

Sükösd Miklós

Buddhizmus a médiában

Az amerikai, a brit és az angol nyelvű kínai újságok értelmezési keretei

Hogyan jelenik meg a buddhizmus a mai médiában? E tanulmány az amerikai, a brit és az angol nyelvű kínai lapok értelmezési kereteit hasonlítja össze 2001–2013 között. A nyugati sajtóban a buddhizmushoz kötődő művészeti, kulturális és politikai cikkek mellett megjelenik a meditáció-központú nyugati buddhizmus témája. A hongkongi független sajtó ezek mellett a hagyományos buddhizmus, a társadalomba ágyazott vallás hétköznapi, gyakorlati kérdéseit tárgyalja nagyobb hangsúllyal. A pekingi pártsajtó a buddhizmus kérdését a kínai nemzeti identitáshoz köti, és az „állami buddhizmus” álláspontját, a hivatalos propagandavonalat képviseli a kínai és a tibeti buddhizmussal kapcsolatban. A lapokban a vallási logika és a médialogika ütközését látjuk. Az újságok rovatai közé nehezen illeszkedik a vallás valósága, a vallási tanítások és gyakorlatok rendszere. Az újságírók által alkalmazott (politikai, kulturális stb.) értelmezési keretek részekre bontják és dekontextualizálják a vallási praxist.

Bevezetés: Hogyan mutatja be a mai média a buddhizmust? Napirendek és értelmezési keretek a médiában

A médiareprezentációk kérdése általában is fontos, mert a médiafelhasználók – a mai modern társadalmak szinte valamennyi tagja – egyre inkább a médián keresztül szereznek információt, tájékozódnak a világról, a nemzeti és a nemzetközi politikáról, a közéletéről és a kulturális hagyományokról. A média nyújtja a 21. századi közönség információs bázisának jelentős részét, amelyet a befogadók és aktív felhasználók aztán egyénileg szelektálnak és értelmeznek újra. A buddhizmus médiareprezentációja azért különösen érdekes és fontos példa, mert a nyugati országokban a buddhizmus nem őshonos, hanem idegen eredetű, importált vallás. A világi közönség (vagyis a buddhista egyházakon, közösségeken kívüli többség) túlnyomó része így elsősorban a médiából ismerheti meg (az oktatási rendszer és az esetleges személyes tapasztalatok, személyes hálózatok adta információk mellett) a buddhizmust – szemben a Nyugaton évszázadok óta természetes közegként létező kereszténységgel, amelyről szinte mindenkinek vannak személyes tapasztalatai.

A média természetesen nem pusztán információt szolgáltat, hanem strukturálisan rendszerezett és értelmezési keretekbe szervezett tudást is nyújt a befogadóknak. Egyes témákkal gyakran, nagy terjedelemben foglalkozik, másokról kevesebbszer vagy egyáltalán nem számol be. A befogadók tudatában így napirendre tűzi, kiemeli a hírértékkel bíró, fontos témákat, míg a többit háttérbe szorítja vagy teljesen eltünteti a napirendről – ezt nevezzük a *média napirendalkotó elméletének* (McCombs & Shaw 1972). Az egyes témák, szereplők és térségek között a különböző médiumok létrehozzák saját fontossági rangsorukat. Így egyes nemzetközi újságok egymástól eltérő képet alkothatnak a buddhizmusról is megjelenésük helye, politikai nézőpontjuk, nemzeti újságírói hagyományaik és más tényezők alapján.

Napirendalkotó szerepük mellett az egyes médiumok – újságok, televízió- és rádióműsorok, hírportálok stb. – különböznek az általuk alkalmazott értelmezési keretek tekintetében is. Ezek az értelmezési keretek – nyíltan vagy rejtetten – erkölcsi értékítéletet hordoznak (Entman 1993). Elkülönítik a hősokeket és a gonoszokat. Megmondják, ki a jó és ki a rossz. Az értelmezési keretek alkalmazása (a keretezés) így etikai normákat ajánl, ami a jó és a rossz közötti, állandóan változó határvonal meghúzását is jelenti. A média keretezése meghatározhatja az adott történetek kiváltó okainak értelmezését is – nyíltan megnevezheti egy probléma okait, vagy rejtetten célozhat a kiváltó okokra, az oksági

láncolatokra. Ebből kiindulva a keretezés gyógmódot, vagyis lehetséges megoldásokat is kínál a problémákra (Entman 1993).

A keretezés (ideértve a morális értékítéletet és az oksági magyarázatokat) gyakran a média, az újságírók által használt nyelvbe, egy-egy kifejezésbe, főnévbe, jelzőbe, hasonlatba, metaforába kódolva, rejtetten fejt ki hatását. A Tibetben demonstráló buddhista szerzeteseket például az egyes lapok és cikkek teljesen eltérő értelmezési keretben jeleníthetik meg. Nevezhetik őket a vallási hagyományt védeni próbáló, emberi jogaikkal élő tüntetőknak, az elnyomott tibeti nép hiteles képviselőinek de éppen lázadó, illegális rendbontóknak is. Egyetlen szó jelentése gyökeresen eltérő értékítélthez és oksági értelmezéshez vezethet. Egyetlen metafora, jelző vagy főnév gyökeresen eltérő világnézetekre utal, és radikálisan különböző hatalmi viszonyokat támogat.

Amíg a média *napirendalkotó* szerepe (a témaválasztás és az adott témáról szóló hírek, műsorok gyakorisága) azt ajánlja fel a közönségnek, hogy *miről* gondolkodjon, az *értelmezési keretek* alkalmazása az ezekről a témákról való gondolkodás *hogyanját* befolyásolja. Ezáltal (és más kognitív és szemiotikai folyamatok során) az egyes médiumok eltérő szimbolikus világokat hoznak létre, és bennük különböző hatalmi erőviszonyokat jelenítenek meg a befogadóiknak – akár egyetlen témán belül is.

Hogyan térképezhetjük fel e fogalmak segítségével, hogy a 21. századi média miképp mutatja be a buddhizmust? Milyen szimbolikus világokat hoznak létre az egyes médiumok a napirendalkotás és a keretezés eszközeivel a buddhizmus kapcsán? Milyen gyakran és milyen értelmezési keretekben jelennek meg a médiában a buddhista szerzetesek és apácák, a világi hívek és gyakorlók, a buddhista tanítások és szervezetek; a meditáció, a buddhista művészet, a buddhizmus és a politika viszonya és más, a buddhizmushoz kapcsolódó témák? Milyen képet adnak, milyen szimbolikus világokat alkotnak az egyes médiumok a buddhizmussal összefüggésben a világ különböző részein?

Buddhizmus és média: empirikus kutatások és elméleti megközelítések

A buddhizmus médiamegjelenésével számos tanulmány foglalkozott az elmúlt években. „Miért olyan helyesek a buddhisták?” – teszi fel a kérdést Thomas A. Tweed valláskutató a buddhizmusnak és az iszlámnak az 1945 utáni időszak egyesült államokbeli médiamegjelenítéseit vizsgáló áttekintésének címében (Tweed 2008). A válasz szerinte a buddhizmus megjelenítésének három sajátosságában keresendő: a buddhizmus 1) individualista és 2) pacifista vallásként jelenik meg, amely 3) közös nevezőn áll az amerikai kulturális értékekkel. Az iszlámot ezzel szemben közösségi és erőszakos vallásként képzeljük el, amely ellentétben áll az amerikai értékekkel. Tweed szerint a buddhizmus amerikai képét a magányos meditáló figurája határozza meg a leginkább, annak ellenére, hogy a vallás ázsiai múltját és jelenét valójában számos közösségi rituálé (például felajánlás, közös éneklés stb.) is jellemezi. A magányosan gyakorló meditáló figurájának megteremtését Tweed a beat író, Jack Kerouac 1958-as, *Dharma Bums* című regényéhez köti. Ez a figura aztán tévésorozatok, filmek és irodalmi feldolgozások sokaságában, általános toposzként jelenik meg a nyugati kultúrában. A pacifista képet erősítette a vietnámi háború ellen, a béke érdekében fellépő buddhista szerzetes, Thich Quang Duc, aki a tiltakozás végső, radikális formájaként 1963-ban Saigonban felgyújtotta magát. Az amerikai magazinokban és a tévécsatornákon erről széles körben megjelent fotók üzenete a buddhizmusra vonatkozóan az, hogy a legradikálisabb buddhista tett a szerzetes által maga ellen elkövetett erőszak (szemben a mások ellen irányuló iszlám erőszakkal). A buddhizmus békés képéhez hozzájárult az ázsiai tanítók, D. T. Suzuki, Thich Nath Hanh és a Dalai Láma hatása is (Tweed 2008).

Egy másik esszében Scott A. Mitchell (2012) az amerikai buddhista golfsztár, Tiger Woods szexbotrányának médiabemutatóját elemzi, ideértve az esti tévés beszélgetőműsorokat is. Ez a botrány rövid időre a szenzációhajhász kereskedelmi média figyelmét is a buddhizmusra irányította, több tucat műsort és cikket generált. Hogyan viszonyul a buddhizmus a házastársi hűséghez, kigyógyulhat-e szexfüggőségéből és megbocsátást nyerhet-e Woods a buddhizmuson belül – a vita egyebek között e kérdések körül forgott. Mitchell amellettt érvel, hogy az amerikai média buddhizmusról alkotott képét – legalábbis ebben a vitában – nagyrészt az amerikai belpolitika konzervatív/liberális törésvonala befolyásolta. A konzervatív Fox Tv műsorvezetője, Brit Hume egyenesen azt tanácsolta Woodsnak, hogy térjen át a buddhizmusról a keresztény hitre, mert így nyerhet bűnbocsánatot házasságon kívüli

kalandjaira. A tömegmédiá konzervatív és liberális értelmezési kereteit a buddhista közösség magazinjai nem tudták érdemben befolyásolni (Mitchell 2012).

Egy harmadik tanulmány (Sen 2012) a buddhizmus és a hinduizmus képét vizsgálja az amerikai médiában. Sen abból indul ki, hogy e két vallásnak – eltéréseik ellenére – közös központi fogalma a *dharma* (kötelesség), a *karma* (a tettek és következményeik) és az *ahimsa* (az erőszakmentesség). Ezek a fogalmak pedig alapvetőek a környezeti tudatosság kialakításában és a fenyegető környezeti válság megoldásában. A hindu és a buddhista elmélet így jó alapot nyújthat a korszerű ökológiai szemlélet és a környezetvédő aktivizmus számára. Sen ezért kifejezetten e vallások központi értékeit, tanításait, illetve a zöld elméleti és aktivista kapcsolatot (a buddhista és a hindu környezetvédő mozgalmakat) hangsúlyozza, és ezek megjelenését keresi az amerikai média tartalmában. Ilyen cikket azonban alig talál, az anyagok bősége ellenére. Mintája a *New York Times*, a *CNN* és a *Time* magazin 2008. január 1-je és 2010. június 15-e közötti cikkeinek gyűjteménye. Bár módszeres, kvantitatív elemzést nem végez, eredménye egyértelmű és negatív. „E három vezető amerikai [orgánus] híreinek elemzése azt mutatja: csekély azoknak a cikkeknek a száma, amelyek elmagyarázzák a két vallás alapvető fogalmait, és ezek kapcsolatát a környezettel és a bolygóval” (Sen 2012: 102). A buddhizmus képét ehelyett Tibet ügye és a Dalai Láma, a hinduizmus bemutatását pedig az érdekességek, az egzotikumok és az indiai vallási konfliktusokhoz kötődő hírek dominálják.

