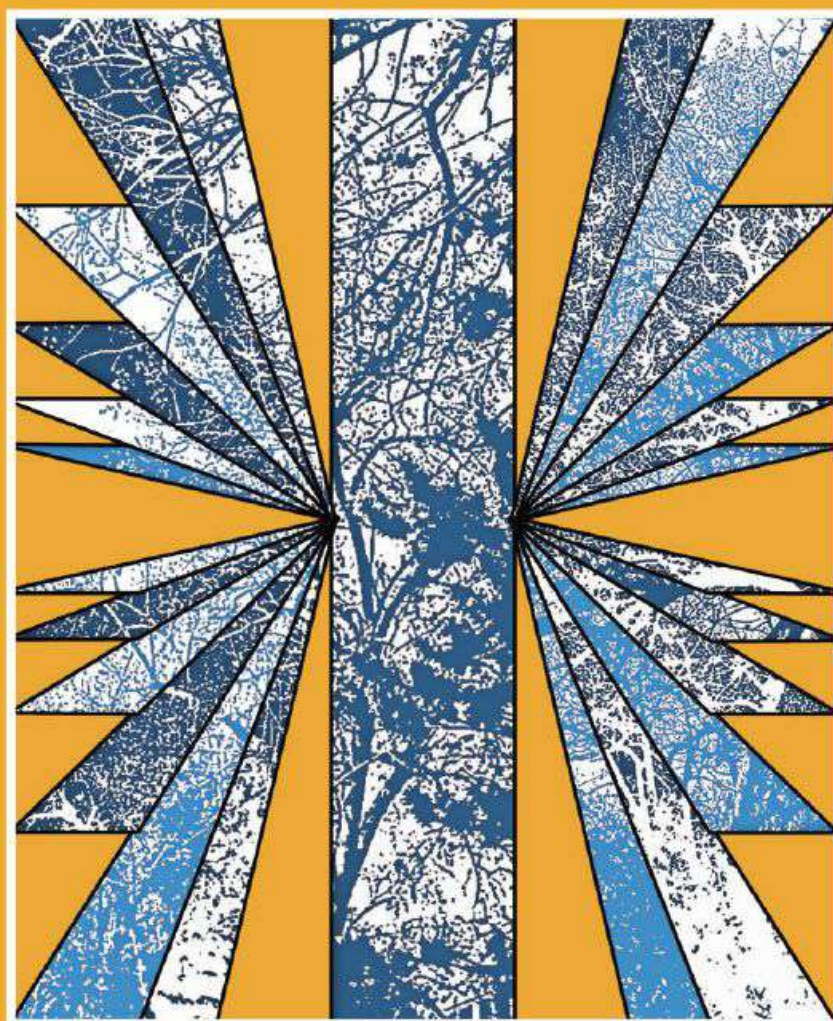


MÓRÉ MARIANN

A társadalmi kommunikáció elméleti és gyakorlati alapjai



2010

Móré Mariann

A társadalmi kommunikáció
elméleti és gyakorlati alapjai



Debreceni Egyetemi Kiadó
Debrecen University Press
2010

ALKOTÓ MŰHELY
5.

Lektorálta:
Dr. Márkus Edina

Borító:
Szepessy Béla

ISSN 2061–0114
ISBN 978 963 318 058 7

© Debreceni Egyetemi Kiadó Debrecen University Press,
beleértve az egyetemi hálózaton belüli elektronikus terjesztés jogát is

Előszó

Kommunikáló társadalom. Angelusz Róbert a néhány hete elhunyt szociológus, kommunikációkutató 1983-ban adta ezt a címet a könyvének. Közel harminc évvel ezelőtt jutott arra a megállapításra, hogy a társadalom kommunikációs folyamatai összefüggő rendszert alkotnak, s megértésükhöz evolúciós, szociológiai, jogi, kulturális, pszichológiai és politikai ismeretek együttes tanulmányozása szükséges. A könyv megjelenése óta eltelt időszakban számtalan kutató foglalkozott ezeknek a területeknek a tanulmányozásával. Az utóbbi 10 évben a kommunikáló ember számára megnyíló társadalmi lehetőségek, az új technikák galaktikus robbanást idéztek elő, ma az ember mindennapi létezését áthatja az információk megszerzésének bonyolult rendszere. Életünk döntő részét töltjük személyes kapcsolatokban, vagy a tömegkommunikációs eszközök előtt ülve. Jegyzetem azok számára készült, akik az információszerzés élményének megszerzésén túl az iránt is érdeklődnek, milyen kölcsönhatások alapján működik a társadalom kommunikációs rendszere. Könyvem megismerteti ennek a folyamatnak a különböző értelmezési lehetőségeivel, a tömegkommunikáció társadalmi szerveződés által meghatározott szintjei közötti elhelyezésével. A társadalmi kommunikáció témakörét számos magyar nyelven is elérhető szakkönyv ismerteti, mégis fontosnak találom egy rendszerezést, amely együtt tárgyalja a személyközi kommunikáció és a tömegkommunikáció témakörét. Írásom azoknak a hallgatóknak nyújthat hasznos ismereteket, akik a kommunikációt nem nyelvészeti, hanem társadalmi folyamatként akarják megérteni. A fejezetek áttanulmányozása elméleti és gyakorlati ismeretek birtokába juttatja az olvasót, képessé teszi arra, hogy sajátos kommunikációs helyzeteket, a tömegkommunikációs eszközökből felé áramló információk hatását megértse. Könyvem befejező részében mindazon hallgatók számára próbálok segítséget nyújtani, akik andragógusként, pedagógusként vagy tanácsadóként a szervezetük által a külvilág felé sugárzott információk hatásának mérésével, a médiában rejlő lehetőségekkel foglalkoznak majd.

Debrecen, 2010. október

Móré Mariann

Tartalomjegyzék

A kommunikációról általában	7
Társadalmi kommunikáció	12
A társadalmi kommunikáció modellértelmezése	13
A társadalmi kommunikáció szociológiai értelmezése	15
A kommunikáció evolúciós értelmezése	22
A társadalmi kommunikáció szinterei	23
A társadalmi kommunikáció általános törvényszerűségei	24
A személyközi kommunikáció	26
A közvetlen emberi kommunikáció csatornái	29
A verbális csatorna	29
Az írás	33
Nonverbális kommunikáció	38
A tekintet	46
A mimika	48
Mozgásos (akciós) kommunikációs csatornák	53
Kommunikáció gesztusok révén	55
Kommunikáció a testtartás révén	61
A térközszabályozás kommunikációs csatornája	63
Emblémák	65
Kronémika	73
A nem verbális jelek az írásban	73
Metakommunikáció	77
Tömegkommunikáció	79
Sajtótörténet	85
Tömegkommunikáció és politika	90
A média hatalma és befolyása	102
Hatáskutatás	103
A tartalomelemzés, mint a szervezetek külső információforrása	109
Ajánlott irodalom	133

A kommunikációról általában

Talán egyetlen kor emberének életét sem határozta meg ennyire a kommunikáció. A XXI. századra a hétköznapi élet elengedhetetlen részévé vált a jó kommunikációs készség. A tömegkommunikációs eszközök hemzsegek azoktól a celebtől, akik szakmai tudás nélkül kerülnek a figyelem középpontjába, érnek el anyagi jólétet. Az átlagpolgár lassan munkát is csak akkor talál, ha részt vesz egy kommunikációs készséget fejlesztő tréningen, s megtanulja „eladni” magát. Tudnunk kell azonban, hogy a hétköznapi fogalomhasználatba beépült kommunikáció leginkább a szóbeli kommunikációs készséget jelenti, s a legtöbb ember nem gondol a fogalom mélyebb értelmére, pláne értelmezésére. Ebben a jegyzetben arra próbálok rámutatni, hogy a kommunikációelmélet egy része – a társadalmi kommunikáció – milyen tudománytörténeti fejlődésen ment keresztül, melyek azok a legfontosabb elméleti ismeretek, amelyek megértését szolgálják.

A kommunikáció fogalmának megismeréséhez legegyszerűbb, az *Idegen szavak és kifejezések szótárát*¹ kézbe venni, melyben a következő jelentéseket találjuk:

1. tájékoztatás, (hír) közlés;
2. hírinformációk közlése vagy cseréje valamilyen erre szolgáló eszköz, illetve jelrendszer (nyelv, gesztus stb.) útján;
3. közlemény;
4. összeköttetés, közlekedés, érintkezés.

Az értelmezés szempontjából fontos tudni azt is, hogy maga a kommunikáció kifejezés a latin „communicare” igéből származik, amelynek jelentése: valamit közössé tenni, közösen tanácskozni, valamit átadni egymásnak. Ezek a fogalmi meghatározások a kommunikáció alatt nyilvánvalóan a nyelvi, és az ahhoz illeszkedő kommunikációt értik, hiszen kommunikáló felekről, s a köztük lévő kapcsolatrendszerről szólnak. A kapcsolat fenntartásának feltételeként kölcsönösen ismert jelet, vagy jelrendszert feltételeznek.

A jelek a kommunikációban résztvevők szándéka szerint csoportosíthatók. Eredetük alapján beszélhetünk természetes jelekről, amelyek kialakulásában semmiféle szándék nem mutatható ki. Ilyennek tekintjük a természet azon

¹ Bakos : *Idegen szavak és kifejezések szótára*. 409.p.

jelzéseit, amelyek mindannyiunk számára egyértelműek. Ha a távolban füstöt látunk, a tűzre gondolunk, a villámlás a közelgő vihar jele. Amennyiben egy közösség által megalkotott rendszerről van szó, amelynek egységes használatában megegyeztek, úgy mesterséges jelről beszélünk. Ilyennek tekintjük a nyelveket, jelképeket, a jelbeszédet. A jelekkel foglalkozó tudományág a szemiotika, amelynek fejlődése segítette a kommunikáció tudományának előrehaladását is, de a jel fogalmát hétköznapi értelemben is használjuk, hiszen éppen azt értjük alatta, mint amit az *Értelmező Kéziszótár*² is megad:

1. valamely cselekvésre, magatartásra felhívó mozdulat, cselekvés, ill. szándékosan előidézett ilyen jelenség
2. meghatározott jelentéssel bíró nyelvi egység, kifejezőeszköz

A kommunikáció fogalmának közismereti meghatározása mellett a tudományelméleti meghatározási lehetőségekből leglényegesebbnek az alábbiakat tartom:

1. A kommunikáció a szervezet megkülönböztetett válasza egy ingerre
2. A kommunikáció információk, gondolatok, érzelmek, jártasságok stb. átadása szimbólumok – szavak, képek, grafikai alakzatok stb. – használata révén
3. A kommunikáció válasz kiváltása verbális szimbólumok segítségével
4. A kommunikáció szimbólumokon és üzenetrendszereken keresztül megvalósuló társadalmi interakció

Ezek a meghatározások azonosak abban, hogy a kommunikáció során egymással kapcsolatban álló feleket tételeznek fel, akik/amelyek szimbólumok, jelek segítségével közölnek egymással valamit. Különösen fontosnak tartom, hogy a definíciók többsége információ átadásra utal. A kommunikáció tehát nem tartalom nélküli; üzenetátadást jelent, amely szimbólumok, jelek meghatározott variálása alapján valósul meg. Természetesen lényeges kérdés, hogy mit értünk az üzenet tartalmán. Ennek értelmezésére, megmagyarázására a későbbiekben térek ki.

