

Szijártó Zsolt

Médiakutatás a digitális korszakban

A 70 éves Császi Lajos köszöntése

2008 őszén, ezelőtt több mint 10 évvel jelent meg a Médiakutató című lapban Császi Lajos tanulmánya „Médiakutatás a kulturális fordulat után” címmel (Császi 2008). A szöveg, amely a két évvel később beadott és megvédett akadémiai doktori dolgozatban is alapvető hivatkozási pontként volt jelen, fontos szerepet játszik a magyar médiakutatás történetében (Császi 2010). Azzal a modernista-társadalomtudományi paradigma mentén gondolkodó, elsősorban a média társadalmi-politikai jelentőségét hangsúlyozó felfogással szemben kínált valós alternatívát, amely a magyar médiakutatás *mainstream* vonulatát szinte a kezdetektől jellemezte. Egy olyan interdiszciplináris és transznacionális kutatási tradíció elméleti, történeti és módszertani rekonstrukcióját végezte el a szerző, amely mindhárom, a tömegkommunikáció kutatását meghatározó nagy modernista irányzattal szembefordult. Egyszerre fogalmazott meg kritikát a frankfurti iskola politikai gazdaságtanra alapuló kritikai társadalomelméletével, a szociológia deskriptív, statisztikai jellegű vizsgálataival és a szemiotika szövegközpontú megközelítéseivel szemben. A Császi-féle új, általa *posztmodern-kulturális paradigmának* nevezett megközelítés fő újdonsága abban rejlett, hogy a mindennapi élet és a média kapcsolatát állította középpontba, fontos szerepet szánt a populáris kultúra tanulmányozásának, és a média szerepét a kulturális fogyasztás komplexitásában vizsgálta.

A címben is megidézett tanulmány túlmutat a megjelenés apropóján, mintegy összefoglalja a Császi-féle, a magyar médiakutatást több szempontból is megtermékenyítő megközelítés legfontosabb állításait. A szöveg alapján jól rekonstruálhatók a legfontosabb elméleti kapcsolódási pontok, a gondolkodásmód egész struktúrája, az alkalmazott módszerek, a mondandó megformálásának nyelvi-stiláris rétege – csupa olyan karakterisztikum, amely összecserélhetetlenné, egyedivé teszi Császi Lajos kutatói pályáját. Feltűnő, hogy ez a gondolkodásmód és stílus mennyire állandó maradt az alatt a két évtized alatt, amelyben létrejött ez a jelentős médiakutatói életmű, annak ellenére, hogy ezen időszak során sokfajta jelenséggel foglalkozott a szerző. Noha az életmű középpontjában egy jellegzetes televíziós műfaj, a kereskedelmi televíziózással megjelent, gyorsan elterjedt, jelentős hatást kiváltott talkshow-formátum elemzése áll (Császi 2011), Császi Lajos a populáris médiakultúra több más területével is foglalkozott. Így a „hagyományosabb”, a médiakutatásban régóta jelenlévő témák – a katasztrófák médiareprezentációja, a médiaerőszak kérdése, a morális pánikok hatásmechanizmusa – mellett több tanulmányt szentelt a humor, a vicc kulturális szerepének (Császi 2016a), remek elemzést közölt a budapesti Cow Parade-ról (Gluck & Császi 2011), ráirányította a figyelmet a *cultural studies* előzményének tekinthető, 1930-as évekbeli angol kultúrakutatói irányzat, a Mass Observation Project jelentőségére (Császi 2016b).

Hogyan jellemezhető a Császi-féle médiakutatás? Az egyik legfontosabb tematikai újdonsága a társadalom- és a médiakutatásban az 1980-as években végbement kulturális fordulat komolyan vétele s középpontba állítása. A magyar médiakutatást legmarkánsabban az ő munkái szembesítették azzal a ténnyel, hogy a modernitáshoz szorosan kapcsolódó médiafelfogás (amely „a polgári nyilvánosság univerzális modelljén, a politikai szólásszabadságon, a társadalmi egyenlőségen és a történelmi haladás emancipatorikus eszméjén alapult”) a médiakutatás (vagy a kor nyelvén: a „tömegkommunikáció-kutatás”) egy meghatározott módját hozta létre és tette általánossá. Egy olyan kutatási paradigmát rekonstruál Császi gondosan és körültekintően, amelynek középpontjában a médiareprezentációk és a valóság közötti viszony állt, s főként a hír- és riportműsorok, a közönség politikai informálódását (az úgynevezett „közszolgálatot”) segítő műfajok vizsgálatára koncentrált. Vagy ahogyan összefoglalóan megfogalmazza: „A média ebben az összefüggésben a domináns rend valamifajta másolataként jelent meg.” Császi azonban világossá tette azt is, hogy ez a megközelítés csak egy a sokféle lehetséges médiakutatói irányzat közül, s egy olyan, szintén jelentős elméletörténeti gyökerekkel rendelkező paradigma mellett tette le

