

1. táblázat
A műsoridő megoszlása funkció szerint vett műsorkategóriákban az egyes csatornákon
1999 márciusában (perc)

	MTV 1	MTV 2	Duna TV	TV2	RTL Klub	TV3	Összesen
praktikus	160	0	25	130	450	0	765
komoly aktuális	9 832	5 750	9 979	3 610	2 385	2 035	33 591
(komoly) elitkultúra	5 130	9 424	11 913	3 080	1 734	780	32 061
könnyű aktuális	6 462	7 944	4 289	7 285	6 395	7 785	40 160
könnyű egyéb	11 063	6 022	7 986	19 560	23 117	17 960	85 708
összesen	32 650	29 141	34 193	33 665	34 086	28 561	192 296

2. táblázat
A műsoridő megoszlása funkciók szerint vett műsorkategóriákban 1986, 1992, 1998 és 1999
márciusában (perc és százalék)

	1986. márc.		1992. márc.		1998. márc.		1999. márc.*	
	absz. szám	%	absz. szám	%	absz. szám	%	absz. szám	%
praktikus	795	2,7	2179	4,1	17 500	10,2	765	0,4
komoly aktuális	3 749	13,1	14 377	26,7	32 645	19,1	33 591	17,4
komoly elitkultúra	5 808	20,2	11 212	20,9	19 063	11,1	32 061	16,7
könnyű aktuális	580	2,0	10 628	19,8	39 431	23,0	40 160	20,9
könnyű egyéb	16 330	56,9	13 110	24,4	60 213	35,1	85 708	44,6
összesen	28 669	100,0	53 694	100,0	171 327	100,0	19 2296	100,0

3. táblázat
A magyar, az európai, az észak-amerikai és az egyéb produkciók aránya a közszolgálati és a
kereskedelmi csatornákon 1998 és 1999 márciusában (százalék)

	1998		1999	
	közszolgálati	kereskedelmi	közszolgálati	kereskedelmi*
magyar	83	57	82	54
európai	10	15	11	10
észak-amerikai	4	20	3	30
egyéb	3	8	4	6
összesen	100	100	100	100
N	2544	1582	2548	2107

* TV3-mal együtt

Heller Mária – Rényi Ágnes

A NYILVÁNOSSÁG KOMMUNIKÁCIÓ-ELMÉLETI MEGKÖZELÍTÉSEIRŐL*

A NYILVÁNOSSÁGFOGALOM DIFFERENCIÁLÓDÁSA AZ ÚJ
ELMÉLETEKBEN, KOMMUNIKÁCIÓKUTATÁS ÉS SZOCIOLÓGIA
HATÁRÁN

Az új információs és kommunikációs technológiák (ICT) megjelenésének és gyors elterjedésének következtében jelentősen megváltozik az individuális kommunikációs gyakorlat, de a társadalmi kommunikációról alkotott laikus és tudományos reprezentáció is. A kommunikáció nem csak a társadalmi élet egyik szférájaként, hanem egyre inkább társadalmi alapkategóriaként, társadalomintegrációs erőként jelenik meg az elméleti gondolkodásban (Habermas 1985). Az információs társadalomról szóló új elméletek (Machlup 1962, Bell 1973, Masuda 1980, Toffler 1990, Porat 1977, Webster 1995, Castells 1996-8) pedig már a szociológia és a kommunikációtudomány között, kettős elméleti keretben kezelik a kommunikációt, az információ társadalmi méreteiben megváltozott helyét és súlyát, és vizsgálják az információs társadalom kialakulásának szociológiai és kommunikációelméleti feltételeit és következményeit (Heller – Nordenstreng 1999).

A gyorsan fejlődő új információs és kommunikációs technológiák következtében jelentős mértékben átalakul, kitágul a kommunikációs helyzet definíciója, megváltozik általában a kommunikáció társadalmi reprezentációja. Kialakul egy átfogóbb, általánosabb kép a kommunikációról, benne a közvetlen és a közvetett kommunikáció legkülönbözőbb fajtái-ival. Kialakulóban van tehát ismét egy, a kommunikáció különböző fajtáit (a közvetlen, interperszonális és a mediatizált tömegkommunikáció különböző fajtáit) egységes keretben kezelő elméleti vonulat és a különböző kommunikációs típusok közötti kapcsolatok (hasonlóságok és eltérések) kutatása is egyre nagyobb szerephez jut.

A mediatizált kommunikáció éppen arra ad lehetőséget, hogy a teret és az időt kitágítva lehessen a kommunikációs eseményekhez hozzáférni. Éppen ezen eszközök egyre fejlődő használatának következtében tágul ki egyre jobban a nyilvánosság fogalma, létrehozva a hozzáférés absztrakt értelmezését és tömegméretű lehetőségét. A technikai eszközök rend-

* Ez a tanulmány részlet a szerzőknek a nyilvánosság témakörével foglalkozó, most készülő könyvéből.

kívül felgyorsult fejlődése sok kutató (Keane, Meyrowitz, Flichy, Schlesinger stb.) szerint éppen avval a következménnyel járt, hogy ismét átalakult a nyilvánosság szerkezete. John Keane szerint több, egymást átfedő szintű nyilvánosság (mikro, mezzo, makro) jön létre, amelyeket a kommunikációs eszközök sokfélesége hívott életre, Meyrowitz szerint az új kommunikációs eszközökkel megteremtett nyilvánosság lerombolta a privát és a köz közötti korábban jobban stabilizálódott határokat. (Korábban privát, magánjellegű viselkedések és témák válnak nyilvánossá, elsősorban a televízió segítségével.) A tömegkommunikáció elterjedése következtében valóban megsokszorozódik a látható, hozzáférhető kommunikációs események köre, és valóban erősen kinyílik a magánszféra irányába. Ez a fejlődés elsősorban a nem-személyes jelenlétet, a nem-fizikai ottlétet jelenti, vagyis a mediatizált, közvetett nyilvánosságot, tehát a tömegkommunikációhoz való hozzáférést vagy a passzív.

Ez előtt a fejlődés előtt a privát kommunikációhoz való hozzáférést vagy a fizikai jelenlét biztosította, a közvetlen face-to-face nyilvánosság vagy az első mediatizált kommunikációs kapcsolat: az írás. A nyomtatás azután ugrásszerűen kibővítette a hozzáférhető kommunikációs aktusok körét és lehetővé tette a privátszféra egyfajta jellegzetes kitárulkozását a nyilvánosság közönsége előtt. Ide tartozik a művészi kommunikáció nagy része is, amely a nyilvános köztémájú kommunikációval párhuzamosan (Habermas szerint azt megelőzően) fejlődött ki. A nem vallásos témájú elbeszélő műfajok, a regény kialakulása, amely az általános emberi (köz)témák után hamarosan a magánélet eseményeit tematizálta (pikareszk regény, romantikus történetek, történeti regény köntösében jelentkező magánéletek rajza), jelentős mértékben hozzájárult a magán és a köz közötti új határvonalak felállításához, a közönség önreflexiójához és közönségként való kialakulásához. Ez a fajta kommunikáció azonban meglehetősen szimbolikus: a magánszféra szűrt, emelkedetten, művészileg megformáltan (tehát transzformált formában) jelenik meg benne. A televízió által közvetített magánszférában, még ha ebben is nagy szerepet játszik a megformált magánszféra (művészi alkotások), de egyre nagyobb szerephez jut benne a kommercializált tömegművészet, az alacsony szimbolizációs fokon transzformált valóság (például a soap operák, a dinasztia-sorozatok), ám ennél is újabb fejlemény a magánszféra, az anonim szereplők részvételének, a magánvélemények felerősödésének tendenciája. (Talk-show-k, vitaműsorok neves és anonim szereplőkkel, a hírműsorokban egyre gyakrabban megjelenő névtelen szereplők). Ez a tendencia úgy tesz, mintha a közvéleményt közvetítené mediatizált formában, itt már nincs szó a normatív értelemben vett konszenzuális közvéleményről, még a közvélemény-kutatások által reprezentatív magánvélemények aggregátumaként előállított közvélemény fogalomról sem, csak a közvélemény egyfajta látszatáról, helyettesítéséről, nem reprezentatív önkényes reprezentációjáról, vagy a legjobb esetben a vélemények pluralitásának bemutatásáról.

Az új kommunikációs technológiák által átalakított nyilvánosságban egyre sürgetőbben merül fel a nyilvánosságban való aktív és passzív részvétel megkülönböztetésének szükségessége. Habermas nyilvánosságelméletében (1962) sem a nyilvánossághoz való aktív és passzív hozzáférés különbsége nincsen tematizálva, sem a személyközi, közvetlen interakció kapcsolata a közvetett, mediatizált kommunikációval, a tömegkommunikáció különböző fajtáival nincsen explicit módon tárgyalva. A Habermas által vizsgált 20. századi, kiüresedett nyilvánosságban a fogyasztó már csak passzív résztvevője a mediatizált kommunikációs rendszernek. Nem foglalkozik azonban Habermas a modern nyilvánosság időszakában a személyközi kommunikáció közvetlen csatornáival, mint ahogy a nyilvánosságban való aktív részvétel lehetőségeivel sem. A polgári nyilvánosság korában a kettő, az ak-

tív és a passzív hozzáférés, Habermas elmélete szerint, egymással összefüggött, összefolyt. Számára az újságok és a beszélő, az okoskodó közönség vitája szervesen összetartozott, vagyis a tömegkommunikáció egyik első intézménye szorosan kapcsolódott egy interakció-típusú közvetlen kommunikáción alapuló nyilvánossághoz. Az aktív, beszélgető, okoskodó nyilvánosság (klub, szalon, asztaltársaság stb.) szoros kapcsolatban állt a sajtó nyilvánossággal, megvitatta a politikai nyilvánosság témáit és ezekről a témákról szóltak az újságok is. Ez az elképzelés azt feltételezi, hogy a politikai nyilvánosság témáihoz aktív, széles hozzáférés létezett, másrészt hogy e két típus, a közvetlen interakciós és a közvetett, mediatizált egymással szorosan összefüggött, határaik átjárhatók voltak. Habermas a nyilvánosságban való megjelenés és aktív kommunikációs kompetencia kialakulását az irodalmi nyilvánosságban gyökerezeti, ahol kidolgozódnak az individuális autonómia tematikái és a róluk való beszéd módok, a személyes, a pszichológiai viszonyok és problémák kezelésének kompetenciája. Ezért is tételezi Habermas azt, hogy az irodalmi nyilvánosság megelőzi a politikait, még ha ennek megnyugtató bizonyítékai hiányoznak is. Habermas nyilvánosságelméletében az irodalmi nyilvánosság és a politikai nyilvánosság közti kapcsolat kidolgozása sok szempontból implicit marad. Látható azonban, hogy ebben az elméletben a társadalom, a civil társadalom kommunikációs tevékenysége konstituálja a politikai nyilvánosságot, a kettő közti határok átjárhatóak. A habermasi nyilvánosságelméletnek itt a normatív aspektusára tapinthatunk rá.

Az új kommunikációs technológiák megjelenése és fejlődése már egy korai korszakban megváltoztatta a nyilvánosság absztrakt reprezentációját, és döntő mértékben átalakította a nyilvánosság használatának viselkedését, a nyilvánossághoz való hozzáférhetőség módjait. Az E. M. Noam (1996) által a tömegkommunikáció fejlődésében megkülönböztetett három stádium közül már az elsőben is (*limitált tömegkommunikáció*), de még inkább a másodikban, a *sokcsatornás média* korában jellemző a közönségnek a nyilvánosságban való passzív részvétele. A közvetett kommunikáció mediatizált eszközökkel működő nyilvánosságának történeti növekedése következtében ebben az időszakban egyre több az olyan kommunikációs esemény, amelyhez csak passzívan lehet hozzáférni. A nyilvánosságnak a médiák (akkor még gyér számú és általában állami rádió- és tévéállomások) által nyújtott témái iránti figyelem-koncentrációt, amely jellegzetesen az első szakaszra jellemző, a második szakaszban a megsokszorozódott és általában privatizált, magántulajdonú médiák által előidézett figyelem-decentralizáció és közönség-fragmentálódás követte (Angelusz 1999). Mindez együtt járt a Habermas által leírt kiüresedési folyamattal, amikor is a médiákban a közt érintő lényeges ügyek tényleges megvitatása helyére a közönséget érdeklő témákat tálaló, konzumkulturális nyilvánosság került, amely a közönség elidegenedését, a passzív fogyasztói magatartás általánossá válását vonta maga után. Ebben a Noam által definiált második szakaszban – amely ma még elsődlegesen jellemző a világ médiaállapotára – az információk, a hírek, a valódi közügyek és a szórakoztató, a közönséget voyeuri minőségében érdeklő, pusztán passzív fogyasztásra szánt témák végletes összekeveredése a jellemző („infotainment”).

A harmadik stádiumban, a – napjainkban alakuló – *kiber-média* korában azonban ismét előtérbe kerül az aktív részvétel lehetősége. Az új információs és kommunikációs technológiák elterjedésétől számos elemző a kommunikációs cselekvések gyökeres megváltozását, a nyilvánosság erodálódásának visszafordulását, a széles közönség aktív részvételét involváló demokratikus nyilvánosság újramegjelenését, egy magasabb szinten való intézményesülését reméli (Castells 1996–98, Webster 1999). Az új információs és kommunikációs tech-

nológiák a kommunikáció számos új formáját és műfaját honosítják meg és terjesztik el ropant nagy sebességgel, átalakítják a kommunikációs szokásokat és ugrásszerűen megnövelik a kommunikációs lehetőségeket.

KÖZBEVETÉS A NYILVÁNOSSÁG ÁLLAPOTÁRÓL A „HÁROM STÁDIUMBAN”

A limitált tömegkommunikáció időszakában kevés tömegkommunikációs eszköz van jelen a nyilvánosságban, de a klasszikus polgári korszakhoz képest, mégis megnőtt e médiák jelentősége, a nyilvánosságon belül megnövekedett súlyuk és jelentőségük. Ebben az időszakban a közönség nagy része számára ugyanazok a tömegkommunikációs aktusok a hozzáférhetőek, és a közönség nagy része valóban vevőjévé is válik ezeknek a tömegkommunikációs aktusoknak. Ezt az időszakot elsősorban a közös élményben való részesedés, az egységes nyilvánosságban való közös részvétel integráló élménye jellemzi. A tömegkommunikáció által szolgáltatott témák vonzása igen erős, az emberek számára közös élményt, könnyen hozzáférhető kommunikációs témát jelentenek az így megszerzett élmények (Luhmann 1971). A tömegkommunikációs eszközök által így létrehozott nyilvánosság ebben az időszakban azért is erős és egységes, mert ezen eszközökön keresztül mindenki, az egész társadalom elérhető. Ebben a korszakban tehát igen erős a médiák figyelemkoncentráció és figyelemfókuszáló hatása (Angelusz 1999).