² Magyar Értelmező Kéziszótár 621. p.

A kommunikáció fogalma, jelentése a XX. századra teljesebben ki, s egyre szélesebb értelemben használják. Mára a jelentése mindenfajta kommunikációt magában foglal, több értelmezését is ismerjük:

1. *Információelméleti értelmezés:* információátadás mindenféle rendszerben.
2. *Technikai értelmezés:* információátadás ember alkotta, technikai rendszerekben.
3. *Társadalmi értelmezés:* információátadás a társadalmi szféra rendszereiben
4. *Biológiai értelmezés:* információátadás az élő szervezetek különféle rendszereiben (pl. sejtosztódás).

Ezeket az értelmezéseket alapul véve legáltalánosabban azt mondhatjuk, hogy *mindazokat a helyzeteket kommunikációnak tekinthetjük, amelyben kapcsolatban álló rendszerek információt cserélnek.* Rendszer alatt érthetünk embereket, állatokat, gépeket, feltételül kell azonban szabnunk, hogy az információ átadásának létezzen egy szervezett rendszere. Az adás-átadás a hétköznapi fogalmi rendszerben is egyértelmű, éppen ezért olyan könnyen elfogadható, hogy a kommunikáció általános sémája az alábbi módon épül fel:

ADÓ → KÓDOLÁS → CSATORNA → DEKÓDOLÁS → VEVŐ

Adó alatt az információ elindítóját értjük, aki/amely egy meghatározott módon kódolt jelrendszer segítségével indítja el az információt a vevő felé, aki ezt dekódolja, megérti, felfogja. A kódolás-dekódolás folyamatában a megértés alapfeltétele a közös kód, e nélkül nem jöhet létre az információátadás. Csatorna alatt az információ továbbításának eszközét értjük, azt a közeget, amelyen keresztül az információ eljut az adótól a vevőhöz.

Az általános séma megismerése kapcsán érdemes arra a kérdésre keresni a választ, miért jön létre a kommunikáció, miért van szüksége egy adónak arra, hogy információt adjon át? A négy értelmezés mindegyikében más választ adhatunk erre a kérdésre. A technikai értelmezés alapján az ember által adott parancs teszi szükségsszerűvé a kommunikációt.

A biológiai értelmezés alapján az élő szervezet működtetése teszi elkerülhetetlenné a kommunikációt. A humán értelmezésben a közösségi lét biztosításához szükséges információátadás csak kommunikáció útján valósulhat meg.

A kommunikáció kezdeti meghatározásai közül kiemelkedik az un. chicagói iskola megközelítése. 1909-ben Cooley, Mead és Dewey olyan elméletet dolgozott ki, amely hangsúlyozta a kommunikáció szerepét a társadalmi életben. A kutatók a kommunikációt nem egyszerű üzenetátadásként, hanem szimbolikus folyamatként értelmezték, amelynek során kultúra jön létre és marad fenn. Ebből a megközelítésből az következik, hogy a kommunikáció megjelenési formája a művészet, az építészet, a normák, és különösen a közélet. A kommunikáció minden emberi kapcsolat alapja, lehetővé teszi a közösségi életet, összekapcsolja az embereket. A kommunikáció kutatását alapjaiban változtatta meg a második világháború. Ennek az időszaknak kiemelkedő kutatója Lazarsfeld. Kutatói munkássága elsősorban a tömegkommunikáció társadalomban betöltött szerepére terjedt ki, amelyről részletesen a tömegkommunikációról szóló fejezetben szölok.

A nemzetközi szakirodalom a kommunikációkutatásnak két fő irányzatát különbözteti meg:

- *A folyamatiskola*, a kommunikációt üzenetátadásnak tekinti, vizsgálata arra terjed ki, hogy az üzenet kibocsátója hogyan kódol és dekódol, továbbá hogy a különböző csatornákat milyen módon használják. Ez az irányzat foglalkozik azzal is, hogy a kommunikáció során az egyik személy befolyásolja a másik személy viselkedését vagy lelkiállapotát.
- *A szemiotikai iskola*, amely azt vizsgálja, hogy az üzenetek szemantikailag (jelentéstanilag) hogyan hatnak a befogadókra. Nyelvészeti és esztétikai kutatások során tárja fel az összefüggéseket.

A kommunikációkutatásnak ez a két irányzata eltérő módon ugyan, de társadalmi interakcióként vélekedik a kommunikációról. A folyamatiskola szerint a kapcsolatteremtésen van a hangsúly, amelynek során a lényeg a viselkedés befolyásolásán van, a szemiotikai iskola szerint pedig az interakció segít ahhoz hozzá, hogy valaki egy kultúra tagjává váljon.

A folyamatiskola az üzenetet úgy határozza meg, mint a kommunikációs folyamat által továbbított tartalmat, a szemiotikai iskola szerint pedig az üzenet egy jelképződmény, amelynek értelmezését a saját kulturális tapasztalat határozza meg.

A kommunikáció fogalmi meghatározásában teljesen új megközelítésként jelent meg Béres-Horányi³ felfogása. A szerzők szerint a kommunikációról kétféleképpen is gondolkodhatunk: egyrészt egy modell, egy fogalom értelmezéseként, másrészt a jelenség szintjén. A fogalmi értelmezésben kommunikációként határozzák meg, a második esetben pedig inkább kommunikatív jelenségről beszélnek. Természetesen a kommunikáció tekinthető kommunikatív jelenségnek, de megfordítva már nem feltétlenül az.

A kommunikáció fogalmi meghatározására több kutatócsoport is kísérletet tett. A leegyszerűsített lineáris értelmezéstől mára a pszichológiai, matematikai szociológiai meghatározások zöme árasztja el a téma iránt érdeklődőket. A szakirodalmak egységesnek tűnnek abban, hogy a kommunikáció kutatásának feladata a szimbólumok és a jelrendszerek megalkotásának, alkalmazásának, hatásának megértése. Tanulmányomban a kommunikációnak azt az értelmezését tárgyalom, amely a társadalomelméleti megközelítést hangsúlyozza, s meghatározónak tekinti a kommunikáció szerepét a társadalmi életben.

³ Béres-Horányi: társadalmi kommunikáció

Társadalmi kommunikáció

A magyarországi kommunikációoktatás széles körű elterjedése óta egyre nagyobb érdeklődés tapasztalható a társadalmi kommunikáció megértése iránt. Több tanulmány jelölte ki céljául a terület vizsgálatát, nemzetközi és hazai gondolkodók határoznak meg különböző definíciókat. Többen a társadalmi kommunikációt tömegkommunikációként értelmezik, s a kutatások lényegében a tömegkommunikációs eszközök működésének, hatásának vizsgálatát célozzák meg. Az elemzők egy része társadalmi kommunikációként a társadalom tagjának a kommunikációját jelölik meg, s a vizsgálatok a személyközi kommunikáció elemzésére terjednek ki. Az eltérő megközelítések háttérében az áll, hogy nincs megegyezés arról, mit is jelöl valójában a kifejezés. A nemzetközi szakirodalomban először Leon Festinger használta, aki a kommunikáció természetes közegének a társadalmat tekintette. A hazai szakirodalomban Szecső Tamás meghatározása szerint *a társadalmi kommunikáció minden olyan viszonylatot magában foglal, amely az ember és a hozzá tartozó közösségek, szociális rendszerek között létezik*. Horányi Özséb társadalmi kommunikációként értelmez mindent, amit emberek, emberek csoportjai, vagy emberek által alkotott szervezetek kommunikációként művelnek. Mindkét meghatározás rendkívül széles értelemben engedi meg használni a kommunikáció kifejezést, amennyiben az adott folyamatban a felek kapcsolata információátadással függ össze.

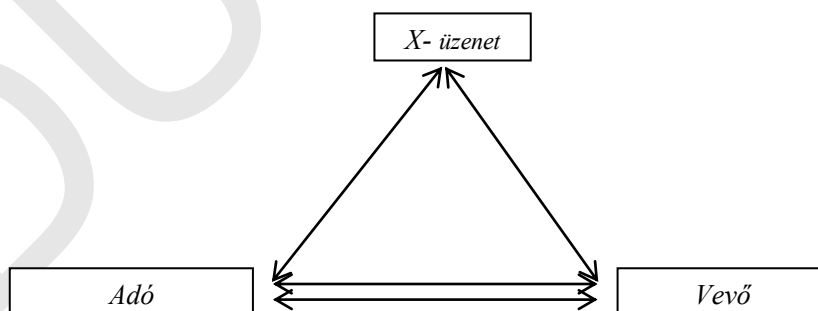
A társadalmi kommunikáció tanulmányozása fontos területe a kommunikáció elméleti és gyakorlati megismerésének. Értelmezésem szerint bármiféle meghatározásnak azt kell alapul vennie, hogy a társadalom egész működését, benne az egyén helyét a kommunikáció határozza meg: a társadalomban információs csatornák szövevényes rendszere található. Ha ezt a megközelítést elfogadjuk, úgy egyértelmű, hogy *a társadalmi kommunikáció alatt kell értenünk két ember kapcsolatát, az emberek és az intézményrendszer közötti összeköttetést, és a társadalmi intézmények között zajló információcserét, valamint a tömegkommunikációs eszközökön keresztül történő információátadást*. Ez a közlések útján történő kölcsönhatás a partnerek létezésével, működésével, az értékeivel, és az egymáshoz fűződő viszonyaival van összefüggésben.