Rick Clifton Moore (2008) azt az elméleti felvetést teszteli, hogy az amerikai világi sajtó a keleti vallások témáját a nyugati vallásokból átvett szimbolikus fogalmakkal közelíti meg (Silk 1998). Moore esettanulmányának a Dalai Láma 2005-ös amerikai útját választja, és egy helyi újság, az *Idaho Statesman* cikkeit veszi górcső alá. Eredményei szerint az újságírók vallásos fogalmakkal, tisztelettel beszélnek a buddhizmusról – csakúgy, mint általában a többi vallásról –, de a vallások általános vonásai mögött a buddhizmus speciális tanításai elsikkadnak. Meg kell jegyezni, hogy Moore tanulmánya (Silk 1998 nyomán) az amerikai újságírás általános működését vizsgálja. A buddhizmus sajtóbemutatásának elemzése nála egy tágabb elméleti kérdéskör esettanulmánya csupán (fő célja tehát nem a buddhizmus sajtóbemutatásának vizsgálata).

A buddhizmus és a média találkozásának másik területe a buddhista, vallásos média. A világi tömegmédiá elemzésétől elkülönülve ennek kérdéseivel is számos tanulmány foglalkozik. Például azzal, hogy a tajvani Tzu-Chi buddhista humanitárius szervezet teleregényében (folytatásos tévésorozatában) milyen diskurzusokban, tematikával, téma- és szereplőválasztással állítja a néző elé a társadalmilag elkötelezett buddhizmus vonzó példáit, a hétköznapi emberek „bódhiszattvává” emelkedését (Liao 2013).

A buddhista médiával foglalkozó irodalom másik része a buddhista online platformok, közösségimédia-csoportok, mobilalkalmazások, a „digitális buddhizmus”, a „buddhista cyberspace” kérdéskörét térképezi fel (Grieve & Veidlinger 2005). Ezek a médiumok interaktívak, decentralizáltak, a linkeken keresztül módot adnak az elmélyülésre, de a gyors kontextusváltásra is. A kommunikáció módja pedig visszahat magára a vallásra, a vallásos szervezetekre, a vallási autoritásra és magára a vallásosság megélésére. Hiszen – mint a médiumelmélet egyik megalapítója, a jezsuita Walter Ong megjegyzi: „a különböző médiumok [médiatípusok] különböző vallásosság kialakulását teszik lehetővé” (Ongot [1967] idézi Veidlinger 2005: 2).

Tágabb értelemben a fenti megközelítések a *vallás mediatizációjára* vonatkozó médiaelméleti és vallásszociológiai paradigmába illeszkednek (Hjarvard 2008, 2011, Lynch 2011, Lövheim & Lynch 2011).

Érdemes megemlíteni a buddhizmus és a média harmadik összefüggését is. Ez a buddhista elvek alapján álló, éber figyelemmel dolgozó, buddhista erkölcsiségű újságírás elősegítésére tesz javaslatokat a mai médiában (Gunaratne et al. 2015). Ez az újságírói irányzat a buddhista filozófia értékeit és elveit – az éberséget, a tudatosságot (*mindfulness*), a szenvedéstől való megszabadulás útján elért tartós boldogságot, az én-nélküliséget, a változás elfogadását, a kölcsönös függőséget – helyezi előtérbe az újságíró munkában. A hírek bemutatásában a konfliktusok élezése helyett a harmónia megteremtését igyekszik elősegíteni. Emellett természetközpontú és környezettudatos: a pazarló fogyasztás mérséklését kívánja a közösség érdekében. Mindez persze különbözik a mai „objektív” hírújságírás normáitól, és kérdés, hogyan ültethető át a gyakorlatba – főleg a nagy, profitelvű médiaszervezetekben.

Ebben az irányban tovább haladva a buddhista filozófia fogalmait felhasználva egy nem nyugati elveken alapuló médiaelméletet alkothatunk a közjó, a közérdek buddhista értelmezéséből kiindulva (lásd Hershock 2006).

A jelen kutatás számára Tweed (2008), Mitchell (2012) és Abhijit Sen (2012) empirikus megközelítései a legrelevánsabbak. Mindhárman amellett érvelnek, hogy az amerikai média a nyugati politikai és kulturális minták, értelmezési keretek

alapján minősíti és mutatja be a buddhizmust. Azonban mindhárom írás Amerika-centrikus marad, csak az amerikai médiáról szól. Mindhárom említi a különböző értelmezési kereteket, de nem határozza meg őket, s átfogó képet sem ad a média által használt keretekről. Végül mindhárom tanulmány esszéisztikus jellegű, és hiányzik belőlük a nagyobb elemszámon alapuló, hosszabb távú empirikus elemzés. Felmerül a kérdés: lehetséges-e nemzetközi, összehasonlító elemzést végezni a témáról, a keretek pontos és kimerítő meghatározásával, kvantitatív eredményekkel.

A sajtóminta

Ebben a kutatásban az amerikai és a brit sajtót, valamint két, angol nyelvű kínai újságot – összesen hét lapot – hasonlítottam össze. Így képet kaphatunk arról, hogy a világ három vezető országában – az Egyesült Államokban, az Egyesült Királyságban és Kínában – a sajtó miként mutatja be ezt a világvallást.

Az amerikai sajtópalettáról elsőként a New York Times (NYT) választottam, mert azon túl, hogy az egyik legnépszerűbb amerikai napilap, gyakran az egész világ legbefolyásosabb sajtóorgánumként tekintenek rá. Az amerikai kontinens túlsópartjáról a Los Angeles Times (LA Times) vettem be a mintába. Azt feltételeztem, hogy kaliforniai újsággént rendszeresen foglalkozik a Los Angeles-i, kaliforniai és általában a nyugati parti, nagy létszámú ázsiai-amerikai (kínai-amerikai, japán-amerikai, thai-amerikai, kambodzsai-amerikai stb.) közösségeket érintő buddhista hírekkel. Ahhoz, hogy össze tudjuk hasonlítani a napilapok buddhizmussal kapcsolatos cikkeit egy hetilappal is, a mintába bevettem a Time Magazine-t, a nemzetközileg ismert amerikai hetilapot is.

Az Egyesült Királyság politikailag megosztott sajtósínteréről két, nagy tekintélynek örvendő, minőségi napilapot, a balliberális beállítottságú Guardiant, illetve a közép-jobboldali, konzervatív Daily Telegraph-ot választottam. Hipotézisem szerint a liberális, multikulturális irányultságú értelmiségiek által olvasott középbalos Guardian feltehetőleg nyitottabb a buddhizmus – és a buddhizmus nyugati jelenlétéhez köthető vallási pluralizmus – irányába, és többet foglalkozik a nyugati buddhistákkal és az etnikai bevándorlókból álló nagy-britanniai buddhista közösségekkel is. Ezzel szemben azt feltételeztem, hogy a Daily Telegraph által képviselt konzervatív értékvilágtól alighanem távolabb a Nyugaton – történelmi távlatban – újonnan megjelent vallás, és az idegenkedés a cikkek számában és távolságtartásában is megjelenik majd.

Mivel az elemzés angol nyelvű újságokkal foglalkozik, és ezekből a kínai sajtópiacon viszonylag keveset találunk, a South China Morning Post (SCMP), illetve a China Daily egyértelmű választásnak bizonyult. A SCMP Hongkong régi, vezető angol nyelvű lapja, ezért feltételeztem, hogy sokat tudósít a régi történelmi gyökerekkel rendelkező, virágzó buddhista életről a városban. A buddhizmus – a taoizmussal és a konfucianizmussal együtt – Hongkong természetes, sok évszázados hagyománya, kulturális közege, így várhatóan megjelennek majd gyakorlati kérdések (például a buddhista templomok vagy temetők létrehozásával vagy fenntartásával kapcsolatos hírek) is a lapban. Ezzel szemben a China Daily a Kínai Kommunista Párt félhivatalos sajtóorgánuma. Célközönségét a külföldi döntéshozók, diplomaták, üzletemberek, turisták és az angol nyelvet tanuló kínaiak alkotják. Ezért feltételezhető, hogy a lap vallási kérdésekben, így a buddhizmust illetően is a hivatalos pekingi pártvonalat és kormánypolitikát követi. Emiatt azt feltételeztem, hogy az újságban a régi, kommunista gyökerű vallásellenességgel és ateizmussal találkozhatunk. De megjelenhet az új pekingi pártvonal is, amely a hagyományos kínai vallásokat a kínai kultúra szerves részének, a mai kínai kormányzatot pedig a teljes kínai kulturális hagyomány örökösének és képviselőjének tekinti. A párt a kínai kulturális és vallási hagyomány számos elemét használja fel az új nemzeti pártideológiában, és e hagyomány egyes elemeit (főleg a konfucianizmust) beemeli a mai politikai rendszer legitimitációjába is. A kínai buddhizmusra erősen hatott a konfucianizmus szellemisége, s megjelentek benne konfucianus vonások, ezért nem zárható ki a kínai buddhista hagyomány pozitív megjelenítése a párt félhivatalos lapjában.

A kutatásba a 2001. január 1-je és 2013. július 15-e között a fenti hét újságban megjelent valamennyi releváns cikket bevontam. Ez a 12 és fél év megfelelően hosszú időszaknak tűnik ahhoz, hogy az elemzés alapján képet kaphassunk a buddhizmus sajtómegjelenéséről a korai 21. században a világ fejlődését meghatározó három fontos országban. A „*Buddhism*” (buddhizmus), „*Buddhist*” (buddhista) és „*Buddha*” kulcsszavakra keresve a hét újságban a Factiva elektronikus adatbázisban több mint 20 000 cikket (pontosan 20 293 cikket) találunk, a következő megoszlásban (lásd az 1. táblázatot).