a voksát – ez jelentette számára a „médiakulturális fordulatát” –, amely a médiára olyan területként tekint, ahol különböző társadalmi csoportok számára nyílik lehetőség a különbözőség, a domináns renddel szembeni ellenállás kifejezésére. Ennek a kulturális fordulatnak logikus következménye volt a populáris kultúra kutatásának felértékelése.

Egy jellegzetes, dichotómiákat létrehozó, a médiakulturális folyamatokat bináris oppozíciókon keresztül elrendező gondolkodási minta rajzolódik ki Császi Lajos mindig nagyon informatív teoretikus szövegeit olvasva. Táblázatok, ellentétpárok, struktúrák láthatók világos logika mentén elrendezve, lépésről-lépésre; világos külső szempontrendszer alapján történik az eltérő mediakutatási paradigmák azonosítása. Egy olyan megközelítésmódot képvisel Császi, amely a saját perspektíva meghatározását és elhelyezését mindenekelőtt történetileg tartja fontosnak, a mediakutatás múltját meghatározó nagy művekhez és irányzatokhoz kapcsolódóan definiálja a pozícióját. (Ebben az összefüggésben nem lehet eléggé hangsúlyozni Walter Benjamin szerepét, akiről Császi külön tanulmányt is írt, több szövegében előkerülnek a német szerző legfontosabb alapfogalmai, az „aura” vagy éppen a „flaneur”, s esszéisztikus megközelítésmódja is nagyon közel áll hozzá.) De legalább ennyire fontos szempont számára a korszerűség. A szövegei világos választ kínálnak arra a kérdésre is, hogyan lehet intellektuális értelemben rendet teremteni a mediakutatással foglalkozó számtalan kisebb-nagyobb kortárs irányzat között, s milyen módon lehet ezekhez kapcsolódóan meghatározni és érvényesíteni egy önálló kutatói pozíciót. Császi Lajos teoretikus szövegei kitűnő példát nyújtanak arra, hogyan lehet egy mediakutató naprakész a diszciplína szerteágazó történéseiben, miközben – ezzel párhuzamosan – történetileg is látja, el tudja helyezni (és értékelni tudja) a jelen eseményeit.

Ugyanakkor ez a gondolkodási módszer egyáltalán nem tekinthető hideg klasszifikációnak, valamifajta fogalmi zsonglőrködésnek, mindent pontosan elrendező, távolságtartó mérlegelésnek. Éppen ellenkezőleg: Császi szövegei tele vannak jól érzékelhető elkötelezettséggel (s nemritkán érelemmel). Ennek oka leginkább abban rejlik, hogy Császi megközelítésmódjában mindvégig fontos szerepet játszik egy alapvető, az egész kutatói habitusát meghatározó emancipációs komponens, amelyet – jobb szó híján – valamifajta humanista hozzáállásként lehetne jellemezni.

Mintha az egész mediakutatói tevékenysége arról szólna, miképpen lehet megszabadítani a számára kedves és általa fontosnak tartott kutatási tárgyakat azoktól a negatív sztereotípiáktól, előítéletektől, téves konceptualizációktól, amelyeket ebben a mediatortörténetileg átalakuló korszakban a „médiáértelmiségiek” – sokszor saját korábbi pozícióik védelmében – rájuk aggattak, s amelyeket aztán a társadalom egyes részei s a szakma meghatározott csoportjai is reflektálatlanul használni kezdtek. E törekvés jegyében próbálta megvédeni a kereskedelmi televíziózást a korban rázúdított negatív címkesortúztól, s bemutatni azt, hogy ez a „szenzációhajhász”-nak, „bulvár”-nak tartott és lenézett média miként lát el alapvető társadalmi feladatokat, elégít ki nagyonis létező társadalmi igényeket. Ugyanilyen elszánt módon próbálta emancipálni a különböző médiaműfajokat, s bemutatni azt, hogy a hír-, a riport- és a dokumentumműsorokon, azaz a valóság reprezentációjával foglalkozó műsorformátumokon kívül is vannak másfajta, ugyancsak releváns, a mediakutatás érdeklődésére joggal számot tartó műsortípusok. Így például a szappanoperák, a különböző popzenei műsorok vagy éppen a talkshow-k vizsgálata megkerülhetetlennek tűnik a mediakutatás számára akkor, ha be szeretné mutatni, hogyan konstruálódnak meg s kerülnek megtárgyalásra különböző társadalmi normák, milyen módon találunk a médiatartalmakon keresztül saját kifejezési formákat társadalmi csoportok, hogyan működik az emocionális képzelőerő a mediakultúra mindennapjaiban. És emancipálni szerette volna a közönséget is: kimoszítani a passzívnek tételezett befogadói szerepből, s a médiarendszer tartalmait aktív módon felhasználó, alakító résztvevőként tekinteni rá. Sokszor idézi az a kutatói *ars poetica*nak is tekinthető Jack McLeod-féle tételmondatot, amely szerint „nem az a kérdés, hogy a média mit csinál az emberekkel, hanem az, hogy az emberek mit csinálnak a médiával” (McLeod 1991).