A társadalmi kommunikáció modellértelmezése

A kommunikáció általános sémájában felvázolt folyamatban három elem (adó-csatorna- vevő) kapcsolataként valósul meg a kommunikáció. A folyamat leírására többféle modellt is kidolgoztak, de ezek között nincs olyan, amelyet egységesen elfogadna minden kutató. Az első társadalmi kommunikációs modellt *Newcomb* dolgozta ki 1953-ban.

A kommunikációnak a társadalmi kapcsolatok alakításában betöltött szerepét tanulmányozta; értelmezése szerint a szerep lényege, hogy a társadalmi rendszeren belül fenntartsa az egyensúlyt. Az embernek szüksége van információra, a demokratikus államrendezésben az információ természetes jog, alapvető emberi szükséglet. Az információ nélkül nem érezzük, hogy egy adott társadalom tagjai vagyunk. Ahhoz, hogy azonosulhassunk csoportunk, szubkultúránk, kultúránk tagjaival, szükségünk van megfelelő információra kulturális és társadalmi környezetünkről. Háromszög modellje azt írta le, hogy a társadalmi kommunikációban kik között és kiről szól a diskurzus. *A*, *B*, *X* rendszert alkot, belső kapcsolataik kölcsönösen összefüggenek. *A* és *B* lehetnek egyének, intézmények, szervezetek, vagy állampolgárok csoportjai, akik társadalmi interakciót folytatnak *X* vonatkozásában (állam ↔ polgárok). *X* a társadalmi, kulturális környezet egy darabja. A modell szerint *A*-nak és *B*-nek addig kell kommunikálnia *X* vonatkozásában, míg megegyezésre nem kerülnek.

Társadalmi kommunikációs modell⁴:



X nem lehet konkrét személy, konkrét személyként úgy értelmezhető, mint egy közéleti személyiség (lehet egy pártelnök), akiről a diskurzus szól.

⁴ Newcomb: A kommunikatív aktus

Georg Gerbner⁵ - magyar származású kommunikációkutató - 1956-ban létrehozott társadalmi kommunikációs modelljében a kommunikációt kétdimenziós folyamatnak tekinti. Felfogása szerint érzékelési – befogadási, és kommunikációs folyamatokról beszélhetünk, amely az üzenetet összekapcsolja a valósággal. Az érzékelési-befogadási folyamat egy külső valóságban bekövetkező eseménnyel kezdődik, amelyet pl. az ember felfog és jelzésekké alakít át. Az üzenet tehát egy eseményre vonatkozó jelzés, amelynek van tartalma. Gerbner szerint a kommunikáció feladata, hogy megtalálja a tartalom közvetítéséhez legmegfelelőbb forma kiválasztását. A folyamat utolsó szakaszában a befogadó felfogása zajlik. A befogadó már nem az eseményt, hanem az arról szóló jelzést fogja fel, tehát az üzenet a kommunikátor és a befogadó közötti interakció eredménye. A társadalmi kommunikáció folyamatában ez alapján négy szintet különböztethető meg:

- *személyen belüli kommunikáció* (maga a gondolkodás, ill. az azt kísérő mozdulatok, hangok, amelyek megelőzik beszédünket)
- *személyek közötti kommunikáció* (kevés számú ember közti kommunikáció, akár szemtől szembe, akár közvetítő eszköz révén)
- *csoporthkommunikáció* (több ember vesz részt a kommunikációs folyamatban)
- *tömegkommunikáció* (egy központi szereplő, a kommunikátor, technikai eszköz segítségével emberek nagy csoportjával kommunikál).

A személyen belüli kommunikációtól a tömegkommunikáció felé haladva változások mennek végbe a kommunikációs folyamatban: a résztvevők száma növekszik, időben és térben elkülönülnek egymástól, az üzenetek egyre kevésbé személyesek. A tömegkommunikáció létrejöttéhez eszköz kell, amely nem csupán technológia, hanem komplex szervezet.

A modellalkotók közül említésre érdemes *Frank Dance* 1967-ben megalkotott spirálmodellje, amely a valóságot spirál formában ábrázolja. Ebben a modellben a társadalmi kommunikáció, számos szinten zajlik, s folyamatosan gerjeszti önmagát.

⁵ Gerbner: A média rejtett üzenete

A társadalmi kommunikáció szociológiai értelmezése

A társadalmi kommunikáció szociológiai meghatározásában a legtöbb vitát Luhmann⁶ értelmezése jelentette. Rendszerelméletében a társadalom nem egyének halmaza, hanem egy zártkörű kommunikációs folyamat. Elmélete szerint a társadalmat kizárólagosan a kommunikáció alkotja az információ – közlés - megértés hármasságában. Elmélete a kommunikációt, mint a társadalmi rendszer evolúciós működtetőjét definiálja, csak az emberi interakciókra fókuszál. Luhmann a nyelvet a kommunikáció médiumának tekinti, ezzel szemben Habermas⁷ a nyelvet tekinti olyan közvetítő közegnek, amely hozzájárul az emberi individuum kialakulásához, és szolgálja az emberek közötti szocializációt. Habermas szerint az értékek a kommunikáció során jönnek létre, ennek segítségével alakul ki a helyes és a helytelen viselkedés. Ellentétben Luhmann elméletével Leydesdorff azt állítja, hogy „A nyelv az az evolúciós teljesítmény, amely képessé tesz bennünket arra, hogy a kommunikáció során egyszerre két csatornát használva kommunikáljunk: egy állítás jelentéssel ruházható fel, és elvárjuk, hogy információt tartalmazzon”⁸. Ez a megközelítés összekapcsolja az emberi cselekvést az emberek közötti kommunikációval, amely a nyelv révén válik meghatározottá. A kommunikáció ezen meghatározottsága azt is jelenti, hogy egy társadalmi rendszer csak úgy fejlődőképes, ha a kommunikáció megvalósítójának (az embernek) a kommunikációs készsége fejlődik. Elválaszthatatlan a társadalmi fejlődés a nyelvi változástól, az információ közvetítő közegének fejlődésétől. A nyelv képes üzeneteket és információkat hordozni, de sohasem hagyható figyelmen kívül a kontextusbeli esetleges eltérés, hiszen ugyanaz a nyelvi jel - a szó - különböző kontextusokban akár teljesen különböző jelentéssel bírhat. A kommunikáció fejlődése meghatározza a társadalmi rendszer dinamikáját; a modern társadalmakat meghatározza a kommunikáció hordozóinak sokszínűsége, változatossága, s a társadalmat, mint kommunikációs rendszert foghatjuk fel.

A kommunikáció szociológiai keretben történő felfogása szerint az ember és a környezet viszonyának változása teszi szükségsszerűvé a tömeges információszükségletet.

⁶ Luhmann (2010): Ökológiai kommunikáció

⁷ Habermas (1985): A kommunikatív cselekvés elmélete

⁸ Leydesdorff: A kommunikáció szociológiai elmélete 40.p.

Az emberi élet szoros összefüggésben van környezetének állapotával, alakulásával. A változásról időben megszerzett információ lehetővé teszi az alkalmazkodást, a helyes magatartás kialakítását.⁹

Az információ iránti igény az alábbi helyzetekben válik szükségletté:

- *Váratlanság*: az emberek nem rendelkeznek pontos ismeretekkel az események várható kimeneteléről, ezért a megszokás, a tapasztalat útján megszerzett információkra támaszkodnak.
- *Érintettség*: lehet érzelmi és ismereti jellegű. Érzelmi jellegű érintettség alatt azt értjük, ha egy esemény az ember érzelmvilágát hozza mozgásba. Egy gyermekbalesetről szóló hír különösen akkor kavargatja fel az egyént, ha egyébként kisgyereke is van. Egy felnőtt házaspár, ha egy ismerős válásáról hall, úgy általában nem elégti ki az egyént, azonnal kíváncsi a részletekre is. Ha érzelmi beállítódásunk megkérdőjeleződik, információszükségletünk gyorsan növekszik. Kognitív érintettség alatt azt értjük, ha egy esemény egy érdeklődésünkhöz közel áll, számunkra jelentős témát érint. Ebben az esetben az ember különösen fogékony a saját nézeteit igazoló információkra. A vegetáriánusok számára minden étkezéssel összefüggő betegségről szóló hír saját táplálkozási felfogásuk megerősítését jelenti, s részletesen akarják hallani a betegség előzményeit. Ebben a témakörben nem hagyható figyelmen kívül az érdeklődéssel való összefüggés. Minél fontosabb érdeket érint egy esemény, annál nagyobb az igény az információra.
- *Váratlanság és érintettség együtt*: tömegméretű információszükséglet jelenik meg. Egy váratlan politikai helyzet, a HIV vírus, vagy a madárinfluenza veszélyessége, elterjedése, a politikai válság kiteljesedése tömeges információigényt (szükségletet) vált ki.

Angelusz Róbert ez utóbbi szükségletet hírszükségletként definiálja, a társadalmi kommunikáció tanulmányozásának középpontjában kommunikációs eszközök (sajtó, rádió, televízió) vizsgálatát helyezi.

⁹ Angelusz Róbert: Kommunikáló társadalom

A társadalmi kommunikáció szociológia értelmezése szempontjából lényeges, hogy az emberi magatartást íratlan szabályok, normák határozzák. *A norma társadalmi előírások sorozata, amely megszabja, hogy egy adott személyiségnek adott helyzetben és viszonylatban hogyan lehet, szabad, kívánatos vagy kötelező viselkednie*, betartására nem kötelezi semmi a személyiséget. A norma a társadalomban együtt élők közös értékrendjét jeleníti meg, a társadalom tagjainak közös érdekét szolgálja, jelentős része vonatkozik az emberek közötti kommunikációra. Normát meghatározhat az emberek egy csoportja is, s azt az egyén a szocializáció során sajátítja el, s benne, mint kép él.

A társadalomban való mozgást egy szakasz mentén elképzelve a norma nem más, mint a "lehet"-től a "kötelező"-ig bejárható variációk összessége. Ennek a folytonosságnak az ismerete, betartása az egyén társadalomba történő beilleszkedésének mutatója. A „lehet” az a pont, amelynek alkalmazása csak laza elvárás, éppen csak útmutatás, be nem tartása csak kevesek rosszallását fejezi ki, vagy éppen még nem értelmezte a társadalom, ezért az egyén dönt róla. Laza elvárás vonatkozik az öltözködési szokásokra; kicsit távolabb van „lehet”-től az ülőhely átadása idősebb embernek, vagy egy hölgynek. A norma sajátos értelmezése történt a 2006-os budapesti zavargások során, amikor a tiltakozók egy része sátrat vert a Parlament előtt a Kossuth téren. A tüntetőket a rendőrök nem zavarhatták el a térről, mert nem volt olyan törvény, ill. rendelet, amely megtiltotta volna a sátrazást a közterületen. Az akció a normatagadás esete, a Parlament előtt táborozóknak ugyanis csak egy kis része fejezett ki vele a politikai véleményét. A sátorozók jelentős része számára lehetőség nyílt a normaszegésre, ill. egy sajátos normaértelmezésre: amit nem tilt a társadalom azt lehet is.