1. táblázat
A kulcsszavakat tartalmazó cikkek száma a vizsgált orgánumokban
2001. január 1. és 2013. július 15. között

Orgánum	Cikkek száma
The New York Times	5 639
Los Angeles Times	953
Time Magazine	852
The Guardian	4 533
The Daily Telegraph	1 635
SCMP	4 171
China Daily	2 510
ÖSSZESEN:	20 293

Ez az elemszám túl nagy a kódoláshoz, ezért a teljes sokaságból 3 százalékos mintát vettem, vagyis minden harmincharmadik cikket vettem a mintába: #33, #66, #99, #132, #165 stb. (ahol a #33 a mintában szereplő 33., a #66 a mintában szereplő 66. cikket jelenti, és így tovább). Ezek a cikkek legalább említés szintjén tartalmazzák a három kulcsszó egyikét. A cikkek egy része kifejezetten buddhista témákra összpontosít, míg más részük csak részben foglalkozik a témával. Ha egy cikk marginálisan említette csak valamelyik kulcsszót (például egy teljesen más témájú cikkben valakiről azt írták, hogy „mosolya olyan volt, mint Buddháé”, akkor a következő cikket vettem a mintába (például #34 vagy #67).

A mintába így összesen 612 cikk került: New York Times (169 cikk), Los Angeles Times (29), Time Magazine (26), Guardian (136), Daily Telegraph (49), South China Morning Post (125), China Daily (78). A 612 cikk eloszlása meglepően egyenletes a három ország között. Mindhárom ország sajtója körülbelül kétszáz cikkel képviselteti magát. 224 cikk a három amerikai lapban jelent meg (ezek közül 198 a két napilapban és 26 a hetilapban), 203 a két kínai, 185 pedig a két brit újságban található.

A kvantitatív keretelemzés

E kutatásban a *kvantitatív keretelemzés* módszertanát (Semetko & Valkenburg 2000) alkalmaztam a buddhizmus nemzetközi sajtómegjelenésének vizsgálatára.¹ Arra voltam kíváncsi, milyen értelmezési keretet alkalmaznak és milyen gyakran alkalmazzák ezeket a kereteket a buddhizmussal foglalkozó cikkek az egyes lapokban.

Első lépésként magukat az értelmezési kereteket (a keretezés kategóriáit) különítettem el. Az amerikai, a brit és a kínai sajtó cikkeiben 14 különböző értelmezési keretet tudtam meghatározni. Második lépésként mind a 612 cikket beosztottam a 14 keret egyikébe. E két lépéssel – az értelmezési keretek elkülönítésével és az összes cikk beosztásával a 14 keret egyikébe – a kvantitatív keretelemzés láthatóvá teszi a buddhizmus bemutatásának tendenciáit az adott újságokban. Azokat az újságcikkeket, amelyekben egynél több értelmezési keret jelent meg, a legfontosabb, meghatározó értelmezési keretük alapján kategorizáltam. Az említett 12 és fél évben a buddhizmussal foglalkozó cikkek leggyakoribb értelmezési keretei a kulturális (155 cikk), a vallási (98 cikk) és a politikai (95 cikk) értelmezési keretek voltak a hét újságban.

Az elemzésben összehasonlítottam az eltérő trendeket az amerikai, a brit és a kínai sajtóban. A többszempontú összehasonlító elemzés megmutatja, hogy mi a különbség: 1) az egyes lapok buddhizmusképe között egy-egy országon belül; 2) az amerikai, az angol és a kínai újságok között (és általában a nyugati és a kínai sajtó között); 3) a napilapok és a hetilap között; végül 4) a demokratikus szellemiségű újságok (ide tartozik a az amerikai és a brit lapok mellett a hongkongi SCMP is) és a propagandacélú China Daily között.

¹ A kutatás másik részében kvalitatív diskurzuselemzést használtam a buddhizmus nemzetközi sajtórepresentációjának feltárására. Ennek eredményei külön tanulmányban jelennek meg.

Értelmezési keretek a buddhizmus sajtóbemutatásában

A médiaszövegekben megjelenő kognitív értelmezési keretek azzal gyakorolnak hatást az emberi tudatra, hogy a valóság néhány aspektusát kiemelik a többi közül, míg a többi aspektust a háttérbe szorítják vagy teljességgel elnyomják (Entman 1993). Az értelmezési keretek akár egy rövid újságcikkben is egy-egy probléma konkrét meghatározását adhatják, oksági értelmezést nyújthatnak, morális értékítéletet alkothatnak, meghatározhatják a felelősségi viszonyokat, és megoldást javasolhatnak az adott problémára (Entman 1993).

A buddhizmus sajtóbeli keretezésének elemzésére 14 különböző keretezési kategóriát dolgoztam ki, s valamennyi, a buddhizmusról szóló vagy azt megemlítő cikket besoroltam e kategóriák valamelyikébe. A keretezési kategóriák létrehozásában és a kódolási protokoll kidolgozásában Semetko és Valkenburg (2000) *kvantitatív keretelemzési módszertanát* követtem.

Vallási: Ebbe a kategóriába azok a cikkek tartoznak, amelyek a buddhizmusra elsősorban hagyományos vallási értelemben tekintenek. Ilyenek a vallásos lelkiséget, szertartásokat, ünnepeket, vallási vezetőket, szerzeteseket és apácákat, templomokat és kolostorokat, illetve a különböző buddhista irányzatok, csoportok közötti vallási kapcsolatokat bemutató cikkek.

Kulturális: E cikkek tárgya lehet a buddhista művészet (festészet, zene, szobrászat, kalligráfia, esztétika), múzeumok és galériák kiállításai, buddhista művészeti gyűjtemények, a buddhista örökség régészeti feltárása, templomok és relikviák bemutatása és általában a buddhista kulturális örökség konkrét, kézzelfogható tárgyai.

Politikai: E cikkek politikai hírekhez kötik a buddhizmust. Számos buddhista országban (például Mianmarban, Thaiföldön, Tajvanon, Japánban) léteznek buddhista politikai szereplők, szervezetek, akár buddhista pártok is. Egyes idetartozó cikkek nem elsősorban a buddhizmussal foglalkoznak, hanem olyan politikai cikkek, amelyek buddhista szereplőket is megemlítenek. Az ilyenek valamely – jellemzően ázsiai – ország bel- és külpolitikai kérdéseivel, nemzetközi politikai kapcsolataival, illetve a vallást is érintő politikai ideológiával vagy kormányzati szakpolitikával foglalkoznak, s megemlítik a buddhistákat vagy a buddhizmust. Ide tartozó gyakori témák a nyugati lapokban az ázsiai országok gazdasági fejlettsége és nemzetközi kapcsolatai (főleg az amerikai lapokban), míg Kínában örökzöld politikai téma Tibet és a Dalai Láma tevékenysége.

Szociális és jóléti tevékenysége: A buddhista csoportok szociális, jóléti tevékenységével és ennek egyéni és társadalmi hatásával foglalkoznak. Azok a cikkek is idetartoznak, amelyek a buddhista közösségek és a hozzájuk köthető civil szervezetek önkéntes munkáját és a rászorulóknak nyújtott segítséget tárgyalják.

Konfliktus: A buddhizmust az erőszak, a feszültség, az egyes résztvevők erőszakos szembenállása és a diszkrimináció értelmezési keretében említik (ilyenek például a halálos áldozatokkal járó mianmari buddhista-muzulmán összecsapásokkal foglalkozó cikkek).

Bűnügyi: Buddhista vallási vezetők, követők vagy a Szanghák (buddhista közösségek) erkölcstelen tetteivel, illetve a vallási közösségekben elkövetett bűnökkel (például csalás, szexuális zaklatás) foglalkozó cikkek.

Kereskedelmi: Egyes buddhista szervezetek üzleti tevékenységére és a vallásosság piacosítására hívják fel a figyelmet. Bár a buddhizmus mértékletességet hirdet, manapság több buddhista szervezet is jelentős piaci profitra tett szert (elsősorban Kínában, például a Shaolin Kolostor).

Oktatási: Buddhista szervezetek által fenntartott iskolák és oktatási intézmények bemutatásával keretezik a buddhizmust, illetve a buddhizmus diákokra és fiatal generációra tett hatását vizsgálják.

Ökológiai: A buddhista csoportok környezetvédő és állatvédő tevékenységéről számolnak be, illetve támogatják a buddhizmus környezetbarát felfogását – például a vegetáriánus étrendet.

Innováció: A buddhizmus elméleti vagy technológiai innovációival, modernizációjával foglalkoznak. Azzal, hogy a vallás mennyire veszi fel a lépést a modern világ fejlődésével, illetve miképp adaptálódik az ősi hit a modern társadalom számára. (Ide tartozik például a digitális információs technológiák használata és ezek hatása a buddhista közösségek kommunikációjában.)

Életmód és egészség: A vallásos jelentésektől megfosztott értelmezési keretben tárgyalják a buddhizmussal is kapcsolatos témákat. A meditációt és annak az egészségre hasznos hatásait helyezik a középpontba (a meditáció

hatása az idegrendszerre, mentális egészség, az éberség/*mindfulness* alkalmazása a munkahelyen a produktivitás érdekében stb.).

Szervezeti: Központi kerete a buddhista vallási szervezetek (például kolostorok) vezetése és működtetése, a szervezeti rend és a munkaerő biztosítása, a menedzsment és az adminisztratív kérdések.

Turisztikai: A buddhista szent helyek, kolostorok, templomok, sztupák (a Buddha és buddhista mesterek relikviáit tartalmazó emléképületek), városok irányába történő turizmus és zarándoklat témáival keretezik történeteiket. Ide tartoznak a külföldi újságírók, utazók beszámolóí, a turistáknak vagy zarándokoknak nyújtott helyi szolgáltatásokkal kapcsolatos információk (például szállodák értékelése) is.

Híresség: Neves közéleti személyiségek (például színészek, zenészek, celebek) és a buddhizmus kapcsolatával foglalkozó cikkek.

Az elemzés első lépéseként a buddhizmusról szóló sajtócikkek olvasása alapján meghatároztam a fenti 14 keretezési kategóriát és a hozzájuk tartozó kódolási protokollt.

Második lépésként a sajtómintában szereplő 612 cikket beosztottam a 14 keret valamelyikébe a protokoll alapján. Azokban az esetekben, amikor egy cikkben többny értelemzési keret is szerepelt, a cikkekre leginkább jellemző keret alapján végeztem el a beosztást (lásd a 2. táblázatot).

