamata sokszor esetleges, és többnyire nélkülözi a módszerességet. Valamiféle szisz-

tematikusság azonban elengedhetetlen ahhoz, hogy a tanulás során mások számára is hasznosítható és lényegileg új tudás jöjjön létre. Az új tudás megszerzésének mindössze két alapvető eszköze van: a következtetés és a tapasztalat. A természet- és a humán tudományoknak egyaránt ezek kombinációjára kell támaszkodnia.

Ahhoz, hogy megérteni és magyarázni tudjuk a bennünket körülvevő világ, a *jelenségek világának* bármely aspektusát – mindazt a ránk zúduló nyüzsgést és burjánzást, amit valóságnak hívunk és amit érzékszerveinkkel folyamatosan érzékelünk és tudatunkkal megérteni próbálunk – *fogalmakra* van szükségünk. A világ bármely jelenségét csak úgy érthetjük meg, ha először konceptualizáljuk azt.

Konceptualizálni annyit tesz, mint valamely dimenzió mentén, azaz a jelenségek egyébként zavaros összességének egy fontos aspektusa alapján, különbséget tenni. A konceptualizációk véget nem érő folyamatában, melyet mindannyian gyakorlunk, különbséget kell tudnunk tenni sötétség és világosság, föld és víz, férfi és nő stb. között. Fogalmainkat pedig meg kell tudnunk nevezni. Azaz nagyszámú *(szak)kifejezésre (terminusra)* van szükségünk.

A hétköznapi nyelvben nem mindig teszünk különbséget *jelenség, fogalom* és *szakkifejezés* között – olykor ez meglehetősen nehéz is volna. A tudományos tevékenység során azonban elengedhetetlen, hogy a szavakat pontosan használjuk.

Miután adott számú dimenzió mentén különbségeket állapítottunk meg, rögvest egy új problémával találjuk szemközt magunkat. Valamilyen módon kombinálnunk kell a különböző dimenziókat, hogy egy adott jelenséget

LEGYEN VILÁGOSSÁG

„Kezdetben teremté Isten az eget és a földet. A föld pedig kietlen és puszta vala, és setétség vala a mélység színén, és az Isten Lelke lebeg vala a vizek felett. És monda Isten: Legyen világosság: és lőn világosság. És látá Isten, hogy jó a világosság; és elválasztá Isten a világosságot a setétségtől. És nevezé Isten a világosságot nappalnak, és a setétséget nevezé éjszakának: és lőn este és lőn reggel, első nap."

„És monda Isten: Teremtsünk embert a mi képünkre és hasonlatosságunkra; és uralkodjék a tenger halain, az ég madarain, a barmokon, mind az egész földön, és a földön csúszó-mászó mindenféle állatokon.

Teremté tehát az Isten az embert az ő képére, Isten képére teremté őt: férfiúvá és asszonynyá teremté őket.

És megáldá Isten őket, és monda nékik Isten: Szaporodjatok és sokasodjatok, és töltsétek be a földet és hajtsátok birodalmatok alá; és uralkodjatok a tenger halain, az ég madarain, és a földön csúszó-mászó mindenféle állatokon."

„És látá Isten, hogy minden a mit teremtett vala, ímé igen jó. És lőn este és lőn reggel, hatodik nap. És elvégezteték az ég és a föld, és azoknak minden serege."

(Ter 1,1–5.26–31)

egyszerre egynél több dimenzió mentén is jellemezni tudjunk. Azaz nemcsak férfi és nő, illőleg idős és fiatal között kell tudnunk különbséget tenni, hanem fiatal férfiak és idős nők között is. Egy *tipológiára* és az annak megfelelő *terminológiára* van tehát szükségünk.

A tipológia az osztályozás eszköze. Minden tipológia egy bizonyos számú alapvető dimenzióra épül, melyek egymással való kombinációja az eszmék és fogalmak olyan terét hozza létre (egy ún. „konceptuális teret"), melynek segítségével a tanulmányozott jelenség értelemmel bíró módon elhelyezhető – klasszifikálható –, s ezáltal jobban megérthető. Ezt a folyamatot elősegíti egy jó szakszókincs (terminológia) megalkotása, mely a kérdéses tipológia alapvető dimenzióit tükrözi.

Jó tipológiákat, a hozzájuk kapcsolódó terminológiával, egyáltalán nem egyszerű felállítani. Az emberiség a kezdetektől fogva igyekszik különböző módokon rendszerezni a növényeket, az állatokat, az ásványokat, a betegségeket stb. (lásd a bekeretezett szövegrészt a 15. oldalon). Az ókorban Arisztotelész (i. e. 384–322) dolgozta ki az osztályozás alapelveit, majd ezután közel kétezer évnek kellett eltelnie a Carl von Linné (1707–1778) nevéhez fűződő, és a növény és állatrendszertanban ma is általánosan elfogadott terminológia megjelenéséig.

1.2.2. A TUDOMÁNYTIPOLÓGIÁK

A 19. században filozófusok és a különböző tudományágak képviselői a tudományok osztályozására számos tipológiát dolgoztak ki. Mi is tehát a különbség a természettudományok és a humán tudományok között?

Az egyik fontos különbség nyilván a *vizsgálódás tárgyából* fakad. Hagyományosan a természettudomány – a szó legtágabb értelmében – a *természet* tanulmányozását jelenti, azaz minden élő és élettelen dolgot beleértve. A természettudományos diszciplínák az embert, más élőlényekhez hasonlóan, alapvetően biológiai, biokémiai, orvosi szempontból vizsgálják, míg a humán tudományok művelőit a specifikusan *emberre jellemző dolgok* érdeklik: az emberek cselekedetei, eszméi, tárgyai (artefaktumai), az emberi történelem.

Egy másik különbség a *megközelítés kiindulópontjában* rejlik. Egyszerűen fogalmazva, míg a humán tudományok az egyedi, a különös megragadására törekszenek (idiografikus jellegűek), a természettudományok inkább az általánosra figyelnek (nomotetikus jellegűek). Mindkét megközelítésben szerepet kapnak a hipotézisek és az általános elméletek, de eltérő módon. Az általánosító természettudomány empirikus adatok segítségével hipotéziseket és elméleteket ellenőriz, mégpedig a célból, hogy ezáltal még általánosabb hipotézisekhez és elméletekhez jusson, melyek a vizsgált jelenségek ok-okozati összefüggéseit *magyarázzák*. A különösre összpontosító humántudományt ezzel szemben kevésbé érdekli a hipotézisek és az elméletek ellenőrzése, ehelyett inkább interpretációs segédeszközként használja fel

azokat a vizsgálat tárgyát képező konkrét eset *megértése* céljából. Okokozati viszonyok helyett a humány tudomány esetében a beteljesült vagy beteljesületlen, megvalósult vagy megvalósulatlan célok és szándékok állnak a figyelem középpontjában.

E két alapvető különbséggel kapcsolatos az az eltérő szemléletmód is, ahogy a természettudományok és a humán tudományok az embert kezelik. A különösre figyelő humán tudományok az individuumot mint akarattal rendelkező, cselekvő *szubjektum*ot (alanyt) vizsgálják. Az általánosító természettudományok az individuumra mint *objektum*ra (tárgyra) tekintenek, amelynek viselkedését különféle – külső és belső – erők határozzák meg. A humán megközelítésről tehát azt mondhatjuk, hogy a *szándékokra* és a *következményekre,* míg a természettudományos az *okokra* és *okozatokra* összpontosít.

Az elmúlt hozzávetőleg 150 évben az emberek és az emberrel kapcsolatos dolgok tanulmányozása során is előtérbe került a természettudományos látásmód szerepe. Legjobban talán a pszichológia példázza ezt a tendenciát, de a szociológiában is megfigyelhető a természettudományos megközelítés erőteljes térhódítása. És ahogy ez már lenni szokott, a természettudományos irányzat létrehozta, különböző formákban, a maga ellenirányzatát. Az elmúlt néhány évtized során egyre erőteljesebbé vált az a felfogás, amely megkérdőjelezi, hogy a természettudományok nyújtanák az ideális modellt az emberi jelenségek vizsgálatára. A pszichológiának és a szociológiának hangsúlyosabban humán-orientációjú változatai alakultak ki vagy kerültek újra előtérbe. (Ugyanakkor a logikai modelleket analitikai eszközként használó nyelvészet erőteljesen formalizált tudománnyá vált.)

A végső igazság – a teljes megértés és magyarázat – soha nem érhető el. Az új elméleteket és hipotéziseket mindig ellenőrizni kell, és közülük jó néhány nem állja ki az empirikus bizonyítás próbáját. Ugyanakkor azonban tudósok, politikusok és társadalomkritikusok alkalmazhatják az érvényesnek bizonyuló hipotéziseket és elméleteket – melyek segítségünkre lehetnek a világ megértésében, és abban, hogy bizonyos jelenségeket magyarázni és értelmezni tudjunk az egyén és a társadalom szintjén. (Konkrét esetekben természetesen a rendelkezésre álló tudományos ismereteket gyakorta kiegészítjük az adott kérdés szempontjából relevánsnak számító személyes ismereteinkkel, tudásunkkal is.)

Legyen szó akár természettudományról, akár humán tudományról, ahhoz, hogy új ismeretek jöjjenek létre, elengedhetetlenül hozzátartozik az is, hogy hatékonyan és könnyen hozzá lehessen férni az adott területen korábban felhalmozott ismeretekhez.

Ezért ismereteinket oly módon kell tárolnunk, hogy azok hozzáférhetőek legyenek nemcsak számunkra, hanem különböző diszciplínákban dolgozó kollégáink számára is szerte a világon. Az ismeretek tárolásának problémája az emberiséggel egyidős, s ebben jelentős változást hozott az elmúlt ötven év során végbement számítástechnikai fejlődés (lásd a bekeretezett szakaszt a 18. oldalon).

AZ ISMERETTÁROLÁS TÖRTÉNETE,
AVAGY A TEKERCSEKTŐL AZ INTERNETES KERESŐPROGRAMOKIG

Ismereteinket a legkülönbözőbb helyeken tárolhatjuk:
- agyunkban;
- mások agyában;
- fára vagy kőbe vésve, például sírköveken, emlékműveken stb.;
- falakon és hirdetőtáblákon (falragaszok, plakátok, grafittik stb.);
- cédulán;
- füzetben;
- újságokban;
- magazinokban;
- folyóiratokban;
- könyvekben;
- könyvtárban;
- számítógépben.

Ezek mindegyike megfelelő lehet, de mindegyik más célra, más szituációban, és más embereknek jó. Az ismeretek tárolását különböző kritériumok alapján értékelhetjük, ezek közül két fontos szempont a *tárolt ismeretek hozzáférhetősége* és a *tárolás tartóssága.*

Mindent figyelembe véve az ismeretek tárolásának legjobb módja a könyveket, folyóiratokat és újságokat megfelelően rendszerezve tároló könyvtár. Az ókori Babilóniában és Mezopotámiában már évezredekkel ezelőtt hatalmas könyvtárakat hoztak létre az összegöngyölt papirusztekercsek tárolására. Az első nagy egyetemi könyvtár az egyiptomi Alexandriában volt. Az ott őrzött állítólag több százezer tekercs tűzvészben semmisült meg az i.sz. első században.

Manapság a legtöbb ország rendelkezik egy többé-kevésbé fejlett, többé-kevésbé országos kiterjedésű könyvtári rendszerrel, beleértve egy ún. „országos könyvtárat" is, például:
- a washingtoni Library of Congress (kb. 25 millió könyv);
- a londoni British Library (több mint 20 millió könyv);
- a párizsi Le Bibliothéque National (több mint 10 millió könyv).

A legtöbb jó könyvtár mára már számítógépre vitte katalógusát, és számos tudományterületen készült már könyveket, folyóiratokat és újságokat nyilvántartó elektronikus *bibliográfia* a világ különböző pontjain. Minden jó könyvtár rendelkezik bibliográfiák sokaságával, valamint egy ún. információs pulttal, ahol többnyire nagytudású és barátságos könyvtárosokkal találkozhatunk.

Egyre inkább azonban az a tendencia, hogy az új ismeretek először közvetlenül számítógépre kerülnek, s majd csak ezután jelennek meg nyomtatásban is (újságok, folyóiratok, könyvek stb. lapjain). Továbbá elkészült már számos régi, klasszikusnak számító szöveg elektronikus változata is. Az elektronikus bibliográfiák és könyvtári katalógusok jelentős része az Interneten keresztül is elérhető (lásd 2.3.4., 4.7.3. és 7.7.).

Ahhoz, hogy valamit megtaláljunk a világhálón, ún. kereső programokra („böngészőkre") van szükségünk. Ezeknek számos, olykor különleges névre hallgató változata létezik. Néhány a legnagyobbak közül: Altavista, Excite, Hotbot, Infoseek, Lycos, Yahoo. A kereső programok használatáról nemrégiben útmutató jelent meg: A. és E. Glossbrenner: *Search Engines for the World Wide Web* (Peachpit Press, Berkeley, California, 1999).

1.3. A társadalom és az egyén

A tudományok imént tárgyalt megkülönböztetésén túl egy másik fontos különbségről is szót kell ejtenünk, mely a társadalom eltérő értelmezéséből következik. A bölcsészettudományokban csakúgy, mint a viselkedés- és társadalomtudományokban alapvetően két felfogás létezik: az egyik szerint a társadalmat alapvetően a *konfliktus,* míg a másik szerint döntően a *konszenzus* jellemzi. A konfliktuspártiak úgy tartják, hogy lényegében minden társadalmat az ellentét – gyakorta a társadalmi struktúrában különböző helyet elfoglaló osztályok közötti konfliktus – jellemez. A második nézet hívei sem tagadják a társadalmi ellentétek létezését. Viszont azt állítják, hogy konszenzus nélkül nincs társadalom; hogy az olykor nagyon komoly konfliktusok ellenére is minden társadalomban egyetértés kell, hogy legyen legalább néhány alapértéket illetően, melyeket a népesség jelentős hányada elfogad.

A társadalom e kétféle (konfliktus-, illetve konszenzusalapú) értelmezését az emberek tanulmányozásának két fő – természettudományos, illetve humán tudományi – irányát kombinálva egy olyan tipológiát kapunk, mely egy négyosztatú táblázatban rendszerezi a bölcsészet- és társadalomtudományokat (lásd 1.1. ábra).

A tipológia először a hetvenes évek végén, Gibson Burrel és Gareth Morgan amerikai szociológus szerzőpáros szociológiai paradigmákat tárgyaló könyvében bukkant fel. (A „paradigma" fogalom nagyjából a különböző természet- és humán tudományi hagyományokra utal.) Burrel és Morgan további, specifikusabb dimenziókat is tárgyal, és arra a megállapításra jut, hogy ezek két, általános jellemző alapján, a társadalomra és a tudományra vonatkozó feltételezések mentén is elrendezhetők. Az ennek alapján felállított tipológiának (a következőkben: Burrell–Morgan-tipológia) némileg

		Egyén	
		Szubjektum	Objektum
Társadalom	Konfliktus	Radikális humanizmus	Radikális strukturalizmus
	Konszenzus	Interakcionista szociológia	„Mainstream" szociológia

1.1 ábra *A paradigmák tipológiája (forrás: Burrel és Morgan, 1979)*

módosított változata az 1.1. ábrán látható. Ez a felosztás igen fontos a kommunikáció tanulmányozása különböző hagyományainak megértéséhez. Az oldal alján található keretes írásban tárgyalt fogalmak (társas és társadalmi) tekintetében a tipológia bal oldala ábrázolja a társas, a jobb oldal pedig a *társadalmi* szempontot.

A következő fejezetekben, a Burrel és Morgan-féle eredeti terminológián némiképp módosítva, a természet- és a humán tudományokkal kapcsolatos két fő megközelítést az „objektivista" és a „szubjektivista" kifejezésekkel írjuk le. (Ezek nagyjából, bár nem egészében, megfelelnek a természettudomány és a humán tudomány között fentebb tárgyalt különbségtételnek.) A társadalommal kapcsolatos két fő megközelítést „radikális változásnak", illetőleg „szabályozásnak" fogjuk nevezni. Egy további – szintén nem alapvető – terminológiai módosítás eredményeképp a tipológia által meghatározott négy megközelítést a következőképpen nevezzük: „radikális strukturalizmus", „radikális humanizmus", „funkcionalizmus" és „interpretatív megközelítés".

1.4. Négy megközelítés a bölcsészet- és társadalomtudományokban

Hogy mit látunk, az attól függ, hogy hol helyezkedünk el. Perspektívánk együtt változik pozíciónk változásával. Nyilvánvaló, hogy a tipológiában elfoglalt helyünk nagymértékben megszabja, hogy hogyan tekintünk a társadalomra és annak kommunikatív rendszereire, amikor új ismereteket hozunk létre, vagy új ismeretet használunk fel, hogy pontosabban leírjunk, megértsünk valamely kommunikatív jelenséget, és/vagy magyarázatot

A „TÁRSAS" ÉS A „TÁRSADALMI" SZAVAKRÓL

Bár a „társas" és „társadalmi" kifejezések használata némi bizonytalanságot és következetlenséget mutat, ebben a könyvben a „társas" szóval olyan jelenségeket jelölünk, melyeket legalább két egyén vagy egyénekből álló csoport között fennálló kölcsönös elvárások szabnak meg. „Társadalmi"-n pedig olyan jelenségeket értünk, melyek a(z emberi) társadalmak valamely aspektusára vonatkoznak és/vagy a társadalom szintjén léteznek (ellentétben az egyén, a csoport vagy a szervezet szintjére jellemző jelenségekkel).

Vita tárgyát képezheti, hogy a „társas" és „társadalmi" szavak így definiált jelentése alapvetően megváltozik-e (s ha igen, mennyiben), ha emberekkel kapcsolatos jelenségek helyett állatokra és állatokkal kapcsolatos jelenségekre, illetve növényekre és növényekkel kapcsolatos jelenségekre vonatkoztatjuk őket.

adjunk rá. Mind a bölcsészet-, mind pedig a társadalomtudományok terén jelentős nézetkülönbségek vannak a tekintetben, hogy melyik megközelítés a legcélravezetőbb. Természetesen a négy különböző szemléletmód relatív súlya – ti. hogy egyik vagy másik mennyire népszerű a bölcsészek és a társadalomkutatók körében – az idő függvényében jelentősen változik. Némi leegyszerűsítéssel azt mondhatjuk, hogy a modern kommunikációkutatás kialakulása idején, azaz a második világháború okozta megtorpanást követően az ötvenes években, a „funkcionalizmus" uralta a bölcsészet- és társadalomtudományokat egyaránt. Ez idő tájt a másik három irányzat, bár nem tűnt el teljesen, de jelentősen háttérbe szorult. Egyértelműen a konszenzusirányultságú és objektivista „funkcionalista" szemlélet uralta a terepet.

A hatvanas évek végén és a hetvenes évek elején azonban fokozatosan meghatározó dimenzióvá vált a konfliktus- és a konszenzus-orientáció közötti különbség szerepe. A marxista ihletésű, konfliktus-orientált nézőpont megkezdte térhódítását, s az elkövetkező 15–20 évet a „radikális strukturalizmus" és a „radikális humanizmus" dominanciája jellemezte. Ezzel szemben ma a tudományos vita inkább a szubjektivista/objektivista dimenzió mentén zajlik. Ez igaz a bölcsészet- és a társadalomtudományokra általában is, de a kommunikációkutatást is ez a megosztottság jellemzi. Könnyű belátni, miért. Az okokat a vonzások és taszítások [push & pull] játéka egyaránt jellemzi.

Hosszú távú, globális politikai és intellektuális változások következtében a tipológia felső részében elhelyezkedő radikális iskolák mára némiképp kínos helyzetben találják magukat. 1989-ben a közép- és kelet-európai szocializmus politikailag életképtelennek bizonyult. Karl Marx (1818–1883), ez a jelentős gondolkodó, intellektuális értelemben az őt megillető helyre, a klasszikusok mauzóleumába került vissza. Más szóval az elmúlt hozzávetőleg egy évtized alatt a tipológia vízszintes választóvonala, a konfliktus- és a konszenzus-orientált megközelítés közötti különbség elveszítette jelentőségét – vagy legalábbis ma már jóval kevésbé látható. Az eredetileg a tipológia felső mezőiben elhelyezkedő iskolák képviselői ma jóval kevésbé hangsúlyozzák azt a dimenziót, ami hajdan létezésük alapját jelentette. Ezzel szemben egyre népszerűbbé válnak manapság az olyan homályosan definiált fogalmak, mint „kritikai", „radikális" vagy éppen „baloldali", míg az olyan sokkal egyértelműbb és konkrétabb kifejezések, mint a „marxizmus" vagy a „szocializmus" – hogy a „leninizmus"-ról és a „sztálinizmus"-ról már ne is beszéljünk – eltűnőben vannak.

A hangsúly tehát áttolódott a függőleges tengelyre, azaz a szubjektivista és objektivista tudományosság közötti megkülönböztetésre. A humán orientációjú kommunikációkutatás pedig, mely mindig is nagy súllyal volt jelen a társadalom vizsgálatában, nagyobb szerephez jutott, és jelentékenyen kivette a részét a nyolcvanas években megindult vitákban. Ezek az általános fejlemények két fontos területre artikulálódtak. Először is, a cselekvő és akarattal bíró alany, az egyén mint egyén a korábbihoz képest jobban fókuszba került. Másodszor pedig a humanisztikus, történeti humán

tudományi irányzat erősödése hasznosan egészíti ki a viselkedés- és a társadalomtudomány korábbi időszakokra jellemző, sokszor meglehetősen egyoldalú és ahistorikus szemléletét.

Némi egyszerűsítéssel tehát azt mondhatjuk, hogy míg az 1945 és 1965 közötti időszakban a Burrell–Morgan-tipológia jobb alsó sarka dominált, addig 1965 és 1985 között a felső két mező vette át a vezető szerepet. Az elmúlt 10–15 évben azonban a tudományos párbeszéd és vita inkább a tipológia vertikális választóvonala mentén zajlik. Azaz a lényeges viták a tipológia bal, illetve jobb oldalán elhelyezkedő szubjektivista és objektivista orientációjú megközelítések hívei között zajlanak. Még általánosabban fogalmazva úgy tűnik, hogy a humanista orientációjú humán tudomány, illetőleg a viselkedés- és társadalomtudományos jellegű kutatás állnak szemben egymással.

Egyelőre azonban még egyik táborról sem állítható, hogy megnyerte volna a csatát. Sőt, a kommunikációkutatás területének bővülése miatt úgy tűnik, a négy megközelítés mindegyike elég erős ahhoz, hogy önmagában is elboldoguljon. Így fennáll a veszélye, hogy a négy irányzat lassan felhagy az egymással folytatott érdemi vitával, s ehelyett nárcisztikus köldöknézegetésbe kezd. Sokkal produktívabb lenne, ha a négy tábor képviselői belátnák, hogy az általuk képviselt megközelítések nem egymást kizáró kategóriák. Nincs olyan társadalom ugyanis, melyet kizárólag a konszenzus vagy a konfliktus jellemezne. Éppen ellenkezőleg. A legtöbb – ha nem az összes – társadalomra mindkettő jellemző. Hasonlóképpen, minden egyénre elmondható, hogy szubjektumként és objektumként is viselkedik.

Mi több, az igazán izgalmas problémákra gyakran éppen a tipológia látszólag ellentétes kategóriáinak kombinálása mutat rá. Hogyan képesek például hatalommal nem rendelkező, tárgyként kezelt és kihasznált emberek felemelkedni, azaz teljes alanyi pozíciót kivívni maguknak az azzal járó jogokkal és kötelességekkel együtt? Mily módon jöhet létre bizonyos fokú konszenzus egymással konfliktusban álló egyének, csoportok és klikkek között? Hogyan juttatható kifejezésre az időlegesen egymással felszínes konszenzusban álló csoportok és klikkek között meghúzódó létező érdekellentét? Hogyan ismerik fel az önmagukat egyébként erős szubjektumként megélő egyének, hogy olykor ők sem többek puszta objektumoknál, hogy léteznek olyan biológiai és társadalmi erők, melyeknek ők sem tudnak ellenállni?

Ezek valóban érdekes és alapvető fontosságú kérdések, elméleti és gyakorlati szempontból egyaránt – különösen egy olyan folyamatosan növekvő diszciplína esetében, mint a kommunikációkutatás. Hogy megválaszolhassuk őket, meg kell tanulnunk a társadalmat egyszerre – utalva az 1.1. ábra kategorizálására – konfliktusos és konszenzusos módon látni, az egyént egyidejűleg objektumként és szubjektumként felfogni. Ahhoz pedig, hogy mind a konfliktust, mind pedig a konszenzust megértsük vagy magyarázni tudjuk, törekednünk kell a humán tudományos és a természettudományos szempontok kombinált alkalmazására a kommunikációkutatás területén. Ez egyáltalán nem könnyű. A gyakorlatban megoldást jelenthet a különböző

szempontok váltogatása aszerint, hogy éppen melyik alkalmazható jobban kutatómunkánk egy adott szakaszában. Az egyik éppolyan jó lehet, mint a másik. Kétségtelen azonban, hogy a kommunikációkutatás szempontjából izgalmas időszakot élünk.

A kommunikáció tanulmányozásának tárgyalását követően a következő részben általánosabb kérdésekről lesz szó; a bölcsészet- és társadalomtudományok területén végzett tudományos kutatásról adunk áttekintést.

1.5. A bölcsészet- és társadalomtudományok tipológiája

A tudományos diszciplínák bonyolult viszonyrendszerének megértéséhez elsődlegesen a vizsgált jelenség vagy szerveződés összetettségének fokát (atom, molekula, sejt, szerv, organizmus, egyén, csoport, társadalom) kell figyelembe venni. Az összes empirikus tudomány elrendezhető ily módon; a fizikát a kémia, a biológia, a pszichológia, végül pedig a szociológia követi. A szintek száma önkényes, de valószínűleg legalább ötöt meg kell említeni:

- szociológia,
- pszichológia,
- biológia,
- kémia,
- fizika.

Természetesen a lista felfelé is és lefelé is tovább bővíthető, azaz magában foglalhatja a szubatomi szintet csakúgy, mint az olykor világrendszernek nevezett szintet (lásd az oldal alján található keretes írást és a nemzetközi kommunikációval foglalkozó 7. fejezetet). Ezen túl számos közbülső szintet is beilleszthetünk, például a szociológia és a pszichológia közé a szociálpszichológiát (szem előtt tartva, hogy a szociálpszichológiának két ugyancsak különböző változata létezik: az egyik alapvetően pszichológiai, míg a másik szociológiai irányultságú).

MIT NEVEZÜNK RENDSZERNEK?

A rendszer bizonyos számú egységből vagy elemből áll. Ezek az elemek egy többékevésbé állandó struktúrát alkotnak, mely struktúra számos folyamatot határoz meg a rendszeren belül. A folyamatok ugyanakkor állandó jelleggel visszahatnak magára a struktúrára, így a folyamatok változása maga után vonja a struktúra fokozatos átalakulását is. A világrendszer csakúgy, mint az emberi test, nagyfokú komplexitással bíró rendszer. Emberek egy kis csoportja is alkothat egészen bonyolult rendszert (lásd a 4.4. szakaszt).

A szintek száma tehát megállapodás kérdése, és a hozzájuk kapcsolódó elnevezések egészen általános értelemben értendők. Ugyanakkor a rendszerezés elve – az a dimenzió, melynek mentén a fenti sorrend kialakult – majdhogynem magától értetődő. Minden egyes szinten egy új, a korábbi szinten nem létező, emergens jelenség bukkan föl, mely megkülönbözteti az adott szintet a fölötte és alatta elhelyezkedő többi szinttől. Az atomokhoz képest a molekulák a jelenségeknek egy más típusát képviselik, ahogy a sejtek is különböznek a molekuláktól, a szervek a sejtektől stb.

A következő dimenzió kevésbé magától értetődő, és nem is hasonlít az előbbi osztályozáshoz, amely a komplexitás mértékén alapult. Elsősorban egyes bölcsész- és társadalomtudományi diszciplínákra alkalmazható ez a dimenzió, amely néhány ún. alapvető értékhez kapcsolódik: igazság és szépség, erényesség és szentség, hasznosság és hatékonyság (vö. 3.2.). Ezek az értékek a kezdetektől velünk vannak. Az ókori görög filozófia például a *logos* és *ethos, pathos* és *praxis* fogalmakat használta. Évszázadokon át olyan filozófusok és költők sora írt ezekről az értékekről, mint Platón és Arisztotelész, Goethe és Schiller, vagy Keats és Shelley. Napjainkban pedig nemcsak filozófusok és költők, hanem public relations szakemberek is komoly figyelmet szentelnek nekik. E néhány alapérték köré szerveződve alakult ki pár olyan alapvető társadalmi intézmény, mely minden emberi társadalomban megtalálható. (Intézményen a szónak ebben az értelmében olyan, többé-kevésbé sztenderdizált és többé-kevésbé elfogadott – sőt olykor egyenesen előírt – megoldási eljárásokat értünk, melyekre akkor van szükség, amikor az egyének, csoportok, szervezetek vagy társadalmak az egy vagy több alapérték tiszteletben tartására való törekvésükben valamilyen általános problémával találják szemben magukat.)

A társadalom egyre összetettebbé válásával ezek a társadalmi intézmények mind jobban *elkülönültek egymástól.* A vallás és a jog, a politika és a gazdaság, a művészetek és az irodalom, a tudomány stb. mindegyike kialakította a maga saját szokás- és erkölcsrendszerét, mely útmutatással szolgál arra nézve (olykor egészen részletekbe menően), hogy az adott intézményt meghatározó alapértékek biztosítása érdekében mit kell gondolnunk, hogyan kell éreznünk és cselekednünk. Ezzel párhuzamosan a társadalmi alapintézmények *belső differenciáltsága,* intézményi fejlettsége is nőtt (gondoljunk például a gazdasági szektor megannyi, a kis helyi üzletektől a globális konglomerátumokig terjedő intézményeire). Minden egyes szektor rendelkezik a maga tudományos felépítményével is: teológia, politikatudomány, közgazdaságtan, jogtudomány, esztétika stb. Nyilvánvaló tehát, hogy tudománytipológiánk megalkotásához elkerülhetetlen az intézményi dimenzió bevonása is. Jelen céljaink szempontjából a tipológia öt nagy intézményt fog tartalmazni: gazdaság, vallás, jog, politika és kultúra (utóbbi a művészetek, irodalom stb. értelemben).

A két dimenzió, azaz az intézményi rendszeren alapuló és a korábban tárgyalt komplexitás szerinti szintezettség kombinálásával a tudományos diszciplínákat egy kétdimenziós tipológiában rendezhetjük el. A kétdimenziós

tipológia, mivelhogy egyidejűleg két különböző típusú különbségtétel megjelenítésére alkalmas, előnyösebb az egydimenzióssal szemben. Olykor azonban még a két dimenzió sem elégséges a valóság egy bizonyos aspektusának – esetünkben a bölcsészet- és társadalomtudományok különböző diszciplínáinak – rendszerezésére és megértésére. Nem nehéz belátni, hogy kialakulóban levő tipológiánk nem teszi lehetővé az összes bölcsészet- és társadalomtudományi diszciplína érdemi megkülönböztetését. Legalább még egy dimenzióra szükségünk lesz.

A harmadik dimenzió számos, csak látszólag nem egymáshoz tartozó, társadalmi jelenségre vonatkozik, melyek mindegyike valamilyen formában a kontrollal és a kommunikációval van kapcsolatban, például nyelv, oktatás, tömegkommunikáció stb. A társadalmi jelenségek ily módon való értelmezése szorosan összefügg azzal a nagyon alapvető irányító-szabályozó funkcióval, amit a szociológiai szakzsargon szocializációnak, a hétköznapi nyelv pedig nevelésnek, képzésnek vagy oktatásnak hív. (Erre az igencsak alapvető jelenségre a 3.3. és a 4.4.5. szakaszban térünk vissza.)

Ebben az értelemben a szocializáció a társadalom alapvető eszméinek – lehető legáltalánosabb módon értelmezett kultúrájának – a társadalom szintjéről az egyén szintjére, illetőleg egyik generációról a másikra való átadását jelenti. A szocializáció eredményeképp válunk társadalmi lénnyé, ez tesz bennünket emberré. A szocializáció és az ellene való többé-kevésbé legitim lázadás az előfeltétele mindannak, ami emberi. Közvetve vagy közvetlenül, de a szocializáció minden folyamata kommunikáció útján történik. A kommunikáció e speciális fajtájáért felelős egyéneket, csoportokat és szervezeteket gyakran a *szocializáció ágenseinek* nevezzük.

Modern társadalmakban legalább nyolc különböző szocializációs ágensről beszélhetünk:

- a család, a kortárs csoport, a munkahelyi közösség;
- iskolák, egyházak, törvényességért felelős hatóságok;
- tömegmozgalmak és a média.

A szocializációs ágensek mindegyike specifikus feladatokkal rendelkezik, és formálisan vagy informálisan többé-kevésbé hierarchikusan szervezett csoportokon és szervezeteken belül helyezkedik el. Ezek olykor egészen nagy hálózatok is lehetnek, mint például rokonsági rendszerek, gazdasági szervezetek, oktatási rendszerek, egyházkerületek, megyei önkormányzati testületek, fellebbviteli bíróságok, médiacsoportok stb.

A mi szempontunkból lényegesebb azonban, hogy specifikus feladataik – mint a munka, az oktatás, az ellenőrzés, a szórakoztatás stb. – ellátása mellett mindegyik hozzájárul a szocializáció soha véget nem érő folyamatához. Mint szocializációs ágensek természetesen mindegyik a kommunikáció és a kontroll különböző eszközeinek segítségével működik. Létezik tehát egy újabb társadalmi jelenségkör az intézményi dimenzió mentén, amely nem magával a kontrollal és a szocializációval van összefüggésben, hanem a *kontroll* és a *szocializáció kommunikációs eszközeivel:* a természetes és

a mesterséges nyelvekkel (azaz a kommunikációval a szó legáltalánosabb értelmében) és az ezekhez kapcsolódó társadalmi intézményekkel.

A kognitív orientáltságú diszciplínák egy része – például a filológia, a nyelvészet, a kibernetika, az informatika – elsősorban a kommunikációs és kontroll folyamatok alapvető eszközeinek többé-kevésbé formális jellemzőit vizsgálja. A diszciplínák egy másik csoportja elsődlegesen ugyanezen folyamatok tartalmi (szubsztantív) és intézményi aspektusaival foglalkozik; ide tartozik például a pedagógia, a sajtótudomány, a média- és kommunikációkutatás. Különböző okoknál fogva a szocializáció néhány más ágensének – például család, munkahelyi közösségek, kortárs csoportok, tömegmozgalmak és -szervezetek – tanulmányozása, noha gyakran igencsak aktívan folyik, de (még) nem intézményesült önálló tudományos diszciplínaként. Ezért nem is tudnak megjelenni tipológiánkban. (Ugyanakkor gyakran felbukkannak különböző tudományágakon belül létrejött specializációkként, például családszociológia, szervezetpszichológia, politikai kommunikáció stb.) A szocializáció némely ősrégi eszköze viszont már nagyon korán intézményesült, csakúgy mint az ezeket tanulmányozó tudományágak (pl. vallás, jog). Ezért tipológiánk intézményi dimenziójában ezeket feltüntetjük.

A kontroll–kommunikáció dimenzió összekapcsolása az előző két másikkal egy olyan háromdimenziós tipológiát eredményez, melyen belül a bölcsészet és a társadalomtudományok számos (de semmiképpen sem az összes) diszciplínája értelemmel bíró módon elhelyezhető (1.2. ábra). A teológiai diszciplínák, például, egy jobbról a második oszlopban a két legfelső szinten haladó horizontális nyalábot alkotnak.

A három dimenzió leegyszerűsítve a következőket ábrázolja:

- az ember és természet interakciójából adódó öt szintet,
- az emberek által a társadalmak építése során létrehozott intézményeket,
- a társadalmak folyamatos fennmaradásának biztosítása céljából létrehozott intézményeket.

Ez a háromdimenziós tipológia a kaleidoszkopikus intellektuális világ egy olyan ideiglenes áttekintését próbálja ábrázolni, melyben elhelyezhető a kommunikáció kibontakozóban lévő diszciplínája. A tipológia csak bizonyos fenntartásokkal kezelhető. A szintek dimenziója például sokkal jobban definiált, mint az intézményi vagy a kommunikációval kapcsolatos dimenzió. A legnagyobb problémát azonban az okozza, hogy a tipológia nem tartalmaz két alapvető dimenziót: hiányzik az idő és a tér megjelenítése. (Az iskolákban és az egyetemeken e hiányzó dimenziókat természetesen számos történelmi és földrajzi orientációjú diszciplínával és részdiszciplínával fedik le, például gazdaságtörténelem vagy társadalomföldrajz.)

A maga nemében ez a hiányosság egyszerre a legsúlyosabb, de ugyanakkor a legkönnyebben korrigálható is – legalábbis elméletben. Nincs más tennivalónk, „csak” egy-két új dimenzióval kell bővítenünk a már meglévő háromdimenziós modellünket. Grafikailag ugyan nem egyszerű egy ötdimenziós tér két dimenzióban való megjelenítése, de a logikában, a mate-

matikában és a statisztikában egyáltalán nem ritka a multidimenzionális terek kezelése. Esetünkben az a legegyszerűbb, ha kockánkat további négy kockára osztjuk, mégpedig úgy, hogy kombináljuk a két új dimenzió által felkínált két lehető legegyszerűbb opciót:

- A vizsgált jelenség integráló dimenziója-e az idő: igen vagy nem?
- A vizsgált jelenség integráló dimenziója-e a tér: igen vagy nem?

Meg kell említenünk még a formális és empirikus diszciplínák megkülönböztetését. A formális diszciplínáknak három nagy csoportja van: a logika, a matematika és a statisztika, melyeket sorrendben a kvalitatív, a kvantitatív, valamint a probabilisztikus műveletek jellemeznek. Noha explicit vagy implicit módon, de az összes empirikus tudományág támaszkodik egy vagy több formális diszciplínára, ezekkel itt és most nem szükséges foglalkoznunk. (Ez majd alább, az 1.8. szakaszban kerül elő.)

Háromdimenziós kockánk így is, ahogy van, elég sok érdekességet kínál, és számos kérdést vet fel. Például hány tudományág klasszifikálása lehetséges tipológiánk jelenlegi változatában? Ha figyelmen kívül hagyjuk a természettudományokat, műszaki tudományokat és az orvostudományt (azaz a kocka három alsó szintjét és a bal szélen található függőleges szeletet), az találjuk, hogy kockánkban jelentős mennyiségű bölcsészet- és társadalomtudományi diszciplínának marad hely, pontosan: $5 \times 4 \times 2 = 40$. Ha ehhez hozzávesszük a tér és az idő dimenzióját is, az eredmény minimum $40 \times 2 \times 2 = 160$-ra változik. Ez a szám természetesen tovább emelkedik (pontosan 224-re), ha beiktatunk egy közbeeső szintet a szociológia és a pszichológia közé, vagy ha a szociológia felett egy további új szintet építünk.

Jelen pillanatban ezen kombinációk között akad pár olyan, aminek nincs különösebben sok értelme; ugyanakkor az is igaz, hogy a tipológia nem fedi le az összes elképzelhető variációt. Az 1.2. ábrán látható, függőlegesen elhelyezkedő „művészetek és irodalom" elnevezésű szelet például jó néhány hagyományos bölcsész diszciplínát lefed, ugyanakkor a „szépművészetek" értelemben szűken vett szimbolikus kultúra (művészet, zene, irodalom stb.) története és elmélete specifikálatlan marad. És persze ha a kommunikációkontroll dimenzióban az összes nyelv külön vertikális szelettel rendelkezne (a kultúra szeletéhez képest derékszögben), a lehetséges kombinációk száma sokkal nagyobb lenne. Hosszútávon egyébként a két legfelső szint – a pszichológia és a szociológia – sem lesz elégséges az emberek és az emberi társadalmak tanulmányozására.

A jövő társadalmaiban, vagy talán úgy is mondhatnánk, hogy egy majdani új világban, a biológia szintje egyre központibb szerephez jut majd. Már napjainkban is megfigyelhető a biológia politikai és gazdasági – s következésképp tudományos – szerepének fokozódó fontossága. Úgy tűnik, az emberiség egy olyan biológiai alapokon nyugvó politika kialakulása felé tart, mely bolygónkat egyetlen *ökológiai* rendszerként fogja fel. Ez a jelenség már számos hagyományos és újabb keletű diszciplína érdeklődését felkeltette, s lassan, de fokozatosan már elindult az új kutatási területek kirajzolódása is.

Ezeket az új humán és természettudományos specializációkat többnyire az ökológia terminussal jelölik; ennek egy fontos specializációja például a humánökológia (lásd a 29. oldalon található keretes írást).

A társadalom mindig változik, s vele együtt változnak a tudományos diszciplínák is. Így van ez a bölcsészet- és társadalomtudományok esetében is. Tipológiánk következésképp egy dinamikus (tehát nem statikus) rendszert ábrázol.

A tipológia által létrehozott rácsos szerkezeten belül számos organikusan kinövő tudományágat találhatunk; csúszó, mászó, vágtázó diszciplínák egész dzsungeléről van itt szó, tele új képződményekkel, melyek úgy próbálnak kibontakozni, ahogy és amerre tudnak – és ott, ahol szükség van rájuk. Vegyük például a modern médiát, mely a miénkhez hasonló társadalmakban több mint egy évszázada kezdett kialakulni. A tömegkommunikáció térnyerésével párhuzamosan pedig kialakult az a kutatási terület, mely az utóbbi pár évtizedben *kommunikációkutatás* néven önálló diszciplináris rangot vívott ki magának.

1.6. A kommunikációkutatás helye

Háromdimenziós tipológiánkban a kommunikáció kibontakozó diszciplínája a következő módon helyezkedik el:

- a pszichológia és a szociológia szintjein (szintek dimenziója);
- olyan diszciplínák szomszédságában, melyek a szocializáció más jelentős ágenseivel és/vagy a kontroll és kommunikáció alapvető folyamataival foglalkoznak (kommunikációs dimenzió);
- keresztezve olyan klasszikus, intézményes irányultságú diszciplínákat, mint a közgazdaságtan, a politikatudomány, a teológia stb. (intézményi dimenzió);
- lefedve a tér és az idő dimenziót, hiszen nyilvánvaló, hogy a kommunikáció tanulmányozása, történjék az bármilyen módon is, nem hagyhatja figyelmen kívül a tér és az idő perspektíváját.

A kommunikáció pozíciójának ez a vizuális megjelenítése a diszciplínát meglehetősen bizonytalan helyzetűnek mutatja. Valójában ugyanez áll az összes többi diszciplínára is. Ezért az interdiszciplináris viszonyok kezelésében mindig szükség van valamennyi diplomáciai érzékre. Különösen igaz ez a viszonylag újonnan kialakult, még feljövőben levő tudományágak esetében. Jól illusztrálja ennek az állításnak a nyilvánvaló igazságát az az egyszerű tény, hogy tipológiánk értelmében nemcsak a kommunikáció, hanem gyakorlatilag az összes bölcsészet- és társadalomtudományi diszciplína legalább három különböző nézőpontból is definiálható:

- a szintek szempontjából,
- intézményi szempontból és
- a kommunikáció/kontroll szempontjából.

Sőt, tulajdonképpen kockánk valamennyi különálló sejtje megközelíthető e három szempont mindegyike felől. Ha ezt a lehetőséget következetesen végigvisszük, abból az következik, hogy a bölcsészet- és társadalomtudományi diszciplínák fentebb megadott száma háromszorosára nő. Például a politika–szociológia–kommunikáció terminusokkal definiált kis kocka megközelíthető és értelmezhető az intézményi nézőpontból kiindulva csakúgy, mint a szintek vagy a kommunikáció perspektívájából. Ennek megfelelően definiálható

- mint *politikatudomány,*
- mint a *politika pszichológiájának szociológiája* és
- mint a *politikai kommunikáció tanulmányozása.*

Továbbá nem szabad elfeledkeznünk a térbeli és az időbeli szempontok bevonásával létrejövő változatokról sem: politikatörténet, geopolitikai tanulmányok. A politikára koncentráló tudományos tevékenység ezen öt variációjának mindegyike rendelkezik a maga diszciplínáival, részdiszciplínáival, specializációival, nemzetközi szervezeteivel stb. S ugyanez mondható el a bölcsészet- és társadalomtudományok nagy kockáján belül található legtöbb kis kockáról is.

Intézményesülési törekvéseiket tekintve három intézményirányultságú perspektíva is különösen sikeresnek bizonyult, amennyiben már a középkori európai egyetemi rendszeren belül önálló teológiai, jogi és orvosi fakultásra tettek szert. Más ún. klasszikus tárgyak (szint és intézményi orientáltságúak egyaránt) eredetileg a filozófia fakultásokon belül kaptak ömlesztve helyet, majd innét később a szerveződési szintek, intézményi orientációs, térbeli és időbeli szempontok alapján létrejött új karokhoz, kisebb

AZ ÖKOLÓGIA

„Az ökológia kifejezés a görög oikos (ház) szóból származik. Figyelemreméltó, hogy a közgazdaságtan *(economics)* szó görög eredetije (*oikonomos* = a háztartás irányítója, vezetője) is ugyanerre a tőre vezethető vissza. Ernst Haeckel, a német biológus, aki 1868-ban magát a kifejezést megalkotta, úgy értelmezte az ökológiát mint a természetgazdaságra vonatkozó tudás összességét, hangsúlyozva a diszciplína közgazdasági és evolúció-elméleti gyökereit. Haeckel azoknak a komplex kölcsönhatásoknak a tanulmányozását tartotta az ökológia feladatának, melyeket Darwin a létért való küzdelem feltételeinek nevezett.

Az ökológusok előszeretettel úgy tekintenek a környezetre, mint az élet összességét alkotó, egymással összefonódó viszonyok és cserefolyamatok ökoszisztémájára. Az ugyanazon környezetben (habitat) élő organizmusok populációközösséget alkotnak. A közösségek és a közösségek abiotikus környezeteinek együttese alkotja az ökoszisztémát, a különböző ökoszisztémák összessége pedig az ökoszférának nevezett legnagyobb ökológiai egységet. Az élőlények az ennél jóval kisebb kiterjedésű bioszférában találhatóak, melynek átlagos vastagsága 15-16 kilométer. Az élet minden formája a víz, levegő és talaj e törékeny rétegétől/burkától függ.

egységekhez kerültek. Az újabban alapított egyetemeken számos ilyen új kar, részleg stb. jelent meg különböző szerveződésekben: például tanszék, intézet, főiskola, iskola stb.

Még az is elképzelhető, hogy a kommunikációs perspektíva a jövőben annyira megerősödik, hogy az európai egyetemi rendszeren belül önálló karként (más típusú egyetemi rendszerekben pedig az ennek megfelelő státuszú intézményi formában) való megjelenése is szükségessé válik.

1.7. A kommunikációtudomány három különböző felfogása

A kérdés az, hogy mit találunk, ha a fentebb tárgyalt három szempontból (a szintek, az intézmények és a kommunikáció perspektíváiból) közelítjük meg a kommunikáció formálódó diszciplínáját?

Már láttuk, hogy a bölcsészet és társadalomtudományok kialakulásakor az intézményi perspektíva (tipológiánkban balról jobbra) játszotta a fő szerepet. A térbeli és az időbeli nézőpontok – történelem, földrajz, kapcsolódó területek – szintén fontosak voltak már a kezdeti időktől. Csak sokkal később, a tizennyolcadik és a tizenkilencedik században vált számottevővé a szintek (elsősorban a kémia és a biológia, majd később a pszichológia és a szociológia) perspektívája. Ami pedig a minket közelebbről érdeklő kommunikációt illeti, annak intézményesülése országonként meglehetősen eltérően zajlott. Sőt, olykor még ugyanazon országon belül is igencsak különböző megközelítésekkel találkozhatunk (lásd 1.10.).

Mindent összevetve nyilvánvaló, hogy a kommunikációtudomány intézményesülése a tipológia mindhárom dimenziója irányából történt. Pillanatnyilag a kommunikációtudományt számos specializáció formájában művelik intézményi és a komplexitás szint dimenziói mentén leírható diszciplínákon belül egyaránt. Vannak egyetemek, ahol intézményesült tanszéki formában oktatják a médiagazdaságot vagy a politikai kommunikációt, és legalább kétféle szintirányultságú specializáció létezik: a kommunikációpszichológiája mellett a kommunikációszociológia is bevettnek számít. (Olykor még a kommunikáció szociálpszichológiájával is találkozhatunk.) Végül de nem utolsósorban egyre nő azoknak a kommunikációs és tömegkommunikációs tanszékeknek, intézményi egységeknek, iskoláknak a száma, melyek nem a *komplexitási szintek* és nem is az *intézményesültség* perspektívájából határozzák meg magukat, hanem a *kommunikációs* dimenzió irányából.

Háromdimenziós ábránk tulajdonképpen egy modell speciális eseteként is felfogható, s mint ilyen jól illusztrálja a következő szakasz témáját is, mely a formális modelleknek a konceptualizációban és az elméletalkotásban betöltött szerepét vizsgálja. (A társadalmi intézmények tipológiában való ábrázolásának egy másik szemléletes példája a 72. oldaon, a 3.2. szakaszban tárgyalt „kultúra kereke”.)

1.8. Elméletek, modellek és adatok

A modern viselkedéstudományokban, a társadalomtudományokban, de a bölcsész területeken is (itt elsősorban talán a nyelvészetben) egyre erősödő konszenzus figyelhető meg a tekintetben, hogy határozott különbségtétel szükséges egy diszciplína *szubsztantív elméletei* és az azok magyarázására és elemzésére szolgáló *formális modellek* között.

A szubsztantív elméletek gyakran teljesen hétköznapi nyelven vannak megfogalmazva, nem nélkülözve természetesen a pallérozott gondolatok kifejezéséhez szükséges speciális terminológiát. Ezzel szemben a formális modellek, természetükből adódóan, tartalmilag üresek, hiszen a logika, a matematika vagy a statisztika nyelvén kerülnek megfogalmazásra (s gyakran grafikai modellek formájában vizuálisan jelenítik meg őket). 2+2=4, függetlenül attól, hogy almákat vagy embereket adunk össze. Ugyanannak a statisztikai modellnek a segítségével egyaránt magyarázhatjuk a fiatalok televíziózási gyakoriságát éppúgy, mint a népesség különböző rétegeire jellemző bűnözési arányt.

A szubsztantív elmélet, a formális modellek valamint az empirikus adatok egymással kölcsönhatásba kerülve egy olyan kumulatív folyamatot indítanak be, melynek során egymásra rakodó ismereteink szakadatlanul bővülnek. Ebben a fejezetben a természet- és humán tudományok egy némiképp leegyszerűsített szubsztantív modelljét tárgyaljuk, mely számos alapfogalom, illetőleg az azok között fennálló viszonyok verbális megfogalmazását tartalmazza, és amelyet grafikai modellek (pl. négyosztatú táblázat, háromdimenziós tér) segítségével vizuális eszközökkel is ábrázoltunk. A matematikai és a statisztikai modellekhez hasonlóan természetesen az általunk használt grafikai modellekre is igaz, hogy nem rendelkeznek tartalommal, következésképp bármilyen osztályozási vagy oksági típusú elméleti feladatra felhasználhatók. Egy olyan grafikai modellt például, mint a négyosztatú táblázat gyakran használnak nemcsak klasszifikációs eszközként, hanem oksági viszonyokat feltételező hipotézisek (pl. a társadalmi osztály és a médiával kapcsolatos szokások viszonya) formális modelljeként is.

A jelenségek világa mindig is az marad, ami: nyüzsgő és gazdagon burjánzó valóság, melynek az elmélet legjobb esetben is csak homályos tükörképét képes visszaadni. Másrészről egyértelműségük és letisztultságuk okán a formális modellek a lehető legnagyobb világosságot követelik meg az elmélet és a modell, illetőleg a modell és az adatok közötti fordítási folyamatokban. Ennek következtében pedig az elmélet és az adatok által reprezentált valóság közötti fordítási folyamatok is világosabbá válnak. Éppen ez, a fordítási folyamatok letisztultságára való igény az, ami a szubsztantív elmélet, a formális modellek és az empirikus adatok kölcsönhatásában beindítja a tudás generálásának szakadatlan folyamatát. Továbbá ezáltal nyer értelmet a különböző kutatási tradíciók közötti véleményütköztetés csakúgy, mint az együttműködés.

Történetesen a szubsztantív elméleteknek, formális modelleknek (legyenek akár logikaiak, matematikaiak vagy statisztikaiak, grafikus módon ábrázolva vagy máshogy) és empirikus adatoknak pontosan ezzel a kölcsönhatásával magyarázható a modern viselkedés- és kognitív tudomány, a társadalomtudományok gyorsütemű fejlődése az elmúlt ötven év során. Az elmélet és modell, illetőleg modell és adatok közötti fordításhoz való ragaszkodás – melyet az az igény hívott életre, hogy az elméleti úton levezetett formális modellek segítségével lehetővé váljon az empirikus adatok elméleti szempontból releváns elemzése – az átfogó ismeretek hatalmas mértékű növekedését eredményezte. Az elmélet, modell és adatok közötti fordítás lehetővé tette tehát a magas szintű általánosítást.

Néha úgy tűnik, hogy a szubsztantív elmélet, a formális modellek és az empirikus adatok közötti elengedhetetlen kölcsönhatás hiányzik a kommunikációkutatás kialakulóban lévő irányzataiból (a bölcsészet- és a társadalomtudományokban egyaránt). Pontosabban fogalmazva, gyakran használnak verbális formában megfogalmazott szubsztantív elméleteket közvetlenül az empirikus valóság és az abból nyert adatok értelmezésére és magyarázatára anélkül, hogy akár az elméletet, akár pedig az adatokat világos formális modellekkel hoznák kapcsolatba. Az idő múlása azonban elhozza a dolgok tisztázására hivatott formális modellek fokozatos térnyerését, s ezzel beindul az a pozitív fejlődési irány, mely a szubsztantív elméletet és az empirikus adatokat kombinálja a formális modellekkel, hogy ezáltal pontosabb és hitelesebb tudásra tegyünk szert. Ilyen fejlődésre számos, egymástól igencsak eltérő területről tudunk példát hozni, például hírterjedés [„diffusion of news"], tematizáció [„agenda-setting"], a Noelle-Neumann-féle hallgatási spirál, használat- és élménykutatás [„uses and gratification"] (lásd 1.9. és 6.4.).

A bölcsészet- és társadalomtudományok területén kialakulóban levő kommunikációkutatási irányzatok tehát a következő kihívással találják szemben magukat: egyrészt komolyan oda kell figyelniük a szubsztantív elméletek és a formális modellek különbözőségére, másrészt pedig produktív módon kölcsönhatásba kell hozniuk egymással az empirikus adatokat és a tudományos elemzés említett két eszközét.

Amennyiben ez nem következik be, a kommunikációkutatás kezdetben legígéretesebbnek tűnő tradíciója is nagy valószínűséggel megragad azon a leíró, narratív és (a szó technikai értelmében) anekdotizáló szinten, mely a kezdeti időszakban a kommunikációkutatás irányzatainak legtöbbjére jellemző. A szubsztantív elmélet és a formális modell, a formális modell és az empirikus adatok közötti fordítás hiányában nem lesz lehetséges semmilyen magas szintű általánosítás. Az az irányzat pedig, amely nem képes erre, csak egy divatos fellángolás marad a sok közül, s úgy végzi majd, mint a többi: eltűnik. A szubsztantív elmélet, a formális modellek és az empirikus adatok elengedhetetlen kölcsönhatása hiányában a különböző kutatási iskolák közötti termékeny konfrontációs és a kooperatív folyamatok sem tudnak majd kibontakozni. Következésképp nem beszélhetünk kumulatív növekedésről sem. [Az ún. kvalitatív kutatás formalizálásához jó kiindulópontul szolgál-

hat az eredetileg az úttörő német szociológus, Max Weber (1864–1920) által bevezetett „ideáltípus" fogalma, melyet Weber sikeresen alkalmazott a szervezetekkel foglalkozó innovatív munkájában (lásd 5.3.).]

Az eddig elmondottak illusztrálására és alátámasztására a következő szakasz a kommunikációkutatás három különböző irányzatában megjelenő differenciált fejlődést mutatja be egy-egy konkrét példán keresztül.

1.9. Elméletek és modellek a kommunikációkutatás három irányzatában

Ebben a részben három példát tárgyalunk annak illusztrálására, hogy a szubsztantív elmélet, a formális modellek és az empirikus adatok közötti kölcsönhatás hogyan képes a kommunikációkutatás egy adott irányzatának intellektuális fejlődéséhez serkentőleg hozzájárulni, illetőleg hogy ennek ellenkezőjeképp, az interakció hiánya hogyan válhat a fejlődés késleltetőjévé, vagy akár teljes gátjává is. A három irányzat a következő:

- használat- és élménykutatás;
- életmódkutatás a média használattal összefüggésben és
- befogadáselemzés.

Az összehasonlítás megkönnyítése érdekében mindhárom példát a tömegkommunikáció-kutatásból vettük, konkrétabban mindegyik azzal áll összefüggésben, hogy hogyan használjuk a médiát. Hasonló példákat természetesen hozhattunk volna a közvetlen emberi kommunikáció, a szervezeti vagy nemzetközi kommunikáció kutatásából is.

A kutatás időigényes feladat. A használat- és élményirányzat, mely azzal foglalkozik, hogy hogyan használjuk a médiát többé-kevésbé tudatos céljainkra, már vagy fél évszázada jelen van. Az életmód és a tömegkommunikáció összefüggésére irányuló vizsgálatok azt kutatják, hogy a médiahasználat hogyan válik egy bizonyos mértékben tudatosan választott életmód integrált és integráló részévé. Ez a kutatási irányzat legalább százéves múltra tekinthet vissza. Az ilyen és ehhez hasonló, már régóta jelenlevő irányzatok fejlődésének tanulmányozása segíthet a viszonylag újabb keletű, mindössze egy vagy két évtizedes múltra visszatekintő kutatási iskolák helyzetének megértésében. Ilyen például a még kialakulóban lévő befogadáselemzés – mely a használati érték és élményszerzés irányzat egy új, speciális vállfajának is tekinthető (lásd még 6.4.).

1.9.1. HASZNÁLAT- ÉS ÉLMÉNYKUTATÁS

A használat- és élménykutatás (HÉK) azt vizsgálja, hogy milyen módokon használja az egyén a tömegkommunikációs médiumokat, illetőleg hogy milyen élményeket eredményeznek ezek a használati módok (lásd 6.6.1.).

Összességében az irányzatot a szubsztantív elmélet, a formális modellek és az empirikus adatok termékeny kölcsönhatása jellemzi. Az empirikus adatok gyűjtése a lehető legváltozatosabb formákban – az informális és a fókuszcsoportos interjúktól kezdve a felméréseken és kérdőíveken keresztül a laboratóriumi kísérletekig bezárólag – történt. Az így gyűjtött empirikus adatok elemzésére számos, komplexitás szempontjából változatos – az egyszerű kereszttáblázatoktól kezdve a bonyolult sokváltozós statisztikai modellezésig terjedő – formális modellt használtak. Mindez azt eredményezte, hogy az irányzat fejlődésében a kezdeti, deskriptív tanulmányokkal jellemezhető szakaszt először egy tipológizáló, majd pedig egy értelmező fázis váltotta fel, mely utóbbit a szubsztantív elméletek, a formális modellek és az összegyűjtött adatok kimunkált rendszere közötti kiforrott kölcsönhatás jellemez. Mára pedig elérte azt a fejlettségi szintet, mely lehetővé teszi a részletes és pontos összehasonlító vizsgálatok végzését. Mindent összevetve ez a fejlődés egy fél évszázadot vett igénybe.

1.9.2. ÉLETMÓDKUTATÁS

Az „életmód" kifejezést a tudomány és kutatás területére eredetileg a közismert osztrák pszichológus és pszichiáter, Alfred Adler, a modern individuál-pszichológia egyik megteremtője, vezette be a huszadik század elején. Az életmód-orientációjú tömegkommunikáció kutatás a huszadik század eleji klasszikus társadalomtudományban gyökerezik, melyet többek közt egy amerikai-norvég közgazdász, Thorstein Veblen, és két német szociológus, Georg Simmel és Max Weber, neve fémjelez. Ha visszatekintünk a kommunikációs orientációjú életmódkutatás hosszú és emlékezetes példákban bővelkedő történetére, szembetűnő, hogy az irányzat klasszikusainak első frappáns, olykor egyenesen briliáns megállapításait követően az irányzat maga soha nem lépett túl a verbális leírások és elméletek szintjén. Szubsztantív elméletek, formális modellek és empirikus adatok kiforrott kombinációjára alapuló vizsgálatokat csak hébe-hóba találni. Valószínűleg többek közt emiatt tartott olyan sokáig, hogy ez az irányzat – noha története majd kétszer olyan hosszú, mint a használat- és élménykutatásé – végre lendületet kapjon. Csak az elmúlt, nagyjából két évtizedben látunk erre nézve jeleket, elsősorban az Egyesült Államokban, Nagy-Britanniában, Franciaországban, Németországban és a skandináv országokban. Jellemző módon az életmódkutatásnak ezen új nemzetközi hullámát a kommunikációs jelenség (pl. a zene) mint életmód-integráló elem érdekli. A tipológiai és egyéb elméleti munkáknak a formális modellekkel és empirikus adatokkal való kombinálása szintén sikeresen lezajlott, a kvantitatív és a kvalitatív kutatás területén egyaránt. Miután a szubsztantív elmélet, a formális modellek és az empirikus adatok összekapcsolása megtörtént, az irányzat képviselői viszonylagos könnyedséggel tudtak az eredeti leíró szintről az értelmező szintre továbblépni (lásd 3.5. és 6.6.).

1.9.3. BEFOGADÁSELEMZÉS

A befogadáselemzés a közönségkutatás egy viszonylag új irányzata, mely azt vizsgálja, hogy a közönség hogyan „fogadja be" a különböző típusú médiatartalmakat. A befogadáselemzés gyökerei a bölcsészet- és társadalomtudományokra egyaránt visszavezethetőek. Ezek között van két olyan is, ahol már évtizedek óta szisztematikusan alkalmazzák a szubsztantív elmélet, a formális modellek és az empirikus adatok folytonos kölcsönhatásának elvét: a nyelvészet és a kognitív pszichológia. A formális modellek és a szubsztantív elméletek azonban meglehetősen gyakran elsősorban mint retorikai esz-közök és/vagy analógiák jelentek meg a befogadás-elemzésben. A szubsztantív elméletek, a formális modellek és az empirikus adatok szisztematikus egymásra vonatkoztatása mostanáig csak elvétve valósult meg.

Ehelyett az irányzatot leginkább az anekdotikus adatokon alapuló, és az egyéni élmények jelentésének formalizálatlan, interpretatív tanulmányozásaként definiált kvalitatív vizsgálatok dominálják. A kommunikációs helyzetek verbális elméleteken keresztül való *megértése* határozta meg mindmáig az irányzat működését, nem pedig azoknak formalizált adatokra támaszkodó empirikus vizsgálatokon tesztelt új hipotézisek segítségével való *magyarázata* (lásd az 1.2. szakaszt fentebb). Az ilyen típusú vizsgálatok hajlamosak figyelmen kívül hagyni a megbízhatóság, érvényesség és reprezentativitás amúgy általánosan elfogadott és alapszintű módszertani tankönyvekben ismertetett tesztjeit. Másrészről azonban szellemes és érdekfeszítő esettanulmányok lenyűgöző mennyisége készült a gyakran – meglehetősen lazán – „interpretatív közösségeknek" nevezett alakulatokról (lásd 6.6.4.).

Ezzel a háttértörténettel nem tűnik túlzásnak megjósolni, hogy a közeljövőben kommunikációkutatók egy vállalkozó szellemű csoportja az ún. kvalitatív befogadáselmélet szubsztantív elméleteiben található stratégiai változókra fog összpontosítani. Az empirikus és elméleti általánosítást célul kitűzve, fáradságos munkájuk a következőket fogja magában foglalni:

- a szubsztantív elméleteknek a releváns formális modellekhez való hozzárendelése;
- a változók lefordítása empirikusan mérhető mértékegységekre, melyek pontosan meghatározott körülmények között és pontosan meghatározott népességből vett reprezentatív mintán végzett kutatásokban alkalmazhatóak;
- az empirikus adatok elemzése a szubsztantív elméletek és a formális modellek értelmezési keretein belül.

Ami azt illeti, pontosan ezt történt úgy ötven évvel ezelőtt a hatás- és élménykutatás korai időszakában. Ennek nyomán a médiahasználati módokról, annak okairól és következményeiről a HÉK hatalmas mennyiségű új ismerethez jutott el, még ha ez több mint fél évszázadot vett is igénybe. Ebben az értelemben a HÉK megmenekült attól, hogy a kommunikáció

tudomány számos, ma már elfelejtett tiszavirág életű fellángolásának sorsára jusson. Elvileg ugyanez ment végbe az életmód-orientált kommunikációkutatás területén is az elmúlt két-három évtized során, bár sokkal szélesebb értelemben és mindössze fél évszázadnyi stagnálás után. Nagyon valószínű tehát, hogy az a számos érdekes fejlemény, mely ma a még a kvalitatív befogadás elemzés berkein belül bontakozik ki, ugyanezen a fejlődésen fog keresztül menni. A kérdés csak az, hogy ki és mikor fogja megtenni a szükséges lépéseket. Persze akárki is legyen, hosszú időre lesz szüksége. Csak remélni tudjuk, hogy nem tart majd egy újabb fél évszázadig.

1.10. A kommunikációkutatás története

A kommunikáció szisztematikus tanulmányozása nagyon hosszú múltra tekint vissza, és az emberi kommunikáció legalapvetőbb formájának, a szóbeli kommunikációnak a vizsgálatával kezdődött. A hatalmon levők számára a kezdetektől létfontosságú volt a kommunikáció és a meggyőzés művészete. Nem véletlen tehát, hogy a retorika, az ékesszólás művészete és tudománya, szabadon virágzott az ókori görög és római kultúra olyan fellegváraiban mint Athén, Róma, Konstantinápoly és Alexandria. Az európai egyetemi rendszerben a retorika tovább élt a középkoron és a reneszánszon át egészen a tizenhatodik és tizenhetedik századi barokk periódusig.

A nyomtatott sajtó tizenhatodik századi megjelenése hamarosan felkeltette az egyetemi tudósok érdeklődését. Franciaországban és Németországban például a kommunikáció tanulmányozása elsődlegesen történeti jelleget vett fel, s ennek eredményeképp tanulmányok sokasága született ilyen vagy olyan kiadókról, az általuk megjelentetett könyvekről, folyóiratokról és újságokról, valamint a szerzőkről és kiadóvezetőkről. A huszadik század elején Németországban *Zeitungswissenschaft* („sajtótudomány") néven speciális tanszékek és intézetek működtek, s ezzel párhuzamosan az irodalom, a történelem stb. tanszékek berkein belül is foglalkoztak a tömegkommunikáció tanulmányozásával. A kommunikáció ehhez hasonló fejlődésére más országokban is találhatunk példát.

A kommunikációkutatás e korai változatai többnyire a bölcsészet keretein belül zajlottak. A fejezet elején tárgyalt distinkció értelmében tehát inkább humán tudományos, mint természettudományos perspektívából közelítették meg a kommunikáció vizsgálatát. Hasonló tendenciákkal találkozhatunk az Egyesült Államokban is, ahol az eredetileg a retorikai irányzaton belül felállt nyilvánosbeszéd-tanszékek eredendően humán és bölcsész orientációjához fokozatosan hozzáadódott a természettudományos perspektíva alkalmazása is. Más esetekben a viselkedés- és társadalomtudományok irányából való megközelítés már viszonylag korán megfigyelhető. Az amerikai szociológiai vonal egyik úttörője az a Robert Park volt, aki 1904-ben *Masse und Publikum* című disszertációjával Németországban szerezte meg doktori fokozatát, majd a University of Chicago szociológia professzoraként dolgozott.

Ezt további próbálkozások követték, mégpedig gyakorta az ún. „morális pánikok" idején, melyek társadalmi változások időszakaiban hajlamosak kibontakozni – például amikor új médiumok vagy új médiatartalmak (mint a film, a televízió, a videó, a jazz vagy a punk) kerülnek bevezetésre. A második világháború alatt és azt követően a viselkedés- és társadalomtudományi vonulat egyes országokban megerősödött, részben az ellenséges propagandával szembeni ellenállás következményeként, részben pedig a sikeres propaganda megteremtésére irányuló törekvések nyomán.

Ezen törekvések, elsősorban az Egyesült Államokban, bekerültek az egyetemi rendszerbe is, mégpedig olyan támogatók segítségével, mint a *politikatudománnyal* foglalkozó Harold D. Lasswell, a *pszichológia* területéről Carl Hovland és Hadley Cantril, és a bécsi születésű *szociológus*, Paul F. Lazarsfeld. Ezzel párhuzamosan Európából az USA-ba emigrált tudósok egy csoportja Theodor W. Adornoval, a frankfurti iskola alapítójával az élen, egy humanisztikusabb és kritikai irányzat mellett állt ki.

Tehát a második világháború után az Egyesült Államokban újonnan alapított kommunikáció tanszékek és intézetek, melyek összekapcsolódtak a valamennyivel hosszabb történetre visszatekintő szakirányú újságíró-iskolákkal, elméleti és módszertani szempontból egyaránt erős európai hatás alatt jötték létre. Az elkövetkező pár évtized során aztán ezek az irányzatok visszakerültek Európába, ahol (különösen Észak-Európában) vagy teljesen új tanszékek és intézetek sora jött létre, vagy a már meglévő intézményekben folytatódtak a részben a háború miatt félbemaradt kezdeményezések. Hasonló folyamatok mentek végbe a világ egyéb tájain, például Japánban, Latin-Amerikában és Ausztráliában is.

A kommunikáció diszciplínájának világszintű elterjedésével két nagy nemzetközi szervezet jött létre (lásd 7.4.3.). A Nemzetközi Kommunikációs Társaság (International Communication Association, ICA) az Amerikai Kommunikációs Társaságból (American Communication Association) nőtt ki, míg a Média és Kommunikáció Kutatás Nemzetközi Társaságát (International Association for Media and Communication Research, IAMCR) az UNESCO égisze alatt hozták létre. Noha az ICA tagjai között ma már megfigyelhető a nem-amerikaiak jelenléte is, a tagságban azonban még mindig az amerikai egyetemi oktatók dominálnak. Az IAMCR tagsága nemzetközileg ennél jóval kiegyensúlyozottabb; számottevő tagsággal rendelkezik Ázsiában, Afrikában és Latin-Amerikában, csakúgy, mint Európában és Észak-Amerikában. Mindkét szervezet rendszeresen szervez nagyszabású nemzetközi konferenciákat, melyekre minden alkalommal más-más országban illetve kontinensen kerül sor. Az ICA három tudományos folyóiratot jelentet meg, ezek: *Journal of Communication, Human Communication Research* és *Communication Theory.* Egy ideje már az IAMCR is tervezi saját szakmai folyóirat megjelentetését.

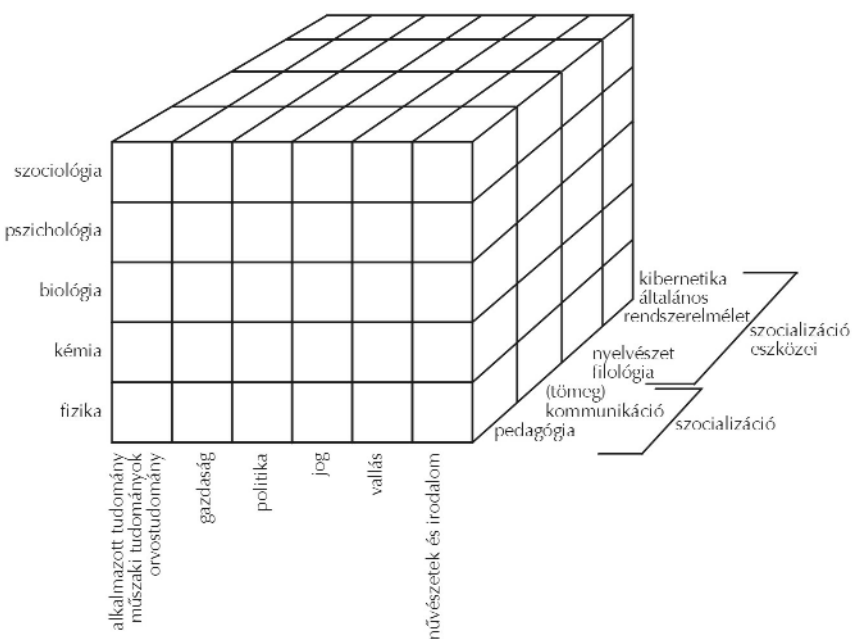
A kommunikációtudomány és kutatás nemzetközi szervezeteinek megalakulásával párhuzamosan számos helyen hoztak létre országos szintű szervezeteket is, melyek szintén megrendezik a maguk saját konferenciáit,

jelentetnek meg folyóiratokat stb. Ezeknek az országos szervezeteknek valamiféle szövetségben való összefogására is történtek már kísérletek.

A bölcsészet- és társadalomtudományok 1.5. szakaszban tárgyalt háromdimenziós tipológiája szempontjából az imént bemutatott változások a kocka harmadik, kommunikációs dimenziójának növekvő fontosságát példázzák. Évszázadokon át a kommunikáció tanulmányozását elsődlegesen vagy az idő dimenziójának szempontjából (pl. sajtótörténet), vagy intézményi szempontból (pl. politikai kommunikáció), vagy pedig a szintek dimenziójának alapján (pl. a kommunikáció pszichológiája, a kommunikáció szociológiája) definiálták. A második világháború óta azonban egyre inkább jellemző a kommunikáció tanulmányozásának egy *kommunikációsan* meghatározott perspektíva felől, azaz saját diszciplináris keretein belül történő definiálása. Ezen a kommunikatív perspektíván belül természetesen számos különböző irányzat is található, ahogy azt fentebb vázoltuk.

1.11. A könyv szerkezetéről

A könyv második részében (2. és 3. fejezet) a kommunikáció formájának és funkcióinak tanulmányozásáról lesz szó. Bemutatásra kerülnek a kommunikációs aktus alapvető elemei és funkciói csakúgy, mint a kommunikáció fő



1.2 ábra *A tudományos diszciplínák háromdimenziós tipológiája (forrás: Rosengren, 1995)*

szintjei (egyéni, csoport, szervezeti, társadalmi és/vagy nemzetközi szintek) közötti főbb viszonyok, valamint e különböző szinteknek megfelelő kommunikációtípusok általános jellemzői. Továbbá helyet kap a kommunikáció történetének vázlatos ismertetése is, mely nagyjából egybeesik az emberiség és az emberi társadalmak történetével. Ennek egyik oka az, hogy a kultúra, mely az emberi társadalmak alkotóeleme, a kommunikáció által tud létrejönni és fennmaradni. Hasonló módon a szocializáció (azaz a fiatal emberi egyedek felnevelése), valamint az emberiség évezredeken át folyó *individualizációja* és az egyének pár évtized alatt lezajló *individuációja* kizárólag mint kommunikációs folyamat érthető meg (lásd 2.5. és 3.3.).

A következő rész négy fejezete, a korábban elmondottakra támaszkodva, részletesen tárgyalja a kommunikáció négy különböző szintjét: az individuális szintet, továbbá a szervezeti, társadalmi és nemzetközi szinten zajló kommunikációt. Hasonlóan a könyv korábbi fejezeteihez, itt is kiemeljük azokat a sajátosságokat, melyek csak a kommunikáció bizonyos szintjeire jellemzőek csakúgy, mint a kommunikáció szintektől független általános tulajdonságait.

Végül pedig, a könyv negyedik részében, röviden vázoljuk a kommunikáció, úgy is mint általános jelenség és úgy is mint tudományterület, jövőjét. Mindezt az ún. „kommunikációs forradalom" kontextusában, azaz a modernizálódó, a modern és a posztmodern társadalmak különböző szektoraiban világszerte zajló változási folyamatok figyelembevételével tárgyaljuk.

A könyvet a kommunikációtudománnyal foglalkozó, klasszikus és mai munkákat egyaránt tartalmazó bibliográfia zárja.

Második rész

A kommunikáció formái és funkciói

Második fejezet

A kommunikáció formái és szintjei: néhány alapvetés

2.1. A kommunikáló állat

2.1.1. TÖRTÉNETÜNKRŐL

A biológusok az állatok világát egy összetett tipológia szerint (lásd 1.2.1.), a következő kategóriákból álló hierarchikus rendszerbe rendezik.

- *törzs:* például rovarok és gerincesek;
- *osztály:* gerinceseken belül például halak, madarak, *emlősök;*
- r*end:* az emlősökön belül például cetek, rágcsálók, *főemlősök;*
- *család:* a főemlősökön belül például *emberszabásúak (hominidák)* és *majmok;*
- *nem:* a hominidákon belül például emberek (homo) és emberszabású majmok;
- *faj:* az embereken belül például a *homo neanderthalensis* és a *homo sapiens*.

Mai ismereteink szerint az emberi *nem (homo)* körülbelül kétmillió éves történetre tekint vissza. Ez a roppant hosszúságú evolúciós folyamat azonban már mintegy kétmillió évvel korábban elkezdődött, amikor is a *hominidák* egy mára kihalt csoportja felegyenesedett, és végleg a hátsó lábára állt, hogy mellső mancsát a járáson kívül más feladatokra is használni tudja. Körülbelül ugyanez idő tájt az agy is jelentékeny növekedésnek indult, 400 cm^3-es térfogata háromszorosára-négyszeresére nőtt, s ezzel energiaigénye is megnövekedett. (Ma az agy testsúlyunk kb. 2%-át teszi ki, miközben energiabevitelünk több mint 10%-át használja fel.) Ezzel párhuzamosan szájpadlásunk és nyelvünk is fokozatosan felvette mai alakját. Emellett megtanultuk a természetben található dolgokat eszközként használni, jóval később pedig eszközöket *készíteni*. (Néhány főemlős és az elefántok használnak ugyan eszközöket, de ezeket nem maguk készítik; bár az is igaz, hogy egyes csimpánzok éppenséggel különféle köveket, botokat stb. tartalmazó szerszámosládával rendelkeznek, s ezen természetből vett eszközeik használatát kölykeiknek is demonstrálják.)

A kéz, az agy és a meghatározott célból készített eszközök mind fontos állomást jelentettek az ember fejlődésében, de csak a nyelv megjelenésével váltunk igazán emberré. Négy–öt millió évvel az első emberszabásúak és megközelítőleg kétmillió évvel a *homo* megjelenése után lépett színre a *homo sapiens*. Ez körülbelül 200 000 évvel ezelőtt történt – azaz az első hominidák megjelenése óta eltelt roppant hosszú időszaknak mindössze 5%-ról beszélünk (lásd a keretes írást).

CSALÁDFÁNKRÓL

„Hogy a majmoktól származunk?! Uramisten, ez nem lehet igaz! Vagy ha mégis, akkor reménykedjünk, hogy minél kevesebben tudják meg!"

Valószínűleg apokrif felkiáltás, melyet olykor egy tizenkilencedik századi worcesteri püspök feleségének tulajdonítanak. Idézet forrása: Jo Liska, „Bee Dances", *Western Journal of Communication,* 57 (1953), 1–26.

{„Ahogy a főemlős anyák egyre fejlettebbé és a szülői gondoskodás területén egyre odaadóbbakká váltak, kicsinyeik túlélési esélyei, a kevésbé gondoskodó anyák utódainak esélyeivel összehasonlítva, szükségszerűen javultak. [...]"

„Amennyiben a szülői gondoskodás jó dolog, akkor a szelekció során valószínűleg előnyben fog részesülni, mégpedig azért, mert ha a jobb anyák alkalmasabbnak bizonyulnak utódaik felnevelésében, akkor ezáltal a populációban erősödni fog a jobb anyaságot hordozó genetikai állomány. A fokozott szülői gondoskodás azonban megkívánja, [...] hogy az anya magas IQ-val rendelkezzen; nem válhat belőle jobb szülő, ha intellektuálisan nincs felnőve a feladathoz. [...] Megfordítva, ha valaki kevesebb utódot hoz a világra, akkor nagyobb agyra lesz szüksége, hogy jobban tudjon róluk gondoskodni. Így érvényesül a visszacsatolás elve. Mindegyik tendencia a másikkal együtt érvényesül, kölcsönösen támaszkodnak egymásra és erősítik egymást."

„A főemlősök evolúciója esetében a visszacsatolás nem egyszerűen egy kétpólusú rendszerben oda-vissza ható A–B stimulus, hanem egy többpólusú és körkörösen érvényesülő elv, kettőnél több, egymást kölcsönösen erősítő tulajdonsággal. Például ha egy csecsemő nagy aggyal születik, akkor hosszabb időre lesz szüksége ahhoz, hogy megtanulja ezt a nagyobb agyat oly módon használni, hogy képes legyen egyedül is elboldogulni a világban. Ez értelemszerűen meghosszabbítja a gyerekkort. A gyerekkori tanulás legjobb formája a játék. A játék játszótársakat jelent, ami viszont egy csoport társas rendszerét feltételezi, amely a gyereket játszótársakkal látja el. Ahhoz, hogy valaki funkcionálni tudjon egy ilyen csoportban, el kell sajátítania az elfogadható társas viselkedés szabályait. Ennek megtanu-lására pedig csak az képes, aki intelligens. Következésképp a társas viselkedés végső soron az IQ-hoz (egy ugrás vissza), a meghosszabbított gyerekkorhoz (egy újabb ugrás vissza), és végül ahhoz az energiabefektetéshez és ahhoz a szülői ellátó rendszerhez kapcsolódik, amely lehetővé teszi az ilyen szintű IQ-ra képes agyat. A visszacsatolási kör ezzel teljes."}

D.C. Johanson — M.A. Edey (1982)
Lucy. The Beginning of Humankind.
London, Granada Publishing. 329–330.

A fentebb vázolt kronológia helyessége máig vita tárgyát képezi a szakemberek között. Ráadásul a hominidák különböző nemei és az ember különböző fajai közti összefüggések még korántsem tisztázottak; a nem és a faj szintjein tehát még bőven van lehetőség új osztályozási rendszerek felállítására. Emellett egyes szakértők olykor kettőnél több klasszifikációs szinttel dolgoznak, megkülönböztetve például a *homo sapiens sapiens*t a *homo sapiens neanderthalensis*től. Eltérés lehet még a különböző iskolák által használt terminológiában is. Abban azonban egyetértés látszik, hogy – az itt használt terminológiával – a *homo neanderthalensis* úgy 30–40 ezer évvel ezelőtt, máig tisztázatlan okok miatt eltűnt a föld színéről, és így ma az ember (homo sapiens) a *homo nemének* egyetlen létező faja.

Genetikai szempontból az is egyértelmű, hogy az ún. emberi „fajták" (rasszok) között meglévő különbségek nem fejlődésbeli ugrásokból erednek, hanem a természetes szelekció által fokozatosan létrehozott, a környezeti viszonyokhoz való marginális adaptáció eredményei. Ezek a *homo sapiens*en belül található összes genetikai variánsnak csupán 15%-át teszik ki, és főleg az éghajlati viszonyok földrajzi változásaival hozhatók összefüggésbe. Következésképp a genetikai variációk 85%-a az összes ún. emberi fajtára jellemző. Így a fajta helyett talán jobb elnevezés lenne a *földrajzi variáns.* Bár abszolút mértékben tiszta variánsok sohasem léteztek, három fő földrajzi változat – az indoeurópai, az afrikai és az ázsiai – azért elkülöníthető egymástól. A nemzetközi közlekedés és kommunikáció persze már rég a főbb variánsok megszámlálhatatlan kombinációját eredményezte. Biológiai szempontból azonban ezek a folyamatok csak rövid és meglehetősen jelentéktelen mozzanatoknak számítanak az emberiség történetében.

Genetikai örökségünk a mai napig fontos szerepet játszik, melyet azonban a környezet befolyása mindig csökkent. Egy adott személy ún. *fenotípusát* (azaz azt, hogy egy adott pillanatban valaki milyen) a biológiai örökség és a környezeti hatások kölcsönhatása szabja meg. Ez nem távolodhat el túlságosan nagymértékben a fogamzás pillanatában meghatározott *genotípus*tól. Ugyanakkor a kedvezőtlen környezet megakadályozhatja, hogy a benne rejlő lehetőségek teljes mértékben kibontakozhassanak.

2.1.2. JELEK, SZIMPTÓMÁK ÉS SZIMBÓLUMOK

A *homo sapiens*szel egy igencsak különös állatfaj jelent meg a földön, melynek kommunikációs lehetőségeit egy alapvető újítás jellemzi: egy speciális jelfajta, a *szimbólum* létrehozására és használatára való képesség.