A társadalmi norma típusai:

- *szokás*: magatartások gyakori ismétlése útján keletkezett, a közösség tagjai az ismétlések során felismerték, hogy alkalmazásuk előnnyel jár számukra (pl. falugyűlés)
- *konvenció*: a jogi szabályozás előtti időkből származó norma (illem, divat, hagyomány)
- *erkölcs*: helyes, igazságos magatartás (hűség a feleséghez, kiállás más emberek jogai mellett, az élet védelme)

A társadalmi normák közös jellemzői:

- *általánosság*: az előíró közösség minden tagjára vonatkozik
- *ismételtség*: olyan helyzetet szabályoz, amely a közösségben rendszeresen előfordul
- *hipotetikus szerkezet*: alkalmazására egy feltételrendszer esetén kerül sor
- *normativitás*: az egyén magatartását a jövőre nézve szabályozzák
- *értékviszony*: a közösség értékrendjét közvetítik az egyén számára
- *szankció*: érvényesülését a belső vagy külső kényszer biztosítja

Az együttélés normái lehetnek koherensek (vallás, erkölcs) és lehetnek laza összefüggő szabályok (illem, divat). A normák különböző fajtái léteznek, attól függően, hogy a "lehet- kötelező" szakasz mely pontjára esik a társadalmi hangsúly. A szakasz "kötelező" végpontja felé haladva a norma be nem tartásának, meg nem valósításának következményei egyre hangsúlyosabbak és tudatosabbak. A norma lényege, hogy betartására a személyiséget meghatározott szankciók elkerülésének vágya motiválja. A normák története során jött létre azok intézményesülése, ma már bizonyos normák betartásáról külön társadalmi intézmények gondoskodnak. Ezeknek a normáknak és a hozzájuk kapcsolódó szankcióknak a képe az egyén számára egyértelmű, tudatos. A megsértés szankcióit törvényekben, jogszabályokban rögzítik. A ház előtti járda takarítását a szokás is előírja, de önkormányzati rendelet is, elmulasztása szabálysértési eljárást vonhat maga után. Más normák esetében a normasértés a személyek között valósul meg, enyhébb szankciókat vált ki. A köszönés elmulasztása a szituációkban érintettek között vált ki ellenérzést, esetleg megszólják a normaszegőt, de mások számára is észrevehető különös következménye az egyén számára nincs. A következmény elsősorban a személyiség belső komfortérzetét befolyásolja, a belső megszügyenülés a büntetés.

A norma mindig objektív létező az egyénen kívül, léte megelőzi az egyén létét. A normák jelentik az emberek legáltalánosabb társadalmi kötelekeit, irányítják a magatartást. Az irányítás mellett van azonban még egy fontos szerepük. Nemcsak megszabják a társadalmi mozgást, a kommunikációt, de segítenek is abban. Biztonságot nyújtanak a

társadalomban, mert az egyén arra számíthat, hogy mások is betartják a szabályokat. Biztonságot nyújt az ismeretlen helyzetekben, hiszen az egyén abban bízhat, hogy az adott szituációban a többi ember egységes rendszert, szokásokat követ majd, amihez könnyen-nehezen, de lehet alkalmazkodni.

A normának megvan a szociális funkciója a társadalomban. A beilleszkedést egy közösségbe az elvárt normák elsajátítása és betartása jelenti, de az elsajátítás folyamata és hatásmechanizmusa az ún. társadalmi szerepek elsajátítása és alkalmazása révén valósul meg. A szerep kifejezést először éppen azért használták a szituációs magatartás leírására, mert azt akarták érzékeltetni, hogy az egyén a társadalomban a különböző helyzetekben „eljátsszik” egy olyan szerepet, amelyet hozzá hasonlóan mások is eljátszanak, akár a színész a színpadon. Ugyanaz a színház, ugyanaz a színdarab, csak a színész lesz más, s ettől kicsit megváltozik az előadás. A szereplő megtanulja a szöveget, elsajátítja a karakter mozgását, viselkedését. Ez a szerepfelfogás azt fejezi ki, hogy az ember megtanulja az egyes szituációkhoz illeszkedő magatartást, s a megfelelő helyzetben alkalmazza azt. A személyiség azáltal illeszkedik be egy közösségbe, hogy tudja, milyen helyzetben hogyan kell viselkednie. A szerep nemcsak abban segít, hogy az egyénnek magának hogyan kell viselkednie, de képessé teszi arra, hogy felismerje és elvárja partnerétől a szerepe által előírt viselkedést. Az oktatási rendszerbe bekerülő kisdíák már megtanulta a szüleitől, hogy a tanítói szerep mit jelent, s erre az ismeretre támaszkodva bízik meg a pedagógusban, fogadja el mindenhatónak a szavait.

A szerep általánosságban egy szituációban alkalmazott egyénre szabott normák összessége. Szabályozási kerete a viselkedés, de magában foglalja az öltözködést, az érzelmi reagálást, s nem utolsósorban a kommunikációt. Modern társadalmakban kevés szabály vonatkozik az egyes szerepekhez kötött kommunikációra, de pl. az angol királyi házban még ma is meghatározott, hogy ki kezdheti a kommunikációt, milyen formai jegyeket kell betartani, milyen tartalmakat érinthet. A királynő a gyerekeivel sohasem beszélhet a legszorosabban vett magánéleti kérdésekről, a szexualitás tiltott témának számít.

Talán nem tűnik túlzásnak az állítás: a szerep a kommunikáció legfőbb meghatározója. Ha az egyénre úgy tekintünk, mint a társadalom egy tagjára, akkor azt mondhatjuk, hogy a szocializáció nem más, mint szereptanulás. A tanulás gyakorlást jelent, kisebb – nagyobb zökkenőkkel jár, s az egyén felnőtt korára kapja meg „bizonyítványát”, amikor már jól alkalmazza a tanultakat. A tanulás folyamatában ismerjük meg a státusz, az

ember társadalomban betöltött helyének fogalmát, s tanuljuk meg magunkat ahhoz mérni. Egy ember az élete során többféle státuszt is betölt, de azonos időben is többféle státuszban létezik.

A szakirodalom jelenlegi felfogása szerint a szerepek felosztása:

- *Pervazív szerepek*: olyan elsődleges szerepet értünk ezalatt, amely minden szituációban, minden más szerepben is érezteti hatását, alapvetően meghatározza az egyént. Pervazív szerepnek számít az életkor és a nem. Mindkettő az egyén állandó jellemzője a társadalomban. Bármilyen szituációban kerülünk, annak kezelését, az alkalmazkodást alapvetően meghatározza, hogy gyerekként vagy már felnőttként, nőként vagy férfiként éljük meg. A szituáció többi szereplője elvárja, hogy ezen elsődleges szerepnek megfelelően reagáljunk.
- *Családi és rokonsági szerepek*: a társadalom alapintézménye a család, a szocializáció folyamata elsősorban ezen keresztül valósul meg, itt fejlődik a személyiség, az itt megismert kapcsolati rendszer hat a legerőteljesebben. Családi szerep a szülő, az anya, az apa, a gyerek a nagyszülők stb. szerepe. A család szoros kapcsolatban áll a rokonsággal. Egyes csoportok, közösségek a tágabb családdal is rendkívül szoros kapcsolatot tartanak fenn, sokan részt vesznek a gyerekek nevelésében, a szocializációban. A gyermek keresztelésekor a keresztszülő fogadalma éppen ennek a felelősségnek a vállalása.
- *Organizációs, foglalkozási szerepek*: a felnőtt lét meghatározója a munkavégzés, a szervezeti keretek között végzett tevékenység. A pályaválasztást lényegében az adott foglalkozásról alkotott szerepfelfogás befolyásolja. A pályaválasztás előtt álló fiatal kevésbé a munka napi rutinjának ismeretében, mint inkább a foglalkozásról alkotott kép birtokában választ egy szakmát. A foglalkozási szerepek a hivatásként ismert szakmák esetében szinte pervazív szerepnek számítanak. Az orvos, a lelkész életpályában az a társadalmi státusz az ismert, amit a foglalkozás jelent. Az orvostól bennünk kialakult kép szerint intelligens, jól szituált, megbízható, határozott emberrel találkozunk a rendelőben, akire rábízhatjuk életünket. Az orvosnak szinte nincs is magánélete, minden szituációban az orvosi szerep eljátszását várjuk el tőle.

Az egyetemre bekerülő orvosok hallgatói életük során nemcsak a szakmai tudást, de a hivatástól elvárt viselkedést is elsajátítják. Más foglalkozások esetében nem ilyen erős a szerepteória, szinte csak a munkaszituációban érvényes. Főnökünktől elvárjuk, hogy a munkahelyen öltönyben/kosztümben járjon, pillanatok alatt átlásson helyzeteket, határozott legyen, de hétvégén, ha a piacon meglátjuk, mindez már eszünkbe sem jut vele kapcsolatban.

- *Passzazsér szerepek:* életünk szituációk sorozatából áll, s ezekben a helyzetekben akár teljesen eltérően is viselkedhetünk. Az egyén átmenetileg, a helyzetnek megfelelően „játszik el” egy szerepet, az ott gyakorolt magatartás is csak abban a helyzetben érvényes rá. Az ilyen találkozások elsősorban a nyilvános szituációkat jellemzik, akár nagyon gyorsan is követhetik egymást. Délelőtt az adóhivatalban egy potenciális adócsaló szerepében visszafogottan viselkedünk, megfontoltan fogalmazunk, csak kevés információt adunk át, halkán beszélünk, próbáljuk kivívni a jóindulatot. Néhány perccel később egy áruházban már vevőként lépünk fel, erőteljes hangsúlyokkal, a szituáció irányítójának szerepében akár az összes polcot lepakoltatjuk.
- *A privátszféra szerepei:* magánjellegű szituációkban lazábban, oldottabban viselkedünk, nem a találkozás helye, hanem a partnerünkkel valójában fenntartott kapcsolat határozza meg a magatartásunkat. Vezető beosztású emberek egy klub tagjaként képesek a közös cél érdekében mindennapjaiktól eltérően viselkedni. A tehetős vállalatirányító, akinek hétköznapi többen is a keze alá dolgoznak, a vitorlásklubban sikálja a padlót, egy verseny előtt a többiekkel együtt kézzel állítja fel a zsűri dobogóját. A privátszerepek közé tartozik az udvarló, a szerető státusza is.