A médiapiac változása, vagyis az a tendencia, hogy a médiapiacon egyre több, egymással erős konkurenciában álló szereplő jelenik meg, már a második korszakban, a sokcsatornás média időszakában radikálisan megváltoztatja a nyilvánosságot, annak tömegkommunikációs szeptét. A legjellemzőbb változás a különböző területek között meglévő, korábban stabilan kicövekelt határok megváltozása, eltolódása, relativizálódása. (Ez a határeltolódási folyamat a harmadik fázisban még tovább fokozódik.) A közönség erőteljesen fragmentálódik (Angelusz 1999), figyelme jelentős mértékben megoszlik a különböző médiák között. Ezáltal megszűnik a közös médiaélmény társadalom-integratív szerepe.

A bekövetkező változások jelentősen befolyásolják a köz és a magán érvényes definícióit és megváltoztatják, eltolják a közöttük lévő határvonalakat. Ez a határeltolódási jelenség több különböző folyamat eredményeként jön létre.

a) A szakirodalomban legtöbbet tárgyalt kérdéskör evvel kapcsolatban a médiapiacon jelenlévő különböző szereplők eltérő tulajdonviszonyai. Igen színes a médiapiaci résztvevők összetétele, a médiákat a legváltozatosabb tulajdonviszonyok jellemzik: a köz- és a magántulajdon, illetve a kettő közötti szürke zóna számos változata létezik. A kialakult helyzetet csak tovább bonyolítja, hogy – a törvényi szabályozással és a normatív elvárásokkal ellentétben – mind az állami, közszolgálati média, mind pedig a magántulajdonú, kereskedelmi média ki van téve a tulajdonos által gyakorolt (más és más jellegű) befolyásnak. Az állami médiára a hatalom különböző szféráiból gyakorolt politikai nyomás ellensúlyozását, különösen a kelet-európai nyilvánosságban, az elemzők és a közvélemény a privatizált kereskedelmi médiától várták.¹ Ezzel szemben a nyugat-európai nyilvánosságra a köztulajdonú médiák presztízsének magas értéke a jellemző, ami ezen médiáknak a magántulajdonú médiák gazdasági befolyásoltságát kiegyensúlyozó szerepének, vagy legalábbis e szerep iránti elvárásnak köszönhető.

b) A köz/magán határvonal összezavarodása azonban nemcsak a tulajdonviszonyok tekintetében jellemző, hanem a feladatokat, funkciókat tekintve is. A különböző médiák közötti egyre élesedő konkurenciaharc következtében előtérbe kerül a média szórakoztató funkciója, és egyre csökken, erodálódik a közügyek nyilvános megvitatása a tömegkommunikációban. A közügyek tárgyalása elsősorban a köztulajdonú, állami médiák feladataként van kijelölve, mind a jogi szabályozást, mind pedig az elvárásokat illetően. A szabályozás azonban szinte mindenhol tartalmaz kikötéseket a kereskedelmi érdekeltségű, magántulajdonú médiák esetében is bizonyos közszolgálati feladatok ellátására, különböző arányokban. (Ez elsősorban az elektronikus médiákra érvényes, a nyomtatott sajtótermékek esetében, már a műfaji jellegből következően is, kevésbé éles ennek a funkciónak a törvényi szabályozása.) Az éles verseny következtében a közügyek is elsősorban fogyasztásra és nem aktív részvételre, megvitatásra szánt módon jelennek meg a médiákban, ez a politikai, a közt érintő ügyeknek is szórakoztató jelleget kölcsönöz.

Ez a jelenség jól megfigyelhető a politikai témákat szórakoztatással, csupán fogyasztásra szánt produkciókkal keverő műsorok esetében. Ilyenek például a különböző talkshow-k (Vitray hajdani Csak ülök és beszélek vagy Ötszemközt című műsортól mára már a Fábri Sándor-féle Esti sóder vagy a Friderikusz-féle műsorok – Friderikuszshow, Szubjektív stb. – felé mozdult el a médiaipar). De megemlíthetjük a különböző politikai témákról szóló vitaműsorok terének berendezésében is megfigyelhető szórakoztató-ipari tendenciát: gondoljunk csak az Össztűz, Szauna, Beszélő, Kínpadon, Perpatvar stb. műsorok televíziós környezetére, megrendezett helyszínére. A berendezés itt azt jelzi, hogy nem „elég” az igazi vita maga, abból megrendezett, show-jellegű szórakoztató műsort kell csinálni.

A normatív értékek érvényességének fennállását mutatja az a tény, hogy az igazi nyilvános vita kommercializálódásának fent vázolt tendenciáját a médiák különböző módszerekkel palástolni igyekeznek. A közzel, a közönséggel, az állampolgárral való állandó kapcsolat bizonyítására, annak bemutatására, hogy a média a „közt”, az állampolgárt képviseli, az állampolgár, az egyszerű ember szerepe a médiában felnagyíttatik. Ez a tendencia elsősorban a közszolgálati médiákra jellemző és a kereskedelmi médiáknak a közszolgálati penzumot letudó részére.

Ez a tendencia mutatkozik meg például a nyugat-európai közszolgálati híradókban, amikor különböző események kapcsán nem(csak) a szakembert, a hatóságot stb. szóltatják meg, hanem a „névtelen kisember”, a közönség képviselőinek véleményét is kikérik (utcai interjúk, laikus tanúk stb.).

A köz és magán megkülönböztetés, amely a modern korban a társadalmi rend alapját képező egyik legfontosabb elv², a nyilvánosságot e két szféra közé helyezte. A kettő közötti határvonal eltolódása a nyilvánosság tekintetében is döntő változásokat hozott. Habermas modelljéből az következik, hogy a nyilvánosság működtetéséhez szükség van egy olyan fórumra, amely mindenki számára hozzáférhető, és ahol a különböző társadalmi tapasztalatok kifejezhetőek és kicserélhetőek. Ezen a terepen, a nyilvánosságban a különböző nézeteket racionális diszkurzusban konfrontálják. Ebből következik a nyilvánosság normatív tételezése, az, hogy tisztán bemutatja a különböző alternatívákat, nem korlátozza a részvételt, és teret enged a kormányzati politika kritikai ellenőrzésének. A sokcsatornás média időszakában elsősorban a médiák feladatának tekintik e fórum megteremtését, hiszen a médiákon keresztül érhető el a társadalom. Ezért a médiák feladata lenne az, hogy megteremtse e racionális diszkurzus feltételeit, és hogy bemutassák a legkülönbözőbb interpretációs sémákat. Ám

éppen az előbbi megfontolások arra a következtetésre vezetnek, hogy a nyilvánosság nem lehet azonos a közszolgálati médiával. A kormány által finanszírozott közszolgálati média esetében nem lehet kizárni, hogy a hatalom korlátozza, vagy ellenőrzi a nyilvánosságot. De a kommercializálódott kereskedelmi média, az eluralkodott szórakoztató funkcióval sem látja el a normatív elvből következő feladatokat.

c) A habermasi modell szerinti nyilvánosság fogalma a köz/magán elválasztáson alapszik. Eszerint a nyilvánosságba legitim módon csak a közügyek, a közérdekek tartoznak, a csoportérdekek, a magánügyek stb. a magánszféra részei. A nyilvánosság ideáltipikus fogalma egy olyan semleges szférát tételez, ahol racionális vita során igazi konszenzus érhető el, az egyéni és csoportérdekek a magánszférában maradtak. A nyilvánosság ilyen reprezentációja statikus és apolitikus elképzelés, és ellentmond a valóságos tapasztalatoknak. Nem számol a nyilvánosság változásaival, a köz és a magán változó definícióival és a társadalom valódi működésével, vagyis az érdekviszonyok erősségével. A valódi nyilvánosság inkább állandó hegemonikus harc a kategóriák és a definíciók legitimitása felett. Nem ideális terep, és nem semleges.

A normatív modellt sok kritika érte, többek között feminista kutatók is kritizálták. Nancy Fraser feminista filozófus szerint abból, hogy a nyilvánosság a közügyek fóruma, még nem következik, hogy csak közérdeket lehet nyilvánosan megvitatni. Nézete szerint a dolog éppen ellentétesen működik: a közérdek keresése akkor kezdődhet, ha a társadalmi csoportok meghatározták saját csoportérdekeiket, és azt manifestálták a nyilvánosságban. (Nézetünk szerint a nyilvánosság résztvevői valóban érdekeik szerint konstruálják az általuk a nyilvánosságban megjelentetett témákat. A feminista diszkurzus számos olyan témát vezetett be a nyilvánosságba, amelyek korábban magántémáknak számítottak és nyilvános megvitatásuk nem volt lehetséges. Ilyenek például a házasságon belül való erőszak témája és számos más, pszichológiai, jogi stb. kérdés, amelyek éppen annak következtében váltak nyilvános témákká, hogy voltak olyan nyilvános szereplők, akik ezeket nem magán témaként, általános érvennyel, univerzalisztikusan képesek voltak megalkotni.) A feminista diszkurzus valóban sokat változtatott a nyilvánosság állapotán, és sikeresen módosította a köz/magán határvonalat. Ennek tipikus szimbóluma a Women's Lib jelszava: „personal affairs are also political (a személyes viszonyok is politikaiak)”. A köz/magán dichotómiát a nyilvánosság szereplői tehát stratégiai módon tudják felhasználni, a megkülönböztetés hatékony politikai-ideológiai eszközök (de)legitimálására is. A szociológiai nyilvánosság-elméletnek figyelmet kell fordítania a köz és a magán közti állandóan változó határvonalra, az ezt alakító politikai erők harcaira. A köz és a magán határán álló médiáknak ebben a szimbolikus harcban nagy szerepük van.

d) Meggondolandó az a nézet is, amely szerint a racionális nyilvánosság túl szűk értelmezése csak a média informatív oldalát érinti, holott a média – egyre növekvő arányú – szórakoztató oldala is fontos szerepet játszik a nyilvánosság átalakulásában. Egyes témák nyilvánosság előtt való diszkurzív kidolgozása nem a racionális diszkurzus, hanem a nyilvánosság szórakoztató műfajaiban történik (például a szolidaritás a Telethon, az Aid for Africa stb. típusú műsorokban, vagy az erőszak, a pedofília témái egyes szórakoztató filmekben stb.). A szórakoztató funkció eluralkodása következtében felmerül a racionális diszkurzus nyilvános témákat kidolgozó és legitimáló erejének kérdése és elképzelhető, hogy a racionális diszkurzusnak a nyilvánosság fórumain játszott konstituáló szerepét új, emocionális vagy más típusú diszkurzusok, beszédmodok fogják megtörni.³

e) A köz/magán határvonal megváltozását jelenti a nyilvánosság által gyakorolt szoci-

ális kontroll növekedése is. (Ez a folyamat hallatlanul felerősödik a harmadik időszakban, a kiber-média korában, amikor a hálózatokban való részvétel és a technikai fejlődés következtében egyre növekvő ütemben felgyorsul a média regisztrációs potenciálja, vagyis az a lehetőség, hogy a kiber-médiák használata során a használókról számos, különböző információ válik hozzáférhetővé, tárolhatóvá és különböző célokra – kereskedelmi, politikai stb. – felhasználhatóvá.)

f) Míg Habermas a nyilvánosságnak emancipatorikus funkciót tulajdonított, Foucault szerint a nyilvánosság nem felszabadít, de egyre hatékonyabb szociális kontrollt, megrendszabályozást vezet be (Foucault 1996). Így a nyilvánosságba bevont, a nyilvánosan megvitatott területek többé nem a magánszféra részét képezik és a magánszabadságok többé nem terjednek ki e nyilvánossá tett területekre. A nyilvánosság kizáró/bennfoglaló ideológiai játszmája fontos mechanizmus a bennlévők ellenőrzésére és a kintlévők kizárására.

g) A Noam által megkülönböztetett második korszakban a médiák technikai-technológiai fejlődése erőteljesen befolyásolja a nyilvánosságot: a nyilvánosság szerkezetét, de működési módjait, a nyilvános beszéd szabályait is. A korábbi nyilvánosság erősen függött a nyomtatott sajtótól: a sajtó témadefiníciói, agendameghatározásai és kommunikációs viselkedési szabályai határozták meg döntően a nyilvánosságot⁴. A telekommunikáció fejlődése és elterjedése nem elsősorban csak a tartalmak változását, hanem a kommunikációs módok, a nyilvános kommunikációs viselkedési szabályok megváltozását is okozta. Ezekkel a változásokkal foglalkozik Joshua Meyrowitz *No Sense of Place* című (1985) méltán híres munkája.

J. Meyrowitz (1985) a tömegkommunikáció által a köz és magán szféra között indukált radikális változásra, a két viselkedési mód összemosódásának folyamatára hívja fel a figyelmet. Elméletében H. Innis (1951) és M. McLuhan (1962, 1964) elméletének a percepció és a kódok technológiai determináltságára vonatkozó tételét kombinálja E. Goffmannak az egyes ember által birtokolt különböző kommunikációs szerepekre vonatkozó tételével. Goffman elmélete szerint mindenkinek több különböző szerepe van, amelyeket különböző társadalmi szituációkban használ. A különböző szerepek nem zavarják egymást, részét képezik az egyén repertoárjának, amelyek eltérő társadalmi környezetek, szituációk az egyén által átélt korlátozott halmazában jelennek meg és kerülnek felhasználásra⁵. Meyrowitz szerint Goffman elmélete nagyon kevés lehetőséget hagy a szerepviselkedések megváltozására. McLuhan ugyan előrejelzi a változásokat, azt, hogy az elektronikus média megváltoztatja az emberi viselkedést és kommunikációt, de nem magyarázza meg a változások okait és mikéntjét.