Mindenféle kommunikáció jelek útján valósul meg: a jel egy olyan jelenség, amely egy önmagától különböző jelenséget jelöl. A jelek tudományát *szemiotiká*nak hívjuk. A huszadik század elején kialakult szemiotika, melynek egyik alapítója az amerikai filozófus Charles S. Peirce (1839–1914) volt, elsősorban a nyelvészethez és a filozófiához kapcsolódik. A kétségtelenül meglévő terminológiai nézetkülönbségek ellenére a szemiotika alapvető

jellemzőit illetően egyetértés van a kutatók között. Ilyen alapvető jellemző a jel és jelölt (amit a jel jelöl) közötti viszony. Azt a jelet amelyik *hasonlít* arra, amit jelöl, *ikon*nak hívjuk. Ilyen ikonok például a közlekedési táblák. Az olyan jelet, ami közvetve vagy közvetlenül szoros kapcsolatban van egy másik jelenséggel, gyakran *szimptóma*nak nevezik. Az ásítás például az álmosság vagy az unalom szimptómája, míg a színlelt ásítás egy szimptómát utánzó ikon. Amennyiben a jel nem pusztán szorosan kapcsolódik ahhoz, amit jelöl, hanem a jelölt maga *okozza* a jel létrejöttét, indexről vagy jelzésről (szignál) beszélünk. A jelzések felszólításként is funkcionálhatnak. Például a füst vagy hőség mint figyelmeztető jelzés hatására elszaladunk a tűz közeléből. A jelzésnek tehát gyakran valamiféle felszólító jellege van.

Az ikonok, a szimptómák, az indexek és a jelzések esetében a jel és amit a jel jelöl szoros – hasonlósági vagy oksági – viszonyban vannak egymással. Amikor azonban a jel és a jelölt közötti kapcsolat többé-kevésbé önkényes (azaz egy többé-kevésbé elfogadott konvención alapul) – abban az esetben a jelet *szimbólum*nak hívjuk.

Az állatok jelzései – a tekintetben hogy mit jelölnek – olykor önkényesnek vagy akár konvencionálisnak is tűnhetnek. Számos állat képes arra, hogy nagy távolságokba küldjön jelet, mely képesség a közvetlen környezeten messze túlnyúló térérzetről tanúskodik. Az elefántok és a bálnák például nagy távolságokba tudnak infrahangok segítségével jeleket küldeni. Az emberszabású majmok számos jelet el tudnak sajátítani, s azokat tetszés szerint használni is tudják (így van ez a csimpánzok esetében, majd azok közül is leginkább a *bonobó*nak nevezett törpecsimpánzoknál, melyek a többi emberszabásúval összehasonlítva a legközelebb állnak az emberhez). A *bonobó*kat sikerült megtanítani viszonylag nagy számú (kártyákon ábrázolt stb.) jel megértésére és használatára, illetve azok jelentésének különböző és meglehetősen komplex módokon való alkalmazására.

Az állatok *időben* is tudnak jelzéseket küldeni, gyakran területjelzési funkcióval. Területüket különböző módokon jelölik meg, hogy ezzel figyelmeztessék élelemre vagy szexuális partnerre éhes potenciális riválisaikat: vigyázat, ez itt magánterület.

Mindennek ellenére az általánosan elfogadott álláspont szerint csak az emberek rendelkeznek szimbólumok alkotására képes aggyal. Az állati jelzéseket azon jelenségek észlelése váltja ki viszonylag sztenderd módokon, mely jelenségekre a jelzések utalnak. Szimbólumrendszerük zárt. A fenyegetés észlelése a félelem vagy a figyelmeztetés jelzését váltja ki.

2.1.3. KÓDOK ÉS NYELVEK

A jelek – elsősorban a szimbólumok – gyakran *kód*nak vagy *nyelv*nek nevezett rendszerekbe szerveződnek. Ezek a rendszerek a jelekből és a jelek használatára vonatkozó szabályokból állnak. A szabályok a jeleket (ikonokat, indexeket, jelzéseket és/vagy szimbólumokat) egymáshoz, illetőleg

a valóság különböző aspektusaihoz rendelik. A kódok vagy nyelvek segítségével a valóság ábrázolható, megérthető, értékelhető, magyarázható – és olykor még meg is változtatható.

A nyelv az ember legfontosabb kommunikációs eszköze – a kognitív, az affektív és a konatív (cselekvésorientált) *információ* átadásának lenyűgöző instrumentuma. Az információ fogalmát nehéz meghatározni. Egy viszonylag új és gyorsan fejlődő tudományág, az *informatika* foglalkozik vele, melynek eredményei – közkeletű kifejezéssel: az információs technológiának (Information Technology, IT) formájában – valóban forradalmasították az emberi kommunikációt. Jelen céljainkra elégségesnek tűnik, ha az „információt" egyszerűen „ismeretként" definiáljuk. Amikor információról beszélünk, gyakran „új ismereteket" értünk a kifejezés alatt.

Mindannyian rendelkezünk egy velünk született nyelvi képességgel, és az összes emberi nyelvnek van néhány alapvető közös jellemzője. Az emberi nyelv egyúttal azonban mindig tanult, és alapvetően valamely konkrét nyelvtan által szabályozott konvencionális szimbólumokra épül. Létezik a szavaknak egy kis csoportja, az ún. hangutánzó szavak, melyek annak a dolognak a hangját imitálják, amit jelölnek (pl. *Bumm!, serceg* stb.). Ugyanakkor a különböző nyelvek különböző szavakkal utalnak ugyanarra a dologra, és a gyerekeknek ezeket a szavakat is meg kell tanulniuk. A kakas kiáltása például az angolban „cock-a-doodle-do", németül „kikeriki", magyarul „kukurikú", lettül „kakaryku", svédül pedig „kuckeliku".

Az emberi nyelvek egy másik egyedülálló sajátossága a nyelv kettős tagolása: a hangok (*fonémák,* azaz nyelvészeti értelemben releváns hangok) és *morfémák* (jelentéssel bíró minimális egységek) szintjén. A szavak fonémák konvencionális összekapcsolásával létrejött konvencionális morfémákból állnak.

Minden emberi nyelvet szabályok bonyolult rendszere irányít, melyek a nyelvhasználók többsége számára nem tudatosak, de megszegésüket mégis azonnal észlelik. Tehát minden emberi nyelv rendelkezik a következőkkel:

- fonológia (a kiejtésre vonatkozó szabályok rendszere: hasonulás stb.);
- szintaxis (a nyelvi jelek összekapcsolásának szabályrendszere);
- szemantika (a nyelvi jelek és a valóság összekapcsolásának szabályrendszere) és
- pragmatika (a nyelvi jelek és a kommunikáló felek cselekedetei összefüggéseinek szabályrendszere).

A nyelvi szabályok *rekurzív* szabályok: önmagukra is alkalmazhatóak, ezáltal gyakorlatilag végtelen számú különböző megnyilatkozás létrehozására alkalmasak.

Több millió éven keresztül, mialatt a hominidákat fokozatosan felváltották az ember *(homo)* különböző variánsai, a fent leírt emberi nyelv is lassan kifejlődött. Többnyire egy fokozatos folyamatról van szó, melyet olykor fejlődésbeli ugrások gyorsítottak. Döntő változás akkor következett be, amikor az alapvetően ikonokra, jelzésekre és indexekre támaszkodó, valószínűleg csak

kezdetleges szemantikával és szintaxissal, de viszonylag fejlett pragmatikával rendelkező kezdetleges *kódból* olyan teljesen kifejlett *nyelv* lett, mely főként nyelvi jeleket használ, fejlett szemantikával, szintaxissal és pragmatikával rendelkezik, és amelyet a kettős tagolás jellemez. A Neander-völgyi emberről tudjuk, hogy halottait eltemette, varázslásokkal foglalatoskodott és kőeszközöket készített. Az azóta kipusztult *homo neanderthalensis* és a ma élő *homo sapiens* között a meghatározó különbség valószínűleg abban áll, hogy míg a mi nyelvünk főként szimbólumokra alapul, az övék valószínűleg nem ilyen volt (vagy legalább is nem a miénkhez fogható mértékben) annak ellenére, hogy az agyuk nagyobb volt a miénknél.

A különbség okát, úgy tűnik, az *agy struktúrájában* vagy az *agyfunkciókban* kell keresni, és nem az *agy méretében*. (Kevésbé lényeges különbség, hogy a Neander-völgyi hangképző szervei feltehetőleg különböztek a mieinktől, és emiatt beszéde is máshogy hangozhatott.) Ezek az izgalmas problémák gyakorta foglalkoztatják az embereket a tudomány falain kívül és belül egyaránt. A Neander-völgyi ember például írókat is megihletett (lásd a keretes írást).

JELENET A NEANDER-VÖLGYIEK ÉLETÉBŐL

Föltűnt a csapáson Nil. Halkan nyöszörgött, mint mindig, ha fáradt volt és éhes. [...] Ránézett a Kicsire, látta, hogy Fa bundájába csimpaszkodik és alszik, majd odament Hához, és megérintette a karját.

– Miért hagytál ott? Neked több kép van a fejedben, mint Loknak.

Há a vízre mutatott.

– Siettem, hogy lássam a fatörzset.

– De a törzs elment.

Álltak hárman, s egymást nézték. [...] Hallották, hogy utolsóként még valaki jön. Ő volt az, Mal; lassan jött, meg-megállt, köhécselt. [...] Majd ránézett a vízre s külön-külön mindnyájukra. A nép várt.

– Van egy képem.

Egyik keze elengedte a bunkót; erősen a fejéhez szorította, mintha a bent villódzó képeket akarná elhatárolni.

– Mal még nem öreg. Mal még az anyja hátán csimpaszkodik. Több a víz, nemcsak itt, de az ösvényen is, ahol jövünk. Egy ember bölcs. Kidőlt fatörzset tétet az emberekkel...

Mélyen ülő szeme könyörögve fordult a néphez, hogy osszák meg vele a képet. Újra halkan köhögött. Az Öregasszony óvatosan följebb emelte terhét.

Végül Há szólalt meg:

– Nem látom a képet.

A vénember fölsóhajtott, és levette a kezét a fejéről.

– Keressetek egy kidűlt fát.

A nép engedelmesen szétszóródott a vízparton.

William Golding (1955) *The Inheritors*. London, Faber & Faber.
Magyar kiadás: *Az utódok*. Ford. Göncz Árpád (1970)
Első fejezet (Auktor Könyvkiadó, 1997-es kiadás, 9–11.)

Az emberi, illetve az állati és/vagy növényi kommunikáció közti különbség tárgyalásában a kulcsszó valószínűleg a *jelentés*. Az emberi kommunikáció értelemteli – tele van jelentéssel. Ez sokkal kevésbé jellemző az állatok és még kevésbé a növények kommunikációjára, melyet inkább a környezettel folytatott fiziológiai interakcióként értelmezhetünk. Mi is hát a jelentés? Ez tényleg fogas kérdés, és vissza is térünk rá a 3.3.2. szakaszban.

2.1.4. AZ EMBERI NYELVRŐL

Ma ismert formájában az emberi nyelv elsősorban szimbolikus nyelv, melyet különböző testi ikonok, indexek és jelzések kísérnek (látható és hallható mimika, fiziológiai indexek és jelzések, mint például a nevetés, pirulás vagy sírás). Az ember képes megtanulni és megtanítható arra, hogy testi indexeket és jelzéseket (pl. a bánat vagy az öröm jelzéseit) tudatosan hozzon létre. Ezzel szemben kevés olyan állat van, melyet meg lehet tanítani, hogy úgy viselkedjen, *mintha* képes lenne viszonylag komplex szimbolikus kódokat megértésére látszólag olykor egészen bámulatos módon használva ezeket. Tény ugyan, hogy bizonyos madárfajok gyönyörű éneke – hasonlóan a más állatok által kiadott hangjelzésekhez – részben veleszületett, részben tanult és részben egyéni *ad hoc* variációkból áll. Abban azonban egyetértés látszik, hogy az állati kódok vagy nyelvek döntően jelzéseken alapulnak, továbbá hogy e kódok vagy nyelvek nagyrészt veleszületettek, és csak viszonylag kis részben tanultak. Ez azonban nem mond ellent annak, hogy számos állati kód (például a méhek kódja vagy „nyelve") igencsak összetett és nagyon hatékony.

Az emberi *hang* létrehozásában a gégefő, a szájpadlás, a nyelv és az ajkak vesznek részt. Az emberi *beszéd*et az agy hozza létre. Egyedül az agy képes azoknak a szimbolikus funkcióknak a használatára, melyek segítségével a környezetünkből származó jelzéseket értelmezzük, majd térbeli, időbeli, oksági és célszerűségi (intencionális) viszonyok alapján elemezzük, illetőleg erkölcsi és esztétikai kategóriák mentén (jó és rossz, szép és csúnya) értékeljük – azaz *jelentést* hozunk létre.

Természetesen az állatok is elemzik a környezetükből jövő jelzéseket. Arról is szó volt már, hogy nagyon sok állat – delfinek, bálnák, elefántok és számos rovar – ugyancsak összetett kommunikációs rendszert használ. (A bálnák esetében állítólag még különböző nyelvjárásokat is megkülönböztethetünk.) De csak a *homo sapiens* nyelve alapul szimbólumokon, azaz konvencionálisan definiált jeleken, és csak a *homo sapiens* rendelkezik kettős tagolású nyelvvel (lásd fentebb).

Az ember egy másik kommunikatív sajátossága, hogy más állatoknál nagyobb mértékben képes és olykor hajlandó is – több-kevesebb sikerrel – hamis jelzéseket kibocsátani vagy hazudni. Valójában sok állat ad ki hamis üzeneteket. A párban élő széncinege hím olykor azt jelzi, „egyedülálló vagyok", bizonyos virágok pedig úgy tesznek mintha nektárral lennének

csordultig tele, hogy ezzel magukhoz csalogassák a rovarokat. Az arcátlan hazugság azonban tudatosságot feltételez. Az ember tudja, hogy mikor nem mond igazat – kivéve persze, ha önmagát is ámítja (lásd az 51. oldalon található keretes írást).

Hazudni nem esik különösebben nehezünkre. Legtöbbünkkel már előfordult, hogy előre kimódoltan hazudott. Vagy gondoljuk a társas élet megannyi elfogadott hazugságára, például amikor egy váratlan vendég betoppanásakor örömöt színlelünk, noha lehet, hogy nem különösebben kedveljük a látogatót. Ha egy barátunk pedig megbetegszik vagy megöregszik, nem mindig érezzük szükségét, hogy ezt minden pillanatban tudomására is hozzuk.

Az ilyenfajta kommunikációnak számtalan változata létezik. Például mondhatunk úgy is igazat, hogy eltúlozzuk annak ellenkezőjét. Azt mondjuk, „Ó, pompás!" miközben valójában azt gondoljuk „Hát ez borzasztó!". Ez az *irónia*. Az igazság *eltitkolása,* mely a megtévesztés gyakran nagyon hatásos eszköze lehet, a hazugság passzív formájának is tekinthető. A nagy plénum előtt elkövetett hazugságokat, amelyekre például kormányok és igazgatótanácsok olykor kényszerítve érzik magukat, tűnhetnek ugyan másnak, de alapjában véve ezek is csak hazugságok, függetlenül a mögöttük meghúzódó szándéktól. Az üzleti vállalkozások *reklám*ja és PR-ja csakúgy, mint a nemzetközi *propaganda,* bár részleteiben igaz kell, hogy legyen, gyakran rózsásabb képet fest a helyzetről, mint amilyen az a valóságban (lásd 5.7. és 7.3.2.). A marxista elméletben „hamis tudatnak" nevezett jelenség tulajdonképpen annyit tesz, hogy a társadalom az önámítás állapotában leledzik (pontosabban a társadalom egyik része ámítja a másikat, és ezáltal „hamis tudatot" kelt a népesség egyes csoportjaiban).

A hazugságot számtalan kifogással szokás mentegetni:

- „Nem okoz kárt senkinek."
- „Nincs joguk tudni."
- „Nem tartozik rájuk."
- „Hazudnunk kell, mert ezt szolgálja mindenki érdekét."

A hazugság leleplezésének megvannak a maga módjai és eszközei, bár ezek nem mindig vezetnek sikerre. Egy hivatásos kihallgatótiszt által lefolytatott tüzetes vizsgálat olykor a legjobb hazudozót is rábírhatja az igazság beismerésére. A hazugságvizsgáló készülék, mely az egyén által feltételezhetően nem befolyásolható biológiai folyamatok mérésén alapul, hasznos lehet az egyes személyek vizsgálata szintjén. Társadalmi szinten az ún. „ideológia kritika" vállalkozik az egyébként általánosan elfogadott társadalmi ideológiák leleplezésére, azt remélve, hogy ezáltal az állítólagosan széles körben elterjedt „hamis tudat" felszámolható – vagy legalábbis csökkentő – lesz.

A hetvenes évek közepén egy, a kommunikáció iránt érdeklődő angol filozófus, H. Paul Grice összefoglalta, hogy az emberi kommunikációt milyen alapelvek vezérlik. Eszerint kommunikációinkban *kooperatívan, racionálisan* és *hatékonyan* kellene viselkednünk. Pontosabban fogalmazva, az, amit mondunk legyen igaz, *informatív, helyénvaló* és *világos*. Ezek szép

elvek. Az élet azonban olyan, hogy olykor nem a legjobb ötlet a kooperáció, racionalitás és hatékonyság elveit követnünk. Háborúban, szerelemben vagy az üzleti életben néha hasznos lehet a hazugság, racionális és emocionális okokból egyaránt. Az a szomorú igazság, hogy néha éppen hazugságokkal, ködösítéssel, mellébeszéléssel és a dolgok elmaszatolásával tudunk együttműködők, racionálisak és hatékonyak lenni.

A HAZUGOKRÓL ÉS A HAZUGSÁGRÓL

Az erkölcsi választásról

„Az egyéneknek kétségkívül módjuk van befolyásolni, hogy mennyi életükben a kétszínűség, hogyan alakítják beszédüket és cselekvésüket. Elhatározhatják például, hogy nem tévesztenek meg senkit sem, ha vannak becsületes alternatíváik, megtanulhatják, hogyan kell becsületes módon megbirkózni a problémákkal, s hogyan kell gondosan elemezni azokat a helyzeteket, ahol már tényleg a megtévesztés tűnik az egyedüli kiútnak. [...] Végezetül megtanulhatják, hogyan védekezzenek az ellen, hogy becsapják őket, és világossá tehetik, hogy jobban szeretik a becsületességet még a kis dolgokban is.

De az egyének nagyon is különböznek egymástól abban, hogy mennyire képesek a változtatásokra; mennyire ismerik a megtévesztést és annak alternatíváit; kívánják-e egyáltalában a változtatásokat; nem egyformán ismerik fel, mire vezet a hazugság, akár ők tévesztenek meg másokat, akár mások őket. Sokan vannak, akik tulajdonképpen képesek lennének változtatni rutinszerűen gyakorolt kétszínű magatartásukon, de egyáltalában nincsenek annak tudatában, hogy itt alapvető erkölcsi problémáról van szó, s így egyáltalán nem érzik szükségét annak, hogy megvizsgálják magatartásukat és gondosan tanulmányozzák az alternatívákat. Másokat a dolog csöppet sem érdekel."

Sissela Bok (1983): *A hazugság: a köz- és magánélet válaszútjai*
(Ford. Háber Judit)
Budapest, Gondolat, 393–394.

Néhány igazság a hazugságról és a hazugmondókról

„Más dolog úgy hazudni, ha a feladó és a vevő ismerik és kedvelik egymást, mint ha nem. Az igazmondókkal összehasonlítva azokat, akik másokat megtévesztenek [...] az információkezelés, a viselkedés- és az imázsformálás tekintetében jóval nagyobb stratégiai ténykedés jellemez. A vevő gyanakvása stratégiai és nem-stratégiai viselkedésben egyaránt kifejezésre jut. A hazugok hajlamosak érzékelni a gyanakvást. A vélt vagy valós gyanakvás fokozza a hazugmondó stratégia viselkedését."

D.B Buller and J.K Burgoon (1966) 'Interpersonal deception theory',
Communication Theory, 6 (3), 203–42.

Igaz ez?!

„Háromféle hazugság létezik: hazugság, mocskos hazugság és a statisztika."

Mark Twain and Charles Neider (ed.) (1959)
Autobiography. New York, HarperPerennial Library. Part V. Chapter 1.

Végezetül, úgy tűnik, az ember az egyetlen olyan állat, mely a nyelvet az önreflexió eszközeként tudja használni, beleértve ebbe – *regressus ad infinitum* – az önreflexiós képességünkre való reflektálást csakúgy, mint a nyelv önreflexióra való használatára való reflektálást is. Továbbá mesterien tudjuk űzni az önreflexió és a hazugság kombinációjára alapuló önámítás egyszerre ve-szélyes és hasznos művészetét. Az emberi nyelv az interakció, a kommunikáció és a kontroll egyedülálló eszköze.

2.2. Interakció és kommunikáció

Térjünk vissza egy pillanatra ahhoz, amit a növények más növényekkel és állatokkal folytatott „kommunikációjáról" fentebb mondtunk. Ez a fajta kommunikáció nyilvánvalóan különbözik attól, amit emberi kommunikációnak hívunk. Miben is áll pontosan a kétfajta kommunikáció közti különbség? E fontos kérdés megválaszolása segít annak megértésében, hogy mi tesz bennünket embereket emberré.

A különbség megértésének egyik módja, hogy a kommunikáció definícióját először egy abszolút minimumra szűkítjük le, hogy ehhez aztán később hozzáadhassunk minden olyan elemet, melyekre olyasféle dolgok meghatározásához lesz szükségünk, mint például hogy mi is az a „teljes emberi kommunikáció". Hogyan nézzen ki egy ilyen „minimalista" definíció? Talán utalnia kell az „interakció" fogalmára, a szó szűk, *kölcsönhatás* értelmében:

> Egyes események A-val kapcsolatban (viselkedést is beleértve) megváltoznak a B-vel kapcsolatos események (viselkedést is beleértve) egy részének hatására, és *vice versa,* legalább egy — gyakran azonban több mint egy — teljes kört képezve.

Ez a formula lefedi a növények növényekkel és növények állatokkal való interakcióját csakúgy, mint az állat–állat közötti kölcsönhatást is. De nevezhetjük-e kommunikációnak? A legtöbb ember valószínűleg „nem"-mel válaszolna erre a kérdésre. Miben áll akkor az interakció (mint kölcsönhatás) és a kommunikáció különbsége? Számos eltérés van, s ezek mindegyike az ember alapvető jellemzőiből következik. Talán a legfontosabb különbség a *tudat* fogalmával magyarázható (lásd 4.2.). (Zárójelbe téve azt az egyáltalán nem elhanyagolható tényt, hogy a tudatosság foka egyénenként és időben is nagy eltéréseket mutathat.)

Amikor kommunikálunk, akkor tudjuk, hogy ezt tesszük. Mindkét kommunikáló fél tudatában van a másik (esetenként potenciális) jelenlétének, és annak, hogy éppen egy kommunikációs esemény történik (vagy történhet). Valamint azt is tudjuk, hogy kommunikációs partnerünk is tudja. Sőt, tudjuk, hogy ő tudja, hogy mi tudjuk és így tovább – megint egy *regressus ad infinitum,* de szerencsére ebbe azért csak ritkán gondolunk bele. Az emberi

kommunikáció egyik fő jellemzője tehát az *interszubjektivitás*. A növények egymás közötti kommunikációjáról ugyanez nem mondható el, és az állati kommunikációt sem jellemzi az interszubjektivitás a szónak ebben az értelmében. (Ez ellen persze számos állattartó tiltakozna, illusztrálva ezzel azt a téveszmét, mely a természet dolgait emberi jellemzőkkel ruházza fel.)

Egy másik különbség, hogy az emberi kommunikáció alapvetően *intencionális*. Amikor kommunikálunk, azt többé-kevésbé szándékosan, valamilyen céllal tesszük. (Még akkor is, amikor nem akarjuk, inkább kommunikálunk mintsem hogy megkockáztassuk a nem-kommunikálás lehetséges következményeit.) A kommunikáció tehát nem egy szándékolatlan, többé-kevésbé reflexív *viselkedés*. Ellenkezőleg: tudatos, szándékolt *cselekvés*, amelyben legalább két fél vesz részt.

Az intencionalitás és a tudatosság szempontjait kombinálva gondolatmenetünket további megkülönböztetésekkel finomíthatjuk. Ez látható a 2.1. ábrán. A tipológia természetesen mindenfajta cselekvésre, viselkedésbeli reakcióra alkalmazható, de bennünket itt most csak a cselekvések azon alaptípusa érdekel, melyet individuális kommunikációnak hívunk.

Az individuális kommunikáció a szónak abban az értelmében, ahogy itt használjuk, a tipológia 1. számú mezőjében helyezkedik el. A három másik mező a kommunikatív cselekvés és/vagy viselkedés variánsainak ad helyet, melyek a következők lehetnek:

- teljes mértékben nem-kommunikatív viselkedés, mely mindazonáltal értékes információkkal szolgál az egyén környezetének (4. mező);
- a környezet számára potenciálisan értékes információt továbbító jelzések (2. mező) és
- tudatalatti vagy tudattalan cselekvés mely közvetve olyan körülményekről árulkodik, melyek különben titokban maradtak volna, s melyeket olykor sem a feladó, sem a potenciális vevő nem érzékel (3. mező).

Na mármost, a 2.1. ábra minden egyes mezőjében kommunikációs aktusonként legalább két féllel számolhatunk, és mindegyik félre elmondható, hogy

(a) vagy helyesen vagy helytelenül észleli a kommunikációs partner viselkedését/cselekvését;
(b) vagy a négyosztatú ábra egyik vagy több mezőjében leírtak szerint viselkedik/cselekszik vagy nem.

Tehát minden egyes potenciális kommunikatív aktusnak $2 \times 2 \times 4 \times 4 = 64$ változata lehet. A kommunikáció egyszerre komplex és törékeny jelenség, mely — esetenként nagyon bonyolult — cselekvések és viselkedések sorozataiból áll. S bár ezeket általában helyesen alkalmazzák, a teljes siker gyakorta elmarad.

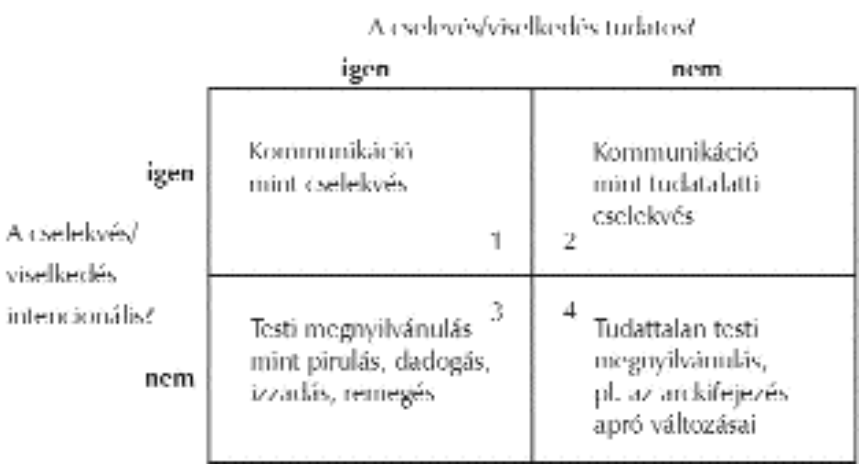
A viselkedés és a cselekvés alapvetően különbözik egymástól, s ez a szubjektum és az objektum közti különbséggel van kapcsolatban (ezt már korábban, az 1.2.2. szakaszban tárgyaltunk). *Szubjektumként* akarattal rendelkező, cselekvő egyének vagyunk, *objektumként* pedig külső és belső

erőknek kitett passzív befogadók. Az emberi lét egyik paradoxona, hogy egyszerre mindig szubjektumok és objektumok is vagyunk, akkor is, amikor kommunikálunk. Tudatos szubjektumok önálló akaratból eredő tettei, a kommunikációs aktusokat is beleértve, így hajlamosak olykor egészen meglepő szabályszerűségeket mutatni, olyanokat, melyek az egyébként erős szabályozó erőknek kitett passzív objektumok esetében tapasztalt mintákhoz hasonlítanak, mint például az árapályhullám. Ilyen típusú „hullámverések" elsősorban a társadalmi tömegkommunikáció szintjén figyelhetőek meg (lásd az 56. oldalon található keretes írást).

Kommunikálunk akkor is, amikor fiziológiánk tehetetlen rabjaként szégyenünkben elpirulunk vagy idegességünkben izzadunk. Ezért mondják, hogy mint emberi lények egyszerűen „nem tudunk nem kommunikálni". És ugyanezen okból kifolyólag az ember és az emberi társadalom teljes körű tanulmányozása mindig magában kell, hogy foglalja az objektivista és a szubjektivista nézőpontokat csakúgy, mint a természet- és humán tudományban alkalmazott megközelítéseket. Ez teszi az emberi kommunikáció tanulmányozását oly izgalmassá.

Foglaljuk tehát össze a kommunikáció fogalmának definiálására tett kísérleteinket. A fogalom tárgyalása egy *hierarchikus* vagy *lépcsőzetes* kommunikációdefiníció keretén belül történt. Egy viszonylag tág értelmezésből indultunk ki (kommunikáció mint interakció), majd ehhez fokozatosan adtuk hozzá azokat a feltételeket, melyek a teljes emberi kommunikáció létrejöttéhez szükségesek, tehát:

- *interakció* (azaz kölcsönhatás), amely egyszerre
- *interszubjektív* (azaz kölcsönösen tudatos) és
- *intencionális* (azaz céltudatos), és amely
- egy *jelrendszer* révén valósul meg; ezt a jelrendszert domináns



2.1 ábra *A cselekvés és a viselkedés kommunikatív szempontú osztályozása (forrás: Rosengren, 1984)*

- a *nyelvi szimbólumrendszer* határozza meg, amelyet
  - *kettős tagoltság* jellemez, és amely
  - a *fonológia,* a *szintaxis,* a *szemantika* és a *pragmatika* komplex rendszereinek alapját képezi.

Az emberi kommunikáció ilyetén való lépcsőzetes és hierarchikus meghatározása a kommunikáció egyéb formái és típusai közti különbségtételre is használható lehet. Mivel azonban itt a fogalmat a lehető legspecifikusabb értelemben használjuk, így a kommunikáció definíciója a következőképpen fog kinézni: a *szimbólumokra alapuló és kettős tagolású emberi nyelv útján történő céltudatos és kölcsönösen tudatos interakció.*

A következő részben az így definiált kommunikáció különböző alapformáit fogjuk megvizsgálni. Emellett olyan kommunikatív folyamatokról is szó esik majd, melyek nem elégítik ki a fenti definícióban foglalt hét feltétel mindegyikét.

2.3. A kommunikáció formái

2.3.1. VERBÁLIS ÉS NEM VERBÁLIS KOMMUNIKÁCIÓ

Ahogy már említettük, az emberi kommunikációnak több különböző formája van, melyeket számos dimenzió mentén különböztethetünk meg egymástól. Ezek közül minden bizonnyal a *verbális* és *nem verbális* dimenzió a legalapvetőbb (lásd fentebb, 2.1-ben). Az első emberi lények szimbólumhasználatra való képességének kifejlődésével párhuzamosan a verbális nyelv is kialakult. A gesztusok, az arckifejezések, a morgások és a kiáltások alkotta első jelzésekből és ikonokból fokozatosan alakult ki a kettős tagolású szavakra és egyszerű mondatokra épülő verbális szimbólumnyelv. E rendkívüli teljesítmény megszületéséhez bizonyosan több ezer évre volt szükség. Ezzel a folyamattal azonban nem járt együtt a nem verbális kommunikáció szerepének abszolút mértékű csökkenése. A nem verbális kommunikáció is megmaradt, és – párhuzamosan a verbális kommunikációval – ma is az emberi kommunikáció fontos részét képezi.

A nem verbális kommunikációnak számos típusa létezik. Ezek legrégebbike az érzelmi állapotok (emóciók, hangulatok stb.) kifejezésére szolgáló testi jelzések csoportja, mely nagy valószínűséggel fontos szerepet játszott az emberi nyelv kialakulásában. Az öröm, a düh, a félelem, a meglepetés, a csalódottság stb. állapotát még ma is oly módon jelezzük – gyakran észre sem véve – mely valószínűleg sokban hasonlít távoli őseink jelzéseire. (Lásd a ... oldalon található bekeretezett írást. Érdemes felfigyelni a szerzőnek a verbális kommunikáció elsődlegességébe vetett megingathatatlan hitére!)

A nem verbális kommunikáció egyéb formái közé tartozik a tánc és a zene csakúgy, mint a közvetlenebb módon reprezentatív és imitatív pantomim, grafika, festészet, szobrászat és építészet. E művészeti ágak mindegyike

egyidős az emberrel. Sőt, alapformáik valószínűleg még ennél is hosszabb múltra tekintenek vissza, hiszen a gesztusok és a mimika imitációs és reprezentatív funkcióját feltehetőleg már a sajátosan tagolt szimbolikus emberi nyelv megjelenését megelőzően több tízezer évvel használták. Az ez ideig előkerült legősibb hangszer (egy furulya) korát 40 és 70 ezer év közé teszik, ami több mint az emberi nyelv becsült kora. (Az ilyenfajta becslések persze elég nagy szórást mutatnak.) A mimetikus, reprezentatív funkció maradandó anyagban való *rögzítése* természetesen ennél sokkal későbbi fejlemény. Azonban találtak már 30 ezer évvel ezelőttről származó egyszerű (ikonikus és/vagy szimbolikus) ábrázolásokkal díszített csonteszközöket, és valószínű, hogy hasonló vagy akár még régebbi leletek is felbukkannak majd. Ugyanebből az időből állatokat vagy embereket ábrázoló apró szobrokat is ismerünk. Funkciójukat tekintve e tárgyak szolgálhattak díszítésre, varázslásra, valaminek a kifejezésére (és ezek kombinációjára). Bármilyen céllal

ROGER BROWN PROFESSZOR A NEM VERBÁLIS KOMMUNIKÁCIÓRÓL

„A nem verbális kommunikáció az arckifejezések, kezek, lábak, a test és a hangminőség útján való kommunikálás. Kétségtelen, hogy a nem verbális csatornákat folyamatosan figyelemmel kísérjük, hiszen rajtuk keresztül információ közlése folyik – mely információ minőségét tekintve elsősorban affektív jellegű, és a személyes kapcsolatokra vonatkozik. Verbális üzenetek és nem verbális jelzések kombinációja eredményeinek helytelen értelmezéséből egyesek arra a következtetésre jutottak, hogy a nem verbális csatorna a verbálisnál mind általános, mind pedig affektív értelemben véve egyaránt informatívabb. Ez nem lehet igaz, hiszen a nyelv egy olyan univerzális médium, mely képes bármilyen gondolatot vagy érzést kifejezni. Mindazonáltal a nem verbális csatornáknak különleges kapcsolata van az érzésekkel és az érzelmekkel, mivel hajlamosak olyan információkat is „kiszivárogtatni", melyeket a kontrollálhatóbb nyelvi csatornán keresztül egyébként titkolni próbálunk. A kommunikáció csatornáit a nagymértékben kontrollálhatótól (verbális) kiindulva a gyengén kontrollálhatóig vagy erősen szivárgóig (hangminőség) bezárólag rangsorolhatjuk. Több, egymással szinkronban levő csatorna esetén általában véve azt mondhatjuk [...], hogy az a csatorna közvetít több információt, amelyik kontrollálhatóbb. Inkongruens üzeneteknél azonban, pontosan a megtévesztés szándéka miatt, a legkevésbé kontrollálható (legjobban szivárgó) csatorna lesz a leginformatívabb.

Ősrégi kérdés, hogy arcunk érzelemkifejező jelzései teljes mértékben kulturálisan meghatározottak vagy pedig, ahogy azt Charles Darwin gondolta, bizonyos fokig univerzálisak. A válasz kulcsa az Ekman, Friesen és társaik által bevezetett megkülönböztetésben rejlik, mely a kulturálisan szabályozott érzelemkinyilvánítási formáktól elkülöníti azokat a természetes kifejezéseket, melyek akkor jelennek meg arcunkon, amikor mások nem látnak. Hat érzelem (boldogság, félelem, düh, szomorúság, undor és meglepetés) univerzális jellegét sikerült bizonyítani oly módon, hogy egymással vizuális kapcsolatban nem lévő kultúrák tagjai helyesen ismerték fel egymás arckifejezéseit."

R. Brown (1986) *Social Pscychology* (2nd edn).
New York and London, The Free Press, pp. 521f.

készültek is azonban, elsődlegesen a reprezentatív funkciónak kellett eleget tenniük. Valószínűleg valami fontos jelentést kommunikáltak. Hasonlóképpen használjuk ma is kommunikációra az olyan nem verbális művészeteket, mint a zene, a tánc, a festészet – melyekkel olykor talán hatásosabban tudunk kommunikálni, mint amire a verbális kommunikáció egyáltalán lehetőséget biztosít.

Az ember alkotta formális nyelvek: a *logika,* a *matematika* és a *statisztika,* ugyancsak a nem verbális kommunikáció sajátos esetei, melyek – sorrendben – *kvalitatív, kvantitatív* és *probabilisztikus* jelenségeket és viszonyokat hivatottak megjeleníteni és elemezni. Ezek igencsak lenyűgöző kommunikációs eszközök; erejük abból az egyszerű tényből fakad, hogy tartalmilag üresek, tehát a tisztán logikai, matematikai vagy statisztikai szempontokon kívül más nem befolyásolja őket. Gyakran használják őket verbális magyarázatokkal vagy képi ábrázolásokkal kombinálva: például a grafikonok esetében, melyek természetesen a nem verbális kommunikáció egy fontos formáját jelentik (lásd az 1.8.).

2.3.2. A KÖZVETÍTETT KOMMUNIKÁCIÓ

A három formális nyelv a formalizált kommunikáció egy egészen speciális esetét alkotja. A formalizáltság bizonyos értelemben persze a kommunikáció minden fajtájára jellemző: a dolog természetéből adódóan minden kódra igaz, hogy legalább minimális mértékben formalizált. A nem verbális, többékevésbé formalizált kommunikáció különböző fajtái valószínűleg már a kezdetektől velünk vannak, feltehetőleg az uralkodást és felsőbbrendűséget, a leigázást és behódolást, a bánatot és boldogságot ösztönösen kifejező jelzések maradványaként, illetőleg azok továbbfejlődéséből jöttek létre. A formális kommunikáció ezen fajtája különösen a hatalmi viszonyok kifejeződésével kapcsolatban gyakori. Legtisztábban talán a nagy bürokratikus rendszerekben van jelen, ahol is a formaságok és rítusok megannyi alakjában – és persze a jelentkezők, kérvényezők és beosztottak által kitöltendő nyomtatványok mérhetetlen sokaságában – nyilvánul meg.

A formális nyelvek egyaránt lehetnek szóbeliek és írásosak. A szóbeli nyelvek kezdetleges formái, kiegészülve a testi és materiális jelek és szimbólumok egyéb formáival, természetesen már egészen a kezdetektől velünk voltak. A legfontosabb jeleket már egészen korán reprodukálták valamilyen formában: fába, kőbe vagy csontba vésve, szénnel (vagy bármi más, a célnak megfelelő anyaggal) lerajzolva, agyagba égetve stb. A *közvetlen* kommunikációból a *közvetített* kommunikáció kifejlődése tehát már egészen korán elkezdődött. Ez azt jelentette, hogy az emberiség elkezdte egy írott „külső memória” létrehozását.

Évezredekkel később már számos fejlett írásos nyelv létezett. A sumér ékírás, az ókori egyiptomi hieroglifák és az ősi kínai piktogramok (i.e. 3000 körül) után jelentős fejlődésbeli ugrást az i.e. 1000 körül létrejött fóniciai

ábécé hozott, mely az első olyan írás volt, amely az egy hang (fonéma) – egy betű csak látszólag egyszerű elvére alapult. Ez az ábécé a Közel-Keletről származik, nagyjából a mai Libanon és Szíria területéről; innét az ókori Görögországba kerülve fejlődött tovább. Ezzel lehetségessé vált a gyakorlatilag korlátlan időbeli és térbeli távolságok áthidalására képes kommunikáció.

Miért is történt mindez, kérdezhetnénk.

Nem véletlen egybeesés, hogy az írásos (képírásos, hieroglifás, alfabetikus) nyelv kialakulása mezőgazdasági többletet termelő területeken következett be. Ahol a kereskedelem virágzott, ott erős közigazgatási egységek – a hivatalnoki gépezet által behajtott rendszeres adókra épülő államok és birodalmak – jöttek létre. A hatalmi központok, a bürokrácia számára *létfeltétel* volt az írás. Ezért hát – szerfelett változatos formákban – létre is hozták a világ néhány pontján. A későbbiekben a hivatalos közigazgatás és a kereskedelem az írásos nyelv még fejlettebb formáit tette szükségessé. Így történt, hogy a nagyszámú vadászó-gyűjtögető életmódot folytató kis társadalmaktól a sokkal kisebb számú, de nagyobb méretű mezőgazdasági társadalmak felé való elmozdulás megteremtette az írásos nyelv használatának igényét.

2.3.3. AZ EMBERI NYELVEK SZÁMÁRÓL

Az előző szakaszban tárgyalt drámai változásokkal párhuzamosan egy másik, legalább ugyanilyen mértékben alapvető változás is zajlott: a nyelvek száma drasztikus mértékben lecsökkent. A vadászó-gyűjtögető társadalmak meglehetősen kicsik voltak. Tagjaik létszáma egy-két ezerre tehető, melyet 5-10, egyenként hozzávetőleg 150 fős klán alkotott; a klánok húsz fős csapatokra, a csapatok pedig 5-10 fős kisebb csoportokra osztva működtek (vö. a ma működő, hagyományos struktúrájú nagy szervezetekkel, mint például a nemzeti hadsereg a maga egységeivel: raj, szakasz, század, zászlóalj, ezred, hadosztály, hadsereg). Az ilyen ősi, kis társadalmaknak sokszor megvolt a saját nyelvük. A távoli múltban, amikor a föld teljes népessége mindössze pár millió, ilyen kis társadalmakban élő emberből állt, és azok pedig ilyen kis társadalmakban éltek, valószínűleg rengeteg (legalább több ezer) nyelv létezett – ezek többsége azonban sohasem érte meg az írásbeliséget.

Manapság, annak ellenére, hogy a föld népessége több mint ezerszeresére duzzadt (1998-ban 5 és 6 milliárd között volt), a beszélt nyelvek számát „csupán” 5000-re becsülik. Mi több, a feltételezések szerint ennek 50%-a el fog tűnni a következő alig egy évszázadon belül, mivel már nincsenek utódok, akik ezeket a nyelveket beszélnék. Hosszútávon azt sem árt figyelembe venni, hogy mindössze 70 olyan különböző nyelv van, amit állami nyelvként ismernek el.

Új-Guinea jól példázza a változásnak ezt az irányát. Noha egy nagy szigetről van szó (775 ezer négyzetkilométer), lakosainak száma mindössze 5 millió körül mozog, melyek többsége vadászó-gyűjtögető életmódot folytat (vö. a 240 ezer négyzetkilométeres Nagy Britanniát a maga 60 millió lakosá-

val). Alacsony népessége ellenére Új-Guinea mintegy 1000 nyelvvel dicsekedhet. Ez azért van így, mert a mostoha terep és a lakosok életformája – pár száztól pár ezerig terjedő lélekszámú – kis társadalmak sokaságát hozta létre. Ez a népesség- és kommunikációszerkezet valószínűleg jól tükrözi az emberiség ősi állapotát. A modern civilizáció térhódításával azonban kipusztulásra van ítélve, ahogy ezt Észak- és Dél-Amerika története is előrevetíti.

A két Amerikát az európai felfedezők megjelenése idején körülbelül *70 millióan* lakták, s a lakosság hozzávetőleg *1000 különböző nyelven* beszélt. A bennszülött lakosság egy része erőszakos halált halt, de a többséggel az európaiak és a velük együtt megjelent háziállatok által behurcolt betegségek végeztek. Ma a két Amerika lakossága *700 millió körül van, és mindössze három fő nyelvet használnak* (angol, spanyol, portugál) a korábbihoz képest jóval kisebb számú bennszülött nyelv mellett, melyek többsége teljesen el fog tűnni a nem túl távoli jövőben. Az ilyen irányú változás a világ számos részén megfigyelhető. Másrészről azonban az egynél több nyelvet beszélő emberek száma gyorsan emelkedik, és ez a tendencia valószínűleg folytatódni fog.

A globális változások egyik fontos eleme az írásbeliség imént tárgyalt kialakulása volt.

2.3.4. AZ ÍRÁSTÓL A NYOMTATÁSON ÁT A SZÁMÍTÓGÉPEKIG

Amint lehetővé vált az emberi gondolat írásban való rögzítése, ismételt és retrospektív elemzése, a gondolkodás addig sohasem látott fejlődésnek lendült. Ez hatalmas teljesítménynek számít. Nem csoda hát, hogy az írást olykor szent és titkos tudománynak tartották, melynek titkát a beavatottak féltve őrizték. Az írás megváltoztatta az emberi gondolkodás egyik alapvető aspektusát – s minden idők egyik legnagyobb gondolkodójának, Szókratésznek (i. e. 470?–399) ez egyáltalán nem volt ínyére. Olvasni ugyan olvasott, de tanításait sohasem rögzítette írásban. Tanítványa, Platón (i. e. 427?–347?) ugyanakkor komoly energiákat fektetett Szókratész nézeteinek reprodukálásába (és/vagy újrafogalmazásába) immár írásba fektetett dialógusaiban.

Ezzel párhuzamosan, de valamivel később, következett be a számokat jelölő írott szimbólumok kialakulása, mely végső soron a tízes számrendszer kifejlődését eredményezte. E folyamat során döntő fontosságú volt a *nulla* fogalmának és szimbólumának megalkotása. E nagyszabású tettre Indiában került sor i.sz. 500 körül; a nulla innét fokozatosan továbbterjedt először arab közvetítéssel Európába, majd pedig a világ más tájaira is.

E két párhuzamos fejlődés bekövetkeztével az emberi gondolat mindörökre megszabadult a tér és az idő béklyóitól. Ezzel megteremtődött egy látszólag soha véget nem érő kommunikációs forradalom lehetősége, melynek következő szakaszát ezer évvel később a nyomtatás Johannes Gutenberg nevéhez fűződő feltálalása jelentette (a németországi Mainzban, 1450 táján (lásd 6.1.).

500 évvel később ez a lépcsőzetes és egyre fokozódó fejlődési folyamat egy újabb nagy ugráshoz érkezett a számítógép – vagy ahogy akkoriban nevezték, az „elektronikus agy" – megjelenésével. A szimbólumok kezelésére használt mechanikus szerkezetek elektronikus gépekkel való felváltása nemcsak a gondolatok *reprodukcióját,* hanem az új gondolatok *létrehozását* is óriási mértékben elősegítette (lásd 6.1.). Ez a második világháború alatt és közvetlenül azután történt. Az azóta eltelt fél évszázad alatt természetesen tovább folytatódott a számítógép egyre gyorsabb ütemű fejlődése.

A számítógép óriási hatást gyakorolt az egyes emberre, az intézményekre és magára az egész társadalomra is; s ugyanez mondható el a számítógép megjelenését megelőző, majd az arra reflektáló elméleti munkákról is. Ezen a tudásterületen elengedhetetlen az információ fogalmának precíz definíciója. Egy ilyen definíció szükségszerűen függ attól a nyelvtől vagy „ábécétől" – és az „ábécében" előforduló szimbólumok számától –, amelyen a definíciót magát megfogalmazzuk. A bináris ábécé mindössze két szimbólumot tartalmaz: a 0-t és az 1-et. Egy ilyen ábécében minden egyes szimbólumnak 1 *bit* (azaz 1 *binary digit*) az információértéke. Ez persze csak egy icipici információ, de ezek a parányi bitek képezik az információelmélet által formálisan definiált és mért információ fogalmának alapját. Egy 8 bitből álló sorozatot byte-nak (B) hívnak, s ez $2^8=256$ különböző értékkel rendelkezhet. A kilobyte (kB) $2^{10}=1024$ B-ból áll. A megabyte (MB) 1024 kB-ot tartalmaz, ami jókora mennyiségű formálisan definiált információt jelent: $8 \times 1024 \times 1024$, azaz hozzávetőleg 8,4 millió bit információt.

Az információ mennyiségének e formalizált mértékegységei alkotják azokat az alapegységeket, melyekre a számítástechnika és a hozzá kapcsolódó diszciplínák elméleteiket építik. S mint ilyenek nélkülözhetetlenek. Mindazonáltal ne feledkeznünk el arról, hogy az ily módon definiált információ, bár ugyan nem független, de nem is esik teljesen egybe az „információ" köznapi értelmével. Ez utóbbi ugyanis inkább a szemantikailag definiált információval kapcsolatos, és az egészen mást jelent.

Egy számítógép memóriájában tárolva e könyv egyes fejezeteinek folyamatos szövege 50 és 150 kB formálisan definiált információra alapul. A teljes könyv 850 kB információt, azaz 4/5 Megabyte-ot tesz ki. Ugyanakkor annak az információnak a mennyiségét és minőségét, melyet a szerző megpróbált könyvébe belesűríteni – illetve annak az információnak a mennyiségét és minőségét, melyet az olvasó remélhetőleg kivesz majd belőle – más módon kell megítélnünk, azaz nem az információelmélet kínálta keretek között.

Akárhogy is legyen, egy dolog mindenképpen világos. A számítástechnika és az új reprodukciós technológiák együttes hatása az elmúlt, hozzávetőleg ötven évben óriási volt. Míg a technológia korábbi vívmányai az emberi kommunikációt többnyire a csoportos és a tömegkommunikáció irányába mozdították el, a legújabb technológiai fejlesztések egyrészt az egymástól fizikailag távol eső egyének közötti kommunikáció lehetőségeit növelték meg példátlan mértékben, másrészt ugyancsak ösztönzőleg hatottak még a kommunikációra

- kisebb és nagyobb csoportokon belül,
- egyének és könnyen hozzáférhető, nagy mennyiségű ismeretek között, és
- jelentékeny hatalommal bíró kommunikációs központok (nagy szervezetek, vállalatok, hatóságok) között.

Az elmúlt pár év során ezeket a tendenciákat tovább erősítette a tömeg és egyéni kommunikációt kombináló információs technológiák (IT) folyamatos fejlődése. Az információs világhálón („world wide web", www) nagy menynyiségű információ van elektronikusan tárolva oly módon, mely lehetővé teszi az egyéni kommunikátor számára, hogy a neki megfelelő időben és helyről keressen, használjon vagy cseréljen információt (lásd 4.7.3. és 7.7.). Az IT tehát a térbeli és az időbeli távolságok legyőzésének új lehetőségeit kínálja. Mint azonban mindig, ezeknek az új lehetőségeknek is ára van. A kommunikáció minden új technikája tehát szükségszerűen az „információs szakadék" vagy a „tudás szakadék" mélyülését eredményezi (lásd 6.2.). Nem mindenkinek van otthon számítógépe – nem beszélve a nagy távolságok áthidalására képes elektronikus kommunikációhoz szükséges egyéb berendezésekről, mint például egy modem. Azok, akik rendelkeznek a technológiával, különböző módokon egyre jobban növelik tudáskészletüket, míg azok, akik a szükséges technológia híján vannak, ezt nem, vagy csak jóval kisebb mér-tékben, tudják megtenni. Remélhetőleg azonban a gazdagok és szegények között tátongó információs és kommunikációs szakadék idővel majd összezárul, ahogy a történelem során ez már más szakadékokkal is történt. Az ilyen típusú folyamatok pár évszázadig is eltarthatnak – ez az emberiség történetében nem igazán számottevő, de egy fejlődő ország történelmében igencsak hosszú periódus.

2.4. Az emberi kommunikáció funkciói és aktusai

A *homo sapiens* által kifejlesztett kommunikáció olyan óriási fejlődésbeli potenciált jelent, melynek következményei a mai napig éreztetik hatásukat – s ez feltehetőleg még több ezer éven át így lesz. E fejlődés egyik jellemzője a sokrétűség. Ennek oka az emberi kommunikáció funkcióinak nagy számában és fontosságában rejlik.

Ha nagyszámú fontos jelenséget akarunk megérteni és megmagyarázni, akkor érdemes néhány általánosabb jelenségtípusba sorolni ezeket (ezt a korábbi fejezetekben már néhányszor demonstráltuk). Ennek megfelelően a *kommunikáció funkcióinak* négy általános fajtáját különböztethetjük meg:

- informatív funkció,
- kontroll funkció,
- társas funkció és
- expresszív funkció.

E négy általános funkció megfeleltethető néhány nagy társadalmi intézménynek (jogrendszer, művészetek, természet- és humán tudományok stb.), melyekről részletesebben a következő fejezetben lesz szó (a 3.2-ben, vö. még 1.5.). Ebben a fejezetben a kommunikáció különböző funkcióinak az ún. *beszédaktusok*hoz (vagy *illokúciók*hoz) való viszonyával foglalkozunk. A beszédaktusokat különböző módokon ugyan, de már filozófusok, filológusok és nyelvészek egész sora vizsgálta. A beszédaktus az a valami, amit kommunikációnk során viszünk végbe, függetlenül annak módjától (beszéd, írás, gesztikuláció).

A beszédaktusoknak különböző listái léteznek. A következő egy némiképpen leegyszerűsített, öt beszédaktust tartalmazó lista.

- kijelentés: „Elmegy."
- kérdés: „Elmegy?"
- parancs: „Ne menj el!"
- deklaráció: „Ígérem, elmegyek."
- felkiáltás: „Ugyan már!"

Nyilvánvalóan van összefüggés a kommunikáció különböző funkciói és a beszédaktusok között. Az *informatív* funkció a kijelentéseknek és kérdéseknek, a *kontroll* funkció a parancsoknak, az *expresszív* funkció a felkiáltásoknak felel meg, míg a deklarációk számos különböző funkcióval rendelkezhetnek. A társas funkciót bármely beszédaktus és beszédaktus-kombináció betöltheti, a deklaráció aktusát pedig egynél több kommunikációs funkcióra is használhatjuk. A deklaráció beszédaktusa egyébként különleges abból a szempontból, hogy a deklaráció esetében *azt tesszük, amit mondunk,* hogy teszünk. Például amikor azt mondjuk „Ígérem, elmegyek.", akkor pontosan ezt tesszük: megígérjük, hogy elmegyünk. Vagy amikor azt mondjuk „Ezennel lemondok.", akkor ennek kijelentésével egyben le is mondunk.

A beszédaktusok vagy sikeresek vagy sikertelenek. Ahhoz, hogy egy beszédaktus megfelelően legyen alkalmazva, az adott beszédaktushoz szükséges feltételeknek természetesen fenn kell állniuk. Például egy parancs végrehajtásának nyilvánvaló feltétele, hogy a parancsot valaki – egy személy vagy bármely más hatalommal bíró kommunikációs ágens – kiadja.

A beszédaktusokat néhány egyszerű kritérium alapján értékelhetjük (lásd Grice alapelveit a 2.1.4. szakaszban):

- A tényleges feltételeket tekintve *igaz*nak kell lenniük.
- A beszélő szempontjából *őszinté*nek kell lenniük.
- Az általánosan elfogadott normák szempontjából *helyes*nek kell lenniük.

Ezek a kritériumok teljesen természetesek, és ami azt illeti, meglehetősen szerény kívánalmakat fogalmaznak meg. Azonban – bármennyire szomorú is – tény, hogy a sikeres kommunikációk jelentős része pontosan azért tud sikeres lenni, mert megsérti ezeket a nagyon alapvető kritériumokat – a hazugok és képmutatók, a szélhámosok és egyéb gazemberek sajnos igencsak

gyakran sikeresek. Előfordulhat, hogy egyes beszédaktusok kudarcba fulladnak; azaz nem észlelik, nem értik meg őket és/vagy nem válaszolnak rájuk. Egyszerűen nem működnek, és kész. Kijelentéseinket nem hiszik el; kérdéseinkre nem válaszolnak; parancsainkat nem teljesítik; ígéreteinket kikacagják; bejelentéseink süket fülekre találnak, semmibe veszik; felkiáltásainkat nem odaillőnek találják.

A beszédaktusok problémáját elsősorban az interperszonális kommunikáció szintjén tárgyalják. Azonban a beszédaktusok, különböző formákban, a kommunikáció más – például csoport vagy társadalmi – szintjein is megjelenhetnek (lásd 4.3.4.). A következő szakaszban a kommunikáció különböző – az interperszonális kommunikációtól a tömegkommunikáción át a nemzetközi kommunikációig terjedő – szintjeit tárgyaljuk.

2.5. A kommunikáció szintjei

Az emberi kommunikáció különböző méretű és komplexitású egységek között vagy azokon belül valósulhat meg. A következő lista néhány olyan formális és informális egységet tartalmaz, melyeknek puszta létezése a kommunikációtól függ:

- egyének és csoportok;
- helyi, regionális, nemzeti és nemzetközi közösségek és hálózatok;
- hivatalos szervezetek;
- községi, városi és kerületi önkormányzatok;
- társadalmak, nemzetek, államok;
- szuverén államok koalíciói és nemzetközi szervezetei.

Ezek az egységek nincsenek mindig pontosan definiálva. A „közösség” kifejezést például egészen különböző jelenségek megnevezésére használják. Ez persze nem jelenti azt, hogy ne lenne valamiféle hozzávetőleges megegyezés e szavak jelentését illetően. Továbbá e kifejezések jelentése egy kommunikációs értelmezésből is levezethető.

Ahhoz, hogy *individuumokká,* azaz egyénekké váljunk, képesnek kell lennünk más egyénekkel való kommunikálásra (az *individuáció* és az *individualizáció* páros folyamatairól bővebben lásd az 1.3., 3.4. és 4.2. szakaszt). El kell sajátítanunk az interperszonális kommunikáció képességét, s ehhez rendelkeznünk kell az önmagunkkal való kommunikáció képességével csakúgy, mint az önmagunk*ról* való belső kommunikáció képességével, beleértve az önreflexiót is. Nemcsak gondolkodni és érezni kell tudnunk, hanem saját gondolatainkról és érzéseinkről is képesnek kell lennünk gondolkodni és érezni – ez egy olyan képesség, melyet gyermek- és serdülőkorunk során fokozatosan sajátítunk csak el.

A *csoportok* olyan egyénekből állnak, akiket valamilyen szintű kölcsönös kommunikáció köt össze. A *hálózatok* a csoportok speciális esetét képezik, melyeket gyakran a közvetített, részben formalizált, térbeli és időbeli

távolságokon átívelő, többé-kevésbé szórványos kommunikáció jellemez. (Az e-mail és az elektronikus kommunikáció egyéb formáinak kialakulása nagymértékben elősegítette a csoportok és hálózatok között vagy azokon belül zajló kommunikációt; lásd a 4.7.3. és 7.7. szakaszt.)

A *hivatalos szervezetek* olyan csoportok, melyeket a kommunikáció formalizált, többé-kevésbé hierarchikus struktúrája, és egy, az alapító okiratban lefektetett viszonylag jól meghatározott cél jellemez. Emellett sztenderdizált eljárások egy olyan rendszerével is rendelkeznek, mely szabályozza a tagfelvétel és -kizárás, a döntéshozatal, a környezettel való kommunikálás stb. módjait (lásd 5.1.). A hivatalos szervezetek átnőhetnek a listán szereplő más társadalmi egységek határain is, függetlenül azok nagyságától (csoportok, társadalmak, nemzetek stb.).

Az *önkormányzat* az olyan községekre, városokra és kerületekre használt általános kifejezés, melyek saját ügyeiket bizonyos mértékben maguk irányítják.

A *közösség* az egyének csoportjainak meglehetősen nagy csoportját jelenti, melyet egy viszonylag laza hierarchia és a közösségen belüli kommunikáció relatíve magas foka jellemez, mely utóbbi a közösségen kívüli kommunikáció viszonylag csekély mértékével párosul. A közösségek gyakran térben stabil elhelyezkedéssel rendelkeznek, bár a kommunikáció és a közlekedés legújabb létesítményei elősegítették a földrajzilag szétszórt közösségek kialakulását, beleértve az elektronikus kommunikációra alapuló ún. *virtuális közösségek* létrejöttét is.

A *városok (és nagyvárosok)* viszonylag kis földrajzi területen koncentrálódó és viszonylag nagy népességgel rendelkező közösségek, melyek a lakosok társas interakcióját és a város fizikai szerkezetét szabályozó helyi törvények és szabályok többé-kevésbé formalizált rendszerével rendelkeznek. Méretük és szerveződésük formalizáltságának foka alapján különbséget szokás tenni kisváros és nagyváros között, de a két kategória közötti határvonal egyáltalán nem nevezhető élesnek.

A *társadalmak* csoportokból, hálózatokból, szervezetekből, közösségekből stb. felépülő nagy, komplex csoportok. A társadalmi kommunikáció rendszerint az alapvető törvények, többé-kevésbé formalizált szabályok, konvenciók, morál és szokások struktúráján belül folyik.

A *nemz*etek közös történelemmel, gyakran közös nyelvvel, kultúrával stb. rendelkező társadalmak csoportjai.

Az *állam* olyan nemzeteket vagy nemzetek koalícióit jelenti, melyet közös politikai testület, intézmények közös igazságszolgáltatás és pénznem, valamint közös rendőrség és hadsereg jellemez. Az államok olykor államegyházzal vagy a politikai uralmat gyakoroló állampárttal is rendelkeznek. Az államok különböző, rendszerint többé-kevésbé formalizált módokon kommunikálnak polgáraikkal (bejelentések, parlamenti döntések, kormányhatározatok stb.). Az állami vezetők szintén többé-kevésbé formalizált módokon kommunikálnak a lakossággal (uralkodói beszéd, tömeggyűlés stb.), olykor tudatos erőfeszítéseket téve a polgárokhoz fűződő, és bizonyos

fokig absztrakt viszony személyesebbé tétele érdekében (lásd 4.1.1.). Saját területén belül az állam törvényes monopóliummal rendelkezik a kommunikáció egy nagyon durva formája, a módszeres és szervezett fizikai erőszak felett (mely monopólium a valóságban távolról sem nevezhető a teljesnek, kizárólagosnak).

Az *államszövetség* államok föderációját jelenti, de ezekben az esetekben nemzetközi szinten a föderációt ismerik el szuverén államnak, nem pedig a szövetséget alkotó egyes államokat. Ide tartozik például az USA vagy Németország; utóbbi tartományai („Länder") közé tartozik például Bajorország és Hessen.

Az államok is kommunikálnak egymással. Az államok gyakorta hoznak létre nemzetközi szövetségeket, néha abból a célból, hogy saját határaikon kívül is élhessenek a fizikai erőszak formájában megnyilvánuló kommunikáció eszközével. Emellett létrehoznak, csatlakoznak és kommunikálnak olyan nemzetközi szervezetekkel, illetőleg szervezeteken belül mint az ENSZ, mely a maga módján a legfontosabb létező nemzetközi szervezetnek számít (egyéb nemzetközi szervezetekről bővebben lásd az 5.1. és a 5.2. szakaszt).

Nyilvánvaló, hogy a felsorolt kategóriák között van némi átfedés, és a terminológia is meglehetősen bizonytalan és sokszor vitatott is. Mindazonáltal a társadalmi egységek listájának akár heurisztikus értéke is lehet (lásd 7.1.).

Látni fogjuk például, hogy az egyre növekvő komplexitású embercsoportok csupán félig-meddig formalizált tipológiáját nagymértékben kommunikációs kritériumok szabják meg. *A kommunikáció tehát meghatározó részét képezi az összes – méretét és komplexitását tekintve különböző – emberek alkotta csoportnak és szervezetnek.* Sőt, a kommunikáció olykor a többi közül kiemelkedve a meghatározó faktor szerepét tölti be. Bárhogyan is legyen, a különböző típusú csoportok definiálásában a kommunikáció kétségtelenül a legfontosabb összetevők egyike. Alapszabály, hogy a csoporton belüli kommunikáció gyakoribb a csoportok közötti kommunikációnál. (Megjegyzendő, hogy a csoportok közti információáramlást gyakran egyének végzik, noha formális értelemben csoportok és a csoportoknál magasabb szintű egységek kommunikációjáról van szó.)

Az egyének szintje felett tulajdonképpen minden egység felfogható csoportként (ahogy például az elméleti szociológiában és a szociálpszichológiában egészen nagy egységeket is csoportnak hívnak). A csoportok képviseletében fellépő egyéneket (kommunikációs ágenseket) függetlenségük foka és az általuk képviselt csoport felett gyakorolt hatalmuk jellemez. E függetlenség mértéke a csoport nevében történő döntéshozatal teljes szabadságától az önállóság gyakorlatilag teljes hiányáig terjedhet (gondoljuk egyrészről a diktátorokra, másrészről pedig az alkotmányos monarchiák uralkodóira). A csoporton belüli és a csoportközi kommunikációt egyaránt nagymértékben befolyásolja a csoportvezető kommunikációs tehetsége. További befolyásoló tényezőnek számít a környező társadalom kommunikációs fejlettsége (ahogy azt fentebb röviden ismertettük) és a kultúra általában,

miként azt az úgynevezett szocializációs ágensek az egyének felé közvetítik (lásd 1.3., 3.3.3. és 4.4.5.).

A következő fejezetekben többször is lesz még alkalmunk visszatérni ezekre a kérdésekre (lásd 7.1. és 7.2.). E fejezet záró részében azonban a kommunikáció talán legfontosabb jellemzőivel foglalkozunk: a kezdeményezéssel és az iránnyal.

2.6. A kommunikáció mintázatai*

Amikor két egység (hívjuk őket A-nak és B-nek) kommunikál egymással, kommunikációjuk leírható annak a két fogalomnak a segítségével, mely minden kommunikáció szempontjából alapvető: az *irány* és a *kezdeményezés* jellemzőivel. Az információ áramlása történhet A-tól B felé és/vagy B-től A irányába. Az információ A-tól B felé áramlása történhet azért, mert A *küld* valamit B-nek, vagy azért mert B *kiszed* valamit A-ból; és persze ugyanez működik fordítva is, az információ B-től A irányába való áramlása esetén. Az irány és a kezdeményezés fogalmait kombinálva, és azokat az A és B közötti információáramlásra alkalmazva a 2.2. ábrán látható négy különböző típusú kommunikációs sémát kapjuk.

Hogy konkrét példával szemléltessük a 2.2 absztrakt ábra sémáit, tételezzük fel, hogy A valamilyen előnnyel rendelkezik B-vel szemben (mondjuk nagyobb hatalma vagy tudása van, melyet az ábrán úgy szimbolizáltunk, hogy A-t B fölött helyeztük el).

A kommunikáció négy típusa ekkor a következőképpen fog kinézni:

1. Parancs
2. Konzultáció
3. Regisztráció
4. Jelentés

A konzultáció és a regisztráció felfogható a 2.4. szakaszban tárgyalt három alapvető beszédaktus különböző kombinációit illusztráló konkrét példaként: *parancs* (1), *kijelentés* (4), és kérdés (2, 3).

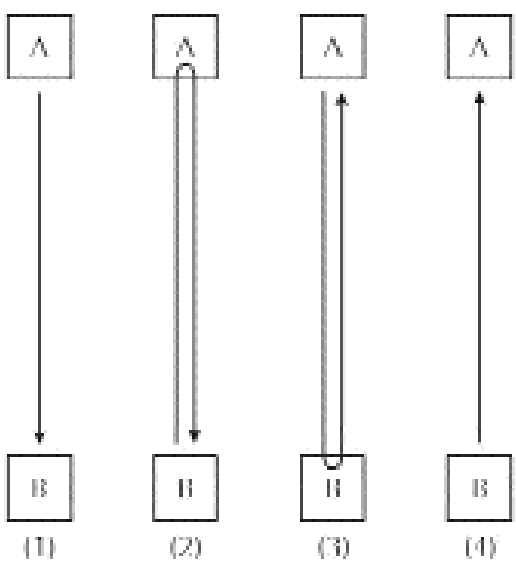
Ha azonban azt tételezzük fel, hogy A és B egy szinten helyezkednek el, a négy típus együttesen egy A és B közötti *beszélgetésnek* felel meg. Ebben az esetben a dialógus főként két beszédaktusra, *kérdések és kijelentések* (olykor a kérdésekre válaszoló kijelentések) sorozatára fog alapulni, melyet esetenként egy-egy *parancs, deklaráció* vagy kósza *felkiáltás* is színezhet.

Figyelembe véve azt a tényt, hogy a két fél között folyó kommunikáció gyakran valamilyen közvetítő segítségével történik, a fenti ábrát ki kell egészítenünk egy további lépés betoldásával, ahogy az a 2.3. ábrán látható.

* Ez a szakasz alapvetően Rosengrenre (1997) alapul.

A 2.3. ábrán jól látható, hogy a két fél között közvetítőn keresztül folyó kommunikáció igencsak bonyolult ügy – még akkor is, ha az ábra a valóságban két fél között közvetítőn keresztül zajló kommunikáció erősen leegyszerűsített változatát mutatja be. A kommunikáció tehát tényleg bonyolult dolog. Ahhoz, hogy az ilyen komplikált jelenséget képesek legyünk megérteni, a 2.3. ábrán látható példához hasonló, leegyszerűsített modellekre van szükségünk.

Pontosan leegyszerűsített és absztrakt volta miatt a 2.3. ábra jól használható a közvetített és eltérő szintek között zajló kommunikáció számos, egymástól meglehetősen különböző fajtáinak modellálására, amilyen például egy többé-kevésbé bürokratikus szervezet közvetítésével folyó kommunikáció a hatóságok és az állampolgárok között, vagy a média különböző, többé-kevésbé fejlett formái közvetítésével zajló tömegkommunikáció stb. Pontosan ebben rejlik a formális modellek erőssége. Ahogy az 1.4. szakaszban már említettük, a tudomány éppen a szubsztantív elméletek, a formális modellek és az empirikus adatok szisztematikus kölcsönhatása révén képes előrehaladni. A különböző szervezeti és társadalmi szintek között zajló közvetlen és közvetített kommunikáció tárgyalásának folytatása céljából így hát időről időre vissza fogunk még térni a 2.2. és 2.3. ábrákon található modellekhez (lásd például a „kapuőrzés” és a „hozzáférés” fogalmát az 5.7., 5.8. valamint a 6.4.2. szakaszban). A 2.3. ábra már a következő részben újra felbukkan, melyben a társadalom és a társadalmi élet különböző szintjein elhelyezkedő felek között folyó kommunikációról lesz szó (vö. még 5.9.1.).

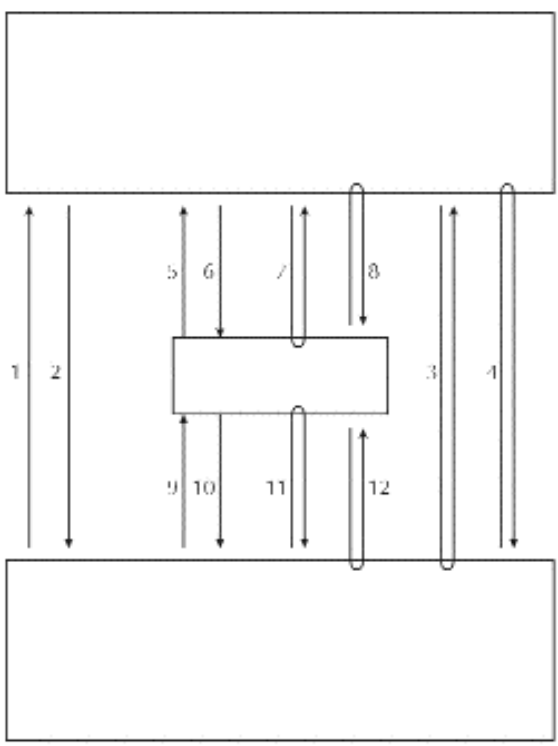


2.2 ábra *A kommunikációs sémák négy alaptípusa (forrás: Rosengren, 1997)*

2.7. Kommunikáció a különböző szintek között

Az emberi kommunikáció nagy része egy és ugyanazon specifikus szinten zajlik. Egyének egyénekkel, szervezetek szervezetekkel stb. kommunikálnak. Ezt nevezzük szinten belüli vagy azonos szintű kommunikációnak. A modern társadalmakban azonban a szintek *közötti* kommunikáció valószí-nűleg az összes emberi kommunikáció egyre növekvő arányát képviseli. A 2.4. ábrán a szinten belüli és szintek közötti kommunikáció elméletileg lehetséges különböző típusainak tipológiája látható, a 2.5. szakaszban tárgyalt eltérő kommunikációs szinteket alapul véve. (Meg kell jegyeznünk, hogy az egyszerűség kedvéért a 64. oldalon megkülönböztetett három szintet („nemzetek", „társadalmak", „államok") az ábrán egy kategóriába vontuk össze, mely nagyjából az olykor „nemzetállamnak" nevezett alakulatnak felel meg, mint például az USA, Dánia stb.)

A szinteken belüli kommunikáció eseteit az ábrán a bal felső sarkot a jobb alsó sarokkal összekötő átló mentén találhatjuk. A dolog természetéből adódóan öt ilyen kommunikációs típus van (ezeket az ábrán egy o jelzi). Sokkal több persze az átló két oldalán elhelyezkedő mező száma, ezekből pontosan



2.3 ábra *A közvetített kommunikáció modellje (forrás: Rosengren, 1997)*

20 van. Ebből tíz szintek közötti kommunikációtípus (az ábrán x-szel jelölve) a felsőbb szintekről az alsóbb szintek felé mutat, például a társadalmi szint felől a csoport vagy egyéni szint felé. A másik tíz pedig (y-nal jelölve) alulról felfelé halad, például egy szervezettől a környező társadalom felé.

Az egyén szintjén folyó szinten belüli kommunikációba természetesen az is beletartozik, amit néha „belső életnek" hívunk: érzéseink, hangulataink, gondolataink stb. A szinten belüli kommunikációt mindig alacsonyabb komplexitású egységek bonyolítják le, mint az az egység, amin belül a kommunikáció maga folyik. Azaz a csoporton belüli kommunikációt az egyének, a szervezeten belüli kommunikációt a csoportok és az egyének végzik stb.

Noha minden bizonnyal vannak kivételek, az egyéni, csoport és szervezeti szintek felett folyó szinten belüli kommunikáció rendszerint valamilyen módon közvetített, és ugyanez áll az olyan szintek közötti kommunikációra is, melyben legalább egy kommunikáló fél a csoport szintje felett helyezkedik el. A szervezeten belüli kommunikáció is gyakran közvetített. A dolog természetéből kifolyólag az ilyesfajta közvetített kommunikáció csak valamilyen médium útján lehetséges.

A közvetített kommunikációnak két alapvetően különböző típusa van. Történhet – gyakorta többé-kevésbé hivatalosan kinevezett vagy megválasztott – egyéni képviselők útján: ide tartoznak az ügyvédek, a diplomaták, az ombudsmanok és egyéb, ún. „hivatásos közvetítők" (mediátorok). Gondoljunk például egy szervezettel kommunikáló egyén esetére, mondjuk egy szószóló által képviselt szakszervezeten keresztül kommunikáló alkalmazottra, akivel szemben az alkalmazott főnöke által képviselt vállalat van a másik oldalon. A modern társadalmakban a szinten belüli és szintek közötti kommunikáció jelentős hányada a tömegkommunikációban vagy valamilyen szintspecifikus kommunikációs médiumon keresztül (pl. szervezeti hírlevél) zajlik (lásd a 4–6 fejezeteket). Az ilyenfajta médiumokhoz nem mindannyian férhetünk hozzá.

Tehát mind a szinten belüli, mind pedig a szintek közötti kommunikáció tükrözi az egyének, csoportok, szervezetek és társadalmak között fennálló hatalmi viszonyokat. Erre a kérdésre időről időre vissza fogunk térni.

		egyén	csoport	szervezet	közösség	társadalom
		felé				
egyén	*felől*	o	y	y	y	y
csoport		x	o	y	y	y
szevrezet		x	x	o	y	y
közösség		x	x	x	o	y
társadalom		x	x	x	y	o

2.4 ábra *A szinten belüli és a szintek közötti kommunikáció tipológiája (forrás: Rosengren, 1997)*

Harmadik fejezet

Kultúra és társadalom, média és kommunikáció

3.1. Az emberek csoportjai: három részrendszerből álló rendszer

A rendszer fogalma hasznos lesz, ha átfogó képet akarunk kialakítani a társadalmi kommunikációról. Korábban már definiáltuk a rendszert mint adott számú egység vagy elem összességét (lásd a 23. oldalon található keretes írást). Ezek az elemek egy többé-kevésbé állandó struktúrát alkotnak, mely struktúra számos *folyamatot* határoz meg a rendszeren belül. Ezek a folyamatok ugyanakkor állandóan visszahatnak a struktúrára, így a folyamatok változása maga után vonja a struktúra fokozatos átalakulását is.

Rendszer például egy baráti társaság. Mint minden más csoportnak, egy kicsiny, informális szerveződésű baráti körnek is van valamilyen struktúrája, még akkor is, ha ez a struktúra, a csoport természetéből fakadóan, nem túlságosan merev. Az általános szociológia ugyanakkor jóval tágabb értelemben definiálja a csoport fogalmát; beletartozhatnak az olyan nagy csoportok, mint például a szervezetek vagy akár az a roppant nagy méretű csoportosulás is, amelyet társadalomnak nevezünk. A kis csoportok informális struktúrájának formalizált modellek mintájára történő tanulmányozására különböző elméletek és módszertanok készültek. (A *szociometriáról*, azaz a kis csoportok kommunikatív karakterének formális eszközökkel történő vizsgálatáról, a 4.4. szakaszban lesz szó.)

Csakúgy mint az ember, a csoportok is születnek, élnek egy bizonyos ideig, majd meghalnak. A legtöbb egészen rövid életű. Azok a csoportok képesek hosszabb időn át fennmaradni, amelyeknek van valamilyen formális struktúrája. A viszonylag magas szinten formalizált struktúrájú csoportok közé tartoznak a különböző klubok, szervezetek, valamint az összes nemzetállam is.

Az egyik leghosszabb ideje működő, magas szinten szervezett csoport a római katolikus egyház. Többnyire azonban a „csoport” kifejezést kisebb, informális közösségekre szokás használni, míg a nagy, magas szinten formalizált szerveződéseket inkább szervezeteknek nevezzük (lásd az

5. fejezetet). A legfontosabb csoport pedig talán maga az emberiség (lásd 4.4.3. és 4.4.5. részeket).

A csoporttagok cselekedeteit alapvetően egy nagyrészt közös *értékrendszer* irányítja, azaz a csoport tagjai jobbára egyetértenek abban, hogy mi a jó és az igaz, hogy mit tekintenek hasznosnak vagy szépnek stb. Egy ilyen közös értékrendszer megléte minden szerveződésre jellemző függetlenül a nagyságától. A társadalom egésze is felfogható egy hatalmasra nőtt csoportnak, melyet végső soron – csakúgy mint minden más csoportot – a maga érték-rendszere jellemez.

Az értékrendszer az egyike annak a három, egymással szoros kapcsolatban álló rendszernek, amely minden emberi csoportban megtalálható, legyen az egészen kicsi (amilyen például egy utcai banda) vagy egészen nagy (pl. egy nemzet). Az ember alkotta csoportok, társadalmak mindegyikére jellemző az alábbi három rendszer megléte:

- az eszmék *kulturális* rendszere,
- a cselekvések *társas* rendszere és
- a fizikai artefaktumok *materiális* rendszere.

A valóságban persze az eszmék, a cselekvések és az artefaktumok olyan szorosan összefonódnak, hogy néha szerfelett nehéz egymástól elkülöníteni őket. A *kulturális* eszmerendszer például a cselekvések társas rendszerében és az artefaktumok materiális rendszerében jut kifejezésre – „materializálódik", ha úgy tetszik. A társas és a *materiális* rendszereket tehát felfoghatjuk olyan rendszereknek, melyek egy kultúra eszmerendszerét fejezik ki. Ez igencsak megnehezíti az empirikus elemzést, főként azért, mert számtalan társadalmi alrendszer létezik, melyek mindegyike, minden társadalomban, ugyancsak tartalmazza a három fő rendszer (a kulturális, társas és materiális rendszerek) elemeit. Ez a tény természetesen nem érv amellett, hogy az elemzés során ne különböztessük meg őket. *Minden emberi rendszer leírható az eszmék, a cselekvések és az artefaktumok perspektívájában.*

Ezek mindegyike elengedhetetlen az emberi csoportok, a társadalom fennmaradásához. Egy közösség elméleti megragadására bármelyik alkalmazható – a rendszernek akár szerkezeti, akár dinamikus elemeire támaszkodva a vizsgálat során, vagy éppen a kettőt együttesen kiaknázva. Gyakran azonban hasznosabb a társadalmat vagy más humán csoportot úgy felfogni, mint amelyet elsősorban az eszmei-kulturális rendszer egyik központi eleme, az értékrendszer strukturál.

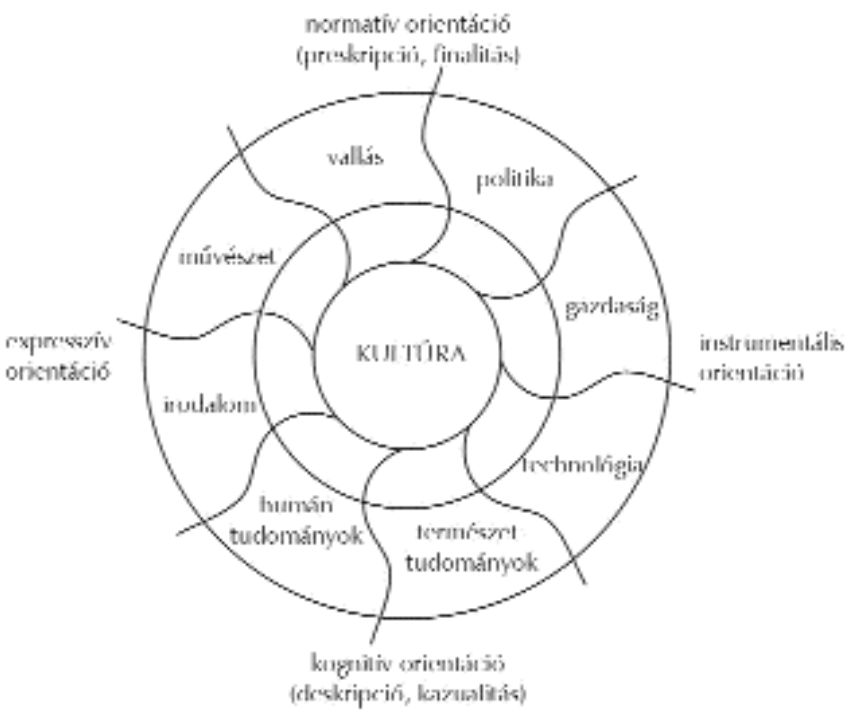
3.2. A társadalom értékrendszere

Minden társadalmi struktúrát jellemezhetünk az alábbi két értékorientációs pár mentén:

- kognitív értékorientáció *versus* normatív értékorientáció,
- expresszív értékorientáció *versus* instrumentális értékorientáció.

A fenti két értékorientációs párt végső soron a következő négy érték határozza meg: az igazságértékek és az erényesség elve az első esetben, illetve a szépség és hasznosság fogalma a második esetben. Ezeket a szinte időtlennek számító értékeket kifejezhetjük az indoeurópai nyelvek négy igéjével (latinul *sapere/debere, esse/facere,* franciául *savoir/devoir, être/faire*), melyek funkcionális megfelelői más nyelvcsaládokban is megtalálhatók. A korai görög filozófusok a *logos* és *ethos,* illetve a *pathos* és *praxis* fogalmakat használták e négy alapvető értékorientáció leírására. Ahogy sokan mások előtte és utána, Friedrich Schiller (1759–1805), a tizennyolcadik századi német költő, versbe foglalta a négy alapértéket. A modern reklámszakma és public relations művelői is rendszeresen használják őket, és a nagy alapérték e könyv különböző fejezeteiben is újra meg újra felbukkan. Nyugodtan állíthatjuk, hogy minden társadalmi intézmény e két értékorientációs pár mentén alakult ki, és a mai napig is ezek köré szerveződve fejlődik folyamatosan tovább.

A „kultúra kereke", amely a 3.1. ábrán látható, egy olyan tipológia, melyben az alapvető társadalmi intézményeket a két értékorientációs pár, az expresszív/instrumentális, illetve a kognitív/normatív értékorientáció (lásd 1.2. és 1.3.), köré szerveződve mutatja be. A körkörös elrendezésű ábrán a főbb társadalmi alrendszerek legközelebbi „szomszédaik" között kapnak



3.1 ábra *A kultúra kereke (forrás: Rosengren, 1994b)*

helyet. Így a gazdasági rendszer a politika és technológia között található, az irodalom pedig a művészettel és a tudománnyal határos.

A tipológia az eszmék, cselekvések és tárgyak három fő rendszerét koncentrációs körökben elrendezve mutatja. A kördiagram középpontjában – a „kerék agyában" – található a kultúra, a társadalom eszmerendszere. A kultúra tehát egyszerre kognitív és normatív, illetve expresszív és instrumentális irányultságú. Egyesíti és egymáshoz rendeli a négy fő értékorientációt és azok különböző alrendszereit. A nyolc társadalmi alrendszert egymáshoz való viszonylatában ábrázoló külső körív elárul valamit a rendszer egészének komplexitásáról, valamint arról a mérhetetlen kommunikatív és koordináló funkcióról, melyet a kultúra a társadalomban betölt: a rendszer 8(8–1)/2=28 elsőrendű, több száz másodlagos, valamint több ezer harmadlagos egymásrautaltsági viszonyt (interdepenciát) foglal magában. (A méret és a komplexitás alapvető jelentőségével a 4.4. szakasz foglalkozik.)