A normák és a szerepek megszabják mindennapi viselkedésünket, keretet adnak a társas helyzeteknek. Ebben a keretben valósul meg a társadalmi kommunikáció, itt éljük meg személyes kapcsolatainkat, itt zajlik az interakció. A szerepek lényege tehát nem a megfelelő magatartás, hanem a megfelelő kommunikáció.

A kommunikáció evolúciós értelmezése

Az emberi evolúció 5-7 millió éves története a környezethez, a változásokhoz való alkalmazkodás története. Az agyi kapacitás növekedése tette képessé az embert arra, hogy a környezeti kihívásokra egyre bonyolultabb válaszokat adjon, ez pedig megváltozott, fejlettebb környezetet eredményezett. Az ember által megalkotott tárgyak, gondolatok számbeli növekedésén túl meghatározóvá vált azok bonyolultsága is. A környezeti erőforrások kiaknázása, az utódok felnevelése, a veszélyekkel szembeni védekezés elengedhetetlenné tette a csoportos létformát. A nyelvi kommunikáció megjelenése hozzásegítette az embert, hogy egyre nagyobb csoportban éljen, s itt működtesse kapcsolatrendszerét. Új elemként jelent meg a csoportbeli tagozódás kérdése. A korábbi fizikai megjelenés, az erő és az ügyesség kérdésén túl a csoportban elfoglalt helyet befolyásolni kezdte a jó kommunikációs készség. Az egyszerű táplálékszerzési lehetőségek ideje lejárt, az egyre nagyobb csoportlétszám növekvő mennyiségű élelem megszerzését tette szükségessé. A vadászat megszervezése, magának a folyamatnak az átlátása, a csoport vezetése egyre bonyolultabb kommunikációs képességeket tett szükségessé. Az állattartás, a növénytermesztés kitalálása olyan új konstrukciós képességek következménye, amely szerepet játszott a csoport társadalommá szerveződésében, a kultúra létrehozásában.

A kommunikáció evolúciós értelmezése kapcsán arról is gondolkodnunk kell, vajon mekkora szerepet játszott a kommunikáció a fajfenntartásban. A párválasztáshoz köthető rítusok arról szólnak, hogyan tudják az egyedek szaporodási képességüket kommunikálni. A nemzési képességről küldött üzenet szól az azonos és az ellenkező nem tagjainak is. Különösen a férfiak esetében fontos ennek a kommunikálása. Evolúciós szempontból vizsgálva a folyamatot: a férfi célja a nő gyors meggyőzése, s a lehető legrövidebb idő alatt egy új partner találása, a másik férfi elriasztása. A partner meggyőzése olyan kommunikációs jelzések alkalmazására kényszeríti a feleket, amely egyúttal szelekciós előnyhöz is juttatja az egyedeket. Az válik sikeres és eredményes fajfenntartóvá, aki a legjobban tudja kommunikálni (elhitetni) a másik nem tagja számára a szükséges tulajdonságok, képességek meglétét.

Az evolúció során bekövetkező idegrendszeri változás következményeként az ember egész életében létre akar hozni valamit, másrészt erről állandóan kommunikál társaival. A legtöbb kommunikációval foglalkozó szakirodalom úgy határozza meg, hogy a beszéd segítette hozzá az embert ahhoz, hogy kiemelkedjen a természetből. Nem vitatva, inkább

kiegészítve ezt az álláspontot hívom fel a figyelmet a munka, a munkavégzéshez szükséges szerszámok használatának megjelenésére. A környezeti erőforrások kihasználása az életben maradás egyetlen esélyévé vált, a vadászat eszközkészítést, a megszerzett táplálék valamilyen szintű feldolgozása összehangolt tevékenységet, együttműködést, munkát jelentett. Az első együtt élő emberi csoportok élete a létfenntartására koncentrálódott, a kommunikáció ilyen viszonyok között, az ehhez kapcsolódó témákról folyt. Az életben maradás feltétele lett egy eszköz elkészítéséről, annak használatáról szóló tudás átadása. Az állatok között is vannak olyan fajok, amelyeknél megfigyelhető az eszközhasználat, de az ily módon történő táplálékszerzés módja az utánczás és nem az információátadás útján történik. Az egyszerű eszközhasználat a közösen végzett tevékenység, a kommunikáció útján vált munkavégzéssé. A kommunikáció teremtette meg annak a lehetőségét, hogy a meglévő eszközöket egyre több funkcióban használják, fejlesszék, bővítsék.

A társadalmi kommunikáció szinterei

A társadalmi kommunikáció szinterei elnevezést Horányi Özséb¹⁰ a kommunikáció típusai meghatározás helyett vezette be a hazai kommunikációkutatásban. A kommunikáció szinterei alatt azokat a szimbolikus helyeket értjük, ahol a kommunikáció zajlik. Ez a megközelítés azt hivatott kifejezni, hogy a kommunikáció szempontjából lehet lényeges vagy éppen elhanyagolható annak földrajzilag helye. Két személy a beszélgetéseit folytathatja valamilyen nyilvános helyen, vagy ugyanarról a témáról társalognak a Skype segítségével. A kommunikáció szempontjából tehát lényegtelen annak térbeli elhelyezkedése, az a döntő, hogy a két részt vevő hosszú távon jelenti egymás számára a kontextus által meghatározott szimbolikus teret, a szintert. Ezen megközelítés alapján a következő szintereket határozhatjuk meg:

- 1) személyközi kommunikáció
- 2) szervezeti kommunikáció (csoport- és tömegkommunikáció)
- 3) kultúráközi kommunikáció (különböző kulturális háttérű partnerek kommunikációja)

¹⁰ Béres-Horányi: Társadalmi kommunikáció

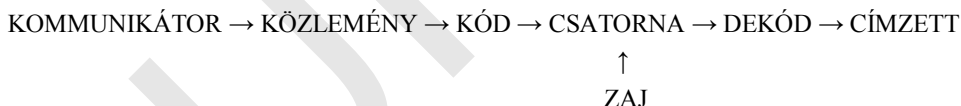
A társadalmi kommunikáció általános törvényszerűségei

1. *A kommunikáció szükségszerű:* az ember képtelen nem kommunikálni. A társadalomban élő embert a szociális viszonyok olyan bonyolult rendszere veszi körül, hogy nem tudja elkerülni a kommunikációt, minden megnyilvánulása annak számít. Ezt az alaptételt az első olvasatban sokan elutasítják, hiszen a kommunikációt a beszéddel, vagy a gesztusokkal azonosítják. Ám az ember akkor is kommunikál, ha látszólag semmit sem tesz. Ez a fizikai semmittevés fejezi ki a viszonyát egy társadalmi normához, jelenséghez, vagy egy partnerhez. A „beülök egy sarokba és nem csinálok semmit”, a kapcsolat elutasítását üzeni, s ezzel rögtön kommunikációra készíti a másik embert, s az a kérdések özönével próbálja meg szólásra bírni társát. A kommunikáció hosszú távú megtagadását, elutasítását kóros elmeállapotnak tekintik.
2. *A kommunikáció szükséglet:* a társadalmi kommunikáció evolúciós megközelítésében felvázoltak alapján állíthatjuk, az emberi létezés szerves része a kommunikáció, az evolúció során a létezés feltételévé vált. Jól érzékelteti ezt a szükségletet a bűnelkövetők szigorú büntetése. A büntetés alapja egyfajta igény kielégítetlensége, egy szükséglet megvonása. A szabadságvesztésüket töltő emberek legszigorúbb büntetése a magánzárka. A hosszú izoláció, - a kommunikációs hiány - tartós személyiségzavarokat vált ki. Ilyen folyamat figyelhető meg az egyedülálló idős embereknél is.
3. *A kommunikáció kölcsönös:* a szükségszerűségből következik az állítás, hiszen a kommunikációt kezdeményező fél a szükségszerűség alapján biztosan számíthat a válaszra. Természetesen a válaszban felhasznált jel nem feltétlenül azonos az adó jelrendszerével, csupán az számít lényegesnek, hogy a kódolás és dekódolás folyamata megtörténjen. Verbális kérdésre válaszolhatunk egy gesztussal, arcjátékkal, egy nézéssel.
4. *A kommunikáció többcsatornás:* a kommunikációs folyamatban a partnerek a verbális csatorna mellett mindig használják a nem verbális csatornákat is. Beszéd közben gesztikulálunk, hangsúlyt adunk mondandónknak. Arcjátékunk, hanglejtésünk színesíti megszólalásunkat, érzelmeinket a kimondott szavakon túl a vokalitással is jelezzük.

5. *A kommunikáció vagy egyenrangú, vagy egyenlőtlen:* a kommunikációban részt vevő felek egymáshoz való viszonya társadalmi szerepük alapján lehet azonos jogú. Az osztálytársak, a barátok, a különböző klubok tagjai csoportjukban azonos státuszt töltenek be, s ennek megfelelően felszabadultabban kommunikálnak. Amennyiben a partnerek közötti különbség az egyik vagy másik nagyobb befolyásán alapul, úgy a közöttük lévő kommunikációban is megjelenik az eltérés. A diák a tanárával, a beosztott a főnökével kevésbé felszabadultan beszél, a testtartásbeli különbségből pedig még a tőlük távol állók is képesek a közöttük lévő viszonyra következtetni.