Ugyanakkor figyelemre méltó az a stiláris-poétikai mód is, amelyen ezek a sokszor nehéz, elméleti összefüggéseket is tartalmazó tanulmányok megfogalmazódnak. Ha figyelmesen olvassuk ezeket a szövegeket, az a benyomásunk támad, mintha valójában maga a stílus, a mondandó nyelvi megformáltsága állna Császi Lajos módszertani krédójának középpontjában. Ez a stílus közel áll az élőbeszédhez, s nem azért, mintha ne tenne eleget a legalapvetőbb tudományos normáknak (a tiszta fogalmi distinkcióknak, a hagyománytörténeti beágyazottságnak, az ellenőrizhetőségnek, a koherenciának); éppen ellenkezőleg, mindig kényesen ügyel a fogalmi

áttekinthetőségre. Császi szövegei mégis úgy vannak megformálva, mintha mindig feltételezne valamilyen közvetlen beszélgetőtársat. Nem egy általános, absztrakt olvasót, a tanulmány „befogadóját”, a Médiakutató valamely előfizetőjét, hanem egy konkrét *másikat*. Diákot, kollégát, laikus érdeklődőt. Akihez közvetlenül oda lehet fordulni, s részletesen el lehet magyarázni neki, miben is rejlik valamely mediális jelenség súlya, fontossága, hogyan tekintsünk egy új műfajra, s mi minden más (vicc, anekdota, remekbe szabott színes történet) juthat erről eszébe egy felkészült médiakutatónak. Közvetlen kommunikációs kapcsolat, töretlen hit a személyesség erejében – egy nagymértékben mediatizált világban: talán így foglalható leginkább össze a Császi Lajosra jellemző médiakutatói attitűd.

* * *

A 2008-ban megjelent tanulmány vége felé Császi Lajos a modern és a posztmodern paradigma szembeállításán túl felvázol egy harmadik korszakot, a médiakutatás későmodern fordulatát. Megfogalmazásában ez nem más, „mint a modern és a posztmodern szemlélet valamilyen »megszüntetve-megőrző« hegeli szintézise”, a posztmodern megközelítés által felvetett kérdések és témák folytatása, csak éppen teljesen átalakult társadalmi-kulturális-mediális viszonyok közepette. Ennek az új médiatörténeti korszaknak a részletgazdag leírásához a tanulmány megszületésekor még nem volt meg a megfelelő távlat, a gondos elemzést lehetővé tevő rálátás. Ugyanakkor Császi jó kutatói érzékeléssel kiemeli a mediális világban zajló átalakulások alapvető tendenciáit: azt a folyamatot, ahogyan a „mindennapi élet” válik a médiával kapcsolatos gyakorlatok legfontosabb referenciapontjává, olyan gyűjtőfogalommá, amely azt szemlélteti, a médiahasználat hogyan ágyazódik be az emberek mindennapi életösszefüggéseibe. Rámutat arra is, hogy a mindennapi élet szereplői cselekvéseik során maguk is részei a mediális tartalmak termelésének. Felismeri azt, hogy az új médiaformátumok, az új médiaműfajok egy új kulturális nyilvánosságot hoznak létre, amelyben központi helyet foglal el a média-flanuer alakja,

...aki mint rejtélyt, felfedezésre váró feladatot fürkészi a nyilvánossá lett privát szférát és akinek kizárólag a tehetségén és a kíváncsiságán múlik, hogy milyen sikeresen tudja értelmes egészévé összerakni a különböző csatornákon látott ellentmondásos reprezentációkat (Császi 2008: 104).