Ezek a viszonyok kapcsolják össze – kölcsönös interakciók véget nem érő láncolatát alkotva – a társadalom különböző intézményi alrendszereit: vallást és politikát, politikát és tudományt, tudományt és technológiát, technológiát és vallást, vallást és tudományt stb. Így hát a „kultúra óriáskerekével" a későbbi fejezetekben is újra meg újra találkozni fogunk (vö. 4.4.5., 5.2., 5.5.1., 6.4.1. és 7.2.2.). Végezetül még egy megjegyzés: noha az intézmények közti viszonyok hatással lehetnek az egyes alrendszerekben jelenlévő eszmékre, megvalósuló cselekedetekre és artefaktumokra, az egyszerűség kedvéért az ábrán (az előző oldalon található 3.1. ábrát) a vonalak csak az egyes intézményi alrendszerek cselekvési rendszerét kötik a többi intézményi alrendszer cselekvési rendszerével.

A képi ábrázolás jelzi, hogy a rendszeren belüli kapcsolatok mindegyike valamilyen cselekvés következtében jön létre, mégpedig gyakran a kommunikációnak nevezett sajátos tevékenység által. Ezeket a viszonyokat minden tradicionális társadalomban az emberek közti közvetlen személyközi kommunikáció alakítja, tartja fenn, és valósítja meg. Modern társadalmakban ezt a feladatot az interperszonális kommunikáció közvetett változatai is betölthetik csakúgy, mint a szervezeti és tömegkommunikáció vagy a nemzeti és nemzetközi kommunikáció is. E viszonyok alakulásával párhuzamosan zajlik a különböző társadalmi intézmények közti *differenciálódás* véget nem érő folyamata. Az intézmények következésképp egyre inkább elkülönülnek, miközben továbbra is kölcsönösen függenek egymástól. Minden intézménynek meg kell őriznie valamennyit a kultúrából általában saját alstruktúrájába ágyazva, miközben folyamatosan egyensúlyt kell teremtenie saját kultúratípusa („politikai kultúra", „gazdaságkultúra" stb.) és más intézmények specifikus kultúrái, illetőleg a Kultúra között. Ebben az érzékeny egyensúlyi helyzetben nem egyszer előfordul, hogy egyik vagy másik szektor dominanciára tesz szert; elsősorban a vallási, politikai és gazdasági szektorra jellemző, hogy időről időre átveszi a hatalmat a többi társadalmi szektor felett. (A marxista elméletben azonban a gazdasági szektor az, amely Karl Marx (1818–1883) szerint „végső soron" meghatározónak számít.)

Hiba lenne azonban a kultúrát pusztán egy eltérő típusú értékek átváltását végző hatalmas tőzsdeként vagy egy olyan telefonközponthoz hasonlóan elképzelni, mely a különböző társadalmi rendszereket kapcsolja össze. A kultúra saját jogán is fontos társadalmi rendszer. Mint ilyennek, a kultúrának magának is kapcsolódnia kell a többi nagy társadalmi rendszerhez, beleértve a cselekvések és tárgyak két alapvető rendszerét csakúgy, mint szinte az összes intézményesült alrendszert, noha – paradox módon és a többi nagy társadalmi rendszertől eltérően – a kultúra nem rendelkezik a maga saját jól körülhatárolt és kialakult intézményével. A művészet és az irodalom intéz-ménye elsődlegesen a *magas kultúrával* foglalkozik, mely, bár tagadhatatlanul lényeges összetevőjét képezi a társadalmi kultúrának, semmiképpen nem keverendő azzal össze – még akkor sem, ha kiegészítjük közeli rokonaival, a populáris művészettel és populáris kultúrával (vö. 6.5. és 7.6.). Amivel a kultúra *ténylegesen* rendelkezik, az a társadalom többi részével való viszonytartást szolgáló intézmények csoportja, elsősorban az ún. szocializációs ágensek (vö. 1.3., 3.3., 4.4.5., 6.4., 6.6.2.).

A társadalomtudományok egyik klasszikus problémája a kultúra és a többi társadalmi rendszer közti összefüggések természetének feltárása. Ahogy ez a 3.2. ábrán látható, négy ilyen alapvető összefüggéstípus van. Ez a tipológia egyrészről a kultúra eszmerendszerének a cselekvések és a tárgyak rendszerével való *összefüggését* ábrázolja, másrészről pedig az ezekről a viszonyokról szóló *elméletek* tipológiáját is adja.

A materializmus/idealizmus tengely mentén kibontakozó, évszázadok óta dúló, szenvedélyes filozófiai vitákat az 1960-as és 1970-es évek marxista új hulláma izzította fel újból. A tudományos vita súlypontja azonban fokozatosan áttevődött azóta az ideológiailag kevésbé gyúlékony, de talán realisztikusabb interdependencia/autonómia tengelyre.

3.2 ábra *A kultúra és más társadalmi rendszerek közti viszonyok tipológiája (forrás: Rosengren, 1994a)*

Meg kell jegyeznünk azonban, hogy e klasszikus vitában kiérlelődő válaszok mindig egy adott korszak termékei is. Az értékek és értékrendszerek időbeni változása olykor évezredekben, századokban vagy évtizedekben mérhető, míg más esetekben csupán években vagy még rövidebb időszakokban. Nyilvánvaló, hogy a kultúra és a többi társadalmi rendszer közötti viszony folyamatosan változik, mégpedig egymást kölcsönösen alakítva, formálva. Az eszmék, cselekvések és artefaktumok három rendszere interakciók végtelen folyamataiban hat egymásra, azaz kölcsönösen függenek egymástól.

A nagy társadalmi rendszerek között zajló interakciós folyamatok közé tartozik gyakorlatilag minden, ami egyéni hétköznapi életünkben történik. Életünket a társadalmunk kultúrájával átitatott környezetben éljük. Napi munkánk hozzájárul a társadalmi kultúra reprodukálásához vagy éppen akár annak megváltoztatásához is. Hétköznapjainkat megszakítják az ünnepek és megemlékezések pillanatai, melyek nemcsak személyes életünk, hanem társadalmunk nagy eseményeit is jelölik. Mindannyian menthetetlenül részesei vagyunk társadalmunk kultúrájának, és e kultúra más társadalmi rendszerekkel való viszonyainak is.

3.3. A szocializáció

3.3.1. BEVEZETÉS

A kultúra és a többi társadalmi rendszer közti horizontális viszonyok fontosak, de nem szabad elfeledkeznünk a társadalom makro-, közép-, és mikroszintjein elhelyezkedő egységeket összekötő ún. vertikális viszonyokról sem. A társadalom kultúrája e vertikális viszonyok mentén áramlik a társadalom szintjéről az egyén szintjére és vissza, modern társadalmakban gyakorta egy szervezeti „félemelet" beiktatásán keresztül. Úgy is mondhatjuk, hogy a társadalom beszél az egyénhez – az egyén pedig néha megpróbál visszaszólni. A makro- és mikroszinteket egy középső szinten keresztül összekötő véget nem érő folyamat eredményeképp a társadalmi *kultúra* átalakul *egyénileg internalizált kultúrává.*

A makro- és mikroszintek közti vertikális áramlást felfoghatjuk különböző generációk közti viszonyként is – ez egy igen nagy jelentőségű folyamat, melyet általában a nevelés, képzés, oktatás stb. fogalmakkal írunk le, és összefoglalóan a szocializáció terminussal illetünk.

Léteznek-e szocializációs folyamatok az állatvilágban? Bizonyos állatfajoknál a szülők igen buzgó nevelői tevékenységet tanúsítanak. Többnyire a pozitív és negatív visszacsatolás eszközét használhatják ehhez, olykor talán *megmutatják* azt, ami elsajátítandó – de nem élnek az *instrukció* eszközével, mivel az sokkal fejlettebb nyelvet feltételez, mint amivel az állatok rendelkeznek. Azok a főemlősök, akiket kölyökkorukban szüleik nyaldostak, tudják, hogy hogyan kell saját utódaikat nyaldosni, míg azok, akik annak

idején nem részesültek szülői nyalogatásban, szülőként nem fogják utódaikat nyaldosni. Továbbá számos állati viselkedés, viselkedésmintázat genetikusan és nem kulturálisan öröklődik generációról generációra. Ilyen szempontból nincs sok értelme állati szocializációról beszélni egy olyan jelenség kapcsán, ami inkább egyszerűbb beszélgetésekre és sakkjátszmákra programozható számítógépek működésére emlékeztet.

Ezzel szemben az emberi kultúra a jelentések kiapadhatatlan tárháza, melyből az emberek folyamatosan merítenek, valahányszor – generáción belüli vagy generációk közti – kommunikációra és interakcióra kerül sor. Mindez fontos különbséget jelent az emberi és állati kommunikáció között. A kultúra alapvetően az emberi agy terméke. A kommunikáció fogalmi eszköztára azonban azt sugallja, hogy a kultúra az agyak *között* is létezik. A kultúra akkor él, amikor értelemmel bíró módon kommunikálva van.

Az emberi, illetve az állati és/vagy növényi kommunikáció közti különbséget a *jelentés* fogalmának segítségével ragadhatjuk meg. Az emberi kommunikáció értelemteli – tele van jelentéssel; ez az állati kommunikációról kevésbé, a növények kommunikációjáról már egyáltalán nem mondható el. Pontosabb lenne, ha a növények és az állatok esetében kommunikáció helyett a környezettel való fiziológiai interakcióról beszélnénk. Mi akkor hát a „jelentés”?

3.3.2. A JELENTÉS JELENTÉSE

A jelentés fogalma értelmezhető úgy, mint valamely jelenség megértésének, magyarázatának, a jelenséggel kapcsolatos érzéseinknek és reakcióinknak az összessége. A jelentés tehát egy olyan eszköz, mely a dolgok megértésére és magyarázatára irányuló erőfeszítéseinkhez egyformán elengedhetetlen. A fogalom a természet- és humán tudományokban egyaránt központi jelentőségű. Az emberre és a társadalomra irányuló vizsgálódásokat régóta foglalkoztatja a jelentés kérdése. Az elmúlt pár évtized során e meglehetősen szerteágazó kutatások egy önálló diszciplínában való egyesítésére tett törekvések eredményeként jött létre a *kognitív* tudomány. Ugyanakkor a jelentés még ma is számos különböző diszciplína vizsgálódási tárgyát képezi. A nyelvészek például a szemiotika, a szemantika és a pragmatika (vö. 2.1.) keretében foglalkoznak a jelentéssel. E területen alapmunkának számít Charles R. Osgood könyve, *The Measurement of Meaning* [A jelentés mérése] (Osgood et al., 1957), melynek nyomán számos tanulmány született, részben Osgood tollából, részben másoktól.

A „jelentés” jelentésének meghatározásakor különbséget kell tennünk *denotáció* és *konnotáció* között. A „denotáció” egy adott szó konkrét jelentésére utal. A „kutya” szó denotátuma például a négylábú ugató állatok egy viszonylag jól körülhatárolt csoportja, még pontosabban a kutyafélék egy háziasított változata (mely állattani értelemben a *Canidae* családhoz tartozik csakúgy, mint a sakál, a farkas vagy a róka). A „konnotáció” viszont

a szóval kapcsolatos asszociációinkra, a szó által többé-kevésbé implicit módon sugallt tartalmakra vonatkozik. Következésképp a „kutya" és a „kutyus" szavak konnotációja különböző, míg denotációjuk egy és ugyanaz.

Annak azonosítására, hogy ténylegesen milyen jelentésdimenziókat használunk, Osgood a faktoranalízis módszerét alkalmazta. Ez eredetileg olyan statisztikai technika volt, amelyet komplex jelenségek (mint az intelligencia vagy az attitűdök) dimenzióinak (vö. 1.2.) azonosítására, tesztelésére dolgoztak ki. Osgood célja az volt, hogy az általa kidolgozott attitűdtesztre (az ún. Osgood-skálára vagy szemantikai differenciálra) adott válaszokat elemezni tudja. Azt találta, hogy számos jelenség jelentése megadható az ún. szemantikai tér fogalmainak segítségével. A szemantikai teret viszonylag kis számú dimenzió jelöli ki, amelyek közül a három legfontosabb: az *érték* (jó/rossz), az *erő* (erős/gyenge) és az *aktivitás* (aktív/passzív) dimenziója.

Osgood szemantikai terének e három dimenziója olyan alapvető emberi jelenségekre utal, melyek végső soron szorosan kapcsolódnak az emberi lét értelmének legmélyebben gyökerező kérdéseihez. Nyilvánvaló, hogy a jelentésdimenziók számát tetszés szerint szaporíthatnánk. De a tudományok az információredukció elvére épülnek: a redukciót egészen addig a pontig kell vinni, amelyen túl további redukció már nem lehetséges. Ha ezt elértük, újabb és újabb dimenziókkal bővíthetjük modellünket, természetesen az ésszerűség határain belül (vö. 1.8.).

Osgood és kollégái a jelentés számos ilyen további dimenzióit azonosították. Gyakorlati megfontolásokból azonban Osgood terének három fő dimenziója tökéletesen elégséges. Továbbá az önmagára és az önmaga által folyamatosan termelt jelentésre reflektáló emberi agy számára a háromdimenziós tér sokkal könnyebben felfogható, sokkal intuitívabban megérthető. Egyelőre elégedjünk meg tehát Osgood szemantikai terének három fő dimenziójával, és fogadjuk el ezeket a jelentés három fő mozzanatának: *érték* (jó/rossz), az *erős* („erős/gyenge") és az *aktivitás* („aktív/passzív")

3.3.3. A SZOCIALIZÁCIÓ ÁGENSEI

Számos társadalmi intézmény vesz részt a kultúra generációról generációra való továbbadásának folyamataiban, melyeket hétköznapi nyelven nevelésnek, képzésnek, oktatásnak, társadalomtudományi szakkifejezéssel pedig *szocializációnak* hívunk. A szocializáció folyamataiért felelős társadalmi intézmények a *szocializáció ágensei.*

Ahogy már az 1.5. szakaszban is említettük, a szocializáció ágenseinek legalább nyolc fő fajtája különböztethető meg. Ezek közül három még a legdifferenciálatlanabb társadalmakban is megtalálható (bár gyakran persze nagyon eltérő formákban):

- a család;
- a kortárs csoport és
- a munka(helyi) csoport.

A szocializációs ágensek másik három típusa a már valamilyen szinten differenciált társadalmakban jelenik meg:

- papság (olykor egyházakba szerveződve);
- tanárok (olykor iskolákba és egyetemekbe szerveződve) és
- a törvény képviselői (olykor bíróságokba és rendőrségekbe szerveződve).

A modern társadalmakban két további szocializációs ágenssel találkozhatunk:

- nagy társadalmi mozgalmak (olykor helyi, országos vagy nemzetközi szinten működő, és többé-kevésbé formalizált szervezetekbe szerveződve); valamint
- általános és specializálódott kommunikációs médiumok (magán vagy félig magán jellegű médiumoktól kezdve, például levelek és hírlevelek, a társadalom gyakorlatilag minden tagjához eljutó modern tömegmédiumokkal bezárólag).

Működésük módját tekintve a szocializációs ágensek e nyolc típusa meglehetősen eltér egymástól. Természetesen a családban folyó szocializáció a legalapvetőbb, ezért ezt gyakran elsődleges szocializációnak, míg a többi szocializációs ágens útján való szocializációt másodlagos szocializációnak nevezik (beleértve olykor a reszocializációt is). Azonban mindegyikre elmondható, hogy aktív szerepet vállal a társadalom különböző szintjein és különböző generációin belül létező kultúra tárolásában, fejlesztésében és megosztásában (lásd a 7.3.2. szakaszta 201. oldalon). *E folyamatok fő eszköze a kommunikáció.*

Ez a könyv elsősorban a kommunikációról szól. A kommunikáció olyan alapvető folyamat, mely mindig a társas viszonyok komplex hálózatában zajlik. Ahhoz, hogy a kommunikáció mibenlétét megértsük, figyelmünket a *társadalmi* struktúráktól – vagyis az olyan struktúráktól, amelyek a társadalmi intézményekre, mint például vallás és politika, illetve az ezek között fennálló viszonyokra alapulnak – a *társas* struktúrákra kell fordítanunk. Az utóbbiak azok a struktúrák, amelyek az egyének egymáshoz fűződő viszonyain alapulnak.

Ezek a viszonyok az individuumok cselekvési mintáiban nyilvánulnak meg, melyeket jelentős mértékben néhány olyan jellemző határoz meg, mint az életkor, nem, osztály, státusz. Ezen kívül össze kell kapcsolnunk a *struktúra* fogalmát a *folyamat* fogalmával. Ezt pedig az *ágencia* és *struktúra* fogalompár segítségével fogjuk megtenni.

3.4. Ágencia és struktúra

Ágencián a cselekvő és akarattal rendelkező szubjektum azon képességét értjük, hogy a fennálló társadalmi és társas struktúrákon belül élni tud a választás lehetőségével, azaz képes másként is cselekedni. Ez esetenként

jelentheti akár az adott struktúrák által kijelölt határok áthágását is. Pontosítva tehát, az ágencia az aktor következő képességeit jelenti:

- a szándékos hatalomgyakorlást;
- az alternatívák közötti választást;
- cselekedeteinek következményeire való reflektálást.

Az ágencia és a struktúra kölcsönhatásának vizsgálatát meg kell, hogy előzze a két fogalom egymástól független definiálása. A struktúra és a cselekvés fogalmait tehát analitikus értelemben külön kell kezelnünk. Ennek során figyelembe kell vennünk a (korábban röviden tárgyalt) *társadalmi struktúra* és az elsődlegesen a négy alapváltozó (kor, nem, osztály, státusz) által meghatározott t*ársas struktúra* közti különbséget. Ez a megkülönböztetés nagyon fontos.

Bár a társadalmi folyamatok alakulásában a társadalmi és a társas struktúrák meghatározóak, az egyéni választásnak is marad némi mozgástere, melyen belül egyéni cselekvések és egyéni cselekvésminták bontakozhatnak ki (beleértve ebbe a társadalmi és a társas struktúrák megváltoztatására irányuló, többé-kevésbé tudatos és többé-kevésbé szervezett kísérleteket). Az egyéni választásnak természetesen csak akkor van értelme, ha megvalósítható, azaz, ha az egyén választását cselekedetté tudja alakítani. Olykor ezt a képességet nevezik ágenciának. Ennek megfelelően háromféle cselekvésmintát különböztethetünk meg:

- *életforma:* elsődlegesen társadalmi struktúrák által meghatározott cselekvésminták;
- *életmód:* elsődlegesen a társas struktúrákban elfoglalt pozíció által meghatározott cselekvésminták;
- *életstílus:* elsődlegesen az individuális ágencia által meghatározott cselekvésminták.

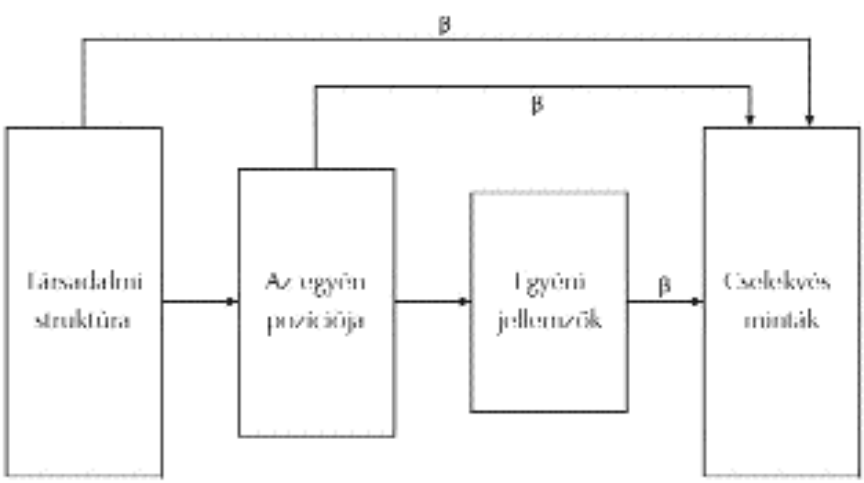
A társadalmi struktúra, a társas rendszerben az egyén által elfoglalt pozíció és a cselekvésminták egyéni jellemzői közti összefüggéseket a 3.3. ábra mutatja. (Az átláthatóság kedvéért elhagytuk az egyébként kétségtelenül létező visszacsatolási jelenségeket reprezentáló – például a „cselekvésmintáktól" az „egyén pozíciója", illetve az „egyéni jellemzők" felé mutató – nyilakat. A 4.3. szakaszban ezeket a viszonyokat egy más perspektívából fogjuk tárgyalni (vö. még 5.1. is.). A három oksági viszonyt reprezentáló nyílhoz rendelt ún. béta-együttható a következő tényezők hatását hivatott jelölni:

- a társadalmi struktúra;
- a társadalmi struktúrában az egyén által elfoglalt pozíció és
- az egyéni jellemzőkből és az egyéni választásokból származó hatás; az individuális ágencia.

Az elmúlt pár évtized során megnőtt az „életstílus" iránti érdeklődés. A szocializációkutatás területén már egy ideje dúló heves vitáktól természetesen nem elválaszthatatlanul, gyakran az életstílus fogalma felett is összecsapnak

a tudományos indulatok. A polémia tárgyát a szocializációs folyamatokban résztvevő két fél – a szocializációs ágensek révén megnyilvánuló *társadalom* és a *szocializálódó individuum* – megítélése képezi. Ezekben a vitákban a társadalmat gyakran egyoldalúan jelenítik meg, melyet döntően vagy a konfliktus vagy a konszenzus jellemez. Hasonlóképpen gyakori, hogy a szocializálódó egyént vagy akarattal rendelkező és cselekvő szubjektumnak vagy pedig külső és belső erők játékának kitett, többé-kevésbé passzív objektumnak írják le. Ezek kombinációja a szocializációkutatásban megfigyelhető megközelítések egy olyan tipológiáját adja, mely nagyon hasonlít a bölcsészet, a társadalom- és a természettudományok irányzatainak korábban már bemutatott tipológiájához (lásd 1.1. ábra a 19. oldalon). A két tipológia érvényességét a köztük kimutatható nagyfokú hasonlóság hathatósan támasztja alá.

A tipológia mindkét dimenziója számos elméleti és gyakorlati problémát vet fel. Az ágencia/struktúra vitával szorosan összefüggő és *elméleti* jellegű szubjektum/objektum problematika részleges megoldását a strukturálisan, pozicionálisan és individuálisan meghatározott cselekvésminták közti különbségtétel jelentheti (lásd 3.3. ábra). A szocializációs folyamat *gyakorlati* jellegű konfliktus/konszenzus dilemmája kezelhető lesz azáltal, ha az objektíven létező társadalmi különbségeket morálisan, politikailag és/vagy vallási szempontból motivált különbségekként engedjük érvényesülni. Ily módon ugyanaz a cselekvés, amely egy társadalomtudományos perspektívából ok-okozati viszonyként értelmeződik, az egyén szempontjából megjelenhet mint a szubjektum által akart, morálisan helyes tett. A *kauzalitás* célszerűséggé *(finalitás)*, illetve a *szükségszerűség* szándékká *(intenció)* való átalakításával egyidejűleg a szocializáció a *konfliktust* is *konszenzussá* szelídítheti. Paradox módon a szocializáció a kontroll és az erőforrások



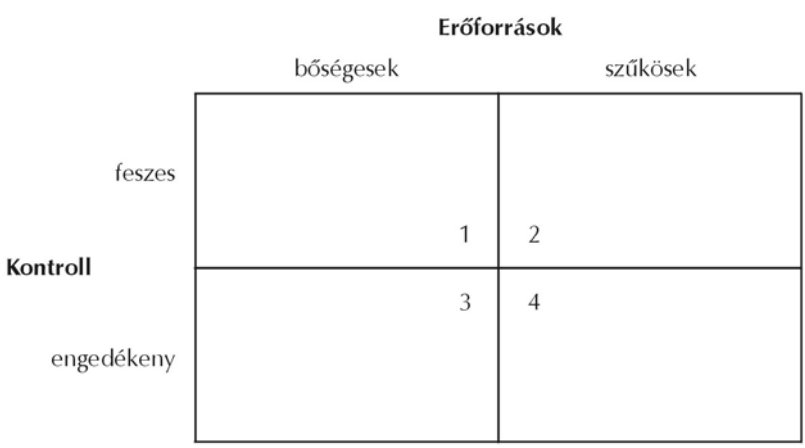
3.3 ábra *Életmódok, életformák és életstílusok (forrás: Rosengren, 1994a)*

ilyetén való kölcsönhatása által hozza létre az *individuációnak* nevezett, és mindannyiunk létezése szempontjából alapvető fontosságú folyamatot – azaz azt a folyamatot, melynek során az újszülött csecsemőnek nevezett kis állatból emberi lény válik. Az individuációs folyamat természetesen nem keverendő össze az *individualizációval*. Ez utóbbi azt a hosszú történelmi folyamatot jelöli, melynek során az ember fokozatosan kiemelkedett az állatvilágból, és teljes és független lénnyé vált (vö. 2.1.).

Bármennyire kifinomult legyen is, a szocializáció kontrollfolyamata sohasem tökéletes. Mindig marad ellenőrizetlen terület, ahol a potenciális szakadárok egymásra találhatnak, és terveket szőhetnek a jövő megváltoztatására. Ennek legjobb példája talán az a szabadság, amit a legtöbb társadalom meghagy fiataljai kortárs csoportjai számára. Továbbá minden szocializációs ágens intellektuális, emocionális, társadalmi és materiális erőforrásokat bocsát szocializáltjai rendelkezésére, melyeket azok olykor egészen váratlan – a társadalom és a társadalom képviselői (a szocializáció ágensei) által előre nem látott – módokon használhatnak.

A szocializációs ágensek által gyakorolt kontroll és az egyének rendelkezésére bocsátott erőforrások két olyan dimenziót képviselnek, melyek által minden szocializációs folyamat gazdaságosan leírható. Sőt, e két dimenzió tulajdonképpen annyira alapvető, hogy nemcsak a szocializációs folyamatokra alkalmazhatjuk őket, hanem minden társas csoport leírására, külső és belső interakciói jellemzésére is. A tipológia legáltalánosabb formáját a 3.4. ábra szemlélteti.

A 3.4. ábra ún. *ideáltípusokat* mutat, melyek a valóságban ritkán vagy szinte soha nem fordulnak elő. Ez olyan tény, melyet nem árt észben tartanunk, ugyanakkor nem érv magával a tipológiával szemben. Általános jellegéből következően a tipológia egyaránt alkalmas a *szocializáció* ágenseinek, folyamatának és tartalmának megjelenítésére (vö. 3.3.). Az empi-



3.4 ábra *A szocializáció-kutatás négy megközelítése*

rikus kutatásokhoz a tipológiát – az aktuális körülményeknek megfelelően – adaptálni és módosítani, általános dimenzióit pedig konkretizálni kell. A szocializáció ágensei és a szocializálódó egyén viszonya megkerülhetetlen kérdés. Biztosítanak-e a szocializációs ágensek valamilyen fokú függetlenséget szocializáltjaik számára? Ha igen, akkor milyen variációs lehetőségek állnak rendelkezésre?

A tipológiából az az általános következtetés vonható le, hogy a szocializáltaknak a szocializációs ágensektől való függése valószínűleg a 2. mezőben a legnagyobb, és a 3. mezőben a legkisebb. Ez utóbbi mező feltételei olyanok, hogy közvetlen konfliktushelyzetben a feleknek jó esélye van arra, hogy konstruktív megállapodásra jussanak, azaz *egyetértsenek abban, hogy jogukban áll nem egyetérteni.* Az újítások sokszor éppen az olyan szembenálló nézetekből születnek, amelyekkel egy csoport tagjai egy adott probléma megoldása során szembesülnek. A tipológia tehát adekvát azon két tulajdonságra nézve, amely minden csoportot, illetve minden társadalmat jellemez: a stabilitásra és az innovációra. Az innovációs folyamatok legvalószínűbben a 3., és bizonyos mértékben még az 1. mezőben zajlanak.

Ugyanez a gondolatmenet elvben a társadalom szintjére felnagyítva is érvényes kell, hogy legyen. Bizonyos társadalmakban, illetve a társadalmak részeiben, bizonyos időszakokban, amikor az erőforrások bőségesen rendelkezésre állnak, a társadalmi kontroll alacsony szintű. Ilyen volt például a reneszánsz kori Firenze, a 20. század eleji Bécs, vagy, hogy egy közelebbi példát említsünk, ilyennek számítanak a mai Kalifornia egyes részei.

Minden országra és minden időszakban elmondható tehát, hogy egyes régiók látszólag hajlamosabbak az innovációra, mint mások. Az ismeretek, a tudás generálásának és elosztásának nagy társadalmi intézményei, elsősorban az egyetemek és más tudományos központok, az innovációs változások fontos színterei.

Ez a gondolatmenet végső soron visszavisz bennünket a kultúra és más társadalmi rendszerek közti viszony kérdéséhez, amelyet ezúttal a folytonosság és a változás problematikájának keretében teszünk fel.

3.5. Folytonosság és változás

3.5.1. A TÁRSADALMI VÁLTOZÁSOK ÜTEME

Térjünk vissza egy pillanatra a 3.2. ábrára, ahol a kultúra és más társadalmi rendszerek viszonyát korábban tipologizáltuk. Az ábra arra a ki nem mondott feltételezésre épít, hogy a társadalmak zárt rendszerek. Ez azonban egyetlen társadalomra sem igaz. A 3.5. ábra ezt a triviális, de mindazonáltal elemi tényt veszi figyelembe.

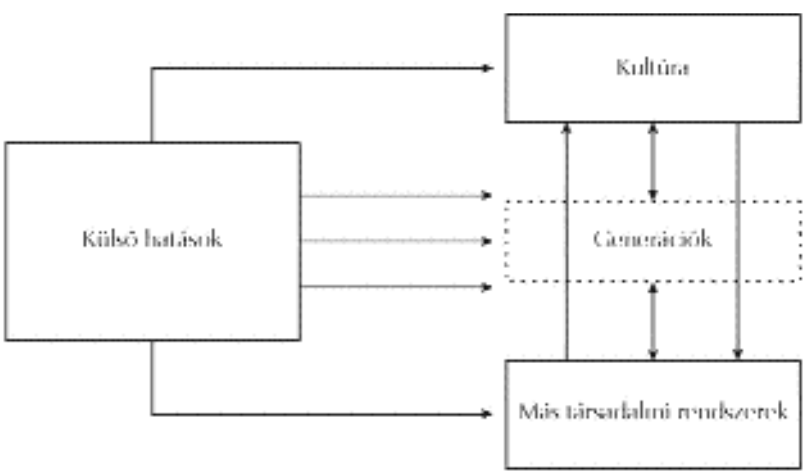
Látni fogjuk, hogy a modell a 3.2. ábra 1. mezőjének felel meg, és a kultúra és más társadalmi rendszerek közti kölcsönös függés (interdependencia) jellemzi. Itt azonban bevezettünk két új elemet, melyek bonyolítják

az összefüggéseket. Ezek: a más társadalmak irányából érkező külső hatások és a generációs szűrő, amely a kultúra és a többi társadalmi rendszer közé ékelődik.

S bár a társadalmakat konceptualizálhatjuk eszmék, cselekvések és artefaktumok rendszereként, azonban a cselekedeteket hús-vér emberi lények viszik végbe, folyamatosan új eszméket és materiális tárgyakat alkotva, újraalkotva. Az emberek átlagosan hetven évig élnek, és ebből nagyjából az első húszat töltik a társadalmi kultúra internalizálásával. Általában azt mondhatjuk, hogy innovációra való képességünk az első 20–40 év után meglehetősen alacsony szinten állapodik meg; életünk jelentős részét ezután a már korábban internalizált kultúra reprodukálásával töltjük.

Ennek egyik következménye a már említett generációs szűrő, mely csökkenti a kultúra és más társadalmi rendszerek közti innovációs áramlás ütemét. Következésképp az újítások – a kreatív elmék szülte új eszmék, az innovatív emberek csoportjai által kialakított új cselekvésminták, a *homo sapiens et faber* által kigondolt és elkészített új tárgyak – nem kerülnek azonnali elfogadásra, ahogy ezt az innovációkutatás már oly sokszor megmutatta (vö. 5.8.). Az újításokat többnyire viszonylag fiatal generációk hozzák létre, míg a hozzájuk képest idősebb generációk szűrője lelassítja a változás ütemét. Ennek eredményeképp bizonyos fokú társadalmi stabilitás, a folytonosság és a változás kényes egyensúlya tud kialakulni.

E kölcsönhatások eredményeképpen az átfogó társadalmi változások viszonylag lassúak. A modern társadalmakban látszólag minden generáció úgy érzi, hogy gyors változások korában él, s talán ez így igaz. Azonban az ily módon érzékelt változás gyakran csak felületes. A társadalmi struktúra alapvető jellemzői ugyanis csak lassan változnak; a lassú változási folyama-



3.5 ábra *A kultúra és már társadalmi rendszerek közti viszonyok tipológiája (forrás: Rosengren, 1994a)*

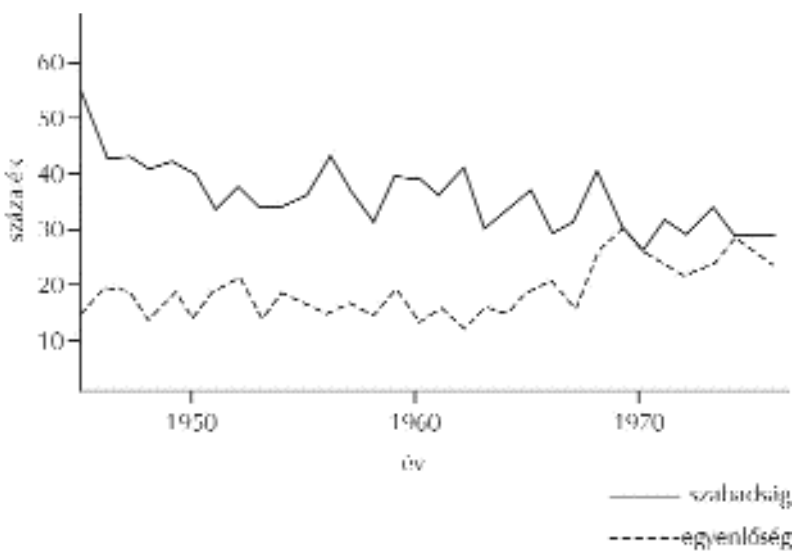
tok pedig gyakran észrevétlenek maradnak egészen addig, amíg egy adott küszöbértéket el nem érnek, amikor is hirtelen a figyelem középpontjába – és heves viták kereszttüzébe – kerülnek. 1968 és 1989 a történelem ilyen forrongó pillanatai közé tartozik.

3.5.2. A TÁRSADALMI VÁLTOZÁS ÉS FOLYTONOSSÁG MUTATÓI

Ahhoz, hogy a társadalmi változásokat (lassú változási folyamatokat, trendeket, ciklusokat, többé-kevésbé véletlenszerű változatokat és traumatikus megrázkódtatásokat) mérni tudjuk, a társadalmi változások megbízható mutatóira van szükség. Elvben a társadalmi mutatóknak négy fő fajtája van:

- *gazdasági mutatók* (a gazdasági javakkal kapcsolatos jelenségek mérésére);
- *objektív társadalmi mutatók* (a jólét mérésére)
- *szubjektív társadalmi mutatók* (a jól-lét mérésére);
- *kulturális mutatók* (az alapértékek és más központi fontosságú eszmék fejlődésének mérésére).

Noha az itt használt kifejezések nem túl régiek, különböző gazdasági mutatók már évszázadok, sőt évezredek óta, társadalmi mutatók már legalább egy évszázada, kulturális mutatók pedig egy fél évszázada ismeretesek. Az alábbiakban egy példán szemléltetjük a kulturális mutatók alkalmazását.



3.6 ábra *A szabadság és egyenlőség értekeinek megjelenése svéd vezércikkekben, 1945–1975 (forrás: Rosengren, 1994b)*

Az amerikai pszichológus és szociológus, Milton Rokeach (1918–1988) a szabadság és egyenlőség értékeinek kombinációját vezette be a négy alapvető társadalmi ideológia jellemzésére, eszerint:

- *szocializmus* a szabadságnak és az egyenlőségnek egyaránt nagy értéket tulajdonít;
- *fasizmus* a szabadságot és az egyenlőséget egyformán kevésre értékeli;
- *kommunizmus* az egyenlőséget a szabadság fölé helyezi;
- *liberális kapitalizmus* a szabadságot az egyenlőség fölé helyezi.

Az ilyesfajta ideológiai értékrendszerek fejlődését tanulmányozhatjuk például az egy adott ország napisajtójának kvantitatív tartalomelemzése során nyert kulturális mutatók segítségével. Svédország értékrendszerének *(„kulturális éghajlatának")* 1945 és 1975 közötti változásait a CISSS (Cultural Indicators: The Swedish Symbol System [Kulturális mutatók: a svéd szimbólumrendszer]) elnevezésű kutatási program vizsgálta. A program a svéd napilapok kvantitatív tartalomelemzésére alapult. Az 1945–1975 közötti időszak reprezentatív mintáján azt vizsgálták, hogy a szabadság és az egyenlőség értékei milyen mértékben fordultak elő a vezércikkekben. A 3.6. ábra grafikonja mutatja a társadalmi változás menetét.

A 3.6. ábráról leolvasható, hogy a második világháborút követő két évtized során Svédország egy ideológiailag a liberális kapitalizmus címkéjével

A CAVALLI-SFORZA SZERZŐPÁR
A KULTURÁLIS KONTRA GENETIKUS VÁLTOZÁSRÓL

Ha kulturális változásra akarunk példát találni, a jelen megszámlálhatatlan lehetőséget kínál; manapság ezek olyan gyakoriak és olyan gyors ütemben zajlanak, hogy nyomon követésük is szinte lehetetlen. Korunk a nagyfokú kulturális változások időszaka; ennek valódi okait és következményeit csak úgy, mint jövőbeni kifutását, nehéz megállapítani. [...] A szociológusok erőfeszítései ellenére gyakorta találjuk magunkat nehéz helyzetben, ha a körülöttünk folyó változásokat akarjuk megérteni – vagy akár azt, hogy az általunk kívánatosnak tartott változások miért nem következnek be.

Egy példa: a születési ráta változásai a föld jövőjének hosszú távú szempontjából nézve sokkal fontosabbak, mint a tőzsdei jelentések; felelősségteljes emberek a születési ráta csökkenését szeretnék látni azokban a régiókban, ahol az még mindig kontrollálatlan növekedést mutat. Sajnálatos módon azonban kevés okunk van az optimizmusra. A társadalmi tervezés olyan humánus és intelligens formáját, mely az elkövetett súlyos hibákat korrigálni tudná, még nem találták ki. A nőket második és harmadik terhességük megszakítására ösztönző kínai rendszer gondolata tűnhet ugyan nehezen elfogadhatónak, kérdés azonban, hogy valóban jobb lenne-e, ha Kína ma már az egy milliárdot is meghaladó népessége (mely az emberiség közel egynegyedét teszi ki) minden huszadik vagy huszonötödik évben megduplázódna? [...]

Kérdés, hogy a változások valóban kulturális természetűek-e. Nem fordulhat elő, hogy genetikusak?

jellemezhető társadalomból egy ideológiailag szocialista társadalommá vált. Noha közel húsz évig tartott az ideológiai szocializmus ezen időszakának kibontakozása, ténylegesen csak pár évig volt jelen. Ellentétben azzal, amit abban az időben sokan hittek, 1968 híres-hírhedt éve – a társadalmi felfordulás és diáklázadások éve Európában és az USA-ban – nem valaminek a kezdetét jelölte, hanem éppen ellenkezőleg, egy folyamat betetőzését, mely már a véget sejtette. Ezt követően az ideológiai fejlődés újabb fordulatot vett. Két évtizeddel később már egy ideológiailag teljesen másféle Svédországot találunk, a liberális kapitalizmus országát. A liberális kapitalizmus uralma sem volt (vagy nem lesz) sokkal hosszabb életű, mint annak idején a szocialimusé. Noha ezeknek a konkrét változásoknak kvantitatív és szisztematikus mérésekkel való dokumentálása, illetve a társadalom más szektoraiból nyert adatokkal való összevetése még nem történt meg, a fenti hipotézis semmi-képpen sem alaptalan, és remélhetőleg majd tesztelésére is sor kerül. (Erre vonatkozó tanulmányok végzésére már történtek előkészületek; az 1975–1995 közti időszak reprezentatív sajtójának vizsgálatáról lásd Irodalomjegyzék, 235. oldal, Rosengren et al. 1999.)

Az ilyen és ehhez hasonló eredmények azt mutatják, hogy a társadalmi rendszerekben időre van szükség az alapvető változások bekövetkezéséhez. Valamint az is kiderül, hogy a lassú változási folyamatok eredményei, miután beértek, lehetnek egészen rövid élettartamúak is. Úgy tűnik mintha a szo-

A genetikus változások, még a leggyorsabb üteműek is, nagyon lassúak.

Az egyik leggyorsabb jelentős genetikai változás például a laktóz, a tejben található cukor feldolgozása képes emberek számának növekedése volt. Ezek a legmagasabb arányban Skandináviában élnek. Nagyjából tízezer évbe telhetett, míg a kezdeti 1–2%-os (vagy még alacsonyabb) előfordulásból a mai magas, 90%-os arány kialakult. Ugyanennyi időt vett igénybe, hogy az eredetileg talán a mai libanoniakhoz hasonló kinézetű skandinávok bőrszíne kivilágosodjon, azaz hogy gyakorlatilag teljesen elveszítsék bőr, szem és haj pigmentációjukat.

Valószínűtlen, hogy a gyors változásoknak genetikai alapja lenne. Ezer évvel ezelőtt Skandinávia déli részét ádáz viking harcosok rettegett csoportja népesítette be, akik elsőrangú hajósok és gyarmatosítók voltak. Elfoglalták Skóciát, Írországot, Normandiát és Izlandot. Eljutottak Grönlandra, Amerikába, sőt még a Földközitenger térségébe is. Ma élő leszármazottaik viszont a lehető legkevésbé sem hasonlítanak elődeikre. A mai skandinávok nyugodt és békeszerető emberek — Európa legelkötelezettebb pacifistái. Némelyikük komoly kockázatot és nagy felelősséget vállal a világbéke ügyének előremozdításában. Nehéz lenne elhinni, hogy ebben az esetben genetikus változásról van szó, vagy hogy az erőszakos elemek egyszerűen kipusztultak volna az idők során. A kulturális evolúció sokkal meggyőzőbb magyarázatnak tűnik.

Forrás: L.L. Cavalli-Sforza – F. Cavalli-Sforza (1995)
The Great Human Diasporas.
The History of Diversity and Evolution.
Reading, MA, Addison-Wesley.

cializáció és a reszocializáció számtalan, és az individuális, „mikroszinten" zajló kommunikatív folyamata olyan hosszú ideig tartana, hogy a társadalmi („makro") szinten már nem igazán marad lehetőség e folyamatok tartós érvényesülésére. Noha sokan gondoljuk úgy, hogy a mikroszinten folyamatos változás zajlik, makroszinten a változás mindig lassú, de paradox módon, a stabilitás időszakai meglehetősen rövid életűek. Ez a tény is táplálja azt a széles körben elterjedt, de általában téves benyomást, miszerint változnak az idők, és pedig gyorsan.

Ha a társadalmi-biológia változás még alapvetőbb típusait vizsgáljuk, a változás még lassabb ütemére számíthatunk. A 86–87. oldalon található keretes írásban a világhírű amerikai-olasz genetikus, Luigi Luca Cavalli-Sforza és fia, Francesco Cavalli-Sforza egyik könyvéből olvashatunk részletet, melyben a szerzők a skandinávok kulturális változása feletti álmélkodásuknak adnak hangot. A vikingek idején a skandinávok voltak a kor legrémisztőbb harcosai, míg ma (a Sforzák szerint) a világ legbékésebb népei közé tartoznak. Ez a radikális változás mindössze egy évezred alatt következett be – a népesség-genetika léptékével mérve röpke idő alatt.

Ami a genetikusok szemszögéből nézve nem sok, az az emberi társadalmak kultúráját és kommunikációját kutatók számára igencsak hosszú időszaknak számít. A társadalmi és kulturális változások relatív lassúságának egyik oka valószínűleg az lehet, hogy a szocializáció egyes komoly hatalommal bíró ágensei *per definitionem* konzervatívok. A szocializáció gyakorta azt jelenti, hogy az idősebb generáció képviselői (szülők, nagyszülők) korosztályuk értékeit, nézeteit továbbadják a fiatalabb generációk képviselőinek (azaz gyerekeiknek, unokáiknak). Továbbá a papság, a tanárok, és a törvényesség képviselői sem igazán magas fokú általános innovációs hajlandóságukról híresek (politikai meggyőződésükről már ne is beszéljünk).

A szocializáció valószínűleg leginnovatívabb ágense a kortárs csoport, főként a fiatalokból álló kortárs csoport, mely a gyermekkor és a felnőttkor közti rövid időszakban egy átmeneti, és részben titkos életet él. Innovációs képességük tekintetében a szocializációs ágensek két típusa meghatározó: a (tömeg)média és a munkahelyi csoport. Ez utóbbi egy speciális esete a kutatócsoport, mely létezésének célja (elvben legalábbis) maga az innováció – legyen szó új találmányokról vagy új általános jellegű tudás felfedezéséről.

Az egyes csoportok vagy csoporttípusok innovációs képessége szorosan összefügg a környező társadalom kultúrájával: modern társadalmakban az innovatív (típusú) csoportok természetesen jobban ki tudnak bontakozni, mint egy a hagyományos társadalomban, és nagyjából ugyanez áll az egyéni újítókra is. Erre még visszatérünk a médiával és tömegkommunikációval foglalkozó 6. fejezetben.

Harmadik rész

A kommunikáció szintjei

Negyedik fejezet

Individuális kommunikáció: belső kommunikáció, személyközi és csoportkommunikáció

4.1. Egyének csoportjai és társadalmai

4.1.1. BEVEZETÉS

Az „individuális" latin eredetű *(individualis),* nem oszthatót jelent. Az „individuális"-ból képzett főnév, az individuum – az emberre alkalmazva – a társadalom legkisebb egységét képző oszthatatlan egészt, az egyént jelöli.

Az emberi test *biológiai,* az individuum *társadalmi* egység; az egyén a társadalmi cselekvésrendszer egy tagja (lásd 3.1.). Hasonlóan más társadalmi entitásokhoz (csoportokhoz, szervezetekhez, közösségekhez, társadalmakhoz), az individuumot mint társadalmi egységet a kommunikáció, pontosabban két különböző típusú kommunikáció hozza létre:

- az individuumon belül zajló belső [intraindividual] kommunikációban
- az individuumok között folyó személyközi [interindividual] kommunikációban.

Mind a belső, mind a személyközi kommunikációra hatással van az emberi élet összetettebb szintjein (csoport-, szervezeti, társadalmi és nemzetközi szinten) zajló kommunikáció. A csoportkommunikáció tárgyalására jelen fejezetben kerül sor, a kommunikáció további típusaival pedig a következő fejezetekben foglalkozunk.

Azonban már most le kell szögeznünk, hogy mindegyik kommunikációtípus esetében (legyen az csoport- vagy tömegkommunikáció, szervezeti vagy nemzetközi kommunikáció) végső soron – ilyen vagy olyan módon – mindig egyének kommunikációjáról is szó van. Amikor egy miniszterelnök vagy államfő a nemzethez szól, gyakran megpróbál *személyes* lenni. Megsimogatja a gyerekek fejét, lehajol a kórházi ágyban fekvő idős asszonyhoz, hogy hogyléte felől érdeklődjön. Híres háborús rádióbeszédeiben Franklin D. Roosevelt, az Egyesült Államok elnöke, kandallója mellől személyes hangon fordult országa lakosságához.

Az individuális kommunikáció jelentősége akkor is előtérbe kerül, amikor miniszterelnökök vagy államfők találkoznak országaik közös ügye meg-

vitatása céljából. Ilyenkor bizonyos értelemben Franciaország szól Németországhoz, Kanada az Egyesült Államokhoz, Japán Indiához – de maguk a megbeszélések két személy között folynak. (Természetesen ezeket a beszélgetéseket többnyire megelőzik a két ország vezetői által delegált szakértők által lefolytatott egyeztetések, és a megbeszélések sokszor hivatásos közvetítők segítségével zajlanak. (Gondoljunk például Dag Hammarskjöld, ENSZ főtitkár 1961-es közvetítő tevékenységére Kongóban [ma Zaire], a volt svéd miniszterelnök, Carl Bildt szerepére 1995 és 1996 között a jugoszláviai konfliktusban, vagy Kofi Annan, ENSZ főtitkár 1998-as iraki közvetítésére.)

Tehát még az államfői megbeszélések útján történő államközi kommunikáció sem térhet el túl sokban az interperszonális kommunikáció alapvető jellemzőitől. Sőt, az ún. „felsőszintű találkozóknak" valójában éppen az a lényege, hogy a személyközi kommunikáció előnyeit kihasználva oldjanak egy valamilyen okból feszültté vált helyzetet – függetlenül attól, hogy abban konkrétan miniszterelnökök, világhatalmak vezetői vagy éppen egy nagyvárosi gettó rivális bandáinak vezetői vesznek-e részt. A 2.4. ábra kategóriái értelmében az ilyen típusú beszélgetések egyszerre egynél több mezőben helyezhetők el. Egyidejűleg megtalálhatóak például az egyén–egyén és a társadalom–társadalom mezőben vagy szervezet–szervezet mezőben.

A nemzetközi kommunikáció tehát gyakran személyközi kommunikáció is. És fordítva, a személyközi, a szervezeti és a tömegkommunikáció egyes esetei nemzetközi kommunikációnak is minősülnek – nem csak a csúcstalálkozók alkalmával. Tulajdonképpen minden olyan kommunikáció, amely bevándorlók és a befogadó ország lakosai vagy a helyi lakosok és a külföldi turisták és üzletemberek között történik, nemzetközinek tekinthető. Emellett a fokozódó nemzetközi személy- és áruforgalmat is mindig nemzetközi információáramlás és kommunikáció előz meg és követ hirdetések, levelek, jegyek, rendelések, konfirmációk, számlák, nyugták, elismervények, panaszlevelek stb. formájában. A kommunikáció különböző szintjei tehát alkalmanként szinte követhetelten módokon keresztezik egymást. Ez azonban még nem ok arra, hogy teoretikusan, elemző szándékkal ne különítsük el őket egymástól. Ellenkezőleg, éppen ez teszi lehetővé, hogy megértsük az egyes kommunikációs szintek alapvető sajátosságait és a kommunikációs folyamatok és struktúrák általános jellemzőit.

4.1.2. AZ INDIVIDUÁLIS KOMMUNIKÁCIÓT BEFOLYÁSOLÓ TÉNYEZŐK

Az individuális kommunikációra egyénen belüli és kívüli tényezők egyaránt hatással vannak: azaz hatnak rá és befolyásolják szorosan vett egyéni személyiség-jegyek:

- társas és társadalmi *struktúrák;*
- az egyén által a társadalom társas struktúrájában elfoglalt *pozíció;*
- a kommunikáció pillanatában fennálló konkrét *szituáció.*

(A társadalmi és társas struktúrák különbségére lásd 3.1. és 3.2.)

Mindenkire alapvetően jellemző a *személyisége*. A személyiség olyan struktúra, amelyet – legalábbis részben – kommunikációs folyamatok hoznak létre (vö. 4.2. és 4.3.). És viszont, személyiségünk is befolyásolja mind a belső, mind a személyközi kommunikációt.

Az egyént körülvevő társadalomra alapvetően jellemző a rendelkezésre álló kommunikatív erőforrások szerveződése, amelyet *kommunikatív struktúrának* nevezünk. Ez magában foglalja azt is, hogy ezek az erőforrások miként oszlanak el az egyének és az egyének alkotta osztályok között. A társadalmi struktúrák bőséges erőforrásokat biztosítanak az emberi kommunikáció számára – és olykor szigorú mennyiségi és minőségi megkötéseket is előírnak.

Ma már alig léteznek a földön írásbeliséget nem ismerő, prehistorikus gyűjtögető és vadásztársadalmak (lásd a 48. oldalon található keretes írást). Az ilyen típusú társadalmakra jellemző individuális kommunikációs mintázatok – az elvi hasonlóság ellenére – minden bizonnyal mások mint az agrártársadalmak és még inkább korunk indusztriális és poszt-indusztriális társadalmai kommunikációs mintázatai. Fasiszta vagy kommunista diktatúrák kommunikatív struktúrái eltérnek az olyan társadalmakéitól, melyeket a parlamentáris demokrácia, a szólás- és sajtószabadság stb. jellemez.

A *kommunikatív* struktúra mindig szorosan kötődik az adott társadalom négy változóval – életkor, nem, osztály és státus – jellemzett *társadalmi* struktúrájához (vö. 3.4.). Másfelől az egyén pozíciója a társadalmi struktúrában erősen befolyásolja azt, hogy az adott személy hogyan kommunikál, akár belső, akár személyközi kommunikációról van szó. Az öreg munkásember és a vezérigazgató fiatal lánya nyilvánvalóan másféleképpen gondolkodik, érez és kommunikál. Mindkét pozíció bizonyos *„szerepeknek”* (férfi, nő, idős, fiatal, munkás, hivatalnok, vállalati vezető stb.) való megfelelést ír elő (lásd a 100. oldalon található keretes írást).

A szerepek lehetnek a személyhez mintegy adottságként hozzárendeltek vagy szerzettek. Az előbbibe azok tartoznak, amelyeket az életkor, a nem, a rassz és a nemzeti hovatartozás határoz meg, utóbbiba azok a szerepeket soroljuk, amelyek az iskolázottsággal, a foglalkozással és a szakmai végzettséggel függenek össze. Minden társadalomban van valamilyen összefüggés a hozzárendelt és szerzett szerepek között, de ennek mértéke társadalmanként változó. A demokratikus társadalmak nyilvános diskurzusában általánosan elfogadott nézet, hogy a hozzárendelt szerepek nem szolgálhatnak semmilyen hátrányos megkülönböztetés alapjául. Ennek ellenére tudjuk, hogy egy társadalom sem mentes a diszkriminációtól; s bár a megkülönböztetés a társadalom minden részében jelen van, ennek mértéke és jellege azonban társadalmanként és kultúránként változik. Sok esetben a diszkrimináció kommunikatív jellegű: például a megszólításokban, az üdvözlés módjában vagy az iskolázottság mértékében nyilvánul meg, vagy abban, hogy a média mekkora teret nyújt a fiatalok és öregek, férfiak és nők, munkások és vállalati vezetők számára.

Végezetül szót kell ejteni a kommunikáció különböző szinteken megvalósuló átmeneti formáiról. A személyközi kommunikáció és a tömegkommunikáció egy sajátos keveréke a tömeggyűlés mint olyan kommunikációs színtér, amelyet gyakran használnak civil mozgalmak – és az ezekből kiemelkedő politikusok –, hogy kinyilvánítsák tiltakozásukat vagy reformköveteléseiket. Már nem egyszer bebizonyosodott, hogy a szakavatottan megrendezett *tömeggyűlés* képes az olyan homályosan körvonalazott egyéni érzések levezetésére mint az elégedetlenség, a rossz közérzet és az igazságtalanság, mégpedig azáltal, hogy célt és irányt szab nekik, illetve egy ellenséges célpontra irányítja őket. A huszadik század első felében számos munkásmozgalmi szervezet élt a tömeggyűlés eszközével, hogy koncentrálja és terjessze az igazságtalanság és a tiltakozás gondolatát. A két világháború között a fasiszta és kommunista pártok számára egyaránt hatékony propagandaeszközül szolgáltak a tömeggyűlések. Az 1980-as évek végén és a 1990-es évek elején, Észtország ún. „daloló forradalma" idején a hasonló típusú tömeggyűlések jelentős szerepet játszottak a szétesőben levő szovjet birodalom elleni küzdelemben, mely végül a három kis balti állam függetlenségéhez vezetett. Egyének alaktalan tömegéből így formálódhat ki (vagy éppen formálódhat újra) egy csoport, egy mozgalom, egy szervezet, egy politikai párt, egy nemzet vagy egy ország (lásd a keretes írást).

SZEMÉLYKÖZI TÖMEGKOMMUNIKÁCIÓ

Ez az időszak [1988–1991] a számos egymással versengő tömegmozgalom tevékenységének csúcspontja volt. [...] A balti felszabadítási mozgalmak tömeggyűléseiket a – 19. századi nemzeti ébredés kezdeti időszakától fontos szerepet játszó – dalosünnepek tradicionális kulturális formája (és helyszínei) köré szervezték. Az összejövetelek hagyományos formája és a kóruséneklés kollektív rituáléja hozzájárult a nemzeti érzés erősödéséhez, és elősegítette a politikától a szovjet időszakban eltávolodott emberek mobilizálását. Ezeken a tömeggyűléseken emberek ezrei énekelték népszerű zeneszerzők ezekre az alkalmakra írt új dalait csakúgy, mint a háború előtti időszak hazafias dalait és a 19. századi dalosünnepek történelmi repertoárjának darabjait. Az „Észtország" (Eesti) és a „szabadság" szavak sűrűn felhangzottak, mintha csak varázserővel bírnának. Az egymásba fonódó politikai beszéd, közös ének és ritmikus mozgás hozzájárult, hogy a több százezer fős összejövetelek fegyelmezetten folyjanak le, anélkül, hogy bármiféle külső intézkedésre lett volna szükség. A forradalmi nagygyűlések békés rendjének biztosítása nem igényelt rendőri beavatkozást. [...] A némaság évtizedei után, amikor az embereknek nem volt lehetőségük valódi akaratuk kifejezésére, most mindenki örömmel élte át, hogy hangot adhat érzéseinek, hogy az elszánt és erős tömeg egyként tud fellépni.

Forrás: M. Lauristin, P. Vihalemm (1997) „Recent historical developments in Estonia: three stages of transition" (1987–1997), in M. Lauristin, P. Vihalemm, K.E. Rosengren, L. Weibull (eds), Return to the Western World. Cultural and Political Perspectives on the Estonian Post-Communist Transition. Tartu, Tartu University Press. pp. 73–126.

Az előbbi gondolatmenet konklúziójaként azt kell kiemelnünk, hogy a csoport-, szervezeti, tömeg-, és nemzetközi kommunikáció későbbi tárgyalása során sem szabad elfeledkezni arról, hogy végső soron mindig személyközi kommunikációról van szó – azaz emberek egymás között folytatott kommunikációjáról. Ugyanakkor az is igaz, hogy az egyének szintjei feletti szinteken zajló kommunikáció rendelkezik olyan ún. emergens tulajdonságokkal, amelyek az individuális szinten találhatók meg.

A következő szakaszban az individuális kommunikáció belső, személyközi és csoportos formáit vizsgáljuk meg, esetenként kitekintéssel a környező társadalom társadalmi, társas és kommunikatív struktúráira.

4.2. Belső kommunikáció és személyközi kommunikáció: néhány alapvetés

A 2.2. szakaszban lépcsőzetesen építettük fel a kommunikáció definícióját. Ennek részei a következő voltak:

- *interakció* (azaz kölcsönhatás), amely egyszerre
- *interszubjektív* (azaz kölcsönösen tudatos) és
- *intencionális* (azaz céltudatos), és amely
- *egy jelrendszer* révén valósul meg; ezt a jelrendszert dominánsan
- *a nyelvi szimbólumrendszer* határozza meg, amelyet
- *kettős tagoltság* jellemez, és amely
- *a fonológia, a szintaxis, a szemantika* és a *pragmatika* komplex rendszereinek alapját képezi.

Annak érdekében, hogy a személyközi kommunikációt definiálhassuk, pusztán három szóval kell bővíteni – mondjuk az „interakció” előtt – a fenti listát: „individuumok között létrejövő”. Hasonló módon járunk el a belső kommunikáció definíciójával is, csak ebben az esetben az „individuumban zajló” szavakat szúrjuk be, valamint a második sor „interszubjektív” (azaz „kölcsönösen tudatos”) elemét lecseréljük az „intraszubjektív” vagy „tudatos” kifejezésekkel (nem elfeledkezve arról, hogy a belső kommunikáció gyakran a tudatos, félig tudatos, tudatalatti és tudattalan állapotok között mozog).

Az embert az különbözteti meg más élőlényektől, hogy öntudattal rendelkezik: megvan az a képességünk, hogy saját létezésünkkel tisztában vagyunk, és erre reflektálni is tudunk. Valószínűleg csak az ember rendelkezik az elmében folyamatosan áramló tudatfolyammal. Ez az individuáció alapja, vagyis azé a folyamaté, amely egyediségünk, individuális személyiségünk struktúráját létrehozza; ez a kettő – folyamat és struktúra – pedig kölcsönösen alakítja egymást (vö. 1.3., 2.5., 3.4. és 4.3.1.). Amikor elveszítjük öntudatunkat, elveszik vele énünk egy meghatározó sajátossága; bizonyos értelemben megszűnünk teljes embernek lenni.

Egy olyan fontos jelenség, mint a tudatfolyam, természetesen már régóta foglalkoztatja az embert. Számos kísérlet történt már a tudatfolyam visszaadására, ezek közül kiemelkedik James Joyce 1922-ben megjelent híres regénye, az Ulysses, amelyből egy részlet olvasható a 98. oldalon. A tudatosság foka különböző időpontokban és különböző helyzetektől függően jócskán változik. A teljes mértékben tudatos folyamatokkal párhuzamosan állandóan zajlanak nem közvetlenül hozzáférhető tudatalatti és öntudatlan folyamatok is. Ezek pedig nem mindig tanulmányozhatók azzal az interszubjektív eszköztárral, amelyek a tudatos pszichológiai folyamatok vizsgálatánál kerülnek elő.

Az álmokról általában azt tartják, hogy rajtuk keresztül tanulmányozhatóvá válnak az olyan tudatalatti folyamatok, melyekhez más módon nem tudunk hozzáférkőzni. Az álmok elsősorban az alvás bizonyos szakaszában, az ún. REM-fázisban fordulnak elő [REM: rapid eye movement: gyors szemmozgás]. A különféle elméleti és terápiás iskolák és irányzatok ugyan már számos alapelvet dolgoztak ki az álmok szisztematikus értelmezésére, az álomfejtés azonban – amely hol kellemesen, hol kellemetlenül érinti az embert – a mai napig legalább annyira művészet, mint a tudományos tevékenység. Azt viszont biztosan tudjuk, hogy az álom a normális emberi élet előfeltétele. Még ha néhány agykutató úgy gondolja is, hogy az álmodás során pusztán valami olyasmi történik, mint amikor a számítógép saját memóriáját ellenőrzi – azaz mintegy kisöpri az időlegesen tárolt, felesleges információhordalékot –, álmainknak minden bizonnyal továbbra is nagy jelentőséget fogunk tulajdonítani. Az irodalmi és vallásos szövegekben az álmok mindig is fontos szerepet játszottak – gondoljunk például József álmára Mózes első könyvében.

Míg az ilyen, csak részben tudatos és csak homályosan megragadható belső folyamatokhoz a kutatás és a tudomány csak nagy nehézségekkel tud közel férkőzni a személyiség, vagyis a belső [intrasubjective] struktúrák sokkal könnyebben megfigyelhetőek. Már az ókorban megkülönböztettek különböző személyiségtípusokat; ebből az időből származik a jól ismert osztályozás, a személyiségek „vérmérséklet" szerinti csoportosítása. A négy típus: a szangvinikus, flegmatikus, kolerikus és melankolikus vérmérséklet mindegyikét a négy testnedv – vér, nyál, sárga, illetve fekete epe – valamelyikének túlsúlya jellemzi.

A négy típust tartalmazó osztályozás nyilvánvalóan leegyszerűsítésre alapul. Mivel minden ember – még az egynemű, genetikailag azonos ikrek is – eltérő élményeknek és környezeti hatásoknak van kitéve, ezért mindannyian különbözőek vagyunk. Ugyanakkor nem egy olyan fontos vonás van, melyek tekintetében mi, emberek hasonlítunk egymásra, illetve különbözünk egymástól. Ilyen fontosabb jellemzőket felhasználva soroljuk magunkat típusokba, s ezek némelyike szisztematikusan elrendezve személyiségtipológiákat eredményez.

A sokféle személyiségosztályozás közül egy elég egyszerű, de találó tipológiát mutat be a 4.1. ábra, amely meglehetősen hasonlít az előbbi vér-

mérséklet szerint klasszikus osztályozáshoz. A két dimenzió nem szorul különösebb magyarázatra. Az introvertált–extravertált dimenzió olyan tulajdonságokat tartalmaz, mint a társas hajlam, az élénkség, az aktivitás, illetve ezek ellenkezői. A neurotikus–nem-neurotikus dimenziót pedig a szorongás, a változékony hangulat, az emocionalitás írják le.

Valóban vannak ilyen típusok, és más szempontból is különbözhetnek egymástól. Ami a kommunikáció kontextusában ezt a tipológiát érdekessé teszi számunkra az az, hogy az egyik dimenzió (introvertált–extravertált) egyértelműen kommunikációorientált, míg a másik (neurotikus–nem-neurotikus) legalábbis is közvetett módon kapcsolódik a kommunikációhoz. Mindannyian osztályozhatóak vagyunk tehát a kommunikációnk módját meghatározó alapvető jellemzők alapján. Ezt az évezredek óta ismert tényt a mai kommunikációkutatás megerősíti.

Nem szabad elfelejtenünk azonban, hogy ezek az összefüggések csak tendenciákat tükröznek, és az egyes típusok nem egyértelműen feleltethetők meg egymásnak. Azaz bár összességében helytállónak bizonyulhatnak, nem igazán hatékonyak, ha egy konkrét személy viselkedésével kapcsolatban akarunk előrejelzéseket tenni – kivéve, ha az adott személy a tipológia egyik vagy mindkét dimenziója mentén szélsőséges értékeket mutat. Például a szélsőségesen introvertált és neurotikus egyéneket valóban jellemezhet olyan fokú kommunikációs szorongás, amely már speciális terápiát és tanulást tesz szükségessé.

Bár a 4.1. ábra dimenzióit meghatározó tulajdonságok alapvetők, természetesen más szempontok is szóba jöhetnek, például az, hogy valaki milyen mértékben figyel belső történéseire [self monitoring] vagy a „kommunikációs szorongás", a „versengésre való hajlam", és a „machiavellizmus"

	Neurotikus	Nem-neurotikus
introvertált	melankolikus	flegmatikus
extravertált	kolerikus	szangvinikus

4.1 ábra *A személyiség négy típusa (forrás: Leaves et al., 1989)*
Megjegyzés: Ezt az osztályozást eredetileg a német-brit pszichológus, H.J. Eysenck állította fel. A tipológia egy továbbfejlesztett, komplexebb változata egy harmadik dimenziót (pszichotizmus) is tartalmaz. Bővebben lásd például L.J. Leaves, H.J. Eysenck és N.G. Martin (1989) Genes, Culture and Personality. London: Academic Press.

(a kitűzött cél elérésére való törekvés más szempontok figyelmen kívül hagyásával). Az ilyesfajta személyiségjegyek – belső [intrapersonal] struktúrák és folyamatok – kétségkívül befolyásolják azt, ahogy a különféle kommunikációs folyamatokban – köztük az személyközi kommunikációban is – részt veszünk.

TUDATFOLYAM

„...de azért volt benne annyi jómodor hogy ne ébresszen föl engem mi a fenéket tudnak összedumálni egész éjjel és szórják a pénzt és még részegebb lenni és még és még mért ne ihatnának vizet és akkor elkezd parancsokat osztogatni hogy teát hozzak neki meg tojásfityfirittyet és forró pirítóst vajjal és már látom ahogy ott trónol az asztalfőn mint Heródes és kandargatja a kanala nyelével a tojást honnét szedett föl ilyen marha szokást imádom ahogy egy szép reggel hallom ötször nekiesik a lépcső karfának a csészék csörömpölnek a tálcán és játszik a macskával az meg dörgölőzik kéjes neki azt hiszem tele van bolhával pont olyan mint a nők nyalász karmolász ésatb. bár a karmát utálom kíváncsi volnék ezek látnak-e valamit amit mi nem a kitágult szemükkel mikor ott ülnek a lépcső végén hosszan és mozdulatlanul ahogy én szoktam várni és micsoda rabló még hozzá az a remek friss lepényhal amit vettem az hiszem veszek valami halat holnap vagy máma igen ma péntek van persze hogy akkor csinálok mandulatejes halpástétomot az jó feketeribizli-dzsemmel úgy mint régen de nem azokat a 2 fontos dobozokat alma- és szilva-vegyesízt a London and Newcastle-i Williams és Woods cégtől egy doboz kétszer annyi ideig kitart a szálkák miatt utálok mindenféle angolnát tőkehal ez az pontosan ezt veszek egy szép nagy szelet tőkehalat 3-ért már eleget kapok úgyse bírom azt az örökös húst a Buckley-féle bélszínt hátszínt marhalábat borjúlábat felsált meg oldalast meg ürüdagadót meg birkapacalt már a nevüktől hányok vagy egy pikniket rendeznék mondjuk mindenki egy ötöst adna bele vagy fizesse ő az egészet és hívjon meg magának egy másik nőt azt a Flemingnét és kikocsizunk Furry Glenbe vagy ahol az a sok eper van és ott előbb végigvizsgálhatja a lovak kába körmét ahogy a leveleket szokta Boylannal nem igen odaki hideg borjúsülttel sonkával vegyes szendvicsekkel odale a part aljába igen ott kis házak vannak erre a célra de úgy tűz a nap fogja mondani hogy hőgutát kap az ember és hogy nincs is bankszünnap különben is utálom azt a kocsikaravánt ó szemetesládák egymás hegyén-hátán pünkösdhétfőn szerencsétlen nap csöppet se csodálom hogy épp akkor csípte meg az a méh a tengerpart sokkal jobb de nincs az az isten aki még egyszer rá tudna beszélni hogy csónakba üljek vele mikor Brayben azt mondta a ladikosoknak hogy ért az evezéshez ha valaki megkérdezné lovagolna-e az akadályversenyen az aranykupáért ő rámondaná igen aztán egyszerre viharosan kezdett hullámozni a tenger az az ócska ladik meg lötyögött pocsékan és a súly miatt mindig az én oldalamon ment mélyebbre közben járt a szája hogy most ezt a kötelet húztam balra azt a kötelet jobbra és a víz csak úgy dűlt a hajóba a feneke felől az evezője meg kicsúszott a villából az Isten irgalmának köszönhettük hogy bele nem fulladtunk ő persze tud úszni én nem ó igazán nincs semmi veszély légy egész nyugodt abba a flanell nadrágjába...”

Forrás: James Joyce, *Ulysses.* Európa, Budapest, 1974, pp. 870–871.
Ford. Szentkuthy Miklós

Saját személyiségünkre vonatkozó tapasztalataink éppen olyan fontosak, mint a környezetünkben élők ránk vonatkozó tapasztalatai. A személyiségtudat, az identitás elvesztése ezért komoly csapás egy egyén életében csakúgy, mint a skizofrénia, amikor az elme zavarodottsága következtében az egyén úgy érez, úgy cselekszik, mintha nem egy személyiség volna. S bár ez egy komoly és tragikus probléma, de elsődlegesen a pszichiátria hatáskörébe tartozik, ezért itt nem tárgyaljuk bővebben.

Végezetül nem szabad megfeledkeznünk arról, hogy míg egy adott egyén személyisége biológiai és pszichológia jelenségekben gyökerezik, ugyanakkor (módosító) hatással vannak rá materiális, társadalmi és kulturális tényezők is; főként az egyénnek a társadalmi és társas struktúrában elfoglalt pozíciói által meghatározott különféle szerepei (lásd 3.4.). Egy kőkorszaki fiatalember szangvinitása valószínűleg egészen más értelemben húsbavágó, mint egy modern, posztindusztriális társadalomban élő, idős asszonyé. A különbség nyilvánvaló, jóllehet kettőjük személyisége alapvetően hasonló.

4.3. Személyközi kommunikáció

4.3.1. BEVEZETÉS

A személyközi kommunikáció az ember alapvető kommunikációs módja. Annak idején ez tett minket emberré, hiszen szükséges feltétele volt az *individualizáció* evolúciós folyamatának, mely a *homo sapiens* kialakulásához vezetett. A személyközi kommunikáció kulcsfontosságú az *individuáció* folyamatában is, vagyis abban a mindannyiunk által végigjárt folyamatban, amelynek során egyénekké válunk (vö. 1.3., 2.5. és 3.4.). Kezdetben a személyközi kommunikáció nem verbális volt, bár a hangképző szervek segítségével adott hangok minden bizonnyal részét képezték. A gesztusok és testi jelzések mellett őseink morgások, kiáltások és más hangok útján kommunikáltak egymással – valószínűleg ahhoz hasonlatos módon, ahogy ma a csecsemők kommunikálnak. Ahogy az gyakran megesik, ebben az esetben is bizonyos fokú párhuzamosság fedezhető fel a *faj fejlődése* (filogenezis) és az *egyedfejlődés* (ontogenezis) között. Az ilyesféle párhuzamok interpretálása egyáltalán nem egyszerű. Az azonban kétségtelen, hogy az egyén fejlődése egyike az emberi kommunikációt befolyásoló változóknak, és vice versa. Továbbá a nem verbális kommunikáció (arckifejezés, tekintet, testbeszéd, érintés, távolságtartás stb.) ma is szorosan hozzátartozik a közvetlen személyközi kommunikációhoz. A nem verbális kommunikáció részben kulturálisan, részben biológiailag meghatározott. Az persze egyáltalán nem meglepő, hogy a különféle kultúrákban előforduló jelzésegyezések inkább a kinyilvánított érzelem *típusában,* semmint erősségében figyelhetők meg.

Ha a személyközi kommunikáció megértésére törekszünk, akkor az általános jellemzők mellett a kommunikációs folyamatot befolyásoló változók (kor, nem, személyiség, iskolázottság, foglalkozás, társadalmi osztály,

nemzeti hovatartozás) szerepét is vizsgálnunk kell. A különböző változók kombinációja számtalan társadalmi szerepet határoz meg (lásd 4.1.2.).

Az életkornak mint a személyközi kommunikáció egyik meghatározó tényezőjének természetesen életünk kezdetén és életünk vége felé a legerősebb a befolyásoló hatása. (Gyönyörű és szellemes leírás olvasható az életkor szerepéről az oldal alján található keretes írásban.)

A nem befolyása – annak ellenére, hogy a nemek közötti egyenlőtlenség mind inkább csökkeni látszik – életünk minden szakaszában jelentős. A személyközi kommunikáció e két biológiai meghatározója mindig a pszichológiai és a társadalmi változókkal kölcsönhatásban jelentkezik. A biológiai-társadalmi környezet által meghatározott személyiség ugyanúgy meghatározó fontosságú az egyén életének teljes időtartamában, mint a társadalmi osztály. Ez utóbbi magában foglalja a származásnak, illetve az egyén által

A HÉT ÉLETKOR SHAKESPEARE SZERINT

Színház az egész világ,
És színész benne minden férfi és nő:
Fellép s lelép: s mindenkit sok szerep vár
Életében, melynek hét felvonása
A hét kor. Első a kisded, aki
Dajkája karján öklendezik és sír.
Aztán jön a pityergő, hajnalarcú,
Táskás nebuló: csigamódra és
Kelletlen mászik iskolába. Mint a
Kemence, sóhajt a szerelmes, és
Bús dalt zeng kedvese szemöldökéről.
Jön a párduc-szakállu katona:
Cifra szitkok, kényes becsület és
Robbanó düh: a buborék hirért
Ágyúk torkába bú. És jön a bíró:
Kappanon hízott, kerek potroh és
Szigorú szem és jól ápolt szakáll:
Bölcseket mond, lapos közhelyeket,
S így játssza szerepét. A hatodik kor
Papucsos és cingár figura lesz:
Orrán ókula, az övében erszény,
Aszott combjain tágan lötyög a
Jól ápolt ficsur-nadrág; férfihangja
Gyerekessé kezd visszavékonyodni,
Sipol, fütyűl. A végső jelenet,
Mely e fura s gazdag mesét lezárja,
Megint gyermekség, teljes feledés,
Se fog, se szem, se íny – tönkremenés!

William Shakespeare, *Ahogy tetszik,* Második felvonás 7. szín.
(Európa Könyvkiadó, Budapest, 1964, p. 1482.) Ford. Szabó Lőrinc

elért társadalmi helyzetnek megfelelő osztályt egyaránt (honnan indult, ill. hova érkezett). Az oktatás és a foglalkozás befolyása elsősorban a serdülőkor alatt, illetve után érezteti hatását (lásd a 7.1. szakaszt). Legtöbb esetben a nemzeti hovatartozásból eredő hasonlóságot magától értetődőnek vesszük, de ma már ez a változó is egyre nagyobb súllyal esik latba a mind több területen növekvő nemzetközi mobilitás következtében. E folyamat kiteljesedését a modern kommunikációs eszközök és a közlekedés segítik elő; a gyakori nemzeti és nemzetközi konfliktusok és együttműködések pedig gyakran gyorsítólag hatnak rá. Ilyen körülmények között a nemzeti hovatartozás kulturális vetületei nagyon fontos szerepet játszanak.

Ahogyan a társadalmi osztály esetében tettük, a nemzeti hovatartozásnak is megkülönböztethetjük két típusát. Az egyiket az az ország határozza meg, ahonnan származunk, a másikat pedig az, ahová életünk során esetlegesen elkerülünk.

Többségünk általában csak egy nemzeti identitással rendelkezik, melyet származásunk szab meg. Egyre többen vannak azonban olyanok, akik emellett egy második (olykor harmadik, negyedik stb.) nemzeti identitásra is szert tesznek attól függően, hogy hová sodorja őket az élet. Szintén mind gyakoribbak az olyan családok, ahol a feleség, a férj és a gyerekek révén különböző nemzeti identitások keverednek, binacionális, multinacionális családokat hozva létre. Vannak olyanok is, többnyire háborúk, nemzeti vagy nemzetközi konfliktusok ártatlan áldozatai, akik semmilyen nemzeti identitással sem rendelkeznek (lásd 7.1.).

E változók mindegyike markánsan befolyásolja mindazokat a személyközi kommunikációs folyamatokat, amelyekben részt veszünk. A 3.3. ábra rendszerezi ezeket a hatásokat (lásd még 5.1.). A következőkben ezt egészítjük ki néhány, a személyközi kommunikációt specifikusan jellemző változóval: az individuális, valamint a kulturális stílusfajták tipológiáival.

4.3.2. KÜLÖNBSÉGEK AZ INDIVIDUÁLIS KOMMUNIKÁCIÓN BELÜL

Végső soron mindannyian individuumok vagyunk; viselkedésünkben és cselekedeteinkben jelentős mértékben biológiailag meghatározott emberi lények. Az utóbbi években megnőtt az érdeklődés az emberi kommunikáció biológia alapjai iránt. Kimutatták például, hogy a személyközi kommunikáció egyéni stílusfajtái bizonyos fokig biológiai gyökerűek, másfelől azonban kulturálisan meghatározottak. A 102. oldal keretes írása e kétféle hatás konceptualizálására és mérésére hoz példákat.

Az egyéni és kulturális eredetű hatások mellett a személyközi kommunikációt a kommunikációban résztvevő felek közötti *konkordancia–diszkordancia,* illetve a *hasonlóság–különbözőség* foka is befolyásolja. Általában szívesebben kommunikálunk olyan emberekkel, akik ezeknek az alapvető változóknak a tekintetében nem különböznek túlságosan tőlünk. Addig, míg

A KOMMUNIKÁCIÓS STÍLUSOK BIOLÓGIAI ÉS KULTURÁLIS EREDETE

Megalapozottnak tűnik az a feltevés, hogy velünk született személyiségünk, „vérmérsékletünk" befolyásolja kommunikációnk módját, tehát hogy a kommunikációnak különböző *individuális stílusfajtái* léteznek. Hasonlóan megalapozott az a feltevés is, hogy az adott társadalmi kultúra melynek keretei között kommunikálunk, szintén befolyásolja kommunikációnk mikéntjét, tehát, hogy a kommunikációnak különböző *kulturális stílusfajtái* vannak. A kommunikációkutatás már mindkét feltételezést számtalanszor tesztelte. Az ilyesfajta ellenőrzések elvégzéséhez olyan eszközökre van szükségünk, melyekkel mérni tudjuk az individuális személyiségek és a társadalmi kultúrák kommunikációs szempontból releváns aspektusait. Számos ilyen eszközt kidolgoztak már.

A személyiség tanulmányozásában nagy segítséget jelent az egypetéjű (monozigóta, MZ) és kétpetéjű (dizigóta, DZ) ikrek összehasonlítása. (Előbbiek egy és ugyanazon petesejtből származnak, míg az utóbbiak két külön petesejt megtermékenyülésével alakulnak ki, tehát ebben az esetben genetikailag egy közönséges testvérpárról van szó.) Egy nemrégiben lefolytatott vizsgálatban MZ és DZ ikrek egy csoportját hasonlították össze, személyiségük vérmérsékletét és individuális kommunikációs stílusuk jellemzőit vizsgálva. Ahogy az várható volt, szoros összefüggést találtak a vérmérséklet és a kommunikációs stílus között. A különböző személyiséggel rendelkező emberek ténylegesen különböző módokon kommunikálnak. Továbbá azt találták, hogy a vérmérséklet és a kommunikációs stílus közti összefüggés szorosabb volt az MZ ikrek esetében, mint a DZ ikreknél.

Ebből azt a következtetést vonták le, hogy *az individuális kommunikációs stílusfajták bizonyos mértékben biológiailag meghatározottak.*

Egy másik vizsgálatban német, izraeli és amerikai fiatalok *figyelemstílusát* [listening style] hasonlították össze, vagyis azt, hogy mi orientálja még a hallgató figyelmét:

- cselekvés — azaz gyorsan megérti az üzenetet;
- a másik ember — azaz személyesen involválódik;
- idő — azaz türelmetlen lesz és
- tartalom — azaz a tényekre koncentrál.

A németek a cselekvésorientált stílust részesítették előnyben, az izraeliek a tartalmat, míg az amerikaiak a kommunikáció személyes és időbeli aspektusát.

Ebből arra következtethetünk, hogy az individuális figyelemstílusok bizonyos fokig kulturálisan meghatározottak.

Továbbá azt is tudjuk, hogy a kommunikációs stílust nagyban befolyásolja a három fő társadalmi változó, az életkor, a nem és a társadalmi osztály. Hasonló különbségekkel találkozunk majd a 6. fejezetben is, amikor a tömegkommunikáció tárgyalására kerül sor.

Forrás: C. W. Horwath (1995) 'Biological origins of communicator style', *Communication Quarterly,* 43 (4), 394–407.

C. Kiewitz et al. (1997) 'Cultural differences in listening style differences', *International Journal of Public Opinion Research,* 9 (3), 233–47.

a kismértékű eltérés ösztökélően hathat, a túl sok különbség már gátolhatja a kommunikációt – *simile simili gaudet:* hasonló a hasonlónak örül.

A 4.2. ábra a kommunikáló felek közti hasonlóság és különbözőség fokozatait rendszerezi, azaz a felek között fennálló társadalmi távolságot mutatja az ún. Guttman-skálába rendezve, mely a hasonlóság és különbözőség fokozatos növekedését érzékelteti. A személyközi kommunikáció jellege és gyakorisága természetesen egészen máshogy alakul, ha a két kommunikáló fél mind a hét változó alapján azonosnak vagy legalábbis hasonlónak mutatkozik, mint ha egy közös jellemzőjük sincs. A hasonlóság bizalmat szül – ez pedig az igazán sikeres kommunikáció alapvető feltétele. Így a személyközi kommunikációval kapcsolatban nem az a kérdés, hogy van-e vagy nincs, hanem hogy milyen mértékű. Minél nagyobb a hasonlóság, annál inkább – a szó valódi értelmében – *személyek közti* a kommunikáció (legalábbis egy bizonyos pontig).

Persze nem szabad elfeledkeznünk arról, hogy a társadalmi különbségek a valóságban nem olyan szabályosak, mint ahogy azt a 4.2. ábra mutatja. Valójában a két személy közti lehetséges hasonlóság/különbözőség kombinációk száma összesen $2^7=128$ alternatívát kínál. Sőt, olykor a távolság fogalmát is differenciáltan kell kezelnünk. Például életkortól függ, hogy mi számít jelentős korkülönbségnek: ötévnyi eltérés nagyon fontos lehet gyermek-, serdülő- és időskorban, ugyanez középkorú emberek esetében sokkal kevésbé számít.

