

Rendhagyó szerkesztői jegyzet

A kommunikáció- és médiatudomány magyarországi helyzetéről

Kommunikáció- és médiatudomány Magyarországon...

Magyarországon a mai napig nem ismerik el önálló tudományként a kommunikáció- és médiatudományt. Ezt jelzi, hogy a Magyar Tudományos Akadémiának ma sincs ilyen szakosztálya; e tudományterületen nem lehet akadémiai doktori fokozatot szerezni. Pedig 1969 óta, vagyis a Tömegkommunikációs Kutatóközpont létrehozásától kezdve folynak itt kutatások e téren. Ugyancsak 1969-ben jött létre az első szakfolyóirat, a Rádió és Televízió Szemle, amely 1980 után Jel-Képként működött tovább. 1983 óta szerepel a diszciplína az egyetemi képzésben, 1997 óta pedig doktori program formájában is működik. 2005-ben jött létre a Magyar Kommunikációtudományi Társaság.¹

...és az angolszász országokban

Más a helyzet az angolszász országokban – különösen az Egyesült Államokban –, ahol a kommunikáció- és médiatudomány korán intézményesült, és már jóideje önálló tudományként is elfogadják. Kialakulása szorosan összefüggött a tömegsajtó 19. század végi és az elektronikus média 20. század eleji megjelenésével, hiszen e téren ugyancsak az angolszász országok jártak az élen. A szakirodalom az 1910-es évekig, a chicagói iskola létrejöttéig vezet vissza a kommunikáció- és médiatudomány mint önálló diszciplína kialakulásának kezdetét. Ebben az időszakban nyitották meg az első amerikai újságíró-iskolákat is.² A kommunikáció- és médiatudomány alapítói között különösen fontos szerepet töltött be Robert Park szociológus, Charles Horton Coley szociológus, George Herbert Mead pszichológus, John Dewey oktatókutatónak, Harold Lasswell politológus, Kurt Lewin pszichoszociológus, Carl Hovland kísérleti pszichológus, Paul Felix Lazarsfeld szociológus és Walter Lippmann közíró, ami önmagában is azt jelzi, hogy komplex, multidiszciplináris tudományról van szó. Az Egyesült Államokban a kommunikáció- és médiatudománnyal foglalkozó első egyetemi tanszékek, doktori iskolák és szakfolyóiratok a negyvenes években jöttek létre. Egyes kutatók – például Karl Erik Rosengren – a kommunikációtudomány kezdeteit ennél jóval távolabbra: egészen az ókorig, vagyis a retorika mint „művészet és tudomány” kezdetéig vezetik vissza.³

1 A kommunikáció- és médiatudomány meghonosítását célzó erőfeszítésekről és a mai hazai kutatásokról lásd például Bajnok Andrea & Korpics Márta & Milován Andrea & Pólya Tamás & Szabó Levente, előszó és szerk.: *A kommunikatív állapot. Diszciplináris rekonstrukciók. Horányi Özséb 70. születésnapjára* (Budapest: Typotext Kiadó, 2012). A magyarországi sajtókutatás előzményeiről lásd Sipos Balázs: *Sajtó és tudomány. A sajtókutatás története és intézményesülése Magyarországon a II. világháborúig. Múltunk*, 2000/2. 154–200. o.

2 A kommunikáció- és médiatudomány történetéről magyarul különösen lásd Lázár Judit: *A kommunikáció tudománya* (Budapest: Balassi Kiadó, 2001); Gálik Mihály: *Média-gazdaságtan* (Budapest: Aula Kiadó, 2003); Terestyéni Tamás: *Kommunikációelmélet. A testbeszédétől az internetig* (Budapest: Alkalmazott Kommunikációtudományi Intézet & Typotex Kiadó, 2006); Angelusz Róbert & Tardos Róbert & Terestyéni Tamás, bevezető és szerk.: *Média – nyilvánosság – közvélemény. Szöveggyűjtemény* (Budapest: Gondolat Kiadó, 2007); Gripsrud, Jostein: *Médiakultúra, médiatársadalom* (Budapest: Új Mandátum Kiadó, 2007).

3 Karl Erik Rosengren: *Kommunikáció* (Budapest: Typotex Kiadó, második, javított kiadás, 2006).

Egyáltalán: mi az a kommunikáció?