Meyrowitz szerint a telekommunikáció nemcsak új technikai eszközöket jelent, amelyek lehetővé teszik több, addig szeparált „szituációs környezet” kommunikációját, hanem olyan új médiumokat hoz létre, amelyek radikálisan megváltoztatják magát a társadalmi szituációt. A társadalmi identitás, a szocializáció és a társadalomban érvényes tekintély és hierarchiák rendszere is a társadalmi helyzeteken keresztül épül ki. Korábban ezeket a szituációkat és észlelésüket meghatározták a tér-idő viszonyok. A társadalmi élet erősen a szegregációra, a megkülönböztetésre, a ki- és bezárásra épült. A mindenkori társadalmi szituáció befolyásolja az emberek szerepvállalásait és ezek kivitelezéseit, miközben működteti az „on-stage” és „off-stage” viselkedés közötti megkülönböztetést. Korábban a saját csoporton belül off-stage viselkedésre volt lehetőség, amikor illetéktelenek, kíváncsiak nem látták, nem követhették a bent történő eseményeket, és nem kísérhették figyelemmel a bent alkalmazott viselkedésmódokat. A nyilvánosságban, tehát amikor láthatóvá váltak a szerepek és

a viselkedések, akkor on-stage viselkedést kellett kivitelezni. A nyilvánosság ilyen módon elsősorban a különböző társadalmi szereplők on-stage, tehát hivatalos, formális, megformált viselkedéséből állt. Goffman és mások a társadalmi szerepeket a „helyek” fogalmaiban gondolták el, Meyrowitz szerint az elektronikus média aláásta a fizikai helyek és a társadalmi szituációk közötti hagyományos kapcsolatokat. Az írott média korában még nagy társadalmi különbségek voltak az üzenetekhez, a kommunikációs helyzetekhez való hozzáférésben. A telekommunikációs infrastruktúra nemcsak a tér-idő korlátok meghaladása jellemző, hanem a hozzáférhetőség minden eddiginél szélesebb kiterjesztése is. A sokcsatornás média szélesebb hozzáférést tesz lehetővé az audiovizuális világhoz, mert nyelve, szemben az eddigi írott nyilvánossággal, könnyen elsajátítható és alkalmazható. Az írott, nyomtatott nyilvánosság univerzálisabb, formálisabb, személytelenebb, míg az elektronikus tömegkommunikáció a partikuláris, az informális és a személyes tematikához és viselkedéshez, nyelvhasználathoz áll közelebb.

A tömegkommunikáció olyan szituációkat tesz hozzáférhetővé a széles közönség számára (még hozzá annak magánterében, otthon, a lakásában), amely szituációktól, csoportoktól, szereplőktől addig el volt vágva. Olyan magánhelyzetekbe lát bele a megnövekedett közönség, amelyekbe azelőtt nem volt betekintése, olyan viselkedési és kommunikációs formákhoz fér hozzá, amelyek azelőtt rejtve maradtak előle.⁶ Meyrowitz Goffmantól eltérően nem a tér-idő korlátokra, hanem a percepció akadályokra helyezi a hangsúlyt, és úgy látja, hogy az új telekommunikáció éppen ezek feloldásában jelent radikális változást.

Az elektronikus média elterjedése a fenti változások következtében megváltoztatja a közönségeket is. Kinyílnak az addig zárt, vagy csak szűkebb csoportok számára hozzáférhető szituációk. A különböző közönségek és így a különböző szintű, különböző közönségek számára nyitott nyilvánosságok összekeverednek. A telekommunikáció által megnövelt hozzáférés következtében egyre több lehetőség van belelátni más csoportok off-stage viselkedésébe. Ez befolyásolja a csoportok egymással szemben való viselkedését. A nyilvánosság ezáltal dinamikusabbá válik, mert már nem csak egy (on-stage) viselkedésre alapul. Ezáltal megváltoznak a privát és a publikus viselkedések. Már nem lehet olyan élesen elválasztani az on-stage és az off-stage szituációkat és viselkedéseket. Mindennek következtében megváltozik az adekvát viselkedés fogalma. Az elektronikus média kombinálta a korábban elválasztott társadalmi szituációkat, a köz és a magán közötti határvonalat a magán felé tolta el, és gyengítette a viszonyt a társadalmi helyzetek és a fizikai terek között. Következésképpen teljesen szétrombolódott az a logika, amely a nyomtatás-orientált társadalomban a viselkedés szituációs mintáit jellemezte.⁷

Meyrowitz a társadalmi szituációk új koncepcióját alkotja meg, amely magába foglalja a fizikai tereket, de a média „információs setting”-jét is. A szituációkat információs rendszerekként definiálja. Miközben a telekommunikáció technikai lehetőséget kínál a tér-idő korlátok meghaladására, a bekövetkező határeltolódások miatt radikális változásokat okoz a résztvevők társadalmi helyzeteiben. A sajtóval ellentétben nem fenntartja a társadalmi szegregációt, hanem aláássa, azáltal, hogy olyan infrastruktúrát hoz létre, amely lehetővé teszi a különböző társadalmi csoportok számára „közös információs környezet” kialakítását. Az elektronikus tömegkommunikáció Meyrowitz szerint lerombolja a fizikai helyek és a társadalmi tér közötti addig érvényes megfelelést. A fizikai tér hozzáférhetőségét is megváltoztatja, azáltal, hogy szemléletes, színes, mozgó képeken olyan távoli helyeket és ott zajló történéseket mutat meg a közönségnek, amelyhez az egyébként soha nem férhetne hozzá. Ezáltal létrehoz új, a valódihoz, élőhöz hasonlító, azzal szinte összetéveszthető élményeket és

tapasztalatokat. Mivel a közönségek és a nyilvánosságok összekeverednek, a szerepek is elkezdnek egyre jobban hasonlítani egymáshoz. A társadalmi identitást már nemcsak egy tér-idő setting fogja meghatározni (a saját szociokulturális csoport), hanem erőteljes befolyással lesz rá más csoportok nyilvánosságából „ellessett” identitása, amelyet a tömegkommunikáció perszonalizált, aktualizált, érzelmekkel, egyéni példákkal szőtt át, vagyis könnyen elsajátíthatóvá, átélhetővé tett. A folyamat következménye az identitás-decentralizáció. Meyrowitz mind az identitások megváltozásának, mind a szocializációs folyamatok megváltozásának, mind pedig a kisimuló hierarchiák megváltozásának terén kimutatja az elektronikus média jelentős hatását. Mindezek a változások a nyilvánosságot más perspektívába helyezik. A *köz/magán határ feloldódása* a nyilvánosságban az egész nyilvánosságot egyre inkább a magánszféra felé tolja el. A mediatisztált kommunikációk egyre jobban hasonlítanak a face-to-face interakciókra, és a különböző szituációkban, a különböző szélességű nyilvánosságokban adekvát viselkedés szabályai összekeverednek.

A sokcsatornás tömegkommunikáció elterjedésében Meyrowitz a nyilvánosság kiszélesedését, ténylegesen publikussá válását látja. „... Az információ sok típusa, amely technikailag publikus volt a nyomtatott kultúrában, ám gyakorlatilag nagyrészt hozzáférhetetlen a lakosság széles rétegei számára, most valóban hozzáférhetővé vált az emberek nagy része számára az elektronikus médiákon keresztül” (Meyrowitz 1998: 8).⁸ Itt a nyilvánosságnak egy, a Habermas által vizsgált demokratizálódási, kiterjedési folyamathoz hasonló, újabb demokratizálódási, kiterjedési folyamatát ragadja meg Meyrowitz, amely a Habermas által leírthoz hasonló strukturális változást indukál.⁹

A köz/magán határvonal eltolódása és az erőteljes konkurencia hatására a nyilvánosság már a sokcsatornás média korszakában jelentős változásokon megy keresztül, ezek közül a legfontosabbak a közönség fragmentálódása, a magántémák megszorodása, a szórakoztató funkció eluralkodása, a kritikai funkció gyengülése. Már ebben az időszakban felvetődik a nyilvánosság reprezentációjának átalakulása, vagyis az a kérdés, hogy vajon egy nyilvánosság létezik-e, fenntartható-e az egyetlen és egységes nyilvánosság tételezése. A tömegkommunikációs média harmadik szakaszában, a kiber-média elterjedésekor ez a kérdés még határozottabban előtérbe kerül.

A harmadik, a *kiber-média korszakára* az új információs és kommunikációs technológiák, az új médiák gyors térhódítása a jellemző. A fejlődés minden korábbi korszakhoz képest felgyorsul és teljesen új távlatokat nyit. Új rögzítési és adatkezelési technikák jelennek meg, új kommunikációs eszközök terjednek el (fax, mobiltelefon, DVD, interaktív televízió, elektronikus levelezés és Internet). Megjelenik a digitális információkezelés technológiája, amely sok szempontból forradalmasítja a kommunikációt, azonos típusúvá téve a kommunikációs eseményeket, függetlenül attól, hogy milyen tartalmakat, milyen műfajokat érintenek. A hálózati kommunikáció pedig soha nem látott gyorsasággal teszi lehetővé a tömeges és nagy távolságot áthidaló mindenfajta kommunikációs esemény lefolytatását. Ennek a változásnak a következményeképpen az információs társadalom teoretikusainak többsége nagy reményekkel tekint az új információs és kommunikációs technológiák által megváltoztatott nyilvánosságra. Az interaktivitás technológiai lehetőségének megjelenésétől sokan a közönség aktivitásának megnövekedését, egy új minőségű, tömeges aktivitásra épülő nyilvános kommunikációs szféra megjelenését várják.

Milyen a társadalmi kommunikáció a kiber-média korszakában? Az új információs és kommunikációs technológiák által létrehozott változások jelentőségét számos kutató a nagy történelmi változásokhoz méri (Horányi 1997).¹⁰ Erőteljesen felértékelődik a tudás és az in-

formáció értéke a társadalomban. Ezt a fejlődési szakaszt a szakirodalomban információs társadalomként definiálják, annak elismeréseképpen, hogy az információ fontossága a társadalmi valóság minden területére jellemző.

Yonej Masuda (1980) utópiától sem mentes elemzése szerint az információs társadalomra az elektronikus hálózatok kiterjedt használata a jellemző. A gazdaságban jelentősen megnő az információs szektor mérete és jelentősége, felértékelődik a tudás és a korábbi társadalmak hierarchiái helyett az információs társadalmakat a horizontálisan felépülő intézmények jellemzik. A témával foglalkozó kutatók egy része a részvételi demokrácia újrajmegjelenésének esélyét látja az információs társadalomban. Mások, például Frank Webster (1995) vagy Krishan Kumar (1995) szerint a technológiai változások nem hoznak létre új társadalmi formát, csak a működő ipari társadalmak alkalmazkodásának új feltételeit teremtik meg.

Az információs társadalomról az eddigi legteljesebb elemzést Manuel Castells híres munkájában találhatjuk (M. Castells: *The Information Age: Economy, Society and Culture* 1996–97). Castells abban látja a társadalmi változások jelentőségét, hogy megváltozik a termelési forrás: az információs társadalomban az információ és a rá épülő tudás válik a legfontosabb erőforrássá. Így a tudás termelése, az információ előállításának és továbbításának technológiája válik a termelés legfontosabb elemévé, a további fejlődést kiváltó mozgatórugóvá. Castells szerint ezt a változást a globalizáció és a digitális forradalom követelte ki és tette lehetővé. A hálózat egyre fontosabb szerepet kap a társadalmi kapcsolatok szerveződésében, a társadalmi tevékenységek egyre szélesebb köre épül rá a hálóra és válik a háló által szervezetté. A hálózati kommunikációban részt vevő közönség azonban Castells szerint egyre jobban diverzifikálódik és szegmentálódik, hiszen az individuumok kommunikációs aktusait, médiafogyasztásukat, a hálózathoz való kötődésüket egyéni szükségleteik szerint alakítják. De Castells ebben a folyamatban két radikálisan elváló közönségcsoport kialakulását feltételezi. Az individuális választás, az aktív részvétel csak a közönség kompetens, privilegizált csoportjainak tagjait jellemzi, ők élnek az új technológiák adta szabadsággal, a „computer mediated communication” (CMC) lehetőségeivel. Őket nevezi Castells interaktívoknak. A területileg, társadalmilag, kulturálisan stb. hátrányos helyzetű másik csoport, a nem interaktív csak az egyre kommercializálódó, fogyasztásra orientáló, szórakoztató médiák által nyújtott, egyéni kreativitást, részvételt nem igénylő kommunikációs események befogadjává válik.

Bár az információs társadalommal foglalkozó kutatók által rajzolt képek a jövő – a közeljövő – társadalmáról nagyon eltérőek, mint ahogy az említett néhány szerző felfogása alapján is látható, a változások jelentőségének értékelésében, a tendenciák azonosításában általában egyetértenek. Az új információs és kommunikációs technológiák fejlődése, a komputer által szervezett kommunikáció elterjedése, a digitális kommunikáció és a háló megjelenése folyamánként a társadalmi kommunikáció diverzifikálódik, súlya és jelentősége megnő.

Az információ felértékelődéséből és az új információs és kommunikációs technikák elterjedéséből következően jelentős változások várhatók, illetve jelentek már meg mind makroszociológiai szinten (a társadalmi szerkezet átalakulása a foglalkozási szerkezetben létrejött eltolódások miatt, a centrumperiféria viszony átalakulása mind nemzetközi, mind pedig társadalmi méretekben, a szükséges tudás mennyiségének megnövekedése és szerkezeti és tartalmi átalakulása), mind pedig a kultúra fogalma és a nyilvánosság felfogása tekintetében. A nyilvánosság fogalma egyre inkább differenciálódik, a korábbi nemzeti-társadal-

mi szint fölött kiterjed a globális síkra is, mivel jelentősen, nagyságrendileg megnő a korábban elsődleges érvényességgel rendelkező (nemzeti, regionális, lokális) vonatkoztatási kereteken túllépő kommunikációs események lehetősége és aránya.

Az elektronikus hálózatokon folyó kommunikáció által megváltoztatott kommunikációs világban több kutató egy új, demokratikus, aktív nyilvánosság lehetőségét látja, mert erre a nyilvánosságra számos olyan kritérium jellemző, amelyeket a korlátozatlan nyilvánosság feltételeiként tartanak számon. Jellemző a hálózati kommunikációra, hogy nincs központja, és nincs olyan irányító, szabályozó testülete, vagy intézményei, amelyek bármilyen módon is korlátozni tudnák a tartalmat vagy a hozzáférést. Bár létezik egy szakemberekből álló önkéntes bizottságok szaktanácsai alapján dolgozó szövetség (az Internet Society), amely a felmerülő problémákat, szabványügyi kérdéseket megvitatja, de nincsen egy kötelező, formális szabványrendszer. Az Internethez való hozzáférés szabad, a benne való közlekedés, a bejárható utak, az elérhető és közölhető információk meglehetősen szabadok és korlátozatlanok, és a viselkedési mód, a nyelvhasználati szabályok is rendkívül liberálisak, „ön szabályozók”.