Emiatt a személyközi kommunikáció vizsgálatakor a kommunikációban résztvevők jellemzőinek bizonyos összefüggéseit gyakran nem lehet figyelembe venni. Elégedettek lehetünk, ha – a vizsgált populáció pontos meghatározásával, a kísérleti, valamint a kontrollcsoportok véletlenszerű

Távolság	szerint	Életkor	Nem	Személyiség	Iskolázottság	Foglalkozás	Társadalmi osztály	Nemzeti hovatartozás
Életkor		x						
Nem		x	x					
Személyiség		x	x	x				
Iskolázottság		x	x	x	x			
Foglalkozás		x	x	x	x	x		
Társadalmi osztály		x	x	x	x	x	x	
Nemzeti hovatartozás		x	x	x	x	x	x	x

4.2 ábra *Az interperszonális kommunikációt befolyásoló társadalmi távolság fokozatai*

kiválasztásával, számítógépesített statisztikai technikák használatával stb. – a lehető legtöbb változót, illetőleg ezeknek a változóknak az együtteséből fakadó hatásokat kezelni tudjuk. Egyes változók (életkor és nem, osztály és nemzeti identitás) egyedi és kombinált hatása megkülönböztetett figyelmet vívott ki magának; olykor a változókat csak külön-külön, önmagukban tárgyalják, illetve elemzik.

4.3.3. VÁLTOZATOK ÉS STABILITÁS AZ INDIVIDUÁLIS KOMMUNIKÁCIÓBAN

Bár az imént tárgyalt különbségek lényegesek, még fontosabbak azok a sajátosságok, amelyek – a kommunikációs szituációk sokszínűsége ellenére – többé-kevésbé állandó velejárói a személyközi kommunikációnak. Ezek azzal az egyszerű ténnyel vannak összefüggésben, hogy a személyközi kommunikáció – mint a neve mutatja – személyek között folyik.

A személyközi kommunikációban az interperszonalitás egyik megnyilvánulását az ún. *használati jelenítési szabályok* [display rules] kifejezéssel írják le. Az emberek között formálódó viszonyok meglehetősen sérülékenyek, olykor a túlzásba vitt igazság és őszinteség több kárt okoz, mint hasznot. Ezért mindannyian megtanuljuk azokat a technikákat, melyeknek segítségével érzelmeink kifejezését kontrollálni tudjuk – különösen ha kényelmi szempontok, udvariassági szabályok vagy egyszerűen az emberségesség úgy diktálja. Bárhogy is legyen, de megtanuljuk hogyan viselkedjünk őszintétlenül az individuális kommunikációban. Ennek számos módja közül a három legfontosabb a *színlelés* [simulating], a *titkolózás* [inhibition] és a *elleplezés* vagy *szerepjátszás* [masking]. Színlelés alkalmával olyan érzelmeket nyilvánítunk ki, melyeket különben nem érzünk; a *titkolózás*t akkor választjuk, amikor egyébként igencsak erős érzelmeink vannak valamivel kapcsolatban, de ezeket nem akarjuk kimutatni; *elleplezés*ről pedig akkor beszélünk, amikor egy bizonyos érzelem kifejezésekor valami egészen mást érzünk. Az elleplezés tehát a színlelés és a titkolózás kombinációjaként is felfogható.

A kisgyerekek nem túl ügyesek, ha színlelniük, titkolózniuk kell, vagy ha leplezni akarják érzelmeiket, és azt sem nagyon veszik észre, ha valaki velük szemben őszintétlenül viselkedik – de aztán gyorsan belejönnek. Ugyanakkor senkiről sem állítható, hogy az érzelmek leplezésének tökéletese mestere lenne. Azt a törekvésünket, hogy a másikban valamilyen benyomást keltsünk, mindig kísérik árulkodó jelek valódi érzelmeinkről. Hiába minden színlelés, titkolózás és elleplezés, érzéseink (vagy azok hiánya) gyakran „kiszivárognak". Valódi érzéseinket tehát sokkal gyakrabban kommunikáljuk mások felé, mint ahogy azt talán hinni szeretnénk. Az ilyesfajta szituáció mindkét fél számára kínos lehet, olykor sokkal kínosabb, mint a kendőzetlen igazság lett volna.

Tovább bonyolódik a helyzet azzal, hogy bizony hajlamosak vagyunk vagy

túlértékelni vagy alábecsülni a másik fél pozitív vagy negatív reakcióját – sőt olykor még azt is rosszul mérjük fel, hogy mások milyen mértékben érzékelik cselekedeteinket és érzelmeinket, ha egyáltalán érzékelik. Még ha kommunikációnk módja sokat elárul üzeneteink tartalmával kapcsolatos gondolatainkról és érzéseinkről, az is igaz, hogy olykor képesek vagyunk ezeket teljesen eltitkolni – olykor még saját magunk elől is. Az ún. *Johari-ablak* jól szemléltei, hogy mi is áll e jelenség mögött. Ez a nagyon egyszerű, ugyan-akkor érzékletes tipológia (4.3. ábra) a készítőiről kapta a nevét (*Jo*seph Luft és *Ha*rrington Ingram).

A 4.3. ábra 1. mezője egy elég magától értetődő szituációt ábrázol: vannak olyan tulajdonságaink, melyekkel mi magunk is tisztában vagyunk és mások számára is ismertek. A 3. mezőnek megfelelő helyzet valószínűleg igen gyakori. Általában másoknál sokkal többet tudunk saját magunkról, melynek egyik kézenfekvő oka az, hogy az embereket egyszerűen nem akarnak mindenkiről mindent megtudni. Továbbá helyesen vagy helytelenül, de hajlamosak vagyunk azt hinni, hogy mi akkor is képesek vagyunk magunkkal kapcsolatban bizonyos dolgokat aktívan elrejteni vagy hamis színben feltüntetni (színlelés, titkolózás vagy leplezés útján), ha mások esetleg mégis szeretnének többet megtudni rólunk. Másrészről abban is elég ügyesek tudunk lenni – olykor még túl ügyesek is – hogy a magunkkal kapcsolatos igazságok egy részét még magunk előtt is eltitkoljuk (bár ez olykor a kívülállók számára teljesen nyilvánvaló). Ilyen értelemben mindannyian többé-kevésbé vakok vagyunk (2. mező).

Végezetül a 4. mező olyan tulajdonságainkra utal, melyek mind előttünk, mind környezetünk előtt rejtve maradnak. Ennek a mezőnek a mérete egy érdekes pszichológiai, szociológiai, intellektuális és episztemológiai problémát vet fel, mivel, paradox módon, a 4. mező mérete tudásunk gyarapodásával párhuzamosan nő. Azaz *minél többet tudunk magunkról és a környező világról, annál több dologról tudjuk, hogy nem tudunk róla semmit.*

	tulajdonságok **egyén által tudott**	**egyén által nem tudott**
mások által tudott	1. nyílt	2. vak
tulajdonságok **mások által nem tudott**	3. rejtett	4. ismeretlen

4.3 ábra *A Johari-ablak (Forrás: Luft, 1984)*

Az ilyesfajta tudás *körülhatárolható ismerethiánynak* [specified lack of knowledge] nevezhetjük.

Ez a fajta nem-tudás a tudós tevékenység kiindulópontja: annak a területnek az elhatárolása, amelyről hiányosak az ismereteink. De a mindennapokban is komoly motiváló ereje van: ez késztet arra, hogy egy enciklopédia vagy kézikönyv után nyúljunk. Végül, de semmiképpen nem utolsósorban, a körülhatárolható ismerethiány olyan esetekben is jó szolgálatot tehet, amikor a környezetünkben levő személyeknek magunkról kommunikálunk valamit. Néha valóban egymás segítségére lehetünk abban, hogy egyes jellemzőink a 4. mezőből az 1. mezőbe kerüljenek át. A pszichoterápia jórészt arra irányul, hogy a 4. és/vagy a 2. mezőből ismereteket vigyünk át az 1. – de legalább a 3. – mezőbe. A gyónás aktusát is felfoghatjuk a személyes tulajdonságoknak a 3. mezőből az 1. mezőbe való ritualizált átvitelének, bár a megvallott bűnök nyilvánossága a gyóntatóra és a gyónóra korlátozódik.

Sokak számára a 4.3. ábra egyes mezői „értékesebbek", míg más mezők kisebb jelentőséggel bírnak. A mezők mérete is változó, mégpedig legalább két értelemben: az idő múlásával az egyes mezőkbe tartozó tulajdonságok száma változhat; a *mezők között* és az egyes *mezőkön belül* folyamatos mozgás, változás zajlik. Általában két ember (egy pár) folytonos és pozitív kapcsolatát egy viszonylag nagy és egyre növekvő méretű 1. mező jellemzi. Az ilyen típusú kapcsolatokban az információ a 2. és a 3. mezőből áramlik az 1. mezőbe. Egy pozitív személyes viszony két résztvevője pedig még a 4. mező méretének csökkentésére is képes is lehet azáltal, hogy olyan új személyes tudásra tudnak közösen szert tenni, amely korábban mindkettőjük számára ismeretlen volt. Ehhez persze idő kell. Ezt a folyamatot olykor ahhoz hasonlítják, ahogyan a hagymaleveleket rétegenként leszedegetjük. Ez nem egy túl ígéretes hasonlat, legalábbis számunkra, akik szeretnénk azt hinni, hogy az ember végső soron rendelkezik valamiféle belső maggal; néhány olyan jellemzővel, meggyőződéssel és elvvel, melyet semmi pénzért nem lennénk hajlandóak – és képesek – feladni. Hiú kérkedésről sincs szó; pusztán annyit szeretnénk, hogy olykor ezek az elvek és meggyőződések megjelenjenek cselekedeteinkben, a maguk természetes módján.

Tovább bonyolítja a helyzetet, hogy a Johari-ablak kategóriái objektíven megragadhatónak tűnnek. Ugyanakkor tény, hogy sok emberi tulajdonság rejtve maradhat a tulajdonság birtokosa és/vagy a környezet számára egyaránt; vagy éppen szándékosan hamisan kerülnek bemutatásra. Vegyük például a politikai nézet kérdését. Előfordulhat, hogy egy meggyőződéses antifeminista egy fiatal és sikeres vezetőnő beosztottja lesz. Ebben az esetben az alkalmazott érezheti úgy, hogy jobban jár, ha valódi véleményét titokban tartja, sőt, esetleg azzal éppen ellentétes nézeteket hangoztat. Ez a 3. mező erős esete (a gyenge esetet az jelenti, hogy a főnök az efféle kérdésekkel kapcsolatban semlegesnek véli beosztottját, holott ő távolról sem az). Elvben ugyanez az érv alkalmazható a tipológia többi mezőjére is. Ilyenkor az történik tehát, hogy a tipológia *kategóriái* különböző értékeket felvevő *változókká* alakulnak át. Azaz már nem egyszerűen olyan szembeállítá-

sokról beszélünk, mint nyílt és zárt, hanem *„valamilyen mértékben* nyílt vagy zárt"; ahol a „valamilyen mértékben" az „egyáltalán nem"-től a „teljes mértékben"-ig terjedő skálán sokféle értéket felvehet. Ezek az új változók azután összefüggésbe hozhatók további változókkal, például a *valamilyen mértékben sikeresség* változójával, vagy azzal, hogy valaki mit vall az igazmondásról.

Elvben a Johari-ablak a több mint két személyből álló csoportokon belüli viszonyokra – például egy baráti társaságra vagy ismerősök egy csoportjára – is alkalmazható. Általában azt mondhatjuk, hogy a fokozatos és kölcsönös feltárulkozás ilyesfajta folyamatai pozitívan hatnak a csoport életére, még akkor is, ha a napvilágra kerülő igazságok némelyike olykor bizony fájdalmas lehet. E folyamatok pozitív kimenetelét az is elősegíti, hogy az emberi kommunikáció irányításában a *„reciprocitás normája"* („quid pro quo" – a.m. „valamit valamiért) is szerepet játszik. Ebből következően a nagyvonalúan nyílt kommunikációra valószínűleg pozitívan fogunk reagálni, s ez pedig egy pozitív *„interakciós spirált"* indít be, mely fokozatosan elér egy egyensúlyi állapotot. A családterápiának például gyakran az ilyesfajta egyensúly megteremtése a célja.

A folyamatok efféle alakulását az is elősegítheti, hogy többségünket megtanítottak arra, hogy a fenyegető – és egyébként negatív interakciós spirált eredményező – konfliktusok kibontakozását lehetőség szerint elkerüljük. Előbb-utóbb eljön az a pont, ahol az egyensúly beáll, és a negatív spirál megszakad. A végzetes interakciós spirálok tipikus példája az ellenséges csoportok, klánok és családok közt dúló vérbosszú esete – mely nem csak a délolaszországi családok között folyhat, hanem vezetők, tudósok és kutatók különböző csoportjai között is.

4.3.4. BESZÉLŐVÁLTÁS ÉS A RECIPROCITÁS EGYÉB NORMÁI

A vérbosszúnál békésebb a kommunikációtudományban *beszélőváltás*nak [turn-taking] nevezett jelenség. A kifejezés arra utal, hogy a kommunikációs folyamat *per definitionem* olyan struktúrával rendelkezik, hogy az egyik kommunikáló félnek előbb vagy utóbb be kell fejeznie az üzenetek küldését, és – legalább egy kis időre – esély kell adnia a másik félnek is. A beszélőváltás valójában egy igen kifinomult jelenség, és többnyire minden különösebb hűhó nélkül zajlik. A felek között létezik egy kimondatlan megállapodás megnyilatkozásaik hosszúságát illetően. Általában a beszélő valamilyen módon jelzi, hogy a beszélgetés adott szakasza a végéhez közeledik; állításoknál leviszi, kérdéseknél felviszi a hangját, ezzel jelezve, hogy választ, tiltakozást, egyetértés kifejezését, meglepetést, tiltakozást stb. vár. Formalizált vagy félig-formalizált beszélgetések során gyakran egy levezető elnök vagy egyéb tekintéllyel felruházott résztvevő – implicit vagy explicit módon – jelzi, hogy az éppen beszélő személy ideje lejárt.

A beszélőváltás a *reciprocitás* speciális esete. A beszélőváltás speciális

nyelvi eszközök, két beszédaktusból (lásd 2.4.) álló ún. *szekvenciapárok* révén valósul meg:

- üdvözlés – üdvözlés
- kérdés – válasz
- ajánlat – elfogadás/elutasítás
- kérés – teljesítés/tiltakozás/visszautasítás
- parancs – engedelmeskedés/tiltakozás/visszautasítás
- vád – beismerés/bevallás/védekezés/tagadás

Ezek segítségével az ügyes kommunikátor magánál tarthatja a kezdeményező fél szerepét egy beszélgetés vagy más, ismétlődő kommunikációs folyamat során.

4.3.5. ERŐSÍTI-E A KIVÉTEL A SZABÁLYT?

Érdekes helyzet áll elő, amikor valaki figyelmen kívül hagyja, vagy éppen tudatosan megszegi egy beszélgetés szokásos, többé-kevésbé normatív sémáját. Ilyen esetekben a beszélgetőpartnerek többnyire gondoskodnak a normális helyzet visszaállításáról, például félig vicces figyelmeztetéssel. Előfordul, hogy a bűnös maga is észreveszi, hogy túl sokáig dominálta a társalgást, hogy kínos témát vetett fel, vagy hogy félrevitte a beszélgetés menetét. Ilyenkor különböző módokon próbálhatja korrigálni a helyzetet: magyarázkodik, mentegeti magát vagy elnézést kér. Hasonló helyzet közvetített kommunikációban is előfordulhat. A személyközi kommunikáció/társalgás normáira tehát végső soron akkor is tekintettel vagyunk, amikor éppen megszegjük őket.

4.4. Csoportkommunikáció

4.4.1. BEVEZETÉS

A csoportkommunikáció iránti tudományos érdeklődés első hulláma az 1950-es években kezdődött. Ezt a *„hálózati vizsgálatok”* vagy *„hálózatelemzés”* elnevezés alatt futó második hullám követte pár évtizeddel később (lásd 2.5. és 5.1.). A számítógép megjelenésével, mely nagy, lazán egymáshoz kapcsolódó hálózatok kvantitatív elemzését is lehetővé teszi, a terület felélesztése újabb lendületet kapott.

Minden kommunikatív jelenség esetében fontos a méret. Nyilvánvaló, hogy egy kommunikatív rendszerben a kommunikáló felek számának (n) növekedésével megnő a rendszer elemei közti potenciális közvetlen viszonyok száma (R) is, mégpedig a következő egyszerű, de fontos képlet szerint:

$$R = \frac{n\,(n-1)}{2}$$

Tehát egy öt fős csoporton belül (5×4)/2=10 különböző lehetséges kétirányú kapcsolat létezhet az öt tag között. A csoport méretének megduplázódásával hirtelen több mint négyszeresére (45-re) nő a tíz fő között lehetséges kétirányú kapcsolatok száma. A csoportszerkezet fokozódó komplexitásával *(kvantitatív változás)* párhuzamosan a csoport kommunikatív rendszere bizonyos mértékű *kvalitatív változáson* is keresztül megy.

A legkisebb lehetséges csoport természetes a két főből álló pár vagy *diász*. Ezt követi a *triász* (hármas csoport), majd a *kvartett*, a *kvintett* s a többi. Abszolút értelemben a diász és a triász közti kvantitatív különbség nem számottevő; relatív értelemben azonban a triász 50%-kal nagyobb a diásznál, s ez már kvalitatív szempontból is sokat számít. A triászon belül ugyanis már lehetőség van koalíciók kialakulására (ténylegesen háromféleképpen szövetkezhetnek egymással a csoport tagjai). Ha egy csoport közös titkát valaki a csoporton belülről kiszivárogtatja, egy diász esetében mindkét fő tudja, minden kétséget kizáróan, hogy ki volt a tettes; egy triász esetében ugyanezt csak egy fő tudja biztosan. Az effajta különbségek miatt a két fő között zajló kommunikáció különbözik a három vagy több főt érintő kommunikációtól. Ez az oka annak, hogy egyesek nem is tartják a diászt igazi csoportnak, hanem önálló társas képződményként kezelik. Eszerint a nézet szerint egy valódi csoport legalább három főből áll. (S mivel ebben a fejezetben megkülönböztetést tettünk individuális és csoportkommunikáció között, ezért közvetett formában tulajdonképpen az itt vázolt felosztás is ezt a nézetet osztja.)

A csoport méretének növekedése, céljaik egyértelműbbé és formalizáltabbá válása, valamint a csoport szerkezetének fokozódó formalizáltsága megváltoztatja a csoport természetét: *szervezet*té alakul át (lásd 5. fejezet).

A kérdés az, hol húzható meg a csoport felső határa? Szigorúan elméleti szempontból nem létezik ilyen határvonal. Egy tehetséges szónok például képes arra, hogy egy nagy, alaktalan tömeget – vezetővel és közös céllal rendelkező – csoporttá alakítson, még ha csak időlegesen is (lásd 4.1.). Egyes szociológusok a társadalom egészét is csoportként kezelik, mivel elméletben a kis csoport és a társadalom rendelkezik közös jellemzőkkel. A kutatók többsége azonban úgy véli, hogy gyakorlati megfontolásokból szerencsésebb a csoportot úgy definiálni, hogy az csak a viszonylag kisszámú, közös jellemzőkkel rendelkező emberek összességére legyen érvényes. A csoportot tehát a következőképpen határozhatjuk meg:

- *néhány egyén* (maximum 12–20 fő), akik
- implicit vagy explicit módon megfogalmazott *célra* épülő
- *közös identitás*sal [joint identity] rendelkeznek, és akik
- az informális vagy részlegesen formális vezetést is meghatározó,
- többé-kevésbé informális *struktúrába* rendeződnek.

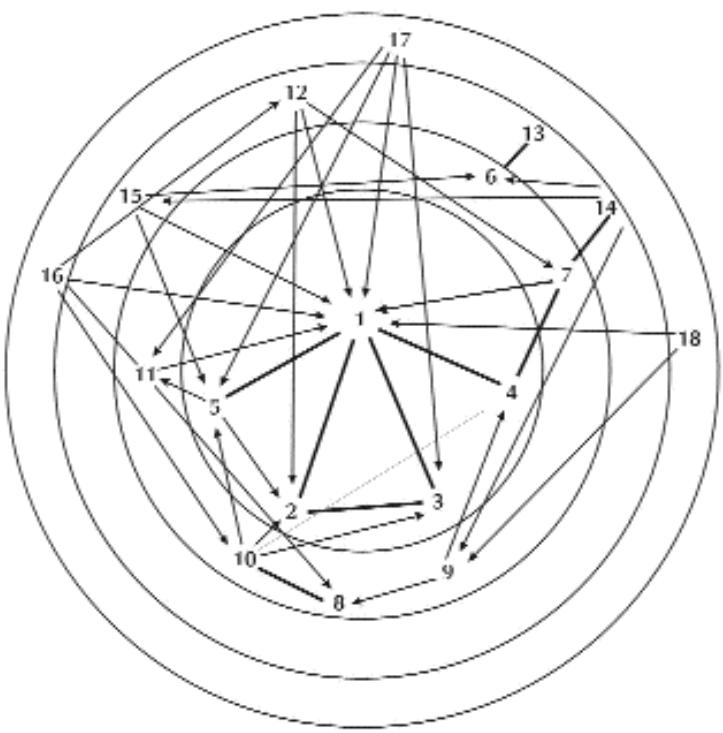
A csoportkommunikáció tehát olyan kommunikációként írható le, mely (a) maximum húsz főt magában foglaló társas entitáson belül, illetve (b) az ily módon meghatározott entitások és a társadalmi környezet (beleértve más csoportokat, egyéneket, szervezeteket és magát a társadalmat is) között

folyik. Mint minden más csoporttevékenység (e kis rendszerekben zajló *folyamatok*), a csoportkommunikáció is egyszerre alakítja a csoport – különböző csoportjellemzők által meghatározott – *struktúrá*ját, és alakul ennek hatására maga a kommunikáció is.

4.4.2. CSOPORTSZERKEZET

Minden csoport, még a teljességgel informális baráti csoportok is, rendelkeznek valamiféle szerkezettel, noha ez a struktúra értelemszerűen formalizálatlan.

Az idő fontos tényező a csoportszerkezetben. A csoport életkora (az az időszak, amióta a csoport fennáll) a csoportszerkezet egyik alapvető jellemzője, mely – a csoporttagok életkorára való tekintet nélkül – meghatározza a csoport tevékenységének jellemzőit. Továbbá a csoport által folytatott minden tevékenység, beleérte a kommunikációt is, változik az idő múlásával – adott esetben az évszakok változáshoz igazodik és/vagy a társadalom politikai és gazdasági helyzetének alakulását követi; és szükségszerűen együtt változik a minden csoporttagot érintő biológiai folyamattal, az öregedéssel.



4.4 ábra *Céltábla-szociogram (forrás: Rosengren és Arvidson, 1997)*

A csoport nem minden tagja egyforma. Egyesek például aktívabbak, mint mások. Ők gyakran a csoport középpontjában helyezkednek el, olykor – bevett fordulattal klikknek nevezett – alcsoportot hoznak létre maguk körül. A periférián találhatjuk a csoport passzívabb tagjait, akik többé-kevésbé nyíltan elfogadják vagy elutasítják a csoport vezetőinek javaslatait. Előfordulhat, hogy a periférián lévők összefognak, és megalkotják a maguk ellenklikkjét.

A csoportstruktúrák leírására, mérésére illetve elemzésére különféle ún. szociometriai eljárások állnak rendelkezésre, melyeket a bukaresti születésű amerikai pszichoterapeuta, J. L. Moreno (1889–1974) vezetett be az 1930-as években. A szociometriai elemzések eredményét a szociogram segítségével lehet grafikus módon megjeleníteni, mely a csoport összes tagjának a csoport összes tagjára vonatkozó – kérdőívek illetve interjúk segítségével mért – preferenciáit mutatja. (A preferenciák gyakran tényleges interakciókat tükröznek.) Az 1950-es években a szociometria új lendületre kapott, ugyanis a számítógépes technológia megjelenésével lehetségessé vált a nagymennyiségű szociometriai adat részletes kvantitatív analízise, az ún. hálózatelemzés (vö. 2.5. és 5.1.). A 4.4. ábrán egy egyszerű szociogram látható, mely főiskolai diákok kis csoportjának – a preferenciáik és interakcióik mentén kirajzolódó – szerkezetét ábrázolja.

A fenti ún. „céltábla szociogram" középpontjában a csoport vezetője egy központi klikk tagjaként helyezkedik el, a kör szélén perifériális csoporttagok találhatóak. Elvben ez a struktúra jellemez minden ilyen méretű csoportot. A szociogram mátrixszá (szociomátrix) alakítható át, majd pedig a mátrixalgebra segítségével analizálható. Ilyen elemzést gyakran használnak a „kommunikációs hálózatelemzés" névre hallgató kutatási irányzat művelői (vö. 5.1.).

4.4.3. TÁRSADALMILAG INTÉZMÉNYESÜLT CSOPORTOK

Bizonyos csoportok társadalmi intézménynek számítanak, amennyiben a társadalom többé-kevésbé institucionalizált norma- és szabálykészletet bocsát a csoport részére (lásd 1.3.). A legalapvetőbb csoportok: a család, a kortárs csoport és a munkahelyi csoport (ezeket a különböző társadalmak többé-kevésbé eltérő módon definiálják).

A családnak két fő típusa van: a *nukleáris család* (férfi, nő, gyerekek), és a *kiterjedt család,* mely egynél több generációt és/vagy ugyanahhoz a generációhoz tartozó nukleáris családot tartalmaz. A család és a rokonság közti különbségtétel tehát viszonylagos. A család meghatározást tovább bonyolítja a *poligámia* (többnejűség) és a *poliandria* (többférjűség) lehetősége. Ezek manapság ritkán fordulnak elő; főleg a többférjűség olyan kivételes, hogy minden egyes esete speciális magyarázatra szorul.

A nukleáris család felfogható minden emberi csoport és minden szervezet ősi prototípusaként. Alapja egyszerre biológiai, társadalmi és gazdasági: elvben exkluzív szexuális jogokat biztosít a házastársak számára, akik

kötelező jelleggel felelősek ellátni a társadalom új tagjainak felnevelését és szocializációját. Tehát a család egy olyan egység, amely produktív és reproduktív feladatokat egyaránt ellát.

A család egyszerre biológiai és társadalmi jellegéből többek közt az következik, hogy – ellentétben a legtöbb csoporttal és szervezettel – tagjai nem fel- és lecserélhetőek (legalábbis elvben és általában). Ebből a családnak nevezett furcsa képződményből nem igazán lehet kilépni; az embernek egy, és csak egy biológiai anyja, illetve apja van, és fordítva, gyermekeink mindig a gyerekeink maradnak. A nukleáris családban tehát valódi behelyettesítésről nem beszélhetünk. Ugyanakkor persze a család kapcsán nemcsak biológiai, hanem társadalmi öröklődésről is beszélhetünk; ezen kívül ott van még a válás és az újraházasodás gyakorlata, melyet olykor *konszekutív poligámiának/poliandriának* (folytatólagos többpartnerűségnek) is neveznek.

Szigorúan törvényességi értelemben a házasság gyakorlatilag minden modern társadalomban felbontható, és a volt házasfeleknek módjukban áll újraházasodni – majd esetleg megint elválni és házasodni, akár többször is (temporális többpartnerűség). Vannak azonban bizonyos vallások, amelyek úgy tartják, hogy a házasság örökre szól, és sok ember ezt a mai napig így is gondolja. A biológiai örökség azonban nem szüntethető meg. Egy nő elválhat, majd újból férjhez mehet, és ezáltal az első házasságból származó gyereke új apára tehet szert, a legtöbb esetben azonban mindenki világosan tudja, hogy az új férj nem biológiai apja a gyereknek. E tény ismerete, így vagy úgy, de befolyásolja a családtagok közti viszonyokat. Hasonló a helyzet az örökbe fogadott gyerekekkel, akik gyakran (vagy talán majdnem mindig) értesülnek arról, hogy az őket nevelő szülőkön kívül még más, biológiai szüleik is vannak. Az adoptált gyerekek meglehetősen vegyes – néha egészen romanticizált – érzelmeket táplálhatnak biológiai szüleik iránt. Olykor az őket felnevelő örökbe fogadó szülőket tekintik „igazi" szüleiknek, de közben azzal is tisztában vannak, hogy „igazából" ki is az ő anyjuk és apjuk. Bizonyos társadalmakban a szülőknek lehetőségük van csapongó fiúgyermekük kitagadására, de attól az még biológiai gyerekük marad – s nagy a család öröme, ha végül a tékozló fiú hazatér. Az ember mondhatja az anyjának, hogy soha többé nem akarja látni, s ezt akár mindketten be is tarthatják, ettől azonban még a biológiai anya–gyerek kapcsolat nem múlik el. Ebben az értelemben a család olyan börtön, melyben mindannyian életfogytiglani büntetésünket töltjük. Alig van azonban olyan, aki ne lenne boldogtalan, ha ebből a börtönből szabadulnia kellene. Ennél már csak akkor lennénk boldogtalanabbak, ha gyerekeink tagadnának meg minket.

4.4.4. A CSOPORT VEZETÉSE

Többé-kevésbé minden csoport hierarchikusan szerveződik és hierarchikus viszonyban áll más csoportokkal. A hierarchikusság függ a csoport fajtájától, a csoport fő tevékenységének típusától, és időben is változó. Jellemző

módon például egy hadsereg legkisebb egységét („raj") sok helyen *csoport*nak hívják. Három-négy ilyen csoport tesz ki egy szakaszt, három-négy szakasz egy századot, három-négy század egy zászlóaljat s így tovább. Hasonló szintezettséget más szervezettípusok esetében is megfigyelhetünk, például az üzleti vállalkozásokban vagy helyi, regionális, országos és nemzetközi szintek között. Minden ilyesfajta nagy szervezet alján azonban ugyanazt találjuk: a csoportot.

A csoportot kétféle vezetés jellemzi: az *instrumentális* és az *expresszív* vezetés. Az instrumentális vezetés a csoport olyan instrumentális jellegű működéseire irányul, mint a termelés, a csoport fennmaradása, a csoporton belüli és a csoport és a környezete közötti formális viszonyok ápolása. Az instrumentális vezető tehát célokat szab meg a csoport számára, és gondoskodik arról, hogy ezek meg is valósuljanak.

Az expresszív vezetés elsősorban a csoporton belüli társas viszonyokra és a csoport által elfogadott alapértékekre fókuszálódik. Az expresszív vezető tehát azért is fontos, mert az ő hatásköre az instrumentális vezető által kitűzött (vagy megfogalmazott) célok elfogadtatása, az e célokra vonatkozó konszenzus kialakítása és fenntartása. Azaz a célok kitűzése többnyire „felülről" történik, míg érvényesülésükhöz „alulról" jövő elfogadás szükséges. Tehát sem az expresszív, sem az instrumentális vezető nem hagyhatja figyelmen kívül a csoport többi tagjának véleményét, nézeteit.

Mindkét – funkcionálisan definiált – vezetéstípus megléte elengedhetetlen a csoport fennmaradása és sikeres működése szempontjából. A kétféle feladatot – különösen kisebb, szoros kapcsolatokra épülő csoportokban – egy és ugyanazon személy is elláthatja. A vezetői tevékenység elsősorban kommunikációban, olykor konkrét cselekedeteken keresztül (példamutatásban) valósul meg. A jó vezetés előfeltétele a határozottság, a rugalmasság, és nem utolsósorban az *empátia* – azaz a mások (általunk nem szükségszerűen osztott) gondolatainak és érzéseinek felismerése, tisztelete, és az azokra való megfelelő válaszadás képessége.

4.4.5. SZOCIALIZÁCIÓ ÉS A CSALÁD KOMMUNIKÁCIÓS KLÍMÁJA

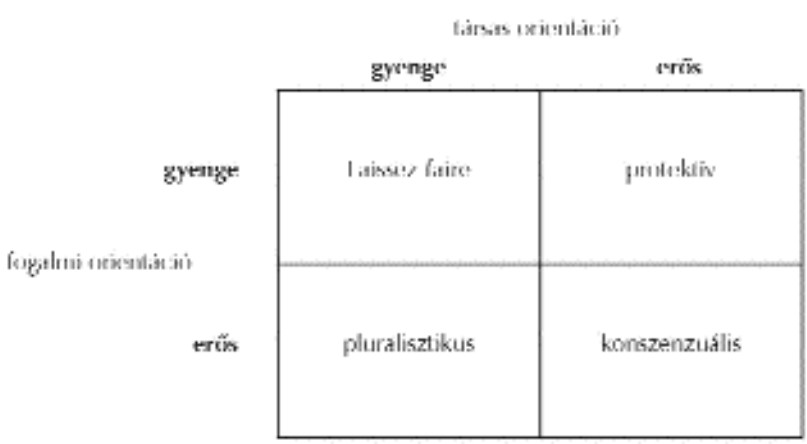
Minden csoport feladata, hogy tagjait képezze és oktassa: hogy megtanítsa nekik, mi a jó, az igaz, az eredményes, a szép, az egészséges, a normális s a többi; és hogy alkalmassá tegye őket arra, hogy cselekedeteiken keresztül ezeket az értékeket meg tudják valósítani. (vö. 3.1. ábra, 3.2. szakasz). A tanítás és tanulás e felbecsülhetetlenül fontos folyamatait – amint erről már szó volt – *szocializáció*nak nevezzük.

A szocializációnak két fő típusa van. A gyermekkor idején és főként a családon belül történő szocializációt *elsődleges szocializáció*nak nevezzük. A későbbiek során a családon kívül, más csoportokban zajló szocializáció a másodlagos szocializáció (vö. 1.3., 3.3. és 6.4.). Az elsődleges szocializáció

legalább két tekintetben is elsődleges: (a) ez történik először, (b) nagyon alapvető készségeket és viselkedési módokat érint, például azt, hogy hogyan viselkedjünk egy kiscsoport tagjaként, hogyan együnk, mikor aludjunk stb. Nyilvánvaló, hogy a szocializáció különböző kommunikációs folyamatokon alapul.

A család tehát a szocializáció alapvető ágense. Az elsődleges szocializáció a családon belül történik, s így természetesen hatással van rá a *család kommunikációs klímája,* mely a családon belüli kommunikációs és interakciós folyamatokat – köztük a szocializációs folyamatokat is – strukturálja. A családi kommunikációs klímának két fő típusa különböztethető meg, úgymint társas és fogalmi orientáció. Az előbbi a társas harmóniát hangsúlyozza, és lehetőség szerint kerüli a vitákat. Utóbbi az intellektuális értékeket helyezi a középpontba, bátorítja a rugalmasságot és a mások nézeteinek megkérdőjelezésére való hajlamot, akár a státusz-, képesség- és tudásbeli különbségek ellenére is. E két dimenzió keresztezése a szocializációs folyamatok tipológiáját eredményezi (lásd 4.5. ábra).

Az így kapott négy különböző kommunikációs klíma meglehetősen eltérő családi szocializációs folyamatokat takar. A *laissez-faire* családokban az aktív és tudatos szocializáció a lehető legminimálisabb, éppen csak annyi, amennyi elengedhetetlenül szükséges a család összetartásához és a családi élet elviselhetőségéhez. A *protektív* családokban a gyermekeket – amennyire csak lehetséges – védik a külvilágból érkező, és a családban nem elfogadott véleményekkel szemben (olykor még azt is megpróbálják megakadályozni, hogy a gyerek egyáltalán értesüljön a valóság durvább aspektusairól). *Konszenzusos* családokban – bár a gyerekeknek módjában áll eltérő gondolatokat megfogalmazni és azok mellett kiállni – a szülők és gyerekek véleménye az élet alapvető dolgaival kapcsolatban többnyire megegyezik; a családban egyetértés uralkodik. *Pluralisztikus* családokban a gyerekeket kifejezetten



4.5 ábra *Kommunikációs klímák a családban (forrás: Chaffee et al, 1971)*

bátorítják, hogy új ismereteket szerezzenek, hogy azokat saját belátásuk alapján elfogadják vagy elutasítsák, hogy legyen véleményük és képesek legyenek azt megvédeni még akkor is, ha az nem esik egybe a szülők nézeteivel. Többféle nézőpont és vélemény egyidejűsége jellemző.

Ezek a különböző családi szocializációs folyamatok természetszerűleg eltérő eredményeket hoznak. Empirikus kommunikációvizsgálatok célja e különbségek mérése. Kimutatták például, hogy a *laissez-faire* családokban felnövő gyerekek önképe negatívabb, mint más családokból jövőké.

Végezetül azt is meg kell említeni, hogy a bemutatott négy kommunikációs klíma nem kizárólag a családokra jellemző, hanem más kis csoportokra is. Az utóbbiak esetében olykor az általánosabb *kontroll* és *erőforrások* kifejezéseket használják (vö. 3.4. ábra a ... oldalon). A kontroll és az erőforrások mértéke csoportonként jelentősen változhat.

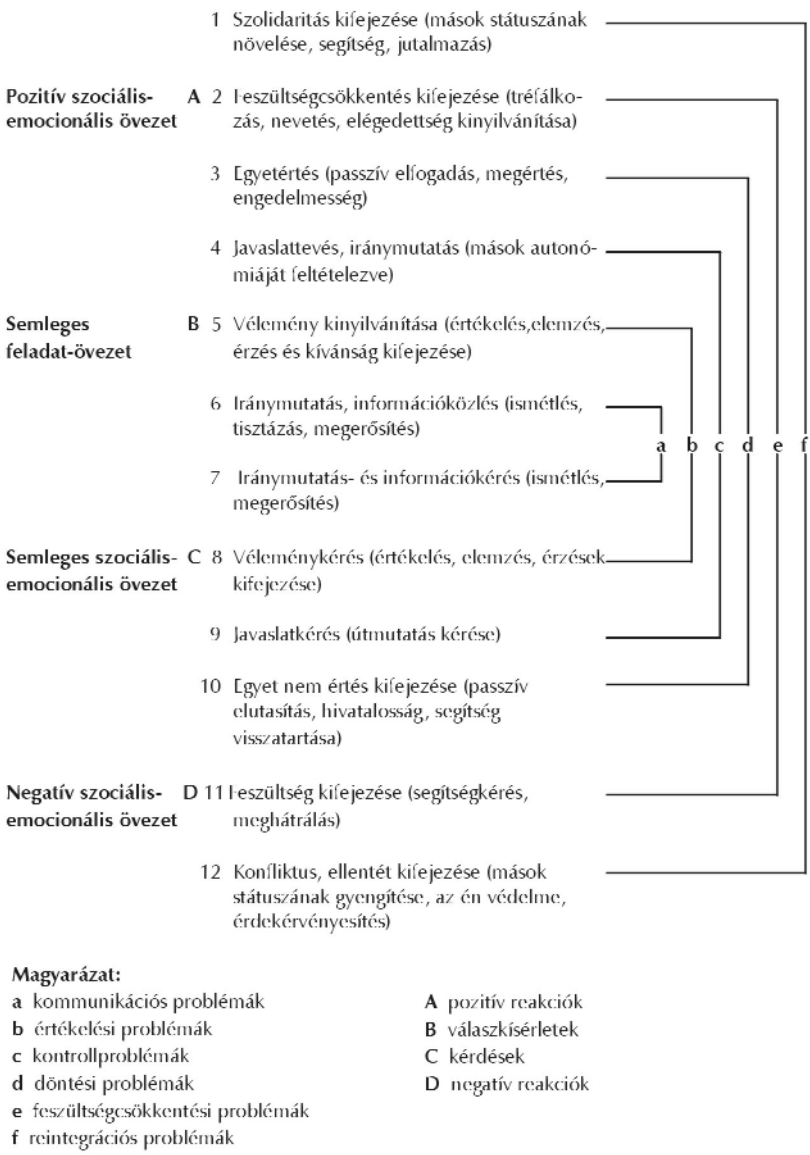
Így van ez a földrajzilag definiált csoportok esetében is, melyek egyik legelemibb példája a szomszédság. Nyilvánvaló, hogy másfajta informális kontroll jellemez egy falusi szomszédságot, mint egy lepusztult nagyvárosi negyedet. Egy sikeres újjáépítési programot követően pedig ez utóbbi jellege is jelentősen megváltozik. A kontroll és az erőforrások kölcsönhatása tehát különböző módokon nyilvánulhat meg.

4.5. A csoportkommunikáció funkciói

Szó volt már arról, hogy a csoportkommunikációt a *kvalitatív* különbségek mellett *kvantitatív* jelenségek is befolyásolják. Azt is láttuk már, hogy egy egyszerű aritmetikai képletben – n(n–1)/2 – kifejezhető sajátosság milyen fontos következményekkel jár a csoport-, a hálózati és a szervezeti kommunikációra nézve (lásd 4.4.1.). A képlet vasszigorát a csoporton belüli differenciálódás növekedése enyhíti. A differenciálódás azon alapul, hogy a csoporttagok különféle funkció ellátására specializálódnak. Egy nagy csoporton belül számos különböző alcsoport jöhet létre saját – olykor többé-kevésbé formálisan is elfogadott – feladatkörökkel. Azaz a csoport elindul a szervezetté válás útján. A differenciálódás és specializáció folyamatai egyaránt a csoport instrumentális és expresszív funkciói közti különbségtételben gyökereznek (lásd 4.5. ábra, vö. 3.1. ábra). Meg kell jegyeznünk azonban, hogy a fejlett technológiák segítségével aszinkronikusan kommunikáló csoportok (pl. internetes „chat” fórumok) a hagyományos, „természetes” csoportoknál lényegesen több tagból állhatnak. A csoporttagok közti elméletileg lehetséges kapcsolatok száma sokkal gyorsabban nő, mint a csoport létszáma. Ennek megfelelően az ilyen csoportokat gyakran nem is csoportoknak, hanem hálózatoknak nevezzük (vö. 4.4.1.).

A csoportkommunikáció különböző funkciói tanulmányozására Robert F. Bales (Harvard) már az 1950-es években elméletileg jól megalapozott és szellemes kísérleteket végzett. Bales a beszédaktusok tucatnyi eltérő típusát különböztette meg (lásd 4.2.4.), melyeket a 4.6. ábrán látható módon

rendszerezett. Látni fogjuk, hogy a 12 interakciókategória a kommunikáció instrumentális és expresszív funkciója szerint került besorolásra: az instrumentális funkciók a 4–9 kategóriákban, az expresszív funkciók pedig az 1–3 és a 10–12 kategóriákban találhatóak. A Bales-tipológia fő dimenziói nagyon elemiek; a társas élet minden szintjén működnek. (Korábban már tárgyaltuk őket a „kultúra kereke” kapcsán; lásd 3.1. ábra a 73. oldalon)



4.6 ábra *Robert Bales interakció-elemzési modellje (forrás: Bales, 1976)*

A csoport többé-kevésbé explicit céljaitól függően a csoportok által a különféle csoportközi kommunikációfajtákra fordított idő komoly eltéréseket mutathat. Egy munkahelyi csoport értelemszerűen több időt tölt instrumentális funkciók ellátásával. Barátok és ismerősök valamely konkrét céllal rendelkező csoportjai szintén kommunikációjuk jelentékeny hányadában foglalkozhatnak instrumentális funkciókkal, míg általában véve a baráti csoportokat inkább az expresszív funkció túlsúlya jellemzi. (Sőt, az expresszív funkció akár olyan fontossá is válhat a csoport puszta létezése szempontjából, hogy – némiképp paradox módon – a csoport élete szempontjából instrumentális jelentőségre tehet szert.)

4.6. A gyenge kötések ereje

4.6.1. A GYENGE KÖTÉS FOGALMA

Bales kommunikációs aktusokat rendszerező tipológiája a csoporton belüli kommunikációra vonatkozik, de ugyanúgy alkalmazható a csoportok között bonyolódó kommunikációra is. A legtöbb csoportkommunikáció értelemszerűen a csoporton belül folyik, de minden csoportra áll, némelyekre egészen jelentős mértékben, hogy környezetével is kell kommunikálnia.

A csoportközi kommunikációban gyakorta kitüntetetten fontos a csoportvezető személye, de éppolyan fontos lehet valamely más csoporttag is. Csoportközi kommunikációban akár kifejezetten perifériküs, más csoportokkal viszont intenzív kapcsolatokat ápoló csoporttagok is értékesnek bizonyulhatnak. Ennek a jelenségnek egy speciális esete az ún. *„gyenge kötések ereje”* (a fogalmat Mark Granovetter amerikai szociológus vezette be az 1970-es években).

Egyes csoporttagok – ilyen vagy olyan okból kifolyólag – különösen jó viszonyban lehetnek más csoportokkal, ami a különböző csoportokhoz tartozó személyek közti gyakori kapcsolattartásban nyilvánul meg. Ha egy csoporton belül egy adott csoporttag az egyetlen, aki kapcsolatban áll egy külső csoporttal, akkor az illető nagy jelentőségre tehet szert – még akkor is, ha mindkét csoportban egyébként marginális helyzetben van. Az ok egyszerű: az illető csoporttag az egyetlen olyan személy, aki képes a két csoportot egy rendszerré egyesíteni; pozíciójának fontossága ebben az összekapcsolásban áll. Ez az ún. gyenge kötés ereje. Az ilyen kötések jelentősége különösen akkor mutatkozik meg, ha a két csoport együttműködésre kényszerül; általánosabb értelemben pedig összeköttetést, hidat, hozzáférést képeznek mindkét csoport környezetével. Tekinthetjük őket az egy másik kontextusban „kapuőr”-nek [gate-keeper] nevezett funkció speciális alesetének (vö. 6.4.2. szakasz a 170. oldalon: Kapuőrzés és hozzáférés).

Előfordulhat, hogy valaki, akinek a személyén keresztül két hálózat kapcsolatban áll egymással, más hálózatokhoz is kapcsolódik. Ez pedig fontos pozíciót eredményezhet számára a csoporton belül. Ugyanis az a személy,

aki amellett, hogy saját csoportjának struktúrájában központi helyet foglal el, a csoportból egyedüliként jelentős számú kapcsolatot is fenntart más csoportokkal, még inkább felértékelődik a csoport számára – olyannyira, hogy gyakran vezető pozícióba kerül. Miért van ez így? A kérdés az, hogy vajon a számos (más csoportok felé irányuló) „gyenge kötéssel" rendelkező csoporttagokból lesznek-e a vezetők vagy fordítva. Ahogy az gyakran lenni szokott, valószínűleg mindkét válasz helyes.

4.6.2. A GYENGE KÖTÉS NÉHÁNY FUNKCIÓJA

Nyilvánvaló, hogy a gyenge kötésekkel rendelkező csoporttagok – hagyjuk most figyelmen kívül azt a problémát, hogy miként kerülnek vezető pozícióba – sokféleképpen lehetnek a csoport hasznára. Számos társas és társadalmi folyamatban (például tárgyalások, innovációk alkalmazása és terjesztése, vagy akár pletykák továbbítása) kapocsként működnek. (A pletykákkal kapcsolatban lásd a 119. oldalon található keretes írást; a szervezetekben terjedő szóbeszédről pedig vö. 5.4.).

A csoportok összekapcsolódásának van még egy másik, kommunikációs szempontból érdekes következménye. Noha a legtöbb csoport helyi szerveződésű, vannak nemzetközi csoportok is (például a kutatócsoportok). Továbbá az a tény, hogy gyakorlatilag minden csoportnak rendelkeznie kell legalább néhány közvetett és közvetlen kapcsolattal, ami a környezetéhez fűzi, azt valószínűsíti, hogy az egész emberiséget magában foglaló, megszámlálhatatlan csoportból álló hatalmas csoport feltehetőleg egy meglepően hatékony kommunikációs rendszert alkot. Stanley Milgram amerikai pszichológus egy ötletes kísérlettel kívánta megvizsgálni, hogy valóban így van-e. Milgram az interperszonális hálózatok kapacitására volt kíváncsi, ezért arra kért meg embereket, hogy személyes kapcsolatokon keresztül juttassanak egy üzenetet egy általuk nem ismert, földrajzilag távol eső helyen lakó személyhez. Kiderült, hogy az USA keleti és nyugati partján élő emberek összekapcsolásához meglehetősen kisszámú áttételre volt szükség (pontosan egy féltucatnyi emberből álló láncra). A különböző nemzetiségű, a föld különböző pontjain élő két ismeretlen között is meglepően kevés lépésen keresztül lehet kapcsolatot létesíteni.

A kísérlet és annak meglepő eredménye – *kicsi a világ!* – a „small world problem" néven vált ismertté. Bizonyos értelemben vigasztaló gondolat, hogy ennyire közel vagyunk egymáshoz, belátni azonban már korántsem egyszerű. Többségünk ismer olyan valakit, aki az ország másik felében lakik; és ha mindannyian nem is rendelkezünk külföldön élő barátokkal, sokunknak vannak ilyen ismerősei. A lánc tehát általában egy viszonylag gyenge, de fontos kapcsolattal kezdődik el. Hasonló a helyzet egy nagyváros tőlünk távol eső negyedében lakó emberekkel való kapcsolatlétesítéssel. Ez is újabb bizonyíték a *„gyenge kötések erejére"*.

A gyenge kötések térbeli és időbeli távolságokat hidalhatnak át. Tegyük

A PLETYKÁKBAN REJLŐ IGAZSÁGRÓL

A pletykák a modern társadalmak egyik fontos kommunikációs típusát alkotják, individuális, csoport- és tömegkommunikációs szinten egyaránt. Általában olyan helyzetekben jelennek meg, ahol valami fontos történt (vagy azt hisszük, hogy történt), és amikor az adott történéssel kapcsolatban kevés és/vagy ellentmondó információ áll rendelkezésre. A leghíresebb pletyka, vagyis inkább rémhír, az ún. „Támadás a Marsról" pánik volt, melyet – a később híres és önfejűségéről hírhedt filmrendező – az akkor még fiatal Orson Welles (1915–85) tudományos-fantasztikus rádiójátéka indított el. 1938-ban Welles „Világok háborúja" című rádiójátékában, mely H.G. Wells angol regényíró 1898-ban írt történetén alapult, a Földet megszállják a marslakók. Sokan azt hitték, hogy a rádióközvetítésben valódi eseményekről hallanak, és teljesen érthető módon kitört a pánik. Néhányan családjukkal és értékeikkel együtt autóba ültek, és megpróbáltak elmenekülni. Egyáltalán nem meglepő módon ezekről az eseményekről a rádió és a sajtó is színes beszámolókat közölt. Későbbi vizsgálatok, melyekre nem sokkal a rádióadás után került sor, kimutatták, hogy bár a pánik néhány esetben valódi volt, a média – egyáltalán nem meglepő módon — nagymértékben eltúlozta a riadalmat.

1973-ban hasonló incidens történt Svédországban. Egy nukleáris erőművekről szóló vitasorozat részeként a Svéd Rádió leadott egy fiktív beszámolót, mely szerint a dél-svédországi Barsebäck városában, ahol éppen egy erőmű építése folyt, szivárgást okozó baleset történt. Ennek következtében, így az állítólagos riport, radioaktív anyag került a levegőbe, melyet a szél a 15 km-re délre fekvő dán főváros, Koppenhága irányába vitt. A fiktív rádióműsort a hallgatóság elenyésző része valósnak vélte. (S bár az ő számuk relatíve alacsony volt az összes hallgató számához képest, abszolút értelemben azért cseppet sem volt elhanyagolható.) Egy órán belül számos svéd és dán rádióállomás számolt be a Dél-Svédországban eluralkodott pánikról. Később a tévéállomások is átvették a hírt. A rákövetkező nap az újságok címoldalon számoltak be a riadalomról, esetenként a hajdani Orson Welles-féle pánik erősen kiszínezett verzióját is megemlítve.

A Svéd Pszichológiai Védelmi Bizottság felkérésére a dél-svédországi Lund egyetemének kutatói vizsgálatot végeztek a térségben. A vizsgálat az érintett lakosság reprezentatív mintáján végzett személyes interjúkra, illetve a médiában megjelent tudósítások kvantitatív és kvalitatív tartalomelemzésére alapult. Kiderült, hogy mindössze a lakosság kevesebb mint 1%-a rémült meg a hír hallatán. A megkérdezettek közül senki sem számolt be pánikról, és senki sem tapasztalt a médiatudósításokhoz kicsit is hasonlító pánikjelenségeket. A lakosság egy egész kicsiny töredéke azonban bevallotta, hogy egy rövid ideig nagyon ijedt volt.

Ezek az eredmények összhangban vannak a valódi szerencsétlenségekkel kapcsolatos kutatások eredményeivel. Tömeges reakciók természetesen előfordulhatnak, de a valódi pánik — típusát és hatókörét tekintve — csak ritkán közelíti meg azt a szintet, ahogy a média a „Világok háborújáról" és a barsebäcki riadalomról tudósított. Időről-időre előfordul azonban, hogy a média mégis pánikról számol be, amit részben a határidők okozta kényszer, a hallomásból szerzett értesülések, és a források nem megfelelő ellenőrzése magyaráz.

Forrás: K.E. Rosengren, P. Arvidson, D. Sturesson (1978)
'The Barsebäck Panic', in C. Winick (ed.),
Deviance and Mass Media. Beverly Hills, CA, Sage.

fel, hogy már rég megszakadt a kapcsolatunk egy gyerekkori iskolatársunkkal, de azt tudjuk, hogy végül orvos lett belőle. És most, amikor gyerekünknek fáj a hasa, a családi orvosunk pedig nem veszi fel a telefont, hirtelen eszünkbe jut, mi lenne, ha előkerítenénk a régi ismerőst? Hiszen még mindig egy városban lakunk. Miért is ne hívnánk fel, elcsevegnénk egy kicsit a régi szép időkről, mintha a minket hajdan összekötő kapocs még mindig funkcionálna, és amikor eljön a megfelelő pillanat, akkor, csak úgy mellékesen, megkérdezhetnénk a vakbélgyulladás tüneteiről?

Bármilyen hasznosak is legyenek, azért arról sem szabad megfeledkezni, hogy a gyenge kötések gyakran valóban gyengék, több értelemben is. Gyengék, mivel (definíciójukból adódóan) nem az elsődleges csoportjaink (család, munkahelyi csoport) kommunikatív hálózatába vannak beágyazódva. Ezért néha egy gyenge kötés aktiválása hosszabb ideig is eltarthat. És gyengék abban az értelemben is, hogy gyakran egy specifikus funkcióhoz kötődnek. Nagyon ritkán jellemzi a gyenge kötéseket az a fajta multifunkcionalitás, ami például a barátok vagy rokonok szoros kapcsolatára épülő csoportokban a tagok közti kötésekkel jár.

Ismeretlen ismerősök – így nevezhetjük azokat az embereket, akikkel bár gyakran találkozunk, de közelebbről nem ismerjük őket, legtöbbször még a nevüket sem tudjuk. Sokan közülük a helyi nyilvánosság pozícióiban tevékenykednek: önkormányzati ügyintéző, a gyerek tanára, eladó a közeli boltban, pincér, felszolgálónő a presszóban, fodrász, buszvezető stb. Közös jellemzőjük, hogy rajtuk keresztül lehetőség nyílik sajátos, egyfunkciós gyenge kötések kialakulására. Ezek ereje abban áll, hogy esetenként nem csak egy-két felszínes mondat váltására adnak alkalmat, hanem – kritikus helyzetekben – akár komoly tanács forrásai is lehetnek.

A csoporton belüli és csoportok közötti gyenge kötések tehát a kommunikáció fontos eszközei, beleértve a nagy távolságot áthidaló kommunikációt is (lásd még a következő szakaszt). Szomorú tény, hogy bármennyire is szoros legyen a csoporttagok közti kapcsolat, előbb-utóbb minden csoport elenyészik. Különösen így van ez a barátok, kollegák, szomszédok kis, informális csoportja esetén. De olyan csoportok is vannak, melyek életképesebbnek bizonyulnak másoknál. A formálisan szerveződő csoportok – melyeket gyakran szervezetnek is nevezünk (vö. 5.1.) – általában tovább fennmaradnak, mint a kis, informális csoportok, és arra is akad példa, hogy egy szervezet több évszázadot is megér. Egy svéd nagyvállalat, a Stora (mely nemrégiben egyesült két másik vállalattal) a 10. századig tudja visszavezetni történetét. Két nagyon régi, hatalmas és magas szinten formalizált szervezet a római katolikus egyház és a görögkeleti ortodox egyház; az előbbi legalább 1500 éves múltra tekint vissza, az utóbbi 800–900 éves.

Mielőtt a következő fejezet témájára, a szervezeti kommunikáció tárgyalására térnénk, előbb röviden még bemutatjuk a kommunikáció egy újabb típusát: a közvetített individuális és csoportkommunikációt. (Ebben az esetben másféle közvetítettségről van szó, mint amit a „gyenge kötés ereje” iménti tárgyalása sugallhat.)

4.7. Közvetített individuális és csoportkommunikáció

4.7.1. BEVEZETÉS

A kommunikációt és a közlekedést tekintve az elmúlt mintegy másfél évszázad a „röghöz kötöttség" béklyóitól való megszabadulás időszaka volt. Manapság hadseregeket (tankokat, kórházakat stb.) lehet pár hét alatt egyik kontinensről a másikra szállítani. Vagy három, különböző kontinensen tartózkodó barát élő telekonferencia-beszélgetést folytathat egymással, az egyetlen korlátozást az időzónák közti különbség jelenti. A kommunikáció és a közlekedés fejlődése jószerével párhuzamosan haladt, részben azért, mert az árufuvarozást rendszerint információnak kell követni – információ nemcsak a fuvarozott áruról, hanem a szállítási módról, annak időtartamáról, valamint a fuvarozási folyamat pillanatnyi állásáról egy adott időpontban. Korábban az információtovábbítás egybeesett az emberek és/vagy az áruk szállításával. Évezredeken át gyalogos vándorok, lomha ökrösszekerek, sebesen vágtázó futárok népesítették be Afrika, Amerika és Eurázsia útjait és ösvényeit. Zarándokok gyalogoltak messzi tájak templomaihoz (pl. Eleusziszba, Delphoiba, Jeruzsálembe, Rómába, Mekkába és Medinába, Kyotoba, a Moszkva melletti Szergijev Poszadba, a franciaországi Lourdesba, Santiago de Compostelába Spanyolországban, a norvégiai Nidarosba és más helyekre). Aztán újra útra keltek és hazagyalogoltak – már ha útközben meg nem haltak. Még a fontosabb információk esetében is hetekre és hónapokra volt szükség, hogy a távoli végekről eljusson a hír egy birodalom igazgatási központjába. Az emberek évszázadokon keresztül dolgoztak gyorsabb közlekedési eszközök kifejlesztésén. Talán a gyors vitorláshajók jelentették a fejlődés csúcspontját, illetve a tizenkilencedik század közepe táján az Egyesült Államokban útnak indított Pony Express – mely utóbbi a gőzmozdony és a vasút megjelenésével aztán hamarosan idejétmúlttá is vált. A későbbiek folyamán a szállítás és a kommunikáció eszközei kölcsönösen egymástól függővé és egymást kiegészítővé váltak. Jó példa erre a vasútvonalakkal párhuzamosan futó távíró- és telefonvonalak rendszere.

Amikor éppen nincs időnk vagy valami másért nem tudunk személyesen megkeresni valakit, még mindig ott a telefon.

4.7.2. TELEFONOS KOMMUNIKÁCIÓ

A telefon technológiája a tizenkilencedik század végének szülötte, de azóta is folyamatosan fejlődik. Míg eredetileg a telefon teljes mértékben szinkronikus (azaz két ember egyidejű jelenlétéhez kötött) médium volt, az üzenetrögzítő feltalálása nyomán a bejövő üzenetek számára folyamatosan elérhetővé váltunk; azaz a telefon ma már egyszerre szinkronikus és aszinkronikus

kommunikációs eszköz. Továbbá az üzenetrögzítő által lehetővé tett szűrő funkció segítségével egyszerre vagyunk elérhetőek is meg nem is, mintha csak saját személyi titkárunk lenne. Egyre több az olyan hívószám-kijelzővel (vagy külön csatlakoztatható szerkentyűvel) ellátott telefon, mely lehetővé teszi a hívó fél azonosítását anélkül, hogy beszélnünk kellene vele. A mobiltelefon szintén mindig elérhetővé tesz bennünket, függetlenül attól, hogy éppen hol vagyunk.

A telefon mindig is a kapcsolattartás hatékony eszköze volt – ha szemtől szembe nem is, de legalább „fültől fülig". Ezért gyorsan jó „családi eszközzé" vált, a közvetlen kapcsolattartás kiegészítője, pótléka vagy helyettesítője lett. A fontos családi eseményeket (születés, halál, betegség, új munkahely vagy éppen a régi elvesztése, váratlan utazás stb.) még ma is gyakran a hagyományos, az intim beszélgetést is lehetővé tevő, telefonon keresztül közöljük egymással. Azokban a családokban, ahol a család egyik tagja hosszabb időre távol kerül otthonától, a telefon a kapcsolattartás természetes közege. Közeli és távoli rokonok és barátok számára a telefon mindig a társas kapcsolattartás eszköze volt. Egy „telefonos látogatás" nagyjából ugyanazokon a lépéseken megy keresztül, mint egy valódi látogatás.

Napjainkban, amikor a válások következtében sok család felbomlik, a telefon a kapcsolattartás szükséges eszközévé vált. Ilyen helyzetekben a telefon és az autó kiegészítik egymást oly módon, hogy mindkettő segítségével nagy távolságokat lehet áthidalni. Egy nemrégiben végzett francia vizsgálat kimutatta, hogy a helyi telefonhívások egy jelentős része a geográfiai mobilitással van kapcsolatban: a telefon helyettesíti helyváltoztatásunkat, generálja és szervezi jövés-menésünket.

A telefonos modem segítségével otthonunkból rácsatlakozhatunk az internetre, e-mailt küldhetünk egyik számítógépről a másikra (lásd 7.7.). Ez a fejlődés növeli az otthonról végezhető távmunka lehetőségét még olyan munkakörökben is, ahol korábban elengedhetetlen volt a személyes munkahelyi jelenlét. A fax készülékek további segítséget jelentenek az ilyen szituációkban. Összességében tehát tovább zsugorodik a térbeli és időbeli távolság jelentősége (melyet a tizenkilencedik században a vonatok és a távíró megjelenése hasonló módon csökkentett, illetve csökkent még ma is).

Természetesen az életkor és a társadalmi pozíció befolyással van telefonhasználati szokásainkra, és arra, hogy milyen a viselkedésünk más kommunikációs eszközzel kapcsolatban. Az egyedülállóak másoknál gyakrabban telefonálnak. Különösen fontossá válhat a betegség vagy más miatt elszigetelt emberek életében. Természetesen nem csak ők az intenzív telefonhasználók. Egy nemrégiben végzett francia kutatás szerint fiatalok szoros baráti csoportjaiban olykor a mobiltelefon már-már kényszeres használata figyelhető meg – mintha mindig tudniuk kellene, hogy a csoport többi tagja mit csinál a nap minden egyes percében. Formalizáltabb, szakmai hálózatok is gyakran használják a telefont félig hivatalos értekezletek lefolytatására, olykor videokonferenciával kibővítve. Ezt a technikát ma már egészen odáig fejlesztették, hogy már ún. távolsági műtéteket is végeznek vele: egy orvosspecialista

például aktívan részt vehet egy másik kórházban végzett műtét lebonyolításában. Általában véve azonban inkább azt mondhatjuk, hogy a telefonon bonyolított csoportos értekezleteket ma már az internetes kommunikáció egészíti ki, s olykor ki is szorítja (lásd a következő szakaszt).

Végül pedig meg kell említeni a telefon mint *kereskedelmi* médium fontosságát: számtalan üzletet kötnek telefonon keresztül. Emellett bizonyos sztenderdizált termékek kiskereskedelmi értékesítésére is használják, beleértve egyéb kommunikációs eszközöket is (könyvek, folyóiratok, újságok). Franciaországban minden telefon-előfizetővel rendelkező háztartás egy olyan – a telefon és egy kis számítógép kombinációjával kialakított – *Minitel* nevű szerkezetet kapott ingyen, amely így sokak számára elérhetővé tett néhány sztenderdizált szolgáltatást (jegyrendelés és -vásárlás, tudakozó stb.) Hasonló szolgáltatások ma már több országban elterjedtek; ezeken keresztül olykor arra is van mód, hogy enyhébb típusú betegségek esetén egy előre felvett tájékoztatót hallgasson meg a beteg.

4.7.3. INDIVIDUÁLIS KOMMUNIKÁCIÓ SZÁMÍTÓGÉP SEGÍTSÉGÉVEL

Az imént említett telefon-számítógép alapú fejlesztésekkel párhuzamosan a számítógépek között közvetlen és közvetített kommunikáción keresztül zajló egyéni és csoportkommunikáció még gyorsabb ütemben fejlődik. A számítógépek közti kommunikáció mindig is lehetséges volt. Majd fokozatosan kialakultak a számítógépes kommunikáció többé-kevésbé formalizált hálózatai. Amit ma internetnek hívunk, az az 1960-as évektől kezdve egy hosszú és komplex folyamat során fejlődött ki több egyesült államokbeli számítógép-hálózatból. Mai nevét 1990-ben kapta. Az internet tulajdonképpen nagy számítógépek olyan nyílt hálózata, melyben a hálózatot alkotó gépek mindegyike egy újabb hálózat központját alkotja. A csatlakozáshoz mindössze egy ún. protokolnak nevezett közös kommunikációs szabványt kell követni (lásd a 124. oldalon található keretes írást).

Az internet alapeleme tehát a számítógép – egy eredetileg számológépnek indult szerkezet a kommunikáció eszköze lett. Az internet pedig, melyet kezdetben katonai és/vagy kutatási feladatokra találtak ki, a közszolgálat közegévé alakult át (lásd 7.7.). Az Internet hihetetlen ütemben növekszik (évente 100%-kal); mérete minden évben megduplázódik. Pillanatnyilag ez jelenti annak a sorozatnak a legújabb állomását, ami a levéllel kezdődött el, majd folytatódott a könyvekkel, a folyóiratokkal és az újságokkal, később pedig a mozival, a rádióval, televízióval és a videóval. Az interneten keresztül más médiumok is elérhetőek, hiszen hozzáférést biztosít elektronikus szövegek, képek, programok, múzeumok, könyvtárak stb. minden elképzelhető kombinációjához. Emellett mindannyiunk számára a személyközi kommunikáció hatékony közege is egyben. Ezért nevezhetjük „személyközi „tömegmédiumnak”, egy olyan médiumnak, mely *„virtuális közösségeket”* hoz létre.

1998-ban a *Computer Industry Almanac* becslése szerint mintegy 150 millió internethasználó volt az egész világon (főként az indusztriális és posztindusztriális országokban koncentrálódva). Ez rengeteg embert jelent, de a föld össznépességének csak kis százalékát teszi ki.

1993-ban létrejött a világháló (*world wide web* – www vagy egyszerűen csak *web*): ún. gazdagépek [host computer] hálózata, melyek „ugyanazt a nyelvet" (egy szöveg-, kép- és hangtovábbításra alkalmas hypertext programot: *hypertext transfer protocol,* http) beszélik. 1995-ben mintegy 300 – vállalatokat, hatóságokat, szervezeteket és magánszemélyeket megjelenítő – honlappal ez lett kategóriájában az uralkodó program. Egy éven belül 4 millióra nőtt a www oldalak száma, s a növekedés azóta is tart.

Nem csoda, hogy a világháló térhódításával egyidejűleg szinte azonnal megjelentek az olyan weboldalakat olvasó programok, mint például a Netscape vagy a Mosaic. Az óriásira duzzadt információmennyiség hamarosan szükségessé tette az ún. *kereső motorokat* [search engine], mint például a Lycos (www.lycos.com).

A világháló emellett valós idejű *„csevegésre"* vagy *chatelésre* is lehetőséget nyújt; ismerősök és ismeretlenek között csakúgy, mint viszonylag jól ismert személyekből álló csoportokban. A csevegés feltehetőleg az egyének által leggyakrabban használt webfunkció. A résztvevők nagyszámú chatoldal közül választhatnak, ahol gyakran szellemes és/vagy megbotránkoztató álnevek mögé rejtőzve jelenhetnek meg. Az ilyen oldalak egy speciális formája a MUD (Multi-User Dungeon, többfelhasználós barlang), azaz hálózati

INTERNETPROTOKOLLOK

A kommunikációs protokoll a számítógépek egymásközti információcseréjét irányító szabályrendszer. [...] Az Internetprotokollok széles körű szabványosodása meglehetősen szokatlan módon történt. Ellentétben [...] az International Standards Organization (ISO) által kidolgozott protokollokkal, nem rendelkeztek egy nemzetközileg elismert szabványhivatal jóváhagyásával. A kereskedelmi jellegű hálózati protokolloktól eltérően [...] nem állt mögöttük egy nagyvállalat marketing erőforrása, és tervezésük sem egy konkrét kereskedelmi cég hardware-jéhez idomult. Ehelyett az amerikai kormány által pénzelt kutatók fejlesztették ki, később pedig ingyenesen hozzáférhetővé tették bárki számára, aki csak használni akarta. Más szóval *nyitott szabvány* lett belőlük. Ismétlődések sorozatán keresztül fejlesztették ki őket, majd idővel egy pénzügyi érdekeltségektől mentes folyamat során kerültek jóváhagyásra. Mindez egy olyan minőségi és ingyenes termék létrejöttét eredményezte, melyet az emberek használni akartak.

Némileg ironikus fordulat, hogy a több milliónyi ember szabad választása az általánosan használt Internetprotokollok sokkal általánosabb elterjedését eredményezte, mint bármely központi megbízással létrehozott alternatív megoldás. [...]

Forrás: S.E. Gillet, M. Kapor (1997)
'The self-governing Internet: coordination by design', in B. Kahin, J.H. Keller (eds),
Coordinating the Internet. Cambridge, MA, The MIT Press. pp. 8-9.

interperszonális és csoportos interakciók „virtuálisa valóságának" helyet adó weboldal. A MUD-oknak számos olyan jellemzőjük van, melyekkel a valódi helyek is rendelkeznek; alapvető különbözőségük azonban, hogy a hagyományos valóságban nem létező, új társas jelenségeket eredményezhet (lásd az oldal alján található keretes írást).

A világhálót reklámozásra is használják, s ilyen értelemben a szaknévsorokat tartalmazó telefonkönyvekhez *(Yellow Pages)* hasonlít. Egy keresőprogram segítségével gyakorlatilag mindent meg tudunk vásárolni, amit egyáltalán meg lehet. Természetesen a vásárolt áru szállítása, hacsak nem elektronikus termékről van szó, még mindig postai úton történik. Számos

MUD

A MUD olyan sokrésztvevős, a felhasználók által bővíthető hálózati rendszer, mely többnyire az interneten – e többezer oktatási, kutatási és kereskedelmi intézményt összekapcsoló nemzetközi hálózaton – található. A MUD használatához nincs szükség a virtuális valósággal kapcsolatban megszokott kellékekre. Itt nem kell 3D szemüveg, sem kesztyű, sem speciális szenzoros öltöny. A MUD interface teljes mértékben szöveges, így egy egyszerűbb számítógép segítségével is beléphetünk a MUD virtuális világába. A virtuális valóság érzékelésére (látás, hallás, érintés) általában használt bonyolult eszközök helyett a MUD-rendszerek használóinak virtuális helyszínek szöveges leírásai állnak rendelkezésre. [...] Száz meg száz ilyen típusú program fut egyidejűleg az interneten, melyek mindegyike egy más virtuális környezetet ír le. A név maga, MUD, ma már általában jelöli a szöveg alapú virtuális világrendszerek osztályát; a korábbi Multi-User Dungeon (többfelhasználós barlang) kifejezést pedig felváltotta a jóval általánosabb Multi-User Dimension vagy Multi-User-Domain név.

Forrás: E. Reid (1995) 'Virtual worlds: culture and imagination', in S.G. Jones (ed.), *Cybersociety. Computer-Mediated Communication and Community.* Thousand Oaks, CA, Sage.

A MUD (multi-user dungeon, multi-user dimension) olyan hálózati virtuális valóság, mely egy teljes mértékben szöveges interface-re alapul. A résztvevők saját számítógépes állomásaikon keresztül lépnek be a MUD-ba. Mivel szöveg alapú, a MUD a régi rádiókhoz hasonlít: az ember megkapja egy színhely szöveges leírását, és ennek alapján megpróbálja elképzelni, hogy az hogy nézhet ki. A szöveg egy kitalált helyet ír le. Minden résztvevő külön karakterrel rendelkezik, és a cselekményt teljes mértékben a résztvevők – majdnem teljesen valós idejű, csak a gépelési gyorsaság által limitált – interakciója hozza létre, illetve alakítja. Tehát a MUD *társas* (és nem pedig *magányos*) világokat jelent.

A MUD mint virtuális gyülekezőhely a valóságos gyülekezőhelyek számos társas jellemzőjével rendelkezik, de ugyanakkor azoktól eltérő tulajdonságokat is találhatunk. Ezek a társas jelenségek olyan új formáit eredményezik, melyekkel a valóságban nem nagyon találkozunk.

Forrás: P. Curtis (1996) 'Mudding: social phenomena in text-based virtual realities', in M. Stefik (ed.) *Internet Dreams. Archetypes, Myths and Metaphors.* Cambridge, MA, and London, The MIT Press.

hatóság is elérhető az interneten keresztül, és így például az ilyen-olyan engedélyekhez szükséges formanyomtatványokat közvetlenül otthoni számítógépeinkre kérhetjük.

Már számos országos postai vállalat érzékelte ezeknek a változásoknak a hatását, és ennek megfelelően átstrukturálta tevékenységét (azaz a korábbi levélforgalom helyett most a csomagküldésre összpontosítanak). Közülük sokan önálló internetes oldalt is felállítottak, ahol különböző elektronikus szolgáltatásokat ajánlanak ügyfeleik számára. Hosszútávon az ilyen típusú tendenciák a kiskereskedelemre is minden bizonnyal kihatással lesznek ahhoz hasonlóan, ahogy például az e-mail is megváltoztatta bizonyos irodai munkák végzésének módját: az otthonukban távmunkát végző alkalmazottak száma ma már számottevő, s úgy tűnik, ez a következő évtizedekben csak emelkedni fog. Történetileg a munkavégzésnek ez az újfajta módja a hajdani kézművesek gyakorlatával rokonítható, akik többé-kevésbé befejezett késztermékeket szállítottak közvetítőknek, ipari üzemeknek stb. A munkafázisoknak ilyen típusú kihelyezési rendszere elterjedt gyakorlat volt – a világ különböző helyein eltérő időpontokban zajló – a merkantilizmusból az indusztrializmusba való átmenet időszaka alatt.

Végezetül azonban nem szabad megfeledkeznünk arról, hogy a számos új médium megjelenése nem jelenti a kommunikáció régebbi médiumainak kipusztulását. Minden új médium megjelenésével a régebbiek megtalálják a módját annak, hogy alkalmazkodjanak. A kőbevésett írás a mai napig nem tűnt el, gondoljunk csak a sírkövekre. Egyes fontos, pecsétes borítékba zárt iratokat még a diplomáciai futárok ma is személyesen kézbesítenek. És még mindig ugyanúgy firkálunk a falakra, mint az ókori rómaiak. A szerelmesek pedig mindig annak fognak igazán örülni, ha kedvesük hangja közvetlenül közelükben szólal meg.

Ötödik fejezet

A szervezeti kommunikáció

5.1. Szervezetek, csoportok és hálózatok: bevezetés

Legtöbbünk aktív szerepet vállal valamilyen szervezetben, tagja egy másiknak. Másfelől, mindannyian különböző szervezetek (hatóságok, vállalatok, cégek, szakszervezetek, klubok és hasonlók) érdekeltségébe tartozunk. Ebbe azonban ritkán gondolunk bele – meglétüket többé-kevésbé adottnak vesszük. Pedig szerfölött bonyolult struktúrákról van szó (vö. a 128. oldalon található keretes írást). A szervezet fogalmának és jelenségének megértésében segítségünkre lehet, ha felidézzük, amit a csoport fogalmának definíciója kapcsán korábban mondtunk.

A 4.4.1. szakaszban az emberi csoport fogalmát a következőképpen határoztuk meg:

- *néhány egyén* (maximum 12–20 fő), akik
- implicit vagy explicit módon megfogalmazott *célra* épülő
- *közös identitással* [joint identity] rendelkeznek, és akik
- az informális vagy részlegesen formális vezetést is meghatározó,
- többé-kevésbé informális *struktúrába* rendeződnek.

Azt is hozzátettük, hogy a csoportkommunikáció történhet (a) a csoporton belül csakúgy, mint (b) a csoport és a társadalmi környezet között (amelybe beletartoznak természetesen egyének, más csoportok, szervezetek és a társadalom egésze is). Ez a definíció jó kiindulópontul szolgálhat a szervezet és a szervezeti kommunikáció fogalmának meghatározásához.

A csoportot tehát olyan társas struktúraként határoztuk meg, mint amelyet néhány *egyén* tulajdonságai és a köztük zajló interakciók konstituálnak. Egy szervezet pedig

> egymással többé-kevésbé összefüggő *pozíciók* közti viszonyokkal meghatározható társas struktúra, melyben az egyes pozíciókhoz tartozó egyéneknek a pozíciók által többé vagy kevésbé világosan definiált *társas szerepeket* kell eljátszaniuk.

A *szervezetet* tehát tekinthetjük olyan speciális csoportnak, amely rendelkezik a következőkkel:

- egy formalizált, többé-kevésbé hierarchikus kommunikációs struktúrával,
- egy világosan megfogalmazott és többnyire alapító okiratban is rögzített céllal (vö. 2.5.), valamint
- egy egységes eljárásrenddel, mely a csatlakozás és a kizárás, a döntéshozatal, a szervezet és környezete közti kommunikáció stb. módját szabályozza.

A szervezetek gyakran – más kisebb vagy nagyobb társadalmi egységek (csoportok, társadalmak, nemzetek stb.) határain átnyúlva – multinacionális és multikulturális egységeket hoznak létre. Leegyszerűsítve azt mondhatjuk, hogy egy csoport esetében az *egyének* (és sajátosságaik) definiálják saját pozíciójukat és az ahhoz kapcsolódó szerepeket; a szervezetekben azonban a *pozíciók* szabják meg azokat a sajátosságokat, amelyekkel az adott pozíció által meghatározott szerepet betöltő személynek rendelkeznie kell (vagy legalábbis kívánatos, hogy rendelkezzék velük). Ilyen értelemben – bár többnyire nem így gondolkodunk róla – valójában a hagyományos család is szervezetnek számít:

- *célját* az egyházi vagy a polgári házasságkötés szertartása, a szokásjog és az általánosan elfogadott erkölcsi normák fogalmazzák meg;
- *struktúráját* olyan pozíciók és társas szerepek alkotják, melyek az őket betöltő személyektől specifikus jellemzőket kívánnak meg: feleség és férj, anya, apa, gyerekek (kiterjedt családokban még: nagyszülők, unokák, unokatestvérek, a házastárs rokonai);

EGY KÜLÖNÖS GÉPEZET: A SZERVEZET

Képzeljünk el egy olyan gépet, melynek alkatrészei minden este vagy minden egyes alkalommal, amikor a gép leáll, egyszerűen fogják magukat és távoznak, hogy aztán a gép újraindulásakor megint visszatérjenek. Előfordulhat, hogy távollétük közben akár még meg is változnak valamennyire. A szervezet olyan kirakós játék, amit újra és újra össze kell rakni. Az emberi alkatrészeket nem lehet mindörökre rögzíteni; nem lehet őket egymáshoz ragasztani, lecsavarozni vagy műanyag lapocskákba beleégetni, mintha egy integrált áramkör részei lennének.

Mivel a szervezet alkatrészei nincsenek véglegesen összerakva, minden szervezetet bizonyos fokú sérülékenység jellemez. Azt, hogy mit jelent a részek állandóan ismétlődő összeszerelése, a szervezet tagjainak különböző függőségi viszonyain keresztül érthetjük meg: egyrészt függenek a kérdéses szervezettől, másrészt viszont társadalmi környezetük egyéb olyan szervezeteitől is, ahol idejük egy részét töltik. Egy szervezet összeszereltsége tehát a szervezeten belül ható centripetális és a környezetben érvényesülő centrifugális erők által keltett feszültégben fogható meg. Emellett még a környezetben is hathatnak olyan centripetális erők, melyek hozzájárulnak a szervezet stabilitásához.

Forrás: Ahrne, G. (1994) *Social Organizations*. London: Sage, 88.

- új tagokkal való *bővülését* az erkölcsi szokások és a hatályos családjogi törvények határozzák meg;
- *kommunikációs struktúráját* nagymértékben a hagyományos erkölcsi értelemben vett formális struktúra határozza meg.

A józan ész azonban azt sugallja, hogy a család nem szervezet, és ezúttal mi is inkább ezt a felfogást követjük a szigorúan elméleti megfontolásokkal szemben (lásd 2.5. és 4.4.1. szakaszokat). Ezt a döntést az is befolyásolja, hogy egyre inkább növekszik a minden hivatalos szertartás nélkül létrejövő élettársi együttélés gyakorisága – így a fent ismertetett kritériumok egy része kezd idejemúlttá válni.

Általános definíciónk számos, egymástól nagymértékben különböző szervezetre érvényes. Az évszázadok óta létező csoport- és szervezettípusok mellett (hagyományos család vagy olyan nagy hagyománnyal rendelkező, hosszú múltra visszatekintő szervezetek, mint a katolikus egyház) a 19. és 20. században a szervezetek fajtáinak és számának rohamos mértékű növekedése következett be.

Továbbá megfigyelhető egy sajátos szervezettípus, a nagy, komoly befolyással rendelkező szervezetek számának emelkedése is. Ezek csak pár évtizede, legfeljebb egy évszázada állnak fenn, s a társadalom összes szektorában megtalálhatóak. Kiterjedésüket tekintve némelyikük országos, némelyikük pedig a szó valódi értelemében nemzetközi, vagy legalábbis szoros nemzetközi kapcsolatokkal rendelkezik, azonban minden esetben egy *több szervezetet összefogó szervezetről* van szó. Az ilyen szervezetekből álló szervezetekben a hagyományos szervezetben az egyén által betöltött szerepet természetesen az egyes szervezetek veszik át. Ezeknek az átfogó szervezetnek egy jelentős része nemzetközi organizáció (vö. 7.4.3.).

E szervezettípus térnyerése egyszerre jelzi az emberi társadalom növekvő komplexitását csakúgy, mint a fokozódó internacionalizálódást, amely mindannyiunk életét áthatja.

A nemzetközi átfogó szervezetek közül az Egyesült Nemzetek Szervezete a legismertebb: a ma körülbelül 170 tagot számláló, nemzetállamokból álló szervezet 1945-ben alakult.

Sok más, nemzetközi szintű, több szervezet tevékenységét összefogó szervezet létezik, melyek egymástól nagymértékben különböznek, például:

- Nemzetközi Távközlési Unió – International Telecommunication Union (1932 óta; elődje, a Nemzetközi Telegráfiai Uniót [International Telegraphic Union, ITU] 1868-ban alapították);
- Nemzetközi Labdarúgó Szövetség – Fédération Internationale de Football Associations, FIFA (alapítva 1904-ben);
- Nemzetközi Munkaügyi Szervezet – International Labor Organization, ILO (alapítva 1946-ban);
- Világbank (Nemzetközi Újjáépítési és Fejlesztési Bank – International Bank for Reconstruction and Development, World Bank (alapítva 1946-ban).

A Világbank ugyanakkor maga is egy átfogó szervezet, a Világbank Csoport tagja, melybe beletartozik még a Nemzetközi Pénzügyi Társaság (International Finance Corporation, IFC) és a Nemzetközi Fejlesztési Társaság (International Development Association, IDA) is.

A szervezeti kommunikációról szóló fejezetünk bevezető szakasza végén még meg kell említeni az informális csoportok és a formális szervezetek között elhelyezkedő, átmeneti jellegű formációkat, az ún. *hálózatokat* (vö. 2.5., 4.7.3. és 7.7.). Bár a hálózatok konceptualizációja és az ennek megfelelő terminológia nem egészen világos, általában úgy tartják, hogy a hálózatok közelebb állnak a csoportokhoz, mint a formális szervezetekhez. A kifejezést olykor olyan csoportokra használják, amelyben a résztvevő személyek földrajzi értelemben távol vannak egymástól, és egymással a kapcsolatot közvetített kommunikációban tartják fenn (levél, telefon, e-mail stb.). A hálózatok többnyire nélkülözik a formális döntési eljárásokat, így a szó szoros értelmében nem tudnak formális döntéseket hozni. Ugyanakkor vannak meglehetősen nagyra nőtt és befolyásos hálózatok is; az ún. „old boys club"-ok tagjai olykor a lehető legkülönbözőbb pozíciókban találhatóak.

A 4.4. szakaszban tárgyalt szociogramok egyének viszonylag kicsiny hálózatának absztrakt modelljeiként foghatók fel. A közlekedés és a számítógépesített kommunikáció fejlődése az igen nagy hálózatok növekedésének az ösztönzője. Az ilyen nagy hálózatokon belül és hálózatok között folyó kommunikáció *per definitionem* közvetített, amelynek elsődleges közegét manapság a hálózatba kapcsolt számítógépek alkotják. Ugyanakkor a különböző számítógépes technológiák felbecsülhetetlenül nagy segítséget adnak a különösen nagy, földrajzilag kiterjedt – szervezeteken belüli, illetve szervezetek közti – hálózatokban zajló kommunikáció elemzéséhez is; olyannyira, hogy a hálózati kommunikáció vizsgált eseteinek adatait is maguk a számítógépek szolgáltatják. Ennek következtében a hagyományos szociometria (lásd 4.4.1.) ma már a gyakran *kommunikációs hálózatelemzésnek* nevezett hatalmas kutatási terület egy speciális részének tekinthető. Ahogy a név is utal rá, ez a kutatási irányzat közvetlenül a hálózatok kommunikatív aspektusaira koncentrál.