A személyközi kommunikáció

A kommunikációkutatásban különös jelentőséggel bír Buda Béla kommunikációelmélete:¹¹ a közvetlen emberi kommunikáció modern elmélete. A kutató szerint a bonyolult kommunikáció képessége az egyik legfiatalabb emberi sajátosság, és igen valószínű, hogy szoros kölcsönhatásban áll a két másik, sajátos emberinek tartott képességgel, az eszközkészítéssel és eszközhasználattal, valamint az elvonatkoztatás képességével. A közvetlen emberi kommunikáció kifejezés azt a gondolatot fejezi ki, hogy a kommunikáció két ember közvetlen kapcsolatában valósul meg olyan módon, hogy abban minden érzékszerv részt vesz, de legnagyobb hangsúly a látáson és a halláson van. A modern kor információt közvetítő eszközeinek megjelenése tette azt szükségessé, hogy a korábban közvetlen emberi kommunikáció helyett a személyközi kommunikáció meghatározás vált általánossá. Két személyiség kommunikációja lehet közvetett, amennyiben technikai eszközök igénybevételel zajlik, s lehet közvetlen, ha a két partner fizikailag azonos térben található. A két kommunikációs formát a földrajzi térbeli különbség ellenére összeköti az a társadalmi tér, amelyben zajlik. A közvetett kommunikáció esetén a kommunikatív helyzet speciális, és a kommunikációs törvényszerűségek is csak módosulva érvényesek. A kommunikáció általános sémája a személyközi kommunikáció esetében az alábbiakra módosul:



Kommunikátor: az információ elindítója, ő végzi a kódolást. Meghatározónak tekinthető a kommunikátor személyiségében a kommunikáció képessége, a címzetről alkotott képe, annak kommunikációja iránti fogékonysága, és a jelek alkalmazási képessége

Üzenet: a kommunikátor fejében megszülető tartalom, amelyet közleménnyé alakít. A megformálás eszköze egy kód, egy jelrendszer.

¹¹ Buda Béla: A közvetlen emberi kommunikáció szabályszerűségei

- Közlemény:* a megformált információ, a kódolt üzenet. Az információ elindítójának az a célja, hogy üzenete ne csak fizikailag, hanem tartalmában is jusson el a befogadóhoz. Ehhez olyan kódot kell választania, amit a címzett dekódolni tud. A közlemény kódolását a szituáció befolyásolja.
- Kód:* a közleményt kifejező jelrendszer, amelyet a partnerek kölcsönösen ismernek. A kódról való gondolkodás egyértelmű, ha verbális kommunikációról van szó. Tudjuk, hogy a partnereknek olyan nyelven kell beszélniük, amelyet mindketten beszélnek. A beszéddel átadott információ dekódolását azonban az is befolyásolhatja, ha a kommunikátor túl sok idegen kifejezést használ, és iskolázatlan társa a szavak jelentését nem ismeri. A kódról a kommunikátor dönt annak ismeretében, hogy ki a befogadó és milyen a szituáció. A kódoknak különböző típusai vannak attól függően, hogy milyen kommunikációs csatornákat használ a kommunikátor.
- Csatorna:* az információ továbbításának eszköze, amelyen keresztül a megformált üzenet – a tartalom – a kommunikátortól a címzethez jut.
- Zaj:* az információ átadását és annak vételét zavaró külső hatás. A zaj nem jelenti csupán a hanghatásokkal járó zavaró hatást. A beszéd által közvetített tartalmat megzavarhatja az utcazaj, de a dadogás is. Az írás dekódolását megnehezítheti a kommunikátor írásképének kuszasága, vagy az írás jelrendszerének (a nyelvtannak) a hibás alkalmazása.
- Címzett:* a kommunikátor neki szánta az információt, a kód megfejtésével, a dekódolással megérti az üzenetet
- Szituáció:* a körülmények, viszonyok összessége, a közlemény kódolását befolyásoló helyzet. Függ a kommunikáló felek viszonyától, a kommunikáció helyétől, a partnerek társadalmi szerepétől. A társadalmilag meghatározott viszony lehet tartós és lehet időleges. A szituációhoz hozzátartozik, hogy a kommunikáció a két fél között intim vagy nyilvános térben zajlik-e.

Kontextus: a körülmények együttese, amelybe a beszédhelyzet, a szituáció be van ágyazva. A kommunikáció aktuális történései a kontextustól csak részben vonatkoztathatók el. A kontextus a tartós emberi kapcsolatokban a legbonyolultabb, a köztük lévő kapcsolatról kialakított kognitív képre ez van a legnagyobb hatással.

A személyközi kommunikáció modellje annak megfelelően alakult így, mert figyelembe veszi, hogy az emberi kommunikáció mindig egy társadalmi szituációban történik. Ennek a szituációnak mindig van valamilyen értelme és minősítése a kollektív tudatban. Ugyanígy a kommunikációnak is mindig van értelme és minősítési lehetősége nem csak a benne szereplő partnerek számára. Amikor két tizenéves fiatal egy tömegközlekedési eszközre felszállva harsány káromkodások közepette beszél valamiről, azt a körülöttük állók nem értik, ezért értelmetlennek ítélik meg. A kollektív tudat azonban értelmezi és minősíti ezt a kommunikációt. Amennyiben elfogadja, úgy a kommunikációs folyamatban ez a kód továbbra is fennmarad, ha elutasítja, úgy idővel ez a beszédforma átalakul, elmarad. A társadalmi normarendszer része a kommunikációs szituációk minősítése, változtatása.

A szituáció mellett a személyközi kommunikáció meghatározója a partnerek egymáshoz való viszonya. A társadalmi viszonyt az organizációs kapcsolatok, a státuszkülönbségek, az eltérő szerepek jelentik. A konkrét szituáció mellett a kommunikáló felek korábbi kapcsolata, megelőző kommunikációja is hatással van az éppen zajló kommunikációra, s ez befolyásolja kommunikációs magatartásukat. A verbális kommunikáció kapcsán csak ritkán említik meg, mégis különös jelentőséggel bír a fogalmak jelentéstartalmának sajátos manipulációja, a humor. A humor alapja a verbális kommunikáció, a kommunikátor által ebben a formában küldött üzenet a címzettből egy sajátos választ, a derűt, a nevetést váltja ki. A humoros kontextus a felek közötti kapcsolatot megkönnyítheti, viszonzyszabályozó szerepe lehet.

A közvetlen emberi kommunikáció csatornáit

A verbális csatorna

A verbális csatorna alatt hosszú ideig csupán a beszédet értették. A modern szemlélet szerint a beszéd a nyelv hangzó formája, a szöveg pedig az írott formája. A verbalitás az ember legspeciálisabb kommunikációs módja. Alkalmas arra, hogy a társadalomban élő ember számára szükséges információkat közvetítse. A kommunikációs csatornák közül a verbális információcserének van a legbonyolultabb kódja. Ez a kódrendszer nem az egyéné, a kollektív tudatban létezik. Létrejöttét és feladatát többféleképpen is megközelíthetjük:

- *A nyelv társadalmi jelenség*, elsődleges feladata a társadalmi folytonosság biztosítása. A nyelv segítségét nyújt a tudás átadására, ehhez hozzájárul a fejlődéshez. Az emberek társadalmi érintkezésének eszköze, segítségével valósul meg a kommunikáció.
- *A nyelv biológiai jelenség is*, hangzó formájának, a beszédnek a létrejötte biológiai-anatómiai adottságokhoz kötött. Egy élőlény esetén a torok felépítése, a gége elhelyezkedése határozza meg, hogyan lélegzik, nyel és ad hangot. Az emlősök világában az embert kivéve a gége magasan helyezkedik el a torokban, az első-harmadik csigolyával szemben. Ez a felépítés azt eredményezi, hogy az állat egy időben tud nyelni és lélegzeni, de a garatüreg kicsi, a hangszalagok által képzett alaphangokat kevésbé tudja módosítani, ez pedig korlátozza a hangképzést. Az embernél a gége jóval alacsonyabban, a negyedik-hatodik nyakcsigolya szintjén van. A garatüreg lényegesen megnő, s a gégéből kijövő hangok módosítására sokkal nagyobbak a lehetőségek. A paleontológiai kutatások arra mutattak rá, hogy a koponyaalap átalakulása a homo erectusnál indult meg, kb. egymillió évvel ezelőtt. Ebben a korban a hangképző képesség valahol a majomé és a mai emberé között lehetett. A ránk jellemző koponyaalapi hajlat a homo sapiensnél jelent meg kb. 300-400 ezer évvel ezelőtt. Nagy valószínűséggel akkortól számíthatjuk a beszéd kialakulását.

A nyelvi kommunikáció funkciói:

- *Kifejező* (expresszív) funkció:
az üzenet kifejezi a kommunikátor érzelmeit, akaratát
- *Felszólító* (konatív) funkció:
az üzenet a címzettet állásfoglalásra, érzelmi vagy gondolati megnyilvánulásra készíti
- *Tájékoztató* (referenciális) funkció:
az üzenetek a valóságra vonatkozó *információkat*, észrevételeket közvetítenek
- *Esztétikai* funkció:
az üzenet kódolása, megformálása igényes, *többjelentésű* lehet, amely jellemző a kommunikátor személyére, esetleg a szituációra

A nyelvek keletkezéséről sok elképzelés látott napvilágot, amelyeket két nagy csoportra oszthatunk.

- 1) A *monogenezis* (mono = 'egy'; genezis = 'eredet') elmélete szerint a nyelvek egyetlen ősnyelvből erednek. Erről olvashatunk a Bibliában, a Babel tornyáról szóló részben:

„Mind az egész földnek pedig egy nyelve és egyféle beszéde vala. És lőn vihar, kelet felől elindultak vala, Sineár földén egy síkságot találának és ott letelepedének. ... És mondának: Jertek, építsünk magunknak várost és tornyot, melynek teteje az eget érje, és szerezzünk magunknak nevet, hogy el ne széledjünk az egész földnek színén. ... És monda az Úr: Imé e nép egy, s egésznek egy a nyelve, és munkájának ez a kezdete; és bizony semmi sem gátolja, hogy véghez ne vigyenek mindent, amit elgondolnak magukban. Nosza szálljunk alá, és zavarjuk ott össze nyelvöket, hogy meg ne értsék egymás beszédét.”¹²

- 2) A *poligenézis* (poli = 'sok') elmélete másképpen közelít a nyelv keletkezéséhez. Ezt a hitet vallók szerint az emberi hordák a Föld több pontján alakultak ki, így a nyelvük is többféle volt.

¹² Mózes I. könyve 11

Az, hogy melyik változat lehet az igazi, lehetetlen eldönteni. Az ilyen irányú kutatások abszurditását jelzi, hogy a 19. században francia akadémia egy határozata megtiltotta a nyelv eredetének kutatását, arra hivatkozva, hogy ilyen lehetetlen feladat alkalmatlan a tudományos vizsgálatra. Adatok csak az írás megjelenése óta vannak a nyelvről. Ezeknek a forrásoknak az elemzése arra ad lehetőséget, hogy végigkövessük a nyelv állandó változását. A világon napjainkban kb. 3-4000 nyelvet beszélnek. Számukat nem lehet pontosan meghatározni, mert részben nehéz határokat húzni az egyes nyelvek és nyelvjárások között, másrészt állandóan tűnnek el nyelvek. Természetesen a nyelvek között nincs különbség abból a szempontból, hogy azt hányan beszélik. Ugyanazt a helyet foglalja el a nyelvek sorában a kínai, amit több mint egymilliárdan beszélnek, mint a szibériai kamassz nyelv, amelyet a 70-es években a világon már csak két ember beszélt.