A tanulmány megjelenése óta eltelt évtizedben jelentős társadalmi-kulturális és technológiai változások zajlottak le a médiarendszerben és a társadalomban, s talán már rendelkezünk is a szükséges kutatói távlattal, amely miatt érdemes újra feltenni ezt a tíz évvel ezelőtti Császi-féle kérdést: mennyiben módosultak, hogyan alakultak át az elmúlt időszakban a kulturális fordulat utáni médiakutatás preferenciái, témái és módszerei a digitális médiavilág tanulmányozása során? Erre a kérdésre próbálnak részleges válaszokat keresni a Médiakutató jelen számában olvasható tanulmányok.

* * *

Az alábbi összeállítás alapjául szolgáló előadások az aktív oktatói pályájától búcsúzó Császi Lajos tiszteletére 2019 végén Pécsen rendezett műhelytalálkozón hangzottak el.¹ A rendezvény legfontosabb célja a tiszteletadás mellett az volt, hogy alkalmat teremtsen a médiatudomány területén tevékenykedő, a Császi-féle médiakutatás premisszáiból is táplálkozó szakmai műhelyek találkozására, a digitális médiakultúra területén zajló kutatási tevékenységük bemutatására és eredményeik megvitatására.

A szövegek látszatra nagyon különböző témákkal foglalkoznak: a videojátékok működési mechanizmusai, irodalmi szövegek köré szerveződő Instagram-közösségek ugyanúgy az elemzés tárgyait jelentik, mint a sztárság

1 A találkozó címe: *Új területek és fogalmak a kortárs médiakultúra kutatásában II: Médiakutatás a digitális korszakban*. Pécs, 2019. március 22–23.

fogalma a megváltozott médiakörnyezetben vagy éppen a szolidaritás átalakuló mintázata a különböző médiahatások mentén. Minden tartalmi különbözőség ellenére összeköti ezeket a szövegeket egy szemléletmódbeli közösség: olyan empirikus kutatásokon alapuló, problémafelvető tanulmányok olvashatók a Médiakutató jelen lapszámában, amelyek azokra a módszertani, elméleti kihívásokra keresnek válaszokat, amelyekkel a digitális médiavilág kutatásakor szembesülnek a médiakutatók. Ugyancsak jellemző a megközelítésekre, hogy kvalitatív módszereket, mikroszkopikus, esettanulmányyszerű megközelítésmódokat alkalmazásnak a digitális médiavilág kutatása során, s talán felfedezhetők bennük a Császi-féle humanista médiakutatói habitus elemei is. S ha ez így van, akkor tovább lehet írni – természetesen az aktív kutatóként továbbra is velünk lévő Császi Lajossal közösen – a média aktuális történeteit, immár a későmodern világ digitális média által uralt közegében.

Irodalom

Császi Lajos (2008): Médiakutatás a kulturális fordulat után. *Médiakutató*, ősz, 93–108. o.

Császi Lajos (2010): A mindennapi élet tabloidizációja a populáris médiában. (A Mónika-jelenség kulturális szociológiai vizsgálata.) Akadémiai doktori értekezés. Budapest, 2010. szeptember 21. 27–54. o., http://real-d.mtak.hu/379/4/dc_17_10_doktori_mu.pdf.

Császi Lajos (2011): *A Mónika-jelenség kulturális szociológiája*. PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék & Gondolat Kiadó.

Császi Lajos (2016): Milyen kulturális munkát végez a humor? A februári pedagógustüntetés a Bukás c. Hitler-mém fényében. *Me-Dok: Média–Történet–Kommunikáció*, XI. évf. 2. sz. 7–17. o.

Gluck, Mary & Lajos Császi (2011): The Budapest Cow Parade and the Construction of Cultural Citizenship. In: Steven Tötösy de Zepetnek & Louise O. Vasvári (eds.): *Comparative Hungarian Cultural Studies*, pp. 308-319. Purdue University Press.

Császi Lajos (2016): „Doing the Lambeth Walk”: A Mass Observation Project kezdetei. In: Bódi Jenő, Maksa Gyula & Szijártó Zsolt (szerk.): *Újratöltve: Médiakutatás és mindennapi élet*, 25–43. o. PTE BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék & Gondolat Kiadó.

Császi Lajos (2014): Máságok és azonosságok a médiában az aura elvesztése után: Walter Benjamin aktualitása. *Médiakutató*, tavasz, 65–73. o.

McLeod, Jack, Gerald Kosicki & Zhongdang Pan (1991): On Understanding and Misunderstanding Media Effects. In: James Curran & Michael Gurevich (eds): *Mass Media and Society*, pp. 235–266. London: Edward.