Röviden tehát ennyiben foglalhatjuk össze a *csoport,* a *szervezet* és a *hálózat* fogalmát, remélhetőleg a felsorolt konkrét példák segítettek a definíciók értelmezésében. A valóságban azonban – a viszonylag takarosan kidolgozott elméleteinkhez képest mindig sokkal elmaszatoltabb valóságban – nem találunk ilyen éles határokat csoport és szervezet között. Számos szervezet eredendően csoportként indul; másfelől minden formális szervezeten belül vannak baráti vagy egyéb személyes viszonyokra alapuló informális csoportok, melyeket a hasonlóság, közelség, személyes preferenciák, szerelmi viszonyok, közös érdekek vagy közös ellenségek stb. hívnak életre.

Hasonló módon a szerepek és az azokat betöltő személyek sem választhatóak el élesen egymástól. A szerepek formálják az egyént és vice versa. E kettőséget Göran Ahrne svéd szervezetszociológus 1994-es *Social Organizations* című könyvében (melyből a 128. oldalon található keretes írás is

származik) a következő érzékletes hasonlattal írja le: egy szervezet tagjaként mindannyian *kentaurok* vagyunk, azaz egyszerre individuumok és „szervezeti emberek".

A kentaur a mítoszok világának teremtménye: félig ember, félig ló. A kérdés már most csak az, hogy az ún. „szervezeti ember" a kentaur melyik felének felel meg. (A kifejezés eredetileg William H. Whyte, Jr. amerikai szociológus 1956-ban megjelent könyvének címéből származik.) Ezeket a kérdéseket a 81. oldalon található 3.3. ábra kauzális modellje segítségével valamivel pontosabban tudjuk kifejezni. Az „egyéni jellemzők" mező felől mutató nyíl jelzi az individuumot, az „egyén pozíciója" mező felől mutató nyilat pedig felfoghatjuk úgy is, mint ami (többek közt) a *szervezeti embert* szimbolizálja.

5.2. Szervezet és szervezeti kommunikáció: néhány történelmi példa

Mózes harmadik könyve (i. e. 1200 körül) leírja, hogy Izrael népének az ígéret földje, Kánaán felé tartó és viszontagságokkal teli vándorlása során Mózesnek hogyan kellett megszerveznie az igazságszolgáltatás bürokratikus rendszerét, hogy a felmerülő nehézségek okozta vitákat és panaszokat kezelni tudja. Persze nem Mózes volt az első, aki felismerte a problémát és annak megoldását. Hozzávetőleg egy évezreddel vagy talán még korábban, Egyiptomban valaki (vagy valakik) *Ptahhotep intelmei* címmel kézikönyvet állított(ak) össze, mely a hivatali ügyek kezelésére vonatkozóan is tartalmazott tanácsokat.

A formális szervezetek története legalább a kisebb földművelő közösségekből kialakult első nagy folyamvölgyi államok létrejöttéig nyúlik vissza (lásd 2.3.). Az öntözőrendszerek koordinálása nagyfokú formális szervezettséget követelt meg. Hasonló szervezettségre volt szükség az adó – a kisebb-nagyobb földművelő közösségek által megtermelt gabonákból és egyéb mezőgazdasági termékekből származó többlet – begyűjtéséhez és újraelosztásához. Nyilvánvaló, hogy a négy és fél ezer évvel ezelőtt épült, máig lenyűgöző hatalmas egyiptomi piramisok, amelyek az ember által valaha létrehozott legnagyszerűbb építmények közé tartoznak, sem jöhettek volna létre egy nagyszámú, egymással együttműködő (olykor egymással vetélkedő) szervezetből álló komplex rendszer nélkül, melyen belül minden egyes szervezet jól elhatárolt feladatokra specializálódott, például:

- a populáció életfeltételeinek és engedelmességének biztosítása,
- a Nílus hatalmas vízkészletének szabályozása és elosztása,
- az óriási mennyiségű gabonakészletek szétosztása kis- és nagyvásárlóknak, valamint a fogyasztóknak,
- az adók beszedése termény és pénz formájában,
- általános könyvvitel,

- a folyamvölgyi állam védelme a külső és belső ellenséggel szemben,
- az összes itt felsorolt tevékenység fenntartásához szükséges hatalmas vagyonbeli és hatalmi különbségek igazolására szolgáló ideológiák és mitológiák gyártása,
- a fenti, átfogó szervezeti mintákból és igényekből fakadó megszámlálhatatlan egyéb, még specifikusabb feladat ellátása (beleértve például a piramisok építését).

A szervezetekre tehát a „kultúra kereke" (lásd 3.2.) minden szektorában és mindig is szükség volt, van és lesz:
- a termelés és a szállítás/közlekedés biztosítására,
- technikai és adminisztratív,
- politikai és katonai,
- ideológiai és vallási, valamint
- művészi és más többé-kevésbé tisztán szimbolikus megfontolásokból.

Ezek a szükségletek a kezdetektől velünk vannak – az egyiptomi fáraók vagy a Kínai Nagy Fal építtetője, Shi Huangdi császár (kb. i.e. 200 körül) csak egy példa a sok közül. (A Nagy Falat valójában Shi Huangdi uralkodását megelőzően és azt követően is hosszú ideig építették, illetőleg egyes lerombolt részeit újjá is kellett építeni.) Évszázadokon, évezredeken át kis és nagy szervezetek szerte a világon különböző, de alapjaiban azért megegyező módokon próbálták a fentebb felsorolt szükségleteket kielégíteni.

A kultúra kereke *normatív* orientációjú szektorai (vallás és politika) nagyon hamar kifejlesztették a maguk többé-kevésbé racionálisan szervezett hivatali gépezetét (papi szervezetek, kormányzati hivatalok), melyeket gyakran a kölcsönös együttműködés és/vagy versengés jellemez. Az *instrumentális* orientációjú szektorok (gazdaság, technológia) is korán létrehozták hivatali intézményeiket: céheket, ipartestületeket, többé-kevésbé jól szervezett szövetségeket stb. A középkor végén, a mai Észak-Németország gazdaságilag prosperáló városainak néhány kereskedőháza létrehozott egy komoly hatalommal rendelkező, együttműködésre épülő szervezetet, a Hanza-szövetséget. Virágzása tetőpontján, a 15. század végén és a 16. század elején a baltitengeri kereskedelem teljes mértékben a Hanza felügyelete alatt állt, ezáltal befolyást gyakorolva a régió félig-meddig iparosodott kézműves tevékenységére is. Jóllehet, ebben az időben még nem létezett a szervezet- és szervezeti kommunikációelmélet, a kitartó kézművesek, üzletemberek és városi politikusok kétségtelenül tudták, mit csinálnak. Olyannyira, hogy a Hanza-szövetség kellőképpen meg tudott erősödni ahhoz, hogy a Baltikumban ez idő tájt formálódó nemzetállamokkal szövetségre lépjen vagy éppen háborúzzon. A Hanza tehát annak a szervezettípusnak egy korai példája, amit ma BINGO-nak (lásd 7.3.) nevezünk.

A *kognitív* orientációjú szektorok (természet- és humán tudományok) a bürokrácia más típusai nyomdokain haladva mindenhol felajánlották szolgálataikat, ahol csak szükség volt rájuk, és/vagy ahol ezt igényelték. Az első

európai típusú egyetemek a 12. században jöttek létre, míg a társadalom kifejezetten expresszív szektorai (művészetek, irodalom) általában később hozták létre bürokratikus szervezeteiket. Számos képzőművészeti iskola és akadémia gyökerei a reneszánsz kori Itáliában nyúlnak; a leghíresebb művészeti hivatal talán a *L'Académie Française* volt a 17. században, melyet világszerte számos hasonló intézmény alapítása követett. A Svéd Királyi Akadémia, amely 1901 óta az irodalmi és tudományos Nobel-díjakat ítéli oda (lásd 7.6.), a 18. században jött létre. [Az egyetemek és az akadémiák tiszteletreméltó családfával rendelkeznek, hiszen gyökereik egészen egy, az ókori Athén közelében található ligetig nyúlnak vissza. Itt állt az akadémeia, ahol a hagyomány szerint Platón (i. e. 427–357) tanított.]

A gördülékenyen működő szervezetek pozitív funkcióit gyakran a bűnözők is kihasználják, hogy ezáltal ők is részesüljenek ugyanazokban az instrumentális előnyökben, melyekre a törvényes szervezetek is támaszkodnak – valamint azért, hogy minimalizálják a lebukás veszélyét, ha pedig ez mégis bekövetkezne, elkerüljék a teljes összeomlást. Egyes esetekben a titkolózást a végletekig fokozzák: a szervezet vagy a szervezet bizonyos részeinek a *puszta létét* is titokban tartják, hiszen ellenkező esetben a szervezet kevésbé lenne alkalmas feladata ellátására. Ugyanezen oknál fogva a titkolózás elvét nemcsak a társadalommal szemben, hanem gyakran a szervezeten belül is alkalmazzák, így előfordulhat, hogy a szervezet egyik része semmit sem tud a szervezet egy másik egységének létezéséről. No és persze a titkolózás arra is jó, hogy egyébként komolytalan szervezetek ily módon próbáljanak fontosnak látszani.

A szervezett bűnözés minden bizonnyal legismertebb példája, a szicíliai maffia (La Cosa Nostra) évszázadokon át komoly részesedéssel rendelkezett az olyan tradicionálisan állami monopóliumokból, mint az adóztatás és az erőszak alkalmazása. Valószínűleg a maffia létének egyik oka éppen az, hogy hosszú történelme során Szicília olyan sok államhoz tartozott, hogy az egyébként legitim államhatalommal szemben erős bizalmatlanság alakult ki. A „maffia" szó általános, a szervezett bűnözés különböző fajtáit jelölő kifejezésként is használatos. Az amerikai maffia, melyre jócskán hatással volt a szicíliai maffia is, főként az 1920-as évek végén és az 1930-as elején, a szesztilalom időszakában virágzott. A maffiánál lényegesen civilizáltabb, bár kevésbé jelentős titkos társaságok akadnak még szép számmal, például az 1790-es években kialakult szabadkőművesség. A szervezet hátborzongató szertartásairól évszázadokon keringő rémhírek valószínűleg sohasem voltak igazak.

Hajlamosak vagyunk a titkolózásra úgy gondolni, mint valami erkölcstelen dologra, mint a kommunikáció normális szabályai megszegésére, azonban a minimális mértékű titkolózás a kis és a nagy szervezetek működésének *sine qua non*ja mind a szervezeten belüli, mind a szervezetnek a társadalmi környezettel folytatott kommunikációjában. Különösen a szervezetek egymással folytatott tárgyalása során nem árt némi titkolózás. Valójában, ahogy minden társadalom, úgy a szervezetek nagy része – lehet, hogy

a többsége is – rendelkezik olyan többé-kevésbé titkos és többé-kevésbé informális egységekkel, melyek feladata a vélt vagy valós, külső és belső ellenségről való információgyűjtés. Az efféle titkosszolgálati hivatalok, bár működésük törvényes, olykor átlépik a törvényszabta határokat. (Gondoljunk például a Watergate-ügyre vagy a számtalan, a világ különböző országaiban történt hasonló botrányra. Az 1920-as években működő szovjet titkosrendőrség, a *Cseka* vagy az 1930-as és 1940-es évek náci Németországában tevékenykedő *Gestapo* pedig a történelem igazán szörnyűséges példái közé tartozik.) Ahogy az köztudott, léteznek még ennél is titkosabb kémelhárító szervezetek, nemcsak országos szinten, hanem szervezeteken belül és között egyaránt.

Végezetül meg kell említeni, hogy a hivatali gépezetek racionalizáltsága elérheti azt a pontot, ahol végül önmaga ellen fordul. Nemcsak az anyagi termelést racionalizálták, hanem a különböző típusú bürokráciákat is, főként azok adminisztrációs rendszereit – olyannyira, hogy az ún. adminisztratív racionalizációnak (AR) a filozófiája is kialakult mára. Számos szervezetben történtek kísérletek a bürokratikus szintek csökkentésére, olykor nem is sikertelenül. Újabban azonban egészen más tendenciákat látni. Míg a szervezeti piramisok valamivel laposabbakká váltak, a nagyvállalatok vezetőinek hatalma, úgy tűnik, cseppet sem csökkent.

5.3. Szervezet és szervezeti kommunikáció: elméletek és modellek

A szervezetek évezredek óta velünk vannak, a szervezetek kommunikációjának modern, szisztematikus elméletei azonban csak a 19. század végén, a 20. század elején jelentek meg. Ekkora már a 18. században megindult indusztrializáció oly mértékben meghatározóvá vált a modern társadalmak életében, hogy sürgetővé vált a szervezetek szisztematikus, gazdaság-, társadalom- és politikaelméleti szempontok alapján történő tanulmányozása. Ennek hátterét az olyan klasszikusnak számító diszciplínák biztosították, mint a közgazdaságtan, a politikatudomány és a szociológia.

1776-ban jelent meg a skót közgazdász és filozófus, Adam Smith tanulmánya *A nemzetek gazdagsága* címmel. Ennek egyik híressé vált passzusában Smith rámutat, hogy milyen jelentősége van az ipari szervezeteknek a fejlődésben (lásd a 135. oldalon található keretes írást). 1848-ban jelent meg John Stuart Mill (1806–1873) angol filozófus úttörő munkája, *A politikai gazdaság alapjai* [Principles of political economy]; a német filozófus Karl Marx (1818–1883) pedig 1867-ben adta ki klasszikussá vált műve, *A tőke* [Das Capital] első változatát, mely az ipari tőke tulajdonosai és a minden tőke híján levő munkásosztály közt feszülő általános társadalmi konfliktusok szerepét tárgyalta. Létrejött tehát a két nagy politikafilozófiai rendszer, a liberalizmus (Mill) és a marxizmus (Marx). (A marxizmus tudományos

művelésének utolsó virágkora az 1960-as évek végére és az 1970-es évek elejére tehető. Az 1989-ben kezdődő kelet-európai forradalmak a marxizmus mint életképes politikafilozófia végét jelentették. A liberalizmus viszont megmaradt, és manapság számos országban az eredetileg marxi ihletésű szociáldemokráciával verseng. Utóbbi azonban sok helyen majdnem olyan liberálissá vált, mint maguk a liberálisok – gondoljunk csak például arra, hogy mivé lett a brit Munkáspárt Tony Blair vezetése alatt.)

A terület későbbi elméleti és gyakorlati szakemberei az indusztrializáció átfogó problematikájának specifikusabb kérdéseire koncentráltak. Az idő tájt, amikor a 19. század végén, a 20. század elején megjelentek a nagy európai és amerikai iparvállalatok, nagy szervezeti modellt csupán az állami hivatali gépezet, a katonai szervezetek és az egyházi szervezetek – mint például a római katolikus egyház – kínált. Ezek mindegyike meglehetősen hierarchikus volt (ahogyan mind a mai napig is az). A gyáriparosok elsősorban a katonai modellre támaszkodtak, fokozatosan az iparvilág környezeti feltételeihez alkalmazva azt. (Figyelemre méltó párhuzam, hogy a 19. század második felében felbukkant sikeres vallásos megújulási mozgalmak egyike, az 1865-ben Angliában alapított üdvhadsereg is a katonai modellt használta.) Ehhez elméleti támpontot nyújtottak a szervezetelmélet 20. század eleji úttörői: többek között az amerikai Frederick W. Taylor (1856–1915), aki 1911-ben adta ki – az olykor egészen kimerítő részletességgel tárgyalt idő- és

A SZERVEZET MINT MUNKAMEGOSZTÁS

A munkamegosztásnak a társadalom egészére gyakorolt hatását könnyebben értjük meg, ha működését bizonyos manufaktúrákon belül vizsgáljuk. [...] Vegyünk tehát példának egy nagyon kis jelentőségű manufaktúrát, amelyet azonban igen gyakran méltatnak figyelemre a munkamegosztás tárgyánál: a gombostűkészítő ipart. A munkás, aki ezt a mesterséget [...] nem tanulta [...], a legnagyobb igyekezettel is aligha tud akár csak egy tűt is elkészíteni naponta [...] Az a mód viszont, ahogyan ezt a mesterséget ma űzik, a gombostűkészítést nemcsak egészében teszi önálló iparrá, hanem számos olyan ágra is osztja, amelyből a legtöbb szintén különálló iparág. Az egyik ember drótot húz, a másik egyenget, a harmadik szabdal [...] Külön mesterség [...] még azok papírba csomagolása is. Így aztán a gombostűkészítés fontos mestersége mintegy tizennyolc különböző műveletre oszlik. Egyes helyeken mindegyiket külön kéz végzi [...] Láttam egy ilyenfajta kisebb manufaktúrát, ahol csak tíz ember dolgozott. [...] A tíz ember együttesen több, mint negyvennyolcezer tűt tudott tehát naponta előállítani. Következésképp minden egyes személyt [...] úgy lehet tekinteni, mint aki négyezer-nyolcszáz tűt készített naponta. De ha valamennyien külön-külön, egymástól függetlenül dolgoztak volna [...], úgy bizonyos, hogy egyenként nem húsz, de talán még egy gombostűt sem tudtak volna megcsinálni. [...]

A munkamegosztás hatása minden más mesterségben és manufaktúrában is olyan, mint ebben a nagyon kis jelentőségű manufaktúrában [...]

Forrás: Adam Smith, *A nemzetek gazdagsága*, Budapest, Akadémiai Kiadó, 1959, 55–56. Ford. Bilek Rudolf

mozgástanulmányokra támaszkodó – könyvét, *A tudományos vezetés elméletét* [The Principles of Scientific Management]; a francia Henri Fayol (1841–1925), akinek *Az ipari és általános vezetés* [Administration industrielle et générale] című munkája 1921-ben jelent meg; és a német Max Weber (1864–1920), akinek először folyóiratcikkekben publikált munkája könyv formájában *Gazdaság és társadalom* [Wirtschaft und Gesellschaft] címmel először csak Weber halála után, 1922-ben jelent meg.

Hosszú ideig – az 1940-es évek végén angolra is lefordított – Max Weber-i szervezetelmélet volt a meghatározó. Weber ún. *ideáltípusokat* használt. Ezek olyan elméleti konstrukciók, melyben a vizsgált jelenséget meghatározó általános alapelvek fogalmazódnak meg. Megjegyzendő, hogy az ideáltípusok nem olyan értelemben formalizáltak, ahogy például a statisztikai modellek (vö. 1.8.), és nem is valamiféle erkölcsi, gazdasági vagy esztétikai ideálra vonatkoznak. Az ideáltípusok verbális modellek, és abban az értelemben ideálisak, hogy egy jelenség „tiszta esetét" fejezik ki: azaz azt, hogy hogyan is nézne ki a szóban forgó jelenség, ha nem a számtalan konkrét, többé-kevésbé véletlenszerű körülménnyel bonyolított empirikus valóságban létezne, hanem az eszmék világában. Az empirikusan létező jelenségek ilyen ideáltípusokkal való összehasonlítása segítheti egy adott szervezet esetének megértését, tisztázását és magyarázatát, legyen szó akár gazdasági, politikai, vallásos vagy egyéb más szervezetről.

Egy szervezet ideáltípusát (az ideális szervezetet) Weber szerint a következők jellemzik:

1. hatalmi hierarchia
2. szabályozott munkamegosztás
3. a szervezet tevékenységére vonatkozó – lehetőleg írásban lefektetett – szabályok
4. a szervezet javai és a jogosítványok nem állnak közvetlen személyi befolyás alatt
5. a csatlakozás a szervezethez nem a személyes kapcsolatokon, hanem szakértelmen alapul
6. véglegesített státusz: az alkalmazásban levő munkaerő formális eljárás nélkül nem bocsátható el
7. rögzített bér és fizetés a szervezet alkalmazottai számára, emellett nincs más jutalmazási forma
8. fellebbezési jog, mely a szervezet tagjait védi a potenciális hatalmi visszaélésekkel szemben

A felsorolt nyolc jellemző egyike sem szorul különösebb magyarázatra; a valóságban azonban nincs olyan szervezet, ahol az összes kritérium egyszerre – teljes mértékben és szigorúan – érvényesülne. Ezenkívül, ha megengedjük, hogy minden egyes jellemzőnek két értéke (erős és gyenge) legyen, akkor máris $2^8=256$ különböző szervezettípussal számolhatunk; kettőnél több lehetséges érték pedig a variációk számát több ezerre növeli.

Ennek ellenére – vagy éppen ezért – az ideális szervezet modellje segítségünkre lehet a szervezetek és a szervezeti kommunikáció konkrét, valóságosan létező eseteinek megértésében – például, ha szervezeteknek, mondjuk, az utolsó száz évben történt fejlődését akarjuk átlátni, vagy ha egyazon társadalomban egy időben működő két különböző szervezetet világos jellemzők mentén akarjuk összehasonlítani.

Egy szervezet ideális modelljét gyakran a szervezeti keret vázlatos áttekintését nyújtó diagramok segítségével ábrázolják. Mindannyian láttunk már ilyen, a 4.4. szakaszban tárgyalt szociogramokhoz hasonlatos ábrákat. Azonban van egy fontos különbség. A kisméretű, spontán módon létrejött csoportokban a *csoportstruktúrát a csoportot alkotó egyének, az egyének tulajdonságai és preferenciái határozzák meg* (vö. a csoport definíciója 5.5-ben). Ha történetesen akad egy „született vezéregyéniség" a csoportban, jó eséllyel ő kerül a csoport középpontjába. A csoportvezetőnek a többi csoporttaggal kapcsolatos preferenciái, illetve a köztük fennálló viszonyok természete befolyásolja a csoportstruktúrát, olykor egészen komoly mértékben is. Ezt ábrázolja a szociogram. Ezzel szemben *egy szervezet struktúráját a szervezet feladata határozza meg.* Úgy is mondhatjuk, hogy a struktúra pozíciói előbb léteznek, mint a kérdéses pozíciókhoz rendelt egyének. Ideális esetben az elméleti és gyakorlati szempontból egyaránt legrátermettebbek egyéneknek kell egy szervezet struktúrájának vezető pozícióit betölteni, míg a kevésbé képzettek az alsóbb régiókban kapnak helyet.

Bár ez a fajta gondolkodás alapvetően ésszerűnek tűnik, a helyzetet tovább komplikálja a *formális* és *informális* szervezetek megkülönböztetése. Egy bürokratikus szervezetben adott pozíciót betöltő személlyel szemben támasztott követelmények és a szóban forgó személy tényleges képességei között olykor komoly eltérés lehet – kétféleképpen is. Lehetséges, hogy egy alkalmasságát tekintve nem túl képzett személy tölt be viszonylag magas pozíciót, és az is előfordul, hogy egy magasan kvalifikált dolgozó viszonylag alacsony pozícióba van beosztva. A kettőjük közötti ellentétet tovább fokozhatja, ha az előbbinek véglegesített kinevezése van, az utóbbinak viszont nincs. Ilyen és ehhez hasonló esetekben egy informális struktúra alakul ki, amelyben a magasan kvalifikált, de a formális struktúrában csak alacsonyabb pozíciót elfoglaló egyén akár egészen magas pozíciót vívhat ki magának, gyakran az informális kommunikáció adta lehetőségeket saját helyzetének jobbítására használva (például a hivatali ranglétrán való előrelépés vagy a véglegesítés reményében).

Hosszú távon a formális és az informális struktúrák közti túl nagy eltérés veszélyt jelenthet a szervezetre nézve – néha akár annyira komoly veszélyt, hogy csak az átszervezés jöhet szóba mint egyetlen lehetséges megoldás. Az ipari termelés racionalizálásának folyamatos fejlődése, a termelékenység növekedése, a munkaerő iskolázottságának, jólétének és következésképp igényeinek emelkedése szükségessé tette a hagyományos szervezeti modellek átdolgozását. Általában véve elmondható, hogy az eredeti, többé-kevésbé katonai jellegű modelleket felváltották a kevésbé gépies, emberibb

és emberségesebb, polgári alternatívák. Ezek a változtatások racionális gazdasági számítások alapján történtek, melyeket nem kis részben az ipari munkások, hivatalnokok és más alkalmazottak valamint a szakszervezetek és a politikai pártok tiltakozása tettek szükségessé. Nehéz ugyan megítélni, hogy milyen mértékben, de a művészek és írók mára klasszikussá vált munkáiban – például Aldous Huxley *Szép új világ* (1932) és George Orwell *1984* (1949) című regényeiben vagy Charlie Chaplin sikeres filmjében, a *Városi fények* (1936) címűben – megnyilvánuló kritika is közrejátszott a szervezetek ilyen jellegű átalakulásában.

Az említett tiltakozások és felismerések nyomán bekövetkezett elméleti és gyakorlati fejlesztések egyik jelentős alakja az osztrák származású amerikai Elton Mayo volt. Mayo, Fritz J. Roethlisberger és William J. Dickinson már az 1920-as évek közepén úttörő jelentőségű vizsgálatok sorozatát indította el a chicagói Western Electric Company hawthorni üzemében. A vizsgálatok az ipari munkára és munkásokra irányultak, s az eredményeket Roethlisberger és Dickinson körülbelül egy évtized múlva publikálta a ma már klasszikusnak számító *Vezetés és a munkás* [Management and the Worker] című könyvben, mely az ún. *human relations* irányzat alapművévé vált.

A mondanivaló egészében véve nagyon egyszerű: az ipari és az irodai munkások nem gépek, hanem emberek, és ennek megfelelően kell bánni velük: emberi kapcsolatokat építve. E nevetségesen egyszerű tétel már a vizsgálatok legelején kétséget kizáró alátámasztást nyert. Pusztán az a tény ugyanis, hogy a kutatók érdeklődést mutattak a gyári munkások konkrét tevé-kenysége iránt, növelte a munkások termelékenységét – függetlenül attól, hogy a kutatók éppen milyen változtatást javasoltak. Korábban ugyanis a munkásokkal szinte senki sem kommunikált érdemben; csak parancsokat kaptak, rendszabályokat és tiltásokat közöltek velük. Bár természetesen a termelés mechanikus folyamatai változatlanul előtérben maradtak, a figyelem fokozatosan a termelési folyamatok lehető leggördülékenyebb lebonyolításához szükséges pszichológiai és szociológiai alapú *kommunikációs folyamatokra* tevődött át. A szervezeteken belül zajló kommunikáció a fokozódó érdeklődés középpontjába került.

Egy tágabb területen, a szervezetpszichológián belül élt tovább – legalábbis részben – a *human relations* irányzat hagyománya. Ennek a területnek a fő vizsgálati témáit az individualitás, az elidegenedés vagy az ún. *korlátozott racionalitás* fogalmai jelölik ki. Mivel a szervezet struktúrája által kijelölt pozíció *per definitionem* meghatározza az adott pozíciót elfoglaló személy tevékenységeit, nem marad túl nagy mozgástér az egyéni kezdeményezések, az egyéni kreativitás, vagyis az egyéniség megnyilvánulása számára. A meglehetősen korlátozott racionalitás apránként önnönmaga céljává válhat, ez pedig az elidegenedés (az egyéniség elvesztése, a *Verfremdung* érzés) széleskörű elterjedését eredményezheti. Az ember teszi a dolgát, ahogy kell – éspedig nem azért, hogy tiltakozását fejezze ki (lásd 5.4.), hanem mert ezt jelenti mindennapjait. Többé nem érzi már magát egyéniségnek, csak egy csavarnak a gépezetben.

5.4. Formális és informális szervezeti kommunikáció

Abból a tényből, hogy a szervezeteknek két fő fajtája létezik (formális és informális szervezet), következik, hogy a szervezeti kommunikációnak is legalább két formája van:

- az egyének mint különböző pozíciókat betöltő személyek között zajló, formálisan meghatározott kommunikáció és
- az egyének mint egyének közti, informálisan meghatározott kommunikáció (noha az egyénnek a szervezet egy bizonyos pozíciójában elfoglalt helye soha, még az egyéni kommunikációban sem tűnik el teljesen).

Az utóbbi az individuális kommunikáció egy speciális esete, a *hírlánc* [grapevine] közege. Legyen az aprólékos gonddal megtervezett szervezeti struktúra bármennyire is monumentális és impozáns, a mindenhova, még a legváratlanabb helyekre is eljutó, szájról szájra járó *hírlánc* azonban olyan szabályok szerint terjed, amelyekről mit sem tudnak a mindent tudó főnökök. A *hírláncnak* tulajdonképpen két formája van: az egyikben a *személyes kapcsolatok* játszanak döntő szerepet (például amikor két régi barát saját érdekeiket szolgálandó olyan titkokról informálja egymást, amelyekről elvben csak bizonyos pozícióban levő emberek tudhatnának); a másikban pedig a *szervezeti viszonyok* érvényesülnek (például amikor egy egyszerű beosztott értesíti a főnökét, hogy egyesek valami nem túl tisztességes dologban törik a fejüket). A hírlánc a csoport- és társadalmi szinten terjedő pletykák szervezeti megfelelője (lásd a 4.4. szakaszt). Az egyén és a társadalom szempontjából – a pletykákhoz hasonlóan – a hírláncok is lehetnek egyaránt jótékonyak vagy kártékonyak, ahogy az alapjukat képező információ is lehet igaz vagy hamis.

Ennek fényében a szervezeti kommunikáció informális típusát tekinthetjük funkcionálisnak és funkciótlannak egyaránt, sőt olykor afunkcionálisnak is. Az azonban tény, hogy bármekkora szakértelemmel is van egy szervezet megtervezve és felépítve, nem képes az összes felmerülő eshetőség kezelésére pusztán a formális kommunikáció csatornáin keresztül. Az informális kommunikáció tehát elengedhetetlen, még a legnagyobb gonddal létrehozott szervezetek fennmaradása szempontjából is. Ez mindjárt világossá válik, ha a tiltakozás egy látszólag egyszerű, de ugyanakkor nagyon hatásos módszerére gondolunk, az ún. pedantéria-sztrájkra. Ennek során a nagy szervezetek alsóbb szintjein dolgozók nem munkabeszüntetéssel, hanem ellenkezőleg, az összes előírás betűről betűre való betartásával teszik lehetetlenné a szervezet működését. Ugyanis még a legjobb szervezeti és működési szabályok is végzetesnek bizonyulhatnak a szervezet puszta létére nézve, ha azokat részletekbe menően és mechanikusan pontról pontra betartják.

Amint arról már szó volt előzőleg, még a nagy, magas szinten formalizált szervezetek esetében is számolni kell azzal, hogy egy adott pozíciót betöltő

egyén személyisége elkerülhetetlenül hat a pozícióhoz társuló szerepre (példaként gondoljunk csak arra, hogy miként változott az ENSZ az egyes főtitkárok irányítása alatt). Ugyanakkor a pozíciót betöltő egyént nemcsak a pozíció által kínált *lehetőségek,* hanem a *követelmények* és *megszorítások* is befolyásolják. A különféle hatások összegződése olykor katasztrofális következményekkel is járhat – a megalománia és a „birodalmi elmebaj" a legsúlyosabb esetek közé tartozik (lásd az oldal alján található keretes írást).

A szervezeteken belüli, az egyének között folyó kommunikáció természetesen önmagában – és a tudományos kutatás tárgyaként is – nagyon fontos, de legalább ennyire jelentős a szervezetnek a környezetével folytatott kommunikációja. Voltaképpen egyetlen szervezet sem hagyhatja figyelmen kívül, hogy a környező társadalom milyen alapvető társadalmi, gazdasági

A BIRODALMI ELMEBAJ, AVAGY A MEGALOMÁNIA EGY ESETE

[...] és ott Hornblower viszontlátta el Supremot. Kezét-lábát megbilincselték és odaláncolták egy fedélzetbe erősített vasgyűrűhöz.

Félmeztelen testét csak rongyok borították, haja és szakálla csapzott és kúszált [sic!] és saját piszka ott hevert körülötte a fedélzeten. [...]

– Láthatja, most láncokat viselek. Elismerem, furcsa szeszély részemről, hogy ilyesmire szánom el magam. De remélem bevallja, hogy kitűnően áll az alakomhoz?

– I... igenis, sir — dadogta Hornblower.

– Panama felé hajózunk, ahol a világ trónusa vár rám. Itt a hajón akasztásról beszélnek, azt mondják, hogy bitófa vár rám a citadella bástyájában. Ez lesz az én arany trónusom talapzata. Aranyból lesz, igen, gyémántcsillagokkal és türkizekkel kirakott holddal. Onnan tudatom már a világgal legközelebbi parancsaimat.

[...]

– A nap tüze és ragyogása napról-napra fokozódik – szólalt meg ismét el Supremo. – Olyan fenségesen szörnyű, mint amilyen én vagyok. Ölni tud, ölni, ölni, ahogyan megölte az embereket, akiket odadobtam hatalmának... Mikor is volt az? És Moctezuma is meghalt és valamennyi utóda meghalt, kivéve engem. Én egyedül maradtam itt. És Hernandez is meghalt, de őt nem a nap ölte meg. Felakasztották Hernandezt, amikor a vér még csepegett sebeiből. Felakasztották az én városomban, San Salvadorban, és miközben ott állt a bitófa alatt, még az én nevemet kiáltotta. Igen, San Salvadorban hosszú sorokban akasztották fel az asszonyokat és a férfiakat. Csak el Supremo maradt, hogy uralkodhasson arany trónusáról. A trónjáról! A trónjáról!

El Supremo most kidülledő szemmel bámult maga elé. Tekintetében rémült felismerés tükröződött, miközben megcsörrentek láncai. Ostobán nézett körül.

– Lánc! De hiszen ez lánc!

Most üvöltött és vonított, mint az állat. Őrjöngve [sic!] nevetett, azután sírt és átkozódott, levetette magát a fedélzetre, beleharapott láncaiba. A zokogó és fetrengő emberállat szavait már nem lehetett megérteni.

– Érdekes, ugy-e? – kérdezte a spanyol kapitány.

Forrás: C.S. Forester, *The Happy Return* (1937) Magyarul *Hornblower kapitány a Csendes-óceánon* címmel jelent meg, az *Őfelsége kapitánya* trilógia első könyveként. Béta Irodalmi Rt., é.n. 183–185, Ford. Juhász Vilmos.

és kulturális feltételeket kínál. És viszont, egy társadalom sem hagyhatja figyelmen kívül – és ez különösen igaz a modern társadalmakra – a szervezetekben és szervezetek között zajló fejlődési folyamatokat. Van, amikor a társadalomnak kell a szervezeti változásokhoz alkalmazkodnia, és van, amikor fordítva, a szervezeteknek kell a társadalmi átalakulásokhoz igazodniuk.

Az efféle adaptáció egyik speciális esete a 3.5. szakaszban tárgyalt, a társadalmi és kulturális miliő hosszú távú és alapvető jellegű változásai miatt bekövetkező szervezeti átalakulás. Nyilvánvaló, hogy egy olyan társadalomban, mely nagy hangsúlyt fektet az egyenlőségre, a szervezetek működése némiképp eltér a más prioritásokkal rendelkező társadalmak szervezeteinek működésétől. Így az 1960-as évek felé számos ország szervezeteinek figyelembe kellett vennie, hogy a hagyományos szervezetelméletben kulcsfontosságú hierarchia fogalmát a társadalom több csoportja is rossz szemmel nézi. Nem véletlen tehát, hogy erre az időszakra esik többek között a szervezeti piramisok laposabbá tételének irányzata is, azaz a szervezeti szintek számának csökkentése.

5.5. Szervezetmodellek

5.5.1. BEVEZETÉS

Több millió szervezet létezik világszerte. A ténylegesen létező szervezettípusokat – és a hozzájuk kapcsolódó, többé-kevésbé kidolgozott elméleteket, melyek közül néhányat az előző szakaszban megemlítettük – többé-kevésbé formalizált *szervezeti modellek* írják le. Az elmúlt pár évtized során számos eltérő *szervezetmodellt* dolgoztak ki és próbáltak ki a gyakorlatban. Ezeknek mind saját – olykor egész hangzatos – neve van. Noha a szervezetek dimenzionalitása egy egészen komplex problémakört képez, jelen céljainkra né-hány alapvető dimenzió is megfelel. Azaz a szervezettípusokat, illetve azok részeit a következő dimenziók mentén írjuk le:

- *hierarchia* – hogyan fejeződnek ki a hatalmi viszonyok;
- *funkció* – a szervezet és a szervezeti egységek elsődleges feladatai: termelés, eladás, kutatás és fejlesztés stb.;
- *termék* – a szervezet és a szervezeti egységek által létrehozott javak és
- *hely* – a szervezeti egységek földrajzi elhelyezkedése.

A négy dimenzió természetesen egymással kölcsönhatásban létezik. Valamint mindegyiket még két lényeges változó befolyásolja: a szervezet mérete és a szervezet *időbeni változása.* A méret növekedésével együtt a szervezet is komplexebbé válik: a hierarchikus szintek száma és a funkciók mennyisége növekszik. A szervezet térben is terjeszkedik, és a különböző szervezeti egységek (hivatali ügyintézés, termelés, értékesítés stb.) különböző helyekre, régiókba, országokba – olykor akár a világ egymástól távol eső pontjaira is – kerülhetnek.

Magától értetődőnek tűnik, hogy minden szervezet esetében a tér és az idő alapvető jellemzők. A kis sarki élelmiszerboltot hajdan egyetlen kisvállalkozó üzemeltette, de ahogy telt s múlt az idő, a bolt növekedésnek indult, és a tulajdonos megkérte a szomszéd házban lakó özvegyet, hogy vállalja el az üzlethelyiség takarítását. A bolt egyre jobban ment, így a boltos kamasz fia is elkezdett besegíteni, afféle kifutófiúként. Pár évvel később az immár felnőtt fiatalemberről kiderült, hogy jól ért a vásárlók nyelvén, a pult mögé állt, és új kifutófiú után kellett nézni. Addigra már a könyvelés is kezdett bonyolulttá válni, ezért a bolttulajdonos megkérte egyik barátját, hogy legyen ő az üzlet könyvelője. Néhány évre rá a boltos fiának önállósodni támadt kedve, s mivel volt éppen egy hasonló eladó üzlet ugyanabban a városban, az apa vett fel némi kölcsönt, és megtette fiát a második bolt vezetőjévé. Ilyesfajta történetek ezrével fordultak és fordulnak elő – olykor a növekedés egészen addig fokozódik, hogy egy nemzetközi üzletlánc (azaz egy hatalmas szervezet) jön létre. Az ilyen szervezetlánc speciális struktúrával rendelke-zik, melynek általános jellemzői megegyeznek több ezer, a „kultúra kereke" (lásd 3.2.) más szektoraiban található, és teljesen más jellegű tevékenységet végző szervezetek jellemzőivel.

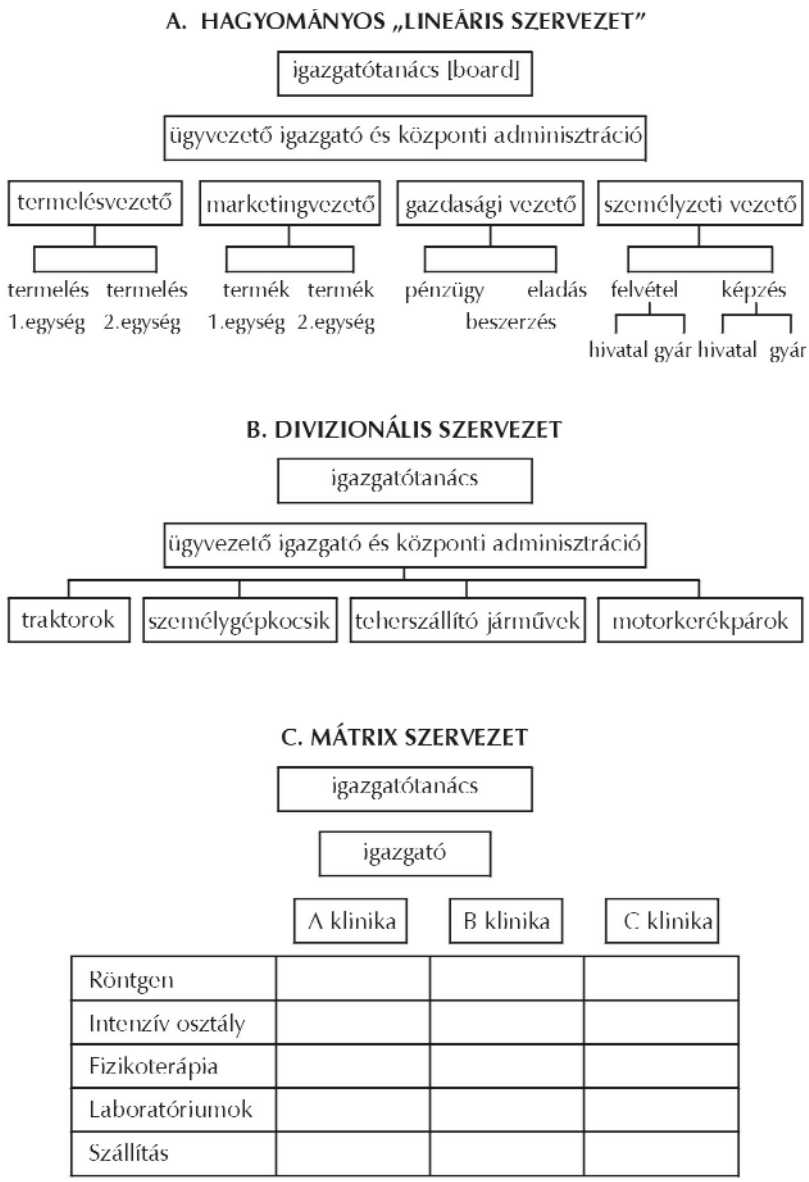
5.5.2. HÁROM SZERVEZETMODELL

Ebben a szakaszban a korábban tárgyalt általános szervezetmodell variánsait vesszük szemügyre. Az 5.1. ábra három ilyen variánst ábrázol. Az *A* modell felel meg legjobban a hagyományos, szigorúan hierarchikus szervezettípusnak, melyet hosszú évezredeken át fokozatosan tökéletesítettek többek között a hadseregekben, a kormányzati intézményekben, a különböző termelési szervezetekben stb. Példánk egy hagyományos, piaci eladásra termelő vállalatot mutat. A modell felső szintjein minden egység funkcionálisan elkülönül a többitől (termelés, marketing, ügyintézés stb.). Az alsóbb szinteken az egyes egységek a megtermelt javak szerint differenciálódnak tovább, legyen szó akár fizikai vagy társadalmi produktum előállításáról (pl. az irodai dolgozók és gyári munkások felvétele és képzése). Bár az ábrán ez nem látszik, minden egyes egység rendelkezik a maga belső hierarchikus struktúrájával.

A *B* modell egy elsősorban a termelt és eladott termékek köré épülő szervezetet mutat. A – sokszor divíziónak nevezett – egységek a négy fő terméktípust reprezentálják. Az itt látható modell szerint a szervezet csak három szinttel rendelkezik, de minden egyes divízióban további, funkciók alapján elkülönülő és belső hierarchiával rendelkező egységeket találhatunk (például beszerzés, termelés, értékesítés stb.). Továbbá a vállalat vezetőjéhez hasonlóan az egyes divíziók vezetőinek – sőt, valószínűleg még az alsóbb szintek menedzsmentjeinek is – szükségük van különböző (kisegítő stb.) funkciókat ellátó apparátusra. Előfordulhat, hogy ugyanaz a funkció különböző termékterületekhez is tartozik. Ez pedig azt jelenti, hogy a szervezet

igazából nem egydimenziós (hogy is lehetne?), hanem legalább kettő – vagy még több – dimenziója van. A szervezetstruktúrákat tehát nem egydimenziósnak kell elképzelni, bár az *A* és a *B* modell ezt sugallja.

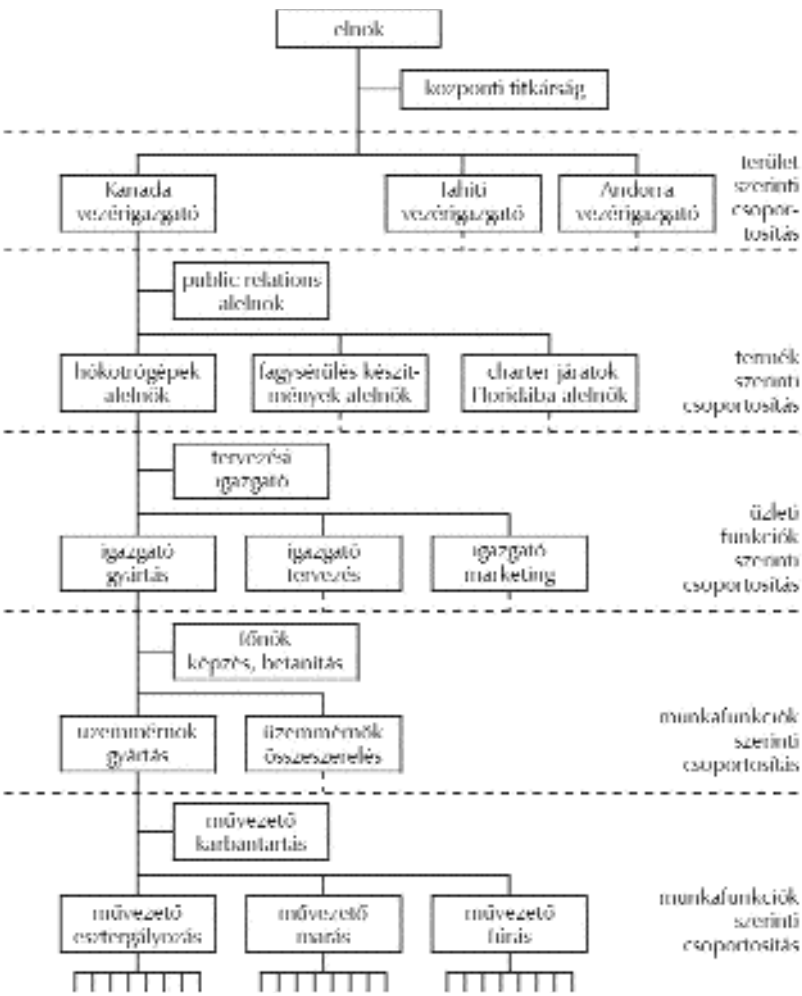
Az ún. *mátrix szervezetet* ábrázoló *C* modell éppen azt mutatja be, hogy milyen egy többdimenziós szervezet. A mátrixmodellnek két fő dimenziója



5.1 ábra *Három szervezetmodell*

van: egy hierarchikus és egy funkcionális. Példánkon három *termelő egység* van (a hagyományos módon, testrészek – például szív, tüdő, agy – és testi funkciók szerint szerveződő *A*, *B* és *C* klinika), és öt olyan egység, melyek specializált szolgáltatásokat biztosítanak a három termelési egység számára. Egy nem túlságosan nagy, az egész szervezetet átfogó felső hierarchikus szint mellett (igazgatótanács, általános igazgató és munkatársai), az átfogó működéshez szükséges hierarchiák az egyes termelési egységeken belül helyezkednek el, nem pedig köztük.

Az 5.1. ábra modelljei természetesen csak vázlatosak. Az 5.2. ábra egy valamivel életszerűbb példát ábrázol (modellről lévén szó persze ez is vázlatos). Látni fogjuk, hogy ez egy viszonylag nagyméretű és komplex szerve-



5.2 ábra *Egy realisztikus szervezetmodell (Forrás: Mintzber, 1993:57)*

zet, melynek szervezőelveit a földrajz, a termék, az üzleti és gyártási funkciók (előállítás és összeszerelés) határozzák meg. Az előállítás a modellben esztergályozást, marást és fúrást foglal magába. Megjegyzendő, hogy a három földrajzi területből csak egy kerül részletes bemutatásra, és ugyanez áll a két munkafunkcióra is. Minden ilyesfajta ábrára igaz, hogy csak durva leegyszerűsítését adja annak, ami egy szervezetben a valóságban folyik.

5.5.3. „ADHOKRÁCIA"

Nem létezik olyan szervezettípus, ami minden célnak tökéletesen megfelelne. Az uralkodó társadalmi légkörnek is nagy jelentősége van: egy olyan társadalomban, ahol az egyenlőség és a szabadság fontos értékek, a szervezetek némiképp mások, mint ott, ahol ezek az értékek csak halványan vannak jelen. Az alapvető termelési módokban bekövetkező változások is kihatnak arra, hogy milyen szervezettípust célszerű előnybe részesíteni. Egykor a termelés egy időben egy termék egyedi előállítását jelentette, a 19. és 20. század folyamán azonban megjelent, illetve uralkodóvá vált a *tömegtermelés*. Ennek manapság a *folyamatos termelés* fokozódó térnyerése, illetve az egyedi termékek integrált előállításához való visszatérés jelent konkurenciát. Kétségtelen, hogy az alapvető változások befolyásolják az alapvető szervezeti modelleket. A különböző szervezettípusokat különböző kommunikáció jellemezi.

Mindebből az következik, hogy a mai szervezeteknek rugalmasnak kell lenniük; nem engedhetik meg maguknak, hogy a régmúlt idők szervezeti sémáihoz ragaszkodjanak (lásd a 146. oldalon található keretes írást). Az imént tárgyalt három szervezettípus gyakran kombinálódik: egy divizionális szervezet különálló egységein és alegységein belül kisebb hierarchikus szerveződéseket találunk – nem egyszer tudatos tervezés eredményeként. A szervezet lépten-nyomon új szükségletekkel találja szembe magát, s ennek megfelelően tudnia kell alkalmazkodni, változtatni és újjászerveződni. Röviden összefoglalva, *ad hoc* módon kell működnie.

A latin eredetű „ad hoc" kifejezés annyit tesz, hogy „az adott célra". A társadalmi változások mennyiségének és gyakoriságának növekedésével egyre gyakrabban válik szükségessé a szervezeti problémák gyors és specifikus ad hoc megoldásokkal való kezelése. Ezt a tendenciát fejezi ki az *adhokrácia* szó, mely a környezeti változásokhoz alkalmazkodni képes, rugalmas szervezetet jelöli.

A hagyományos szervezetek általános szerkezeti mintája ritkán változik. Ezekben a szervezetekben a váratlanul felmerülő problémákat gyakran az informális szervezetre (lásd 5.3.) támaszkodva oldják meg. Az adhokráciákat ezzel szemben pontosan azért és úgy hozzák létre, hogy a szervezet reagálni tudjon az őt körülvevő dinamikus társadalmi környezetre. Kevés a tisztán adhokratikus szervezet, de a kreatív feladatok ellátására létrehozott, viszonylag kisméretű szervezetek között, ám számos tipikus adhokrácia

található (ilyenek például a reklámügynökségek). Ezek úgy végzik feladataikat, ahogy azok éppen adódnak; a szervezetstruktúrához nem alkalmazkodnak mereven, inkább az éppen esedékes feladathoz igazítják azt.

A nagyobb és differenciáltabb szervezetekben az adhokratikus funkciót gyakran speciális célokra létrehozott ad hoc csoportok, az ún. feladatcsoportok [task forces] felállításával valósítják meg. Az kereskedelem és az üzleti világ bizonyos területein mindig is nagy szükség volt az ilyesfajta szervezet-

AZ ADHOKRÁCIÁHOZ VEZETŐ ÚT

Hajdan régen a vállalatok szervezeti ábrája (formális és informális egyaránt) hosszú ideig változatlan maradt; jöhetett válság, háború vagy éppen gazdasági növekedés, a szervezetstruktúrán ez mit sem változtatott. Mire az alapító egyszemélyi vezetése alatt álló vállalat sikeresen egy többszintű hierarchikus szervezetté nőtte ki magát, addigra, nagy valószínűséggel, egy állandó ágazati struktúra is rögzült. Külön osztály foglalkozott a gyártással, a marketinggel, az értékesítéssel, a kutatással s a többi. A munkakörök egyértelműek voltak. A vállalaton belül, közvetlenül a felső vezetés alá beosztva, léteztek állandó – jogi, pénzügyi, személyzeti – szolgáltatásokat nyújtó alegységek. Mindezt az alelnökök zárt köre fogta össze.

Miután ez a szerkezet bebetonozódott, alapelemei általában változatlanok is maradtak, függetlenül attól, hogy a vállalat növekedésnek vagy éppen zsugorodásnak indult. Újjászervezésre ritkán, esetleg egy új vezérigazgató kinevezésekor került csak sor.

1970-re azonban [...] a vállalati átszervezések gyakorisága megszaporodott. [...] Abban az időben egy üzleti tanácsadó úgy vélte, „a nagy iparvállalatokban a kétévenkénti komoly átszervezés valószínűleg csak óvatos becslés". Mára a változás üteme még gyorsabb, a tétek pedig egyre nagyobbak lesznek. Az egymást követő átszervezések nemcsak hogy egyre sűrűbben követik egymást, de egyre mélyebbre hatolnak. Amit ma látunk, az a modern történelem leggyorsabb, legösszetettebb és legalaposabb vállalati átalakítása.

Forrás: A. Toffler (1985) *The Adaptive Corporation.* Aldershot, Gower. p. 4.

Egy szkeptikusabb vélemény:
Pillantsunk egy kicsit vissza, hogy megértsük a feladatcsoportok jelenlegi népszerűségét. Kisebb csoportok ugyan azelőtt is léteztek változatos formában, de a népszerűségük a NASA és a Polaris programmal kezdődött. A NASA találta föl az ad hoc teamek rendszerét, és a korai programokban ez a szervezési forma tökéletesen meg is felelt a várakozásoknak. A Polaris tengeralattjáró-program ennél is jobban sikerült. Ekkor a feladatcsoport kifejezést átvette az ipar, és gyakorlatilag mindenre kezdte használni. Az 1970-es évek elejére annyira elterjedt a nagyvállalatoknál, hogy sok helyen annak a merev rendszernek lett a további kiegészítő eleme, amelyet éppenséggel fel kellett volna váltania.

Forrás: T. J. Peters – R. H. Waterman, Jr (1984)
In Search of Excellence. New York, Harper & Row, 128.

(*A siker nyomában.*
Kossuth – Közgazdasági és Jogi, Budapest, 1986, 156., Ford. Kertész Tibor.)

típusokra. Természetéből következően az építőipar mindig is a maga ad hoc mintái szerint működött: minden egyes új építési fázis kezdetekor egy új szervezeti alegységet hoznak létre, egyenként haladva előre. Paradox módon a sokszor merevséggel vádolt katonai szervezetek is az alkalmazott adhokráciák klasszikus példáinak tekinthetőek, hiszen a különböző katonai feladatok végrehajtására gyakran egy-egy speciális feladatcsoportot állítanak fel. Ahogy Wellington hercege, Napóleon waterlooi legyőzője fogalmazott: „Majd akkor foglalkozunk az átkeléssel, ha a folyóhoz érünk."

5.5.4. EGYETEMI ADHOKRÁCIÁK

Noha az itt használt terminológia csak a 20. században alakult ki, a fentebb tárgyalt szervezettípusok és altípusok már több száz, ha nem több ezer éve léteznek (lásd 5.2.). A divizionális termékszervezés egy korai példája a középkorban kialakult európai egyetemi rendszer. A négy klasszikus fakultás (teológia, filozófia, jog és orvostudomány) megfelel az 5.1. ábra *B* modellje négy divíziójának (traktorok, személygépkocsik, teherszállító járművek, motorkerékpárok); az egyetem hierarchikus felépítése az óraadó, a tanársegéd, az adjunktus, a docens, a professzor, a dékán, a rektor (illetőleg ezek helyettesei) pozíciókból épül fel; a termék-differenciálás elve pedig a különböző tanszékek és karok által kiadott, alap- (bachelor), mester- (master) és doktori (PhD) fokozatokban érvényesül. Az egyetemek természetesen sokat változtak a középkor óta. A jelenlegi egyetemi rendszer csak néhány száz éves; az alapvetően 19. századi német hagyományokban gyökerező intézményt különböző országokban, nem utolsósorban az Egyesült Államokban, fejlesztették tovább.

Az elmúlt néhány évtized során a hagyományos európai egyetemi megújulásában fontos szerepet játszott az adhokráciák megjelenése: különböző területek specialistáinak többé-kevésbé szoros együttműködésével intézetek és központok sorát hozták létre, melyek célja egyes konkrét feladat megoldása. Egy új egyetemi központ felállítása egyáltalán nem könnyű feladat – azonban ennél már csak egy meglévő központ bezárása bizonyulhat nehezebbnek. Miután feladatát betöltötte vagy egyszerűn csak túlhaladottá vált a társadalmi változások fényében, egy hajdan sikeres egyetemi központ vezetői általában nem vesztegetik az időt, hogy új feladatot találjanak központjuk számára – ezt nevezik közkeletű kifejezéssel a célok újrafogalmazásának.

5.5.5. SZERVEZETEK TÉRBEN ÉS IDŐBEN

Végezetül kanyarodjunk vissza a már említett két alapvető dimenzió, a tér és az idő kérdéséhez. Amikor egy kisméretű, magántulajdonban lévő szervezet, például a sarki bolt tulajdonosa új üzletet nyit a város másik felében, ezzel szükségszerűen megváltozik a szervezet alapstruktúrája. Lesz egy közös

vezető (az eredeti tulajdonos), két alárendelt pozíciójú vezető (a két üzletvezető; egyikük gyakran maga az eredeti tulajdonos, aki így egyszerre két szerepet tölt be ugyanazon szervezeten belül), és nagy valószínűséggel lesz egy harmadik szint is, a két üzletben dolgozó eladók szintje. További változásokat idéz elő az a tény, hogy a szervezet két fő része a város két különböző pontján található. Elengedhetetlenné válik például az emberek és az áruk szállítása a két bolt között, amire korábban nem volt szükség. Tehát következésképp: a körülmények miatt összességében megváltozik a szervezeti kommunikáció mintázata is.

Ezzel kapcsolatban érdemes megemlíteni, hogy a kommunikációs struktúra mindig nagyban függ a közlekedés/szállítás struktúrájától és *vice versa* (lásd 1.1. és 4.5.). A mozgó gőzgép, a lokomotív megjelenése előtt az információ maximum egy vágtató ló vagy egy vitorláshajó sebességével tudott terjedni. Az olyan nemzetközi szervezeteknek, mint az 5.2. szakaszban említett Hanza-szövetség, komoly nehézségekkel kellett megküzdeniük belső kommunikációjuk bonyolítása során; nagy birodalmak esetében az ilyen típusú nehézségek megsokszorozódtak. Esetlegesen egy, a birodalom létezése szempontjából sorsdöntő fontosságú csatáról sokszor csak hetekkel később értesültek a birodalom központjában. A távíró megjelenése mindezt mai gondolkodásunkkal szinte felfoghatatlan módon megváltoztatta (lásd 4.7.). A napjainkban zajló technológiai változások szintén megváltoztatták a társadalom kommunikációs struktúráját – e változás mikéntjét már ma is gyakran kész ténynek vesszük, és előfordulhat, hogy a későbbiekben nehezen tudjuk csak megérteni őket (lásd a 2. és 8. fejezetet).

5.6. A szervezeti kommunikáció klímája

A 3.5.2. szakaszban tárgyaltuk az egy adott társadalomra különböző időszakokban jellemző kulturális légkör sokféleségét. Két fő dimenziót különböztettünk meg, a szabadságot és az egyenlőséget. Dichotómikusan kombinálva e két dimenzió négy ideológiát, négy kulturális klímát eredményez:

- *szocializmus* – a szabadságnak és az egyenlőségnek egyaránt nagy értéket tulajdonít;
- *fasizmus* – a szabadságot és az egyenlőséget egyformán kevésre értékeli;
- *kommunizmus* – az egyenlőséget a szabadság fölé helyezi;
- *liberális kapitalizmus* – a szabadságot az egyenlőség fölé helyezi.

A 4.4.5. szakaszban a családi kommunikáció tárgyalása során szó volt a különböző családi kommunikációtípusokról. Ezeket is két dimenzió, a társas orientáció és a fogalmi orientáció, mentén rendeztük el, s kombinációjukkal a családi kommunikáció négy különböző mintáját kaptuk:

- a *konszenzusos* családi kommunikációban a társas és a fogalmi orientációnak egyaránt nagy értéket tulajdonítanak;

- a *protektív* családi kommunikációban a társas orientáció a fogalmi orientáció fölé helyeződik;
- a *pluralisztikus* családi kommunikáció a fogalmi orientációt a társas orientáció fölé helyezi;
- a *laissez-faire* családi kommunikáció a társas és a fogalmi orientációt egyaránt kevésre értékeli.

Hasonló próbálkozások történtek a szervezeti kommunikációs klíma fő dimenzióinak meghatározására, és ezek kombinációjával tipológiák felállítására is. Ezek közül talán a legismertebb és leggyakrabban használt a holland társadalomtudós és üzletember, Geert Hofstede tipológiája. Hofstedenek a szervezeti kommunikáció területén évtizedeken át folytatott elméleti és gyakorlati munkássága szervezeti tipológiák sorát eredményezte; az egyik utolsó verzió öt dimenziót tartalmaz:

- hatalmi távolság
- kollektivizmus/individualizmus
- femininitás/maszkulinitás
- bizonytalanság tűrése és elkerülése
- hosszú- és rövidtávú orientáció

Az öt dimenzió főbb jellemezőit a 150. oldalon található keretes írás foglalja össze.

Noha kezdetben a jelenség a szervezetek szintjén érdekelte, Hofstede, némiképp ellentmondásos módon, az öt dimenziót a társadalom szintjén írja le, míg az aktuális méréseket az *egyének szintjén* végezte, egy *nemzetközi nagyvállalat* (IBM) *országos szervezetein* belül. A vizsgálat eredményei azonban első pillantásra csábítónak tűnnek, olyannyira, hogy az elmúlt huszonöt év során mintegy ötven országban használták fel őket különböző vizsgálatokhoz. Az 5.3. ábrán különböző nemzetiségű IBM alkalmazottak elhelyezkedése látható egy olyan grafikonban, melynek két dimenzióját a hatalmi távolság és a bizonytalanságkerülés alkotja. Az eredmények elég meggyőzőnek látszanak, azaz többé-kevésbé megfelelnek elvárásainknak, vagy ha úgy tetszik, előítéleteinknek. Hofstede szerint tehát a skandinávokat és az angolszászokat a csekély hatalmi távolság és kismértékű bizonytalanságkerülés jellemzi; a németek, az osztrákok és az izraeliek kis hatalmi távolsággal és magas bizonytalanságkerüléssel rendelkeznek; egyes afrikai és ázsiai országok nagy hatalmi távolsággal és alacsony bizonytalanságkerüléssel jellemezhetőek; míg számos latin ország a hatalmi távolság és a bizonytalanságkerülés dimenziójában egyaránt magas értékeket mutat.

Nyilvánvaló, hogy a *kis hatalmi távolsággal* és *kismértékű bizonytalanságkerüléssel* jellemezhető kultúrák szervezeti kommunikációja meglehetősen eltér a *nagy hatalmi távolságú* és *magas bizonytalanságkerülési indexű* kultúrák szervezeti kommunikációjától. Feltételezhetjük, hogy a kis hatalmi távolsággal és alacsony bizonytalanság-kerülési indexszel jellemezhető kultúrákban a szervezeti kommunikáció nyíltabb formája zajlik, mint a nagy

hatalmi távolságú és nagyfokú bizonytalanságkerülést mutató kultúrákban. Ennél már csak az nyilvánvalóbb, hogy napjainkban, amikor a világot a különböző kultúrák közi társadalmi, gazdasági és politikai kapcsolatok fokozódó intenzitása jellemzi, Hofstede tipológiája egyre több, egymástól teljesen eltérő tevékenységet folytató ember számára válik fontossá.

A SZERVEZETI KULTÚRA DIMENZIÓI

Cultures and Organizations: Softwares of the Mind (London, McGraw-Hill, 1991) című könyvében Geert Hofstede a szervezeti kultúra öt dimenzióját és azok mérését a következő módon jellemzi:

Hatalmi távolság index
A hatalmi távolság index egy adott ország függőségi viszonyairól szolgáltat információt. Az alacsony hatalmi távolsággal jellemzett országokban a beosztottak csak korlátozott mértékben függenek feljebbvalóiktól; viszonyukat az *interdependencia,* a konzultációs jellegű megbeszélések előnyben részesítése jellemzi. A főnök és beosztott közti emocionális távolság viszonylag kicsi: a beosztottak különösebb teketóriázás nélkül fordulnak vezetőikhez, akár ellent is mondanak nekik. Ezzel szemben a nagy hatalmi távolságú országokban a beosztott–feljebbvaló viszonyban nagyfokú *dependencia* figyelhető meg. (27)

Individualizmus index
Az *individualizmus* olyan társadalmakban jellemző, melyekben az egyéneket összekötő szálak viszonylag lazák; mindenkinek saját feladata, hogy önmagáról és közvetlen családjáról gondoskodjon. Ellentéte, a *kollektivizmus* olyan társadalmakban figyelhető meg, ahol az emberek születésük pillanatában egy összetartó csoport részévé válnak, mely, feltétlen lojalitásukért cserébe, életük végéig oltalmazza őket. (51)

Maszkulinitás index
A maszkulinitás azokat a társadalmakat jellemzi, melyekben a nemi szerepek világosan elkülönülnek egymástól (azaz a férfiak magabiztosak, határozottak, és az anyagi siker motiválja őket, míg a nőktől több szerénységet, gyengédséget, és az élet minőségével való törődést várják el); a femininitás azon társadalmakat írja le, melyekben a nemi szerepek átfedik egymást (azaz a férfiak és a nők egyaránt szerények, gyengédek, és minőségorientáltak). (82k.)

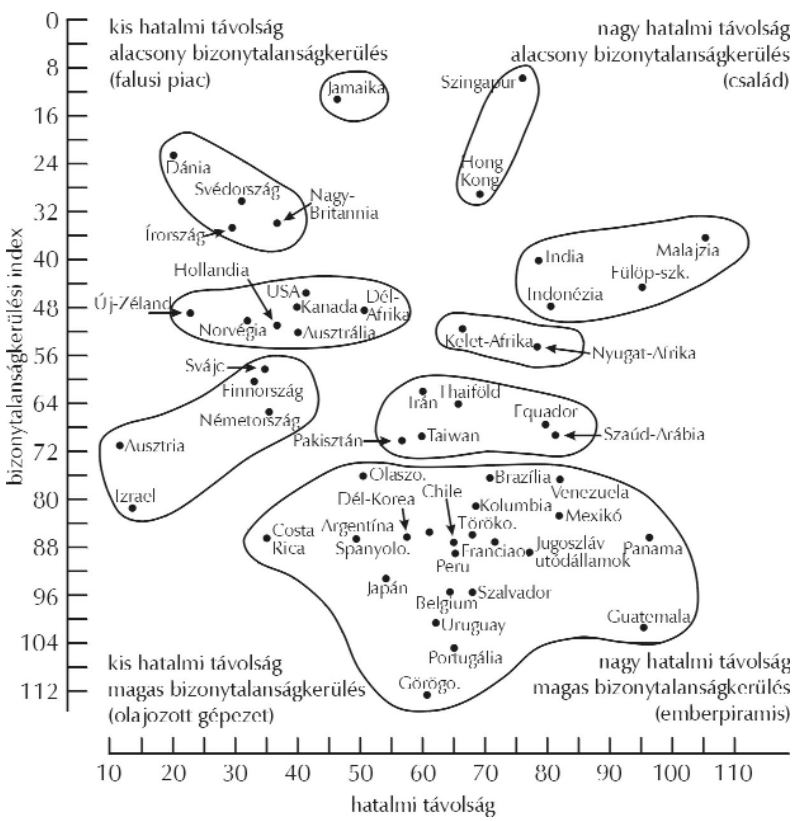
Bizonytalanságkerülés index
A bizonytalanságkerülés index annak mértékét jelöli, hogy egy kultúra tagjai mennyire érzik magukat fenyegetve, ha bizonytalan vagy ismeretlen szituációkkal találják szembe magukat. Ez a félelem, többek közt, a stresszben, illetve a kiszámíthatóságra (írott és íratlan szabályokra) való igényben mutatkozik meg. (113)

Hosszú távú/Rövid távú orientáció
A hosszú távú orientáció az olyan erényekkel való azonosulást jelent, melyek csak a jövőben nyerik el jutalmukat, ilyen például a kitartás és a takarékosság. [...] A rövid távú orientáció a múlttal és a jelennel kapcsolatos értékeket preferálja, például a hagyománytiszteletet, a presztízs védelmét, a társadalmi kötelezettségek teljesítését. (261, 263)

Érdekes problémát vet fel a fentebb tárgyalt három tipológia közti kapcsolat kérdése. Milyen viszonyban áll egymással – ha egyáltalán van szignifikáns összefüggés – a kulturális légkör, a családi kommunikációs mintázatok és a szervezeti klíma? Ennek a problémának a szisztematikus tanulmányozása még várat magára, de minden bizonnyal nagy és szép feladat lenne a kutatók számára.

Ránézésre nem tűnik megalapozatlannak azt feltételezni, hogy egy társadalomra jellemző kulturális légkör általában egy adott típusú szervezeti kommunikációt és egy adott családi kommunikációs mintát részesít előnyben; azaz egy adott társadalomban egy bizonyos fajta családi kommunikációs minta nagy valószínűséggel egy bizonyos típusú szervezeti kommunikációval jár együtt. Ennek alapján a következőket mondhatjuk, persze csak feltételes módban fogalmazva:

- az egyenlőségnek és a szabadságnak egyformán nagy értéket tulajdonító kulturális légkör általában olyan szervezeti kommunikációval jár együtt, melyet a kis hatalmi távolság és az alacsony bizonytalanságkerülési index jellemez;



5.3 ábra *Szervezeti kommunikációs klíma 50 országban (forrás: Hofstede, 1991)*

- az egyenlőségnek és a szabadságnak egyformán nagy értéket tulajdonító kulturális légkör általában a pluralisztikus családi kommunikációs mintával jár együtt;
- egy olyan társadalomban, melyben döntően a pluralisztikus családi kommunikációs minta uralkodik, általában a kis hatalmi távolságot és alacsony bizonytalanságkerülési indexet mutató szervezeti kommunikáció lesz jellemző.

Társadalmak, szervezetmodellek, családi kommunikációs mintázatok. Nem áll rendelkezésre adat a fenti nagyszabású hipotézisek bizonyítására, de remélhetőleg a jövőben lesz majd olyan kutatás, ami fényt derít a társadalom kulturális légkör, a szervezeti kommunikáció típusai és a családi kommunikáció mintázatai közti összefüggésekre. Addig is be kell érnünk a feltételezésekkel.

Végezetül még annyit, hogy Hofstede tipológiája a fejezet korábbi szakaszaiban tárgyalt formális szervezetmodellek szempontjából is releváns. Például egy szigorúan egydimenziós szervezeti hierarchia (5.1. ábra, *A* modell) másféle szervezeti kommunikációt tesz szükségessé, mint egy mátrix típusú szervezet (5.1. ábra, *C* modell).

5.7. Kommunikációs feladatokra létrehozott szervezetek

Egy szervezet minden egysége – az összes személy, alcsoport, szekció stb. – szükségszerűen jelentős időt tölt más személyekkel, csoportokkal és szervezetekkel történő kommunikációval, és nem csak saját alcsoportjukon vagy szervezetükön belül, hanem gyakran azokon kívül is. Egyes személyek, csoportok, szervezeti egységek esetében a kommunikáció olyan kitüntetetté válik, hogy ez lesz fő – vagy akár egyetlen – feladatuk. Még a kisebb csoportokon belül is – a csoporton belüli és csoporton kívüli – kommunikáció a csoportvezető egyik fő feladatának számít (lásd 2.5. és 4.4.1.).

Hasonlóképpen egy kisméretű, kevéssé differenciált szervezetben az elnök töltheti be a szóvivő szerepét. A szervezet méretének növekedésével azonban általában a funkciók szerinti tagoltság is nő. Egyre gyakrabban fordul elő, hogy egy adott feladatot egy adott pozícióhoz rendelnek, melyet egy adott személy tölt be. Az elnök például úgy találhatja megfelelőnek, ha bizonyos kommunikatív funkciókat egy bizonyos személyre vagy egy adott szerep betöltőjére bíz, mondjuk a szervezet titkárára. Ezáltal a szervezetnek egy többé-kevésbé formálisan is elismert szóvivője lesz, aki többé-kevésbé önálló módon cselekszik. (Olykor hasonló tendenciák figyelhetők meg egyébként meglehetősen informális módon szervezetett csoportokban is.)

A szóvivő szerepe megfogalmazható a 2.6. szakaszban tárgyalt általános kommunikációs modell kategóriái segítségével (vö. 2.3. ábra); továbbá a

kapuőr funkciójával is rokonságot mutat (lásd 6.4.2.). Míg azonban a kapuőr a bejövő üzenetekre figyel, a szóvivő éppen ellenkezőleg, a kimenő üzenetekért felelős.

A szervezet méretének és komplexitásának növekedésével a szóvivőnek már asszisztenciára lehet szüksége, s hamarosan kiépülhet a szervezeten belül egy önálló információs és kommunikációs egység. Ha a szervezet tovább növekszik, az információs és kommunikációs egység is vele együtt terjeszkedik, és saját információs és kommunikációs igazgatója lesz. Az ilyen típusú fejlődési folyamatban előbb-utóbb eljöhet az a pont is, amikor a szervezet belső információs és kommunikációs egysége úgy találja megfelelőnek, hogy a kommunikációs feladatokra rendelkezésre álló erőforrások egy részét külső kommunikációs szervezetektől való termékek és szolgáltatások megvásárlására fordítja.

Speciálisan kommunikációs szolgáltatások biztosítására létrehozott szervezetek és szerepek már évezredek óta – a kultúra kereke (lásd 3.2.) különböző szektoraiban – léteztek. Gondoljunk például az ókori folyamvölgyi birodalmak követeire, az észak-európai bárdokra, az Alpoktól északra élő nomádok megtérítésére, a Rómából kirajzó misszionáriusokra vagy a nagy kereskedőházak hírlevél-szolgáltatásaira. Azonban a 19. és 20. század során az efféle szervezetek és szerepek száma sokszorosára nőtt (a tömegkommunikációról lásd 6. fejezet).

A következőkben röviden azokat a szervezeteket fogjuk tárgyalni, melyeket kifejezetten más szervezetek kommunikációs feladatainak ellátása céljából hoztak létre. Ide tartoznak például a *public relations,* marketing- és reklámszolgáltatásokat nyújtó szervezetek. Ezek gyakran, speciális egységet alkotva, egy egyébként teljesen eltérő funkciójú szervezeten belül léteznek. Azonban egyre jellemzőbb, hogy többé-kevésbé független vállalatként ajánlják áruikat és szolgáltatásaikat a piacon. Szakmai hozzáértésük mind nélkülözhetetlenebbé válik a piacot kereső termelő számára.

A terület terminológiáját illetően még messze nincs egyetértés; az ilyen típusú kommunikációs tevékenység megértésének egyik lehetséges módja lehet az, ha az idő perspektívájából szemléljük a folyamatokat. A *fogyasztói kutatás* a majdan eladásra kínált áruk piacának létezéséről gyűjt információt. Az efféle vizsgálatokat a tervezés korai fázisaiban kell elvégezni, olykor akár évekkel megelőzve a termelés beindítását. Amennyiben egy potenciális piac léte igazolást nyer, további információkra van szükség a piaccal kapcsolatban. A *motiváció kutatás* egyrészt a népesség azon kategóriáit próbálja meghatározni, melyek a legnagyobb valószínűséggel hajlanak egy adott termék megvásárlására, másrészt azt vizsgálja, hogy a populáció így behatárolt szegmense milyen okokból és milyen motivációktól vezérelve, milyen mennyiségben vásárolna az adott termékből.

A motiváció azonban önmagában kevés. A potenciális vevőknek tudniuk kell a termék létezéséről, és annak más termékekkel összevethető előnyeiről (ár, minőség stb.). Amikor pedig már minden készen áll a termék piaci bevezetésére, elérkezik a *reklámkampányok* időszaka. Ezeket mindig olyan

médiumokra koncentrálják, melyeket a szakértők az adott termék szempontjából a legmegfelelőbbnek találnak: a tömegtermékek a tömegmédiumokban, a speciális termékek speciális médiumokban jelennek meg stb.

E hosszú történet minden egyes pontján különböző, a marketing és értékesítési folyamat adott szakaszához értő kommunikációs specialisták állnak rendelkezésre. Ahhoz, hogy ezeket a folyamatokat és a hozzájuk kapcsolódó specializált kutatási munkát jobban megérthessük, és a további eredményesség szenpontjából nem haszontalan összevetni őket a kutatás egy általánosabb fajtával: az innováció és diffúzió kutatásával.

5.8. Innováció- és diffúziókutatás

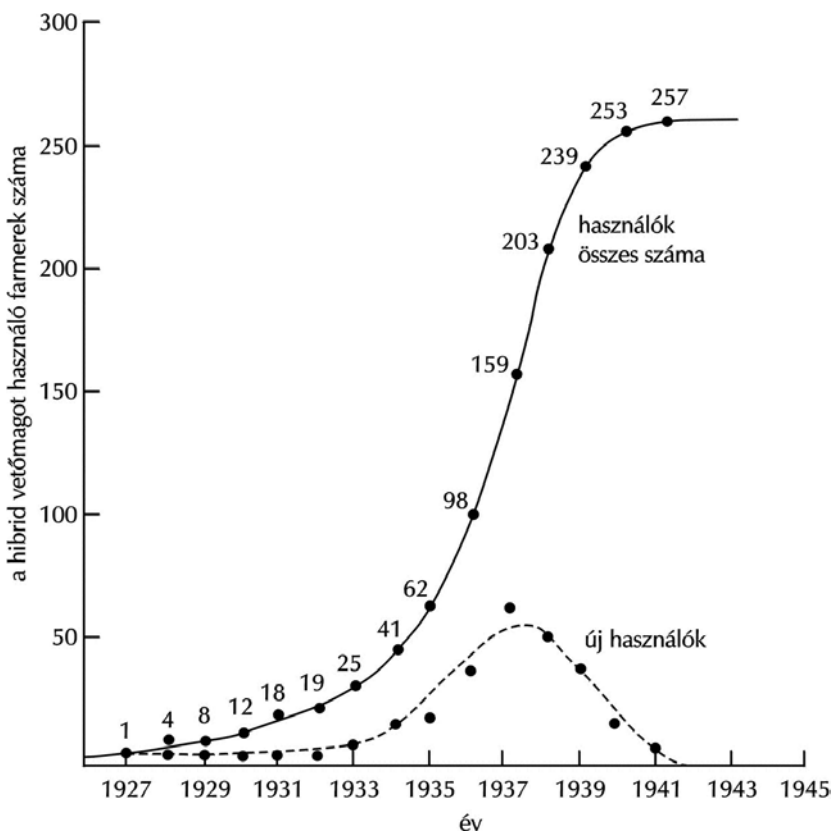
Minden új piacra kerülő termék, legyen az bármilyen különleges vagy ezoterikus, tekinthető pusztán egy nagyon általános jelenség újabb speciális esetének: az innováció terjedése egy újabb példájának. Azaz minden új termék felfogható *innovációként,* melynek ahhoz, hogy sikere legyen, nagyszámú egyéni szintű adoptációs és társadalmi szintű *diffúziós* folyamaton kell végighaladnia. (Az adoptáció nem jelent mást, mint hogy az egyén megvásárolja és használni kezdi az adott terméket; a diffúzió pedig arra utal, hogy az újítás terjedni kezd a társadalomban, és ez egészen addig folyik, míg maximális elterjedését el nem éri.) Az elmúlt több mint száz év során számtalan kutatás vizsgálta az adoptációs és a diffúziós folyamatokat olyan különböző területeken, mint a földrajz, történelem, antropológia, szociológia stb. Az utóbbi pár évtizedben a média- és kommunikációkutatás különböző ágazatai – nem utolsósorban a szervezeti kommunikációkutatás – is élénk érdeklődést tanúsítottak a probléma iránt. A diffúzió- és adoptációkutatás egyik fontos területe az orvostudomány egy speciális ága, az *epidemiológia* (járványtan), melynek története legalább a 17. századig nyúlik vissza. Az epidemiológiai kutatásban különbséget tesznek az *incidencia* és *prevalencia* között. Az incidencia az egy adott időszak alatt bekövetkező új esetek gyakoriságát jelenti, a prevalencia egy adott időpontban a kérdéses betegségtől szenvedő emberek abszolút vagy relatív számát jelenti. A prevalencia tehát az incidencia, a betegség időtartama és a halálozási arány együttesének terméke. Krónikus betegségeket például alacsony incidencia és magas prevalencia érték jellemezhet. Természetesen ez a nagyon alapvető jellegű megkülönböztetés minden egyéb fajta innovációkutatásra is alkalmazható.

Az 5.4. ábra a diffúziós és adoptációs folyamatok jellegét illusztrálja egy konkrét példán – egy hibrid vetőmag használatának terjedésén – keresztül. A diffúzió folyamatát a nagyobbik, az adoptációt a kisebbik görbe szemlélteti. Az ábrán látható ún. S-görbe a diffúzió általános lassú–gyors–lassú mintájának felel meg; azt mutatja, ahogy a népesség különböző csoportjai a diffúziós folyamat különböző szakaszaiban az adott újítást alkalmazni kezdik. Az új felhasználók időbeni megoszlása egy nagyjából harang alakú valószínűségi görbét követ, amely szerint a kezdetben kisszámú, a bizonyta-

lan, de ígéretes profit reményében akár kockázatot is vállaló felhasználót később az óvatos sokaság követi, akik a biztosabb, kisebb kockázattal járó adoptációt választják.

Az adoptáció egyéni, a *diffúzió* társadalmi folyamat. Mindkettő egyaránt vizsgálható kommunikációs jelenségként. E folyamatok nem létezhetnek kommunikáció nélkül: minden érintettnek kommunikálnia kell, az innovációt a társadalom bizonyos szegmensei számára bevezető egyénnek vagy szervezetnek csakúgy, mint az újítás felhasználóinak, és azoknak a személyeknek és csoportoknak is, akik valamilyen oknál fogva gátolni vagy segíteni kívánják az innováció terjedését. Természetesen az innováció terjedésének támogatói által alkalmazott kommunikáció típusa függ attól, hogy az új termék a diffúzió éppen melyik fázisában tart. Továbbá azt is figyelembe kell venni, hogy milyen jellegű újításról van szó.

Az innováció fontosabb jellemzői közé tartozik, hogy kik a majdani felhasználók, és kik azok, akik eldöntik, hogy az újításért ki és milyen (materiális vagy szimbolikus) elismerésben fog részesülni. Az innováció



5.4 ábra *A diffúzió és az adoptáció folyamata (Forrás: Rogers, 1995:258)*

jellegét tehát nagymértékben az innovátorral – és az általa kifejlesztett innovációval – kapcsolatos jutalmazási rendszer határozza meg.

A különböző jutalmazási rendszerek főbb jellemzőit felhasználva létrehozhatjuk az innovációk egy lehetséges tipológiáját. Ez látható az 5.5. ábrán.

Látni fogjuk, hogy az innovátornak saját innovációja feletti hatalma lényeges eltérést mutat az öt alrendszerben. Csak az alapkutatásban és az alkalmazott tudományokban rendelkeznek az újítók meghatározó befolyással arra nézve, hogy szakterületükön belül milyen típusú elismerés jár az innovációkért. Ez a befolyás nem utolsósorban a szimbolikus jutalmazási rendszerben jut kifejezésre. (A 219. oldalon található keretes írásban a legrangosabb tudományos díjakról olvashatunk.

Ezzel kapcsolatban további problémát jelent, hogy az innováció jellege és az, hogy milyen következményekkel jár majd az újítás a potenciális felhasználókra nézve, más és más megítélés alá eshet, attól függően, hogy kinek a szemszögéből nézzük. Ebben a vonatkozásban két fő változót kell megemlíteni: az egyik a potenciális felhasználó közreműködése az innovációban (magas/alacsony), a másik a felhasználónak az innovációhoz való viszonyulása (pozitív/negatív). Egyéb változók is léteznek; kérdés például, hogy az innovációt fokozatosan vagy egy lépésben vezetik be, vagy hogy az újítás adoptációja korábbi cselekvési minták kiszorítását vagy csak azok kiegészítését jelenti.

innovációs termék, fogyasztói főként más újítók	anyagi elismerés, főként innovátorok adják egymásnak	szimbolikus elismerés, főként innovátorok adják egymás közt	innovációs normák, főként más újítók által felállítva	jutalmazási rendszer ideáltípusa	példák
igen	igen	igen	igen	ezoterikus	alapkutatás
nem	igen	igen	igen	független	alkalmazott tudomány
nem	nem	igen	igen	félig független	technológia, magas művészet és irodalom
nem	nem	nem	igen	szubkulturális	jazz, „radikális tudomány”
nem	nem	nem	nem	heterokulturális	tömegkultúra (irodalom, zene, stb.)

5.5 ábra *Az innovátorok jutalmazási rendszerének tipológiája (Forrás: Rosengren 1994c)*

Mindezek a körülmények (és más, itt nem említett tényezők) befolyásolják, hogy az egy adott innováció terjedését szorgalmazó egyének és szervezetek milyen típusú kommunikációt alkalmaznak a potenciális felhasználók irányába – és persze ugyanez áll azokra is, akik valamilyen oknál fogva meg szeretnék akadályozni, vagy legalábbis megpróbálják lelassítani a kérdéses újítás diffúziós folyamatát. Végezetül, a diffúziós folyamat előrehaladásával természetesen változik a különféle promóciós tevékenységek jellege csakúgy, mint az innováció terjedését gátolni vagy lassítani hivatott tevékenységek milyensége is. (Ez utóbbi különösen fontos a diffúzió speciális típusát alkotó járványok esetében.)