Az így kialakuló új nyilvánosságban hallatlanul megváltozik a kommunikációs események hozzáférhetőségét korlátozó térbeli elhelyezkedés súlya, a kommunikációs helyzet térben való lokalizáltsága. Ha a korábbi korszakokat vesszük figyelembe, a lokalizáltság, a térhez kötöttség folyamatosan csökkent: a szóbeliség kultúrájának korszakában térben nagyon kötött volt a kommunikáció, ott kellett lenni a helyszínen, részt kellett venni a kommunikációs szituációban ahhoz, hogy hozzá lehessen férni a kommunikációhoz. Az írás elterjedésével a lokalizáció, a térbeli kötöttség jelentősen csökkent. Az írott szöveg, bár korlátozottan, de szállítható, másolható. Ezáltal térben és időben kiterjed, kitolódik a kommunikációs szituáció. Adónak és vevőnek már nem kell ugyanabban a hic et nunc interakciós helyzetben lennie. A nyomtatás ezt a kötöttséget még jobban feloldotta. Az elektronikus kommunikáció időszakában a térbeli kötöttségek a korábbiaknál is jobban lazulnak, a fotó, a hangfelvétel, a film, a videó sokszorosítása, szállítása, sugárzása stb. technológiailag még korlátozatlanabb és egyszerűbb. A hálózaton keresztül pedig egészen lecsökken a kommunikáció és az információ térbeli elhelyezkedésének jelentősége. (Be lehet lépni nagy könyvtárakba vagy adatbázisokba, a világon bárhol létező, a hálózaton lévő üzenet hozzáférhetővé válik.)

Ugyanez a tendencia mondható el a kommunikációs események időbeli elérhetőségéről. Míg az orális kommunikáció idejében az idő, a térhez hasonlóan meghatározó tényező volt a hozzáférés tekintetében (kötve volt az információhoz való hozzáférés a kommunikációs szituáció hic et nunc paramétereire), már az írás, majd még inkább a nyomtatás által lecsökkent az idő meghatározó ereje, azt is mondhatnánk, hogy a kommunikációs szituáció időben elnyúlik, időhatárai feloldódnak, mint ahogy a tér korlátai is. Az elektronikus kommunikációs eszközök elterjedésével, a rögzítési technikák erősödésével az időtől való függetlenedés tendenciája felerősödött. A hálózat még könnyebben feloldhatóvá tette az időbeli korlátokat. Hallatlanul lecsökkent az információhoz való hozzájutás, a kommunikációs aktusok elérésére fordított idő mennyisége is.

Az előbbi változásokkal egyidejűleg jelentős mértékben megnőtt az információt elérő felhasználók száma. Már az írásbeliség megjelenése is a közönség nagymértékű kiterjedését jelentette, még inkább erősödött ez a tendencia a nyomtatás, majd az elektronikus kommunikációs eszközök megjelenésével. A hálózat még jobban megnövelheti az egyes kommunikációs aktusokhoz hozzáférő közönség kiterjedését, miközben azt is lehetővé teszi, hogy a

legpontosabban, a legszemélyreszólóbban juthassanak hozzá a résztvevők az egyes információkhoz, vagy kommunikációkhoz¹¹. Mint ahogy az eddigi kommunikációs forradalmak esetében, a Hálónál is lehetőség van mind a nyilvános, tömegekhez szóló kommunikációs események egyre gyorsabban és pontosabban történő elérésére, mind pedig a személyes, nem nyilvános üzenetek egyre gyorsabb és pontosabb eljuttatására, vagy elérésére¹².

A hálózati kommunikáció következtében annyira megnövekedtek a hozzáférés lehetőségei, hogy éppen a hozzáférés esetenkénti korlátozására, vagyis a magánszféra, a *privacy* védelmében mesterséges gátakat kell az elérhetőség elé állítani, például jelszavak, titkosítás eljárások formájában.

Nagyon radikális változások zajlottak le maguknak az üzeneteknek a szerkezetében, jellegében. A korábbi kommunikációs forradalmak során a nyelvi formában kódolt üzenetek legjellemzőbb struktúrája a lineáris szerkezet volt, ám a fejlődés különböző szakaszaiban a linearitás egyre komplexebbé és differenciáltabbá vált. Az új kommunikációs technológiák által meghatározott kommunikációs szférára azonban a lineáris jelleg feloldása a jellemző. Bár már az írott és a nyomtatott kommunikációs korszakban is volt lehetőség nem lineáris üzenetek létrehozására¹³ (például egy szótár, enciklopédia stb.), és ez a tendencia csak erősödött az elektronikus kommunikációs eszközök megjelenésével, a radikális változást ebből a szempontból a hypertext¹⁴ (Bush, W. 1945, Nelson T. 1964) és ismét csak a háló megjelenése jelenti.¹⁵ Itt már olyan kommunikációs aktusok, szövegek, diszkurzusok jöhetnek létre, amelyek bonyolult mélystruktúrákkal rendelkeznek, hivatkozások szerteágazó rendszerét használják, és a felhasználók igényei szerinti elsajátítást, bejárást tesznek lehetővé. Ez a strukturális komplexitás a korábbinál sokkal nagyobb kommunikációs szabadságfokot enged meg. Az új információs és kommunikációs technológiák nagymértékben megváltoztatják a közönség, a felhasználók befogadói attitűdjeit is. Míg az szóbeli, az írott és a nyomtatott kommunikáció korszakában a kommunikáció aktív befogadást tételezett a közönség részéről, elsősorban az elektronikus kommunikációs eszközök idején háttérbe szorult az aktív befogadás és gyengült az alkotó fantázia szerepe. Az új kommunikációs eszközök által létrehozott virtuális valóság ezt a tendenciát megváltoztatja, az aktivitás, a fantázia mind a befogadásban, mind pedig, és különösen az üzenetek létrehozásában előtérbe kerül. A kiber-média korszakban létrejövő egyik legfontosabb változás éppen az aktív részvétel, a sokcsatornás tömegkommunikáció által háttérbe szorított interaktív kommunikáció újra növekvő arányban való megjelenése, a visszabeszélés, a szabad véleménykifejtés és a kreativitás súlyának megnövekedése.

A digitális és a hálózati kommunikáció megjelenése több szempontból is megváltoztatja a nyilvánosság szerkezetét. A kommunikáció eddigi összes formáját integrálja a legkisebb interakciós kommunikációs helyzettől a legerőteljesebben mediatiszt, tömegkommunikációs helyzetekig. A hálózati kommunikációt egyes jellegzetességei a nem nyilvános kommunikációs szférához kötik (például az a tény, hogy a levelezéshez, vagy a telefonbeszélgetéshez hasonló, korlátozott hozzáférésű magán kommunikációs események folytathatók benne, hogy interaktív, hogy különböző témák köré rendeződő kis, nem nyilvános csoportok szerveződhetnek benne), míg más ismérvei alapján azonban a tömegkommunikációhoz sorolódik (a weben szinte nincs korlátozás a hozzáférést illetően, a rendszer nyitott, mediatiszt stb.). A háló használatának terjedése folytán egyre nagyobb a nyílt kommunikációs rendszerek súlya, sőt a régi kommunikációs eszközök is belépnek egy integráltabb rendszerbe (multimédia). A digitális kommunikáció és a háló a legkülönbözőbb információtároló és -továbbító technológiákat egyesíti: hang-, kép-, adat- és mozgófilm-technológi-

ák egyszerre kezelhetők, egy közös integrált médian belül. Ennek alapján várható, hogy átalakulnak, újrendeződnek a társadalom kommunikációs szokásai és átstrukturálódik a nyilvánosság. Megváltozik a kultúra fogyasztásának, befogadásának módja, mivel a kultúra hozzáférhetősége is átalakul. A különböző kulturális műfajok és formák egy közös integrált kommunikációs rendszerbe foglalva egymással is új típusú viszonyba kerülnek.

Radikálisan megváltozhatnak az egyes emberek, illetve különböző társadalmi csoportok közötti kapcsolatok, és mivel az új információs és kommunikációs technológiák elterjedése következtében, a hálózat kommunikációs nyitottsága jelentősen megnövelheti a kapcsolattartás és -teremtés esélyeit (mind az erős, mind pedig a gyenge kötések értelmében, Angelusz 1999), létrejöhetnek új típusú, a hálóra jellemző kapcsolati formák és megnövekedhet általában a különböző típusú kommunikációs események nagyságrendje, sűrűsége. Kialakulhatnak egy-egy témához, ügyszökhöz kapcsolódó, többé-kevésbé stabil, szűk vagy széles kommunikációs közösségek (Luhmann 1971), amelyekben a téma iránti érdeklődés kapcsolja össze a kommunikációban egyaránt aktív partnereket¹⁶. Mindez egy nyitottabb, aktívabb, a konszenzusteremtés kommunikatív módjai iránt fogékonyabb társadalom lehetőséget vetíti előre és megteremti az esélyt a közös jelentések és interpretációk állandóan működő, folyton finomodó kidolgozásának.

A helyhez kötöttség fokozódó gyengülésének, a lokalizátlanságnak a következtében ismét megváltozhat, megváltozik a *publikus/privát* opposíció. A háló egyre növekvő arányban teszi lehetővé a távmunkát, és ez meg fogja változtatni a munkahely/otthon viszonyt is, hatni fog a különböző társadalmi csoportok életmódjára, napi időbeosztására, a város és a vidék viszonyára. A hálózati kommunikáció fejlődése előreláthatólag az ipar és a kereskedelem szerkezetét és működési módját is megváltoztatja, és átalakulhat, új fázisába léphet az a radikális strukturális változás, amely a tömegtermelés, a tömegkultúra, a kultúr-
ipar fejlődésében korábban megjelent (Horkheimer–Adorno 1990)¹⁷.

Az információ és a tudás egyre növekvő szerepe következtében megváltoznak a társadalmi egyenlőtlenségi viszonyok, mivel átstrukturálódnak a források is. Egyre inkább elmondható, hogy a társadalmi hatalom az információ feletti hatalomtól függ. A tudás és a kommunikációs eszközök gyors változása következtében megváltozik az analfabetizmus jelentése, tartalma is. A szükséges minimális társadalmi tudás kategóriája gyorsan bővül, és egyre inkább kiterjed az új kommunikációs eszközök használatának ismeretére is. Tovább differenciálódhat az egyes társadalmi csoportok kompetencia-különbsége. Mindez jelentős változásokat idézhet elő a társadalmi struktúrában. Átrendeződhet a különböző társadalmi csoportok egymáshoz viszonyított helye és súlya, és nőhet a szakadék a kommunikációhoz hozzáférők és az abból kizártak között egy adott társadalmon belül. Hasonló módon átrendeződés várható az egyes országok között is a centrum/periféria viszonyban. A korábban már meglévő hátrány még növekedhet is azáltal, hogy egész társadalmak, teljes régiók lesznek, vagy lehetnek kizárva a globális kommunikációból. Ám az a helyzet is előállhat, hogy a periférián lévő társadalmaknak csak az élite fog csatlakozni és felzárkózni a globális nyilvánossághoz, evvel még mélyebb szakadásokat teremtve az adott társadalomban.

Az információs társadalom kialakulása, a globális kommunikáció erősödése, a nyilvánosság szerkezeti átalakulása számos új kérdést vetnek fel, melyeket csak mostanában kezdenek vizsgálni a kutatók. E korszakos változásoknak egyelőre csak tendenciáit tudják felvázolni. Az már most egyértelműnek látszik, hogy várható a horizontális kommunikációs kapcsolatok számának és arányának növekedése. Sokan jelzik előre a nyilvánosság demokratizálódását, amelyet az információkhoz való gyorsabb és könnyebb hozzáféréssel, vala-

mint a háló által kiváltott aktív kommunikációs attitűdök újraelterjedésével magyaráznak. Ugyanakkor számos problémát is felvet a megváltozott helyzet (etikai problémák, új viselkedési és kommunikációs minták, a köz és a magán határainak újradefiniálása, mindkettő jogilag megalapozott védelme stb.). Újra kell definiálni és szabályozni, méghozzá nemzetközi méretekben, a szerzői jog, az adatvédelem, az információhoz való jog, a személyiségi jogok egész kérdéskörét.

A digitális, a hálón elérhető, integrált kommunikációs rendszerbe szerveződő kultúra megjelenése is számos új elméleti és gyakorlati problémát vet fel. A háló erőteljesen hozzájárul a kultúra dematerializálódásához. A digitális tárolás és hozzáférhetőség következtében a kultúra egésze egyetlen multimédia szöveggént fogható fel. Megváltozik a befejezettség fogalma is: egy hálón lévő mű nyitott és védtelen minden átalakítással szemben. Bárki átirhatja, átfestheti, retusálhatja, felhasználhatja stb. az eddig már befejezettnek tekintett szövegeket, műalkotásokat. A multimédiás „szöveg” ennél fogva ezentúl egy eseménytörténeti kategóriákkal leírható egységgé válik egy intertextuális térben, amellyel szemben állandóan felvethetők szerzőségi problémák is. Az írott és a nyomtatott, de még az elektronikus kommunikáció világában is éles különbség elhalványul a szerző (auctor) és a felhasználó, interpretáló (commentator) közt. Ez a különbség elhalványul a digitális technológia által létrehozott új aktív hozzáférési szabadság következtében¹⁸.

A kulturális alkotásokra, a létrejött szövegekre, diszkurzusokra egyre jellemzőbb lesz a hypertext-struktúra, vagyis az utalások, vendégszövegek stb. labirintusszerű építkezése. A szövegek belső struktúrája jóval komplexebbé és bonyolultabbá válik. Gyökeresen megváltozik a kontextus fogalma is, annak a széles nyelvi környezetnek a fogalma, amely az egyes szövegeknek, diszkurzusoknak a keretét, környezetét alkotja. Általánossá válik a nem-lineáris szerkezet, amely a befogadó egyéni aktivitását hívja elő, hiszen nincs egy kitüntetett út a teljes szöveg bejárására. Ezáltal új megismerési stratégiák jöhetnek létre.