Buddhizmus az amerikai sajtóban

2. táblázat

Értelemzési keretek az amerikai sajtóban

Értelemzési keretek	Orgánumok			Összesen
	The New York Times	Los Angeles Times	Time	
Kulturális	53	9	1	63
Politikai	30	2	6	38
Vallási	20	3	5	28
Konfliktus	13	2	2	17
Életmód/Egészség	12	3	2	17
Turisztikai	11	2	3	16
Szociális/Jótékonyági	8	2	1	11
Híresség	6	4	1	11
Ökológiai	6	1	2	9
Bűnügyi	4	0	1	5
Kereskedelmi	2	1	2	5
Innováció	4	0	0	4
Oktatási	0	0	0	0
Szervezeti	0	0	0	0
ÖSSZESEN	169	29	26	224

A 2. táblázatra tekintve azonnal feltűnik, hogy a New York Times sokkal többször, közel hatszor annyi cikkben (169) foglalkozott buddhizmussal, mint az LA Times (29), vagy a Time Magazine (26). Az a hipotézis tehát nem igazolódott, hogy az LA Times nagy terjedelemben számol be a kaliforniai ázsiai-amerikai kisebbségek buddhista életéről.

A két napilapban többségben voltak a kulturális keretet használó cikkek: ez 31 százalék a NYT és az LA Times esetében is. Az amerikai napilapokban tehát a buddhizmust érintő cikkek relatív többsége művészeti és kulturális

kérdésekkel foglalkozott. Ezek jellemzően kiemelték a buddhizmust eredeti ázsiai társadalmi és vallási kontextusából, és más kulturális kontextusok – a vizuális művészetek, az építészet és az irodalom kontextusába – helyezték azt. A Time Magazine hetilap azonban eltért a két napilap kulturális orientációjától, és a legnagyobb arányban politikai keretet használó riportokat közölt.

A politikai keretű cikkek alkották a második legnagyobb csoportot a buddhizmushoz köthető cikkek körében. A NYT-nál ez a keret a második, az LA Timesnál a harmadik, a Time Magazine esetében az első helyen áll. E cikkek jellemzően a buddhistákat tüntették fel a pozitív oldalon, a „főhős” vagy az áldozat szerepében, például a kolostori, szerzetesrendi közösségek elleni fellépések esetében. A elnyomó kormányok által fenyegetett szent papok képe is gyakori az amerikai sajtóban. A mianmari belpolitikai eseményekkel kapcsolatban azonban egyes buddhista vezetőket a kormányzati elnyomó hatalommal együtt, negatív szereplőként mutattak be.

A vallási értelmezési keret a harmadik leggyakoribb megközelítés az amerikai lapokban. Az idetartozó cikkek nemegyszer a buddhizmushoz kapcsolódó fényképes anyagokat is publikáltak. Ezek a sajtófotók általában a kolostori életet, a szertartásokat és a templomokat mutatták be. A megkapó fényképeken kopasz szerzeteseket, színpompás szerzetesi ruházatokat látunk, látványos vallási ceremóniák tárulnak elénk, homályosan egzotikus, szentséges hangulatot érzékelünk. A cikkekből gyakran hiányzott a további magyarázat – pusztán pillanatnyi betekintést adnak egy egzotikus világba, amely a legtöbb nyugati számára távoli és idegen.

Az életmód kategóriában nem várt trendet mutatott a lakberendezés és az építészet témája. Ezek a cikkek gyakran hozták kapcsolatba a buddhista eszmeiséget egy adott építészeti móddal vagy tervezési stílussal. Elsősorban a zen szemlélete jelent meg a minimalista építészeti stílussal, színskálával vagy dekorációs módszerrel kapcsolatban. A legtöbb esetben a bemutatott épület tulajdonosa buddhista, így a buddhizmus egyszerre jelenik meg fizikai és mentális síkon.

Egyes értelmezési keretek – az innováció, a kereskedelmi, az oktatási vagy a szervezeti keretek – csak ritkán vagy egyáltalán nem jelentek meg az amerikai lapokban. Ebből arra következtethetünk, hogy az amerikai médiába a buddhizmus elsősorban néhány meghatározó szűrőn keresztül jut be. Ide tartoznak az esztétikai vagy a kulturális programok és trendek; a politikai események, jellemzően a nemzetközi szinten; a vallásos kérdések és szereplők; végül a turisztikai és életmód keretű cikkek, amelyek ázsiai utazással, illetve a meditációs stresszcsoökkentéssel és egyéb életmódreformokkal kapcsolják össze a buddhizmust. Az amerikai (és általában a nyugati) médiában időnként megjelennek buddhista szociális/jótékonyági, illetve ökológiai akciók és szervezetek, és olvashatunk buddhista hírességekről is. Ám a buddhizmus nem képvisel jelentős oktatási lehetőséget, az amerikai lapok számára – egyáltalán nem foglalkoznak a kérdéssel.

Mindhárom amerikai lap buddhizmussal kapcsolatos hangneme a semleges és a pozitív között tendált. Míg a politikai keretű cikkek semleges hangnemet ütöttek meg, a kulturális, életmód és turisztikai keretű cikkek általában pozitív hangvételűek voltak. Földrajzi szempontból a lapok mindegyike tartalmazott nemzetközi cikket. A legtöbb politikai, konfliktus és turisztikai keretű cikk színhelye Ázsia (azon belül főképp Tibet) volt. A többi cikk túlnyomó része az amerikai határokon belülre utalt, jellemzően New Yorkra és Los Angelesre, a napilapok kiadási helyének környékére.

Buddhizmus a brit sajtóban

A brit lapok is nagyon különböző mértékben foglalkoztak a buddhizmussal: a balliberális Guardian csaknem háromszor annyi cikket közölt (136), mint a konzervatív Daily Telegraph (49) (lásd a 3. táblázatot). A helyzet hasonlít az amerikai esethez, bár ott a mennyiségi különbség még nagyobb arányú volt.

3. táblázat
Értelmezési keretek a brit sajtóban

Értelmezési keretek	Orgánumok		Összesen
	The Guardian	The Daily Telegraph	
Kulturális	31	11	42
Vallási	35	5	40
Politikai	19	9	28
Turisztikai	13	12	25
Életmód/Egészség	10	5	15
Ökológiai	8	0	8
Szociális/Jótékonyági	5	1	6
Híresség	4	1	5
Bűnügyi	2	3	5
Konfliktus	2	2	4
Innováció	3	0	3
Oktatási	2	0	2
Kereskedelmi	2	0	2
Szervezeti	0	0	0
ÖSSZESEN	136	49	185

A brit sajtóban azonban a vezető értelmezési keretek aránya is meglehetősen eltér a két lap esetében. A balközép Guardianben az élen a kifejezetten vallási cikkek állnak (35), ezt a kulturális (31) és a politikai (19) keretezésűek követik. Egész más a jobbközép Daily Telegraph buddhizmust érintő cikkeinek listája. Az olvasók itt az ázsiai buddhista turisztikai célpontokról (12), illetve a kulturális témákról (12) olvashatnak a legtöbbet.

A Guardian vezető vallási témaválasztása egyedül áll az összes lap között. Alighanem a multikulturalizmusra fogékony olvasóikat – köztük a nyugati, nagy-britanniai buddhistákat – célozzák ezekkel a buddhizmussal rokon-szenvező cikkeikkel. Közös pont azonban, hogy mind a Guardian, mind a Daily Telegraph jelentős számú kulturális és politikai keretezésű cikket közölt.

A kulturális keretezésű cikkek mindkét brit újságban gyakoriak voltak. Ez egyezést mutat az amerikai lapok tendenciájával, amelyek szintén gyakran foglalkoztak a buddhizmussal művészeti kontextusban. A buddhista művészetről szóló cikkekben az üresség, a csend és az egyszerűség esztétikai koncepciói jelentek meg. E kulturális cikkek azonban csak ritkán merültek el a vallási témákban, annak ellenére, hogy a művészeti alkotások sokszor egyértelműen a buddhizmushoz köthető képanyagot és filozófiát képviseltek.

Számos cikk foglalkozott a buddhizusból eredő meditációval, ám ennek vallási részleteibe nem merültek bele. A szerzetesi élet szertartásai és szokásai azokban a hosszabb, részletesebb írásokban jelentek meg, amelyek a vallási kontextussal is foglalkoztak.

Az amerikai lapokhoz képest a brit lapok kevés konfliktus keretezésű cikket publikáltak. Míg az amerikai újságok gyakran foglalkoztak a buddhizmus és valamely más vallás közötti válsághelyzetekkel vagy a buddhizmushoz is kötődő etnikai konfliktusokkal, az Egyesült Királyság lapjait nem terhelte túl az erőszak. A brit lapok a buddhizmust

nyugodtabb és békésebb módon prezentálták, mint az amerikaiak. Ez alighanem az USA nagyhatalmi státusával és az ehhez kötődő újságírói pozícióval magyarázható.

Az amerikai sajtó ugyanis hajlamos Washington álláspontját képviselni nemzetközi ügyekben (Hallin 1986), és ez alól az ázsiai konfliktusokról szóló beszámolók sem képeznek kivételt. Az USA vezető globális nagyhatalomként a világ számos pontján vesz részt politikai konfliktusokban – és ezek között számos ázsiai regionális és helyi konfliktust találhatunk. Az amerikai média pedig hajlamos ezekről a konfliktusokról a kormánzatnak, illetve az amerikai külpolitika hegemon helyzetének megfelelő, kedvező hangnemben beszámolni (Hallin 1986). Az erőszakos eseményekben bővelkedő cikkek másik magyarázata az amerikai kereskedelmi média (például a CNN) konfliktusközpontú, sokszor szenzációhajhász hagyománya lehet. Ettől markánsan eltér a brit közmédia (a BBC) határozott közszolgálati eszmeisége. E két hagyomány hat a minőségi sajtóra is.

A brit lapokban is megjelentek azonban a buddhizmushoz kötődő konfliktusok. Ezekben a negatív oldalon gyakran az elnyomó rezsimek álltak, a buddhizmus vagy a buddhista szereplők pedig áldozati szerepben tűntek fel. A vietnami és a kínai kommunisták erőszakosan léptek fel a buddhizmus ellen, amely így rákényszerült az önvédelemre a megsemmisülés elkerülése érdekében. A fenyegetettség, az állandó éberség kényszere ezekben a cikkekben azzal az érzéssel kapcsolódik össze, hogy a buddhista hagyományoknak egzisztenciális küzdelmet kell vívniuk fennmaradásukért. Mindez egy más területen akár a tálibok általi megsemmisítésre utalt buddhista szobrok, emlékek fennmaradásáért vívott küzdelmet is jelentheti.