A kommunikációnak – talán mondani sem kell – számtalan felfogása van. Ezek többsége hagyományosan a Harold Lasswell (1948) nyomán elsősorban transzmisszióként – lényegében információátadásként – leírt modellből indul ki. A James Carey (1989) által bevezetett, ma talán korszerűbbnek tekintett rituális megközelítés ehhez hozzáteszi, hogy a kommunikáció a jelentésekért – voltaképpen a normális és a deviáns, a legitim és az illegitim meghatározásáért – vívott küzdelem. Más szavakkal: a kommunikáció mindig a hatalomról szól, hiszen egy lehetséges definíció szerint hatalma annak van, aki képes befolyásolni, mások mit fogadnak el követendő és mit elutasítandó magatartásként, vagyis képes hatást gyakorolni mások gondolkodására és a viselkedésére. A beszélő szelektálja és új értelmezési keretbe foglalja, más szóval rekontextualizálja a valóságot, igyekszik saját valóságolvasatát érvényesíteni. A kommunikáció tükrözi és formálja az egymással kommunikáló feleknek a társadalmi hierarchiában elfoglalt viszonylagos, azaz egyenrangú vagy alá- és fölérendelt pozícióját.⁴ A kommunikáció e megközelítésben tehát nem más, mint kísérlet a másik gondolkodásának és viselkedésének kisebb vagy nagyobb mértékű befolyásolására, a felek közötti egyenrangú viszony megerősítésére, illetve a másik felett gyakorolt hatalom megtartására vagy megragadására.

Talán ez magyarázza, hogy a kutatások szinte a kezdetektől a kommunikáció természetére és a hatás kérdésére fókuszáltak. Kezdetben a közvetlen emberi (más szóval személyközi) kommunikáció és a tömegkommunikáció vélemény- és viselkedésformáló hatásaira, vagyis a meggyőzésre és a manipulációra összpontosítottak, majd – a negyvenes évek második felétől, amikor felismerték, hogy a (tömeg)kommunikáció hatása korlátozott – azokra a gazdasági, kulturális, társadalmi, technológiai, politikai és pszichés tényezőkre fókuszáltak, amelyek a kommunikációt formálják, sokszínűségét, változatos megjelenési formáit magyarázzák.⁵ A kutatások két megközelítése – az empirikus (leíró-magyarázó) és a kritikai (normatív) megközelítés – azonban a kezdetektől napjainkig egymás mellett, egymással ötvöződve élt. A leíró-magyarázó és a normatív megközelítés együttélése a kommunikáció- és médiatudomány társadalom- és bölcsészettudományi gyökereinek közös öröksége.

Egy definíciós kísérlet

Ez a – lapunkban rendhagyónak számító – szerkesztői jegyzet azzal a szándékkal született, hogy vitát generáljon.

Mit nevezünk ma Magyarországon kommunikáció- és médiatudománynak? Egyáltalán: valóban tudomány-e, vagy csak afféle ezoterikus pizsmogás? S ha tudomány, hol helyezkedik el a különböző diszciplínák között? Mi a tárgya? Mik a céljai? Hol vannak – ha vannak – a határai? Milyen megállapításait tekintjük érvényesnek? Milyen módszereket alkalmaz?

Az alábbiakban e kérdések megválaszolására teszek a *magyar nyelven olvasható* szakirodalom áttekintésével kísérletet, hogy a Médiakutató lapjain eszmecserere hívjam a szakma képviselőit. Javaslatom szerint:

A kommunikáció- és médiatudomány *tárgya* a közvetlen emberi és a tömegkommunikáció.⁶ A kommunikáció- és médiatudomány egy lehetséges *definíció szerint* annak a szisztematikus vizsgálata, hogy milyen a kommunikáció természete, milyen hatása van, és milyen tényezők formálják. A kommunikáció- és médiatudomány *célja* pedig az, hogy 1. e kérdésekre választ keresve szabályszerűségeket (más szóval valószínűségeket) állapítson meg; 2. olyan normatív elméleti kereteket alkosson, amelyekkel értékelni lehet a közvetlen emberi és a tömegkommunikáció minőségét; 3. releváns társadalompolitikai javaslatokat dolgozzon ki; és 4. a megismerés és a megértés intellektuális örömét nyújtsa.

⁴ A kommunikáció rituális felfogásáról lásd például Császi Lajos: *A media rítusai* (Budapest: Osiris Kiadó & MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 2002).

⁵ Ezek közé sorolom azokat a pszichés szükségleteket (*uses and gratifications*) is, amelyek a befogadás különböző stratégiáit motiválják, így áttételesen a médiapiac kínálatát is formálják.

⁶ A közvetlen emberi és a tömegkommunikáció fogalma empirikusan nem, legfeljebb analitikusan választható el egymástól. Figyelemre méltó, hogy például Denis McQuail a kommunikációnak ennél több szintjét különbözteti meg. Ezek a tömegkommunikáció, az intézményes, a csoportközi, a csoporton belüli, a személyközi és a személyen belüli kommunikáció (az utóbbi az információ-feldolgozás módjára utal); az egyes szinteken a kommunikáció másféle szabályokat követ, lásd McQuail, Denis: *A tömegkommunikáció elmélete* (Budapest: Osiris Kiadó, 2003). Hasonlóan érvel idézett könyvében Rosengren is.