Az új információs és kommunikációs technológiák várhatóan átalakítják a kommunikációs lehetőségeket és szokásokat, és megváltoztatják a nyilvánosságot. Ám a változások több irányba mutatnak, és ma még nehezen megítélhető az eredményük. Már ma látható, hogy a társadalmi kommunikáció lehetőségei javulnak és sűrűsödnek, az aktív kommunikációs attitűdök erősödnek, és ezek a változások egy nyitottabb, szélesebb nyilvánosság képét vetítik előre. A kommunikációs csatornák szaporodása, a kommunikációs kapcsolatok számának növekedése, az egyénileg választható elérési és befogadási utak lehetősége egy jobban informált, megbízhatóbb adatokkal dolgozó, aktívabb közönség kialakulását teheti lehetővé. Megerősödhet a civil társadalom, megnövekedhet a társadalom különböző csoportjai közötti kommunikáció, csökkentve a szegregációt, a kizárás, az előítéletek előfordulását. Lehetővé válik a széles közönség aktív részvétele a közös értelmezések, interpretációk, a konszenzusok kidolgozásában. Hozzáférhetővé válnak olyan intézmények, amelyeknek civil kontrollja csak nehezen képzelhető el e nyitott kommunikációs rendszer nélkül. Az a tény, hogy könnyebben és gyorsabban elérhetők az információk, növelheti a civil társadalom kritikai potenciálját, a hatalom, az intézmények kontrolljának a lehetőségét. A téma egyes kutatói által prognosztizált változás egyik iránya tehát a nyitottabb, demokratikusabb társadalom, informált és aktív, a döntéshozatalban résztvevő állampolgárokkal.

Ugyanakkor fennáll az ellenkező irányú változások esélye is. A köz/magán határvonal erodálódása következtében radikálisan összekeveredhetnek a lényeges közügyek a közérdeklődésre számot tartó, de a magánszféra kitergetéséből származó ügyekkel. A média szórakoztató funkciója elnyomhatja, háttérbe szoríthatja az információs, az aktív kommuni-

kációs funkciót (hiszen a szabadidő nem növekszik jelentős mértékben, így az időkorlátok szorítása erősödik), vagy azt csak szűk rétegek számára elérésére tarthatja fenn, ezzel is növelve a társadalmi törésvonalakat. A megnövekedett kompetenciaszükséglet ugyanezt a hatást erősítheti, nincsen biztosítva az, hogy az új kompetenciák és az új, kétségtelenül megnövekedett szintű jártasságok, amelyekre az új kommunikációs eszközök aktív használatában szükség van, egyenlően, vagy valamennyire is igazságosan oszlanának meg a társadalomban, csökkentve a társadalmi különbségeket.

Nem elhanyagolható szempont az új média regisztrációs kapacitása sem. Az információs technológia fejlődése következtében az állampolgár mindennapi cselekvése folyamán egyre több regisztrálható személyes nyomot hagy hátra, amit felvesznek, tárolnak és kezelnek, osztályoznak, és amelyekből fontos adatbázisokat építenek fel. Ez a fajta információ régen a magánélet része volt, a média nem rendelkezett megfelelő regisztrációs eszközökkel, most ezek az adatok hozzáférhetővé válnak kommersziális és politikai célokra. Látszólag az egyénnek egyre növekvő autonómiája és növekvő szelekciós szabadsága van, miközben egyre erősödő kontrollnak van kitéve. Egyelőre nincs hatékony védelem az új információs és kommunikációs technológia által létrehozott regisztrációs lehetőségek ellen, nincs civil kontroll az így összegyűjtött információk tárolása, terjesztése és felhasználása fölött, a magánszféra határai rendkívül átjárhatókká, sérülékennyé válnak.

A HIERARCHIKUS NYILVÁNOSSÁGOK ELMÉLETE (JOHN KEANE)

A nyilvánosságról szóló legújabb kutatások, a Habermas normatív elméletével foglalkozó kritikai irodalom és az új információs és kommunikációs technológiák által megváltoztatott kommunikációs szférában szerzett tapasztalatok alapján egyre általánosabbá és elfogadottabbá válik a nyilvánosság egy új reprezentációja. Egyre több kutató, elméletalkotó látja úgy, hogy az államilag strukturált és területileg meghatározott nyilvánosságok ideje lejárt, átalakulóban van a nyilvánosság fogalma, a nyilvánosság szerkezete. Kialakulóban van egy területhez és államhoz nem kötött, erősen fragmentált és hierarchizálódott nyilvánosságszerkezet. A megváltozott médiahelyzetben háttérbe szorult a nyilvánosság hagyományos ideálja, a nyelvileg és területileg meghatározott kritériumok által behatárolt „állampolgárok republika”, ahol a „közjó” érdekében cselekszenek. Az egységes nyilvánosság fogalma helyett a nyilvánosságról alkotott kép egyre inkább nyilvánosságok egymást átfedő, különböző kiterjedésű mozaikja, vagy hierarchikus szerkezete.

A különböző kiterjedésű nyilvánosságok kialakulását John Keane történeti folyamatnak tekinti (Keane 1995), amelynek első három fázisa során alakult ki a nyilvánosság Habermas által kifejtett fogalma, ám ez a fejlődés később egy mély válságba torkollott, amelynek során a korábbi nyilvánosság-fogalom tarthatatlanná vált és átalakult az újabb fejlődés következményeképpen.

Keane a három, egymásba érő fázist különböztet meg a klasszikus nyilvánosság és partnerfogalmainak kialakítása, finomítása és popularizálása során.

(a) A fogalom kialakulásában jelentős szerepet játszott az emancipálódó polgárság harca az európai despotikus uralmak ellen. A nyilvánosság fegyver a sajtószabadság és a köz által birtokolt különböző szabadságok kiharcolásakor. Az így létrejövő nyilvánosság nor-

matív ideálja: lehetőség az állampolgárok számára identitásuk megteremtésére az állam hatalmának árnyékában. Keane egyetért Habermassal abban, hogy az így kialakuló nyilvánosság a római (és görög) modellre alapozódik. Jövőképe egy hadsereg, erőszak, klerikalizmus és önző hatalmi érdekek nélküli világ. A nyilvánosság ebben a fázisban republikánus és kritikus, a „public virtue” (Anglia) és az „opinion publique” (Franciaország) fogalmára alapozódik, ideáljai a közszellem, a jog uralma, a közös kormányzás, valamint a párt és a frakció véleményuralma alól való felszabadulás. Funkciója a közérdek védelme az uralkodók magánérdek vezérelte döntései ellen.

(b) Keane szerint a második fázisban a nyilvánosság a modern kapitalista gazdaság egyre növekvő befolyása és dinamizmusa miatt kritikai élet a gazdasági monopóliumnak a termelés és fogyasztás fölött gyakorolt egyre nagyobb hatalma ellen fordítja. Ebben a fázisban a döntő cél, hogy a gazdasági befolyással szemben védeni kell az élet olyan területeit, amelyek nem profitorientáltak. Keane például a 20. századi német fejlődésben mutatja ki a nyilvános szféra védelmének fontosságát, amikor a különböző testületek a „közvéleményt” a saját érdekükben használják ki¹⁹ (Keane 1984). Keane egyetért H. Arendttel (1960²⁰) és J. Habermassal (1962) is abban, hogy a gazdasági érdek, a konzumerizmus által erodált nyilvánosságban elveszett a nyilvános élet, amely addig lehetőséget adott az állampolgároknak, hogy egymással beszéljenek és meghatározzák együttélésük szabályait. A második fejlődési szakaszban a kultúrát kritikusan vitató olvasó közönséget felváltja a kultúrafogyasztó tömegközönség.

(c) Az első két fázis az állampolgárok számára elérhetetlen territóriálisan definiált államhatalom, illetve a szervezett piaci kapitalizmus érdekevezérltségének problémáját veti fel. A harmadik fázisban ezek mellé újabb problémaként megjelenik a nyilvános szférának a közszolgáltatás fogalmához kapcsolódása. Keane Nicolas Garnham és a kommunikációkutatók Westminster iskolájának más tagjai (P. Scannel, stb.) nézeteivel vitatkozik, akik szerint a nyilvánosság az állam és piac között lévő „public sphere”, olyan hely a racionális és univerzális politika számára, amely elkülönül mind az államtól, mind a gazdaságtól. Ennek a normatív funkciójú térnek a garanciája a közszolgáltatási médiamodell, amely közvetíti és kiegyensúlyozza az állami és a korporatív hatalmat, és amelyet sem profit maximalizálás, sem hatalom maximalizálás nem vezethet. A közszolgáltatási média teoretikusai szerint ennek mai megvalósulása nem tökéletesen követi Habermas ideálját, de lehetővé teszi minden állampolgár számára a hozzáférést a magas szintű kultúrához és megakadályozza, hogy a médiaipar csak bizonyos szükségleteket elégítsen ki. Szerintük a piaci logikájú média lecsökkent a nyilvánosan mondható dolgok skáláját. Hatására a nyilvánosságot ellenőrző intézmények száma csökken, és a társadalomban teljesen egyenlőtlen hatalmi viszonyok alakulnak ki. A média kultúratermelési mechanizmusai úgy működnek, hogy a társadalomban domináns csoportokat képviselő, és ráadásul elsősorban anyaországi vállalatok állítják elő a fogyasztható kultúrát és az alárendelt, perifériális identitásokkal rendelkező közönség meg van fosztva attól, hogy kritikailag nyilvánuljon meg e folyamatokkal szemben. Ezért tartja fontosnak számos teoretikus a Westminster iskolán kívül is, a közszolgáltatási médiák védelmét, és a közszolgáltatás állami adókból történő központi finanszírozásának garantálását.

Keane a Westminster iskola tagjaival vitatkozva elismeri ugyan a közszolgáltatási média által nyújtott előnyöket: azt, hogy plasztikusan bemutatja a piaci retorika és gyakorlat korlátait, hogy fél évszázadon keresztül a közszolgáltatás fogalma csökkentette a média konzumerizmusát, és gátját szabta a szórakoztatás és a kiüresedés extrém megvalósulásának. Bár a mindenki számára elérhető, kevert programú közszolgáltatási médiáról szóló elkép-

zelések súlyos technikai és pénzügyi problémákkal járnak, de ez a modell fenntartotta a közszellemet, kitágította az állampolgárok világlátását és fenntartott egyfajta közéletet. A különböző nemzeti szabályozások bevezetése lehetővé tette a kiegyensúlyozást a reklámmennyiség, a politikai hozzáférés, a kiegyensúlyozott hírszolgálat és a szórakoztatás témájában. Keane elismeri, hogy a közszolgáltatási média legitímálta egyszerű állampolgárok megjelenését, a vernakuláris stílust, az állampolgárok vetélkedését és bizonyos magán-cselekedeteik, életmódjuk és szórakozási formáik megjelenítését. Ugyanakkor éles kritikával illeti Garnham elméletét, mert egy 17–18. századi ideált próbál egy 20. századi gyakorlattal ötvözni, miközben az sem bizonyítható, hogy a közszolgáltatási média a fénykorában valóban a racionális és univerzalizisztikus politika célját és gyakorlatát valósította meg. Keane szerint a közszolgáltatásigot zászlajukra tűző kutatók nem veszik figyelembe azt a tényt, hogy a nyilvános vita fennmaradt a piac által dominált médiában is. Véleménye szerint a jelenkori közszolgáltatási média súlyos problémákkal terhes és ezért vészes stratégia a nyilvánosság ideálját egy krízisben levő intézményhez kötni. A krízis okát a közszolgáltatási média identitásválságában látja. Amerikában már régóta bizonytalanság uralkodik a finanszírozás, a legális státus és a közszerep fogalma tekintetében, ám Európában még szélesebb a válság, mert a régi demokráciákban a reprezentáció problémája is felmerül a közszolgáltatási médiákkal szemben.

Keane különösen három alapvető tényezőt emel ki a közszolgáltatási média válságának okai közül.

- Az előfizetési díjakból származó és központosítva szabályozott, egyre gyengülő finanszírozás gyengíti egy erős közszolgáltatási média kilátásait, szemben a deregulációt támogató kritikussal, akik számára a sajtószabadság a reklám és a piaci verseny által valósul meg és felszabadítja a magán médiatulajdonosokat az állami felügyelet alól. Ugyanez a finanszírozási gyengeség lehetetlenné tette, hogy a közszolgáltatási média részt vegyen az új technológiák kidolgozásában és bevezetésében (teletext, szatellit), tehát kívül rekedt a gyorsan fejlődő telekommunikációs versenyből. Mindez behajszolta a közszolgáltatási médiát a koprodukciókba, önprivatizálásba, és más hasonló helyzetekbe, amelyek csak tovább erősítették a deregulációs érveket.
- A létező közszolgáltatási médiáknak szembe kell nézniük legitimációs problémákkal is. A közönség nem érzi reprezentatívnak a kiegyensúlyozás, a minőség, az univerzalizálás standardjait, amelyeket a közszolgáltatási médiák védeni és képviselni akarnak. A közszolgálat alkalmazottai azért kerülnek válságba, mert fokozatosan felismerték a közönségizlés fragmentáltságát és érzik, hogy nem lehet kielégíteni a közvéleményt és a közízlést teljes szélességében. A kielezett konkurenciaharcban a közszolgáltatási médiaszereplők elkezdnek úgy működni, mint a „public experience” akkreditált képviselői, ám mindezek a problémák csökkentik a közszolgáltatási média legitimitását, még kiszámíthatatlanabbá teszik a közönség ízlését, és egyre jobban elfogadtatják a közönség fragmentálódó csoportjaival a kommersziális médiaformákat.
- A technológiai fejlődés megszüntette azt az érvet, hogy a létező spektrum szűkössege folytán a közszolgáltatási média az adott nemzetállamon belül természetes monopóliummal bír. A közszolgáltatási média most már a sokcsatornás környezetben a magán médiákkal van versenyben. Eközben a közszolgáltatásban mélyen gyökerező tért metafora is megkérdőjeleződik: az integrált „public sphere”-ben aktívan cselekvő állampolgárok egy szuverén nemzetállam által őrzött és definiált területhez tartoztak, amely maga is hasonló territóriális módon definiált nemzetállamok rendszerébe tartozott. Ez a korábban stabilnak látszó rendszer bomlott fel a globalizáció hatására.