Egy másik meghatározó motívum a brit sajtóban a buddhizmus és a modern társadalom kapcsolata. A nyugati kultúrába való beilleszkedése során a buddhizmus egyre távolabb kerül ázsiai gyökerű történelmi, kolostori hagyományaitól (és sokszor az írásos hagyománytól is). A brit lapok ennek megfelelően csak kis részben foglalkoztak ázsiai vallási vagy ahhoz kapcsolódó szociális/jótekonysági kérdésekkel. Ehelyett sokszor kulturális, politikai, turisztikai értelmezési keretekben, sőt időnként vallástól függetlenített spirituális gyakorlatként, akár életmódbeli/egészségi keretben tekintettek a buddhizmusra. Egyes esetekben a brit sajtó kimondottan a buddhizmus hagyományának, lényegének elvesztésére reflektált, máskor épp a buddhizmus kötetlenségét és modernizációs alkalmazkodóképességét dicsérte.

Az amerikai újságokhoz hasonlóan a két brit lap is általában semleges vagy pozitív értékeléssel mutatta be a buddhizmust. A legtöbb cikk semleges hangnemben íródott, a pozitív hangnemű cikkek pedig többségben voltak a negatív hangneműekhez képest. Számos nagyobb ívű, átfogó írás nem elsősorban a buddhizmussal foglalkozott, hanem lehetőséget adott a szerzőnek egyéb, másodlagos szempontok bemutatására – a buddhizmus sokszor ezek egyike volt. Ennek alapján is azt mondhatjuk: a buddhizmus továbbra is marginális témának számít a brit hírfolyamban, és a köztudatba a vallási tematika mellett a leginkább a média kulturális, politikai, turisztikai és életmód/egészség szűrőjén át tudott behatolni.

Buddhizmus a kínai sajtóban

A kínai lapok és a nyugati sajtó között jelentős eltéréseket látunk. Egyrészt hangsúlyosan megjelenik egy közepesen fontos csoport: a buddhizmus gyakorlati, hétköznapi társadalmi kérdéseivel foglalkozó kereskedelmi, szociális/jótekonysági, bűnügyi, híresség és oktatási keretű cikkek csoportja, összesen 59 cikkel (lásd a 4. táblázatot). Ezek a buddhizmus széleskörű és mély beágyazottságát mutatják a kínai társadalomban. Mindez természetesen eltér a nyugati társadalmi és médiaközegtől, hiszen Ázsiában a buddhizmus évezredek gyökerekkal rendelkező vallási hagyomány.

4. táblázat
Értelmezési keretek a kínai sajtóban

Értelmezési keretek	Orgánumok		Összesen
	South China Morning Post	China Daily	
Kulturális	30	20	50
Vallási	19	11	30
Politikai	21	8	29
Kereskedelmi	11	8	19
Turisztikai	5	9	14
Híresség	6	7	13
Szociális/Jótékonyági	10	1	11
Bűnügyi	8	2	10
Életmód/Egészség	3	5	8
Oktatási	4	2	6
Ökológiai	2	3	5
Innováció	3	1	4
Konfliktus	3	0	3
Szervezeti	0	1	1
ÖSSZESEN	125	78	203

Másrészt a kínai lapok kevesebb marginális cikket közöltek a buddhizmussal kapcsolatban, mint a nyugati sajtó. A buddhizmus gyakrabban játszott központi szerepet a történetekben, mellékes szempont helyett meghatározó téma volt. A nyugati lapokban a buddhizmus gyakran a más témák egyik alkotóeleme maradt, míg Kínában jóval relevánsabb szerepet töltött be a publikációkban.

Az élen Kínában is a kulturális, a vallási és a politikai keretezésű cikkek álltak – vagyis ugyanaz a triász vezetett, mint a nyugati lapok esetében. Messze kiemelkedett a kulturális cikkek száma (összesen 50 a két lapban együtt), ami jóval megelőzi a vallási (30) és a politikai (29) keretek arányát. Azonban – ahogy említettem – mindkét kínai lap több értelmezési keretet használ, mint a nyugati lapok. A cikkeikben használt keretek eloszlása egyenletesebb a nyugati lapokénál, amelyeket a kulturális, a politikai és a turisztikai keretek domináltak.

Ugyanakkor a két vizsgált kínai lap között is nagy különbségeket fedezhetünk fel. Ez nem meglepő – az SCMP cikkeit a hongkongi szabad sajtó közegében írták, míg a China Daily a Kínai Kommunista Párt álláspontját képviseli. Amíg az SCMP által feldolgozott témák és a cikkek stílusa hasonlított a nyugati stílusú, objektív(ebb) riportokéra, a China Daily egyértelmű pártállami irányelveket követett, ami valamennyi cikkben, minden keretből visszaköszönt.

Az SCMP nagyobb hangsúlyt fektetett a buddhizmus társadalmi és közösségi szerepére. Nagy figyelmet kaptak a vallásgyakorlásban résztvevő személyiségek, a gyakorlati kérdések – például a templomok, a temetők építése és helyreállítása, a történelmi események, valamint a buddhistákhoz kapcsolódó bűnügyi kérdések is, főleg Hongkongban. A nyugati lapok általában akkor foglalkoztak a buddhizmussal, amikor az egy fontos eseményhez (például politikai konfliktushoz) kötődött vagy a kulturális élet elemévé vált. Az SCMP azonban a buddhizmust a hongkongi, a kínai és az ázsiai mindennapi élet integráltabb részeként mutatta be olvasói számára. A China Daily írásaiban a buddhizmus gyakran a kínai nemzeti identitáspolitikához is kötődött – például a buddhista történelmi hagyományt is magában foglaló kínai nemzeti identitás erősítésének részeként, illetve Tibet Kínához tartozásának hangsúlyozásakor.

Feltűnő, hogy mindkét kínai lap számos kereskedelmi keretezésű cikket közölt (összesen 19-et). A kínai újságokban ez volt a negyedik leggyakrabban használt értelmezési keret, míg a nyugati lapokban szinte teljesen hiányzott a mai, élő buddhizmus bemutatásának ez az aspektusa. Ez jelzi egyes kínai buddhista csoportok és kolostorok for-profit tevékenységének felfutását, s általában is utal Kína gazdasági dinamizmusára.

A „Kína felemelkedése” motívum (vagyis Kína gazdasági és politikai térnyerése a világban) mindkét újságban felbukkant (a China Dailyben gyakrabban). Legyen szó innovációs, kereskedelmi vagy politikai keretű történetekről, számos cikk tudatosan tett utalásokat Kína változó globális szerepére, növekvő gazdasági nagyhatalmi státusára.

A China Dailyben megjelent néhány cikk, amelyet a nyugati médiaműfajok szempontjából nehéz kategorizálni. Ezek a nagyobb terjedelmű cikkek átlagemberek mindennapjait, hétköznapi helyzeteket ábrázolják, ám ezt gyakran bármilyen hírérték nélkülözve teszik. E történetek időnként egyszerű propagandaüzeneteket, erkölcsi tanulságokat juttatnak el az olvasóhoz. A nyugati lapok általában nem publikálnának efféle cikkeket, hiszen a hírfolyamhoz vagy a személyes véleménycikkekhez nincs közük. Másokból – például egy, a kínai fürdőkádhasználati szokások történelmi idővonalát prezentáló, a buddhizmust is említő kulturális keretű cikkből – hiányzott az az újságírói cél és szándék, amely alapján besorolhatóvá válna a nyugati média műfajainak valamelyikébe.

A kínai lapokban feltűnő volt még a konfliktus keretű cikkek alacsony aránya. Míg az amerikai sajtóban ez volt a negyedik leggyakoribb értelmezési keret, a kínai lapokban csak elenyésző arányban szerepelt, a China Dailyben egy ilyen cikk sem jelent meg a tizenkét és fél év alatt. Ez egyfelől a kínai kultúra konfucianus örökségével áll kapcsolatban. A társadalmi harmónia megteremtése és a társadalmi konfliktusok tompítása ugyanis a konfucianizmus fő értékei közé tartozik. Másfelől a „harmonikus társadalom” építése a 2000-es években a Kínai Kommunista Párt hivatalos ideológiájává vált. A médiában mindez a pozitív hírek, a mosolypropaganda megmaradását jelentette, míg a társadalmi konfliktusokról szóló beszámolókat jellemzően cenzúrázták.

Buddhizmus a globális sajtóban: a fő trendek

5. táblázat
Értelmezési keretek megjelenése országok szerint

Értelmezési keretek	Országok			ÖSSZESEN
	Egyesült Királyság	USA	Kína	
Kulturális	42	63	50	155
Vallási	40	28	30	98
Politikai	28	38	29	95
Turisztikai	25	16	14	55
Életmód/Egészség	15	17	8	40
Híresség	5	11	13	29
Szociális/Jótékonyági	6	11	11	28
Kereskedelmi	2	5	19	26
Konfliktus	4	17	3	24
Ökológiai	8	9	5	22
Bűnügyi	5	5	10	20
Innováció	3	4	4	11
Oktatási	2	0	6	8
Szervezeti	0	0	1	1
ÖSSZESEN	185	224	203	612

Miképp jelenik meg tehát a buddhizmus e három nagyhatalom – az USA, az Egyesült Királyság és Kína – angol nyelvű sajtójában a 21. század elején (lásd az 5. táblázatot)?

Mindent összevetve a buddhizmus médiareprezentációjában az értelmezési keretek három csoportját különíthetjük el. Az első csoportot a kulturális, a vallási és a politikai keretű cikkek alkotják. Mindhárom országban ez a három értelmezési keret a leggyakoribb.

Az első csoporton belül mindhárom országban a kulturális értelmezési keret dominált a buddhizmus ábrázolásában. Az amerikai cikkek 28 százaléka, a britek 23 százaléka, a kínaiak 25 százaléka a kulturális keretet használta. Ez azt jelenti, hogy a buddhizmusról szóló vagy azt érintő hírek és történetek a leginkább kulturális eseményekről szóló cikkeken keresztül jutnak el a világi olvasókhöz. Ezek képzőművészeti kiállításokról, régészeti feltárásokról szóló beszámolók, könyvkritikák és egyéb, buddhista kulturális termékekkel, jelenségekkel foglalkozó cikkek.

Az Egyesült Királyságban és Kínában a második leggyakrabban használt keret a vallási tematika volt (22 % és 15 %), míg az USA-ban a második helyet a politikai cikkek foglalták el (17 %).

A harmadik helyek tekintetében felcserélődött a sorrend: az Egyesült Királyságban és Kínában a politikai (15 %, illetve 14 %), míg az USA-ban a vallási keretű cikkek voltak a harmadik legnépszerűbbek (12,5 %).

Ez a három keret – a kulturális, a politikai és a vallási – dominált, a buddhizmussal kapcsolatos cikkek 57 százaléka ezek valamelyikébe tartozott. Kimondhatjuk tehát, hogy mintánkban a kulturális, a vallási és a politikai cikkek határozzák meg a média buddhizmusról alkotott képét a korai 21. században.