5.9. Adoptációt és diffúziót előmozdító szervezetek

5.9.1. AZ ÁLTALÁNOS MINTA

Számos szervezet foglalkozik az adoptációs és diffúziós folyamatok előmozdításának feladatával. Gondoljunk például a reklámügynökségekre, a kommunikációs konzultációt végző cégekre s így tovább. Az efféle kommunikációs szervezetekről és ezek működéséről könnyen áttekintést nyerhetünk, ha a 68. oldalon található, a kommunikáció három szintjét bemutató absztrakt ábra (2.6. szakasz, 2.3. ábra) kategórián keresztül közelítjük meg a problémát. Az említett kommunikációs szervezetek nyilvánvalóan az ábra közepén található téglalapban helyezkednek el; a felső téglalap a nyilvánosságot kereső szervezetet, az alsó pedig a nyilvánosságot jelöli. A középső téglalapra nagyon egyszerű okból van szükség: a négy közvetlen nyíl (1–4) ugyanis számtalan helyzetben nem működik megfelelőképpen.

Egy szervezet és egy kommunikációs tevékenységre specializálódott szolgáltató szervezet viszonyát kezdetben döntően a kommunikáció 5–8 típusa jellemzi. Azonban ami az ilyen típusú kommunikációs folyamatokban megvitatásra kerül, gyakran az 1–4 típusnak felel meg. Miután a szolgáltató szervezet elfogadta a megbízást, elkezdenek megjelenni a kommunikáció 9–12 típusai. Ez a munkaszakasz gyakran informális, ún. kvalitatív interjúkkal indul, amelynek során válogatott, valamilyen értelemben tipikusnak tekintett, potenciális fogyasztókkal vagy a megbízó cég már meglévő ügyfeleivel készítenek interjúkat.

Miután a szolgáltató szervezet és a megbízó megvitatta az előkészítő interjúk eredményeit, olykor átfogó közvélemény-kutatásra is sor kerül (12. típus). Azaz a korábbinál formalizáltabb interjúk következnek és/vagy a megbízó meglévő vagy potenciális ügyfeleit tartalmazó populációból vett reprezentatív minta kérdőíves kikérdezésére kerül sor. A felmérések eredményeit kvantitatív és kvalitatív elemzésnek vetik alá, majd értelmezik, és a megbízó elé tárják az eredményt (5. típus). Egy vagy több megbeszélést

követően (5–8. típus) a közvélemény-kutatás eredménye egyik kiindulópontjául szolgál annak a kampánynak, melynek során a megbízó céget és annak termékét a lehető legpozitívabb és legcsábítóbb módon tárják a nagyközönség elé (2. típus). A megbízó számára beindulhat a tényleges üzlet. A szolgáltató szervezet pedig új megbízó után néz, remélve, hogy az éppen elvégzett munka megbízója elégedett az eredménnyel, a jövőben is vissza fog térniés igénybe veszi a szolgáltatásait.

5.9.2. LOBBIZÁS

Bár a termeléssel, értékesítéssel és konzultációval foglalkozó szervezetek közti viszony különböző konkrét formákat vehet fel, nagyjából minden ilyen kapcsolat a fentebb leírt mintát követi. Máshogy alakul azonban a helyzet, ha egy szervezet komoly hatalmi pozícióban levő döntéshozók véleményét

A NYOMÁSGYAKORLÓ CSOPORTOKRÓL

A fejlett demokráciák nyomásgyakorló csoportjai egészen az 1960-as évekig elsősorban a pluralisztikus társadalom változatos érdekeit képviselő szervezetek és a kormányszervek közti kapcsolatra koncentrálták tevékenységüket, s ebben a hírközlés nyilvánossága vajmi kevés szerephez jutott. Ehelyett a döntési folyamatokhoz való hozzáférés rendszeres és közvetlen módjait preferálták. [...] A különféle politikai, társadalmi és kommunikációs átalakulások együttes hatása következtében azonban az 1960-as évektől a nyomásgyakoroló csoportok tevékenységét sokkal inkább a médiaközpontúság jellemzi. Ez azonban nem a régi, hagyományosabb gyakorlat lecserélését jelenti, az újfajta modell inkább kiegészítő, megkerülő vagy éppen módosító szereppel bír. A médiaközpontú modell szerint a média által tanúsított figyelem a potenciális befolyás és hatalom létfontosságú forrása lehet, hiszen a közvélemény támogatásának olyan percepcióit hozza létre, melyet a politika alakítóinak figyelembe kell venniük. Következésképp a nyilvánosság területe ma már kiemelt fontossággal bír a nyomásgyakorló csoportok szempontjából; számolniuk kell egyrészt azzal, hogy ez egy kompetitív küzdőtér, ahol sokan próbálják megvetni a lábukat, másrészt azt is tudomásul kell venniük, hogy a domináns újságírói sztenderdekhez saját kiadványaikban nekik is alkalmazkodniuk kell. E tényezők következtében:

- a nyomásgyakorló csoportokra is nyomás nehezedik, hogy kidolgozzák a maguk tudatos hírszerkesztési stratégiáit;
- megváltoznak azok a módok, ahogy a csoport követeléseit és kéréseit elő tudja terjeszteni;
- a szervezet valódi céljai és a hírekbe kerüléshez szükséges vélt stratégiák közti eltérés a csoporton belül konfliktusokat eredményezhet;
- bekövetkezhet a társadalmon belül a csoportok közti hatalmi és státuszkülönbségek átrendeződése.

Forrás: J.G. Blumler (1989) ‘Pressure group’, *International Encyclopedia of Communication*, vol. 3. 350–1.

akarja befolyásolni, azaz egy innováció vagy egy új elgondolás elfogadására akarja rábírni őket. Az ilyen helyzetek sokkal tapintatosabb kezelést igényelnek, gyakran például a lobbizás különböző formáit.

A „lobbizás" kifejezés egy sajátos brit parlamenti gyakorlatra vezethető vissza. A parlament előcsarnokában (ezt jelöli a lobby szó) a különböző hatóságok, vállalatok, szervezetek, a média stb. képviselői lehetőséget kaptak – és kapnak mind a mai napig – hogy a parlamenti képviselőkkel informális találkozókon vegyenek részt, ezáltal értékes információhoz jussanak, vagy ha lehetséges, megnyerjék a képviselőket valamely ügy számára. A lobbizás mára egyre elterjedtebbé és nélkülözhetetlenebbé vált; ma már azonban nemcsak parlamenti folyosókon vagy egyéb hasonló helyeken űzik, hanem számtalan más formában is.

Az alapötlet egyszerű: a lobbizás azon a feltételezésen alapul, hogy a többé-kevésbé informális, személyes kapcsolatokon keresztül oly módon lehet bizonyos véleményeknek hangot adni, vagy egyes gazdasági és politikai problémákra megoldási javaslatot tenni, ahogy az a formálisabb szituációkban általában nem lehetséges. Manapság az ilyen célokra létrehozott speciális, ún. nyomásgyakorló csoportokat [pressure group] gyakran lobbiknak hívják (lásd a 157. oldalon található bekeretezett írást). Ezek a csoportok sokszor a fentebb leírt informális módszereket más módszerekkel (például promóciós anyagokkal, a médiának és más csoportoknak szánt előterjesztésekkel) kombinálva használják. Tevékenységük tehát magában foglalja a 2.3. ábrán látható 1–12 típus mindegyikét, de legalábbis ezek legtöbbjét. Természetesen nem minden csoport vagy szervezet engedheti meg magának, hogy ilyen kampányokat folytasson. Az is nyilvánvaló, hogy a médiának a lobbitevékenység kiegészítőjeként való egyre fokozódó használata veszélyt hordozhat a média általános társadalmi funkcióira nézve. Ezek és más hasonló problémák tárgyalására a következő fejezetben kerül sor.

Hatodik fejezet

Társadalmi kommunikáció, tömegkommunikáció

6.1. Társadalom- és kommunikációtípusok

Az előző fejezetekben már utaltunk arra (lásd például 2.3.) a szoros, csaknem tautológikus összefüggésre, amely *társadalomtípusok* és az adott társadalomban domináns *kommunikációtípusok* között áll fenn. Bizonyos kommunikációs technológiák bizonyos típusú társadalmakat tesznek lehetővé. És viszont, bizonyos társadalomtípusok speciális kommunikációtípusokat igényelnek.

A premodern társadalmak a térbeli közvetített kommunikáció egészen hatékony – jelentős térbeli távolságok áthidalására alkalmas – technológiáival is rendelkezhetnek (pl. tűz- és füstjelek, dobszó stb.). Még az is előfordulhat, hogy az *időbeli* kommunikáció bizonyos eszközei is rendelkezésre állnak (sírok, emléktáblák stb.).

Viszont tömegkommunikációs eszközeik meglehetősen korlátozottak, nem terjednek túl a falu főterén, a piacon, a kegyhelyeknél és hasonló helyeken tartott gyűléseknél. Az itt folyó kommunikáció is inkább csoport vagy szervezeti kommunikációnak tekinthető (lásd 4.4. és 5.1.), és kevésbé minősül tömegkommunikációnak. Az ilyen társadalmakban a közönség térhez és időhöz egyaránt kötött.

Az írni és olvasni tudás nemcsak a nagy térbeli és időbeli távolságokon keresztül való kommunikáció képességét hordozza magában, hanem *egy adott üzenet sokszorosításának lehetőségét* is. Amint egy üzenet leírásra kerül – akármilyen egyszerű formában is –, lehetőség nyílik a sokszorosítására. A nyugati világban már az ókortól kezdve (s azt követően évszázadokon keresztül) bevett gyakorlat volt az írásos szövegek – gyakran könyvterjedelmű szövegek – kézi sokszorosítása.

A gyakran rabszolgaként tartott írnokok az ún. *scriptoriá*kban dolgoztak. Az eredeti kéziratból diktált szöveget pergamentekercsekre, majd jóval később papírra írták. (A pergament kecske-, birka- vagy borjúbőrből készítették.) A világ más tájain is ehhez hasonló megoldásokat alkalmaztak. A célnak tulajdonképpen megfelelt ez az eljárás, de a nagy mennyiségben való sokszorosítás problémáját nem oldotta meg. Erre ugyanis csak egy hatékony

nyomdai technológia képes. Az írásos kultúra továbbfejlesztéséhez tehát egy újabb korszakalkotó újításra volt szükség: a nyomtatás forradalmára.

A képi és szöveges üzenetek nyomtatás útján való sokszorosításának technológiája már vagy egy évezrede létezik. Kezdetben a képeket vagy betűket fadúcokba vésték, majd ezeket – olykor különböző színű – festékbe mártva pergamenre, textíliára vagy papírra nyomták. A papírt körülbelül 2000 évvel ezelőtt találtak fel Kínában, és a 12. században került át Európába. A mozgatható és többszöri használatra alkalmas betűk azonban sokkal később jelentek meg. Ezek első változatait már a 11. században használták Kelet-Ázsiában, de az ólomból öntött újrahasználható betűkre alapuló hatékony nyomtatási technológia Johannes Gutenberg nevéhez fűződik. (A 15. század közepén a németországi Mainzban élő aranyműves emellett egy jobb nyomdagépet és nyomdafestéket is kifejlesztett.) Gutenberg találmányával a kommunikáció történetének egy új korszaka kezdődött. Ő maga az új nyomdai technológiát a létező legfontosabbnak tartott könyv, a biblia nyomtatására használta. A híres *Gutenberg-bibliának* több változata jelent meg az 1450-es évek közepén.

Johannes Gutenberg felfedezése örökre megváltoztatta a világot. A Földközi-tenger keleti részéről az ókorban kiindult írás forradalma hosszú idő után végre életképes folytatásra talált, s ez gyakorlatilag minden emberi társadalomra hatással volt. Több mint négy évszázadon keresztül a nyomtatott írás volt a tömegkommunikáció egyetlen valódi médiuma.

Fokozatos fejlődése során a *nyomtatott média* két fő típusa különült el egymástól:

- a *könyv,* mely elvben egyszeri és egyedi publikációkra alapul; és
- a *sajtó,* mely elvben hasonló témakörökben rendszeres időközönként (naponta, hetente, havonta, évente) új tartalommal való ismételt megjelenésre alapul.

A 19. században, az „újítások századában", megnyílt az út az új, jelentős fejlesztések előtt a rajz, az írás, a számolás és a nyomtatási technológiák területén egyaránt, például megjelent:

- a cilinderes gyorssajtó (1810 körül);
- a fényképezés (1840 körül);
- a rotációs nyomtatás (1860 körül);
- az írógép és a számológép (mindkettő 1870 körül); a számológépnek egy darabig vetélytársai voltak, például a ma már elavultnak számító *logarléc* vagy az *abakusz* (golyós számológép) különböző típusú elődei, ez utóbbiak fejlettebb változatai még ma is használatban vannak egyes helyeken;
- a Hollerith-féle lyukkártyás tabulátor (1890 körül);
- az offset technológia (1900 körül).

Ezek az újítások mind hozzájárultak ahhoz, hogy a szövegek, ábrák és képek előállítása, sokszorosítása és terjesztése gyorsabbá és olcsóbbá válhasson. Emellett a fokozatosan terjedő iskolakötelezettség, valamint az iskolában

töltött évek számának emelkedése következtében megnőtt az írni-olvasni tudók száma; kialakult egy nagyméretű olvasóközönség (lásd 6.5.).

Az 1940-es évek a fentebb vázolt lépcsőzetes és egyre gyorsuló fejlődésben újabb hatalmas ugrást hozott az elektronikus számítógép (vagy ahogy kezdetben gyakran hívták, az *elektronikus agy*) megjelenésével. Amikor a nagy mennyiségű információ kezelését végző mechanikus szerkezeteket felváltották az elektronikus gépek, azaz a számítógépek, ez nemcsak az előállítás, a sokszorosítás és a terjesztés *fizikai* aspektusa szempontjából jelentett radikális változást, hanem a legkülönbözőbb típusú *intellektuális* és *művészi* információ létrehozása is gyökeresen megváltozott. Ez valóban áttörést jelentett az információ és a kommunikáció történetében. Az elmúlt ötven év során a számítógép a modern társadalmakat minden részletükben átalakította, és nem utolsósorban a kommunikációs rendszerek területén is komoly változásokat idézett elő.

A számítógép – mint korszakalkotó invenció – fontossága tehát a gőzgép (1770 körül), a vasút (1830 körül), a belsőégésű motor (1860 körül) és a repülőgép (1900 körül) jelentőségéhez mérhető. A felsorolt találmányok gyakorlatilag minden társadalom *termelési,* valamint *közlekedési* és *szállítási* rendszerére befolyással voltak; a számítógép pedig a társadalmak *információs* és *kommunikációs* rendszerét alakította át. Ezeknek a sokszorosítási technológiáknak, valamint az ötvenes években kifejlesztett xerox típusú fénymásolók elterjedésével beköszöntött az ún. *információs társadalom.*

Az elmúlt ötven éve során ezt az áttörést folyamatosan egymástól teljesen eltérő jellegű kommunikációs innovációk sora követte, mint például a számítógépesített telefonközpont, a személyi számítógép vagy a világháló (lásd 2.3. és 4.7.3.). Mondanunk sem kell, hogy ezek az újítások és fejlesztések, közvetve vagy közvetlenül, változást hoztak a kommunikáció minden területén, nem utolsósorban a tömegkommunikációban (lásd 7.7.).

6.2. Egy szükséges előfeltétel

Minthogy a nyomtatott szöveg (könyv, sajtó) volt az első igazi tömegmédium, az írni-olvasni tudás széles körű elterjedése szükséges előfeltétele volt a tömegkommunikáció megjelenésének. Az írás-olvasás azonban egyáltalán nem olyan magától értetődő, mint amilyennek első látásra tűnik. Az emberek nagyon eltérő mértékben rendelkeznek ezzel a tudással. Az egyes szövegek *olvashatósága* is jócskán különbözik egymástól; a szövegek ezen jellemzőjét különböző indexszámokkal jelzik. Vannak, akik még viszonylag egyszerű szöveget is csak nagy nehézségek árán tudnak elolvasni, míg mások kifejezetten bonyolult szövegekkel is könnyedén megbirkóznak.

Olyan társadalmak, amelyekben az írni-olvasni tudás általánosan elterjedt, alig százötven éve léteznek. Korábban a népességnek csak egy kis töredéke, a vallási, a politikai és a gazdasági elit céljait szolgáló szakemberek szűk köre volt az írni-olvasni tudás teljesen a birtokában. A társadalom többi

részét szinte kizárólag a szóbeli kommunikáció jellemezte (lásd 2.3. és 4.3.). A 19. században az Északnyugat-Európában és az Egyesült Államokban megindult iparosodási folyamatok következtében szükségessé vált, hogy a népesség nagyobb hányada sajátítsa el az írás-olvasás mesterségét; ezekben az országokban sor került a tankötelezettség bevezetésére.

Az írni-olvasni tudás foka – még ha viszonylag szűkre szabjuk is, hogy mit foglal ez magába – még ma is nagymértékben eltérő a világ különböző tájain, s olykor még egy országon belül is számottevő különbségek tapasztalhatók. Tény, hogy a 16. századi Európában lezajlott vallási reformációs mozgalmak is segítették az írás-olvasás elterjedését, mivel ezekben az egyén szempontjából a Szentírás olvasása kitüntetett fontossággal bír, mint korábban: a Szentírás az a „hely", ahol az egyes ember „találkozik" a Teremtővel. Azonban csak az általános tankötelezettségnek a 19. század közepén történt bevezetésével került az általános írni-olvasni tudás elérhető közelségbe. Természetesen sok évtizedbe tellett, amíg az európai és észak-amerikai írni-olvasni tudás elérte a mai, közel százszázalékos mértéket. Számos dél-amerikai, ázsiai és afrikai ország is elérte már ezt a szintet, noha természetesen vannak még olyan helyek ahol – a komoly országos és nemzetközi törekvések ellenére – az írás-olvasás képessége még mindig nem általános. Ezek a különbségek az információs és tudásszakadékok kirívó példái (lásd 2.3.4.).

Senki sem tudja megmondani, hogy valaha is megvalósul-e – s ha igen, mikor –, hogy a föld népességének 100%-a tudjon írni és olvasni, de az írás-olvasás terjedésének folyamata mindenesetre növekedést mutat. Paradox módon az írás-olvasás folyamatos terjedésével egyidejűleg a hagyományos értelemben vett írás- és olvasástudást egyáltalán nem igénylő média (rádió és televízió) szintén világszerte terjedőben van. Ebből a szemszögből nézve az írás-olvasás, úgy tűnik, veszít fontosságából, míg a „képi írástudás" szerepe egyre nő. Ugyanakkor azonban a modern társadalom egyre fokozódó komplexitása következtében az írni-olvasni tudás képessége mit sem veszít korábbi jelentőségéből.

6.3. Hangok és képek médiumai

A 19. század végén és a 20. század első felében a nyomtatott médiumok minden fajtája három jelentős tömegkommunikációs riválissal találta szemben magát: megjelent a rádió, a mozifilm és a televízió.

A *rádió* feltalálásához az elektromágneses hullámok felfedezése vezetett. A skót James Maxwell által az 1860-as években elméletben leírt jelenséget a német Heinrich Hertz igazolta először kísérleteiben mintegy húsz évvel később. Eredetileg tehát a rádió egy tudományos felfedezés volt. A századforduló táján azonban az olyan kreatív feltalálók kezében, mint az olasz Guglielmo Marconi, az elektromágneses hullámok felhasználásával létrejött a drótnélküli távíró; ez a *pont-pont médium* – vagyis két pont összekap-

csolódását lehetővé tévő médium – messze felülmúlta a csupán pár évtizeddel korábban az amerikai Samuel Morse által kifejlesztett elektromos kábeleket használó telegráfot. (A Morse által kidolgozott pontokból és vonásokból álló kód, az ún. Morze-ábécé azonban megmaradt.) Az első világháború után az eredetileg csak két pont között kapcsolatot létesítő elektronikus médiumot tömegkommunikációs eszközzé fejlesztették tovább, és megszületett a ma ismert műsorszóró rádió.

Észak- és Dél-Amerikában az új tömegkommunikációs eszköz gyors kommercializálódásnak indult azzal, hogy szinte kezdettől a reklám szolgáltatta a fő bevételi forrást. Számos európai országban azonban (és a világ más részein is) a rádió eredetileg előfizetési díjakból és állami támogatásból működő *közszolgálati médiumként* indult. Az 1920-as évek végétől a Sir John Reith dinamikus vezetése alatt álló British Broadcasting Corporation (BBC) a közszolgálati tömegkommunikációnak olyan prototípusát hozta létre, amely számtalan helyen mintául szolgált a későbbiekben. Ma a kereskedelmi és a közszolgálati rádió a világon mindenütt egymás mellett létezik.

A mozgóképeken alapuló mozifilm számos, többé-kevésbé ötletes előzményre vezethető vissza. Az első életképes változatát a Lumière testvérek mutatták be 1895-ben Párizsban. Találmányuk azonnal siker lett, és a film elindult világhódító útjára, különösen az Egyesült Államokban vált igen gyorsan népszerűvé. Kezdetben a filmek meglehetősen rövidek voltak, és nem tartozott hozzájuk hang. Az első világháború utáni filmgyártás időszakát számos ország (főként Németország, Franciaország, a Szovjetunió, a skandináv országok, Japán és India) egyre fokozódó versenye jellemezte. A képet és hangot egyaránt nyújtó mozifilm az 1930-as években terjedt el, és gyorsan adoptált egy akkoriban viszonylag új, de annál életképesebbnek bizonyuló színpadi műfajt, a musicalt. A musical képesnek bizonyult a modern populáris zene különböző formáinak asszimilációjára, s hamarosan komoly veszélyt jelentett a többi zenés színpadi műfajra nézve, azok közül is leginkább az *operettre*. A média fejlődése azonban feltartóztathatatlanul folyt tovább.

A filmgyártás egyre növekvő költségei számos következménnyel jártak. Hamarosan megindult a gyártó cégek koncentrálódása, és kialakult az a fajta filmkészítési gyakorlat, melynek jellemzői, többek közt: nemzetközi sztárok szerepeltetése [például a brit-amerikai Charlie Chaplin (1889–1977), a német-amerikai Marlene Dietrich (1901–1992) vagy a svéd-amerikai Greta Garbo (1905–1990)]; néhány nagyszabású és nagy költségvetésű film készítése (például az 1939-es *Elfújta a szél*); valamint a világsikerre való törekvés érdekében az egész világra kiterjedő forgalmazás. Ezek a tendenciák jellemezték a Los Angeles-i kertváros, Hollywood gombamód szaporodó filmstúdióit. A második világháborút követően a hollywoodi rendszer még inkább uralkodóvá vált világszerte, bár néhány más ország filmgyártása is (elsősorban Anglia, Franciaország és Olaszország) tudott világsikereket produkálni. Akadtak továbbá akadtak olyan tehetséges filmesek (például olasz, francia, skandináv és japán rendezők és a filmjeikben rendszeresen szereplő

sztárok), akik a nemzetközi porondon sikerrel versenyeztek az amerikaiakkal. A *televízió* megjelenése azonban megint gyökeresen átformálta a nemzetközi média világát.

Mint technikai lehetőség, a televízió már az 1920-as években létezett; mint tömegkommunikációs eszköz azonban csak a második világháború előtt került piacra az Egyesült Államokban és néhány más országban. A háború ugyan átmeneti megtorpanást hozott, de 1950 körül már minden készen állt, hogy a televízió megkezdje gyors, világméretű terjedését. Kevesebb, mint egy évtized alatt a tévé lett a tömegkommunikáció médiuma. A gyakran mozifilmek újbóli bemutatását is végző televízió az első pillanattól fogva szoros, olykor függőségi kapcsolatban állt a filmmel. A televízió fejlődésének olyan fejlesztések adtak új lendületet, mint a színes tévékészülékek, a hordozható videokamera és a videolejátszók megjelenése. Ezek segítségével lehetővé vált a televíziós műsorstruktúrától való elszakadás; a videokazettára rögzített műsorokat már akkor és annyiszor tudjuk megnézni, amikor és ahányszor csak kedvünk tartja [time shifting], s emellett mindennapossá vált a házi videók készítése is.

A rádióhoz hasonlóan a televíziózást is a kereskedelmi és a közszolgálati forma kettőssége jellemzi. Nem meglepő módon a közszolgálati rádióval rendelkező országokban a közszolgálati televíziót részesítették előnyben; az inkább kereskedelmi rádiók által dominált országokban pedig a kereskedelmi tévézés terjedt el. (Természetesen olyan helyek is akadnak, ahol a kezdetektől fogva a két típus egymás mellett élése jellemző.) Továbbá a műsorok jelentős része kereskedelmi termék volt, még a közszolgálati televízióval rendelkező országokban is. A későbbiek folyamán a kereskedelmi televíziózás olyan országokban is megjelent, ahol kezdetben a közszolgálati televíziózásnak volt kizárólagos monopóliuma. Ennek egyik oka, hogy a műholdas műsorszórókon keresztül a kereskedelmi csatornák könnyen hozzáférhetővé váltak. Számos országban azonban a közszolgálati televízió még ma is versenyképes médiumnak számít; olyan helyek is vannak, ahol kimondott cél, hogy a közszolgálati adók legalább a közönség 50%-át megtartsák – ez azonban olyan célkitűzés, aminek meg kell fizetni az árát: a növekvő beruházásokat csakúgy, mint a kommerciális szempontból sikeresnek számító ízlésvilág fokozatos átvételét.

Az 1970-es évek közepén a hordozható videokamera és az otthoni lejátszásra alkalmas videokazetta megjelenésével két korábbi médium, a mozifilm és a televízió, fenyegető vetélytárssal találták magukat szemben. De ahogy ez korábban is történni szokott az új kommunikációs médiumok megjelenésekor, a régiek nem tűntek el, hanem alkalmazkodtak az új helyzethez. A felvétel, az átjátszás és a szerkesztés folyamatát lehetővé tevő hordozható videokamerát a televíziós hírműsorok hamar felfedezték maguknak, hiszen ennek segítségével megoldhatóvá vált, hogy a világ különböző pontjain bekövetkező, akár a legváratlanabb és gyorsan kibontakozó rendkívüli eseményekről is azonnali élő képanyag álljon rendelkezésre. Emellett számtalan régi mozifilm is új életre kelhetett azáltal, hogy megjelent videokazettán.

Ez mindenképpen örvendetes fejleménynek számított – és számít a mai napig – a filmipar (és a tévénézők) szempontjából, hiszen olyan időszakban történt, amikor a mozik látogatottsága, a televíziózásnak köszönhetően, erőteljesen lecsökkent. A műsorok későbbi megtekintés céljából videokazettára való rögzítését lehetővé tevő videofelvevő a televíziónézők számának emelkedését eredményezte, hiszen így már nem akadályozta semmi az olyan műsorok felvételét és egy későbbi időpontban való megtekintését, amit a néző amúgy elmulasztott volna. Végezetül, a videó nem pusztán egy újabb tömegkommunikációs eszköz. A korábbi fényképezőgépekhez és a filmfelvevőkhöz hasonlóan a videokamera is családi kommunikációs eszközzé alakult át; segítségével olyan családi események magánjellegű élmények is megörökíthetőek, beleértve az olyan fontos ún. *átmeneti rítusokat,* mint a keresztelő, a diplomaosztó, az esküvő vagy akár a temetés. A videó tehát áthidalja azokat a szakadékokat, ami korábban a tömegkommunikációban a filmezést és a televíziózást, illetve egy másik szinten a családi filmezést és televíziózást egymástól elválasztotta.

A hagyományos médiumok világa ma ismert formájukban legalább még egy évtizedig adottságunk marad, hacsak nem robban be valami teljesen váratlan találmány. A jobb képminőséget és új programozást lehetővé tevő digitális televíziózás már megérkezett, a világháló pedig fokozódó versenyhelyzetet teremt a média összes hagyományos formája számára (lásd 4.7. szakaszt a 121. oldalon és a 7.7. szakaszt a 219. oldalon).

6.4. A társadalomtól az egyénig és vissza

6.4.1. KÜLÖNBÖZŐ IDŐPERSPEKTÍVÁK

Az 1.3. és a 3.3. szakaszban már foglalkoztunk a *szocializáció* folyamatával. Megemlítettük, hogy a szocializációnak két fő fajtája van: elsődleges és másodlagos. Az elsődleges szocializáció az a folyamat, melynek során a kultúra generációról generációra való átadása megy végbe. E folyamat végtermékeképp válik az újszülött fokozatosan a társadalom teljes mértékben működőképes tagjává. A másodlagos szocializáció folyamata életünk végéig zajlik; ennek során a társadalom tagjai az általános társadalmi kultúrához és a társadalmi változásokhoz való alkalmazkodáshoz szükséges új ismeretekre és speciális készségekre tesznek szert. A kultúrát a társadalom szintjéről az egyén szintjére közvetítő média a szocializáció fontos ágense. A tömegkommunikációnak a 19. század végén bekövetkezett áttörése óta a média mint szocializációs ágens szerepe fokozatosan nő, nem utolsósorban az egész életünket meghatározó másodlagos szocializáció területén.

A mai média, mint szocializációs ágens, számos szempontból egyedülálló a következők miatt:

- az év minden napján több órán keresztül jelen van a társadalom gyakorlatilag összes otthonában;

- biztosítja a szórakozás és az információ gyakorlatilag szünetmentes áradatát;
- meghatározza a politikai, gazdasági és kulturális közbeszéd témáit;
- formális, oktató jellegű szocializációs feladatokat is ellát (lásd 3.3.);
- hozzájárul a meglévő hatalmi struktúrák konzerválásához, ugyanakkor előkészíti a terepet a változás azon folyamatainak, melyek nélkülözhetetlenek minden modern, indusztriális és posztindusztriális társadalom életében (és feltehetőleg ez áll a posztmodern társadalmakra is).

A modern és posztmodern társadalmak itt felsorolt alapvető jellemzői nem kerülték el a kutatók figyelmét. Ellenkezőleg, már egy ideje különböző kutatási irányzatok képviselői foglalkoznak ezekkel a jelenségekkel. A tömegkommunikáció kutatásában legalább fél évszázada létezik már két nagy irányzat. Az ún. *használat- és élménykutatás* azt vizsgálja, hogy az egyén milyen módon használja a médiát; a hatásvizsgálat pedig a médiahasználatnak az egyénre gyakorolt rövid és hosszú távú hatására koncentrál. (Ezt a két irányzatot bővebben a 6.6. szakaszban fogjuk tárgyalni.)

Az imént említett két főbb irányzaton kívül öt világosan elkülöníthető és specializált kutatási irányzat foglalkozik a médiatartalomnak az egyénekre és csoportokra való hatásfolyamatai leírásával és magyarázatával. Az öt irányzat közti különbség leginkább az általuk vizsgált jelenségek időbeli sajátosságainak szempontjából különíthető el egymástól:

- hírterjedés – órák és napok;
- tematizáció [agenda setting] – hetek és hónapok;
- hallgatási spirál – hónapok és évek;
- kultivációkutatás – évek és évtizedek;
- Habermas-féle nyilvánosság *[Öffentlichkeit]* – évtizedek és évszázadok.

A *hírterjedés* az a folyamat, melynek során a média által begyűjtött és prezentált hírek eljutnak az adott népesség egyes tagjaihoz. Ez egy nagyon gyors folyamat, ütemét *órákban és napokban* lehet mérni. Az első hírterjedési kutatást Franklin D. Roosevelt elnök 1945-ben bekövetkezett halálát követően az Egyesült Államokban végezték. Azóta számtalan hasonló vizsgálatot folytattak. (A 7. fejezet 7.2. ábrája a globális hírterjedés egy némiképp újabb keletű példáját mutatja.)

A *tematizáció* [agenda setting] az a folyamat, melynek során a média „megmondja" a társadalom tagjainak, hogy miről gondolkodjanak, hogy miről beszélgessenek családtagjaikkal, barátaikkal, kollégáikkal stb. Időtartama hetekben és hónapokban adható meg. A tematizációelmélet kidolgozója két amerikai kommunikációkutató, M. E. McCombs és D. Shaw, akik 1972-ben jelentették meg első tanulmányukat a témával kapcsolatban.

A *hallgatási spirál* a tematizációval kapcsolatos folyamat. Míg ez utóbbi azt mondja meg, hogy *miről* gondolkodjunk, a hallgatási spirál elmélet azt vizsgálja, hogy családtagjainkkal, barátainkkal, kollégáinkkal stb. való beszélgetéseink során mi számít „helyes" és „elfogadható" véleménynek és mi

nem. Természetes, hogy könnyebb a „helyes" álláspontot és véleményt képviselni, mint egy megkérdőjelezhetőbb véleményért kiállni – főleg idegenek társaságában. Ennek következtében a „helytelen" nézetek könnyen a hallgatási spirál áldozatává válhatnak, azaz, képletesen szólva, lassacskán a szőnyeg alá söprődnek. Nagyon valószínű, hogy a hallgatási spirál erőssége egyénenként és csoportonként is változik. Például a diákok, művészek és értelmiségiek többé-kevésbé avantgarde csoportjai által „helyesnek" tartott véleményeket a társadalom hagyományosabb köreiben esetleg kifejezetten 'helytelennek' ítélik. Nyilvánvaló tehát, hogy a hatását hónapok és évek során kifejtő hallgatási spirál – szerencsére – nem abszolút módon működik. Az 1970-es években kialakult kutatási irányzat a német kommunikációkutató, Elisabeth Noelle-Neumann nevéhez fűződik.

A *kultiváció* az a folyamat, melynek során a média úgymond „kitermeli" a társadalom kultúráját; azaz a világról, a társadalomról, az emberekről alkotott *mainstream* nézeteket a társadalom a társadalom tagjaiba *plántálja,* illetőleg erősíti azokat. A fogalmat a magyar származású amerikai médiakutató, George Gerbner dolgozta ki az 1960-as évek végén. A kultivációs folyamat az előzőkben tárgyalt folyamatokhoz képest kevésbé konkrét, és jóval több kritika is érte. Azonban egy kétségtelenül eredeti elképzelésről van szó, ami bizonyos értelemben felfogható a hallgatási spirál ellentétének. Időtartama *években és évtizedekben* mérhető.

Az *Öffentlichkeit* az eddig felsoroltakhoz képest kevésbé dinamikus fogalom, és talán kevésbé egyértelmű is. Az elsősorban a német filozófus-szociológus, Jürgen Habermas munkásságához kapcsolódó fogalom először az 1960-as években jelent meg. A kifejezés maga legjobban talán nyilvánosságnak fordítható. A nyilvánosság, természetesen, a fentebb vázolt különböző folyamatok dinamikus egymásra hatásának eredményeként jön létre, és alakul folyamatosan. A nyilvánosság tehát az általános társadalmi tudásra alapul, és elkerülhetetlenül hatással van rá a társadalom intézménystruktúrájának általános rendszere. A nyilvánosság nagyon lassan változik; a változás üteme általában évtizedekben és évszázadokban mérhető – kivéve persze a történelem forradalmi pillanatait, amikor a nyilvánosság is gyors és radikális változáson megy keresztül.

A nyilvánosság egy adott időpillanatban jellemző formája és tartalma szoros kapcsolatban áll azzal, amit *kulturális klímának* nevezünk (ezt mutatja a 3.2., valamint 3.6. ábra). Egy, a szabadságot (mint értéket) egyértelműen az egyenlőség fölé helyező társadalomban a közszférában zajló viták nyilvánvalóan egészen máshogy fognak kinézni, mint egy olyan társadalomban, ahol az egyenlőség elvét előnyben részesítik a szabadsággal szemben. (Az utóbbi eset szélsőséges megnyilvánulásaiban nyilvánosság akár teljesen el is tűnhet; viszont az ilyen országokban általában kialakul egy – olykor egészen kifinomult humorban manifesztálódó – underground nyilvánosság.)

A modern, erőteljesen szektorokra tagolt demokratikus társadalmakban több nyilvánosság létezik. Leegyszerűsítve azt mondhatjuk, hogy legalább egy nyilvánosság tartozik a *kultúra kereke* (lásd a 3.1. ábrát) minden egyes

szektorához (vallás, politika, gazdaság, technológia, természet-, társadalomtudomány és bölcsészet, művészet és irodalom). S bár a társadalom különböző szektorai az idő múlásával különböző módokon fejlődnek, e változások közös keretét azonban a társadalom általános kultúrája jelöli ki, amelynek a mi világunkban a média a legfontosabb propagátora.

A társadalom egy konkrét szektorában végbemenő változásra ad példát az oldal alján található bekeretezett írás, mely a svéd irodalmi rendszeren – annak irodalmi nyilvánosságában – zajló fejlődést tárgyalja. Az ilyen típusú nagy és lassú társadalmi folyamatok számtalan, a társadalom különböző szektoraiban meghozott – és gyakran nem is tudatos – egyéni döntés és tett kumulatív eredményeképp jönnek létre. Az efféle döntések egyik fontos fajtáját a „kapuőrök" által naponta nagyszámban hozott gyors döntések képviselik.

6.4.2. KAPUŐRZÉS ÉS HOZZÁFÉRÉS

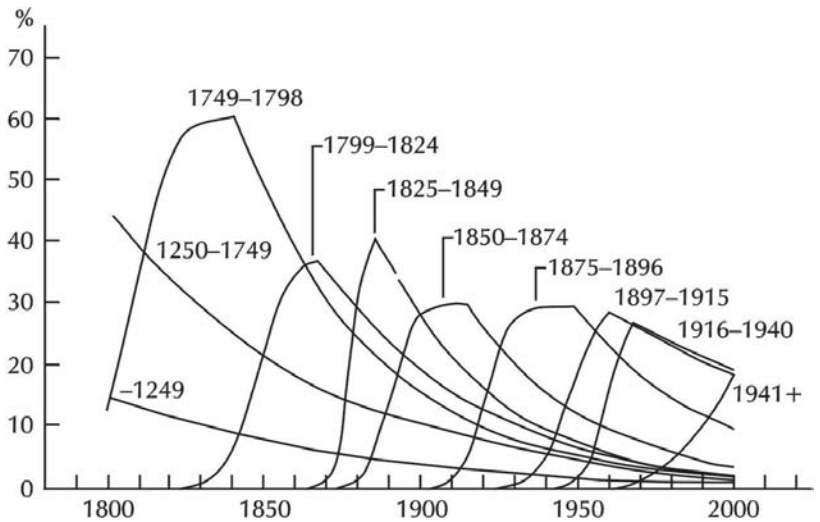
Az előző szakaszban több olyan folyamatot is tárgyaltunk, melyek segíségével a médiatartalom egyénekhez és csoportokhoz jut el, és gyakorol hatást rájuk. Bár e folyamatok különbözőek, van két olyan jelenség, amelyik mindegyikre jellemző: a *kapuőrzés* és a *hozzáférés*.

A kapuőrzés fogalma az 1950-es években került be a kommunikációkutatásba. Mindazonáltal egy nagyon általános jelenségről van szó. A kifejezést eredetileg a szociológiában használták egy hagyományosan háziasszonyi

AZ IRODALMI HAGYOMÁNYOK TÜNDÖKLÉSE ÉS BUKÁSA

Az 5.8. és 5.9. szakaszban az innováció és diffúzió kutatását a szervezeti kommunikáció keretén belül tárgyaltuk. Bármilyen általános is legyen ez a két jelenség, érdemes őket a tömegkommunikáció és a nyilvánosság szempontjából is megvizsgálni. Már említettük, hogy a kultúra kerekének minden egyes szektorához tartozik egy nyilvánosság, s ezek a szektorspecifikus nyilvánosságok folyamatos átalakulásban vannak. E változási folyamatok tanulmányozása a kommunikációtudomány és -kutatás egyik fontos feladatát képezi.

Egy konkrét nyilvánosság tanulmányozása történhet például úgy, hogy megnézzük, a társadalom egy adott szektorában miről folyik nyilvános beszéd. A művészet és irodalom szektorának nyilvános vitái és megbeszélései nagyobbrészt az újságok és folyóiratok recenziókritika rovataiban folynak. Az új műveket (új regényeket, drámákat, versesköteteket stb.) ismertető recenziók szerzői gyakorta tesznek említést az éppen tárgyalt mű szerzőjén kívül más szerzőkre is: „Nyilván-való, hogy X sokat tanult a gyakran hasonló témákról és hasonló stílusban író Y-tól"; vagy „Ellentétben Z-vel, U, úgy látszik, nem túlságosan fogékony az ilyesfajta társadalmi problémák iránt". Az ilyen típusú utalások értékes információval szolgálnak a recenzió olvasója számára csakúgy, mint az irodalmi kommunikációt tanulmányozó kutatónak.



Az irodalmi hagyományok tündöklése és bukása

Az utalás az irodalmi recenzió írója által megfogalmazott asszociáció. Az utalásokat összegyűjtve tehát képet alkothatunk a recenzens(ek) asszociációs mezőjéről, „irodalmi értelmezési keretéről". Az egy adott ország vezető irodalmi lapjaiban megjelenő utalások reprezentatív mintája segítségével pedig a legkülönbözőbb módon tudjuk jellemezni a kérdéses kultúra irodalmi klímáját. Vizsgálhatjuk például, hogy hogyan változik a recenzensek által használt irodalmi értelmezési keret, kihangsúlyozva a különböző korszakokra jellemző ilyen vagy olyan irodalmi hagyományokat.

Az irodalmi hagyományok felfelé majd lefelé ívelésének az utalások vizsgálatán keresztül kirajzolódó görbéje hasonló ahhoz, amit más kulturális jelenségek vizsgálatából már jól ismerünk, gondoljunk például a növekedés S-görbéjére (lásd az 5.4. ábrát). A 6.1. ábra az irodalmi növekedés majd hanyatlás folyamatát szemlélteti. Az a pont, ahol egy felfelé ívelő görbe keresztezi a korábban domináns görbét, különösen fontos, hiszen ez jelzi egy új irodalmi tradíció áttörését. A 6.1. ábrán látható áttörési pontok elhelyezkedése nagyjából egybeesik a hagyományos irodalomtörténet periodizációjával; ez pedig alátámasztja az utalások vizsgálatára alapuló technikát csakúgy, mint az irodalomszociológiát és a hagyományos irodalomtörténetet. (Az ábra alapján az látható, hogy az 1940 után született svéd írónemzedék körülbelül 2000 táján éri el a maga áttörési pontját; az ötvenes és hatvanas éveikben járó alkotók ekkora kerülnek domináns pozícióba.)

Az utalások vizsgálatának technikája egy fontos kutatási irányzat, a *hivatkozáselemzés* egy speciális alterületét képezi, melyet többnyire a bibliometria (azaz a tudományos kommunikáció tanulmányozása) során alkalmaznak.

Forrás: K.E. Rosengren (1998)
'173
The climate of literature: a sea change?', *Poetics,* 25, 311–26.
A bibliometriáról bővebben lásd például C.L. Borgman (ed) (1990)
Scholarly Communication and Bibliometrics. London, Sage.

szerep leírására. Ennek értelmében a ház asszonya mintegy a család kapujának őreként funkcionál: házias főztjével igyekszik mindenkinek a kedvében járni, hogy így tartsa őket a család keretein belül – megakadályozandó, hogy a szupermarketek és csemegeboltok kínálata elcsábítsa családjának tagjait a közös asztaltól. A média- és kommunikációkutatásban a *kapuőrzés* kifejezés egy konkrét szerkesztési funkcióra, a hírügynökségektől és máshonnét a különböző szerkesztőségi irodákba beérkező töménytelen mennyiségű hír kezelésére utal. Ezek az üzenetek érkezhetnek távírón, telexen, faxon. Leggyakrabban azonban attól a nagyhatalmú szerkesztőségi személytől erednek, akire a kommunikációkutatás zsargonja úgy utal, *Kapu úr.* [Mr. Gates]

Az első döntés, amit „Kapu úrnak" meg kell hoznia egy adott üzenettel kapcsolatban, látszólag egyszerű: vagy megakadályozza az üzenet további terjedését vagy – valószínűleg szerkesztve és/vagy átírva – továbbítja valahová. Azaz kinyithatja vagy bezárhatja a kaput. A valóságban azonban ez korántsem egyszerű feladat, arról nem is beszélve, hogy az esetek többségében túl sok idő sem áll rendelkezésre az ilyesfajta döntések meghozatalára. Ahhoz, hogy valaki igazán jó kapuőr lehessen, nagy tapasztalattal és józan újságírói értékítélettel kell rendelkeznie. És lehetőség szerint az sem árt, ha az illetőnek van némi újságírói vénája is.

„Kapu úr" a mai napig megtalálható eredeti szerepkörében; ott ül szerkesztőségi irodájában, és egyre-másra hajítja szemétbe a bejövő faxokat, táviratokat és egyéb üzeneteket – vagy nyomogatja rendületlenül számítógépe *Delete* gombját. Alapjában véve azonban a kapuőrzés funkciója ennél sokkal általánosabb. Számtalan társadalmi intézmény hasonló feladatot tölt be, mint a szerkesztőségben helytálló „Kapu úr" – beleértve például az egyetemi tanszékeket is, ahol minden egyes diákról eldöntik, hogy érdemes-e a felvételre vagy jobb, ha kint marad.

A kapuőrzés jelenségének ellenpárja a *hozzáférés.* A médiához való hozzáférés számos szakma és társadalmi szerep *sine qua non*ja. A kulcsemberekhez és a lényegi információhoz való hozzáférés nemcsak a politikusok, hanem mindenki számára hatalmat és befolyást biztosít – megteremti annak az esélyét, hogy befolyásoljuk ezt vagy azt a társadalmi feltételt, hogy előmozdítsuk ennek vagy annak a csoportnak az ügyét, vagy még általánosabban szólva, lehetővé teszi, hogy a társadalmi vitákban hallatni tudjuk hangunkat. A hozzáférésre való igény tehát megalapozza a kapuőrzés funkciójának fontosságát.

A fejlett társadalmakban a fontosabb társadalmi funkciókhoz (társadalmi döntéshozatal, a társadalmi döntéseket előkészítő általános viták stb.) való hozzáférés nagymértékben függ a kommunikáció műszaki infrastruktúrájától. Az információszerzés, az internetes vitákban való részvétel nem lehetséges telefon, számítógép és modem nélkül.

A médiához való hozzáférés és a média világán belüli kapuőrzési funkció egyaránt függ általánosabb társadalmi és társas jelenségektől. Nagyjából elmondható, hogy minél jobb társadalmi helyzetben van valaki, annál köny-

nyebben fér hozzá a médiához, annál engedékenyebbek lesznek vele a kapuőrök. Az etnikai kisebbségekhez tartozó szegény, idős, iskolázatlan nők sokkal nehezebben tudnak a médiához férkőzni mint a domináns etnikai csoporthoz tartozó gazdag és magas iskolai végzettséggel rendelkező fiatal férfiak. Funkciójukból eredően a kapuőrök az összes társadalmi csoport tagjait igyekeznek távol tartani, de a példában említett két csoport képviselői közül az elsővel sokkal szigorúbbak, mint a másodikkal. Általános értelemben természetesen mindkét jelenségre igaz, hogy megjelenésüket az erőforrások gyér volta váltja ki.

6.5. Homogenitás és heterogenitás

A 174. oldal bekeretezett írásának ábrája a társadalom egy speciális, a szépművészeteknek a példánkban az irodalom által képviselt szektorában végbemenő fejlődésre utal. Még konkrétabban az ábra a svéd irodalmi lapokban megjelenő irodalomkritika területén végbemenő változásokat érzékelteti, ami persze a társadalmi kultúrának egy meglehetősen speciális esetét képezi. Az ilyen típusú kommunikáció természetesen csak a népesség egy viszonylag kis csoportja számára számít érdekesnek (még akkor is, ha vannak olyan, elsődlegesen más társadalmi szektorokban tevékenykedő emberek is, akik rendszeresen átfutják az irodalomkritikai írásokat, csak hogy képben legyenek). Tehát a média és a médiatartalom strukturáltsága és rétegződése többnyire – közvetve vagy közvetlenül – tükrözi a társadalom általános rétegződését.

Az általános írni-olvasni tudással jellemezhető társadalmak hozzávetőleg csak százötven éve léteznek (vö. 6.1.). A létező médiarendszer az írni-olvasni tudás terjedésével párhuzamosan mélyreható változáson ment át. Természetesen mindig is voltak a tömegek számára megjelentetett kiadványok. Főként a protestáns országokra volt jellemző, hogy három könyv – a Biblia, énekes könyv és prédikációgyűjtemény – az alsóbb osztályok háztartásaiban is fellelhető volt szinte mindenütt. Az írni-olvasni tudás terjedésével azonban egy új, a különböző népszerű kiadványok iránt érdeklődő hatalmas piac kezdett kialakulni. A vállalkozó szellemű üzletemberek nem is késlekedtek megragadni az alkalmat, hogy kivegyék a részüket a tömegkommunikációs társadalom létrehozásából, melynek műszaki feltételeit az új nyomdatechnológiák megjelenése már megalapozta. Ezekben a tendenciákban kezdettől fogva benne rejlett egy osztály alapú kettősség: az iskolázott közép- és felsőosztályok és az írni-olvasni ugyan már tudó, de nem túl művelt alsóbb osztályok között húzódó szakadék. A média gyorsan alkalmazkodott ehhez a töréshez. A 19. század második felében tömegével születtek az újonnan írástudóvá lett tömegek ízléséhez és képességeihez illeszkedő népszerű lapok. Könyveket, heti és havilapokat, évkönyveket adtak ki az egyre terebélyesedő olvasói piac ízlésbeli és jövedelmi különbségeit szem előtt tartva. Bekövetkezett a *tömeg*kommunikáció *osztályok* szerinti differenciálódása.

Ezek a tendenciák jellemzik a kapitalista társadalom fejlődését a 19. – és részben a 20. – században. (Hasonló folyamatok zajlottak le más társadalmi alakulatokban is, de a fasiszta és kommunista diktatúrákban ezek a tendenciák a politikai rendszer igényeihez igazodtak.)

A tömegkommunikáció és közönsége *differenciálódását* eredményező folyamatokkal párhuzamosan a média *tulajdonosi* viszonyaiban erőteljes *koncentráció* és *integráció* figyelhető meg. A koncentráció következtében az egyébként önálló kiadványok (napi- és hetilapok stb.) egyre kevesebb tulajdonos kezében összpontosulnak. A tulajdonosi integráció pedig hatalmas méretűre duzzadt kiadók *(konglomerátumok)* kialakulását eredményezi, melyek rengeteg, különböző ízléstípusokat megcélzó és egészen eltérő jellegű kiadványok (könyvek, folyóiratok, újságok, magazinok, mozifilmek, videók stb.) gyártását és forgalmazását kontrollálják közvetett vagy közvetlen módon. Az ilyen típusú konglomerátumok integrációja tehát egyszerre vertikális (a gyártástól a forgalmazásig terjed) és horizontális (a populáris tévésorozatoktól a kevesek érdeklődésére számot tartó modern költészetig minden beletartozik).

A 20. század utolsó évtizedeiben egy nagyon hasonló és egyre erőteljesebben érvényesülő tendencia jelent meg a tömegkommunikáció befogadói

A MŰSORKÍNÁLAT SOKSZÍNŰSÉGE

A médiatermék minőségét a legtöbben fontos kérdésnek tartjuk, s különösen így van ez a médiapolitikusok, társadalomtudósok és kutatók esetében. Ebben az esetben a problémát természetesen az okozza, hogy ami az emberek egyik csoportjának magas minőségi szintet jelent, azt mások esetleg alacsony minőségűnek értékelik, és fordítva. A *sokszínűség* fogalma megoldást jelenthet erre a problémára. A sokszínűség feltételezi a változatosságot. Egy olyan programösszeállítás, amelyet a sokszínűség ésszerű mértéke jellemez, jó eséllyel tud valami értékessel (valamilyen minőséggel) szolgálni mindenki számára, még egy, az ízlések és preferenciák különböző típusaival és szintjeivel jellemezhető közönségen belül is.

Hogyan lehetséges a műsorkínálat sokszínűségének mérése? Az NHK japán televíziós társaság és annak leleményes *Műsorszórási Kutató Intézete* ezt a kérdést tette fel ázsiai, európai és amerikai kommunikációkutatók egy csoportjának. A csoport tagjai néhány alkalommal találkoztak a kilencvenes évek elején. Számos különböző mérési módszerre hangzott el javaslat, s ezeket megvitatták és formalizált helyzetekben le is tesztelték. Végül a *relatív entrópiának* nevezett mérés mellett döntöttek. Ez egy olyan index, melynek segítségével kiszámítható egy adott időszak adott műsorkínálatában megjelenő változatosság átlagos mennyisége (a műsorrendben szereplő programkategóriák számának kiszűrését követően). Az index 1 és 0 között mozoghat; a 0 a sokszínűség teljes hiányát, az 1 pedig annak maximális fokát jelöli. Ha egy médiacsatornát, például egy televíziós csatornát, magas relatív entrópia érték jellemez, az annyit tesz, hogy az adott csatorna valóban sokszínű műsorszerkezettel rendelkezik, ami mindenki (felnőttek, gyerekek, kamaszok, az ún. magas és alacsony kultúra iránt érdeklődők egyaránt) igényeit kielégíti.

A műsorkínálat sokszínűségét 1992 márciusa egy hetében, öt ország (Japán, az Egyesült Államok, az Egyesült Királyság, Kanada és Svédország) 26 tévécsatornáján mérték. Egy teljes nap műsorkínálatának relatív entrópiája 0,84 (a svéd 1. csatorna) és

oldalán is: nem elkülöníthetők a különféle fogyasztói csoportok az ún. magas kultúra és tömegkultúra közötti választás mentén. Az irodalmi és tudományos szaklapokat népszerű magazinokkal együtt olvasó, a populáris tévésorozatokat és Shakespeare drámákat egyaránt fogyasztó „mindenevő" média-felhasználó típusa egyre inkább terjedőben van. (Megjegyzendő persze, hogy az efféle általános tendenciákat a helyi, regionális és nemzeti sajátosságok mindig befolyásolják valamilyen mértékben.)

Ezzel párban jár a „mindenevő" médiafogyasztót kiszolgáló változatos és sokszínű műsorszolgálat követelménye. A változatosság és sokszínűség hagyományosan a közszolgálati televízió- és rádiócsatornákkal szemben támasztott elvárás volt. A *műsorkínálat sokszínűségét* lehet mérni kvantitatív módszerekkel, s ilyen típusú méréseket időről időre végeznek is. Mindent összevetve a kereskedelmi adókhoz képest a közszolgálati csatornákat nagyobb fokú változatosság jellemzi, az egész műsorfolyamban és a főműsoridőben egyaránt. Kanadától Svédországon át Japánig a legkülönbözőbb országokban érvényes, hogy a nemzeti televíziózási rendszer egészét tekintve a közszolgálati csatornák *növelik* annak sokszínűségét, míg a kereskedelmi csatornák inkább csökkentik az adott ország televíziózási rendszerére jellemző változatosságot (lásd a 174–175.oldal keretes írásait.

0.44 között változott (utóbbit egy oktatóműsorokra specializálódott japán csatorna produkálta, melynek, bár a csatorna egyértelműen felvilágosítójellegű műsorokra szakosodott, entrópia mutatója nem volt sokkal alacsonyabb más országok egyes, lényegesen szórakoztatóbb jellegű műsorokat kínáló csatornáinál). Általánosságban a közszolgálati csatornák magasabb, a kereskedelmi jellegű csatornák alacsonyabb entrópiával rendelkeztek. Főműsoridőben, melyet gyakran a szórakoztató műsorok különböző típusai uraltak, a relatív entrópia értéke többnyire csökkent.

Azt is mérték, hogy egy konkrét csatorna mennyiben járul hozzá az ország televíziózását összességében jellemző sokszínűséghez. Többé-kevésbé azt találták, hogy – a kereskedelmi adókkal ellentétben – a közszolgálati csatornák növelték a kérdéses ország egészére jellemző sokszínűséget. Az országok összehasonlításában az Egyesült Királyság hozta a legmagasabb, az Egyesült Államok pedig a legalacsonyabb entrópia mutatót.

Az eredmények természetesen csak a vizsgálatban résztvevő országokra érvényesek, és azokra is csak a vizsgálat időszakában. Feltehetőleg azonban az általános tendencia megmaradt, és valószínű, hogy a jövőben is ilyen irányban fog folytatódni – még annak ellenére is, hogy néhány közszolgálati csatorna műsorajánlatát a kereskedelmi televíziókéhoz közelítette, illetve hogy a műholdas műsorszórásnak köszönhetően az egy adott népesség jelentős része számára elérhetővé vált csatornák száma radikális mértékben megugrott.

Forrás: Ishikawa (1996) *Quality Assessment of Television.*
Luton, Luton University Press.
Lásd még: Hellman (1999) *From Companies to Competitors.*
Tampere, University of Tampere Press.

Hilve, P. – Majanen, P. – Rosnegren, K.E. (1998)
'Quality in programming: commercial and public service diversity',
European Journal of Communication, 12(3) 291–318.

6.6. A médiahasználó egyén: minőség és mennyiség, okok és okozatok

6.6.1. AZ EGYÉNI MÉDIAHASZNÁLAT VIZSGÁLATA

A mai társadalmak legtöbb tagja idejének jelentékeny részét tölti különböző típusú médiatartalmak olvasásával, hallgatásával és nézésével. Ennek az időmennyiségnek a mérése, bár első pillantásra egyszerűnek hangzik, a valóságban igencsak nehéz feladat. Természetesen még ennél is bonyolultabb az egyének médiahasználatát vezérlő okok és az abból eredő következmények tanulmányozása. Az egyéni médiahasználat mérésére számos módszert alkalmaznak, melyeket különböző dimenziók mentén osztályozhatunk.

Az egyik fontos dimenzió azzal kapcsolatos, hogy konkrétan *mit is mérnek:* egy adott időpontra vagy időszakra (például: az elmúlt napra) jellemző tényleges médiahasználatot vagy pedig egy bizonyos időszak (például az elmúlt pár hét vagy hónap) médiahasználati szokásait. Az osztályozás következő dimenzióját az *adatgyűjtés általános típusa* alkotja; ez lehet személyes interjú, telefoninterjú vagy akár postai úton bonyolított kérdőíves felmérés. Az *adatgyűjtés során használt konkrét eljárások,* azaz az interjúalanyoknak és válaszadóknak feltett kérdések jellege és mintája jelentik a harmadik szempontot. Minél pontosabbak és részletesebbek a kérdések, annál jobb válaszokra lehet számítani (ésszerű határokon belül).

Az egyéni médiahasználattal kapcsolatos legtöbb forgalomban levő adat a közvélemény kutatásra specializálódott szervezetek által folytatott, és (többé-kevésbé) reprezentatív népességi mintán végzett telefonos vagy írásos (postai) felmérésekből származik. Ezek a kereskedelmi jellegű ügynökségek többnyire a média vállalatok megbízásából dolgoznak. Olykor kormányzati hivatalok (mint például a statisztikai hivatal) is végeznek hasonló felméréseket; ez történhet szabályos időközönként vagy *ad hoc* módon, attól függően, hogy egy adott kormányzati szervezet éppen milyen kutatást folytat. Emellett a politikai pártok, különböző nagy szervezetek és vállalatok is gyakran bíznak meg közvéleménykutató intézeteket a megrendelő speciális igényeihez szabott felmérések elvégzésével. Tudományos munkájuk részeként számos társadalomtudományi és bölcsészeti tanszék is végez hasonló vizsgálatokat.

Az eredmények nagyon változatosak attól függően, hogy egy konkrét médiahasználat–vizsgálat milyen országban, az év melyik időszakában és milyen adatgyűjtési módszerrel készült. A 6.1. ábra néhány különböző ország médiahasználati adatait mutatja. Különféle okokra visszavezethetően (például az országra jellemző médiarendszerek eltérése, más nemzeti kulturális sajátosságok stb.) a felsorolt országok eredményei elég színes képet mutatnak. Vannak olyan országok, ahol az újságolvasás és a közszolgálati televíziók műsorának nézettsége viszonylag magas értékeket mutat, míg máshol ugyanezek az értékek elég alacsonyak. De az ábrán figyelemre méltó

hasonlóságokat és egyezéseket is észrevehetünk. Minden modern társadalomra jellemző, hogy tagjainak többsége, az év minden időszakában, idejének jelentékeny részét a média jelenlétében tölti. Ez általában véve igaz a népesség egészére; de ezen az általános jellegű egyezésen belül a médiahasználat típusában és mennyiségében már számottevő egyéni különbségek mutatkoznak. Ezt, egyáltalán nem meglepő módon, minden vizsgált társadalomban leginkább ugyanaz a három változó befolyásolja: a társadalmi osztály, az életkor és a nem. A következő szakaszban a fiatalok egyéni médiahasználatának sajátosságait tárgyaljuk.

6.6.2. MÉDIAHASZNÁLAT A FIATALOK KÖRÉBEN – MENNYI?

Ebben a szakaszban az egyéni médiahasználatban mutatkozó eltérések néhány konkrét és részletes példáját mutatjuk be; megvizsgáljuk ezek okait és azt is, hogy mindez milyen következményekkel is jár a fiatalokra nézve. Az elmúlt pár évtized során a világ számos országában mutatkozott fokozott érdeklődés e speciális kutatási terület iránt. Ezen sorok olvasói közül is sokan vannak olyanok, akiknek médiahasználati szokásai e kutatási terület tárgyát képezik. S mivel az egyéni médiahasználat hatásai és következményei több évre menően kihatnak, ezért a most folyó médiahasználati kutatások fontosak lehetnek a mai fiatalok jövője szempontjából is. Ez magyarázza, hogy az itt következő szakasz valamivel részletesebb és pontosabb kifejtést tartalmaz, mint a könyv többi része.

A bemutatásra kerülő adatok egy longitudinális kutatási programból (Media Panel Program, MPP) származnak, mely 1975 óta folyik a svédországi Lund egyetemén. A Sven Windahl professzor által elindított MPP ma a program munkájában a kezdetektől résztvevő Ulla Johnsson-Smaragdi professzor (Média- és Kommunikációtudományi Tanszék) irányítása alatt működik.

	Newspaper per 1,000 inhabitants	Minutes of TV viewing a day	Minutes public service TV viewing a day	Percentage of public service TV viewed a day
Norvégia	611	148	64	43
Svédország	518	139	71	51
Németország	426	186	76	41
Egyesült Királyság	362	216	93	43
Franciaország	157	181	78	43
Olaszország	115	214	103	48
Görögország	83	194	17	9

6.1 ábra *A médiastruktúra és médiahasználat jellemzői hét európai országban*
Forrás: S. Hadenius - L. Weibull (1997)

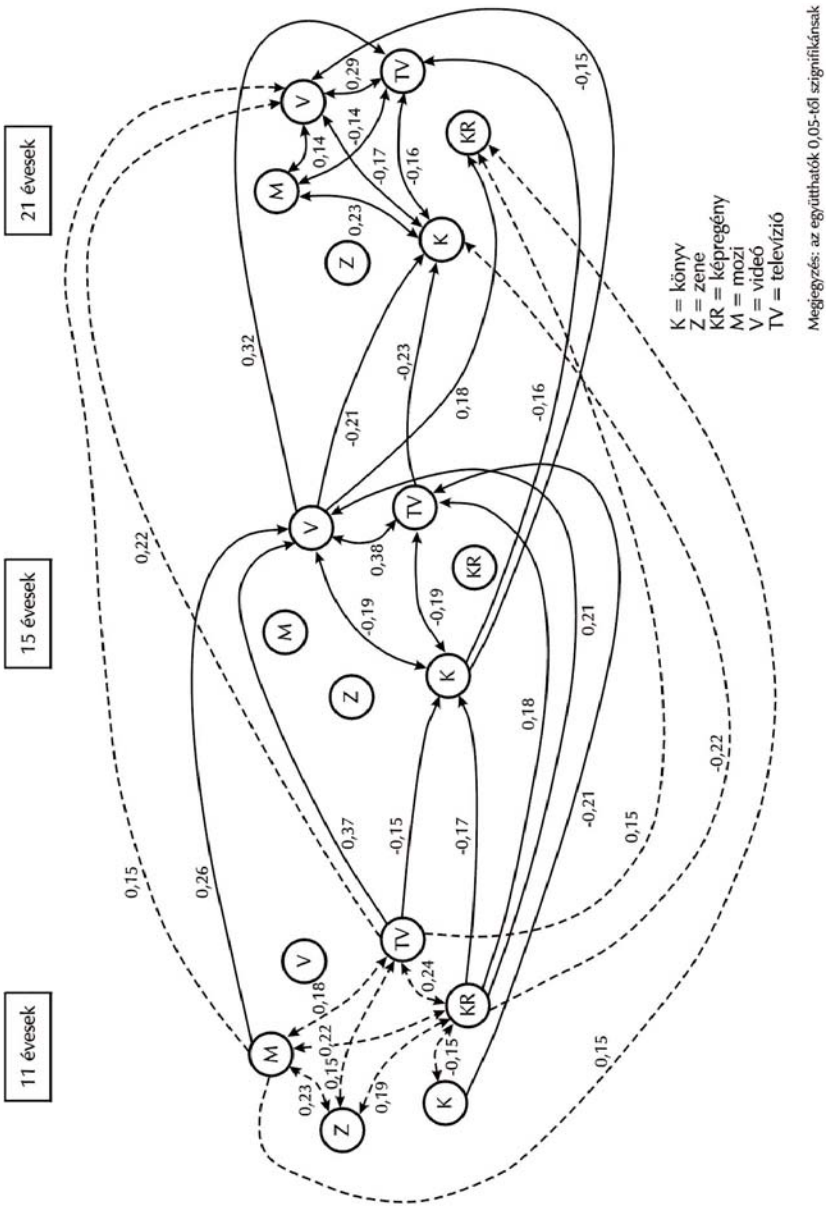
Az MPP részeként Svédország egy kisebb és egy nagyobb déli városában (Malmő, Växjö) empirikus méréséket végeztek gyerekek, serdülők (és szüleik) médiahasználatára vonatkozóan. A mérések több szakaszban történtek, mégpedig úgy, hogy keresztmetszeti és longitudinális összehasonlításokat is egyaránt lehetséges legyen végezni. (A keresztmetszeti összehasonlítás során például a különböző korcsoportok egyazon időpontban vett adatait vetik össze; a longitudinális összehasonlítás pedig ugyanazt csoportot vizsgálja különböző időszakokban.) Az elmúlt évek során jelentések, tanulmányok, disszertációk és könyvek sora készült el a vizsgálat eredményeinek felhasználásával.

Az MPP az egyéni médiahasználatot az emberi élet legdinamikusabb szakaszaiban, a gyermek- és serdülőkor idején vizsgálja. Nem csoda hát, hogy a médiahasználat jellegét és mennyiségét tekintve ezekben az életkori szakaszokban szembeötlő különbségek mutatkoznak. A hagyományos háttérváltozók mellett (nem, társadalmi osztály stb.) természetesen a gyermek- és serdülőkor különböző szakaszaira jellemző sajátos szükségletek, ízlésbeli preferenciák és vágyak is befolyásolják a médiahasználatban mutatkozó különbségeket. Azonban látni fogjuk, hogy a fiatalokat – és mindannyiunkat – körülvevő médiastruktúra és annak változásai is fontos szerepet játszanak az erdmény kialakulásában.

A vizsgálat idejére és helyére jellemző földrajzi és kulturális feltételek természetesen befolyásolták az MPP eredményeit. Az egyéni médiahasználat és az ahhoz kapcsolódó okok és következmények jelensége azonban világszerte olyan általános, hogy nagy valószínűséggel az MPP által feltárt általános tendenciák más indusztriális és posztindusztriális társadalmakra is minden bizonnyal igaznak bizonyulnak.

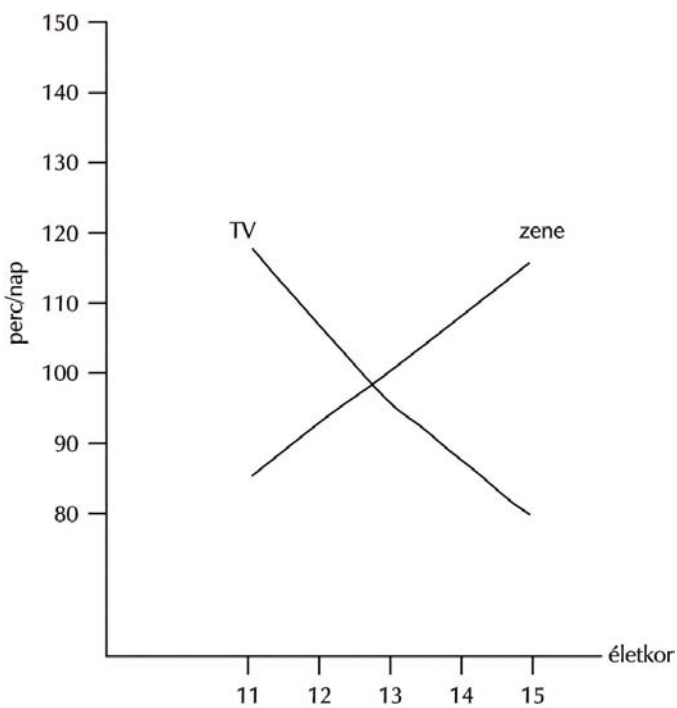
A 6.2. ábra a dél-svédországi gyerekek és fiatalok különböző médiumokkal kapcsolatos szokásai között fennálló összefüggésekről nyújt áttekintést az 1980–1990 közti időszakban.A médiumokat egy adott életszakaszon belül és a különböző életszakaszok között nyilak kötik össze. A nyilakhoz rendelt korrelációs együtthatók azt jelzik, hogy a különböző médiumok használata milyen mértékben jár együtt; azaz egy konkrét médium használata melyik másik médium használatával esik egybe, és milyen mértékben (egy adott időszakon belül csakúgy, mint a különböző életszakaszok közötti összehasonlításban). (Mivel az egy és ugyanazon médium különböző életkorokban jellemző használata közti korrelációk feltüntetése az értelmezhetetlenségig túlzsúfolta volna az ábrát, ezeket nem tüntettük fel. Ezek az együtthatók természetesen viszonylag magas értéket szoktak mutatni.)

Az ábrából világosan kiderül, hogy a különböző médiumok egyéni használata meglehetősen összetett mintázattal rendelkezik, mely részben hosszú időn át stabil marad, részben együtt változik a társadalom médiaszerkezetének változásaival, részben pedig a médiahasználók életkori változásaival párhuzamosan módosul. Bár az ábra részletesebb elemzést is megérdemelne, itt és most két dolgot emelünk ki. Először, a viszonylag stabilnak mondható 11 és 21 éves életkorban az egyéni médiahasználat mintázata



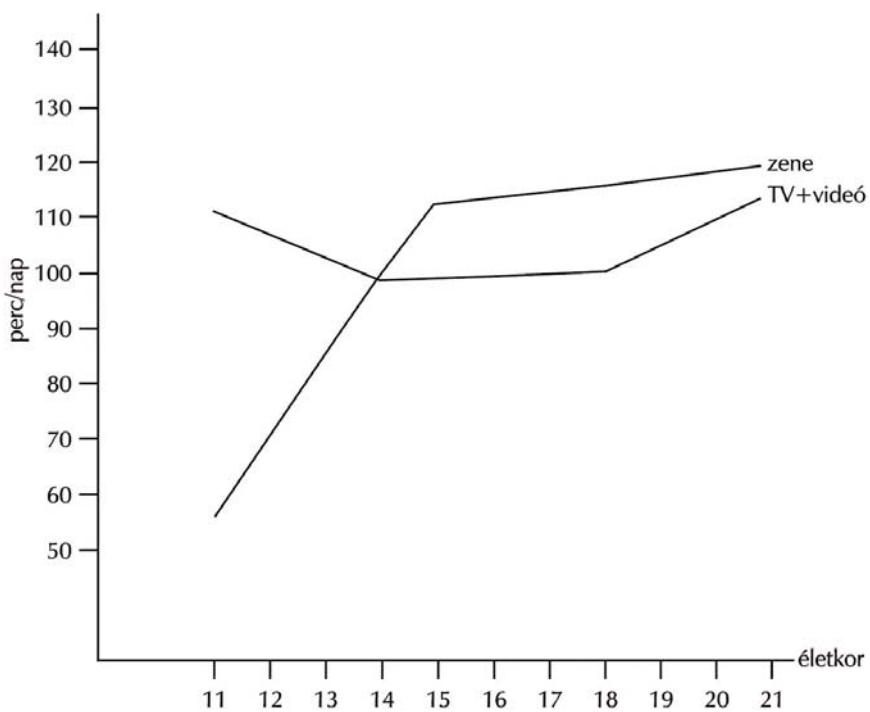
6.2 ábra *A különböző médiumok használata között fennálló kapcsolatok (egyidejűleg és időben előrehaladva) Forrás: Johnsson-Smaragdi, 1944)*

sokkal összetettebb, mint amilyen a sokkal viharosabb 15 éves kor körüli életszakaszt jellemzi (ebben az időszakban kevés a különböző médiumok használata közti számottevő összefüggés; az ábrán kevés a korrelációt jelző nyíl). Másodszor, bizonyos médiumok együttes használata végigkíséri a különböző életszakaszok változásait, azaz számos korrelációs nyilat láthatunk nemcsak az egyes életszakaszokon *belül,* hanem az ábrán feltüntetett három élet-kor között is. Nem kevesebb, mint öt statisztikailag szignifikáns, és a 11 és 21 éves életkori csoportokat közvetlenül összekötő nyíl található az ábrán. Látható tehát, hogy az élet más területei mellett a médiahasználattal kapcsolatban is igaz a mondás, a *férfi apja a gyerek.* Vizsgáljuk meg például azokat az adatokat, amelyek az első hullám TV, a második hullám K, és a harmadik hullám TV és V betűket tartalmazó kis köreinek egymásra mutató nyilaihoz kapcsolódnak. Azt láthatjuk, hogy minél több időt töltenek tévénézéssel a 11 éves gyerekek, annál kevesebb könyvet olvasnak 13 éves korukban. És minél kevesebb könyvet olvasnak 13 éves korukban, annál több időt töltenek a televízió előtt 21 évesen (közvetlenül tévéműsorok nézésével csakúgy, mint videózással). Bár az adatok az 1980 és 1990 közötti időszakból származnak, feltehetőleg ma is ugyanezeket a tendenciákat találnánk valószínűleg még hangsúlyosabban kirajzolódva.



6.3 ábra *Tévénézés és zenehallgatás svéd gyerekek és serdülők körében, 1976-81 (Forrás: Rosengren, 1994c)*

A 6.2. ábra a különböző médiumok gyerek-, serdülő- és fiatalkori használata közti *összefüggéseket* jeleníti meg, de semmit sem mond az egy adott időszakban egy konkrét médium használatára fordított idő *mennyiségéről*. A gyermek- és serdülőkor gyakran viharos időszakaiban olykor természetesen akár egészen radikális mennyiségi változások is bekövetkezhetnek a médiahasználat területén. Hosszú időn át például az jelentette talán a legszembetűnőbb változást, ahogy a serdülőkor elején a zenehallgatással töltött idő ugrásszerű *emelkedésével* párhuzamosan drasztikusan *lecsökkent* a tévénézésre fordított idő mennyisége. Ennek az időszaknak egy tipikus vizsgálati eredményét, a 11-15 éves svéd fiatalok által tévénézésre és zenehallgatásra fordított idő mennyiségének változását mutatja a 6.3. ábra. [Hogy az összehasonlítás lehetséges legyen, a tévénézéssel és a zenehallgatással töltött idő mennyiségét egyaránt sztenderdizáltuk úgy, hogy a két változó átlaga mindig egyenlő (100) legyen.] A 6.3. ábra jól illusztrálja 1970-es évek közepe és az 1980-as évek eleje közti időszak állapotait. Bár a vizsgálat Svédországban készült, feltehetőleg a világ számos más országát is ugyanezek a tendenciák jellemezték ebben az időszakban. Az ábrán egyértelműen látszik a zenehallgatás tipikusnak mondható emelkedése és a tévénézés szintén tipikusnak mondható csökkenése is.



6.4 ábra *Tévénézés, videózás és zenehallgatás, 1976-90 (Forrás: Rosengren, 1994c)*

A 6.4. ábra viszont gyökeresen más képet mutat. Mi a különbség a két ábra között? Az egyik különbség természetesen az, hogy a 6.4. ábra a gyermekkor egy hosszabb időszakát (a serdülő- és fiatalkort) mutatja. Ennél lényegesebb azonban, hogy itt egy más – az 1980-as évek elejétől az 1990-es évek elejéig terjedő – időszakban készült vizsgálat eredményeit láthatjuk. Mi változott meg ezalatt az idő alatt?

Először is az történt, hogy ebben az időben váltak széles körben is elérhetővé Svédországban a kábeltévé és a videofelvevők. A technológia lelkes fogadtatásra talált, különösen a fiatalok körében; nem utolsósorban azért, mert nagyobb hozzáférést biztosított kedvelt műfajaikhoz, például a könnyűzenéhez. Másodszor, egyre több fiatal szobájába került külön tévékészülék. Harmadszor, a kábeltévé és a videó által teremtett verseny szorongatásában a svéd közszolgálati televíziós csatornák lassan rákényszerültek műsorkínálatuk átalakítására, mégpedig a korábban elhanyagolt 15 és 25 év közötti korosztály ízlésének figyelembevételével.

Általánosabban fogalmazva, a korábban főként kínálat/kimenet által meghatározott rendszer olyan rendszerré alakult át, melyet egyre inkább a kereslet/befogadás szab meg. E szerkezeti változások következtében a fiatal korosztály serdülőkori tévénézése emelkedett. Míg szüleik generációjának jelentős része a populáris kultúra iránti érdeklődését fokozatosan kiegészítette legalább egy csipetnyi magas kultúrával, az ún. televíziós generációkat, úgy tűnik, már nem jellemzi ilyesfajta törekvés. (A magas- és tömegkultúra kapcsolatáról bővebben lásd 3.2. és 7.6.)

Ez az eredmény önmagában is érdekes, de mindenekelőtt arra világít rá, hogy a társadalom- és viselkedéstudományok eredményei sokszor kevésbé általánosak, mint gondolnánk: *jelentős mértékben függenek a vizsgálat helyétől és idejétől.* A 6.4. ábrán látható tendenciák valószínűleg tovább erősödtek az elmúlt pár év során.

Ennyit a gyerekek és serdülők tévénézésének mennyiségéről. Kérdés, hogy mi a helyzet a minőséggel?

6.6.3. A NÉZŐK ÉS A NÉZETT TARTALOM KAPCSOLATA

Az imént azt láttuk, hogy a tévénézéssel töltött idő mennyisége számottevően változik az életkorral, ugyanakkor az egyes ember esetében valamilyen fokú stabilitást is mutat. Ebben a szakaszban a tévénézésben mutatkozó kvalitatív eltéréseket és a minőség időbeli változásait fogjuk megvizsgálni. A tévénézés egyik fontos kvalitatív jellemzője az a viszony, ami a néző és az általa nézett tartalom között kialakul.

A médiához való viszonyulás számos fajtáját írták már le, ebből a két leggyakrabban használt fogalom az *identifikáció* és *paraszociális kapcsolatok.* Ez utóbbi nagyjából úgy jellemezhető, mint a néző és a képernyőn látható – fiktív vagy valóságos – személy közti kvázi-interakció. Az identifikáció típusa lehet egyaránt rövid és hosszú távú is. A rövid távú identifikáció csak

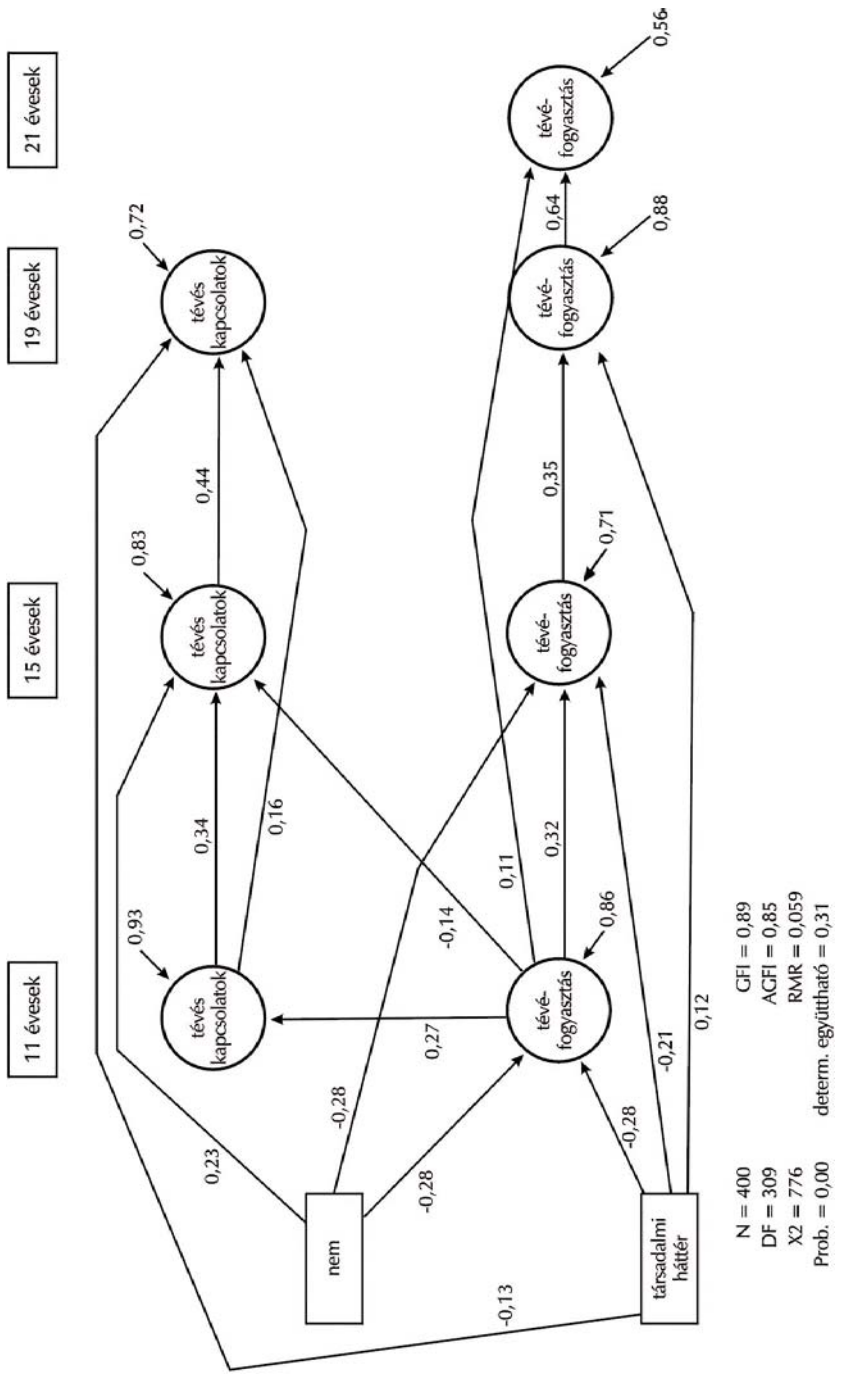
a tévénézés ideje alatt áll fenn. Hosszú távú identifikáció esetén a néző hajlamos azonosulni, bár többé-kevésbé felületes módon, a képernyőn látható személlyel (például egy sorozat hősével vagy hősnőjével), s ez az identifikáció még hosszú idővel a műsor után is tart. Az MPP különböző adatgyűjtő fázisaiban többnyire a paraszociális kapcsolatok és a rövid és hosszú távú identifikáció kombinációjával kialakított mutatót, az úgynevezett „tévés kapcsolatot" használták.

A 6.5. ábra a gyerek-, serdülő- és fiatalkori televíziós tartalmak fogyasztása és tévés kapcsolatok között fennálló ok-okozati kapcsolatok egy modelljét mutatja be. Ez tulajdonképpen egy statisztikai programcsomag (LISREL) korai változatával készített elemzés leegyszerűsített verziója. A program se-gítségével jól kimutatható, hogy egy bizonyos változó milyen egyedülálló hatást tud gyakorolni más, az elemzés szempontjából érdekes változókra (a modellben szereplő egyéb releváns változók hatását kiszűrve). Azaz a program lehetővé teszi az ok-okozati viszonyok komplex rendszerének tanulmányozását. Felismerhető például az a közismert tény, hogy a nem és a társadalmi háttér meghatározó szerepet játszik a médiahasználat szempontjából. (A béta-együttható –0,28 és +0,23 között van, ami azt jelzi, hogy a lányok kevesebbet néznek tévét, mint a fiúk, másrészről viszont hajlamosabbak tévés kapcsolatok kialakítására.)

A 6.5. ábra a társadalmi osztálynak a tévénézésre gyakorolt hatásáról is elárul valamit. A középosztálybeli fiatalok kevesebb időt töltenek a televízió előtt, mint a munkásosztálybeli fiatalok, a fiatal felnőttkor évei idején azonban ez az arány megfordul (talán mert az ekkor többnyire diákéveiket élő középosztálybeli fiatalok nem rendelkeznek olyan jövedelemmel, ami a szórakozás más formáihoz szükséges lenne). Viszont az is igaz, hogy a munkásfiatalok a hajlamosabbak tévés kapcsolat kialakítására. Összességében azonban az állapítható meg, hogy a televíziófogyasztáshoz képest a tévés kapcsolatokat kevésbé befolyásolják a háttérváltozók, valószínűleg azért, mert jobban függenek a különböző személyiségjegyektől (lásd 4.2.).