Meggyengültek tehát mindazok a korábban biztosan megalapozott érvek, amelyek megalapozták a média funkcióját a parlamenti demokráciákban: hogy felkelti és fenntartja egy adott területen belül a közéletet, az egész nemzetet szolgálja, megteremti a nemzeti egységet csoportok, régiók, osztályok stb. között, lehetőséget ad nekik a részvételre, átélhetik a nagy nemzeti eseményeket és élményeket, az országhoz, a közösséghez tartozást. A média által biztosított nyilvános térben az egész nemzet beszélhet saját magával, evvel is megteremtve a kohéziót, a közös identitást. Ezek a funkciók alapozták meg azt a széles körben elterjedt média-reprezentációt, hogy a köz által finanszírozott média elsősorban a köz iránt elkötelezett.

Keane szerint ez a dogmává vált tétel ma már meglehetősen támadható, különösen azért, mert az ezt a nézetet megalapozó tézisa már nem érvényes. Kialakultak network-alapú kommunikációs terek, amelyek már nem kötődnek valódi, fizikailag, földrajzilag meghatározott területekhez. Elhalványult az egységes nyilvánosság és a hozzátartozó területileg meghatározott állampolgárok republikájának korábbi ideálja, ahol a közjóról folyó vita zajlik. Ehelyett a közélet ma „nyilvánosságok különböző méretű, egymást átfedő és egymásba kapcsolódó komplex mozaikjává vált” (Keane 1995: 8).²¹ Bár e nyilvánosságok az államok és társadalmak különböző szintű és méretű közegeiben jönnek létre, mindegyikük színtere hatalom- és érdekevezérelt cselekvéseknek és a nyilvánosságra vonatkozó többi ismérvnek is megfelelnek. A Keane által használt nyilvánosságfogalom visszatér a kommunikációtudomány korábbi felfogásához, ahol a személyközi kommunikációt és a tömegkommunikációt egy közös elméleti keretben kezelték (Winkin 1996), abból a megfontolásból kiindulva, hogy közöttük csupán fokozati különbség van. A nyilvánosság mai „totális fordulata”²² több elméleti megfontolásnak köszönhető. Saját nyilvánosságmodelünkben is ezt a széles keretet preferáltuk (Heller–Némedi–Rényi 1990a, Heller–Rényi 1996a, 1997). A személyközi, közvetlen face-to-face interakciótól a legszélesebb mediatisztált nyilvánosságig terjedő kommunikációs mező egy elméleti keretben való kezelését meglátásunk szerint több alapvető elméleti megfontolás is alátámasztja.

- A nyilvánosság operációs elvként való definíciója. Ez az elv azt a transzformációs folyamatot irányítja, amelynek során szelekciós és szimbolikus műveletek végrehajtásával a beszélők nem nyilvános létezőkből nyilvános létezőt hoznak létre. Ez a folyamat a prezentáció és a reprezentáció állandóan összefonódó aktusain keresztül hozza létre a különböző szintű kommunikatív aktusokat (nyilvános és nem nyilvános, interperszonális, tömegkommunikációs stb.).
- A különböző szintű kommunikációs aktusok, tevékenységek alapvető társadalomszervező, társadalomintegráló funkciót látnak el a társadalmi kapcsolatok létrehozásában és fenntartásában, végső soron a társadalom konstituálásában.
- Egy integrált elmélet lehetővé teszi, hogy a különböző szintű kommunikációs aktusokat azonos szempontok szerint, azonos eszközök segítségével vizsgáljuk, aminek következtében a hasonlóságok és különbségek szisztematikusan elemezhetőkké és bemutatathatókká válnak. Így egységes keretben kezelhetők a különböző kommunikációs aktusok létrehozásában szerepet játszó normák és stratégiák, a befogadás mechanizmusai, a jelentéstulajdonítás, az interpretáció folyamatai stb. (Van Dijk–Kintsch 1995).

Keane tehát a különböző szinteken konstituálódó nyilvánosságokat a következő módon definiálja: „A nyilvános szféra rendszerint a kommunikáció bizonyos eszközeivel (televízió, rádió, műhold, fax, telefon stb.) összekapcsolt két vagy több ember közötti térbeli vi-

szonynak egy típusa. E viszonyt rövidebb-hosszabb időszakokra kiterjedő nem erőszakos szembenállások jellemzik, amelyek a vitázó felek adott interakciós miliójában, és/vagy tágabb társadalmi és politikai struktúráiban fennálló hatalmi viszonyokat érintik.”²³ E definíció alapján a nyilvánosságok három absztrakt szintjét különbözteti el:

Mikronyilvánosság: szubnacionális szinten emberek tucatjai-ezrei lépnek kapcsolatba.

Mezsonyilvánosság: nemzetállami keretben emberek millióinak kommunikációs terepe.

Makronyilvánosság: nemzetek feletti és globális szinten emberek milliárdjai számára teremt kommunikációs lehetőségeket.

A Keane által tételezett különböző nyilvánosságok ideáltípusos leírás tárgyai, soha nem jelennek meg tiszta formában és nem is tökéletesen izoláltak vagy izolálhatók. Bár networkök kötik össze őket és egymáshoz kapcsolódnak, a különböző szintű nyilvánosságok töredezetten, amit semmilyen integrált, nagy, egységes, nyilvánosság felé mutató trend nem győz le. A különböző szintű nyilvánosságok heterogének és különböző kiterjedésűek.

A *mikronyilvánosságok*: a régi kávéházi, irodalmi klub stb. típusú nyilvánosság számátalan mai lokális megfelelői, ahol helyi ügyekről, hatalmi kérdésekről cserélnek véleményt. Keane a mikronyilvánosságok kapcsán J. Fiske *Power Plays, Power Works* (1993) című művére hivatkozik, ahol alulról építkező kisméretű csoportok kommunikációiban formálódik az állampolgárok identitása. Ezek fontosabb szerepet játszanak, mint a felülről jövő imperializáló hatalmak, amelyek felülről akarják szabályozni a helyi szinteket. Ezek a helyi szintek kihasználják azt, hogy a felsők is csak az alsók kooperációjára alapozva tudnak működni, és hogy az alsó szinteken létrejövő változások ezért befolyásolják a felsőket. De Keane szerint Fiske alulértékeli a viták szerepét ezeken az alsó szinteken: bár hangsúlyozza a helyi szinteknek a fentiekkel szembeni vitatkozó kapcsolatát, de nem látja ennek jelentőségét a nyilvánosságelmélet számára.

A mikroszint alapvető a társadalmi mozgalmak számára. Ma ezek kevésbé foglalkoznak a termelés és az elosztás harcaival, mint inkább azzal, hogy a posztindusztriális társadalmak hogyan generálják és tartják vissza az információt, illetve hogyan hoznak létre és tartanak fenn jelentéseket. Például a nőmozgalmak nem csak a nők által elszenvedett sérelmekről szólnak, hanem a domináns „hím” kódokat kérdőjelezzik meg és a szimbolikus különbségek elismertetéséért harcolnak. A nyilvánosság e mikroszintjei úgy működnek, mint kis networkök, lokális kapcsolatok, amelyek a szolidaritás elvére, az egyéni szükségletekre épülve, önkéntes és alkalmi részvétel alapján működnek. Felfoghatók úgy is, mint a társadalom kis laboratóriumai, amelyekben új tapasztalatok születnek. A kommunikációs eszközök nagy számát használják. Megkérdőjelezzik és átalakítják a mindennapi élet domináns kódjait, alternatív idő-, tér-, személyközi kapcsolatok tapasztalatait hozzák létre. Nagy az innovációs kapacitásuk mind a témák, ügyek, mind pedig a kommunikációs eszközök, a használt nyelvek és kódok tekintetében.²⁴ Néha a szélesebb nyilvánosságokban (mezzo, makro) is láthatóvá válnak. Erejük látensségükből származik. Privátnak látszanak, mert a hivatalos közélettől és a médiától távol működnek. A civil társadalom léte és működése szorosan kapcsolódik a nyilvánosság e mikro köréhez.

A *mezsonyilvánosságok* alkotják a nyilvánosság legismertebb, legtöbbet tárgyalt típusát. Ezek a nyilvánosságok a hatalomról szóló társadalmi kommunikáció olyan terepei, amelyben nagy távolságokat áthidalva emberek milliói vesznek részt. Határai gyakran egybeesnek a nemzetállaméval, de lehet annál szűkebb (például a baszk nyilvánosság) vagy annál tágabb (Németország és Ausztria²⁵). A mezzoszinthez tartozik a hagyományos tömegkommunikáció, az újságok és az elektronikus média nagy része.

A mezzonyilvánosságok meglehetősen állandóak, bár a mikro-nyilvánosságok is alakítják, befolyásolják őket. Viszonyukra az jellemző, hogy nincs 0 összegű játszma közöttük, egyrészt azért, mert az egymás közti feszültség táplálja őket, másrészt azért, mert a mezzonyilvánosságnak szüksége van a mikronyilvánosságokra. A mezzonyilvánosságok fenntartásához a felhalmozott társadalmi presztízs és a létező finanszírozási és elosztási rendszer is hozzájárul. Az is a fennmaradásuk mellett szól, hogy a hatalomról szóló vitát a privát médiák megkönnyítik. Ahogy a közszolgálati média egyre inkább a piac hatása alá kerül, ezzel párhuzamosan a privát média politizálódik²⁶. Itt csak röviden visszaülthetünk a korábban már vázolt köz/magán határvonal elmosódására, mint jellegzetes következményre.

A makronyilvánosságok hirtelen növekedése (globális és regionális) ellentmond a korábbi nyilvánosságelméleteknek. Ez a nemzetközi médiakoncentráció (nem szándékolt) következményének tekinthető. Korábban a nyilvánosság, a társadalmi kommunikáció nemzeti szinten szerveződött. A médiapiacon létrejött konkurenciaharc következtében létrejött koncentráció azonban azt eredményezte, hogy a nagy nemzetek és a nagy cégek sokkal szélesebb területi befolyásra tesznek szert, mint korábban. Létrejön egy globális médiapiac, miközben az eredeti szándék nem a nemzetközi közönség megteremtése volt. Ám a gyorsan fejlődő, decentralizált ipari és kereskedelmi beruházások, az ebből következő szükséglet a könnyen mozgatható szakemberek és eszközök iránt hamar kialakít egy jól megtérülő nemzetközi információs és kommunikációs piacot. A kialakuló multinacionális vállalatok ráadásul sikerrel tudják kikerülni a nemzeti szabályozásokat is. Ezek az okok játszanak szerepet a nem szándékolt következmény, a nemzetközi közönség kialakulásában. A nemzetközi közönségnek szóló globális kommunikáció új, jellegzetes jegyeket hordoz. A nemzetközi események erőteljes szimbolikus erővel jelennek meg a makronyilvánosságban egy fiktív nemzetközi közönségnek közvetítve (Dayan–Katz 1992). Mindez új nyilvános vitákat generál a mezzonyilvánosság határain túllépő hatalomról, és ezáltal jelentősen megváltoztatja a nyilvánosság korábbi szerkezetét.

Ennek a jelenségnek legjellemzőbb képviselője a CNN és az a mód, ahogy a világ eseményei közül kiválasztja és bemutatja azt, amit közvetítésre méltónak ítél. Számos példát lehetne említeni: a Gorbacsov–Reagan találkozók médiaeseménnyé tüpírozását, a Falkland-háborút, vagy az Öböl-háborút, ahol mindkét esetben súlyosan cenzúrázott, sőt néha kifejezetten a média számára meghangszerelt vagy „eljátszott” események képezték a média tudósítását, egy szimbolikusan hatalmasra stilizált médiaglorifikáció közepette. Itt az üzenet nem is annyira a politikai történések bemutatása volt, mint a „háborút élő egyenes adásban közvetítő média” felmagasztosítása, mint ahogy ez utóbb kiderült. A Tienanmen téri diáktüntetés élő közvetítése volt az első olyan eset, amikor egy globális médiaesemény több százmillió ember részvételével zajlott és nyilvános globális vitát generált a hatalom és a szabadság kérdéséről. Ezáltal hozzájárult egy szupranacionális ellenzéki nyilvánosság kialakításához. A tüntető diákok felismerték a nyilvánosság jelentőségét, és ennek figyelembevételével szervezték meg a tiltakozást, nemzetközi elismertségüket maximalizálандó. Ám hamarosan a hatalom is tanult a történekből. A durva katonai beavatkozásra, a diáktüntetés vérbefojtására akkor került sor, amikor a kamerák ki voltak kapcsolva, és az élő adás éppen szünetelt. Az élőben közvetítő média, a CNN maga is résztvevője lett a történéseknek, hiszen befolyásolta az eseményeket.

Az új információs és kommunikációs technológiák következtében gyorsan fejlődik a

makronyilvánosság. De nem csak a média fejlődése hat ebbe az irányba, hanem a gazdasági folyamatok is erősítik a globalizációt (Schienstock 1999). A multinacionális vállalatok állandó térnyerése következtében mind az áruk, mind a termelési folyamatok és az azokat irányító vezetői rétegek is globalizálódnak. Az így megtapasztalt szubjektív távolságcsökkenés emberek, csoportok, helyek és terek között, a nemzetközi gazdasági és politikai kapcsolatok erősödése a kommunikáció globalizálódását eredményezik. Az Internet a makronyilvánosság fontos terepévé vált, gyors terjedését mind a globális fejlődésben érdekelt gazdasági szereplők, mind pedig az állami támogatást nyújtó közhatalmak szorgalmazzák. Az Interneten zajló kommunikáció jelentős mértékben megváltoztatja a hagyományos kommunikációs szokásokat és megnöveli a kapcsolatok esélyét és arányát. Az Internet-kommunikáció következtében, melyre elsősorban a korlátozatlanság, az informalitás, a globalitás a jellemző, számottevően megnő a horizontális kommunikációs aktusok részaránya, növekszik a kortárs befolyás, és erősödik, erősödhet a civil társadalmi szerveződések szerepe.