Több más értelmezési keret együtt alkotja a második csoportot. Ide tartoznak a turisztikai, a konfliktus, az életmód/az egészség, a szociális/jótekonysági, az ökológiai, a híresség, a bűnügyi és a kereskedelmi keretek. Ez azt jelenti, hogy az újságírók a buddhizmus ezen aspektusait közepes vagy csekély gyakorisággal mutatják be a három országban. Ugyanakkor jól jellemzi az egyes országokat e keretek előfordulásának gyakorisága.

A legritkábban előforduló keretek az innovációs, az oktatási és a szervezeti keretek voltak. Ezek marginális értelmezési keretek, és érdemes a nagyobb kategóriák valamelyikének részeként tekinteni rájuk. Az innovációs keret szinte minden esetben kapcsolódik a kereskedelmi vagy a vallási keretekhez, míg az oktatási gyakran érintkezett a szociális/önkéntes témával. A szervezeti keretbe egyetlen cikk tartozott a teljes mintából.

A fenti általános trendek mellett számos különbséget lehet és érdemes elemezni. Jelentős eltéréseket látunk a buddhizmus bemutatásában bizonyos országok és régiók között (amerikai vs. brit sajtó; nyugati vs. kínai lapok); az eltérő rendszerességgel megjelenő újságokban (napilap vs. hetilap); valamint az eltérő médiarendszerek és újságírói hagyományok szerint (demokratikus média az Egyesült Királyságban, az USA-ban és Hongkongban vs. propagandamédia Kínában).

Amerikai vs. brit sajtórepresentáció

Az amerikai és a brit sajtót összehasonlítva három eltérést érdemes kiemelni.

Az első ilyen különbség az, hogy az amerikai sajtóban a többi ország sajtójához képest viszonylag magas arányban jelentek meg a buddhizmushoz is kapcsolódó vagy azt legalább említő konfliktus keretű cikkek: a vizsgált cikkek 7,5 százalékában, míg az Egyesült Királyságban 2 százalék, Kínában pedig csak 1 százalék volt ez az arány. Egyfelől ez azt az általános tendenciát jelezheti, hogy az amerikai média sokszor szenzációként és nézettséget növelő (lehetséges kereskedelmi értékkel bíró) tényezőként tekint az erőszakos konfliktusokra. Ez elsősorban a kereskedelmi médiát jellemzi, de hat a médiarendszer és az újságírói kultúra más területeire (így a minőségi sajtóra) is. Másfelől az USA nagyhatalmi szerepéből következik, hogy a buddhizmus egyebek között akkor kelti fel az amerikai újságírók figyelmét, amikor valamilyen nemzetközi vagy regionális konfliktushoz kötődik. Az ország számos valós és potenciális konfliktus résztvevője Ázsiában, és a külpolitikai eseményekről szóló beszámolók az amerikai fősodró médiában mindig amerikai kormányzati érdekeket képviselnek (Hallin 1986). Ez számos formában megnyilvánulhat, a távoli és közvetett kulturális kapcsolattól egészen a közvetlen stratégiai érintettségig (például a Mianmarhoz, Thaiföldre vagy Kínához és Tibethez kapcsolódó konfliktus és politikai keretű cikkekben).

Másodszor, mind az amerikai, mind a brit újságokban nagy számban voltak jelen kulturális keretű cikkek. Ebből arra következtethetünk, hogy a buddhizmus gyakran a művészetek útján jut el a nyugati társadalmakhoz. A brit lapok közül a Guardianben kiegészítette ezt a vallási aspektus. A mintában ez volt az egyetlen lap, amelyben a vallásos keretű cikkek szerepeltek a legnagyobb arányban. E cikkek közül több kimondottan a vallásossággal és az ateizmussal kapcsolatos vitákkal foglalkozott. A lap helyt adott a vallás szerepéről, illetve a buddhizmus szerepvállalásáról és változásáról folytatott magasszintű spirituális és társadalmi vitáknak is. Az amerikai lapokból hiányzott a vallás társadalmi és filozófiai szerepét firtató szempont; helyét a politikai és konfliktus témák töltötték be.

A buddhizmus sokszor a nemzetközi hírek adalékeként jelent meg az amerikai sajtóban, nem pedig a belföldi vagy az ázsiai társadalmak szerves elemeként.

A harmadik jelentős különbség a turisztikai keret gyakori szerepeltetése a brit lapok buddhizmusról szóló cikkeiben. A turisztikai cikkek a vezető helyen álltak a Daily Telegraph-ban – mintánkban egyedülálló módon. Ez a turisztikai piac sajátosságainak köszönhető: az esős Nagy-Britanniában sokan érdeklődnek a délkelet-ázsiai utazások (különösen Thaiföld) iránt. A Telegraph jómódú, konzervatív tory-szavazó olvasói e turistautak potenciális vásárlói, így a sajtó számos ázsiai úticélt kínál olvasóinak – ezen belül buddhista kulturális érdekességeket, látnivalókat, sőt, a közeli szállodák értékelését is.

Napilapok vs. hetilap

A hét újságot tartalmazó mintánkban az egyetlen hetilap, a Time Magazine eltérő témákról számolt be, mint a napilapok. A politikai tudósításokra és nemzetközi kapcsolatokra fókuszáló Time az egyetlen, amelyben szinte egyáltalán nem jelent meg kulturális keretű cikk. Ez a szerkesztőségi gyakorlat egyértelműen eltér a napilapokétól, amelyek a legnagyobb számban éppen ilyen cikkeket közöltek. A Time írásai általában hosszabbak voltak, és több volt bennük a háttérinformáció, főleg a hetilapban vezető politikai és vallásos keretű írásokban. A buddhizmus innovációs, oktatási és szervezeti kérdései itt egyáltalán nem jelentek meg. Ezek a keretek a vizsgált napilapok buddhizmusról szóló cikkeiben sem jelentek meg markánsan.

Nyugati vs. kínai újságok

A nyugati újságok a legtöbb cikkben a buddhizmus művészetéhez, nemzetközi kapcsolatokhoz és politikához kapcsolódó aspektusait érintették. A kínai lapokban azonban többet olvashatunk a buddhizmus közösségi, társadalmi kérdéseiről, sőt praktikus ügyeiről is. Ez a buddhizmus mély történelmi beágyazottságát és a buddhizmus mai, élő jelenlétét tükrözi a kínai és ázsiai társadalmakban.

A brit és az amerikai sajtóban a buddhizmus gyakran kulturális és esztétikai trendek vagy politikai, etnikai, esetleg identitásbeli konfliktusok kapcsán jelent meg. Sok nyugati cikk nem magáról a buddhizmusról vagy a buddhistákról szólt, hanem valamilyen más téma (kulturális esemény, politikai történet stb.) apropóján jelent meg bennük a buddhizmus is. Ebben az értelemben a nyugati média a buddhizmust sokszor társadalmi és vallási kontextusától leválasztva kezeli. Ezzel szemben a kínai lapok a keretek szélesebb spektrumát alkalmazták. Ezek az adatok értelmezhetőek úgy, hogy a buddhizmus több aspektusa is a kínai társadalom szerves részét képezi, így kínai kontextusban nehezebb úgy megnyilvánulni a buddhizmussal kapcsolatban, hogy az független legyen annak hagyományos, vallási jegyeitől.

Bár a „Kína felemelkedése” téma nagy karriert fut be a nyugati médiában, a buddhizmussal kapcsolatban ritkábban említették. A nyugati média Kína növekedésének és erősödésének gazdasági és politikai hatásait a gazdasági és a politikai rovatokban tárgyalja. Ezzel szemben a kínai újságok – különösen a China Daily – gyakran összekötötték a gazdasági növekedést a vallás témájával. A China Daily esetenként épp a gazdasági növekedést és a társadalmi modernizációt állította elénk példának az „elavult” tibeti, feudális buddhista szokások ellenszereként.

A gazdasági tematika és a buddhizmus másik érintkező területe a for-profit gazdasági tevékenységet végző kínai buddhista vállalkozások témája. A kínai médiában az ezzel foglalkozó kereskedelmi keretű cikkek aránya is jóval magasabb volt (9 %), mint Nyugaton (2 % az USA-ban és 1 % az Egyesült Királyságban).

Demokratikus média vs. propagandamédia

Mintánkban három ország hét lapja szerepel. A három ország közül Kína az egyetlen, amely közvetlenül és egyértelműen politikai üzenetek továbbítására használta félhivatalos napilapját, a China Dailyt. Míg a hongkongi sajtószabadság légkörét élvező South China Morning Post a demokratikus újságírás nyugati hagyományát követte a mintavétel ideje alatt, a China Daily egyértelműen a kínai kormányzat propagandakiadványaként funkcionált. Ez megkülönbözteti cikkeinek stílusát és hangnemét az összes többi vizsgált újságétól (még az értelmezési keretek egyezése esetén is). Nagyon gyakori, hogy a China Daily cikkei egy-egy azonosítható értelmezési keretbe tartoztak, ám ezen felül erős politikai „tanulással” is szolgáltak.

A legjelentősebb eltéréseket a China Daily és a többi hat újság között a Tibetről szóló cikkeken találtuk. A nyugati lapok és az SCMP általában semleges vagy pozitív hangnemben – időnként akár romantikus elemekkel is misztifikálva – említették Tibetet. A China Daily tudósításai ennél több és más húrton játszottak. Időnként erős kritikát fogalmaztak meg a tibeti buddhizmussal szemben, máskor megkísérelték elmulasztani azt azáltal, hogy a kínai hagyományos vallásosság körébe sorolták. A demokratikus újságokban gyakran jelent meg a tibeti vallás és kultúra Kína vagy a kínai fennhatóság említése nélkül. A China Daily viszont szinte minden esetben Kínához, a kínai uralomhoz kötötte Tibetet. A lap erős kapcsolatot próbált kialakítani a tibeti régió és a kínai kormányzat között azzal, hogy beszámolt a modernizációs beruházásokról és a tibeti életszínvonal-növekedésről.

A China Daily egyes cikkeken közvetlenül bírálta a Nyugatot Tibet romantizálásáért és a kínai fennhatóság ellenzéséért. Mások, burkoltabb megközelítésben, a tibeti buddhista hagyomány kínaiaként való feltüntetéseivel igyekezett legitimizálni a kínai jelenlétet Tibetben. A lap rendkívül ellenséges, negatív képet festett a száműzetésben élő, hagyományos tibeti politikai és vallási vezetői szerepet betöltő Dalai Lámáról. Tibet függetlenségét követelő bajkeverőnek láttatták, akit megpróbáltak elválasztani magától a tibeti térségtől. A demokratikus újságokban ezzel szemben a Dala Láma bölcs, békés vallási és erkölcsi autoritás, meghatározó nemzetközi közéleti személyiség, aki ugyanakkor elválaszthatatlan a tibeti néptől és a tibeti buddhizmustól.