A nyelv eredetének evolúciós kutatása hazánkban Csányi Vilmos¹³ nevéhez fűződik. Az evolúció során a kezdeti mímelés, a mutogatás használata mellett az azt kísérő hangok is léteztek. Az agyi kapacitás változása, az emberi koponya átalakulása, a gégefő leszállása az egyre bonyolultabb hangadás esélyét teremtette meg. Ezen az összetett vokalizáción alapul a beszélt nyelv. Az ember 200 fonéma kiejtésére képes, a fonémákból összeállítható szavak képezik a nyelv szavait. Minden nyelv egy sajátos kultúrát jelenít meg, bár a nyelvészek azt állítják, hogy a különböző civilizációs közösségek nyelvtani rendszere fejlettség szempontjából hasonló, a különbség a kultúrához kötötten és az elvont fogalmak használatában jelenik meg. A mutogatással történő kommunikáció idején is szükség volt szabályok alkalmazására, hogy valamilyen történetet, tettet, érzelmet meg lehessen jeleníteni, s jelentést lehessen adni annak. Ezek a szabályok mindenki számára kötelezővé váltak, csak így lehetett megérteni a közvetített üzenetet. Ez a kommunikáció még konkrétumról szólt, az együttélésből eredő komplikációk, az élet megszervezése tette szükségessé olyan eszköz kialakítását, amely alkalmas elvont jelentések közlésére. Szükségessé vált a dolgok nyelvi tárgyiasítása, amely arra is esélyt adott, hogy a környezet bonyolult dolgait részekre bontva nagyobb egységekről adjanak át információt. A kezdeti tagolatlan jelzések az érzelmeket, indulatokat tudták közvetíteni, a nyelv mai indulatszavaihoz lehettek hasonlóak. A tagolatlan jelzések szerkezeti egységgé válása jelentette a következő fejlődési lépcsőt, amely a kombinálás révén újabb jelzések megjelenését váltotta ki. Az emberi csoportok létrejötté alkalmassá

¹³ Csányi Vilmos: Az emberi természet

tette az embert arra, hogy a közös vadászattal viszonylag rövid idő alatt biztosítsa önmaga számára a táplálékot. Nem volt már szükség az állandó keresésre, s a felszabaduló időt is ki kellett tölteni valamivel. Ez az időnyereség teremtette meg az esélyét a különböző kulturális tevékenységeknek, és nem utolsósorban a beszélgetésnek. Az őskorról szóló kutatások az utóbbi évtizedekben azt állítják, hogy az őskor embere nem volt passzívan kiszolgáltatva a természetnek, jól megélt a szélsőséges természeti viszonyok között, ideje jelentős részét idővel már nem munkával, hanem szertartásokkal, ismereteinek és hagyományainak átadásával töltötte. Természetesen mindez csak a beszéd segítségével valósulhatott meg. A beszéd és a gondolkodás képessége összefügg. A beszéd segítségével cseréljük ki gondolatainkat, ennek révén hatunk a világra. A beszéd teszi azzá az embert ami: társas szociális lényé.

A beszéd, a nyelvi jelrendszer alkalmazása elénk tárja a beszélő társadalmi helyzetét, közösségi hátterét. Szociológiai vizsgálatok sora tárta fel a különböző társadalmi rétegek nyelvhasználati eltérését. Minél magasabb a réteghelyzet, az emberek annál több szót, kifejezést ismernek és használnak, annál elvontabban képesek történeteiket, megfigyeléseiket, ismeretüket, megfogalmazni, verbalizálni. A különbségek hátterében az eltérő szocializációs feltételek állnak, a családi interakciók, az iskolai társas kapcsolatok és az ott megszerezhető tudás egy bizonyos beszédmód gyakorlására és fejlesztésére teremt alkalmat. Eltérő a falusi és a városi beszéd vokalizációjában és szóhasználatában is. A tömegkommunikációs eszközök a városi nyelvet terjesztik, s ebben az egyneművé válásban a televízió gyakorolja a legerősebb hatást. A társadalom különböző szerveződéseinek is létezik sajátos nyelvhasználata. Jól ismerjük az un. hivatalos nyelvet, amelyet a közigazgatási intézményekben használnak, jellemző a jogászok nyelve, a katonák és a politikusok nyelvhasználata. Ez a nyelvhasználat normatív szabályozás alatt áll, létezik egy sajátos protokollja. A felhasználó társadalmi rétegek kínosan vigyáznak a kötelező vagy elvárt szavak használatára, ill. a tiltott kifejezések mellőzésére, hiszen a személyes kapcsolatokban az elvétel a szankcióval jár. A csoporthoz való tartozás bizonyítéka a verbalitással szembeni elvárások teljesítése.

A verbális csatorna alkalmazása felveti a jelentéstartalom problémáját. A nyelv ugyanis nem maga a valóság, csak annak jele, ezért a kommunikátor és a címzett gyakran ugyanazt a szót más jelentéssel, értelemmel, sőt érzelmi értékkel használja, látja el. A tárgyak konkrét megnevezése, a tárgyi valóság egyértelmű szavakkal jeleníthető meg.

A szék, kanál, számítógép egyszerűen azonosítható, megnevezésük a partnerek között csak ritkán okoz félreértést. Az elvont fogalmakat használó kommunikáció során már nem ilyen egyszerű a helyzet. A szeretet, háború, hit, ölni szavakat a közlő és a befogadó eltérő jelentéstartalommal használhatja. A beszélgetőpartnerek kulturális, társadalmi különbsége áll annak háttérében, ahogyan a fogalmakat értelmezik. Az elvont fogalmak száma a modern társadalomban a tudományok fejlődésével is növekszik. A verbális kommunikáció nagyon bonyolult célok mentén jöhet létre, ezért megfogalmazásának módja, a nyelvtani kidolgozottság is nagyon strukturált lehet. Ez különösen az írásos kommunikációban valósul meg, ahol az átgondoltság, a szerkesztés elengedhetetlen része a kommunikációnak.

Az írás

Az írás történetét, jelentőségét a hazai szakirodalomban részletesen dolgozta fel Kéki Béla:¹⁴ „Az írás nyelvileg kifejezett gondolatok maradandó rögzítésére szolgáló, kisebb-nagyobb emberi közösségektől elfogadott, egyezményes grafikai jelek rendszere”. Az írás megjelenése minden bizonnyal az emberi közösségek azon igényén alapult, amely a tudás átadásának szükségességére vezethető vissza. Az egyre több információ, a termelés és állattenyésztés adta élelem tárolása, birtoklása, a tudás hosszú távú megőrzésének szükségessége kényszerítette az embert arra, hogy a beszéden kívül újabb kommunikációs eszközt kezdjen használni. A gondolatközlés ezen jelrendszerének kialakulása a civilizáció létrejöttével egyidősnek tekinthető, hiszen az állattenyésztő népek által használt billog is - felfogható egyfajta írásjegynek is. Az írás előzményei:

- *Tulajdonjegy*: ez a máig használt jelzés az állattenyésztő népek korából maradt ránk. Az általuk használt billog beazonosítja, mintegy névvel látja el az állat tulajdonosát. Egy vaspálcára rávéssett kis ábrát megtüzesítve az állatok bőrébe vagy szarvába nyomták, és ezzel mások számára is egyértelművé tették a tulajdonos kilétét. A leggyakoribb jelek közé tartozott a madárláb, kereszt, kör, csillag, sarló, kehely, szív.
- *Rováspálca*: az emlékezet felfrissítését szolgálta, segítségével tartották nyilván a kölcsönadott értékeket. A kölcsönzés nagysága a botra kerülő bevágások (rovások) módjából és számából derült ki.

¹⁴ Kéki Béla: Az írás története 11.p.

A rovásfákon jobbról balra követték egymást a jelek. Magyarországon a csikósok, juhászok, kondások a 19. században is ennek segítségével számoltak el egymás között. Angliában 1834-ig szokás volt az adófizetést rováspálcákon nyugtázni. A rováspálca hagyományát a magyar nyelv is őrzi: "sok van valakinek a rovásán".

- *Hírnökbot*: az ausztráliai őslakosok által kifejlesztett eszköz, amely az emlékezést szolgálta, de titkos üzenetek küldésére is alkalmas volt. Norvégiában és Svédországban bevonulási parancsot jelentett a hírvivő bot végighordása. Magyarországon ezt a célt szolgálta a véres kard körbehordozása, amely a háború jele volt.
- *Csomójel (kipu)*: számadatokra emlékeztető eszköz, amely a kínai emlékezés legősibb kelléke. Az inkáknál a kipu statisztikák feljegyzésére szolgált, alapszínórból és rákötött mellékfonalakkal állt. A színór színe a tárgyat jelezte, amire az adatok vonatkoznak (arany=sárga, gabona=zöld), a mellékfonalak tartalmazták a számadatokat. A magyar nyelv a "Köss csomót a zsebkendődre" figyelmeztetésben őrzi a csomójeleket. Ezt mondjuk, ha arra hívjuk fel a másik ember figyelmét, hogy nagyon fontos dolgot kell megjegyeznie.
- *Kagylófüzér*: üzenetek küldésére szolgáló eszköz. A kagylók számából és helyzetéből olvasható ki az üzenet tartalma. A kagylókat színezték is, ezzel további tartalmakat tulajdoníthattak azoknak.
- *Barlangrajzok*: az altamirai barlangrajzok felfedezése (1879) hívta fel a figyelmet az ismeretátadásnak erre a formájára. A rajzok szolgálhattak az emlékezést, a vadászatra történő felkészülést. Az ábrák egyre bonyolultabbá váltak, lassan megjelentek a színek, az alakokat mozgás közben ábrázolták. Ezeknek a rajzoknak a stilizáltsága vezetett a képírás megszületéséhez.

Az írásrendszerek fejlődése

Az írás keletkezése hosszadalmas folyamat eredménye. A legrégebbi írásos emlékek az ie. IV. évezredből származó uruki agyagtáblák, amelyeket Sumerben, Uruk város templomának helyén találtak. Egy részükön gazdasági számítások, gabonaszákok és állatok nyilvántartása szerepel. Más részükön a sumérok társadalmi szervezetéről, gazdálkodásról, az iskolák oktatási módszeréről található információ. Ezeknek a tábláknak az elsődleges célja az emlékeztetés, csak később válik az írás a beszélt nyelv megőrzésének eszközévé. Az írással megteremtődött az irodalom, a vallási himnuszok, a varázslási formák megőrzésének módja, az ősi sumer alkotás a Gilgames-eposz¹⁵.