Sok vita folyik elméleti és gyakorlati szakemberek között arról, hogy milyen reprezentációkkal lehet legpontosabban leírni a zajló változásokat. A korábbi „út” metaforával szemben most elterjedt a világhálón való „szörfözés” metaforája, mások a „labirintus” metaforájával próbálják plasztikusan ábrázolni a létrejött új nyilvánosság működését, ahol az olvasó, a befogadó keresztutak és választási lehetőségek általa választott egyedi útvesztőjét járja be. Keane optimista a háló által nyújtott demokratizálódási lehetőségek tekintetében, véleménye szerint az Internetet használók „hálópolgárok”, akik egy új, képzelt közösségben vitatkoznak hatalomról és elvekről.

Keane a nyilvánosság feltételeit a következő kritériumok által definiálja:

- szimmetrikus, reciprok kapcsolatoknak kell lenniük a beszélő aktorok között, ahol egyik csoportnak sincs monopóliuma a kommunikációs eszközök fölött,
- a nyilvánosság nem vezethet uniformizációhoz: ösztönöznie kell az individualizáció mechanizmusait és a diverzifikáció elismerését,
- a nyilvánosságnak elsősorban a kritikai diszkurzust kell felkeltenie és támogatnia, és nem lehet feladata a résztvevők ellenőrzése vagy bármilyen regisztrációja.

Keane szerint tehát radikálisan újra kell gondolni a nyilvánosságelméletet. Legfontosabb implikációnak azt tartja, hogy a nyilvánosságot sem empirikus, sem normatív okok miatt nem lehet az államilag védett közszolgálati médiához kötni. A nyilvánosságelméletnek számot kell adnia a legkülönbözőbb féle nyilvános fórumokról (újság, elektronikus média, network stb.). A nyilvánosságról szóló kutatásnak meg kell vizsgálnia, hogy létezik-e olyan hosszú távú modern tendencia, miszerint a nyilvánosságok behatolnak az élet olyan területeire, amelyek addig védve voltak a hatalomról szóló vitáktól. Keane Habermashoz és Foucault-hoz hasonlóan érzékeli azt a folyamatot, amelynek során a nyilvános viták behatolnak az élet addig nem nyilvános, nem látható, kevésbé szabályozott területeire, és ennek következtében várható, hogy nem maradnak a társadalmi és a politikai életnek olyan területei, amelyek érintetlenek maradnának a hatalom megosztásáról szóló vitáktól. Semmilyen téma nem marad „természetes”. Megszűnik a néma *oikos*ra épülő állampolgári részvételt involváló nyilvánosság tétele is. Ahogy kiterjed a mediatizált nyilvánosság, a privát jelenségek is a nyilvános szférákra jellemző alkudozó vita²⁷ hatálya alá vonódnak. Megszűnik a *privacy* világa. Keane állítása szerint a politizálódási folyamat elmosza a korábbi határvonalat köz (ahol a hatalomviták mások legitim ügyei) és privát (ahol ilyen viták illegitiméek az intimitás, az individuális választás, az istenadta vagy biológiai természetesség trónja előtt) között. Ez a folyamat jól jelzi a privát hagyományos definícióinak önkényességét, ami egy-

re nehezebbé teszi egyes ügyek magán- ügyekként való igazolását. Paradox módon, a nyilvánosság kiterjedésének és a politika eluralkodásának folyamata ugyanezekkor új típusú politikai vitát gerjeszt arról, hogy a politikai élet egyes zónáit privátként újra kell definiálni²⁸.

Keane (1991) már kifejtette, hogy a közéletet konstituáló kommunikáció különböző formáinak pluralista értelmezése a demokrácia nem fundamentalista értelmezését támogatja, mint olyan rezsimit, amely lehetővé teszi, hogy egyének és csoportok részvételével működő plurális nyilvánosságokban bárki, bármely csoport kifejtthesse egyetértését vagy ellenvéleményét mások ideáljaival vagy életformájával kapcsolatban. Keane szerint nincsenek történelem feletti igazságok és ideálok, így nincs arra támpont, hogy eldönthessük, melyik típusú közvita a kívánatos. Normatíve csak azt lehet mondani, hogy egy egészséges demokráciában több nyilvános szféra verseng, és egyiknek sincs monopóliuma a hatalomelosztás megvitatásában. De az megállapítható, hogy egy kommersz nyilvánosság biztosan csökkenti a polgárok integritását.

A különböző szintű nyilvánosságokat tételező elmélet megváltoztatja a demokráciáról való korábbi felfogást is. A politikai gondolkodás republikánus hagyományában a hatalmat leginkább a területileg meghatározott nemzetállam kereteiben folyó vita segítségével gondolták ellenőrizni. A republikánus hagyomány szerint a közszellemű állampolgárok legjobban egy integrált, politikailag megkonstruált terepen (space) képesek együttműködni, amely végül is az államhatalom által elfoglalt fizikai területen (place) gyökerezik. Ez a tétel tovább már nem tartható, mert a nyilvánosságok egyre növekvő száma állt elő, amelyek már nincsenek közvetlen kapcsolatban a fizikai térrel (territory). A közélet működése egy deterritorializációs folyamatnak rendelődik alá. Az állampolgárok közös térfogalma (proximity) egyre kevesebb kapcsolatban van magánéletük tereivel (születés, házasságkötés, otthon stb.)

Keane hivatkozik arra, hogy már Dewey *The Public and Its Problems* (1927) című művében panaszkodik a közélet fragmentáltságára. Ma ez a folyamat már visszafordíthatatlan. Nem egyetlen nyilvánosság létezik, hanem több. A republikanizmus észre sem veszi, hogy mennyire nem demokratikus az egyetlen nyilvánosság tételezése, hiszen ez a nemzetállam építés időszakának fogalmaira alapoz. Az, hogy egyszerre több nyilvánosság létezik, megnöveli az állampolgár szabadságát, és lehetővé teszi, hogy egyszerre több nézőpontból legyen folytatható az ellenőrzés. Az új információs és kommunikációs technológiák által megnövelt kommunikációs fórumok a nyilvánosság növekedését eredményezhetik, ahol a nyilvánosság különböző szintjein az informált és aktív résztvevők szabadon és korlátozások nélkül cserélhetnek véleményt, szerezhetnek információkat, léphetnek kapcsolatba egymással a hálózatokon létező számos nyilvános vagy nem nyilvános kommunikációs fórumon. Ez a komplex szerkezet megnehezíti, hogy bárki bitorolhassa a hatalmat, mert lehetővé teszi, hogy az jobban hozzáférhető, ellenőrizhető és megvitatható legyen azok számára, akiket érint. Ez az új helyzet különböző szintű társadalmi viták számának megnövekedését eredményezheti aktív, informált és polgárok felelős (lokális, állam-, regionális és globális polgárok) között. Megnöhet az egyén aktivitása nemcsak a különböző kommunikációs és kulturális műfajok fogyasztása, de azok létrehozása területén is²⁹. Az új információs és kommunikációs technológiák a tudásgenerálás új módozatait hozzák létre. Ugyanakkor az egyre szövevényesebb nyilvános fórumok hierarchiája nehezebbé is teheti a nyilvánosság áttekinthetőségét és a technológiai mediatizáció által megkövetelt tudások és jártasságok csökkenthetik az esélyét annak, hogy mindenki azonos vagy hasonló eséllyel vegyen részt az egyre sokasodó különböző nyilvánosságokban. Emellett növekszik a verseny nemcsak

az információ- és kommunikáció-technológiai szolgáltatások mezején, hanem a megszorozódott csatornákon a tartalom-szolgáltatás területén is. Ez a tendencia a szabad, korlátozatlan kommunikáció és vele szemben az állami, hatalmi eszközökkel létrehozott és ellenőrzött, illetve a gazdasági, kereskedelmi, profitorientált érdekek által előállított és kontrollált tartalmi szolgáltatások közötti versenyt fogja felerősíteni. Az esélyegyenlőség kérdése ezen a területen is felmerül, különösen egy olyan időszakban, ahol még nincs érvényes szabályozás.

JEGYZETEK

¹ Lásd az 1994-es választásokat megelőző médiaháborút és annak sajtóvisszhangját. Heller 1996.

² Az ezen elv által meghatározott szabályok transzgressziója, megsértése a társadalmi szabályok felrúgását jelenti. és csak kivételes helyzetekben, kataklizmák, háborúk, forradalmak esetén legitimálható, diszkurzív eszközökkel. Legitimálhatóság persze nem jelent sikeres legitimációt: lásd például a szovjet megszállásról szóló számos magán narratívát, amelyek épp arról szólnak, hogy a magánélet, a magántulajdon határai elvesztették szent és sérthetetlen jellegüket. Hasonló elemzést érdemelnek például a természeti katasztrófák (földrengés, árvíz stb.) során felfüggesztett köz/magán határok, vagy éppen az 1956-os forradalomról szóló felértékelő narratívák, amelyek a rendkívüli helyzet ellenére megőrzött hagyományos köz/magán distinkciók gyakorlati érvényesülését tematizálják. A forradalmi helyzetek, a nagy változások időszakában éppen a régi definíciók eltörlésére és újak létrehozására történik kísérlet. Ezekben a helyzetekben a magánszféra határai kérdésessé válnak.

³ Lásd ezzel kapcsolatban például L. Boltanskiak a szenvedés médiatikus kidolgozásáról szóló kutatásait (Boltanski 1993), vagy P. Pappermannak az érzelmek nyilvános bemutatására vonatkozó kutatásait (Papperman 1992).

⁴ Ezt a döntő befolyást tetten érhetjük az univerzalizisztikus beszédmód, a kidolgozott nyelvhasználat kötelező érvényében, vagy például az emocionális érvelés háttérbe szorulásában.

⁵ Itt fel kell hívni a figyelmet a kommunikációelmélet és a nyelvszociológia más képviselőinek hasonló elméleteire (Gumperz 1974, Nadel 1957), akik szintén szerep- és kódrepertoárok meglétét tételezték, amelyeknek segítségével számot lehet adni az egyének változatos társadalmi gyakorlatáról, valamint az egyes társadalmakban érvényes különböző repertoárok összességéről.

⁶ Találkozik az a metafora, amelyet Mayrowitz használ: a tömegkommunikáció által bemutatott világ olyan, mint egy épület, amelyből kiszedték a válszfalakat. Mások legszűkebb, legrejtettebb magánélete, annak terei, eseményei, történései mindenki számára hozzáférhetővé váltak. Ezt a változást a tömegkulturális műfajokban létrejövő eltérések is felerősítik. Nyomon követhető ez a tendencia a rendtörténetek és magán viselkedési módjai válnak nyilvánossá. (Lásd például a Dinasztia, a Beverly Hills, a Dallas, a Szomszédok stb. sorozatokat.)

⁷ Nem elfogadható az az ellenvetés, hogy a nyomtatott irodalom is bemutatott magántörténeteket. Egyrészt a nyomtatott betű fogyasztásának, befogadásának más a mechanizmusa és a hatékonysága, mint a tömegkultúra vizuális műfajainak, másrészt a nyilvánosság kognitív rétegzettsége korábban erősebb volt. A magas kultúra magántörténetei korábban is az on-stage viselkedési módot valószínűsítették meg. A változást tehát valóban az elektronikus média, elsősorban a televízió elterjedése hozta.

⁸ „...many types of information that were technically 'public' in a print culture, yet largely inaccessible to many sectors of the population, are now available to most people through electronic media” (Meyrowitz op.cit.: 8).

⁹ Az ugyancsak Habermas által leírt keveredés és álcázás a magas kultúra és a tömegkultúra között (vagyis hogy az értékes irodalom gyenge kivitelben, az értéktelen pedig hivalkodó, megtevesztő, magát értékesnek álcázó formában jelenik meg), tovább folytatódik. A Forsythe Saga ugyanúgy folytatásos

teleregényként kerül bemutatásra, mint a Dinasztia, és televíziós bemutatása ugyanazokkal a külsőségekkel zajlik, mint a másiké.

¹⁰ Horányi (1997) szerint például az emberiség történetében az elektronikus, digitális hálózati kommunikáció megjelenéséig négy nagy kommunikációs forradalom zajlott le: a beszélt emberi nyelv megjelenése a pleisztocén kor végén, mintegy 30–40 ezer évvel ezelőtt, a beszéd rögzítésére szolgáló első eljárások, vagyis az első írásbeliség időszaka (piktogramok, hieroglifák, írás), kb. 6 ezer évvel ezelőtt, a nyomtatás feltalálása a XV. században, és az elektronikus tömegkommunikáció megjelenése (rádió, tv) a XX. század elején. A jelenlegi technológiai megújulás hasonló léptékű, és ennek következtében társadalmi hatása is hasonló jelentőségű lesz.

¹¹ Lásd kereső rendszerek, személyre szabottan megkeresett, és összeválogatott információk és kommunikációs lehetőségek a hálón.

¹² A nyilvános és a nem nyilvános érdekes keverékét találhatjuk az ún. chat-roomokban. A chat-roomba bárki beléphet, és ott a többiekkel társaloghat, de lehetőség van a chat-roomban jelenlévő akármelyik partner(ek)kel aparté beszélgetésre is, amelyhez a többiek nem tudnak hozzáférni. A chat-roomban arra is lehetőség van, hogy egy nem tetsző partnert a többiek kizárjanak a chat-roomból.

¹³ Itt természetesen a nyelvi formában kódolt üzenetekről van szó.

¹⁴ A hypertext terminust Nelson olyan szövegekre alkalmazta, amelyek nem szekvenciálisak, elágazásokat tartalmaznak, választak elé állítják az olvasót. Az ilyen választak következtében a szövegek bejárása ettől kezdve alternatívvá válik, különböző, alternatív útvonalak tárulnak fel az olvasó, a befogadó előtt, akinek személyes szabadsága a döntések és válsztások tekintetében megnő. Az elektronikus adatkezelés, a digitális kódolás és a hálózat még jobban felnagyítja ezt a szabadságot, hiszen nemcsak az írott, hanem más kódok (fotó, kép, hang, mozgókép) között is megteremt az elágazásokat. Ez a lehetőség vezet el a kultúra intertextualitásához és homályosítja el a különbséget író és olvasó, alkotó és befogadó között, hiszen a befogadó megnövekedett szabadsága következtében képes lesz arra, hogy újabb és újabb olvasatait hozza létre az alkotó által megteremtett műnek (Eco 1976, Barthes 1983).

¹⁵ Itt most csak röviden utalhatunk az általunk folytatott diszkurzus-elméleti vizsgálatokra, amelyek során a lineáris, szekvenciális szerkezet erodálását vizsgáltuk különböző „szövegek” segítségével, például programozott tankönyvek, Esterházy Péter Termelési regény, Temesi Ferenc Por című regénye, Thorton Wilder Szent Lajos király hídjá című kisregénye, Beckett Az utolsó tekeres, Kornis Mihály Kádár című drámája, Kanako – Kato – Shono: Alice című CD-ROM-ja stb. alapján.