A médiahasználat és a háttérváltozók között fennálló, ok-okozati kapcsolatok finomságai ugyan izgalmasak, minket azonban itt jobban érdekelnek a *médiahasználat különböző aspektusainak* oksági viszonyai. Figyelemre méltó, hogy még a társadalmi osztály és a nem komoly befolyással bíró háttérváltozóinak kiszűrése után is mennyire erősek maradnak a televíziófogyasztás ún. stabilitási együtthatói. Ami azonban a leginkább szembetűnő az az, hogy ez nem csak a *tévénézés mennyiségére,* hanem a sokkal finomabb és mulandóbb *tévés kapcsolatok* változójára is érvényes. Egészen meglepő módon a kapcsolatok együtthatói legalább olyan erősek, mint a mennyiségi együtthatók (0.34 és 0.44 *versus* 0.32 és 0.35).

Általánosságban azt mondhatjuk, hogy amit itt látunk az nem más, mint a médiaszokások hatalma. Ha valakit egyszer a tévénézés rabul ejt, az jó eséllyel örökre a televízió foglya marad – még a serdülőkornak nevezett viharos időszak elmúltával is. Még sarkosabban fogalmazva, ebben az esetben nem pusztán szokások kialakulásáról és rögzüléséről van szó, hanem egy



6.5 ábra *Tévénézés és tévés kapcsolatok, 11-21 évesek körében (Forrás: Rosengren et al., 1994)*

habituációs folyamatról, mely néha enyhe fokú médiafüggőség (ún. tévéaddikció) kialakulásához is vezethet.

Másrészről az itt vázolt jelenségek tárgyalása során sohasem szabad megfeledkeznünk arról, hogy modelljeink statisztikai tendenciákat, és nem pedig univerzális természeti törvényeket ábrázolnak. Azaz nem minden sokat tévéző gyerek válik a későbbiekben tévéfüggővé. Tagadhatatlan azonban, hogy a fiatalok túlzásba vitt tévénézése miatt nemcsak a szülők és a tanárok, hanem az egész társadalom is okkal aggódhat. Például azért, mert – ahogy azt az imént is láttuk – a gyakori és hosszan tartó televíziózás könnyűszerrel szokássá válhat; úgy is fogalmazhatunk, hogy bizonyos mértékben a tévénézés okozza a még több tévénézést, azaz a tévénézés gondoskodik önnönmaga folytatásáról. Még akkor is, ha a tévénézés csak *valószínűsíti,* de nem idézi elő *szükségszerűen* a más típusú tevékenységekre fordított idő csökkenését; még akkor is, ha a túlzásba vitt tévézés hatásai és következményei csak *néha,* de nem *mindig* károsak – ezek olyan jelenségek, amelyekkel foglalkozni kell (ahogy ez gyakran meg is történik). (Bár a terminológia itt nem egészen egyértelmű, ésszerűnek tűnik az a javaslat, hogy a *hatás* a fogyasztott médiatartalomra, míg a *következmény* a médiahasználat mennyiségére – a televízió képernyője előtt eltöltött órákra stb. – vonatkozzon.)

A tévénézés mennyisége nem csak az adott nézőre van hatással. A szülők tévézési szokásai komoly befolyásoló tényezőként hatnak a gyerekek tévénézési szokásaira (még a háttérváltozók kiszűrése után is). Ennél is meglepőbb azonban az a megfigyelés, hogy a gyerekek tévézése is hatással lehet a szülők tévénézési szokásaira, különösen a serdülőkor derekán, amikor sok fiatal hátat fordít a *mainstream* televíziózásnak, hogy helyette más médiumokon keresztül például zenét hallgasson.

Ebből az következik, hogy a szülők is hajlamosak csökkenteni a televízió előtt töltött időt, amibe feltehetőleg az is belejátszik, hogy a kamaszok elkezdik szabadidejüket a családi otthonnál érdekesebb helyeken és izgalmasabb tevékenységekkel tölteni. Azokban az esetekben azonban, ahol a serdülőkorúak tévézéssel töltött ideje nem csökken, ott a szülők tévénézési szokásai is változatlanok maradnak.

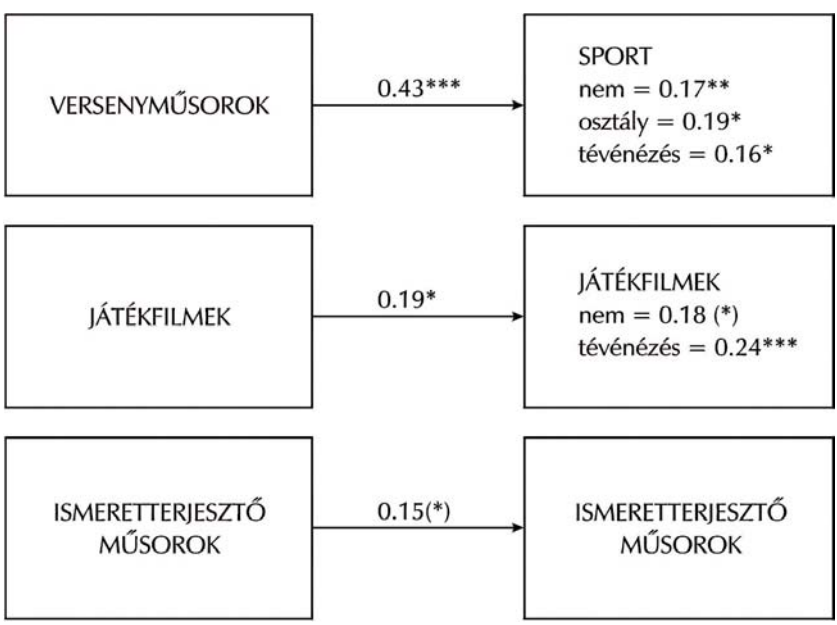
Végezetül még meg kell jegyeznünk, hogy a tévénézésnek a tévénézésre gyakorolt hatása nem korlátozódik a *televíziózás mennyiségére* és a *tévétartalommal kialakított viszonyokra.* Emellett az egy adott időpontban előnyben részesített és fogyasztott tartalomtípus (például a sportműsorok, a játékfilmek, az ismeretterjesztő programok stb.) jó eséllyel befolyásolni fogja, hogy a néző a későbbiekben milyen tartalomtípust fog kedvelni és fogyasztani. Az MPP-n belül kísérletet tettünk a gyerekkori és a fiatalkori tartalmi preferenciák longitudinális összefüggéseinek kiderítésére. Így alaposan megvizsgáltuk a következő tartalmakkal kapcsolatos preferenciák hosszú távú stabilitását:

(a) sportműsorok, vetélkedők, versenyek;
(b) játékfilmek;
(c) ismeretterjesztő programok.

A méréseket 12 és 21 éves korúakkal végeztük. Az eredményeket a 6.6. ábra mutatja.

Azt találtuk, hogy a béta-együtthatók (ismét csak: miután kiszűrtük a társadalmi osztály, nem, lakóhely és tévénézés hatását) statisztikailag szignifikánsak voltak, és erősségük egyáltalán nem elhanyagolható: 0,15 és 0,19 az ismeretterjesztő programok, illetve a játékfilmek esetében, és 0,43 a sportműsoroknál és vetélkedőknél. Figyelembe véve, hogy számos változót kiszűrtünk, és hogy a két adatgyűjtés között kilenc év telt el, az együtthatók igazán figyelemre méltók – különösen a vetélkedők és sportműsorok esetében. Mindebből az derül ki, hogy a televíziós tartalommal kapcsolatos preferenciák alapjai már egészen fiatalon kialakulnak, és a továbbiakban viszonylag stabilak maradnak. Azaz egy újabb példáját látjuk annak, hogy a *tévénéző férfi apja a tévénéző gyerek.*

Összefoglalva, ha egyszer a gépezet beindul, a médiahasználat újabb médiahasználatot szül. Ami a televíziót illeti, ez a médiahasználat legalább három aspektusára igaz: a mennyiségre, a tartalmi preferenciákra és a tartalommal kapcsolatban kialakított viszonyokra. Állításunk az alapvető háttérváltozók kiszűrése után és hosszú távon vizsgálva is igaz marad. Erről nem szabad megfeledkeznünk akkor sem, amikor a következő szakaszban – a médiahasználat médiahasználatra való hatásának vizsgálatáról – áttérünk a médiahasználat által a más (és talán fontosabb) jellemzőkre és tevékenységekre gyakorolt hatások és következmények tárgyalására.



6.6 ábra *Média-preferenciák hosszútávú stabilitása (béta-együtthatók; adatgyűjtés 12 és 21 éves korban) (Forrás: Rosengren et al., 1994.)*

6.6.4. A TÉVÉNÉZÉS HATÁSAI

Milyen következményei vannak a gyerek-, serdülő- és fiatalkorban a televízió előtt eltöltött rengeteg órának? A legalapvetőbb talán az, ami magával a fiatal korosztállyal és az ő világról alkotott nézeteikkel kapcsolatos.

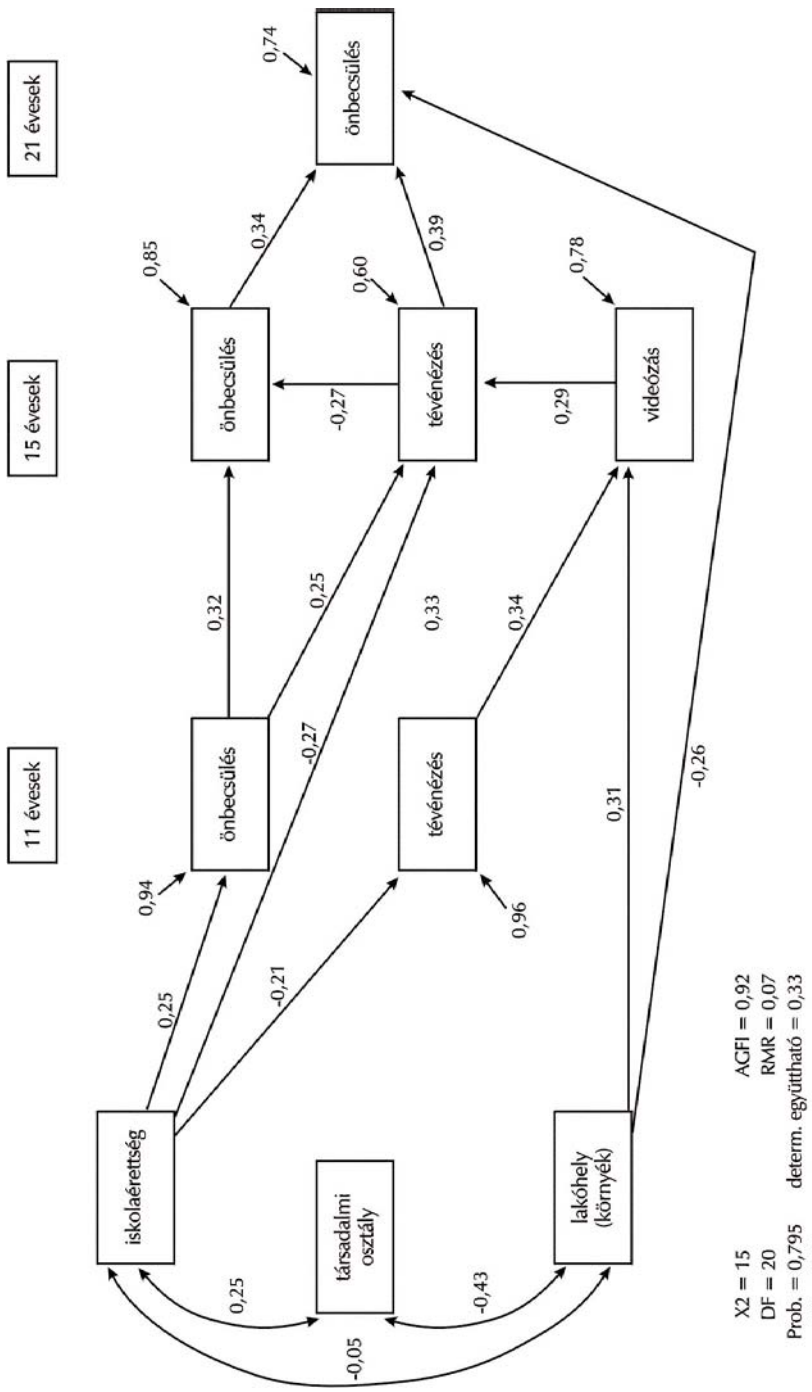
A 6.7. és a 6.8. ábra azzal kapcsolatban szolgál néhány példával, hogy a tévénézés hogyan befolyásolja a fiatalok egyik központi fontosságú jellemzőjét: azt, hogy hogyan viszonyulnak magukhoz, azaz milyen *önbecsüléssel* rendelkeznek. Megjegyzendő, hogy csak a más változókra statisztikailag szignifikáns befolyással bíró változókat tüntettük fel a 6.7. ábrán, bár a statisztikai elemzésben magában ennél több változó is szerepelt. Következésképp a 6.7. és a 6.8. ábra változóinak készlete nem mutat teljes egyezést.

Az ábrák a már említett LISREL program segítségével készített elemzések leegyszerűsített változatai. Ebben az esetben az elemzés lehetővé teszi, hogy az egyén tévénézésének mennyiségét egy szélesebb társadalmi kontextusba ágyazzuk, s olyan fontos aspektusokat is feltüntessünk, mint a fiatalok társadalmi osztálya, lakóhelyük környékének jellege, iskolaérettségük mértéke hét éves korban, és 11, 15 és 21 éves korban mért önbecsülésük. Ahogy korábban, az együtthatók most is –1 és +1 között mozognak: a negatív együttható negatív hatást, a pozitív együttható pedig pozitív hatást jelöl. (A „negatív" és „pozitív" szó itt nem értékítéletet jelent, pusztán mint szakkifejezés használatos. *Pozitív* hatás esetében, amikor az oksági változó magas, a hatás nagy valószínűséggel változó lesz. *Negatív* változó esetében viszont, amikor a független változó magas, a függő változó alacsony lesz.) Látni fogjuk például, hogy a Svédországban hétéves korban történő iskolakezdéskor mért iskolaérettség a későbbiek folyamán erős pozitív hatást gyakorol a gyerekek önbecsülésére – bár, úgy tűnik, ez a hatás valamennyire más életkorban jelentkezik a lányoknál és a fiúknál.

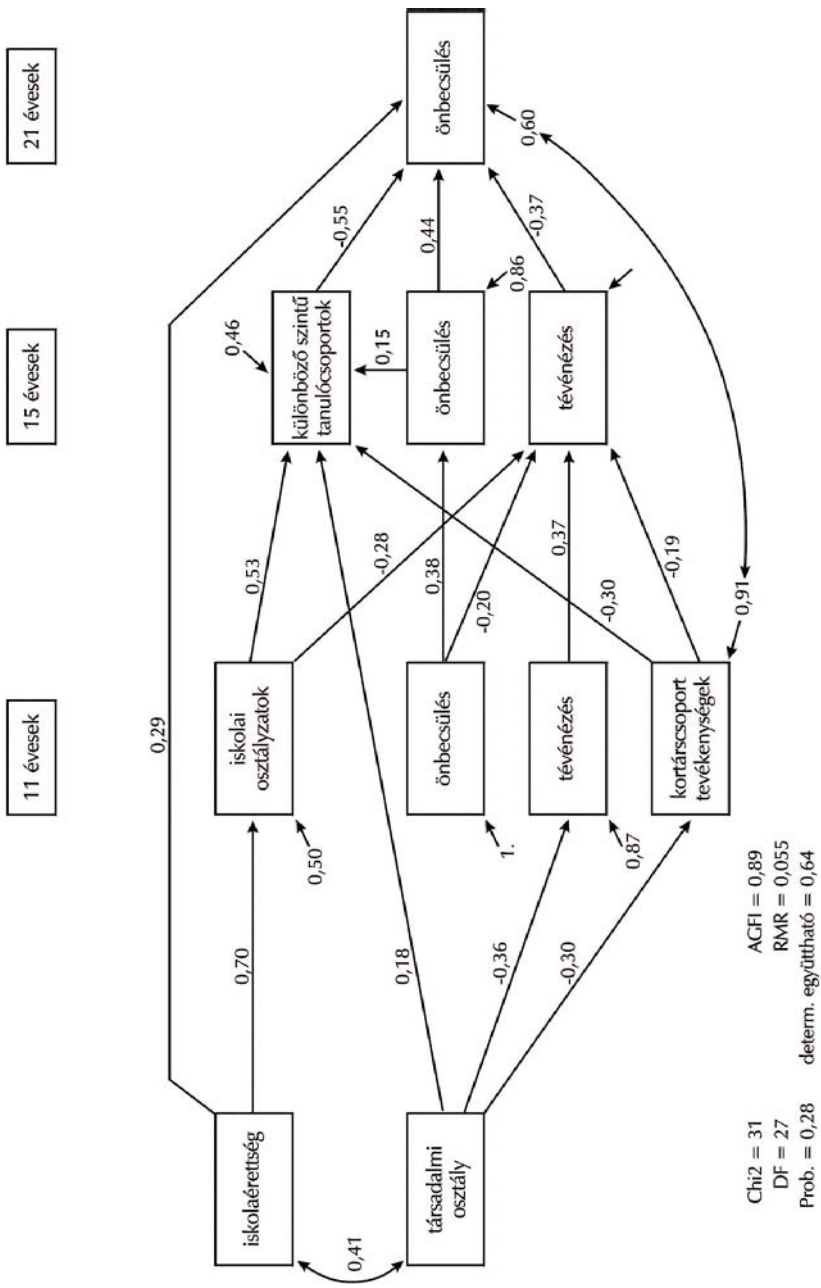
Valójában az önbecsülés a 6.7. és a 6.8. ábrán látható komplex statisztikai elemzések központi változója. A gyerek- és serdülőkori tévénézés nemcsak a lányok és fiúk önbecsülésére van hatással, hanem későbbi felnőtt korukra is kihat. Ez mindenesetre már önmagában is érdekes megállapítás.

Azonban még ennél is érdekesebb, hogy ez a hatás gyökeresen máshogy mutatkozik a fiatal férfiak és a fiatal nők esetében: előbbiek esetében pozitív, utóbbiaknál viszont negatív módon jelentkezik. A magas gyerekkori önbecsülés a serdülőkorú fiúk esetében *növeli,* a lányoknál viszont *csökkenti* a tévénézéssel töltött időt (az együttható 0,25 és –0,20). A későbbiekben a kamasz fiúk nagy mennyiségű tévézése *növeli* a fiatal férfiak önbecsülését, míg a serdülőkorban sok tévé előtt töltött óra a fiatal nők önbecsülésére *csökkentőleg* hat (az együttható 0,39 és –0,37). (Meg kell jegyeznünk, hogy ez az összefüggés meglehetősen szilárd, körülbelül annyira, mint amennyire maga a kamaszkori önbecsülés befolyásolja a fiatalkori önbecsülés mértékét.)

Tehát a fiúk és fiatal férfiak tévénézése és önbecsülése kölcsönösen pozitívan hat egymásra; a lányok és fiatal nők esetében pedig egy negatív hatás



6.7 ábra *Önbecsülés és tévénézés, 11-21 éves fiúk (béta-együtthatók) (Forrás: Johnsson-Smaragdi - Jönsson, 1994)*



6.8 ábra *Önbecsülés és tévénézés, 11-21 éves lányok (béta-együtthatók) (Forrás: Johnsson-Smaragdi - Jönsson, 1994)*

kifejtése zajlik. A televízió, úgy tűnik, teljes összhangban van a szocializáció más ágenseivel (iskola, család stb.), amennyiben a fiatal nőket alacsonyabb pozícióba sorolja. A legtöbb társadalomban ez sajnos ma is így van, a számtalan ellentétes szándékú törekvés ellenére is.

A televíziónak a fiúkra és lányokra gyakorolt hatását az olykor *strukturális erőszaknak* nevezett jelenség keretén belül is értelmezhetjük. Ez az az erős negatív befolyásoló hatás, melyet bizonyos szocializációs ágensek a társadalmi struktúrában helyét kereső fiatal generáció egyes csoportjaira gyakorolnak. A televízió pedig igencsak erős társadalmi erő. Amint azt éppen láttuk, a televízió a *strukturális erőszak* alkalmazásával a fiatal férfiakat és nőket az őket körülvevő társadalmi struktúra különböző pozícióiban helyezi el. Ily módon „segíti" őket abban, hogy megfeleljenek a jövőbeni életüket meghatározó ún. nemi szerepeknek – olyan szerepeknek, melyek több évtizednyi közös társadalmi erőfeszítés ellenére is meglehetősen különböző előírásokat tartalmaznak a fiúk és lányok, férfiak és nők számára.

A férfiak agresszívabb viselkedése, a fizikai erőszakra való nagyobb hajlandóságuk a nemi szerepek egyik fontos összetevője. Kétségtelen, hogy ennek egy része biológiailag öröklött. Azonban az is világos, hogy az agresszív viselkedés más, legalább ugyanennyire fontos összetevői viszont nem genetikusan meghatározottak, hanem a szocializációs folyamatok során kerülnek átadásra. E szocializáció egy részéért pedig a média (a televízió, a videó) is felelős. A 6.9a és a 6.9b ábrák két konkrét példával szolgálnak ennek az általános jelenségnek az illusztrálására. Ahogy eddig is, az okokozati nyilak mellé rendelt együtthatók az ún. *béta-együtthatók:* azaz olyan, a releváns háttérváltozók kiszűrését követően kapott érték, ami két változó viszonyának erősségét érzékelteti. A csillagok száma azt jelöli, hogy a kapcsolat statisztikailag mennyire szignifikáns.

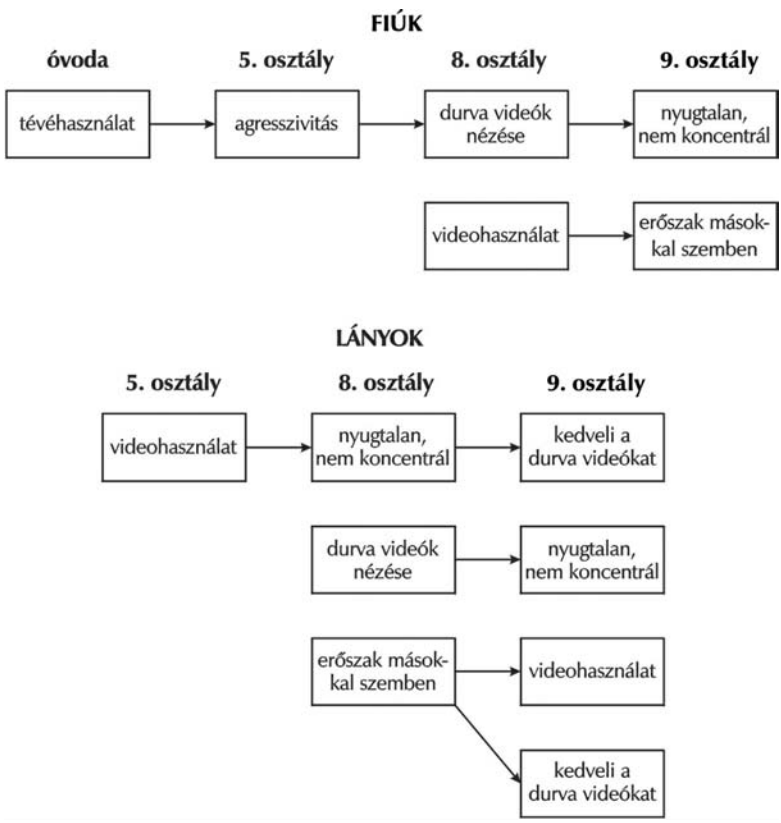
Látni fogjuk, hogy az egyéni jellemzők és a médiahasználat közti viszony korábban már ismertetett spirálszerű tendenciái fognak itt is visszaköszönni. S ahogy az eddigiekben, itt is különböző lesz a fiúkra és lányokra jellemző minta. A fiúkét az agresszivitás és a másokkal szembeni erőszak tendenciái dominálják. A lányok esetében, bár kismértékű erőszak itt is megfigyelhető, a nyughatatlanság és a koncentrálóképesség hiánya felé mutató tendenciák jellemzőbbek. A televízió és a videó mindkét esetben jelentős befolyásoló tényező. Ez a befolyás pedig mindennek nevezhető, de jónak nem.

Hasonló eredményeket az élet más területein is találhatunk. A felnőttek számára a munka világa az élet második vagy harmadik legfontosabb területének számít. Bár a munkával töltött idő még meglehetősen távolinak tűnhet egy serdülő szemszögéből nézve, már ebben az életkorban is szövődnek álmok és tervek a jövőre nézve. Az efféle, olykor merész, máskor kifejezetten szerény álmok és tervek persze csak ritkán valósulnak meg, de időről időre megesik, hogy mégis lesz belőlük valami – persze ez a ritkábbik eset. A médiahasználat egyesek szerint befolyásolja a fiataloknak a felnőtt világhoz való viszonyát, és saját felnőtt életükkel kapcsolatos álmaikat és terveiket. Az MPP hosszú távú programjának és panel vizsgálatának köszönhetően

lehetőség nyílt annak követésére, hogy a gyerekkori tévénézés milyen hatással lesz a fiatal felnőttek konkrét iskolázottsági státuszára nézve. Ezt a vizsgálatot Gunilla Jarlbro és Ulf Dalquist végezte.

Összehasonlítva a 11 éves korú gyerekek társadalmi hátterét a 21 éves korukra elért iskolázottsági státuszukkal, lehetséges volt őket a következő kategóriák szerint csoportosítani: „feltörekvők", „lecsúszók", „stabil munkásosztálybeli" és „stabil középosztálybeli". A négy kategória tagjainak tévénézését és más szabadidős tevékenységeit számos statisztikai módszerrel vizsgálták, miután a nem, a lakóhely és az esetenként más releváns változók is kiszűrésre kerültek. Az így nyert eredményekből (melyek jól kiegészítik a tradicionálisabb elemzéseket, miszerint a munkásosztálybeli gyerekek hajlamosak több időt a televízió előtt tölteni) párat az alábbiakban ismertetünk:

- A 12 éves korukban keveset tévéző munkásosztálybeli gyerekekből nagy valószínűséggel lett 21 éves korukra „feltörekvő".
- A 12 éves korukban sokat tévéző középosztálybeli gyerekekből nagy valószínűséggel lett „lecsúszó".



6.9ab ábra *Televízió és videó, erőszak és nyughatatlanság (Forrás: Rosengren et al., 1994)*

- A „lecsúszók” 21 éves korukban több időt töltöttek tévénézéssel, gyakrabban jártak étterembe, és sokat videóztak.
- A „feltörekvők” és a „stabil középosztály” kategóriába tartozó fiatal felnőttek gyakrabban jártak könyvtárba.

Persze nem a sok vagy kevés tévézésen múlik, hogy egy fiatal milyen irányba indul el a társadalmi létrán. Inkább az látszik itt, hogy a fiatalok – többé-kevésbé tudatosan és szándékosan, többé-kevésbé erős, de gyakran rejtett külső és belső erőktől vezérelve – megválasztják a jövőjüket. Életük alakításának e kezdeti időszakában olykor a szükségből erényt kovácsolnak maguknak; olyan választásokat és preferenciákat alakítanak ki, melyek a körülmények között szükségesnek látszanak, ambícióik meglététől vagy éppen hiányától függően. Néha úgy tűnik, hogy szándékosan olyan életmintákat választanak, melyek összhangban állnak belső igényeikkel és képességeikkel. Tehát a fentebb felsorolt eredményekből egy közös *életformából* kibontakozó – értékeket, attitűdöket és cselekvéseket tartalmazó – speciális mintázatok rajzolódnak ki; mintázatok, melyeket részben a társadalmi pozíció *(életmód)*, részben pedig az egyéni választások *(életstílus)* határoznak meg (a három fogalom definíciójára lásd 3.4.).

A médiahasználat különböző módjai, az egyén szándékától és tudatosságától függetlenül, tehát hozzájárulnak a fiatalok jelenének és jövőjének formálásához. A fiatalok gyakran használják a médiát az általuk fontosnak tartott értékek, hitek, vélemények, ízlések és hóbortok kifejezésére. A társadalom szempontjából ez segítséget jelent annak a többé-kevésbé bonyolult szelekciós feladatnak az elvégzésében, amit a szocializációs ágensek (ebben az esetben elsősorban a család, az iskola és a média) egészen addig alkalmaznak, amíg a fiatalok ki nem kerülnek a befolyásuk alól. Úgy tűnhet, mintha a fiatalok maguk választanák meg azokat a médiahasználati mintákat, melyek később – legalább is egy kívülálló szemével nézve – olykor tragikus, olykor pedig cinikus, néha konvencionális, máskor pedig egészen váratlan módokon hatnak vissza rájuk. Természetes, hogy gyakran így tesznek, bár nem külön-külön egyenként, hanem egy nagyjából hasonló érdeklődési terület köré szerveződött, barátokból vagy ismerősökből álló csoport egészeként. Az efféle csoportok olykor kifejezetten a médiahasználatra koncentrálnak. Az ilyen, egy bizonyos típusú médiatartalom élvezetére és értelmezésére specializálódott csoportokat *interpretatív közösségeknek* nevezzük. Ezekben a közösségekben a befogadott vagy elfogyasztott médiatartalom gyakran élénk beszélgetéseket generál, melynek során a csoport tagjai nemcsak az elfogyasztott médiatartalommal kapcsolatban tudnak valamilyen értelemmel bíró képet kialakítani maguknak, hanem saját magukról és az őket körülvevő világról is. Az elmúlt oldalakon bemutatott empirikus eredmények a svéd Media Panel Program kutatásaiból származnak, de a kutatások elméleti kerete természetesen nemzetközi – azaz a terület kutatói számára mindenhol ismert és rendelkezésre áll. És persze mások, máshol, más időszakokban szintén produkáltak már hasonló kutatási eredményeket. Tudjuk tehát, hogy

a tele-vízió és a videó komoly hatást gyakorol a fiatalok életére. Annak az egyszerű ténynek, hogy a fiatalok rengeteg időt töltenek a televíziókészülékek előtt ülve, már fontos *következményei* is vannak. A tévé „időtolvaj", megfoszt bennünket attól a lehetőségtől, hogy más (például fizikai) tevékenységeket végezzünk. Kimutatták már, hogy a túlzásba vitt tévénézés a fiatalok körében mozgáshiányhoz, ez pedig testsúlynövekedéshez vezet (lásd az oldal alján található bekeretezett írást). Ezekre a kutatási eredményekre minden mondható, csak az nem, hogy lényegtelenek lennének.

Még ennél is fontosabb azonban az elfogyasztott médiatartalom által kifejtett hatás. A televízió nagyon nagy befolyással rendelkező tanítómester, s a szocializáció egy másik fontos ágensével, az egyén baráti körével szoros együttműködésben fejti ki hatását. Ennél fogva komoly vetélytársat jelent a szocializáció hagyományosabb ágenseivel szemben, mint például a család vagy az iskola – hogy az egyházról, mely a legtöbb országban már rég elvesztette hajdani jelentős pozícióját, már ne is beszéljünk. A televíziónak a különböző generációkra kifejtett hatására természetesen számtalan más példát is fel lehetne hozni. Nem szabad azonban arról sem megfeledkeznünk, hogy bár sok kutatás készült a televíziózás nézőkre gyakorolt hatásairól és következményeiről, ez a befolyás az idő múlásával folyamatosan változik, hiszen mind a társadalom, mind pedig a televízió különböző fejlődéseken megy keresztül. Az itt bemutatott eredmények a svédországi állapotot jellemzik az 1970-es évektől az 1990-es évek elejéig terjedő időszakban. Valószínűnek látszik, hogy a vizsgált időszaknak a kilencvenes évek végéig való kiterjesztése nem okozott volna különösebb változást az eredményekben. Sőt, az itt vázolt tendenciák feltehetőleg csak tovább erősödtek az ún. új média beköszöntésével, mely pontosan erre az időszakra tehető.

KALÓRIADÚS TELEVÍZIÓ

Az Egyesült Államok felnőtt lakosságát az egyre fokozódó és egyre gyakoribb túlsúlyosság jellemzi. [...] Az elhízás Angliában is megkétszereződött az elmúlt évtizedben, miközben a napi kalóriabevitel és a zsíros ételek fogyasztása ugyanebben az időszakban csökkent. [...] A tévénézés, a videojátékok, a számítógépezés növekvő népszerűségével párhuzamosan csökken a nem üléshez kötött szabadidős tevékenységek aránya. [...] A legtöbb időt a gyerekek az alvás után a televízió előtt töltik. [...] Azt találtuk, hogy a tévénézés mennyiségének növekedése fiúknál és lányoknál egyaránt a bőrvastagság növekedésével jár együtt. Ez az eredmény összhangban van azzal a korábbi megfigyeléssel, miszerint a gyerekkori elhízás és a tévénézés között szoros kapcsolat áll fenn. [...] A szabadidejük jelentős részét a televízió előtt töltő és kevesebbet mozgó gyerekek magasabb testtömegindexszel rendelkeznek. [...] Az amerikai gyerekek egy negyede napi négy vagy több órát tölt tévénézéssel. [...] A televízió előtt töltött órák száma összefüggésben van a bőrvastagsággal és a testtömegindexszel.

Forrás: R.E. Andersen et al. (1998) 'Relationship of physical activity and television watching with body weight and level of fatness among children', *Journal of the American Medical Association*, 279 (12), 938–42.

Hetedik fejezet

Kommunikáció a nemzetek és kultúrák között

7.1. Internacionális és interkulturális kommunikáció: bevezetés

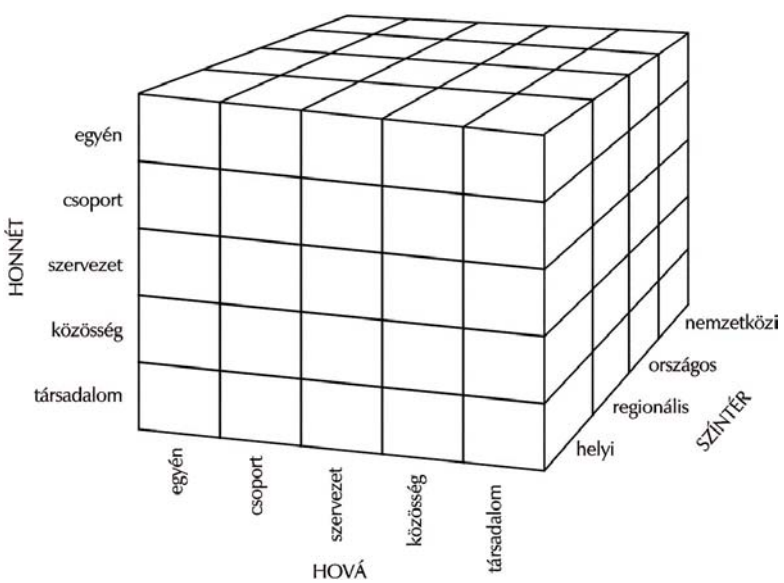
A 2.5. szakaszban az emberi kommunikáció alapvető szintjeit tárgyaltuk; beszéltünk az egyének, csoportok, szervezetek, közösségek és társadalmak, valamint a koalíciókba és más nemzetközi szervezetekbe tömörült szuverén államok belső és egymással folytatott kommunikációjáról. A 2.7. szakaszban bemutattuk a szinten belüli és szintek közötti kommunikáció kétdimenziós tipológiáját (2.4. ábra). Ezt a kétdimenziós ábrát most egy újabb dimenzióval, a színtér [arena] dimenziójával kell kibővítenünk: a *színtér* a geopolitikai tér olyan különböző típusait jelenti, ahol az azonos vagy különböző szinteken aktív ágensek kommunikációja megvalósul. A bővítés eredményeképp a 7.1. ábrán látható kockát kapjuk. Az ábrán jól megfigyelhető, hogy a kommunikáció összes szintje és a kommunikáció szintjeinek összes lehetséges kombinációja legalább négy eltérő típusú – a földrajzi és/vagy geopolitikai tér különböző, *helyi, regionális, országos* vagy *nemzetközi* szintjein található – színtéren belül helyezkedhet el. A helyi, regionális, nemzeti és nemzetközi színtéren végbemenő kommunikáció tehát a következő szinteken belül, illetve szintek között történhet:

- egyének;
- kis csoportok;
- helyi, regionális, nemzeti vagy nemzetközi szervezetek;
- közösségek, kis- és nagyvárosok;
- társadalmak (nemzetek, államok stb.);
- szuverén államok alkotta koalíciók és egyéb nemzetközi szervezetek.

Noha a 7.1. ábra (ld. 196. oldal) első ránézésre magától értetődőnek tűnik, pár kérdést azonban nem árt tisztázni. Feltehetné valaki a kérdést: hogyan létezhet nemzetközi vagy kultúraközi kommunikáció az egyénen *belül?* A válasz nagyon egyszerű. Az elmúlt évszázad során dúló nemzeti és nemzetközi konfliktusok sokasága, a kiterebélyesedő nemzetközi együttműködési

formák, a kereskedelem, a közlekedés és az egyéni mobilitás növekedése következtében ma egyre több ember él és dolgozik hosszabb ideig szülőföldjén kívül; azaz egyre több ember rendelkezik egyszerre több nemzeti kultúra alapos isme-retével. Ezek az emberek akár egynél több országban vagy kultúrában is otthon érezhetik magukat, s előfordulhat, hogy a „multikulturális egyénen" belül összetűzésbe kerül az illető személyiségének dán „része", mondjuk, a német, algériai vagy kínai (vagy bármilyen más) „komponenssel (lásd 4.2.). Ez persze így van, amióta csak nemzetközi szintű egyéni mobilitás létezik. Sőt, olykor még erre sincs szükség ahhoz, hogy egy és ugyanazon személyen belül különböző kultúrák találkozzanak. Gondoljunk például azokra az emberekre, akik vidéken nőttek fel, majd pedig egy nagyvárosba sodorta őket az élet. A mai középkorú eladónő, vállalatvezető stb. és a benne lakozó hajdani vidéki kislány megbeszélheti egymással, hogy egy éppen aktuális bonyolult erkölcsi problémát hogyan lehetne a legszerencsésebben megoldani. Azaz a két különböző kulturális háttér párbeszédbe elegyedhet ugyanazon az egyénen belül. Példánk hősnője még kikérheti a bátyja véleményét is, aki időközben átvette apjuktól a családi gazdaság vezetését. Láthatjuk tehát, hogy nemcsak a nemzeti és nemzetközi szintű mozgás, hanem a társadalmi mobilitás is eredményezhet interkulturális kommunikációs helyzeteket.

További bonyodalmat okoz, hogy számos államon belül vannak olyan régiók, melynek lakosai döntően az ország többségét kitevő nemzetiségtől eltérő nemzetiséghez tartoznak. Továbbá az is gyakran előfordul, hogy az egy nemzetiséghez tartozó emberek egy ország politikai határának két



7.1 ábra *A kommunikáció szintjei és arénái*

oldalán élnek. Az alábbiakban három példát mutatunk be, bár természetesen jóval több is akad.

A számik (vagy ahogy a kívülállók gyakran nevezik őket: a lappok) Skandinávia északi részén és az Oroszországhoz tartozó Kola-félszigeten élnek. Mostanra részben már beilleszkedtek a nemzeti kultúrákba, és általában rendelkeznek egy adott földrajzi helyhez tartozó állandó lakhellyel. Azonban – ahogy őseik is tették ezer évvel ezelőtt – mind a mai napig vándorolnak rénszarvascsordáikkal Svédország, Norvégia és Finnország területén, sok esetben az országhatárokat is átlépve. Állampolgárság szempontjából lehetnek svédek, norvégok vagy finnek, de közös nemzetiségük a számi.

Hasonló a helyzete a Spanyolország és Franciaország határvidékén élő baszkoknak. A baszkok egy büszke nép leszármazottai. A hagyomány úgy tartja, hogy 778-ban a pireneusi Roncevalles-nál a baszkok legyőzték Nagy Károly hős hadvezére, Roland seregét. Ma ugyan korlátozott autonómiával rendelkeznek, de az ellentétek mind a mai napig izzanak. A kurdoknak az a szerencsétlen sors jutott osztályrészül, hogy a világ egy konfliktusokkal terhelt régiójában, négy különböző ország (Irán, Irak, Szíria és Törökország) területén élnek. A gerillaharc és a kegyetlen polgárháború egyáltalán nem ritka arrafelé, és a különböző kurd csoportok, nemzetiségi helyzetükből következően, gyakran fontos szerepet játszanak ezekben a konfliktusokban. A romák (cigányok) helyzete, bár hasonlatos az eddigi példákhoz, el is tér azoktól. Az Indiából származó romák körülbelül ezer évvel ezelőtt kezdték meg vándorlásukat, mely azóta is tart Európa és Ázsia országain belül és között egyaránt. A nagyobb roma csoportok letelepedése csak néhány évtizeddel ezelőtt indult meg.

Az internacionális és interkulturális kommunikáción többnyire azonban az olyan kommunikációt értjük, melyben a résztvevő felek eltérő geopolitikai pozícióval vagy származási hellyel – és ennél fogva általában eltérő kulturális háttérrel – rendelkeznek. Ez a fejezet alapvetően ebben az értelemben foglalkozik a nemzetek és kultúrák közti kommunikáció kérdésével; azaz *az államnak nevezett különböző típusú társadalmak határait – fizikai vagy mentális értelemben – átlépő kommunikációt vizsgálja.*

Nemzetközi kommunikáció évezredek óta létezik, pontosabban fogalmazva azóta, hogy az első államok létrejöttek a világ különböző pontjain. Az internacionális kommunikációnak hosszú időn át határt szabott az a tény, hogy az üzenetek legfeljebb egy vágtázó ló vagy egy vitorláshajó sebességével tudtak egyik helyről a másikra jutni (lásd 5.5.5.). A 19. és 20. század technikai fejlesztései (lásd 2.3.4.) következtében a nemzetközi kommunikáció és közlekedés óriási lendületet kapott. A második világháború után a hajdani gyarmatbirodalmak széthullásával kialakult független államok, valamint bizonyos államoknak a közelmúltban több kisebb állammá való széttagolása értelemszerűen a nemzetközi kommunikáció növekedését eredményezte. A 21. század hajnalát a nemzetközi kommunikáció korábban nem tapasztalt mértéke és fontossága jellemzi – ezért a nemzetközi kommunikáció tanulmányozása is minden eddiginél nagyobb jelentőséggel bír.

7.2. A nemzetközi kommunikáció módjai és eszközei

7.2.1. A KEZDETEK

Már említettük, hogy a kommunikáció és a közlekedés/szállítás folyamatai gyakran kéz a kézben, olykor egészen szorosan összefonódva járnak. Így volt ez vagy úgy kétszázezer évvel ezelőtt is, amikor őseink – a *homo sapiens* fajához tartozó egyedek egy kis csoportja – elkezdték benépesíteni a földet (lásd 2.1.). Egyedülálló kommunikációs képességeikre támaszkodva, melyek a harcias és békés tevékenységek minden elképzelhető formájában hatalmas előnyt jelentettek, terjeszkedni és sokasodni kezdtek, egészen addig, míg végül évezredekkel később ténylegesen meghódították a földet. Valahonnét Afrikából indultak, és körülbelül kilencvenezer évvel ezelőtt érkeztek meg a Közel-Keletre, ahonnét közvetlenül Ázsia felé vették útjukat. A becslések szerint Európában valamivel később, kb. negyvenezer évvel ezelőtt telepedtek le. Nagyjából ugyanebben az időben a *homo sapiens* más csoportjai Új-Guineán keresztül elérték Ausztrália földjét. (Valószínűleg a Neander-völgyiek ellenállása magyarázza, legalábbis részben, hogy miért tartott olyan sokáig a Közel-Keletről az Európába való átjutás.) Ázsiából, a Bering-szoroson keresztül, a homo sapiens már könnyedén átjutott Észak-Amerikába (kb. tizenkétezer évvel ezelőtt); háromezer évvel később pedig elérte az amerikai kontinens legdélibb csücskét is. A föld a homo sapiens birtokába került.

A föld tehát a homo sapiens birtokába került; a kérdés csak az, hogy a homo sapiens melyik csoportja népesítette be a világot? A hosszú vándorlás természetesen a homo sapienst is megváltoztatta. Kétszázezer év alatt, miközben generációk ezrei követték egymást, a homo sapiensből a 2.1. szakaszban leírt változatok alakultak ki. E változatok kialakulásával párhuzamosan megindult a különböző kultúrák kibontakozása. Ezek mindegyikét egy sajátos eszmerendszer jellemezte, mely különböző cselekvésekben és artefaktumokban jutott kifejezésre (lásd 3.1.). A régészek és a geológusok mind a mai napig találnak ez utóbbira utaló nyomokat, rég letűnt prehisztorikus kultúrák létezésének bizonyítékait.

7.2.2. A MIGRÁCIÓ TÖRTÉNELMI PERSPEKTÍVÁBÓL NÉZVE

A homo sapiens évezredeken át úton volt. E mozgások egy részéről viszonylag sokat tudunk, más részéről gyakorlatilag semmit sem. Természetesen a legkésőbbi útvonalakról rendelkezünk a legtöbb információval, ilyen például az európai népvándorlások kora (i.sz. 350 és 660 között). Erre az időszakra esik a Nyugatrómai birodalmat évszázadokkal túlélő Keletrómai birodalom végleges széthullása. Ez nyitotta meg az utat az először nyugatnak meg-

induló, majd dél felé – a mai Ibériai-félszigeten keresztül haladva egészen Észak-Afrikáig – vándorló keleti germán törzsek előtt.

Természetesen eszmék és kultúrák vándorlása is együtt járt a – minden javukat magukkal hordozó – népcsoportok vonulásával. A megszállók nemcsak a darabjaira eső Római Birodalom maradványainak *materiális* javait kaparintották meg amilyen gyorsan csak tudták, hanem a legyőzöttek *kulturális* értékeit is: eszméiket, artefaktumokat és viselkedésmintákat (lásd 3.1.). Hosszútávon azonban az a tény, hogy a hódítók lényegesen kevesebben voltak a meghódítottaknál, azt eredményezte, hogy a megszállók nemcsak *kulturális,* hanem lassacskán *genetikai* örökségüket is elvesztették. Továbbá az eredeti földközi-tengeri kultúra fontos elemei is túlélték a hódításokat, nem kis részben a katolikus egyház működésének következtében. Az egyház ugyanis spirituális üzenetén keresztül a mediterrán és középeurópai kultúra más elemeivel is megismertette az újonnan érkezetteket. A későbbiek folyamán pedig az európai kultúra hódította meg a világ jelentős részét – szimbolikusan tudniillik. Hasonló asszimilációs folyamatok zajlottak a 8–11. század közötti időszakban, amikor a mai Skandinávia területéről érkező vikingek ismételten lerohanták Európa egyes részeit. Körülbelül ugyanebben az időben a főként a mai Németország és Nagy-Britannia területéről érkező misszionáriusok megkezdték Skandinávia megtérítését (lásd a 000. oldalon található bekeretezett írást).

Hasonló típusú folyamatok játszódtak le 1500 körül, mikor is az ún. „újvilágot" felfedezték az európaiak; a lehetőségek látszólag kimeríthetetlen tárháza nyílt meg a vállalkozó szellemű egyének, csoportok, szervezetek, nemzetek és országok előtt. (Svédországnak is voltak gyarmatai – ugyancsak rövid ideig – a mai Egyesült Államok keleti partján.) Egy némiképp lassú és akadozó indulás után egy új népvándorlás vette kezdetét, melynek során Európából és Ázsiából emberek milliói keltek át az óceánon, hogy Észak- és Dél-Amerikában telepedjenek le (lásd a 201. oldalon található bekeretezett írást). E folyamatok csúcspontja a 19. és a 20. század fordulóján volt. Mindez azzal járt, hogy az Európából és Ázsiából érkező milliók könyörtelenül egyre nyugatabbra szorították az őslakosokat. (Az őslakosok leszármazottai ma általában csak a legmegközelíthetetlenebb és/vagy legterméketlenebb vidékeken találhatók meg.) Hasonló folyamatok zajlottak le a föld másik felén, Ausztráliában is.

A migrációt a szívó és taszító hatások [push and pull factors] egyaránt kiválthatják, s ezek a tényezők a kultúra kereke (lásd 3.2.) különböző szektoraiban helyezkedhetnek el. Migrációs szempontból valószínűleg a gazdasági, a politikai és a vallási szektor játssza a legfontosabb szerepet. Az 1789-es francia forradalom után a nemesség sok tagjának kellett elhagynia szülőföldjét, hogy mentse az életét. Az 1845-ös éhínség idején hozzávetőleg egy millióan vándoroltak Írországból az Egyesült Államokba. Ekkoriban indultak meg a mormon lovaskocsi-karavánok is nyugat, a mai Utah állam felé. Baljós előérzetektől vezéreltetve számtalan németországi zsidó hagyta el az országot az 1930-as években. A második világháború

(1939–1945) összességében hatalmas, 40 milliósra becsült menekültáradatot idézett elő. Nem sokkal ezután, amikor a brit gyarmatbirodalom részét képező Indiából két független állam jött létre (India és Pakisztán), 15 millió ember költözött a határ egyik oldaláról a másikra, mindkét irányban. Afrikában emberek milliói vándoroltak és vándorolnak ma is, főként gazdasági és politikai okokból, gyakran pedig egyszerűen az éhezés elől menekülve.

Bármi is legyen a migráció oka, kétségtelen, hogy hatalmas igényeket és problémákat támaszt a nemzetközi kommunikációval szemben – olyan problémákat, amiket csak nemzetközi kooperáció útján lehet megoldani.

7.3. Nagypolitika és a nemzetközi kommunikáció: szép új világ?

7.3.1. HÁBORÚ ÉS BÉKE

A második világháború utolsó éveitől kezdve széleskörű egyetértés alakult ki a tekintetben, hogy elérkezett az idő egy, az államokat összefogó nemzetközi szervezet létrehozására azzal a céllal, hogy gátat szabjon a nemzetközi szintű fegyveres konfliktusok jövőbeni kirobbanásának. Azaz újbóli kísérlet történt az első világháború után alapított, de kudarcba fulladt Nemzetek Ligájához hasonló szervezet megvalósítására. 1944-ben hivatalosan is megalakult az Egyesült Nemzetek Szervezete. Ma gyakorlatilag a föld összes állama – alkotmányos okok miatt Svájc kivételével – tagja az ENSZ-nek. Elsődleges célját azonban a világszervezet nem tudta elérni. A nemzetközi és interkulturális konfliktusok azóta is rendületlenül folynak. Az 1950-es évek elején kitört az Észak- és Dél-Korea közti háború, amelyet egyik oldalról Kína és a Szovjetunió, a másik oldalról pedig az USA támogatott. Ezt további fegyveres konfliktusok követték és követik mind a mai napig. Azonban arról sem szabad megfeledkeznünk, hogy olykor éppen az ENSZ közreműködésének köszönhetően, számos nemzetközi konfliktust sikerült viszonylagos békés úton lezárni. És az is tény, hogy a nagyszámú helyi és regionális konfliktus ellenére, a harmadik világháború kitörése mindezideig nem következett be. Több sikertelen felkelés után az 1980-as végén és az 1990-es évek elején elbuktak a kommunista diktatúrák; a két politikai rendszer szembenállása a Szovjetunió összeomlásával végérvényen megszűnt – s ezzel még láthatóbbá vált az ún. fejlett és fejlődő világ közt tátongó gazdasági szakadék.

Bár fegyveres konfliktusokban (például a volt Szovjetunió területén, a Balkánon, a Közel-Keleten, Afrikában és Dél-Amerikában) még ma sincs hiány, a nemzetközi színteret ma az ún. *Pax Americana* uralja. A dolgok jelenlegi állása mögött egy olyan elképzelés húzódik meg, amelyet az UNESCO által 1980-ben kiadott MacBride-jelentés címe találóan összegez: *Sok hang, egy világ: kommunikáció és társadalom ma és holnap.* Elképzelés tehát van. De nem szabad megfeledkeznünk arról, hogy a valóság hajlamos

nem tudomást venni az elképzelésekről, akármilyen nagyszabásúak is legyenek azok. A nemzetközi diplomaták előtt még temérdek megoldásra váró feladat áll; s ebben a munkában három alapvető – és egyaránt kommunikációs jellegű – tevékenységre kell támaszkodniuk: a megfigyelésre, a beszámlásra és a tárgyalásra. Feladatuk végzésében segíti őket az a fajta otthonról érkező közvetett támogatás, amit régen propagandának szoktak hívni. A szó mára kiment a divatból, de a jelenség kétségtelenül ma is létezik.

7.3.2. NEMZETKÖZI PROPAGANDA

Propagandán nagyjából olyan, „többé-kevésbé elfogult információt értünk, amit egy kormányzat vagy más hatalmi pozícióban levő szervezet saját érdekei szolgálatára terjeszt". A szó eredete a *Sacra Congregratio de Propaganda Fide* (Hitterjesztés Szent Kongregációja) című pápai bullára (azaz a pápa által kibocsátott hivatalos dokumentumra) vezethető vissza. A bulla a 16. században Európában megjelenő különböző protestáns mozgalmak ellenében megindult ellenreformáció szellemében született. Ma a „propaganda"

BEVÁNDORLÓK

Karl Oskar magányosan ment tovább [a vadonban]. [...] Ha mégannyi akadállyal küszködött is, örült a lelke. [...] Jólesett arra gondolni, hogy ő az első, aki itt földet foglal, ez a jog senki mást nem illet rajta kívül. Úgy járt ott a vadon erdőben, mintha az egész beláthatatlan terület az ő birodalma volna, azt menne elfoglalni.

Azt is érezte, hogy itt hamar megszokik majd, otthona lesz ez a föld.

Szemével a szép nagy tavat kereste. Ki-Csi-Szaga. Már a neve is olyan, mint egy varázsige. Ha kimondja, ősrégi mesékre gondol, mohos szakállú erdei manókra. [...]

Első pillanatban csalódást érzett, kicsinylette a vizet, és azt hitte, nem lehet a Ki-Csi-Szaga. De közelebb érve látta, hogy a tónak csak egy öble, amit először megpillantott [...]

Ez nem lehet más, mint amit keres, a szép nagy, indián nevű tó. [...]

A lomberdő északi széle meg a víz között volt a kövér füvű rét alja, odáig nyúlt le. [...] A tó partja mindenütt sima, könnyen megközelíthető, a vízben madarak lubickolnak, hosszú sorokban úszkálnak, kanyarogva, tekeregve, mint a tollas vízikígyók. A víz gyűrűzik, örvénylik körülettük a halak csapkodó uszonyaitól.

Szemével méregette, mekkora lehet a terület. Legalább ötven holdra becsülte a rétet. Mindjárt arra gondolt, hogy ott is tó lehetett valamikor. Ahol most rét zöldell, tófenék volt, és annál pompásabb termőföld nincs a világon. Több helyütt megmérte a televény mélységét, sehol se hiányzott sok a három lábból. Alatta vörös agyagréteg volt.

Amit pár órával azelőtt látott, szintén jó föld volt, nagyon is jó. De most, hogy még tovább jött, megtalálta a legeslegjobbat. [...]

Végre mégis célhoz ért hát.

Forrás: Vilhelm Moberg (1952) *Bevándorlók*
Budapest, Európa, 1961. 265–269. Ford. G. Beke Margit.

szó meglehetősen negatív konnotációkkal rendelkezik, de a tekintélyelvű rendszerek – például a hitleri Németországban, a sztálini Szovjetunióban és a Mao vezetése alatt álló kommunista Kínában – pozitív értelemben használták. Az Egyesült Államok és a Szovjetunió között folyó hidegháború időszakában a nemzetközi propaganda meglehetősen kiterjedt volt (lásd az oldal keretes írását). A jelenség természetesen ma is létezik, annyi különb-

PROPAGANDA

A propagandát gyakran érte közvetlen vagy közvetett bírálat, nem utolsósorban a tudományos-fantasztikus irodalom irányából. George Orwell ma már klasszikusnak számító disztópiája, az *1984,* is ezek közé a kritikai hangvételű művek közé tartozik.

Tizenegy óra felé járt az idő: az irattári osztályon, ahol Winston dolgozott, kihordták a székeket a szobából, és a hall közepén rakták sorba, szemben a nagy teleképpel. A Két Perc Gyűlöletre készülődtek. [...]

A következő pillanatban a nagy teleképből förtelmes, éles hang süvített végig a termen, mintha egy óriási, olajozatlan gép rohant volna végig rajta. Ettől a zajtól vicsorogni kezdett az ember, és felborzolódott a tarkóján a haj. Kezdetét vette a Gyűlölet.

Szokás szerint Emmanuel Goldsteinnek, a Nép Ellenségének arca villant fel a teleképen. A hallgatóság mindenfelé morogni kezdett. [...] Goldstein, a renegát és elhajló, valamikor régen (hogy milyen régen, arra senki sem emlékezett pontosan) a Párt vezetőinek egyike volt, majdnem egyenrangú magával Nagy Testvérrel, de aztán ellenforradalmi tevékenységbe keveredett, halálra ítélték, ám titokzatos módon megszökött és eltűnt. [...] Még élt és tovább tervezte valahol az összesküvéseket [...].

A Gyűlölet még harminc másodperce sem tartott, s máris önkéntelen dühkiáltások törtek ki a teremben tartózkodó emberek egy részéből. [...]

A második percben a Gyűlölet az őrjöngésig fokozódott. Az emberek felugráltak a helyükről, és torkuk szakadtából üvöltöztek, hogy elnyomják a teleképből áradó őrjítő, bégető hangot. [...] Egy világos pillanatában Winston észrevette, hogy együtt ordít a többiekkel, és sarkával vadul rugdalja széke lábát. [...]

A Gyűlölet tetőfokára hágott. Goldstein hangja igazi birkabégetéssé torzult, s egy pillanatra az arca is birka pofájává változott. Aztán a birkapofa egy eurázsiai katona félelmetes és óriás alakjába tűnt át, amely kezében vadul kerepelő géppisztollyal egyre közelebb és közelebb nyomult, s azt az érzést keltette a nézőkben, hogy rájuk veti magát a telekép felületéről, annyira, hogy néhányan az első sorban valósággal hátrahőköltek a székekben. De szinte még ugyanabban a pillanatban [...] az ellenséges figura áttűnt Nagy Testvér fekete hajú, fekete bajszú, hatalmának tudatától sugárzó, rejtelmesen nyugodt arcába [...]. Aztán Nagy Testvér arca elhalványodott, s a Párt három jelszava jelent meg a helyén, csupa nagybetűvel:

A HÁBORÚ: BÉKE
A SZABADSÁG: SZOLGASÁG
A TUDATLANSÁG: ERŐ

Forrás: George Orwell (1949) *Nineteen Eighty Four*
Magyarul: *1984.*
Európa Könyvkiadó, Budapest. 1989. 15–22. Ford. Szíjgyártó László.

séggel, hogy gyakran máshogy nevezik, például *„nemzetközi hírtermelés”* vagy *Amerika Hangjának* (utóbbi egy közismert, hozzávetőleg negyven különböző nyelven sugárzó rádióállomás).

A gazdasági, politikai és vallási ügyeket érintő, közvetett és kevésbé erőszakos jellegű propagandát *indoktrinációnak* hívjuk. Nincs olyan ország, ahol a tömegkommunikációban megjelenő tartalmak egy része ne lenne indoktrinatív jellegű, és nemcsak a gazdasági és politikai kontextusokban, hanem a szórakoztatásban, a fikcióban és oktatás minden területén is. Általánosan fogalmazva a propaganda és az indoktrináció egyaránt a szocializáció és reszocializáció sajátos esetének tekinthető (lásd 3.3.).

7.4. A nemzetközi és interkulturális kommunikáció szintjei

A 7.1. ábra jól szemlélteti, hogy – egy adott társadalmon belül zajló kommunikációhoz hasonlóan – a nemzetek és kultúrák közti kommunikáció is folyhat interperszonális, szervezeti és társadalmi szinten. Ebben a szakaszban a nemzetközi kommunikáció e három szintje kerül röviden bemutatásra. Előbb azonban ki kell térünk a személyiség szerepére a nemzetközi kommunikációban.

7.4.1. AZ IDŐ, A TÉR ÉS A SZEMÉLYISÉG

A nagy nemzetközi szervezetekben folyó kommunikációs folyamatok közös jellemzője, hogy a legtöbb esetben sok időt igényelnek. Persze szinte minden nemzetközi szervezet rendelkezik az ügyek folyamatos intézését végző – viszonylag nagy és hatékonyan működtetett – központi adminisztrációval: egy főtitkár irányítása alatt álló titkársággal, amely a rutinfeladatok ellátásáért felelős. A fontosabb és hivatalos jellegű döntések meghozatalára azonban gyakran csak évente egyszer (esetleg még ritkábban), az évente (vagy kétévente) megtartott *közgyűlés* alkalmával kerül sor (gondoljunk például az ENSZ éves közgyűléseire). Az általános közgyűlések közti hosszú időszakokban a kommunikáció többnyire sporadikus, és általában nem közvetlen formában történik.

Nyilvánvaló okokból kifolyólag azonban a nagy nemzetközi szervezetekben olykor kifejezetten gyors kommunikációra van szükség. Ezért nemcsak az elnökség és az ügyvezetéssel megbízott vezető, hanem általában a helyi döntéshozók is széleskörű, ugyanakkor világosan meghatározott hatáskörökkel rendelkeznek; azaz szabályozva van, hogy az egyes szinteken az egyes pozíciók betöltői milyen döntéseket hozhatnak.

Azonban arról sem szabad elfeledkezni, hogy az egyes pozíciókat betöltő személyek egyéni sajátosságai szükségszerűen befolyásolják a kérdéses

pozíciókhoz kapcsolódó feladatvégzés mikéntjét. Nem utolsósorban így van ez az olyan nemzetközi szervezetekben, ahol nemcsak az egy adott pozíciót betöltő személy egyéni tulajdonságai számítanak (mint például a tehetség), hanem az illető – a kívülálló szemében gyakran csak valamilyen érdekes szokásnak és normának tűnő – nemzeti sajátosságai is hatással vannak a munkavégzés jellegére. Skandináviában például elterjedt, hogy az emberek keresztnéven szólítják egymást, ennek kialakulását mutatja be az oldal alján található bekeretezett írás.

Az egyéni személyiségjegyek és a nemzeti kultúra együttes hatásának a magas szintű nemzetközi kommunikációban való érvényesülését az ENSZ főtitkárok sora példázza. Némelyikük megpróbálta – olykor több, máskor kevesebb sikerrel – kibővíteni a főtitkár tevékenységi körét. Talán a legismertebb példa az élete végéig hivatalában szolgáló Dag Hammarskjöld, aki 1953–1961-ig volt az ENSZ főtitkára (1961-ben repülőgép-szerencsétlenségben hunyt el. És olyanok is akadtak a nemzetközi szervezet élén, akik megelégedni látszottak egy szűkebben definiált hatáskörrel.

7.4.2. A NEMZETKÖZI KOMMUNIKÁCIÓ INTERPERSZONÁLIS SZINTJE

A nemzetközi kommunikáció interperszonális szintje természetesen ugyanazokkal az alapvető sajátosságokkal írható le, melyek az egy és ugyanazon nemzeti közösséghez tartozó személyek között folyó kommunikációt is jellemzik. Ezek közül néhányat a negyedik fejezetben tárgyaltunk, ahol azt

A DU-REFORM

Az egyenlőség eszméjének az 1960-as évek végét és az 1970-es évek elejét jellemző svédországi népszerűségét kihasználva a különben konzervatív beállítottságú Nemzeti Egészségügyi Tanács új igazgatója határozatot adott ki, melyben a Tanácson belüli kommunikációban az informális „du” (vö. német „du”, francia „tu”) használatát rendelte el — azaz rendeletileg bevezette a tegeződést. Korábban a formális „ni” volt használatos, vagy pedig a beszélgetőpartner harmadik személyű, az illető titulására utaló megszólítása. („Látta már a vezérigazgató úr a legújabb elszámolást? Nem, főkönyvelő úr, még nem kaptam kézhez.”) Bár a rendelkezést az első időkben sokan gúnyolták, idővel azonban népszerűvé vált; valószínűleg ez is hozzájárult ahhoz az akkortájt kezdődő, s mára általánossá vált gyakorlathoz, miszerint a svédek még az ismeretleneket is tegeződve („du”) és keresztnéven szólítják meg. Ez a szokás az országba érkező külföldiek szemében olykor meglepőnek vagy szórakoztatónak tűnik, egyesek pedig kifejezetten bosszantónak találják. Nem szabad azonban elfeledkeznünk arról, hogy a tegező megszólítás mostani elterjedése tulajdonképpen visszatérést jelent az eredeti skandináv gyakorlathoz. Izlandon például a tegeződés és a keresztnéven szólítás régi hagyománya sohasem szakadt meg.

is láttuk, hogy a személyközi kommunikáció általános jellemzői olyan szembetűnő kulturális különbségekkel járnak együtt, melyeket a kommunikáló felek nemzeti-kulturális hovatartozása határoz meg (lásd a 102. oldalán található bekeretezett írást). Az ilyen típusú hasonlóságokról és különbségekről lesz a következőkben szó.

A világ különböző tájain élő társadalmak között az individuális kommunikáció terén mutatkozó különbségeket számos eltérő dimenzió mentén vizsgálhatjuk. Az egyik alapvető dimenzió annak a módja, ahogy arcunkat – tudatosan vagy öntudatlanul – gondolatok és érzelmek kifejezésére (vagy éppen leplezésére) használjuk. Kétségtelen, hogy a különböző országokban élő, különböző kultúrákhoz tartozó emberek arckifejezés útján való kommunikációja számos eltérést mutathat. Vezető pszichológusok egy nemzetközi csoportja által végzett kísérletsorozat azonban arra derített fényt, hogy az érzelmekkel kapcsolatos arckifejezéseket egészen különböző kultúrák tagjai is ugyanúgy ismerik fel (lásd a 206. oldalon található bekeretezett írást).

A különböző kultúrák interperszonális kommunikációs folyamatai közti különbségek egy másik, valamelyest absztraktabb, de szintén fontos dimenziója az individualizmus/kollektivizmus különbségtétel. A legtöbb kultúrában – különösen azokban, melyeket az *individualizmus* magas foka jellemez – fontos, hogy az egyén képes legyen a személyiségében rejlő különböző lehetőségeket megvalósítani. Ehhez számottevő kezdeményezőkészséggel kell rendelkeznie, valamint akaraterővel is, hogy képes legyen akár vitatott ügyekben is kiállni a maga igazáért. Továbbá cselekedeteiben tudnia kell magát valamelyest függetleníteni azoktól a különféle csoportoktól, melyeknek különben tagja, hiszen ezek a csoportok, amellett, hogy jelentős támaszt nyújthatnak, komoly korlátozásokat is jelentenek számára. E két lehetőség egyikéről sem szabad megfeledkeznünk.

Ezzel szemben azokban a kultúrákban, amelyek jellemzően kollektivista jellegűek, az egyén alárendelődik annak a csoportnak, amelyhez elsődlegesen tartozik. Számos ilyen csoport van, bár ezek más-más súllyal rendelkeznek. A legfontosabb három csoport általában minden kultúrában a kiterjedt család, a szomszédság, valamint az a közösség vagy társadalmi szervezet, melynek keretén belül az egyén munkáját végzi és éli a napi életét. E három együttesen és meglehetősen komplex módon határozza meg az egyén társadalmi helyzetét. Az olyan kívülállók számára például, akik viszonylag egyszerű státuszrendszerű kulturális közegből származnak, ahol az egyes embert leginkább a gazdasági, iskolázottsági és szakmai sajátosságai karakterizálják (vö. 3.3. ábra), kifejezetten nehéz egy ilyen bonyolultabb státuszrendszert megérteni.

Az individualizmus és a kollektivizmus által különböző mértékben jellemzett társadalmak tagjai között folyó interperszonális kommunikáció kifejezetten komplikált is lehet; gyakorta fennáll az egymás félreértésének veszélye. A három alapvető sajátosság jobb megértése érdekében hasznos lehet, ha a 3.5.2. szakaszban tárgyalt két alapvető érték, a *szabadság* és az *egyenlőség* összefüggésében vizsgáljuk meg őket (lásd 3.6. ábra). Az erősen

kollektivista jellegű társadalmakban az egyén szabadságfoka meglehetősen alacsony. Továbbá, bár az egyenlőség egy adott rétegen *belül* valamilyen mértékben megvalósulhat, a különböző rétegek *között* azonban általában nagyon nagy eltérések lehetnek ebben a tekintetben. (Szélsőséges példa erre a hitleri Németország vagy a sztálini Szovjetunió.) Erőteljesen individualista társadalmakban az egyéni szabadság értelemszerűen viszonylag magasra értékelt, míg a különböző rétegek közti egyenlőség mértéke változó. Ebbe a csoportba tartoznak a modern kapitalista társadalmak.

Az egyik vagy másik társadalomtípus felé való elmozdulás olykor a nyelvi formában is megjelenik, például

- a titulusok használatában vagy ennek hiányában;
- a magázódás és tegeződés meglétében vagy hiányában;
- vagy abban, hogy a beszélgetések során milyen gyorsan térünk rá a partner keresztnéven szólítására.

A franciában és az angolban például a társadalmi távolságot gyakran a „Madame", „Mademoiselle", „Monsieur", illetve „Sir", „Miss" vagy „Madam" szavak beszúrása jelzi a mondatok elején vagy végén (ez gyakran beszélőváltást is jelez, vö. 4.3.4.). Vannak nyelvek, mint például az angol, ahol – eltérően a magyartól – ugyanazt a személyes névmást (you) használják

AZ ARCOD ELÁRULJA, MIT ÉRZEL –
MÉG A VILÁG MÁS TÁJAIRÓL VALÓ EMBEREKNEK IS!

A nemzetközi kommunikáció legközvetlenebb formája, amikor két különböző nemzetiségű ember szemtől szembe kommunikál egymással. Az ilyen helyzetek egyik fontos eleme az arcunk maga: hogy néz ki, hogyan fejezi ki és tükrözi érzelmeinket és gondolatainkat, miközben kommunikálunk. Ezzel kapcsolatban az egyik alapvető kérdés az, hogy vajon a föld különböző pontjain élő, különböző kultúrákhoz tartozó emberek érzelmeket és gondolatokat kifejező arckifejezései között oly mértékű-e az eltérés, hogy csak a saját kultúránkhoz tartozó emberek arckifejezéseit ismerjük fel, vagy pedig ennél nagyobb fokú hasonlóságról van szó.

Nemzetközi pszichológusok egy csoportja kísérletet végzett a probléma tanulmányozására. A világ különböző vidékeiről származó, és eltérő érzelmeket kifejező emberek fényképeit mutatták meg az európai, ázsiai és amerikai országból való kísérleti alanyoknak, akiket megkértek, hogy azonosítsák a képen látható emóciókat. A kutatóknak ily módon sikerült bizonyítaniuk, hogy valóban nagyfokú egyezés jellemzi, ahogy a világ különböző részeiről származó emberek más tájakról való emberek arckifejezéseit interpretálják.

Az arcon megjelenő érzelmek intenzitásának megítélésében azonban már voltak eltérések. Ezeket a különbségeket magyarázhatják az érzelmek kifejezésében vagy ezeknek az arckifejezéseknek az interpretációjában meglevő különbségek is.

Forrás: M. Biehl et al. (1997) 'Matsumoto and Ekman's Japanese and Causasian Facial Expressions of Emotion (JACFEE): reliability data and cross-national differences', *Journal of Nonverbal Behavior,* 21 (1), 3–21.

a közeli családtagok, ismerősök megszólítására és a távoli ismerősök és munkatársak, vagy éppen a munkahelyi felettesek vagy idegenek, esetében is (lásd a 204. oldalon található bekeretezett írást).

Kommunikációs szempontból egy másik fontos dimenzióra utal a *kontextus* fogalma, azaz a cselekvések és a megnyilatkozások egy adott, a társadalom kultúrája által meghatározott közegbe való beágyazottságának mértéke. Az ún. magas kontextusú kultúrákban egy adott üzenet fontos összetevői a kontextusból származnak, azaz már korábban beágyazódtak a kommunikáló felek tudatába. Alacsony kontextusú kultúrákban ezzel szemben az üzenet tartalmának lényegi részét maga az üzenet tartalmazza, egészen explicit formában. Az alacsony kontextusú kommunikáció alapvetően az individualista kultúrákra jellemző, a magas kontextusú kommunikáció pedig a kollektivista kultúrákra. Ha e két kultúratípus tagjai találkoznak anélkül, hogy tudatában lennének a másik fél eltérő kommunikációs mintájának, az efféle különbségek sokszor meghökkenést, derültséget, s olykor akár ingerültséget is kiválthatnak mindkét oldalon.

Végezetül, az individuális kommunikáció interkulturális különbségei által okozott, és fentebb ismertetett problémákon és nehézségeken kívül fontos megemlíteni, hogy az egyre fokozódó nemzetközi mobilitás nemcsak problémákat szül a személyközi kommunikációban, de ugyanakkor horizontunkat is tágítja. Azaz segít belátnunk, hogy – Rómeó állításával ellentétben – igenis van világ Veronán kívül. E külső világ megértése pedig saját magunk megértéséhez is közelebb vihet.

7.4.3. A NEMZETKÖZI KOMMUNIKÁCIÓ SZERVEZETI SZINTJE

Szervezeti szinten nézve a nemzetközi kommunikációnak két fő típusa van. Egy bizonyos ország helyi, regionális és országos szintű szervezetei értelemszerűen kommunikálnak más országok hasonló jellegű helyi, regionális vagy országos szervezeteivel. Például mind az öt skandináv államban működik egy országos akadémiai szintű szervezet a média- és kommunikációkutatás tanulmányozására. Ez az öt országos szervezet kétévente találkozót tart (ez a nemzetközi konferencia ugyanakkor öt országos találkozót is jelent).

Gyakran azonban a szervezeti szintű nemzetközi kommunikációt kifejezetten az erre a célra felállított szervezetek, a nemzetközi szervezetek végzik (lásd 5.1.). Számtalan nemzetközi szervezet létezik; a kommunikáció szempontjából releváns példák közé tartozik a Nemzetközi Kommunikációs Társaság (International Communication Association, ICA) és a Média- és Kommunikációkutatás Nemzetközi Társasága (International Association for Media and Communication Research, IAMCR).

A nemzetközi szervezetek két nagy csoportba oszthatók: a nemzetközi kormányzati szervezetek (ún. IGO-k, az *international governmental organization* kifejezéséből) és a nemzetközi *nem-kormányzati* szervezetek (ún.

INGO-k, *international non-governmental organization*). Az IGO-k közismert példája az ENSZ és az Európai Közösség. Az előző bekezdésben említett két kommunikációs szervezet természetesen INGO-nak minősül.

A két típus keveredésének közismert példája a Nemzetközi Munkaügyi Szervezet (International Labour Organization, ILO), mely kormányzati és nem-kormányzati elemekkel egyaránt rendelkezik (további példákra lásd még az oldal alján található bekeretezett írást).

A nemzetközi szervezetek egy nagyon régi, de egyre növekvő jelentőségű típusát jelentik az ún. BINGO-k [business international non-governmental organization], azaz a gazdasági szférában tevékenykedő nem-kormányzati jellegű nemzetközi szervezetek. Ezek olyan nagy multinacionális vagy nemzetközi vállalatok, hatalmasra nőtt konglomerátumok, melyek – gyakran leányvállalatokon keresztül – a világ minden táján működnek, és központjukat gyakran az adózási szempontokból legkedvezőbb helyen állítják fel. Történetileg az 5.2. szakaszban tárgyalt Hanza-szövetség a BINGO egy korai, viszonylag laza szerveződésű példája. A mai példák közé tartozik a svéd Ingvar Kamprad által alapított bútor- és lakberendezési vállalat, az IKEA, mely ma már három kontinensen is jelen van (a mozaikszó első két betűje az alapító nevére, második fele pedig Kamprad szülőföldjére, az Agunnaryd falutól nem messze fekvő Elmtaryd tanyára, utal).

Valamilyen oknál fogva a gazdasági szférában tevékenykedő kormányzati szervezeteket jelölő BIGO mozaikszó nem igazán terjedt el, de a jelenség

NÉHÁNY KORMÁNYZATI (GOVERNMENTAL = G)
ÉS NEM-KORMÁNYZATI (NON-GOVERNMANTAL = NG) SZERVEZET

EC	*European Community,* Európai Közösség (G)
FAO	*Food and Agriculture Organization,* Élelmezési és Mezőgazdasági Szervezet (G)
FIFA	*Fédération Internationale de Football Associations,* Nemzetközi Labdarúgó Szövetség (NG)
IAMCR	*International Association for Media and Communication Research,* Média- és Kommunikációkutatás Nemzetközi Társasága (NG)
ICA	*International Communication Association,* Nemzetközi Kommunikációs Társaság (NG)
ICS	*International Chamber of Shipping,* Nemzetközi Hajózási Kamara (G)
IMF	*International Monetary Fund,* Nemzetközi Valutaalap (G)
IOC	*International Olympic Committee,* Nemzetközi Olimpiai Bizottság, NOB (NG)
NC	*Nordic Council (Nordiska radet),* Északi Tanács (G)
OPEC	*Organization of Petroleum Exporting Countries,* Olajexportáló Országok Szervezete (G)
SA	*Salvation Army,* Üdvhadsereg (NG)
UN	*United Nations,* Egyesült Nemzetek Szervezete, ENSZ (G)
WHO	*World Health Organization,* Egészségügyi Világszervezet (G)
WWF	*World Wildlife Fund,* Világ Természetvédelmi Alap (G)

természetesen létezik. Ilyen például az 1961-ben húsz ország részvételével alapított Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (OECD) [Organization for Economic Cooperation and Development], melynek célja a gazdasági növekedés és a nemzetközi kereskedelem előmozdítása. BIGO-nak minősül az OPEC, az Olajexportáló Országok Szervezete is. Emellett számos fontos, az ipar és a kereskedelem különféle területeire szakosodott nemzetközi gazdasági szervezet van még; ezek közül a legáltalánosabb a Nemzetközi Kereskedelmi Kamara (International Chamber of Commerce), az üzleti élet világszervezete.

Végezetül meg kell jegyeznünk, hogy számos formálisan nem-kormányzati jellegű nemzetközi szervezet döntései és tanácskozásai is gyakran egészen komoly gazdasági-üzleti vonatkozásokkal bírnak. Gondoljunk például a Nemzetközi Olimpiai Bizottság döntéseire. A NOB természetesen, noha egy nem-kormányzati jellegű nemzetközi szervezet, az olimpiai játékok üzleti aspektusával is foglalkozik – és az olimpia kétségtelenül nagy üzlet, s emellett még politikailag is kényes kérdés.

7.4.4. NEMZETKÖZI KOMMUNIKÁCIÓ A TÖMEGKOMMUNIKÁCIÓ SZINTJÉN

A sikeres kommunikációhoz elengedhetetlen, hogy a kommunikáló felek valamennyire ismerjék egymást. Következésképp a sikeres és hatékony nemzetközi kommunikációnak két alapfeltétele van: a fontos híreket először is el kell juttatni a világ különböző pontjaira (disztribúció), ezt követően pedig a befogadókkal viszonylag gyorsan meg kell ismertetni (diffúzió). Kezdjük a hírek diffúziójával.

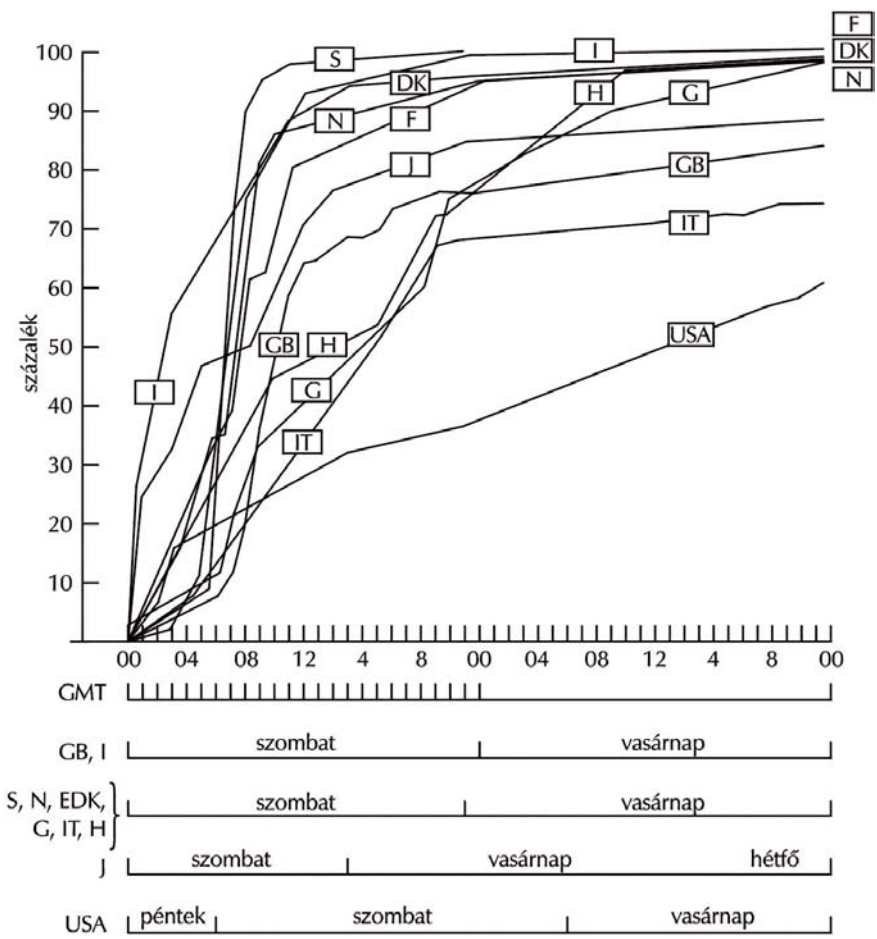
Az országos és nemzetközi hírek terjedésének vizsgálata önálló kutatási területnek számít. A 7.2. ábra az ilyen típusú kutatásokra mutat be egy példát. Az ábráról az olvasható le, hogy az 1986-ban Olof Palme svéd miniszterelnök ellen elkövetett merénylet híre hogyan terjedt a világ különböző országaiban. Látható, hogy a diffúzió igen gyors volt, ugyanakkor az egyes országok között már természetesen számottevő különbségek mutatkoztak. Sokváltozós statisztikai vizsgálatok segítségével kimutatták, hogy az országok közti eltérések nem kevesebb, mint 50%-a mindössze három alaptényezőre vezethető vissza:

- az esemény helyétől való földrajzi távolság;
- a vizsgált ország és Svédország közti kereskedelmi kapcsolatok mértéke;
- a vizsgált ország és Svédország között már működő kommunikációs kapcsolatok (posta, telefon stb.) mennyisége.

Az a tény, hogy egy hírt a világ különböző népességei körében annyira gyorsan el lehet terjeszteni, mint ahogy azt olykor tapasztalhatjuk, jórészt a nemzetközi médiarendszer viszonylagos hatékonyságának tulajdonítható. A nemzetközi médiarendszer különböző komponensei, amelyek a fontos

eseményekre vonatkozó alapvető hírek – a „kemény hírek” – összegyűjtéséért és terjesztéséért felelősek, viszonylag jól – bár nem túl egyenletes hatékonysággal – működnek. Többségünk a nagyvilág eseményeiről a médián keresztül értesül – és ebben nemcsak a szűken vett hírműsorok játszanak szerepet, hanem a világ más tájairól származó, más típusú médiatartalmak (például a játékfilmek) is. Ezáltal alkotunk (többnyire torz-) képet a világ más tájain élő emberek életéről – és a sajátunkról is.

Sőt, nem pusztán a máshol élő emberek életéről alkothatunk kiegyensúlyozatlan és torzított képet a média segítségével, hanem azzal kapcsolatban is, ahogy a *világ kinéz.* Az ún. *mentális térképeinket* nagymértékben befolyásolják a médiával kapcsolatos szokásaink, és sokszor egyáltalán nem pozitív értelemben.



7.2 ábra *A hírek nemzetközi terjedése: Olof Palme svéd miniszterelnök meggyilkolása, 1986 (Forrás: Rosengren, 1987)*

Az egyének mentális térképeit vizsgálhatjuk azzal a némiképp elnagyolt, de elég hatékony módszerrel, hogy megkérdezzük tőlük, hova mennének, ha valamilyen oknál fogva el kellene hagyniuk szülőföldjüket. A válaszok alapján egy olyan világtérképet rajzolhatunk, amin a világ egyes részei méretének ábrázolása arányban áll az adott területnek a válaszokban megjelenő gyakoriságával. Azaz a gyakrabban választott helyek nagyobbnak, a ritkábban választottak pedig kisebbnek fognak látszani. Ezt a módszert használta a 6.6. szakaszban már említett Media Panel Program is. A várakozásoknak megfelelően azt találtuk, hogy a tévénézési szokások komoly befolyással voltak a fiatalok mentális térképeire. Természetesen más változók (elsősorban az életkor és a nem) is közrejátszottak az eredmények alakulásában. Ahogy a 7.3a és 7.3b ábrán is látható, a három változó (a kor, a nem és a tévénézési szokások) együttese erőteljesen átrajzolta a térképet. Az összehasonlítás kedvéért a 7.3c ábrán a világnak a svéd televízió hírműsoraiban reprezentált térképét mutatjuk meg, amit egy kormányjelentésben publikáltak nagyjából ugyanabban az időben (az 1980-as évek végén).