Axióma, hogy nem lehet nem kommunikálni, vagyis – ahogyan Horányi Özséb fogalmaz – a kommunikáció nem jelenség, nem esemény, nem akció, nem aktus, hanem állapot.⁷ Minden egyéni és társadalmi cselekvésnek van kommunikációs vonatkozása. Ezért a kommunikáció- és médiatudomány *határait* sem lehet megvonni. Legfeljebb – ahogy Denis McQuail írja – a médiaközpontú és a társadalomközpontú megközelítéseket különböztethetjük meg egymástól: az előbbieket a (tömeg)kommunikáció társadalomformáló hatását, az utóbbiak a társadalom (tömeg)kommunikáció-formáló hatását hangsúlyozzák.⁸

A kommunikáció- és médiatudományra tehát olyan *interdiszciplináris* tudományként tekinthetünk, amely:

- a bölcsészet- és a társadalomtudományok határmezsgyéjén helyezkedik el;
- egyaránt magában foglal döntően leíró-magyarázó és döntően normatív megközelítési módokat;
- egyaránt él kvalitatív és kvantitatív kutatási módszerekkel;
- és egyaránt támaszkodik az esztétika, az etológia, az etika, az evolúciós pszichológia, a filmtudomány, az irodalomtudomány, a jogtudomány, a közgazdaságtudomány, a kulturális antropológia, a matematika, a művészettörténet, a nyelvészet (a pragmatika, a szemantika és a szintaktika), a rendszerelmélet, a társadalomfilozófia, a társadalomtörténet, a technológiatörténet, a politikai filozófia, a politikai szociológia, a politológia, a szociálpszichológia, a szociológia és a pszichológia kutatási eredményeire.⁹

Figyelemre méltó, hogy Denis McQuail nem két, hanem négy kommunikáció- és médiatudományi megközelítési módot talál: a társadalomtudományit, a normatívát, az operatívát, valamint a hétköznapit.¹⁰ E szemléletnek ellene lehet vetni, hogy a döntően leíró-magyarázó és a döntően normatív megközelítés voltaképpen mind a négy, általa beazonosított perspektívát magában foglalja. Ezért talán pontosabb úgy fogalmazni, hogy a (tömeg)kommunikációról folytatott diskurzusnak több *szintje* van: a tudományos, az alkalmazott és a köznyelvi. McQuail állítása mégis fontos, mert arra hívja fel a figyelmet, hogy a (tömeg)kommunikációról való beszédben keverednek a tudományos alaposággal és a szakmai vagy hétköznapi megfigyelések révén szerzett ismeretek. Ez magyarázhatja a kommunikáció- és médiatudomány státusával kapcsolatos, gyakran megfogalmazott kételyeket is. Pedig a bölcsészet- és a társadalomtudományok közt bizonyosan nem a kommunikáció- és médiatudomány az egyetlen, amelyről elmondható, hogy a róla szóló diskurzusnak több szintje van, vagyis némiképp vulgarizált formában is találkozni vele.

A kommunikáció- és médiatudomány terén tett megállapításokat akkor tekinthetjük *tudományos igényűnek* (vagyis nem ezoterikus pizmogásnak), ha azok elméletileg és/vagy empirikusan is alátámaszthatóak vagy cáfolhatóak, azaz verifikálhatók vagy falszifikálhatók.

A kommunikáció- és médiatudomány mint gyűjtőfogalom azokat a *tudományágakat* foglalja magában, amelyek fókuszában a kommunikáció áll, így az interkulturális kommunikációt, a kritikai kultúrakutatást, a médiaelméletet,¹¹ a médiajogot,¹² a médiapolitikát, a média- és politikai tanulmányokat,¹³ a médiaszociológiát,¹⁴ a médiatörténetet,¹⁵ az újságírás elméletét, a sztár tanulmányokat, valamint az újmédia-kutatást. E tudományágak természetesen egymásból is merítenek, nem tagolják szigorú választóvonalak őket, hiszen a társadalmi jelenségek vizsgálatának diszciplinákra való osztása valamelyest mindig önkényes: maguk a diszciplinák is elméleti konstrukciók, s így a társadalmi jelenségek általuk sugallt tipológiája nem feltétlenül tükrözi a valóságot. A kommunikáció- és médiatudomány dinamikusan fejlődik (vagy legalábbis változik), ezért az azt alkotó tudományágak listája is folyamatosan bővül. Az itt felsorolt tudományágak természetesen más tudományokba is besorolhatóak – ilyen egyebek között a politológia, a szociológia vagy a történettudomány.