¹⁶ Lásd a hálón található sokféle szakmai, életmódbeli, szórakozási, hobby- vagy identitás-alapú chatroomokat, fórumokat, beszélgető szalonokat.

¹⁷ Elképzelhető a fejlődésnek olyan iránya, hogy egyes társadalmi csoportok sajátos kommunikációs és kulturális szükségleteinek célzottabb, személyreszólóbb kielégítésére lesz lehetőség, beleértve a differenciáltabb kulturális fogyasztás lehetőségét. Esetleg kreatívabb, a fogyasztók önálló tevékenységére épülő kulturális formák megjelenésére is sor kerülhet.

¹⁸ Bárki levehet egy szöveget az Internetről, átirhatja és a saját szövegeként teheti vissza oda. Ennek az esélye és technikai kivitelezhetősége jóval kisebb volt az előző korszakokban, bár elméletileg mindig is volt rá lehetőség. Lásd az ismert és hírhedt plágium-ügyeket, a hamisított festmények ügyét, stb.

¹⁹ Keane 1984 Töniesre és Jaspersre hivatkozik. Philosophy is for everyman: a short course in philosophical thinking (1969) című művében Jaspers védi a „korlátozatlan kommunikáció” értékét, Tönies a Kritik der öffentlichen Meinung (1922) című művében figyelmeztet arra, hogy veszélyes a közvéleményt isteníteni egy olyan korban, amikor a megszervezett érdek profitál manipulációjából.

²⁰ Arendt: Vita Activa: oder vom tätigen Leben. Stuttgart, 1960, W. Kohlhammer.

²¹ „A complex mosaic of different sized, overlapping, and interconnected public spheres” Keane op. cit. 8. p.

²² Totális fordulat a 60-as évek óta szétválasztott – interakcióra és tömegkommunikációra felosztott – alterületeknek az utóbbi években újra közös keretben való kezelését értjük, amely fordulat jelentősen megváltoztatta az érvényes nézőpontot, új távlatokat nyitott és új elméleti megfontolások számára teremtett lehetőségeket. (Lásd például Cardon – Heurtin – Lemieux 1995)

²³ „A public sphere is a particular type of spatial relationship between two or more people, usually connected by a certain means of communication (television, radio, satellite, fax, telephone, etc.), in which

non-violent controversies erupt, for a brief or more extended period of time, concerning the power relations operating within their given milieu of interaction and/or within the wider milieux of social and political structures within which the disputants are situated.” (Keane 1995:8) Usually connected: vagyis nem feltétlenül van szükség közvetítő eszközökre, tehát a face-to-face kommunikációs helyzetek is a definíció hatálya alá tartoznak.

²⁴ Keane a gyerekek által működtetett videojátékok mikro-nyilvánosságát hozza példának, de számos más példa is létezik: szabadidős egyesületek, helyi civil szervezetek, különböző szubkulturális csoportok. A mikro-nyilvánosság mindennapi kultúrát hoz létre.

²⁵ A közös kód tehát alapvető szerepet játszhat a határok kijelölésében, a részvétel biztosításában.

²⁶ Példaként említhető Reagan és Berlusconi belépése a politikába illetve a mezzo-nyilvánosságba. Hasonló példaként hozható fel, ahogy a brit tabloidok tematizálták a monarchák és politikusok magánéletét stb.

²⁷ „Negotiated controversy”

²⁸ Gyakorivá váltak az olyan nyilvános viták, amelyek arról szólnak, hogy a magánélet egyes területeit védeni kell a nyilvánosság elől, korlátozni kell a nyilvános láthatóság és megtárgyalhatóság lehetőségét. Ilyen területek például a személyes adatok védelme, a homoszexuális identitás, az erőszakos cselekmények vagy katasztrófák áldozatainak identitása. Az e területek védelme köztémaként van megkonstruálva, és az e kérdések körül folyó vita jellegzetesen nyilvános vita. Eközben a nyilvános szereplők is harcolnak azért, hogy hálózobáik, magánügyeik ne legyenek láthatóak és ne képezzék nyilvános megvitatás tárgyát. Például a Diana és Dodi Al-Fayed balesetét követő vita a paparazzik felelősségéről és a balesetről szóló fotók megjelenítéséről. A nyilvánosságban zajló változások tehát szoros kapcsolatban vannak a köz/magán határvonal definíciójával.

²⁹ Erdemes figyelni a máris látható, ez irányba mutató polgári, individuális és civil társadalmi kezdeményezésekre: megnőtt a laikus újságírás, megerősödött a közös témák körül szerveződő kisközösségek belső és kifelé menő kommunikáció aktivitása azokon a helyeken, ahol a technológiai hozzáférés adott. Igen érdekes eredményekkel kecsegtet egy olyan kutatás, amely a világhálón lévő magánjellegű, vagy lokális jelentőségű honlapok vizsgálatára vállalkozna.

IRODALOM

- Angelusz R.: *Kommunikáló társadalom*. Budapest, 1983, Gondolat.
- Angelusz R.: *Optikai csalódások*. Budapest, 1996, Pesti szalon.
- Angelusz, R.: Az új kommunikációs technikák és a nyilvánosság. In Heller, M. – Nordenstreng, K. (szerk.): *Az információs társadalom kialakulása*. Budapest, 1999 [Megjelenés alatt], Új Mandátum.
- Arendt, H.: *Condition de l'homme moderne*. Paris, 1983, Calman-Lévy (angol: *The Human Condition*, 1958.).
- Arendt, H.: *A forradalom*. Budapest, 1991, Európa.
- Arendt, H.: *A totalitarizmus gyökerei*. Budapest, 1992, Európa.
- Barthes, R.: *Mitológiák*. Budapest, 1983, Európa.
- Boltanski, L.: Leleplezés és igazságérzet. *Szociológiai füzetek* 43. Budapest, 1987, ELTE Szociológiai Intézet (eredeti: *Actes de la recherche en sciences sociales*, No. 51. Paris, Minuit, 1984/márc. pp. 3–40.).
- Boltanski, L.: *La souffrance à distance*. Paris, 1993, Métailié.
- Cardon, D., – Heurtin, J. Ph. – Lemieux, C.: *Parler en public*. In *Politix*, 1995. 31. pp. 5–19.
- Castells, M.: *The Information Age*. Oxford, 1996–8, Blackwell.
- Dewey, J.: *The Public and Its Problems*. New York, 1927, H. Holt and Co.
- Eco, U.: *A nyitott mű*. Budapest, 1976, Gondolat.
- Eco, U.: *A Theory of Semiotics*. Bloomington, 1976, Indiana Univ. Press.
- Fiske, J.: *Power Plays, Power Works*. London, 1993, Verso.
- Gumperz, J. J.: A nyelvi közösségek típusai. In Pap, M – Szépe Gy. (szerk.): *Társadalom és nyelv*. Budapest, 1974, Gondolat.

- Habermas, J.: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Budapest, 1971, Gondolat, vagy Budapest, 1993, Osiris. (eredeti: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, 1962.)
- Habermas, J.: *A kommunikatív cselekvés elmélete I–II*. Budapest, 1985, ELTE, Fifi-Szofi.
- Heller M. – Némedi, D. – Rényi, Á.: Vázlat a nyilvánosság-fogalom értelmezéséhez. In Szabó M. (szerk.): *Tükör által homályosan. Tanulmányok az ideológiáról*. Budapest, 1990, MTA Társadalomtudományi Intézet, pp. 111–123.
- Heller, M. – Rényi, Á.: A nyilvános kommunikáció szociológiai modellje. In *Jel-Kép* 1996a/4, pp. 3–21.
- Heller, M. – Rényi, Á.: „Magánbűnök és közkeresők”. A „magán” és a „köz” ellentéte és a nyilvánosság problémája. In Szabó M. (szerk.): *Szövegvalóság. Írások a szimbolikus és diszkurzív politikáról*. Budapest, 1997, Scientia Humana.
- Heller, M.: Report from the Black Tunnel. The media-war in post-socialist Hungary. In Andersen, M. B. (szerk.): *Media and Democracy*. Oslo, 1996, Oslo University Press.
- Heller, M. – Nordenstreng, K. (szerk.): *Az információ társadalom kialakulása*. Budapest, 1999 (megjelenés alatt), Új Mandátum.
- Horányi, Ö. (szerk.): *Kommunikáció I–II*. Budapest, 1977, KJK.
- Horkheimer – Adorno: *A felvilágosodás dialektikája*. Budapest, 1990, Gondolat – Atlantisz – Medvetánc.
- Innis, H.: *The Bias of Communication*. Toronto, 1951, University of Toronto Press.
- Keane, J.: *Public Life and Late Capitalism*. Cambridge, New York, 1984, Cambridge University Press.
- Keane, J.: *The Media and Democracy*. Cambridge, 1991, Polity.
- Keane, J.: Structural Transformation of the Public Sphere. In *The Communication Review*. 1995. Vol 1/1, pp. 1–22.
- Kumar, K.: *From Post-Industrial to Post-Modern Society*. New theories of the contemporary worlds. Blackwell, 1995.
- Luhmann, N.: Öffentliche Meinung. In Luhmann, N.: *Politische Planung*. Opladen, 1971, Westdeutscher Verlag.
- Machlup, F.: *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton, 1962, Princeton University Press.
- Masuda, Y.: *The Information Society as Post-Industrial Society*. Tokyo, 1980, Institute for Information Society.
- McLuhan, M.: *The Gutenberg Galaxy*. Toronto, 1962.
- McLuhan, M.: *Understanding Media*. New York, 1964.
- Meyrowitz, J.: *No Sense of Place. The impact of electronic media on social behavior*. New York, Oxford, 1986, Oxford Univ. Press.
- Nadel, S. F.: *The Theory of Social Structure*. London, 1957.
- Noam, E. M.: Media Concentration in the United States. Trends and Regulatory Responses. In *Communication and Strategies*, 1996/4.
- Papernan, P.: Les émotions et l'espace public. In *Quaderni*, 18. Paris, 1992. pp. 93–108.
- Porat, U.: *The Information Economy*. Washington D.C., 1977, Office of Telecommunications, U.S. Department of Commerce, Special Publications, 77–12.
- Schienstock, G.: A munka informatizálása, új szervezeti formák és technológiai perspektívák az információs társadalomban. In Heller, M. – Nordenstreng, K.: *Az információ társadalom kialakulása*. Budapest, 1999 (megjelenés alatt), Új Mandátum.
- Toffler, A.: *The Third Wave*. New York, 1990, Collins.
- van Dijk, T. – Kintsch, W.: A stratégiai beszédfeldolgozás modellje felé. In Siklaky, I. (szerk.): *A szóbeli befolyásolás alapjai. I*. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, pp. 14–34.
- Webster, F.: Globális kihívások és nemzeti válaszok. In: Heller, M. – Nordenstreng, K. (szerk.): *Az információ társadalom kialakulása*. Budapest, 1999 (megjelenés alatt), Új Mandátum.
- Webster, F.: *Theories of the Information Society*. Routledge, 1995.

MŰHELY

BÉRES-DEÁK RITA

A NŐI SZÉPSÉG MINT MÍTOSZ

A szépségmítoszok talán egyidősek az emberiséggel. Rendkívül sokrétűek, szerteágazóak, és gyakran átfedésben vannak más modern vagy kevésbé modern mítoszokkal. A mesékben, amelyek leginkább őrzik a kultúra archetípusait, a királylányt szépségnek, a gonosz boszorkányt csúnyának képzeljük: vagyis a szépség a jóssággal, gazdagsággal, sőt a hatalommal párosul (aki a királylányt feleségül veszi, rendszerint megkapja mellé legalább a fele királyságot). Szociálpszichológiai vizsgálatok kimutatták, hogy hajlamosabbak vagyunk hinni a kultúránkban szépségnek tartott embernek, mint a csúnyának¹ (ez már egyértelműen kapcsolódik a hatalom mítoszához is). A szépség része lehet a presztízsnek, akár egy szép ruha, egy csinos nő vagy egy művészi értéke miatt szépségnek tartott tárgy révén, amely a birtokunkban van. A legszebb ruhánkat vesszük fel, ha templomba vagy valamely, számunkra jelentős eseményre megyünk, mintha az öltözködés segítene az elmélyülésben. És hányan zsúfolják tele lakásukat kizárólag esztétikai alapon kiválasztott tárgyakkal abban a reményben, hogy az így kialakított környezet hozzásegíti majd őket a belső béke és harmónia eléréséhez.

A női szépség már a klasszikus mitológiákban megjelenik és speciális jelentéssel bír. A görög mitológiában Artemisz, Aphrodité és Démétér (valamint számos alteregójuk) mind a női szépséget testesítik meg. Ez a háromféle szépség azonban igen különböző fogalmakhoz kapcsolódik, amelyek nem mindegyike jelenik meg a mai szépségmitológiában. Démétér földistennő, vagyis a termékenység istennője, akinek kőkori változatát a willendorfi Vénusz szobrocskáról ismerjük, és mai fogalmaink szerint nemcsak nem tartjuk szépségnek, hanem a szobrocskáról ismerjük, és mai fogalmaink szerint nemcsak nem tartjuk szépségnek, hanem a termékenységre utaló külső jegyek (például a terhesség alatt) sem tartoznak a női szépség kategóriájába. Artemisz szüzessége sokáig a mi kultúránkban is értéknek és a női szépséggel összekapcsolódó vonásnak számított (lásd Szűz Mária kultusza), ám az utóbbi időben már kevésbé jellemző. Egyedül az erotikusan csábító Aphrodité tulajdonságai emlékeztetnek azokra a szupermodellekre vagy filmsztárokra, akik mai világunkban a női szépséget szimbolizálják.

A görög istennők és a mai szépségideálok összehasonlítása azonban több más ellentmondást is feltár a két kultúra között. Egyrészt a görög mítoszokban – talán részben a száj-hagyomány útján terjedő szövegek módosulása miatt – a három istennőtípus tulajdonságai összemosódnak. Hiszen Aphrodité például egy forrásban megfürödve minden évben visszanyerte szüzességét.² A szüzesség tehát az ideális nő alapvető tulajdonságának számí-