Látható, hogy a svéd televízió hírműsoraiban megjelenő világ térképe is némiképp torzított (7.3c), azonban a torzulás foka nem nevezhető groteszknek. Hasonlóan mentes a groteszk túlzásoktól, bár kétségtelenül szűk látókörre vall a 11 éves, és viszonylag keveset tévéző lányok mentális térképe (7.3a). A 15 éves és sokat tévéző svéd fiúk mentális térképe (7.3b) azonban

7.3a ábra *Média-térképek, mentális térképek és valódi térképek: 11 éves lányok, alacsony tévénézési mutatóval (Forrás: Rosengren & Windahl, 1989)*

egyértelműen megérdemli a groteszk minősítést. Saját kisebb világuk, Nyugat-Európa, önmagában még nem különösebben aránytalan, de Kelet-Európa teljesen hiányzik, és Ázsia is csak egy különálló kis szigetként jelenik meg. Észak-Amerika ugyanakkor sokkal nagyobb, mint a világ többi része együttvéve. Dél-Amerika ugyanolyan láthatatlan, mint Kelet-Európa. Ez egy kitalált világ – mégpedig az amerikai filmek és szórakoztató ipar által teremtett világ, mely még a létfontosságú közszolgálati médiarendszert is uralja (mint ami Svédországot jellemezte az 1980-as évek végén), és ami vitathatatlan népszerűséggel bír a fiatalok körében. Sajnos nincs okunk abban reménykedni, hogy a fiatalok számára világszerte hozzáférhető televíziós tartalmak által kialakított mentális tér ma bármivel is jobb lenne, mint az 1980-as évek végén. Sőt, viszonylag jó eséllyel megkockáztathatjuk, hogy a helyzet azóta csak rosszabb lett. Ezt persze csak új kutatások és új mentális térképek támaszthatják alá.

Az egyén mentális térképe tehát nagyban függ az illető médiával kapcsolatos szokásaitól. Minél több időt tölt valaki a televízió előtt, mentális térképe annál aránytalanabb lesz. Ebben nincs semmi meglepő; már láttuk, hogy még a média által megrajzolt „nemzetközi térképek” is jócskán torzulást mutatnak. Az pedig, hogy a világ különböző részeiről mennyi hír jut el hozzánk, néhány alapváltozó függvénye (melyek közül a kérdéses országok között fennálló gazdasági kapcsolatok a legfontosabbak).

7.3b ábra *Média-térképek, mentális térképek és valódi térképek: 15 éves fiúk, magas tévénézési mutatóval (Forrás: Rosengren & Windahl, 1989)*

Az ilyen típusú kapcsolatok szisztematikus tanulmányozásához más, a fentebb ismertetett adatoktól eltérő adatokra is szükségünk van. Ezt a kérdést a következő szakaszban fogjuk tárgyalni.

7.5. Nemzetközi hírek: intramediális és extramediális adatok

Az országos és nemzetközi média folyamatosan zúdítja ránk a környező világ képeit, melyek egy része nyilvánvalóan fiktív – mi több, ezeknek a képeknek az értéke éppen fiktív voltukban rejlik. A fikció nem arra törekszik, hogy az egyes eseményeket, folyamatokat vagy struktúrákat részletesen és hűen mutasson be, a fikció célja egy másféle igazság ábrázolása: ez talán lehet egy általánosabb szintű igazság, de lehet az igazság durva és nyilvánvaló eltúlzása és torzítása annak érdekében, hogy biztosan megértsük, miről van szó. Más műsortípusok arra törekednek, hogy amennyire csak lehetséges, igaz és megbízható képeket közöljenek a világról. Ez jellemző a hírműsorokra és a hírműsorok anyagára támaszkodó és azokra reflektáló – nézeteket, véleményeket és kommentárokat nyújtó – programokra is. Hogyan lehetséges az ilyen műsorok tanulmányozása?

7.3c ábra *Média-térképek, mentális térképek és valódi térképek: a svéd televízió médiatérképe (Forrás: Rosengren & Windahl, 1989)*

Ahhoz, hogy a világról a médiában megjelenő híreket szisztematikusan tanulmányozni tudjuk, kétféle adat kell: adatokra van szükségünk egyrészt a *hírekkel kapcsolatban,* másrészt pedig a *világra vonatkozóan* is. A két adatcsoportnak lehetőség szerint egymástól függetlennek kell lennie, azaz ideális esetben két különböző forrásból kell származniuk. A média híreivel kapcsolatos információk természetesen magából a médiából származnak, ezeket hívjuk *intramediális* adatoknak. A világra vonatkozó információnak tehát valamely más, a médián kívüli forrásból kell származniuk, azaz extramediális adatoknak kell lenniük. Az intramediális és *extramediális* adatok összevetéséből két dolgot tudhatunk meg. Először is használhatjuk a kétféle adathalmazt a *hírek értékelésére:* vagyis megnézhetjük, hogy az extramediális adatok fényében a világról szóló médiatörténetek mennyire tekinthetők igaznak, megbízhatónak, reprezentatívnak, relevánsnak stb. A svéd televízióban megjelenő világgal kapcsolatos intramediális adatokat a 7.3c ábrán láthatjuk. A televíziós hírekben megjelenő világ képe némiképp aránytalannak mutatkozik, ha összevetjük a megfelelő extramediális adatokkal, azaz a földről készült hagyományos térképekkel.

AZ INTRA- ÉS EXTRAMEDIÁLIS ADATOK

1. Az alapötlet

Egy adott téma igazságértékének megállapítása során a tudósítás tartalmát egy sor, ugyanazzal a témával kapcsolatos, de független, külső feltétellel kell összevetnünk. Erre számos lehetséges módszer van. [...] Mindazonáltal előfordulnak olyan esetek, amikor nem állnak rendelkezésre készen kapott, médián kívüli adatok. Ilyenkor egy másik megoldási módhoz kell folyamodnunk. A kutatónak össze kell állítani egy, a releváns eseményeket és feltételeket tartalmazó listát, amit majd kiindulópontként tud használni a vizsgálat során. [...] Összehasonlításokat tehetünk a különböző médiumok, médiacsatornák, publikációk és adások között. [...] Ebben az esetben természetesen az összehasonlítás a valóság különböző médiumokban megjelenő változatai között történik, melyek közül egyik sem tekinthető a valóság tényleges reprezentációjának.

Forrás: Barrie Gunter (1977) *Measuring Bias on Television.* Luton, University of Luton Press, 31.

2. Néhány intra- és extramediális tanulmány

- Lippmann, W. – Merz, C. (1920) 'A test of the news', The New republic, 4 August
- Rosengren, K.E. (1970) 'International news: Intra and extra media data', *Acta Sociologica,* 13, 96-109.
- Smith, R.F. (1971) 'US news and Sino-Indian relations: az extra media study', *Journalism Quarterly,* 48, 447-58. 501.
- Hicks, R.G. – Gordon, A. (1974) 'Foreign news content in Israeli and US newspapers', *Journalism Quarterly,* 51, 639-44.
- Rosengren, K.E. (1980) 'Bias in news: methods and concepts', *Mass Communication Review Yearbook* (vol. 1.) 249-63.
- Adams, W. (1986) 'Whose lives count? Coverage of natural disasters', *Journal of Communication,* 36: 113-22.

Másodszor, használhatjuk a két különböző adattípust a média által a világról alkotott kép egyes jellemzőinek *magyarázatára,* és ezáltal való jobb *megértésére* is. Az intra- és extramediális adatokra alapuló vizsgálatok egymástól teljesen eltérő típusú jelenségekkel kapcsolatos extramediális adatokat is használhatnak, mint például a világ különböző pontjain tartott parlamenti választások vagy földrengések. Ezekben a kutatásokban a hírek nemzetközi áramlását feltehetőleg magyarázó faktorok relatív erősségét próbálták vizsgálni. Kimutatták, hogy a nemzetközi híradásokban létező variánsok jelentékeny része (30%-a) olyan egyszerű tényezőkkel magyarázható, mint annak az országnak mérete, ahol az esemény történt, vagy az esemény és az arról tudósító médium földrajzi helye közti távolság. (Az intra- és extramediális médiaadatok módszerének használatáról bővebben lásd a 214. oldalon található bekeretezett írást.)

7.6. Nemzetközi populáris kultúra

7.6.1. A POPULÁRIS KULTÚRA MINT INNOVÁCIÓ

Az ötödik fejezetben az innovációk létrehozásáért felelős öt társadalmi rendszert, és a kapcsolódó jutalmazási módokat tárgyaltuk (lásd az 5.5. ábrát). Megemlítettük, hogy az újítások szempontjából a legfüggetlenebb rendszer az alapkutatásé, míg a legkevésbé független a média tömegkultúrája. A nemzetközi populáris kultúra – a tömegkommunikáció által közvetített populáris művészet és irodalom – kétségtelenül része a nemzetközi médiarendszernek. Mint újításokat létrehozó rendszert tehát valamelyest bizonytalan helyzet jellemzi.

A kultúra kereke perspektívájában vizsgálva (lásd a 3.1. ábrát) számos, a média rendszerén belül létrejött innováció a művészet és irodalom szektorában helyezhető el. Azonban a tömegkommunikáció által közvetített újítások alkotóinak többsége, a magaskultúra alkotóihoz képest lényegesen korlátozottabb művészi függetlenséggel rendelkezik. A nemzetközi populáris kultúra rendszerén belül létrejövő innovációk többsége nem túlságosan eredeti – inkább néhány általános kulturális minta klónszerű variációinak tekinthetőek. Így van ez a populáris irodalom esetében is, a megjelenés formájától (televízió, rádió, hetilapok, magazinok, könyvek stb.) függetlenül. Sajnos túl gyakran találkozunk olyan sztenderdizált sémákkal, mint a „boldogan éltek, amíg meg nem haltak" típusú szerelmi történetek vagy a „jó és gonosz" harca. Többé-kevésbé sztenderd hősök és hősnők tettei többé-kevésbé sztenderd módon ismétlődnek újra meg újra, gyakorlatilag vég nélkül. Egy olyan speciális iparágról van szó, ahol a gazdasági és kommunikációs szakemberek szoros együttműködésben dolgoznak a művészekkel és a műszakiakkal. Elvben ugyanez érvényes a popzenére is, mely ma a populáris kultúra több szempontból is legfontosabb területének számít.

7.6.2. POPULÁRIS ZENE

Nemzetközi viszonylatban a popzene az üzleti szempontból fontos termékek közé tartozik. Évtizedek óta a popzene termelését, terjesztését és értékesítését néhány – az Egyesült Államokban, Japánban és Németországban székelő – nemzetközi konglomeráció kontrollálja: Time-Warner, Sony, Bertelsmann, Philips-Polygram. A popzene termelése, terjesztése és értékesítése nagyjából ugyanúgy történik, mint a többi, nemzetközileg többé-kevésbé integrált iparágak által termelt áruféleség (például ruhák, szabadidős cikkek, sportszerek stb.) termelése, terjesztése és értékesítése. Azaz ugyanúgy az üzleti élet jobb és rosszabb időszakai jellemzik. A nemzetközi populáris kultúra talán legjobb példája az MTV (lásd a 216–217. oldalon található bekeretezett írást). Néhány esetben azonban a popzene bizonyos fokú eltérést mutat, és nem követi teljes mértékben a társadalmak gazdasági rendszerétől való függés általános mintáját.

A hajdani Német Demokratikus Köztársaságban például a legjobbnak tartott rockzenészek magas társadalmi státuszt élveztek. Sőt, közülük néhány magas állami tisztséget töltött be. Azaz a gazdaság helyett a politikai rendszer integrálta a tömegkultúra alkotóit. A hajdani Szovjetunió csatlósálla-

AZ MTV-GENERÁCIÓ KULTÚRÁJÁNAK KIALAKULÁSA ÉS KIZSÁKMÁNYOLÁSA

Az MTV műsorszolgáltatásának legmesszehatóbb stratégiáját egy nemzetközi ifjúsági kultúra létrehozásása és kizsákmányolására való törekvés jellemzi. Az MTV állítása szerint a világ különböző országaiban élő fiatalok egy kialakulóban levő, a nemzeti hovatartozás és kulturális identitás kereteit meghaladó, nemzetközi ifjúsági kultúra részét képezik. A popzene szerepe kulcsfontosságú ebben a kultúrában, hiszen ez jelenti, az MTV értelmezésében, azt a közös nevezőt, amit a világ összes országának fiataljai egyformán értenek. [...] 'A zene a globális nyelv', jelentette be Sara Levinson, az MTV egyik volt vezetője. 'Célunk, hogy megteremtsük azt a globális rock'n'roll falut, ahol a világ minden fiataljához szólni tudunk. [...] Ez az első nemzetközi generáció. Ezek a fiatalok Levi's nadrágokat és Swatch órákat hordanak, a Benettonban vásárolnak, és Coca Colát isznak. Ezzel nem azt akarjuk mondani, hogy ne lennének kulturális különbségek, hogy a francia és német tinédzser teljesen egyforma lenne. De a francia és német fiatalok ma sokkal több hasonlósággal rendelkeznek, mint ami szüleik generációjára volt jellemző'. [...]

Az MTV egy fogyasztói életmóddal való azonosulásra, másfelől pedig az alternatív értékek és a hagyományok elutasítására ösztönzi a fiatalokat. [...] Egy, a fiatalokat világszerte sikeresen megcélzó műsorszolgáltatás természetesen komoly érdeklődésre számíthat az olyan hirdetők részéről, melyek célja egyes speciális, a fiatalok körében népszerű fogyasztói termékek (beleértve a márkás ruhákat, órákat és üdítőket) világpiaci részesedésének növelése. Továbbmenve, egy ilyen típusú műsorszolgáltató és az azt támogató hirdetők egyaránt hasznot húzhatnak a fiatal generáció transznacionális kultúrájának oly módon való definiálásból, mely az adott kulturális csoporthoz való tartozást a műsorszolgáltató által is reklámozott divatos fogyasztási cikkek birtoklásán keresztül határozza meg. [...]

mainak vezetői kifejezetten a tömegek bizonyos igényeinek kielégítésére s ezáltal való elhallgattatására használták az amerikai stílusú popzenét. (A popzene közvetett vagy közvetlen módokon való politikai célú felhasználása a vasfüggöny másik oldalán sem volt ismeretlen. Például a hozzávetőleg negyven különböző nyelven amerikai propagandát sugárzó Amerika Hangja rádióadó, melyet a hidegháború időszakában hoztak létre, szintén nagyban támaszkodott a popzene szolgálataira.)

Az afroamerikai blues, a spirituálék és a jazz vezető amerikai személyiségei, szerzők és előadók egyaránt, bizonyos fokú művészi függetlenséget vívtak ki maguknak már évtizedekkel ezelőtt. Mostanában hasonló folyamat játszódott le a rockzenében. A könnyűzene e területeinek kiemelkedő művészei a hagyományosabb művészeti ágak vezető alakjaival hozhatók párhuzamba. Noha tevékenységüket kétségkívül üzleti szempontoknak alárendelve végzik, mindazonáltal rendelkeznek bizonyos fokú művészi szabadsággal, és legfőbb hivatkozási keretük más művészek egy behatárolt csoportjával való interakció során alakul ki. Ami azonban megkülönbözteti őket a más területeken alkotó művészektől, az a műalkotásaik létrehozásához szükséges műszaki berendezések komplexitása – mely berendezéseket ugyan hozzáértő módon használnak, de többnyire nem birtokolnak (lásd a 218. oldalon található bekeretezett írást).

Az MTV a populáris kultúra egyre fokozódó globalizálódását példázza, és emellett e tendencia egyik legfontosabb alakítója is. A különböző médiumok (mozifilm, televízió, zenefelvételek) előállítói globális közönséget keresnek termékeik számára. Az MTV világméretű műsorhálózata – a műsorok tartalmán és a reklámokon keresztül – ösztönzi egy ilyenfajta globális piac kialakulását. Ami a műsorokat illeti, az MTV-n bemutatott zenés videoklipek egy hibrid műfajt képviselnek, s ezáltal egyidejűleg különböző kulturális termékek (film, televízió és zene) globális promóciójához is hozzájárulhatnak. Például a zenei klipek gyakran filmzenék egyes betétdalait dolgozzák fel, miközben rövid részleteket mutatnak magából a kérdéses mozifilmből is. Ha az MTV-n egy bizonyos filmhez kötődő zenés klipet játszanak a kérdéses film bemutatásával egyidejűleg, akkor ez nyilvánvalóan befolyásolni fogja a film iránti érdeklődést az MTV nézőinek körében. A lemezkiadók szempontjából nézve az MTV fontossága abban áll, hogy az MTV tevékenysége hozzájárul bizonyos nyugati popzenei műfajok globális elterjedéséhez és népszerűségéhez. A zenei videoklipek lényegében különböző kulturális termékek hirdetéseinek tekinthetők: filmek, filmzenék, zenefelvételek, élő koncertek, öltözködési divatok jelennek meg a klipekben (a videoklip maga pedig videokazettákon kerül forgalmazásra). A zenés videoklipek játszása (az MTV-n és másutt) elősegíti a felsorolt termékek iránti kereslet növekedését. A globalizációs stratégiákat természetesen nem az MTV találta fel; a filmstúdiók, televíziós producerek és lemezkiadók már jóideje dolgoznak a világpiac meghódításán. Az MTV azonban kétségtelenül hozzájárul a globalizációs tendenciák térnyeréséhez.

Forrás: Jack Banks (1997) 'MTV and the globalization of popular culture', Gazette, 59 (1), 43-60.

A populáris kultúrának a gazdasági rendszertől való nagyfokú függésére az általános megoldást a professzionalizáció jelentheti – ahogy az már korábban megoldást jelentett olyan egymástól távol eső területek képviselői számára is, mint a filozófusok, a természettudósok, a bábák és sebészborbélyok. A professzionalizációs folyamat fontos eleme az adott tevékenységi kör jutalmazási rendszerének kidolgozása. Ez a társadalom számos szektorában már régen megtörtént; a legismertebb szakmai elismerés valószínűleg a különböző területeken odaítélt Nobel-díj (lásd a 219. oldalon található bekeretezett írást). A popzenében dolgozó művészek státuszának emelését célozza meg az 1992 óta a svéd zenei akadémia által adományozott *Polar Music Prize.* (A díjat a hajdan világszerte népszerű ABBA egykori menedzsere, Stikkan Anderson alapította.)

A FELVEVŐKÉSZÜLÉK: VÁZLATFÜZET ÉS VÁSZON, MODELL ÉS FESTMÉNY A ZENEI ALKOTÁS FOLYAMATÁBAN

Legyen szó vizuális vagy nyelvi művészetekről, gyakorta az inspirációt tartják az értékes művészi alkotás *sine qua non*-jának. Függetlenül attól, hogy pontosan hogyan is definiáljuk, az inspiráció szerepe semmi esetre sem csökkent a modern stúdiótechnika megjelenésével. Az alkotás nem nélkülözheti a képzelőerőt, és egy sikeres zenész és felvételvezető, ha nem is képes 'eredeti' zene létrehozására, de arra mindenképpen, hogy a dallam, a ritmus és a hangzás (újbóli) kombinációjával valami egyedülállót hozzon létre. Egy zenedarab előadása más művészi alkotófolyamatokhoz hasonlítható, például a festészethez. A szín a hangzásnak, az ecsetek a hangszereknek, a vászon a felvevőkészüléknek felel meg. A modern felvételkészítő technológia azonban nemcsak az alkotást teszi lehetővé, hanem a tervezést is. A festészet-zene analógiát folytatva, a felvevőkészülék több funkciót is betölt: egyszerre vázlatfüzet és vászon, modell és festmény is. Ezt illusztrálja a következő párbeszédrészlet, mely egy rockzenei darab felvétele során hangzott el:

Dobos:	*Elég pattogós?*
Felvételvezető:	Mit értesz azalatt, hogy *pattogós?*
Dobos:	Nekem laposan hangzik.
Felvételvezető:	Mit értesz azalatt, hogy *lapos?* Azt hiszem, nem értjük egymást.
Dobos:	Nem elég *húzós.*
Felvételvezető:	Ja, hogy 'erőteljes' [Még mindig bizonytalan, az asszisztenséhez fordul.] Neked hogy hangzik?
Asszisztens:	Lehetne erősebb is.
Felvételvezető [valamit állít]:	Most hogy hangzik?
Dobos:	Most jó! Mit csináltatok?
Felvételvezető:	Húztunk rajta. Mi kell még? Ha már tudjuk, hogy mit akarsz, meg is tudjuk csinálni.

Forrás: Steve Jones (1992) *Rock Formation. Music, Technology, and Mass Communication.* Newbury Park, CA, Sage, 162. 186. (Az idézett párbeszéd először egy doktori disszertáció kéziratában jelent meg: E. Kealy (1982) 'The Real Rock Revolution', Northwestern University, Evanston, IL.)

7.7. Nemzetközi számítógépes kommunikáció

A nemzetközi kommunikáció területén manapság egyetlen magára valamit is adó tanulmány sem kerülheti meg a *nemzetközi számítógépes kommunikáció* kérdését. A számítógépet a napi munkájában rendszeresen használó

A SZAKMAI ÚJÍTÁSOK JUTALMAZÁSI RENDSZERÉNEK ÉRTÉKÉRŐL

Az 5.5. árán látható az innovátorok jutalmazási rendszerét bemutató Guttman-skála egy ideális modellnek tekinthető. Mint minden más formális modellnek, ennek is a valóság leegyszerűsített modellálásában rejlik az értéke. A valóságban persze a dolgok sokkal bonyolultabbak, mint ahogy azt a modellek ábrázolják. A jutalmazási rendszerekkel kapcsolatos egyik problémát az az innovátorok között többé-kevésbé széleskörben elterjedt nézet jelentheti, miszerint az *anyagi* elismerés (fizetés, nyugdíj stb.) nem áll arányban az általuk létrehozott újításokban rejlő értékkel. Feltehetőleg ez áll az ezoterikus vagy többé-kevésbé független rendszerekre (például a természet-, társadalom- és bölcsészettudományi kutatásokra). A szubkulturális és heterokulturális rendszereket egy másféle probléma, a *szimbolikus* elismerés nem kielégítő volta feletti elégedetlenség jellemezheti (ide tartoznak a tömegkommunikációs úton közvetített innovációs rendszerek: televízió, mozi stb.)

Az anyagi és szimbolikus jutalmazás kiegyensúlyozására a szakmai elismerések és díjak fokozatosan kiépülő különböző rendszerei jelenthetnek megoldást. Ezeket általában az adott szakterület innovátorai, akadémiái, egyetemei, szakmai szervezetei stb. ítélik oda. Az évente kiosztásra kerülő irodalmi, fizikai, kémiai, fiziológiai és orvosi Nobel-díjak az efféle szakmai elismerések és díjak ideális példájának számítanak (lásd az ötödik fejezet ... oldalán található bekeretezett írást). (1969-ben a Svéd Nemzeti Bank által létrehozott, és a 'Svéd Bank Közgazdasági Tudományos Díja Alfred Nobel Emlékére' nevet viselő elismerést az eredeti Nobel-díj elveivel összhangban ítélik oda.) A Nobel-díjakat eredetileg a dinamit svéd feltalálója, Alfred Nobel adományozta. 1901 óta a Svéd Királyi Akadémia, a stockholmi Karolina Intézet, a Svéd Irodalmi Akadémia és a norvég parlament ítéli őket oda. A döntéseket minden esetben hosszas (olykor akár éveken át tartó) nemzetközi-szintű jelölési és szakmai értékelési folyamat előzi meg.

A Nobel-díj jelentős pénzjutalommal is együtt jár (ennek összege 1998-ban egy millió amerikai dollárnak felelt meg), s emellett persze a díj következtében radikálisan megnövekedett szakmai rang is közvetett gazdasági előnyökkel jár. Mindazonáltal a Nobel-díj szakmai státusza valószínűleg fontosabb a pénzben járó juttatásoknál. És talán még fontosabb a státusz a tömegkommunikáció útján közvetített populáris kultúra területén, ahol az ún. sztárok lényegesen többet keresnek még a legkimelkedőbb egyetemi professzornál is. Számtalan ilyen elismerés és díj létezik, nemzetközileg talán az 1929 óta az amerikai Filmművészeti és Filmtudományi Akadémia által odaítélt Oscar-díj a legismertebb, illetve ennek televíziós megfelelője, az 1949 óta létező és az Amerikai Televíziós Akadémia által évente kiosztott Emmy. Ezek a díjak nem járnak közvetlen anyagi jutalommal.

Míg általában egy nemzetközileg elismert filmsztár sokkal többet keres, mint egy nemzetközi tekintélynek örvendő egyetemi professzor, a két területen odaítélt díjak figyelembe veszik ezt a különbséget. A Nobel-díjak közvetlen pénzben kifejezhető értéke sokkal nagyobb az Oscar-, az Emmy- és a hasonló típusú díjakénál. A díjjal járó általános elismerésről már nem is beszélve.

szakmai közösségeken túl a számítógépesített nemzetközi kommunikációnak három széles körben használt területe van: az elektronikus levelezés (e-mail), az internet és a világháló (www) (lásd 2.3.4., 4.7.3. és 7.3.).

Az internet, ahogy már említettük, számítógépek hatalmas nemzetközi hálózatát jelenti. A világháló az interneten való szöveg-, hang- és mozgóképterjesztésre szolgáló *hypertext program.* Az elektronikus levelek az interneten utaznak egyik számítógéptől a másikig, míg más számítógépek különböző típusú interface-ként működnek. Az internet, az elektronikus levelezés és a világháló együttesen forradalmasították a kommunikáció kereskedelmi, tudományos és kutatói rendszereit.

Egy divatos zürichi kalapszalon tulajdonosa otthonából nyomon követheti az üzleti világgal kapcsolatos különféle levelezőlisták legújabb fejleményeit; a világhálóról letöltheti magának a világ különböző pontjain megjelenő vezető divatlapok illusztrált katalógusait; és e-mailen keresztül elküldheti megrendeléseit közvetlenül a gyártókhoz és a nagykereskedelmi cégekhez. A gyártási folyamatok ún. kihelyezési rendszerét hasznosítva (mely az indusztrializáció korai, átmeneti szakaszában alakult ki, lásd a 124. oldalt), e-mail segítségével tudathatja az alkalmazásában álló bedolgozókkal a következő hét teendőit.

Vállalata toronyháza legfelső emeleti irodájában ülve a vezérigazgató hetente elektronikus hírleveleket küldhet az öt kontinens különböző főváro-

A HAT LEGNAGYOBB KERESŐ MOTOR

Az összes rendelkezésre álló kereső közül a következők érdemelnek említést: Alta Vista, Excite, Hotbot, Infoseek, Lycos, Yahoo. Ezek mindegyike már két vagy több éve létezik. Készítőik az Internet és a Web jó ismerői; weboldalaikat és a kapcsolódó software-ket eredetileg abból a célból fejlesztették ki, hogy a keresés a lehető legkönnyebb és legfájdalommentesebb legyen.

A hat nagy kereső hirdetésekből tartja fenn magát, így szolgáltatásukért nem kell előfizetői díjat szedniük. [...]

Jelen pillanatban a 'portál' (web-kapu) a bűvös szó. Azaz mind a hat nagy kereső azt akarja elérni, hogy ne csak szigorúan vett keresőprogramként használják őket, hanem hogy az ő oldaluk legyen az első hely, amit az internetező minden alkalommal elsőnként meglátogat.

A hat kereső program címe:

Alta Vista	www.altavista.com
Excite	www.excite.com
HotBot	www.hotbot.com
Infoseek	www.infoseek.com
Lycos	www.lycos.com
Yahoo	www.yahoo.com

Forrás: A. and E. Glossbrenner (1999) *Search Engines for the World Wide Web* (2nd edn.) Berkeley, CA, Peachpit Press.

saiban található regionális központok igazgatóinak, s figyelmeztetheti őket, hogy nemcsak a gyártási mutatók emelkedésére kell odafigyelni, hanem az eladási számokra is. A biokémia tanszék irodájából a skandináv egyetemi professzor napi kapcsolatot tud fenntartani kollégáival, akikkel együtt egy több kontinensre kiterjedő nemzetközi kutatási feladaton dolgozik. A kutatócsoport tagjai, az időzónák közti különbségeket kihasználva, gyakorlatilag napi 24 órán át dolgozhatnak a hét összes napján. Egy internetes kereső (lásd a 220. oldalon található bekeretezett írást) segítségével a főiskolai diák információt tud gyűjteni a következő szerdán esedékes szemináriumi dolgozat megírásához – tanára pedig ellenőrizni tudja, hogy a diák nem plagizált másolatot adott-e be saját munkája gyanánt.

Másrészről a legtöbb, ha nem az összes innovációra igaz, hogy pozitív és negatív következményeket egyaránt von maga után. Kimutatták például, hogy az internethasználat a társas tevékenységre fordított idő csökkenésével, valamint fokozódó magányosságérzettel jár együtt. Még általánosabban fogalmazva azt is meg kell említenünk, hogy az innovációk megjelenése általában mélyíti a tudásszakadékot gazdagok és szegények között (lásd 2.3.4. és 6.2.). Azonban az is igaz, hogy a tudásszakadékokat az jellemzi, hogy fokozatosan összezárulnak (noha ennek ideje esetenként komoly eltéréseket mutathat). A számítógép 1950-es években való nemzetközi megjelenése, majd a számítógép-használatra alapuló kommunikációs rendszerek kialakulása óriási tudásszakadékokat hozott létre a gazdagok és szegények között, országokon belül, illetve országok között egyaránt. Ugyanez történt az 1990-es évek közepén, az Internet megjelenésekor. Ezek a tudásszakadékok ma már országos és nemzetközi szinten egyaránt összezárulni látszanak. Kétségtelen azonban, hogy az információs és kommunikációs technológiák fejlődésével majd új szakadékok nyílnak meg. Azonban egyszer majd ezek is bezárulnak. Jelen pillanatban a „globális falu” kialakulása folyamatának kellős közepén vagyunk.

Negyedik rész

A kommunikáció jövője

Nyolcadik fejezet

A kommunikáció és a kommunikációkutatás jövője

„Jósolni mindig nehéz. Különösen a jövővel kapcsolatban”
ismeretlen filozófus

8.1. Néhány általános tendencia

A jövő előrejelzése legalább annyira művészet, mint amennyire tudományos tevékenység. Nem könnyű feladat megmondani, hogy mit hoz a jövő, de azért vannak megoldások. Ha megkérdezik az embertől, mit gondol, hogyan alakulnak majd a dolgok holnap vagy a következő évben, a legjobb azt felelni: „Nagyjából úgy, ahogy ma vagy idén.” Ezt éppenséggel nehéz megcáfolni. Úgy tűnik, az emberi kommunikáció a jövőben hellyel-közzel olyan lesz, mint ma. Egy másik lehetséges válasz a kérdésre: „Nagyjából ugyanolyan, csak több minden lesz.” Az emberi kommunikációra vonatkoztatva ez nem is olyan rossz válasz: „Az emberek a jövőben is többé-kevésbé úgy fognak kommunikálni, mint ma, csak többet.”

A kommunikáció mennyisége tehát nőni fog, éspedig legalább két okból. Először is, sokkal több ember lesz a Földön (hiszen a komoly születésszabályozási törekvések ellenére a Föld népessége még mindig túl gyorsan nő, lásd 2.3.3.). A beszélgetés az emberek egyik kedvenc időtöltése; ezen a területen az internetes chatfórumok egészen új és érdekes lehetőségeket hoztak. Nagyon valószínű, hogy a jövőben még újabb és még hatékonyabb kommunikációs formák jelennek majd meg, s ezáltal gyarapodni fog a beszélgetés módjainak és eszközeinek száma. A 4.7.3. szakaszban tárgyalt MUD példája alapján esetleg elképzelhető, mi vár ránk – egészen magántermészetű és individuális kommunikációnkat is beleértve – a közeljövőben. A szervezeti kommunikáció szintjén a változások természetesen nagyobb mennyiségben és hatóerővel fognak érvényesülni.

Továbbá a kultúra kereke (lásd 3.1. ábra) minden szektorában egyre erőteljesebben érvényesülő internacionalizáció a nemzetközi kommunikációban több, jobb és gyorsabb eszközöket fog megkövetelni. Egy ilyen típusú fejlődési irányt vetítenek előre a gazdasági szektor kommunikációjában már bekövetkezett változások; ma már a részvények és kötvények, sőt a pénz minden elképzelhető pénznemben történő vétele és eladása is a nap 24 órájában folyik, ahogy a tőzsdei kereskedés a nap mozgását követve egyik kontinensről a másikra halad. Hasonló fejlődés várható más területeken is.

Általában véve elmondható, hogy a vállalatközi (business-to-business, B2B) és az eladók és vásárlók közötti (business-to-customer, B2C) elektronikus kereskedelem nagyon gyors ütemben nő, különösen a banki szolgáltatások és a jegyeladás területén. Például az ún. *internet banking* egy év alatt tömegessé vált Svédországban. A bankvilág ma arra törekszik, hogy a pénzügyekkel kapcsolatos személyes tanácsadás is az internetre tevődjön át. A banki ügyintézés természetesen továbbra is fenn fog maradni, de a bankfiókokat egyre kevesebbszer fogjuk felkeresni.

Nem meglepő módon az internet is jórészt magán az interneten kerül reklámozásra és értékesítésre. Internetes hálózati eszközök (switch, router) szolgáltatója lehetővé teszi ügyfelei számára, hogy még a rendelés leadása előtt eldönthessék, milyen opciókat akarnak a termékben. Mindez természetesen az interneten zajlik. Rohamosan nő az internetes vásárlások száma is, különösen a sztenderdizált termékek, mint például a könyvek esetében. Így az elektronikus piacok lélegzetelállító gyorsasággal nőnek. Az *amazon.com* például mindössze három év alatt vált a világ harmadik legnagyobb könyvesboltjává – és ez csak egy példa a sok ezer közül.

Az elektronikus könyvesboltoknak többmilliós katalógusuk lehet, így voltaképpen legalább annyira közvetítők vagy ügynökök, mint amennyire könyvárusok. A hatalmas katalógusok a világhálón hozzáférhetők, és könyvajánlatokkal is segítik a vásárlót. Ezek az „áruházak" többnyire azonban nem rendelkeznek saját készlettel; a bejövő rendeléseket egyszerűen más vállala-

ELŐSZÖR A TÉVÉ, MOST MEG A MUD! MI JÖN MÉG?

Bármely adott este közel nyolcvan millió amerikai nézi a televíziót. Az átlag amerikai háztartásban naponta több mint hat órán át van bekapcsolva a tévékészülék, s ez a szemkontaktus és a beszélgetés csökkenésével jár. A számítógépek és az azokon keresztül elérhető virtuális világok a közvetített élmény egy újabb dimenzióját nyitották meg. A számítógépezés talán azért tűnik olyan természetesnek, mert hasonlít a tévénézéshez, azaz az elmúlt negyven évben életünket döntően meghatározó társas élményhez. [...]

A háború utáni amerikai társadalom atomizációja és a középosztály kertvárosiasodása olyan lakóközösségeket hozott létre, melyben az emberek idegenek maradnak egymás számára. Eközben a városi élet ipari és gazdasági alapja hanyatlásnak indult; a belvárosi közterek színházait és bisztróit felváltották a városok határában épített bevásárlóközpontok és multiplexek. A közelmúltban még lakóközösségünket hátrahagyva ezekre a távol eső helyekre utaztunk el, ha szórakozásra vágytunk; manapság egyre inkább azt akarjuk, hogy a szórakoztatás az otthonunkba jöjjön. A lakóközösség, a szomszédság azonban mindkét esetben eltűnik a képből. Manapság úgy tűnik, egyre inkább visszahúzódunk otthonaink falai közé; katalógusokból vásárolunk, a tévéhirdetések világában keresünk társaságot magunknak.

A technológiai haladás hívei úgy gondolják, hogy a számítógép a társadalomnak ezt az atomizálódását legalább bizonyos területeken feltartóztatja; a virtuális közösséget és virtuális élményt úgy próbálják beállítani, mint ami tágíthatja az emberek látókörét. A kérdés azonban az, hogy remélhető-e a közösség revitalizálása

tok kezében levő központosított üzletek felé továbbítják. Áraik általában nem olcsóbbak a hagyományos könyvesboltok árainál. Az elektronikus könyvvásárlás gyors sikere ellenére a becslések szerint a teljes könyvpiac 90%-a még továbbra is megőrzi mai, hagyományos formáját. Ehhez azonban hozzá kell tenni, hogy a könyvpiac is átalakulóban van, részben a számítógépesítésre való törekvéseknek köszönhetően. Születtek már tervek, sőt próbálkozások is az *igény szerinti nyomtatására* – és talán ez a jövő útja a könyvkiadásban. A napi élelmiszervásárlás stb. is végezhető számítógépen keresztül.

Más esetekben az elektronikus „üzlet" elsődlegesen közvetítőként fog működni a fogyasztó és a nagykereskedő között (utóbbi közvetlenül, az internetes üzlet kihagyásával, leszállítja a megrendelt termékeket a fogyasztónak). Ez a fajta termékforgalmazás kihasználhatja az egyes országok között fennálló árkülönbségeket, azaz a közvetítő egy szomszédos országba (például Svédországból Németországba, és *vice versa*) továbbíthatja a vásárló rendelését, ahonnét hetente egyszer szállítják le a kért árukat. A panaszokat persze némiképp bonyodalmas lesz ebben a felállásban kezelni. További problémát jelenthetnek a hirtelen ötlettől vezérelt rendelések is – elsősorban éppen a vásárlók számára.

Az autók, főként az új autók, képviselik az interneten árult sztenderdizált termékek egy másik csoportját. A hatalmas vállalatok több száz viszonteladóval tarthatnak fenn számítógépes kapcsolatot egy adott országban.

egy olyan eszköztől, mely arra ösztönöz, hogy a szobánkba zárkózva órákon át üljünk egyedül, a billentyűzeten kopogva, hogy hálózatra csatlakoztatott számítógépünk révén virtuális barátokkal népesítsük be az életünket? [...]

Josh 23 éves főiskolai végzettségű fiatal, aki egy kis garzonban lakik Chicagóban. [...] Jobb lehetősége nem lévén, Josh egy nagy diszkont áruház leltározási részlegében kénytelen dolgozni. Úgy gondolja, munkája tökéletesen egy zsákutca. Amikor egy barátja először mesélt neki a MUD-ról, kipróbálta, és kevesebb, mint egy hét alatt egy új életet talált magának.

Most, nyolc hónappal később, Josh annyi időt tölt a MUD világában, amennyit csak tud. A játékosok azon csoportjába tartozik, akik *internet hobónak* hívják magukat. [...] A MUD-os programozás intellektuálisan sokkal érdekesebb feladat, mint a munka, amit napközben végez. A MUD-okon belül Josh afféle programozási tanácsadóként működik; kisvállalkozó lett, aki segíti a kevésbé tapasztalt játékosokat. [...]

Hasonló szerepet játszik a 24 éves Thomas életében is a MUD. [...] „A MUD-ok segítségével több lehetek, mint ami valójában vagyok. A MUD-on kívül kevésbé vagyok önmagam." [...]

A MUD-játékosok történetei a virtuális közösségek egész sor politikai és társadalmi aspektusára mutatnak rá. Ezek a fiatalok úgy érzik, nincs semmilyen beleszólásuk a politikába, és a kibertérben keresnek valami olyasmit, amibe viszont van.

Forrás: Sherry Turkle (1996) 'Virtuality and its discontents', *The American Prospect*, 24 (Winter), 50–7. [A tanulmány Turkle 1995-ben megjelent, *Life on Screen.* (New York, Simon & Schuster) című könyvén alapul.]

Az ügyfél nagyobbrészt az interneten bonyolítja a vásárlással kapcsolatos ügyeket, és csak az üzlet utolsó fázisában látogat el a hozzá legközelebbi viszonteladóhoz, hogy átvegye – a lehető legkedvezőbb áron kialkudott – új autóját. Arra is van lehetőség, hogy a vevő egyedi igényei szerint kialakított autókat lehessen vásárolni. Ezt a gyakorlatot folytatja például a Volvo is. Ezek a tendenciák természetesen azt jelentik, hogy a viszonteladók szerepe csökkeni fog, ahogy az igény is a viszonteladói funkcióra.

Míg a fenti példák főleg a sztenderdizált általános fogyasztási termékekre vonatkoznak, a kifejezetten különleges igényeket kielégítő, szűk piaccal rendelkező termékek is kezdik megtalálni a helyüket a weben. Ilyenek például a tudományos kutatásban és az egészségügyben szükséges különleges eszközök, vagy más speciális feladatok elvégzését lehetővé tévő berendezések. A fizetés jórészt hagyományos hitelkártyával történik.

Azonban az internetes vásárlás mennyiségét nem szabad eltúloznunk. 1998-as becslések szerint a svédek 20%-a rendelkezik internethozzáféréssel, és ezek 20%-a használja az internetet vásárlásra is. Még az információval kapcsolatos áruk (például könyvek) internetes eladása is csak ritkán fogja meghaladni a teljes könyvpiaci forgalom néhány százalékát. Mindazonáltal az elektronikus vásárlás ma már nemzetközileg számottevő jelenség. Ami hiányzik azonban az internetes kereskedelemmel kapcsolatban, az egy – a nemzetközi áruszállításra vonatkozó jogszabályokhoz hasonló – nemzetközileg elfogadott törvényi szabályozás. Számos nemzetközi gazdasági és politikai szervezet (az ENSZ, az Európai Unió, a nemzetközi pénzügyi szervezetek, a Fogyasztóvédelmi Világszervezet stb.) munkálkodik egy ilyen szabályozórendszer kiépítésén, illetve a végrehajtás módjainak és eszközeinek kidolgozásán.

A számítógép természetesen központi szerepet játszik ezekben a fejlesztésekben csakúgy, mint a temérdek új kommunikációs létesítmény kialakulásában is. Így vagy úgy, de az emberi kommunikáció egyre növekvő hányada folyik a számítógépek segítségével. Ez a tény hatalmas – olykor „kommunikációs forradalomnak” is nevezett – változási folyamatokat indított be az elmúlt néhány évtized során. A kommunikációs forradalom kétségkívül meghatározó hatással lesz az emberi kommunikáció jövőjére, és következésképp a *kommunikációkutatásra* is.

8.2. Tudomány és kutatás a számítógépesített kommunikáció világában

A kommunikációkutatás jövője értelemszerűen szorosan összefügg azzal, hogy milyenek lesznek a jövő kommunikációs eszközei, így többek között az internet és a világháló révén megjelenő új kommunikációs eszközök. Ezek és az ehhez kapcsolódó jelenségek a fejlett kommunikációkutatás és híradástechnika termékei. Nagyon valószínű, hogy a nemzetközi kommunikáció-

kutatásnak egy jelentős részét a különböző szervezetek és egyének által létrehozott elektronikus tartalmak számítógépesített tartalomelemzése fogja kitenni.

Minden műszaki fejlesztésről elmondható, hogy a környezetében jelentkező kulturális és társadalmi jelenségekre pozitív és negatív módon egyaránt hatással van. Így van ez a kommunikáció területén zajló technológiai fejlesztésekkel is. A közelmúltban végzett kutatások például kimutatták, hogy bár a különböző méretű és komplexitású elektronikus kommunikációs rendszerek kétségtelenül fokozták a kommunikáció mennyiségét és mértékét világszerte, hosszú távon azonban, az egyén szintjén, negatív hatásokkal is számolni kell. Így például csökken a közvetlen kommunikáció aránya, s ezzel párhuzamosan növekszik az egyén elszigeteltsége és magányossága. Ezeket a tendenciákat már kutatási eredmények igazolják. (Az alább található bekeretezett írás ilyen kutatási eredményre hoz példát.)

Továbbá arról sem szabad megfeledkeznünk, hogy minden innováció bevezetése egy egyre mélyülő *tudásszakadékot* hoz létre a gazdagok és szegények között – lehet, hogy ez a fejlődés ára, s mint ilyen elkerülhetetlen. Az egyén szintjén lefordítva azonban ez sokszor meglehetősen magasra rúg (lásd 2.3.4.). Ugyanez áll a társadalmi és nemzetközi szintre is. A jelenséget olykor a „kulturális késés" kifejezéssel írják le. Értelemszerűen a gazdag társadalmak, éppen gazdagságuk növelése érdekében, gyorsabban tudják alkalmazni az új kommunikációs fejlesztéseket. Ezáltal persze tovább növekszik a távolság a tehetősebb és kevésbé jómódú társadalmak között, s az utóbbiak, mindörökre leszakadva, az igencsak költséges fejlesztések kezdeti fázisaiban hátramaradva kullognak.

AZ INTERNET-PARADOXON

Az internet oly mértékben átalakíthatja az átlag ember életét, ahogy azt a telefon tette a 20. század elején, vagy a televízió az 1950-es és 1960-as években. A kutatók és társadalomkritikusok körében vita folyik arról, hogy vajon az internet elősegíti vagy éppen károsan befolyásolja a közösségi életben és társas kapcsolatokban való részvételt. Ez a kutatás az internet társas és pszichológiai hatásait vizsgálta egy 73 háztartásban élő 169 személyből álló csoporton, a felmérésben résztvevő személyek internethasználatának első néhány évében. Az internetezésnek a társas részvételre és a pszichológiai jó közérzetre gyakorolt hatásának kiderítéséhez longitudinális adatokat használtunk. Ebben a mintában az internet elsődleges funkciója a személyes kommunikáció volt. Mindazonáltal a nagyobb internethasználat a résztvevőknél a családtagokkal való kommunikáció csökkenésével, a társasági kör kiterjedtségének zsugorodásával, valamint fokozódó depresszióval és magányossággal járt együtt. Ezek az eredmények egyaránt figyelmeztetőek mind a kutatásfejlesztők, mind a politikai szakértők számára.

Forrás: R. Kraut et al (1998) 'Internet paradox: a social technology that reduces social involvement and psychological well-being?', *American Psychologist*, 53 (9), 1017–31.

Másrészről azonban lehetséges, hogy az elektronikus kommunikáció hozzájárulhat az amerikai társadalomtudós, Robert D. Putnam által „társadalmi tőkének" nevezett jelenség – az egyének és csoportok között megnyilvánuló kölcsönös bizalom – fenntartásához és terjedéséhez is. Természetesen minden társadalom rendelkezik valamilyen fokú társadalmi tőkével, de ennek mértéke meglehetős eltéréseket mutat. A társadalmi tőkét nemcsak a növekvő társadalmi gazdagság egyik fontos előfeltételének tarják, hanem a tár-

A NEMZET MINT IDEGENEK GYÜLEKEZETE?

Minden új technológiának kijut a kíméletlen kritikából és a kritikátlan lelkendezésből egyaránt. Különösen így van ez az új kommunikációs technológiák esetében, melyeket előszeretettel tartanak a legkülönfélébb társadalmi bajok forrásának. Már a távirat, a telefon és az autó megjelenéskor is vitriolos bírálatok tömkelege zúdult az új kommunikációs technológiákra: a gonosz szerszámai gyökerestül forgatják fel a társadalmat – ez így is lett! –, és szörnyű következményekkel járnak majd az életminőségre és az erkölcsi világrendre nézve – ki-ki döntse el, hogy ezek a próféciák mennyire teljesedtek be. [...]

Az internet sem kivétel. Ami azt illeti, annyian nyilvánítottak már véleményt ez ügyben, hogy még a legfáradhatatlanabb olvasó sem képes lépést tartani a spekulációk és vélemények áradatával. Mégis, a várakozásoknak megfelelően... a legtöbb kommentár egy konkrét területtel, az internetnek a társas kapcsolatokra és a közösségi életben való részvételre gyakorolt hatásával foglalkozik. [...] Ezzel szemben a lelkendezők csapata azt állítja, hogy a kibertérben is létrejöttek valódi közösségi formációk, s ilyenek kialakulását az elektronikus kommunikáció még elő is mozdíthatja. [...]

1995 vége felé országos telefonos felmérést végeztünk, melynek egyik célja annak összevetése volt, hogy az internetet használók és az internetet nem használók hogyan vesznek részt a „való világban"; emellett vizsgáltuk az interneten kialakuló barátságokat is. [...]

Országos pillanatfelvételünk alapján azt mondhatjuk, hogy a kibertérnek a közösségi részvételre gyakorolt negatív hatását valló pesszimista nézetek nem megalapozottak. A demográfiai különbségek kiszűrése után semmilyen különbséget nem találtunk az internethasználók és nem használók között abban a tekintetben sem, hogy milyen típusú szervezetben (vallási, szabadidős, közösségi) vesznek vagy nem vesznek részt.

Továbbá az derült ki, hogy az internet gyarapítja a meglévő hagyományos társas kapcsolódásokat. [...] Felmérésünkből az is kitűnik, hogy az internet olyan baráti kapcsolatok kialakítását segítő médiumként kezd megjelenni, melyek az esetek többségében a valóságban is folytatódnak. [...]

Összegezve, bár nem biztos, hogy a *Jeffersoni modell* megvalósul, az internethasználók nagy hányada számos társas kapcsolattal rendelkezik, és aktívan kommunikál barátaival és családtagjaival. [...] Az internet tehát egyáltalán nem elidegenedett emberek gyülekezetét termeli ki, inkább egy baráti és társas kapcsolatokban gazdagabb társadalom kialakulásához járul hozzá.

Forrás: J.E.Katz – P. Aspden (1997) 'A nation of strangers?', *Communication of the ACM,* 40 (12), 81–6.

sadalmi jólét és az egyéni jóllét szempontjából is elengedhetetlen (a társadalmi mutatókról lásd 3.5.2.). A világhálón keresztül világszerte egyre fokozódó egyéni, csoportos, szervezeti és tömegkommunikáció remélhetőleg hozzájárul majd a kölcsönös bizalom erősödéséhez mind az egyének, csoportok, szervezetek és társadalmak szintjén belül, mind pedig a különböző szintek között. Ez pedig a társadalmi tőke növekedéséhez vezethet nemcsak az egyének között, hanem nemzetközi viszonylatban is.

Az itt bemutatott, folyamatosan zajló technológiai fejlesztések nyilvánvalóan hatnak a tudományok, s ezen belül a kommunikációkutatás helyzetére is. A kommunikációkutatás szempontjából az egyik legalapvetőbb hatást az egyéni, csoportos, szervezeti és társadalmi kommunikációról és információról világszerte folyamatosan halmozódó, számítógépekben tárolt hatalmas mennyiségű elektronikus adat jelenti. Nyilvánvalóan megkönnyíti a kutatást, hogy a kommunikációval kapcsolatos óriási mennyiségű információ elektronikus formában áll rendelkezésre – noha az is igaz, hogy ez újfajta kutatási módszereket és a kutatási folyamatokról való kreatívabb gondolkodást követel meg. A bekeretezett írások erre vonatkozóan is tartalmaznak néhány példát, de persze sokkal többet is fel lehetne sorolni. Néhány éven belül ez a fajta kutatás előreláthatólag új, dinamikus – gyakran az interneten kifejlődő – kutatási módszerek kialakuláshoz vezet majd. Új tankönyvek jelennek majd meg, melyek bemutatják, értékelik és kritizálják ezeket a ma még nem létező kutatási irányzatokat. E könyvek egy része feltehetőleg már közvetlenül elektronikus formában jut el az olvasókhoz. A könyv azonban tovább fog élni csakúgy, mint az egyéni, csoportos, szervezeti és társadalmi kommunikáció ősi formái.

Irodalom

Az első lista a felhasznált irodalom jegyzékét tartalmazza; azokat a könyveket és tanulmányokat, melyeket a szerző idézett, melyekre utalt vagy többékevésbé közvetlen módon felhasznált a könyv szövegének írásakor. Ezt az ajánlott irodalmak listája követi, mely a téma iránt érdeklődőknek szolgál általános útmutatással. A kommunikációkutatás irodalma hatalmas, és természetesen senki sem ismerheti az összes megjelent munkát. Így minden lista, az alábbi is, szükségszerűen készítője ismereteinek és érdeklődésének korlátait tükrözi.

FELHASZNÁLT SZAKIRODALOM

Ahrne, G. (1994) *Social Organizations.* London, Sage.

Andersen, R. E., – Crespo, C. J., – Bartlett, S. J., – Cheskin, L. J. – Pratt, M. (1998) 'Relationship of physical activity and television watching with body weight and level of fatness among children', *Journal of the American Medical Association,* 279 (12), 938–42.

Bales, R. F. (1976) *Interaction Process Analysis. A Method for the Study of Small Groups.* Chicago, University of Chicago Press.

Banks, J. (1997) 'MTV and the globalization of popular culture', *Gazette,* 59 (1), 43–60. Bible, The Revised English (1990) Cambridge, Cambridge Uni-versity Press.

Biehl, M. et al. (1997) 'Matsumoto and Ekman's Japanese and Caucasian Facial Expressions of Emotion (JACFEE): reliability data and cross-national differences', *Journal of Nonverbal Behavior,* 21 (1), 3–21.

Blumler, J. G. (1989) 'Pressure group', in E. Barnouw, G. Gerbner and N. Schramm (eds), *International Encyclopedia of Communications.* New York and Oxford, Oxford University Press. 3, 350–l.

Bok, S. (1978) *Lying, Moral Choice in Public and Private Life.* New York, Pantheon Books.

Borgatta, E. F. – Borgatta, M.L. (eds) (1992) *Encyclopedia of Sociology.* New York, Macmillan.

Borgman, C. L. (ed.) (1990) *Scholarly Communication and Bibliometrics.* London, Sage.

Brown, R. (1986) *Social Psychology* (2nd edn). New York and London, The Free Press.

Buller, D. B. – Burgoon, J. K. (1996) 'Interpersonal deception theory', *Communication Theory,* 6 (3), 203–42.

Burrell, G. – Morgan, G. (1979) *Sociological Paradigms and Organisational Analysis.* London, Heineman.

Cavalli-Sforza, L. L. – Cavalli-Sforza, F. (1995) *The Great Human Diasporas. The History of Diversity and Evolution.* Reading, MA, Addison-Wesley.

Chaffee, S. H. – McLeod, J. M. – Wackman, D. B. (1971) 'Parental influences on adolescent media use', *American Behavioral Scientist,* 14, 323–40.

Curtis, P. (1996) 'Mudding, social phenomena in text-based virtual realities', in M. Stefik (ed.), *Internet Dreams. Archetypes, Myths and Metaphors.* Cambridge, MA, and London, The MIT Press. pp. 265–92.

Forester, C. S. (193?/1975) *The Happy Retum.* London, Penguin.

Gillet, S. E. – Kapor, M. (1997) 'The self governing Internet: coordination by design', in B. Kahin and J. H. Keller (eds), *Coordinating the Internet.* Cambridge, MA, The MIT Press. pp. 4–38.

Glossbrenner, A. – Glossbrenner, E. (1999) *Search Engines for the World Wide Web* (2nd edn). Berkeley, CA, Peachpit Press.

Golding, W. (1955) *The Inheritors.* London, Faber & Faber.

Gunter, B. (1997) *Measuring Bias on Television.* Luton, University of Luton Press.

Hadenius, S. – Weibull, L. (1997) *Massmedier. En bok om press, radio och TV* (6th edn). Stockholm, Bonnier Alba.

Hellman, H. (1999) *From Companies to Competitors. The Changing Broad-casting Markets and Television Programming in Finland.* Tampere, University of Tampere Press.

Hillve, P. – Majanen, P. – Rosengren, K. E. (1998) 'Quality in Programming', *European Journal of Communication,* 12(3), 291–318.

Hofstede, G. (1991) Cultures and Organizations, Software of the Mind. London, McGraw-Hill.

Horwath, C. W. (1995) 'Biological origins of communicator style', *Communication Quarterly,* 43 (4), 394–407.

Ishikawa, S. (1996) *Quality Assessment of Television.* Luton, Luton University Press.

Johanson, D. C. – Edey, M. A. (1982) *Lucy. The Beginnings of Humankind.* London, Granada Publishing.

Johnsson-Smaragdi, U. (1994) 'Models of change and stability in adolescents' media use', in K. E. Rosengren (ed.), *Media Effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles.* London and New York, Routledge. pp. 97–130.

Johnsson-Smaragdi, U. – Jönsson, A. (1994) 'Self evaluation in ecological perspective: neighbourhood, family and peers, schooling and media use', in K. E. Rosengren (ed.), *Media Effects and Beyond: Culture, Socialization and Lifestyles.* London and New York, Routledge. pp. 150–82.

Jones, S. (1992) *Rock Formation. Music, Technology, and Mass Communication.* Newbury Park, CA, Sage.

Joyce, J. (1922/1986) *Ulysses* (The Corrected Text). London, Penguin Books.

Katz, J. E. – Aspden, P. (1997) 'A nation of strangers?', *Communications of the ACM,* 40 (12), 81–6.

Kealy, E. (1982) 'The real rock revolution', unpublished doctoral thesis. Evanston, IL, Northwestern University.

Kiewitz, C. – Weaver, J. B. – Brosius, H. B. – Weimann, G. (1997) 'Cultural differences in listening style preferences', *International Journal of Public Opinion Research,* 9 (3), 233–47.

Kraut, R. et al. (1998) 'Internet paradox: a social technology that reduces social involvement and psychological wellbeing?', *American Psychologist,* 53 (9), 1017–31.

Lauristin, M. – Vihalemm, P. (1997) 'Recent historical developments in Estonia: three stages of transition (1987–1997)', in M. Lauristin – P. Vihalemm with K. E. Rosengren – L. Weibull (eds), *Return to the Western World. Cultural and Political Perspectives on the Estonian Post-Communist Transition.* Tartu, Tartu Universtiy Press. pp. 73–126.

Leaves, L. J. – Eysenck, H. J. – Martin, N.G. (1989) *Genes, Culture and Personality.* London, Academic Press.

Liska, Jo (1953) 'Bee Dances', *Western Journal of Communication,* 57, 1–26.
Luft, J. (1984) Group Processes. *An Introduction to Group Dynamics.* Mountain View, CA, Mayfield Publishing Co.
Mintzberg, H. (1993) *Structure in Fives. Designing Effective Organizations.* Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall.
Moberg, V. (1959) *Unto a Good Land.* Stockholm, Bonniers.
Ogden, C. K. – Richards, I. A. (1923/1994) *The Meaning of Meaning.* London, Routledge.
Osgood, C. E. (1975) *Cross-Cultural Universals of Affective Meaning.* Urbana, IL, University of Illinois Press.
Osgood, C. E. – Suci, G. J. – Tannenbaum, P. H. (1957) *The Measurement of Meaning.* Urbana, IL, University of Illinois Press.
Orwell, G. (1999) *Nineteen Eighty Four.* London, Martin Secker & Warburg.
Peters, T. J. – Waterman, R. H., Jr (1984) *In Search of Excellence.* New York, Harper & Row.
Reid, E. (1995) 'Virtual worlds: culture and imagination', in S. G. Jones (ed.), *Cypbersociety. Computermediated Communication and Community.* Thousand Oaks, CA, Sage. pp. 164–83.
Rogers, E. M. (1995) *Diffusion of Innovations.* New York, The Free Press.
Rokeach, M. (1973) *The Nature of Human halues.* New York, The Free Press.
Rosengren, K. E. (1984) 'Cultural indicators for the comparative study of culture', in G. Melischek, K. E. Rosengren and J. Stappers (eds), *Cultural Indicators: An International Symposium.* Vienna, Akademie der Wissenschaften. pp. 11–32.
Rosengren, K. E. (1987) 'News diffusions. A special issue', *European Journal of Communication,* 2, 2.
Rosengren, K. E. (ed.) (1994a) *Media Effects and Beyond. Culture, Socialization and Lifestyles.* London and New York, Routledge.
Rosengren, K. E. (1994b) 'Culture, media and society', in K. E. Rosengren (ed.), *Media Effects and Beyond. Culture, Socialization and Lifestyles.* London and New York, Routledge. pp. 3–28.
Rosengren, K. E. (1994c) 'Media use under structural change', in *Media Effects and Beyond. Culture, Socialization and Lifestyles.* London and New York, Routledge. pp. 49–75.
Rosengren, K. E. (1995) 'Three perspectives on media and communication studies in Europe', in P. Winterhoff Spurk (ed.), *Psychology of Media in Europe. The State of the Art-Perspectives for the Future.* Opladen, West-deutscher Verlag. pp. 15–29.
Rosengren, K. E. (1997) 'Different sides of the same coin. Access and gatekeeping', *Nordicom Review,* 18 (2), 3–12.
Rosengren, K. E. (1998) 'The climate of literature: a sea change?', *Poetics,* 25, 311–26.
Rosengren, K. E. – Arvidson, P. (1997) *Sociologisk Metodik* (4edn). Stockholm, Almqvist and Wiskell.
Rosengren, K. E. – Windahl, S. (1989) *Media Matter: TV Use in Childhood and Adolescence.* Norwood, NJ, Ablex.
Rosengren, K. E. – Arvidson, P. – Sturesson, D. (1978) 'The Barsebäck Panic', in C. Winick (ed.), *Deviance and Mass Media.* Beverly Hills, CA, Sage. pp. 131–49.
Rosengren, K. E. – Johnsson-Smaragdi, U. – Sonesson, I. (1994) 'For better and for worse: effects studies and beyond', in K. E. Rosengren (ed.), *Media Effects and Beyond. Culture, Socialization and Lifestyles.* London and New York, Routledge. pp. 133–49.
Rosengren, K. E. – Gustafsson, G. – Pettersson, T. – Dahlgren, C. – Linderman, A. (1999) *Från Text Till Data.* Lund, Universitetstryckeriet.
Shakespeare, W. (1599/1968) *As You Like It,* Act 2, Scene 7, 1. 139. Harmondsworth, Penguin.
Smith, A. (1776/1976) *The Wealth of Nations.* London, Penguin Books.
Taylor, F. W. (1998) *The Principles of Scientific Management* (2nd edn). Rochester, NY, Institute of Industrial Engineers.

Toffler, A. (1985) *The Adaptive Corporation.* Aldershot: Gower.
Turkle, S. (1995) *Life on the Screen.* New York, Simon & Schuster.
Turkle, S. (1996) 'Virtuality and its discontents', *The American Prospect,* 24 (Winter), 50–7. Based on Turkle (1995).
Twain, M. – Neider, C. (ed.) (1959) *The Autobiography of Mark Twain.* New York, Harper Perennial Library.
Whyte, W. H., Jr (1956) *The Organization Man.* Harmondsworth, Penguin.

AJÁNLOTT SZAKIRODALOM

Szótárak, enciklopédiák, kézikönyvek, évkönyvek

Barnouw, E. – Gerbner, G. – Schramm, W. et al. (eds) (1989) *International Encyclopedia of Communications* (4 vols). New York and Oxford, Oxford University Press.
Berger, C. R. – Chaffee. S. H. (eds) (1987) *Handbook of Communication Science.* Newbury Park, CA, Sage.
Communication Yearbook (1977) (published annually for the International Communication Association). Newbury Park, CA, and London, Sage.
Goldhaber, G. M. – Barnett, G. A. (eds) (1988) *Handbook of Organizational Communication.* Norwood, NJ., Ablex.
Knapp, M. L. – Miller, G. R. (eds) (1994) *Handbook of Interpersonal Communication* (2nd edn). Thousand Oaks, CA, and London, Sage.
Watson, J. – Hill, A. (1993) *A Dictionary of Communication and Media Studies.* London, Edward Arnold.

Humán kommunikáció — általában

Burgoon, M. – Hunsaker, F. – Dawson, B. J: (1994) *Human Communication* (3rd edn). Thousands Oaks, CA, Sage.
Cobley, P. (ed.) (1996) *The Communication Theory Reader.* London, Routledge.
Crowley, D. Y. – Mitchell, D. (eds) (1994) *Communication Theory Today.* Oxford, Polity Press.
Fang, I. (1997) *A History of Mass Communication. Six Information Revolutions.* Boston, MA, Focal Press.
Littlejohn, S. W. (1996) *Theories of Human Communication* (Sth edn). Belmont, CA, Wadsworth.
Mattelart, A. – Mattelart, M. (1998) *Theories of Communication. A Short Introduction.* Thousand Oaks, CA, and London, Sage.
Severin, W. J. – Tankard, J. W. (1992) *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses.* New York, Longman.
Tubbs, S. L. – Moss, S. (1994) *Human Communication* (7th edn). New York, McGraw-Hill.

Személyközi és csoportkommunikáció

Frey, L. R. – Barge, J. K. (eds) (1997) *Communication in Decision-Making Groups.* Boston and New York, Houghton Mifflin Company.
Gudykunst, W. B. (1998) *Bridging Differences. Effective Intergroup Gommu-nication* (3rd edn). Thousand Oaks, CA, and London, Sage.
Hartley, P. (1997) *Group Communication.* London, Routledge.
Hirokawa, R. Y. – Poole, M. S. (eds) (1996) *Communication and Group Decision Making.* Thousand Oaks, CA, Sage.
Knapp, M. L. – Miller, G. R. (eds) (1994) *Handbook of lnterpersonal Communication (*2nd edn). Thousand Oaks, CA, and London, Sage.

Nussbaum, J. F. – Coupland, J. (eds) (1995) *Handbook ofCommunication and Aging Research.* Mahwah, NJ, Erlbaum Associates.
O'Keefe, D. J. (1990) *Persuasion Theory and Research.* Newbury Park, CA, Sage.
Strate, L. – Jacobson, R. – Gibson, S.B. (eds) (1996) *Communication and Cyberspace. Social Interaction in an Electronic Environment.* Cresskill, NJ, Hampton Press.
Trenholm, S. – Jensen, A. (1992) *Interpersonal Communication* (2nd edn). Belmont, CA, Wadsworth.

Szervezeti kommunikáció

Beairsto, J. A. B. (1997) *Leadership in the Quest for Adhocracy: New Directions for a Postmodern World.* Tampere, Finland, University of Tampere Press.
Deetz, S. (1995) *Transforming Communication – Transforming Business. Building Responsive and Responsible Workplaces.* Cresskill, NJ, Hampton Press.
Goldhaber, G. M. – Barnett, G. A. (eds) (1988) *Handbook of Organizational Communication.* Norwood, NJ, Ablex.
Grunig, J. E. (1992) *Excellence in Public Relations and Communication Management.* Hillsdale, NJ, Erlbaum Associates.
Kreps, G. L. (1990) *Organizational Communication: Theory and Practice* (2nd edn). New York, Longman.
Miller, K. (1995) *Organizational Cammunication. Approaches and Processes.* Belmont, CA, and London, Wadsworth.
Stohl, C. (1995) *Organizational Communication. Connectedness in Action.* Thousand Oaks, CA, and London, Sage.
Windahl, S. – Signitzer, B. H. – Olson, J. T. (1992) *Using Communication Theory. An Introduction to Planned Communication.* London, Sage.

Tömegkommunikáció

Barker, M. – Petely, J. (eds) (1997) *Ill Effects. The MedialViolence Debate.* London, Routledge.
Bryant, J. – Zillmann, D. (eds) (1994) *Media Effects: Advances in Theory and Research.* Hillsdale, NJ, Erlbaum Associates.
Carter, C. – Branston, G. – Allan, S. (eds) (1998) *News, Gender and Power.* London and New York, Routledge.
Ettema, J. S. – Whitney, D. C. (eds) (1994) *Audiencemaking. How the Media Create the Audience.* London, Sage.
Glasser, T. L. – Salmon, C. T. (eds) (1995) *Public Opinion and the Communication of Consent.* New York, Guilford Press.
Lowery, S. – DeFleur, M. L. (eds) (1995) *Milestones in Mass Communication Research: Media Effects* (3rd edn). White Plains, NY, Longman.
McCombs, M. – Shaw, D. L. – Weaver, D. (eds) (1997) *Communication and Democracy. Exploring the Intellectual Frontiers in Agenda Setting Theory.* Mahwah, NJ, Erlbaum Associates.
McQuail, D. (1992) *Media Performance. Mass Communication and the Public Interest.* Newbury Park, CA, and London, Sage.
McQuail, D. – Windahl, S. (1995) *Communication Models for the Study of Mass Communication.* London, Longman.
O'Sullivan, T. – Dutton, B. – Rainer, Ph. (1998) *Studyfng the Media. An Introduction* (2nd edn). London, Edward Arnold.
Severin, W. J. – Tankard, J. W. (eds) (1997) *Communication Theories. Orcgins, Methods, and Uses in the Mass Media* (4th edn). New York, Longman.

Nemzetközi kommunikáció

Archer, C. (1992) *International Organizations* (2nd edn). London and New York, Routledge.
Archer, C. – Asante, M. K. – Gudykunst, W. B. (eds) (1989) *Handbook of International and Intercultural Communication.* Newbury Park, CA, Sage.
Blumler, J. G. – McLeod, J. M. – Rosengren, K. E. (eds) (1992) *Comparatively Speaking: Communication and Culture across Space and Time (Sage Annual Reviews of Communication Research, 19).* Newbury Park, CA, and London, Sage.
Boyd-Barrett, O. – Rantanen, T. (1998) *The Globalisation of News.* London, Sage.
Burnett, R. (1996) *The Global Jukebox. The International Music Industry.* London, Routledge.
Golding, P. – Harris, P. (1997) *Beyond Culturallmperialism. Globalization, Communication and the New International Order.* London, Sage.
Gudykunst, W. B. – Kim, Y. Y. (1997) *Communicating with Strangers. An Approach to Intercultural Communication* (3rd edn). Boston, MA, McGraw-Hill.
Hamelink, C. J. (1994) *The Politics of World Communication.* A Human Rights Perspective. London, Sage.
Herman, E. S. – McChesney, R. W. (1997) *The Global Media. The New Missionaries of Corporate Capitalism.* London, Cassell.
Lull, J. (1995) *Media, Communication, Culture. A Global Approach.* Oxford, Polity Press.
Mowlana, H. – Gerbner, G. – Schiller, H. I. (1992) *Triumph of the Image. The Media's War in the Persian Gulf — A Global Perspective.* Boulder, CO, Westview Press.

A kommunikáció jövője

Barrett, D. J. (1997) *Net Research: Finding Information Online.* Sebastopol, CA, Songline Studios.
Bradley, Ph. (1997) *Going Online, CD-ROM and the Internet.* London, Aslib.
Glossbrenner, A. – Glossbrermer, E. (1999) *Search Engines for the World Wide Web* (2nd edn). Berkeley, CA, Peachpit Press.
Jones, S. G. (ed.) (1997) *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety.* London, Sage.
Kahin, B. – Keller, J. H. (eds) (1997) *Coordinating the Internet.* Cambridge, MA, and London, The MIT Press.
Lynch, D. C. – Lundquist, L. (1996) *Digital Money. The New Era of Internet Commerce.* New York, John Wiley & Sons.
Porter, D. (ed.) (1997) *Internet Culture.* New York and London, Routledge.
Stefik, M. (ed.) (1996) *Internet Dreams.* Cambridge, MA, and London, The MIT Press.

AJÁNLOTT MAGYAR NYELVŰ OLVASMÁNYOK

Összeállította: Tóth Benedek

Kézikönyvek, évkönyvek

Beke L. (1997) *Médium/elmélet.* Budapest, Balassi.
Babbie, E. (1996) *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata.* Budapest, Balassi.
Buda Béla (szerk.) (1992) *Kommunikációelméleti szöveggyűjtemény. 1. Általános kommunikációelmélet.* Budapest, Tankönyvkiadó.
Crystal, D. (1998) *A nyelv enciklopédiája.* Budapest, Osiris.
Enyedi Nagy M. – Polyák G. – dr. Sarkadi I. (2002) *Médiakönyv. Tények és tanok.* (Magyarország médiakönyve) 1–2. Budapest, E•N•A•M•I•K•É

Film- és médiafogalmak kisszótára. (2002) Budapest, Korona.
Griffin, E. (2001) *Bevezetés a kommunikációelméletbe.* Budapest, Harmat.
Horányi Ö. (szerk.) (2003) *Kommunikáció I–II.* Budapest, General Press.
Horányi Ö. – Béres I. (szerk) (1999) *Társadalmi kommunikáció.* Budapest, Osiris.
Horányi Ö. (szerk.) (2003) *A sokarcú kép.* Budapest, Typotex
Kenesei I. (szerk.) (2000) *A nyelv és a nyelvek.* Budapest, Corvina.
Lázár J. (2001) *A kommunikáció tudománya.* Budapest, Balassi.
MÜOSZ Évkönyv (2003) Budapest, Sajtóház.
Pléh Cs. (szerk.) (1996) *Kognitív tudomány.* Budapest, Osiris – Láthatatlan Kollégium.
Pléh Cs. (1998) *Bevezetés a megismeréstudományba.* Budapest, Typotex.
Wardhaugh, R. (1995) *Szociolingvisztika.* Budapest, Osiris.

Humán kommunikáció – általában

Austin, J. L. (1990) *Tetten ért szavak.* A Harvard Egyetemen 1955-ben tartott William James-előadások. Budapest, Akadémiai.
Axtell, R. E.(1997) *Gesztusok. Ajánlott és tiltott testbeszéd-megnyilvánulások a világ minden tájáról.* Pécs, Alexandra.
Bereczkei T. (1992) *A génektől a kultúráig. Szociobiológia és társadalomtudomány.* Budapest, Gondolat.
Birkenbihl, V. F. (2001) *Testbeszéd*. Budapest, Trivium.
Berger, P. – Luckmann, Th. (1998) *A valóság társadalmi felépítése.* Budapest, Jószöveg.
Csányi V. (1999) A*z emberi természet.* Humánetológia. Budapest, Vince.
Dennett, D. (1996) *Micsoda elmék.* A tudatosság megértése felé. Budapest, Kulturtrade.
Mérő L. (1989) *Észjárások*. Budapest, Akadémiai.
Mérő L. (1996) *Mindenki másképp egyforma. A játékelmélet és a racionalitás pszichológiája.* Budapest, Tertium.
Petőfi S. J. (szerk.) (1991) *A humán kommunikáció szemiotikai elmélete felé.* Szeged.
Pléh Cs. – Síklaki I. – Terestyéni T. (szerk.) (1997) *Nyelv, kommunikáció, cselekvés.* Budapest, Osiris.
Reboul, A. – Moeschler, J. (1998) *A társalgás cselei.* Budapest, Osiris.
Róka J. (2002) *Kommunikációtan: fejezetek a kommunikáció elméletéből és gyakorlatából.* Budapest, Századvég.
Roszak, Th. (1990) *Az információ kultusza.* Budapest, Európa.
Searle, J. (2000) *Nyelv, elme és társadalom.* Budapest, Vince.
Szépe Gy. – Derényi A. (1999) (szerk.) *Nyelv, hatalom, egyenlőség. Nyelvpolitikai írások.* Budapest, Corvina.
Tallár F. (1994) *Korlátozott szkepszis: a kommunikatív racionalitás elméletéhez.* Budapest, T-Twins
Watzlawick, P. – Weakland, J. H. – Fisch, R. (1990) *Változás. A problémák keletkezésének és megoldásának elvei.* Budapest, Gondolat.
Wiener, N. (1974) *Válogatott tanulmányok.* Budapest, Gondolat.
Wittgenstein, L. (1992) *Filozófiai vizsgálódások.* Budapest, Atlantisz.

Személyközi és csoportkommunikáció

Buda B. (2000) *A közvetlen emberi kommunikáció szabályszerűségei.* Budapest, Animula.
Csepeli Gy. (1998) *Szociálpszichológia*. Budapest, Osiris.
Goffmann, E. (1999) *Az én bemutatása a mindennapi életben.* Budapest, Thalassa Alapítvány – Pólya Kiadó.
Hewstone, M. – Stobe, W. – Codol, J-P. – Stephenson, G. M.(szerk.) (1995) *Szociálpszichológia*. Budapest, Közgazdasági és Jogi.
Járó K. (1999) *Játszmák nélkül. Tranzakcióanalízis a gyakorlatban.* Budapest, Helikon.

László J. (1998) *Szerep, forgatókönyv, narratívum. Szociálpszichológiai tanulmányok*. Budapest, Scientia Humana.
László J. (1999) *Társas tudás, elbeszélés, identitás. A társas tudás modern szociálpszichológiai elméletei.* Budapest, Scientia Humana – Khairosz.
Németh E. (1999) *Közszereplés. A modern retorika eszköztára.* Budapest, Osiris.
Pratkanis, A. R. – Aronson, E. (1992) *A rábeszélőgép. Élni és visszaélni a meggyőzés mindennapos mesterségével.* Budapest, Ab Ovo.
Síklaki I. (szerk.) (1990) *A szóbeli befolyásolás alapjai. I–II.* Budapest, Tankönyvkiadó.
Síklaki I. (1994) A *meggyőzés pszichológiája.* Budapest, Scientia Humana.
Szécsi, G. (1998) *Tudat, nyelv, kommunikáció. Vázlatok a kortárs analitikus filozófia problémáiról.* Budapest, Áron.
Zentai I. – Tóth O. (1999) *A meggyőzés csapdái. Informális hibák és visszaélések a mindennapi meggyőzésben.* Budapest, Typotex.

Szervezeti kommunikáció

Bakacsi Gy. (1996) S*zervezeti magatartás és vezetés.* Budapest, Közgazdasági és Jogi.
Dr. Beke T. (2001) *A public relations szakma története.* Budapest, Management Kiadó Kft.
Dr. Barlai R. – Kővágó Gy. (szerk.) (1996) *Válság- (katasztrófa) kommunikáció. Tanulmányok és szemelvények.* Budapest, Petit Real Könyvkiadó.
Csepeli Gy. (2001) *A szervezkedő ember.* Budapest, Osiris.
Dobay P. (1996) *Az iroda. Emberek, gépek, szervezet.* Budapest, Panem – McGraw – Hill.
Kiss M. (1996) *Marketing mérnököknek.* Budapest, AKG.
Pelejtei T. (1996) *Public Relations. A kommunikáció szervezésének gyakorlati kézikönyve és kiegészítő szakismeretei.* Budapest, Magánkiadás.
Perrow, Ch. (1997) *Szervezetszociológia*. Budapest, Osiris.
Sándor I. (1990) *Marketingkommunikáció*. Budapest, Tankönyvkiadó.
Szeles P. (1999) *Public Relations a gyakorlatban.* Budapest, Geomédia.

Tömegkommunikáció

Bodrits I. – Viczián J. (1994) *Ki kicsoda a hírközlésben?* (A Révai Új Nagylexikona segédkönyvei I.). Szekszárd, Babits Kiadó.
Bourdieu, P. (2001) *Előadások a televízióról.* Budapest, Osiris.
Ifj. Csákvári J. – Malinák J. (1998) *Média-galaxis. A tömegkommunikáció nyelve és társadalmi kérdései.* Budapest, Szimbiózis.
Császi L. (2002) *A média rítusai.* Budapest, Osiris – MTA ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.
Gálik M. (1997) *Médiagazdaságtan 1–2.* Budapest, Aula.
Gerbner, G. (2000) *A média rejtett üzenete.* Budapest, Osiris – MTA ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.
György P. (1995) *Művészet és média találkozása a boncasztalon.* Budapest, Kulturtrade.
Habermas, J. (1993) *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása.* Budapest, Századvég.
Habermas, J. (2001) *Kommunikatív etika. A demokratikus vitákban kiérlelődő konszenzus és társadalmi integráció politikai-filozófiai elmélete.* Budapest, Új Mandátum.
Kapitány Á. – Kapitány G. (1998) *Tömegkommunikáció*. Budapest, MÚOSZ Bálint György újságíró-iskola.
Keane, J. (1999) *Média és demokrácia.* Budapest, Helikon.
McQuail, D. (2003) *A tömegkommunikáció elmélete.* Budapest, Osiris.
Mast, C. (1998) *Az újságírás ábécéje. Bevezetés a szerkesztőségi munkába.* Budapest, Greger-Delacroix – SZTE Budapest Média Intézet.
Mazzoleni, G. (2002) *Politikai kommunikáció.* Budapest, Osiris.
O'Sullivan, T. – Button, B. – Rayner Ph. (2002) *Médiaismeret*. Budapest, Korona.
Pokol B. (1995) *Médiahatalom*. Budapest, Windsor.

Price, M. E.(1998) *A televízió, a nyilvános szféra és a nemzeti identitás.* Budapest, Magvető.
Rivers, W. L. – Mathews, C. (1993) *Médiaetika*. Budapest, Bagolyvár.
Terestyéni T. (szerk.) (1995) *Közszolgálatiság a médiában. Ábránd vagy realitás?* Budapest, Osiris – MTA ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.
Terestyéni T. (szerk.) (1997) *Médiakritika. Tanulmányok a média kritikai megközelítéseinek témaköréből.* Budapest, Osiris – MTA ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport.
Terestyéni T. (szerk.) (2002) *Magyarországi médiumok a közvélemény tükrében.* Budapest, Országos Rádió és Televízió Testület.
Vásárhelyi M. – Halmai G. (1998) *A nyilvánosság rendszerváltása.* Budapest, Új Mandátum.
Zsolt P. (2000) *Médiaetika*. Budapest, EU-Synergon.

Nemzetközi kommunikáció

Baudrillard, J. (1996) *Amerika*. Budapest, Magvető.
Borgulya, I. (1996) *Üzleti kommunikáció kultúrák találkozásában.* Pécs, JPTE.
Feischmidt M. (szerk.) (1997) *Multikulturalizmus*. Budapest, Osiris – Láthatatlan Kollégium.
Felföldi B. et al. (2002) *A kommunikáció mint az európai integráció önkormányzati szempontból kiemelt kérdése.* Budapest, Municipium Magyarország Alapítvány.
Huntington, S. P. (1998) *A civilizációk összecsapása és a világrend átalakulása.* Budapest, Európa.
Kovács Zs. – Németi T. (szerk.) (2002) *Szeptember 11. Értelmezések, elméletek, viták.* Budapest, Balassi Kiadó.
Kreatív sokszínűség: A kultúra és fejlődés világbizottságának jelentése. (1996) Budapest, Osiris – Magyar UNESCO Bizottság .
Ördögh Sz. (2003) *Európai jelentés-árnyalatok.* Budapest, Ventus Libro.

A kommunikáció jövője

Bognár V. – Fehér Zs. – Varga Cs. (1998) *Mi a jövő? Tudástársadalom? Információs társadalom? Telekommunikációs társadalom? Kultúratársadalom?* Budapest, OMBF – ORTT – HÉA Stratégiakutató Intézet.
Castells, M. (2002) *Az Internet-galaxis. Gondolatok Internetről, üzletről és társadalomról.* Budapest, Network TwentyOne.
György P. (1998) *Digitális Éden.* Budapest, Magvető.
György P. (2002) *Memex. A könyvbe zárt tudás a 21. században.* Budapest, Magvető.
Hance, O. (1997) *Üzlet és jog az Interneten.* Budapest, Panem.
Lengyel V. (1995) *Az INTERNET világa.* Budapest, ComputerBooks.
Nyíri K. (szerk.) (1990) *Informatika történetfilozófiai szempontból. Műveltség és kultúra a számítógépkorszakban.* Budapest, Magyar Filozófiai Társaság.
Nyíri K. (szerk.) (2001) *Mobil információs társadalom.* Budapest, MTA Filozófiai Kutatóintézet – Westel.
Nyíri K. (szerk.) (2002) *Mobilközösség, mobilmegismerés.* Budapest, MTA Filozófiai Kutatóintézet – Westel.

Kommunikáció- és médiatörténet

Assmann, J. (1999) *A kulturális emlékezet. Írás, emlékezés és politikai identitás a korai magaskultúrákban.* Budapest, Atlantisz.
Bajza K. (1997) *Az Athenaeum-per. Az első magyar sajtóper története.* Budapest, Argumentum.

Benczik V. (2001) *Nyelv, írás, irodalom kommunikációelméleti megközelítésben.* Budapest, Trezor.
Buzinkay G. (1993) *Kis magyar sajtótörténet.* Budapest, Haza és Haladás Alapítvány.
Csillag A. (2000) *Joseph Pulitzer és az amerikai sajtó.* Budapest, Osiris.
Eco, U. (1998) *A tökéletes nyelv keresése.* Budapest, Atlantisz.
Kókay Gy. – Buzinkay G. – Murányi G. (2001) *A magyar sajtó története.* Budapest, Sajtóház.
Kosselleck, R. (1997) *Az aszimmetrikus ellenfogalmak történeti-politikai szemantikája.* Budapest, Jószöveg.
Lipták D. (2002) *Újságok és újságolvasók Ferenc József korában. Bécs–Budapest–Prága.* Budapest, L'Harmattan.
McLuhan, M. (2001) *A Gutenberg-galaxis. A tipográfiai ember létrejötte.* Budapest, Trezor.
Nyíri K. – Szécsi G. (szerk.) (1998) *Szóbeliség és írásbeliség. A kommunikációs technológiák története Homérosztól Heideggerig.* Budapest, Áron.
T. Molnár G. (szerk.) (1995) B*evezetés az emberi kommunikáció történetébe: szöveggyűjtemény.* Szeged, JGYTF.