7 Horányi Özséb, bevezetés és szerk.: *Kommunikáció I. A kommunikatív jelenség. Kommunikáció II. A kommunikáció világa* (General Press Kiadó, 2003).

8 McQuail, *i.m.*

9 A megközelítések sokszínűségétől lásd például Ivaskó Livia, szerk.: *A kommunikáció útjai* (Budapest: Gondolat Kiadó & MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, 2004).

10 Operatív megközelítésnek McQuail a médiaszakma képviselői által felhalmozott és rendszerbe szedett tudást nevezi.

11 Ide sorolom azokat a normatív tanulmányokat, amelyek azt vizsgálják, egy ideális demokráciában miként működne az ideális media.

12 Figyelemre méltó, hogy a médiajogot a jogtudomány nem ismeri el önálló jogágként, hanem a polgári jog, az alkotmányjog és az államigazgatási jog metszeteiként kezeli.

13 Ide sorolom mindazokat az összehasonlító kutatásokat, amelyek a politikai és a médiarendszerek kölcsönhatásait igyekeznek feltérképezni.

14 Ide sorolom az elméleti és az empirikus médiahatás-kutatásokat és a befogadás-vizsgálatokat.

15 Ebbe a tudományágba sorolom a sajtótörténetet is.

Kutatási módszereit tekintve a kommunikáció- és médiatudomány elsősorban a társadalomtudományok eszköztárából merít, így egyebek mellett fókuszcsoportos beszélgetésen, laboratóriumi kísérleten, kérdőíves kutatáson, összehasonlító történeti elemzésen, tartalomelemzésen, terepkutatáson és mélyinterjún nyugszik. A kutatásmódszertannak természetesen a kommunikáció- és médiatudomány esetében is kulcsfeltétele, hogy a vizsgálat replikálható legyen.

State of the art

Az 1989–90-es rendszerváltás óta és különösen az elmúlt tizenöt évben a magyarországi kommunikáció- és médiakutatás sokat fejlődött. Tartalmas könyvsorozatok jelentek meg. Kiemelkedik közülük a Jel-Kép Könyvtár (Osiris Kiadó & MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, sorozatszerkesztő: Terestyéni Tamás), az Erasmus Könyvek (Akadémiai Kiadó, sorozatszerkesztő: Sárközy Erika), a Membrán Könyvek (Új Mandátum Kiadó, sorozatszerkesztő: Sükösd Miklós), a Társadalmi Kommunikáció-sorozat (Typotex Kiadó, sorozatszerkesztők: Bátor Zsolt, Hamp Gábor, Horányi Özséb), a Média Hungária-könyvek (Média Hungária, sorozatszerkesztők: Csermely Ákos és Sükösd Miklós) az Antenna Könyvek (PrintXBudavár Zrt. & Médiakutató Alapítvány, sorozatszerkesztő: Kozma Zsolt). Ezek mellett az elmúlt években a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatudományi Intézete két könyvsorozatot adott ki: a Médiatudományi Könyvtárat (Médiatudományi Intézet, sorozatszerkesztők: Koltay András, Nyakas Levente) és a Complex-könyveket (Complex Kiadó, sorozatszerkesztők: Koltay András, Nyakas Levente). Számos hosszabb-rövidebb életű folyóirat is működött, köztük a már említett Jel-Kép mellett a Magyar Média, a Mediárium, a Kommunikáció–Média–Gazdaság és az Információs Társadalom, valamint a Médiahatóság által támogatott In Medias Res. A hatóság 2010-ben beszüntette a független folyóiratok és könyvkiadók támogatását.

A Médiatanács Médiatudományi Intézetet működtet, amelynek támogatásával a Magyar Tudományos Akadémia Bölcsészettudományi Központjában létrejött egy Médiatudományi Kutatócsoport is.

* * *

Mint minden definíciós kísérlet, az itt írtak is némileg önkényesek. Attól függően, hogy ki milyen társtudomány felől közelít a közvetlen emberi és a tömegkommunikáció kérdéseihez, a kommunikáció más és más aspektusait tekinti fontosnak vagy érdekesnek, ám ezeket az aspektusokat – épp azért, mert minden emberi és társadalmi jelenségnek van kommunikációs vonatkozása – aligha lehet a teljesség igényével felsorolni. A fentieket ezért csupán vitaindítónak lehet tekinteni. Kíváncsian várjuk hozzászólásaikat!

Bajomi-Lázár Péter