Következtetések

Hogyan összegezzük az összehasonlító kutatást? Milyen szimbolikus világokban mutatja be három ország hét fontos angol nyelvű lapja a buddhizmust a 21. század elején?

Az első meglepő eredmény: az egyes országokon belül a lapok nagyon eltérő mértékben foglalkoztak a buddhizmussal (annak ellenére, hogy a három országot összehasonlítva a vizsgált napilapjaik körülbelül azonos mértékben foglalkoztak a témával). Az USA-ban és az Egyesült Királyságban is óriási az eltérés az egyes lapok között a cikkek számát illetően. A New York Times csaknem hatszor annyi cikkben említette a buddhizmust, mint az LA Times. A trend hasonló volt a brit sajtó esetében – a balliberális Guardian közel háromszor annyi cikkben érintette a buddhizmust, mint a konzervatív Daily Telegraph. A két kínai lap esetében kisebb a különbség (a SCMP több mint másfélszer annyi cikket közölt, mint a China Daily).

Nem igazolódott tehát az a feltevés, hogy az LA Timesban magas lesz a buddhizmussal foglalkozó cikkek aránya, mert a lap megjelenési helyén, Kaliforniában sok ázsiai-amerikai buddhista közösség él. Ezzel szemben a lap csak kevésbé foglalkozott a témával. Ez azt mutatja, hogy nincs összefüggés a fősodró média napirendje és a buddhista etnikai-vallási kisebbség helyi jelenléte között. A globális, kozmopolita világlap New York Times (s nyomában a Guardian és a SCMP) viszont kiemelkedett az újságok közül a témának szentelt cikkek mennyiségével.

Az Egyesült Királyság politikailag megosztott sajtópalettáján a középső Guardian sokkal pozitívabban viszonyult a buddhizmushoz, mint a középső Daily Telegraph. Ez nemcsak a cikkek számában, hanem az értelmezési kereteiben is feltűnő. A hét lap közül a Guardian az egyetlen, amely a legnagyobb számban *vallási* cikkeket közölt a buddhizmussal kapcsolatban. Ezzel egyedül áll a mezőnyben, mivel az összes amerikai és kínai lap kulturális keretű cikkeken (a Telegraph pedig turisztikai keretű cikkeken) foglalkozott legtöbbször a vallással. Igazolást nyert tehát az a hipotézis, amely szerint a balliberális újság – mivel általában szimpatizál a vallási pluralizmussal és a multikulturalizmussal

eszméivel – nyitottabb a buddhizmus felé, mint a középjebb újság, amely számára a buddhizmus elsősorban turisztikai érdekességként jelent meg.

Másodsor, a globális angol nyelvű sajtó értelmezési kereteire vonatkozó összesített eredményeket érdemes kiemelni. A buddhizmussal összefüggésben összesen a kulturális, a vallási és a politikai keretű cikkek szerepeltek a legtöbbször. Meglepő módon ebben nincs különbség a három ország sajtója között. Úgy tűnik tehát, a modern angol nyelvű újságírás normái szerint (és ebbe érdekes módon beleértendő a kommunista pártlap, a China Daily is) e három értelmezési keret a legalkalmasabb az ázsiai világvallással kapcsolatos hírek bemutatására. Az eredmények egyöntetűsége azt sugallja, mintha kimondatlan közmegegyezés volna a vezető keretek alkalmazhatóságáról a médiaszervezetekben és a nemzetközi újságíró-társadalomban.

A keretek hosszú középmezőnye követi a vezető hármast, a kulturális, a vallási és a politikai kereteket. A középmezőny élén a turisztikai és az életmód/egészség keretű cikkek állnak – ezek a keretek mindhárom országban viszonylag gyakoriak voltak. E csoport alsó részében a buddhista élet gyakorlati kérdései – például szociális, ökológiai, bűnügyi keretű cikkek – jelentek meg. Kínában kiugró volt az egyes buddhista szervezetek elüzletiesedésével foglalkozó kereskedelmi keretű cikkek aránya. Az amerikai sajtó pedig a többinél sokkal több konfliktus keretű cikket közölt az ország világhatalmi vezető szerepe és az amerikai média konfliktusközpontúsága miatt.

A lista alján a buddhista innovációs, oktatási és szervezeti kérdések állnak. Ezekkel a többihez képest nagyon kis számban foglalkozott a globális angol nyelvű sajtó.

A harmadik, elméleti jellegű konklúzió az lehet: a médiakörnyezet, a lapok belső szerkezete (rovatai) és az ehhez kapcsolódó újságírói rutin eljárások nagyban dominálják a buddhizmus bemutatását. *Az értelmezési keretek nagyrészt a lapok rovatstruktúrájából következnek (gondoljunk a politikai, a kulturális, a turisztikai, az életmód stb. rovatokra). E rovatok és e keretek közé nehezen illeszkedik a vallás élő valósága, a vallási tanítások és gyakorlatok rendszere.* Az újságírói logika szükségszerűen részekre bontja és dekontextualizálja a vallási praxis teljességét. A lapokban így a vallási logika és a médialogika ütközését látjuk. Ennek eredményeként az egyes keretek különböző irányokból láttatják és az egyes keretekbe illesztik vagy tördelik – mintegy „bedarálják” – a vallási rendszer egyes elemeit. Ebben az értelemben a konfliktus a vallás mediatizációs folyamatának jellemzője.

E folyamatot tükrözi, hogy az összes cikk közül kevés az egyértelműen vallási témákkal foglalkozó írás. Az összes cikknek (612) csak körülbelül hatoda (98) sorolható ide. A többi keretben a buddhizmus sokszor más sztorik – kulturális, politikai, turisztikai stb. történekekről szóló hírek – „kísérőjelenségeként”, mellékes jellemzőjeként jelent meg. Kevés cikk foglalkozott magukkal a buddhista tanításokkal, filozófiai koncepciókkal, meditációs gyakorlatokkal, vagyis szorosan a valláshoz kapcsolódó kérdésekkel. A cikkek jelentős része tehát nem elsősorban a buddhizmus bemutatására vállalkozott, hanem a hírekben szereplő történet – többé vagy kevésbé lényegi – elemeként említette meg e vallást.

Végül a médiaszervezetek társadalmi környezete is nagyban dominálja a buddhizmus bemutatását. A nyugati, a hongkongi és a népi kínai sajtó különböző médiarendszerekben és újságírói hagyományokkal, eltérő politikai, társadalmi és kulturális környezetben működik. Ennek megfelelően három igen eltérő elképzelést és ahhoz illeszkedő értelmezéseket állítanak elének arról, hogy mit jelent a buddhizmus a korai 21. században. A nyugati sajtóban a politikai, a művészeti és a kulturális tematika mellett megjelent a posztmodern, meditációközpontú nyugati buddhizmus. A hongkongi lap a kulcstémák mellett a „hétköznapi buddhizmus”, az élő vallás társadalmi gyakorlatához kapcsolódó hétköznapi kérdéseket tárgyalta nagyobb hangsúllyal. Végül a pekingi pártlap a buddhizmus kérdését a nemzeti identitáshoz köti, és az „állami buddhizmus” szempontját, a hivatalos propagandavonalat képviseli a kínai és tibeti buddhizmussal kapcsolatban.

A további kutatás egyik iránya az időbeli változások megmutatása lehet. Ez már a jelenlegi mintán is elvégezhető. Mivel meglehetősen hosszú időszakot (12 és fél év) tekintettünk át, érdekes lehet annak vizsgálata, hogy volt-e hosszútávú (longitudinális) elmozdulás, változtak-e a hangsúlyok, az értelmezési keretek (és a cikkek gyakorisága) a buddhizmus bemutatásában. Hongkong esetében például a pekingi befolyás folyamatos növekedése és a SCMP pekingi irányba fordulása lehet befolyásoló tényező.

A hosszú távú trendek elemzéséhez meghosszabbítható maga az áttekintett időszak is. Ehhez a minta bővítésére volna szükség – egyrészt visszafelé, az elmúlt évtizedek irányába. Így történelmi perspektívában lehet áttekinteni a buddhizmus bemutatásának trendjeit az angol nyelvű világsajtóban. Egy ilyen történelmi kutatási projekt feltárhatja a buddhizmus nyugati recepciójának sajtóvetületét. Például D. T. Suzuki japán zen szerző nyugati sajtóbemutatását

a múlt század első felétől; Csögyam Trungpa és más buddhista tanítók hatását többek között a beatköltőkre és -írókra Amerikában az 1960-as években; vagy a buddhizmus hongkongi reprezentációját a brit gyarmati időktől a kommunista Kína hatalomátvételéig 1997-ben.

De a minta meghosszabbítható a mindenkori jelenünkig is. Érdekes hipotézis lehet például, hogy az éber tudatosság (*mindfulness*) tanítások és műhelygyakorlatok nyugati elterjedésével az utóbbi években megnövekedett-e az oktatási és az egészség/életmód keretezésű cikkek aránya a nyugati sajtóban.

Vizsgálni lehetne a buddhizmussal kapcsolatos pozitív vagy negatív attitűdök megjelenését is a különböző országok és lapok cikkeiben, valamint az értékelés trendjeit a mostani mintában – de akár az azt megelőző vagy az azt követő időszakra kiterjesztve is. A kérdés a jelenlegi mintán is megválaszolható volna (módszeresen mérhető, kódolható a buddhizmussal foglalkozó cikkek hangvétele).

Az értelmezési keretek mellett lehetséges volna a buddhista, illetve a buddhizmushoz kapcsolódó személyiségek sajtómegjelenésének elemzése is. A Dalai Láma sajtóbemutatása már kiugróan magas arányú volt a mostani mintában is. Rajta kívül van-e más személy, kiemelkedő buddhista vallási és közéleti szereplő (például a globális meditációs szervezetet létrehozó vietnami Thich Nath Hanh vagy a mianmari politikai vezető, a buddhista Aung San Suu Kyi)? Kikhez kötődik személy szerint e vallás percepciója? Kiket említ a sajtó leggyakrabban a buddhizmussal kapcsolatban, és milyen értékeléssel?

Ugyanígy kiemelt témák, események (például a buddhizmushoz kapcsolódó konfliktusok) célzott összehasonlító elemzését is el lehetne végezni. Hogyan mutatnak be a világsajtó lapjai egy adott buddhista-muszlim konfliktust Mianmarban vagy egy konkrét tibeti-kínai konfliktust Tibetben? Vagy szelídebb példákkal: hogyan mutatja be ugyanazt a buddhista művészeti kiállítást – vagy a Dalai Láma látogatását – két eltérő orientációjú napilap egyazon országban?

A kiemelt témák között részletesebben lehetne elemezni a kifejezetten a buddhista gyakorlatra irányuló vallási keretezésű cikkeket. Milyen buddhista tanítások, filozófiai koncepciók, hagyományok, meditációs módszerek vagy elvonulási leírások szerepelnek itt?

Tanulságos volna áttekinteni a cikkeken említett hírek földrajzi eloszlását is. Hogyan alakul a médiában megjelenített buddhizmus szellemi földrajza, kognitív térképe? Nyugati vagy ázsiai helyekről, történésekről tudósít inkább a média a buddhizmusról szólva?

Jelen írás a buddhizmus sajtóbemutatásának irányait kvantitatív módszertannal tárta fel. Emellett elkészült a sajtót (ugyanazt a mintát) jellemző diskurzusok (világképek, összefoglaló ideologikus gondolati minták) kvalitatív elemzése is, amely külön tanulmányban fog megjelenni. Ez a fenti keretelemzésnél mélyebb és árnyaltabb nyelvi és ideológiai elemzést nyújt, idézetekkel, példákkal illusztrálva. Ugyanakkor kvantitatív értelemben nem reprezentatív – a két megközelítés kiegészíti egymást.

Most csak három ország sajtójával foglalkoztunk. Ráadásul az USA és az Egyesült Királyság mellett a kínai sajtónak csak nagyon kis szelete, a két angol nyelvű napilap került a mintába. A sajtóelemzés természetesen kiterjeszhető más nyelvekre és országokra is. Hasonló kutatás végezhető el a kínai, az orosz, a francia vagy a spanyol nyelvű sajtóról is. Ha a fenti kódolási rendszer alkalmazható egy ilyen nagyobb összehasonlító vizsgálatra, akkor sikerülhet a buddhizmus sajtóképének feltárása a világsajtó fontosabb lapjaiban.

Hasonló projekt készülhet a magyar sajtóról (és más közép- és kelet-európai országok sajtójáról) is. Magyarország azért is különösen érdekes, mert 1991 óta itt működik A Tan Kapuja Buddhista Főiskola, a nyugati világ néhány buddhista felsőoktatási intézményének egyike.

Ha egy ilyen kutatásba buddhista országokat is bevonunk (például Japánt, Thaiföldet, Mianmart, Tajvant stb.), akkor a nyugati lapokétól teljesen eltérő eredményeket kaphatunk – kvantitatív keretelemzéssel és kvalitatív diskurzuselemzéssel egyaránt. A politikai keretben várhatóan megjelennek például a buddhizmushoz kapcsolódó belpolitikai (akár pártpolitikai) fejlemények. Tajvanon emellett várható például a szociális/jótekonysági keretezésű cikkek magasabb aránya (a társadalmi felelősségvállalásra nagy hangsúlyt fektető humanisztikus buddhizmus népszerűsége miatt).

Mindeddig a világi sajtóról, a fősodró tömegmédiá buddhizmusképéről beszéltünk. Más kutatási projektek kifejezetten a buddhista média (a buddhista közösségek médiája) által használt értelmezési kereteket elemezhetik. Amerikában több színvonalas buddhista magazin jelenik meg (például a Lion's Roar [régebbi nevén Shambala Sun], Tricycle, Buddhadharma). A hongkongi Buddhistdoor Global online magazin egy globális buddhista médiumot kísérel

meg létrehozni. Az ehhez hasonló orgánumok vizsgálatba való bevonása választ adhatna arra a kérdésre, hogy miben különböznek a vallásos és a világi média által használt értelmezési keretek.

Az is érdekes kérdés, hogy van-e kommunikáció a vallásos és a világi média között. Milyenek a kapcsolatok az egyes országokban a buddhista médiumok és a tömegsajtó között? Utálnak-e egymásra, átvesznek-e egymástól cikkeket, vitatkoznak-e? Ehhez kapcsolódó kérdés, hogy miként jelennek meg az angol nyelvű sajtóban (vagy más nyugati országok sajtójában, így akár a magyar sajtóban is) a helyi, nyugati és a bevándorló, ázsiai buddhista csoportok.

A kutatást más vallások vizsgálatára is érdemes kiterjeszteni, így kiderülne, hogy az egyes lapok mennyit és milyen értelmezési keretekben foglalkoznak a többi vallással – a kereszténységgel, a zsidó, a muzulmán, a hindu vallással. Választ kaphatnánk arra a kérdésre is, hogy a buddhizmus arányaiban túl- vagy alulreprezentált-e a többi valláshoz képest, illetve melyik vallás jelenik meg inkább negatív, s melyik inkább pozitív kontextusban az egyes lapokban, és miért. Ezek a kérdések újabb összehasonlító kutatásokhoz vezethetnek.

A buddhizmus médiabemutatása nemcsak az akadémiai kutatás tárgya, hanem a gyakorlati kommunikációé is. A tudományos igényű kutatás – a kvantitatív keretelemzés és a kvalitatív diskurzuselemzés egyaránt – elősegítheti a buddhista szervezetek és médiumok tudatos kommunikációját annak érdekében, hogy minél több emberhez jussanak el a buddhista tanítások.

Köszönet

Ezúton mondok köszönetet a kézirat első változatához nyújtott értékes megjegyzéseikért a következőknek: Bayer Judit (a Médiakutató főszerkesztője, főiskolai docens, Budapesti Gazdasági Egyetem); Csörgő Zoltán (buddhista tanító, oktatószervező, Tan Kapuja Buddhista Egyház); Horvát M. Zsófia (a Buddha FM rádió szerkesztője); Keller Mirella (Fo Guang University, Tajvan); Polgár Emese; Sarlós Gábor (Senior Lecturer in PR, Corporate Reputation and Campaigning, University of Worcester); valamint a Médiakutató névtelen bírálója.

Irodalom

Entman, Robert M. (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal Communication*, Autumn, pp. 51–58.

Gunaratne, Shelton A. & Sugath Senarath & Mark Pearson eds. (2015): *Mindful Journalism and News Ethics in the Digital Era. A Buddhist Approach*. New York & London: Routledge.

Grieve, Gregory Price & Daniel Veidlinger eds. (2005): *Buddhism, the Internet, and Digital Media. The Pixel in the Lotus*. New York & London: Routledge.

Hallin, Daniel C. (1986): *The Uncensored War: the Media and Vietnam*. Berkeley: University of California Press.

Hershock, Peter D. (2006): *Buddhism in the Public Sphere: Reorienting Global Interdependence*. New York & London: Routledge.

Hjarvard, Stig (2008): The Mediatisation of Religion. The Theory of the Media as Agents of Religious Change. *Northern Lights* vol. 6, no. 1, pp. 9–26.

Hjarvard, Stig (2011): The Mediatisation of Religion: Theorising Religion, Media and Social Change. *Culture and Religion*, vol. 12, no. 2, 119–135.

Liao, Pei-Ru (2013): Imagining 'Human Bodhisattva' via Televisual Discourse: Media Platform of the Tzu-Chi Organization. *Contemporary Buddhism*, vol. 14, no. 2, pp. 284–297.

Lövheim, Mia & Gordon Lynch. (2011): The Mediatisation of Religion Debate: An Introduction. *Culture and Religion*, vol. 12, no. 2, pp. 111–117.

Lynch, Gordon (2011): What Can We Learn from the Mediatisation of Religion Debate? *Culture and Religion*, vol. 12, no. 2, pp. 203–210.

McCombs, Maxwell E. & Donald L. Shaw (1972): The Agenda-Setting Role of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, vol. 36, no. 2, pp. 176–187.

Mitchell, Scott A. (2012): "Christianity is for Rubes; Buddhism is for Actors": US media Representations of Buddhism in the Wake of the Tiger Woods' Scandal. *Journal of Global Buddhism*, no. 13, pp. 61–79.

Moore, Rick Clifton (2008): Secular Spirituality/Mundane Media: One Newspaper's in-depth Coverage of Buddhism. *Journal of Media and Religion*, vol. 7, no. 4, pp. 231–255.

Ong, Walter (1967): *The Presence of the Word: Some Prolegomena for Cultural and Religious History*. New Haven, CT: Yale University Press.

Semetko, H. A. & P. M. Valkenburg (2000): Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, vol. 50, no. 2, pp. 93–109.

Sen, Abhijit (2012): Media, Hinduism & Buddhism: Mainstream Media Coverage of Asia's Two Major Religions. *Observatorio Journal*, vol. 6, no. 2, pp. 85–107.

Silk, M. (1998): *Unsecular Media: Making News of Religion in America*. Urbana, Illinois: University of Illinois Press.

Tweed, Thomas A. (2008): Why are Buddhists so Nice? Media Representations of Buddhism and Islam in the United States since 1945. *Bloomsbury Journals*, vol. 4, no. 1, pp. 91–93.

Vedlinger, Daniel. (2005): Introduction. In: Gregory Price Grieve & Daniel Veidlinger (eds.): *Buddhism, the Internet, and Digital Media. The Pixel in the Lotus*, pp. 1–20 New York & London: Routledge.

Abstract

How does contemporary media represent Buddhism? This paper provides a quantitative framing analysis of American, British and Chinese (English language) newspapers between 2001 and 2013. Although the most frequently used frames (cultural, religious, political) are the same in all three countries, there are major differences between as well as within countries. In the Western press, the subject of meditation-centered Western Buddhism enters the media. In Hong Kong, the press emphasizes the everyday, practical issues of traditional Buddhism. Beijing's party press relates Buddhism to Chinese national identity and represents an official propaganda line regarding Chinese and Tibetan Buddhism. The logic of religion conflicts with media logic as religious concepts and practices do not fit newspaper sections and media frames. The frames used by journalists break down into parts and decontextualize religious practice.

Sükösd Miklós szociológus, politológus, médiakutató, a Koppenhágai Egyetem Média és Kommunikáció Tanszékének docense. Az ELTE szociológia-népművelés szakán végzett. A Harvard Egyetem Szociológia Tanszékén szerzett MA fokozatot, a Hongkongi Egyetemen MBS (Master in Buddhist Studies) fokozatot, a politikatudomány kandidátusa. Korábban a CEU Politikatudományi Tanszékének docense és a CEU Média- és Kommunikációtudományi Központjának akadémiai igazgatója, illetve a Hongkongi Egyetem Újságírás- és Médiatanulmányi Központjának docense. Több, mint húsz könyve jelent meg magyarul és angolul. Legutóbbi könyve: *Media Pluralism and Diversity: Concepts, Risks and Global Trends* (társszerk. Peggy Valcke-val és Robert Picarddal), Palgrave Macmillan, 2015). Legutóbbi írása a *Médiakutatóban*: „A szamizdat mint tiposzféra. Földalatti nyomtatási kultúra és független politikai kommunikáció a volt szocialista országokban” (2013. nyár).



Nyáry Krisztián

Fotó: Galgóczy Németh Kristóf