Az írás fejlődésében a következő határpontokat különíthetjük el:

- *Képirás*: konkrét tárgyak leegyszerűsített képe, jelenthet szót vagy mondatot. A beszéd elemeinek ilyen megjelenítése azt feltételezi, hogy azok, akik ezeket a jeleket értelmezték, azonosan foglalják szavakba azokat. Szükség volt egyfajta közmegegyezésre, az írás - olvasás képessége már ezen a viszonylag alacsony hatékonyságú szinten is együttgondolkodást feltételezett is. Korunkban is létezik a képirás alkalmazása: a piktogrammok (közlekedési táblák, a kórházakban, szállodákban, stb. eligazító táblák).

¹⁵ Gilgames az agyagtáblák üzenet

- *Fogalomírás*: a fogalmi gondolkodás megjelenése tette szükségessé, hogy a jeleket többféle összefüggésben is használják. A fogalomírás teremtette meg az alapját annak, hogy az írást szorosabb kapcsolatba hozzák a nyelvi kifejezéssel. Értelmezése közösségi megegyezést kíván, pl. a kínai ideogramok jelentése nyelvjárásonként eltérő.
- *Szóírás*: a fejlődés következő lépcsője, a beszédet alkotó egy szóhoz kapcsolódik, a szó hangalakját is kifejezi. Ekkor vált lehetővé, hogy a hosszabb, többtagú szavakat egymás mellé rajzolt jelekkel ábrázoljanak. A tudósok többsége a szóírást tekinti az írás legősibb formájának. A szóírás ma nyelvi fejtörőkben alkalmazott játékos elem, a legismertebb Arany János képrejtvénye: sás+kacs+patkó+vályog = sáskacsapat kóvályog.
- *Szótagírás*: a szóírást követi a szótagírás, amely egy hangcsoporthoz kötődik. Az ismeretek bővülése, az új fogalmak megjelenése, a tulajdonlás problémája megkívánta az eddig használt írásmódszer átalakítását. A szavakat elemekre, szótagokra bontották fel, így jóval nagyobb variációban álltak rendelkezésre.
- *Betűírás*: az újabb fejlődési lépcsőfok, amikor a jel már egy beszédhangra vonatkozik, ezzel alakul ki a betűírás. A magyar betűírás kezdetei a vallási hovatartozáshoz kapcsolódnak. A magyarok a kereszténység felvételével csatlakoztak a latin műveltségű Európához. A szellemi életbe történő bekapcsolódás magával hozta a latin ábécé átvételét. A betűk többsége egyszerűen alkalmazható volt a magyar nyelv hangjaira. A latin betűs magyar írás első emlékei az I. István által létrehozott kancellária által kiállított oklevelek, amelyekben magyar családnevek szerepelnek.

Az írás előzményei és az írásrendszerek fejlődése is bizonyítja, hogy a kommunikációnak ez az újabb fejlődési foka nem más, mint egy társadalmi kihívásra adott válasz, egy újabb társadalmi igény kielégítése. A mezőgazdaság, az állattenyésztés eredményeként az ezt a tevékenységet végző ember a saját szükségleteinél nagyobb mennyiségű élelemmel rendelkezett, amelynek birtoklása vitát váltott ki. Megjelent a magántulajdon, az osztálytársadalom. A tulajdonjog rögzítése, elismertetése másokkal a hatalom birtoklását is jelentett, ennek rögzítése a társadalom megszervezése szempontjából vált szükségletté. A fejlődő gazdaság és társadalom egyre több információval rendelkezett, az emlékezet már kevés

volt ezek tárolására. Az írás tehát egy újabb jelként, a beszéd jelének jeleként az adatok rögzítésére és megőrzésére jött létre. Az írás forradalmi változást jelentett a kommunikációban. Az eddig csupán személyes információátadásra korlátozott kommunikáció határai kiszélesedtek, a kapcsolatfelvétel lehetősége térben és időben kitágult. Az ember számára új lehetőségek nyíltak meg a tulajdonlással, birtoklással az államszervezéssel kapcsolatos üzenetek továbbítására. Ez az igény hozzájárult az infrastrukturális fejlődéshez. A rögzített információk nagy távolságra történő szállításának lehetősége utak megépítését, azokon futárok és szállító eszközök közlekedését eredményezte. Az írás hozzájárult az emberiség emlékezetének meghosszabbításához, a kulturális értékek fennmaradásához. Segítségével ismerjük a múltat, s hagyunk örökül emléket magunkról.

Kézírás és nyomtatás

Az írás, az olvasás elterjedése egy társadalom fejlettségét jeleníti meg. Lehetővé teszi, hogy információkat tároljanak az egyén életéről, a közösség ügyeiről, részt vesz a társadalmi élet megszervezésében, nélküle nem létezne adminisztráció. A modern korban az írás-olvasás képessége integrálja be az egyént a társadalomba, az analfabéták a társadalom perifériájára szorulnak. Az emberiség a XV. századra éri el azt a fejlettségi fokot, amelyben a korai kapitalizmus keretei között létrejön a polgárság, amelynek élethelyzetéből a fejlődés, a művelődés iránti igény következik. Az új technológiai környezet, a kézművesség, a kereskedelem művelése, ami a polgárság sajátossága volt, az eddigiektől eltérő ismeretek megszerzését kívánta meg. A nagy mennyiségű információ, a gazdaság, a tőke megjelenése piacot teremtett a könyvnyomtatás termékeinek. A nyomdászat fejlődésének legfőbb következménye, hogy világszerte elterjeszti az írott nyelv használatát. Általa terjed el széles körben az újság, a tömeges tájékoztatás első eszköze.

Nonverbális kommunikáció

A nem verbális kommunikáció lényegében gyűjtőfogalom. Ide soroljuk mindazokat a nem nyelvi, de beszédhez fűződő vokális és mozgásos tevékenységeket, amelyek a kommunikációban megnyilvánulnak. A nonverbális kommunikáció definíciójának meghatározása legalább olyan vitát vált ki a kommunikációkutatók között, mint magának a kommunikációnak a definiálása. A beszéd és az azt kísérő nem verbális kommunikáció elválaszthatatlanok, mégis, ebben a témában tudományos kutatások csak az utóbbi évtizedekben jelentek meg.

Már az ókori retorika tudománya is kitér a beszédet kísérő gesztusok jelentőségére, a görög és római kultúrákat mégis a verbális kommunikáció uralta. Az ókori színházban a színpadon álarcot viseltek, amely a nézőket a nagy távolságban is tájékoztatta a figura karakteréről, de a nem verbális kommunikáció megnyilvánulásait a köznapi gondolkodás a középkorig nem tudatosította. A középkori színházban, Moliere darabjaiban a szereplő jellemzésére a ruhák, a díszek szolgáltak, melyek cseréje már teljes személycserét is jelentett. A keleti kultúrákban a mindennapi társas élet szintjén is megjelentek, és fontos információ közvetítőként szerepeltek a gesztusok, a testtartások, a mimika. A széles körben elterjedt joggyakorlatokban jelentős szerepet játszott az emberi test mozgása, a nem verbális jelek használata, megértése. A mudra jóga a különböző testtartásokkal befolyásolja a gondolati tevékenységet, a külső testtartás hat a belső világra, gondolatra, nyelvre. A buddhista vallásban az istenségek ábrázolásánál is fontos szerepet játszott a test-, illetve kéztartás. A különböző kéztartások fontos szerepet kapnak a hindu táncban is.

A nonverbális kommunikáció tudományos kutatásának megjelenése összekapcsolódott a pszichoanalízis fejlődésével. A folyamatot segítette a nyelvészet, a nyelvtudomány fejlődése, a szemantika kialakulása, az új technikai eszközök (fotó, film, videó) feltalálása. A rádió és a telefon megjelenése hívta fel a figyelmet a hangra, a beszédetől elkülöníthető információk sokaságára. A behaviorista (csak a viselkedés tanulmányozását célravezetőnek hirdető lélektani elmélet) amerikai pszichológusok elkezdték kutatni a mozgások kifejezését és megnyilvánulásait. A nem verbális kommunikáció nem választható el a teljes kommunikációs folyamattól, a verbális és nonverbális kommunikációt egységként kell kezelni. A nem verbális viselkedés támogatja a verbális viselkedést, egymással kölcsönös viszonyban vannak.

A verbális és nonverbális kommunikáció összefüggése:

- *Ismétlés*: a nonverbális kommunikáció megismétli azt, amit verbálisan kifejeztünk („ déli irányban van ” és mutatom is).
- *Ellentmondás*: a nonverbális viselkedés ellentmond a verbális közlésnek („ Hát persze hogy szeretlek ” – ordítva; „ Nem vagyok ideges ”). Egyes kutatások szerint ellentmondó helyzetekben a nonverbális jelzésekre támaszkodunk.
- *Helyettesítés*: a nonverbális viselkedés helyettesíti a verbális közlést. A fáradt arccal történő hazaérkezés a család számára a „piszkosul elfáradtam” kijelentést helyettesíti. Az ilyen módon kapott üzenetet nem kell verbálisan is megerősíteni. Hosszú házasságban gyakran hangzik el a kijelentés: „ A férjem még ki sem mondta a kérdést, én már meg is válaszoltam. ” A házaspárok egymás mozdulataiból, arcjátékából olvassák ki gondolataikat. A nem verbális helyettesítés nem csak a test mozgásaival valószínűsíthető meg. Törökországban még ma is tartja magát az a szokás, hogy a lánykéréskor a fiú nem szóban kapja meg a választ, hanem egy kendő formájában. A kendő színe teszi egyértelművé követi-e házasság a lánykérést.
- *Kiegészítés*: a nonverbális viselkedés módosíthatja vagy elmélyítheti a verbális üzenetet. A kiegészítés azt a célt szolgálja, hogy a partnerek egymás iránti attitűdjét, szándékát tükrözze. A beosztott a főnöke előtt testtartásával is jelzi, ha feltételezi, számára kellemetlen témáról, egy esetleges elbocsátásról kell tárgyalnia. Amennyiben mégsem ez a beszélgetés témája, úgy rögtön megváltozik a testtartása, lazábban áll, beszédmodora könnyedebb lesz.
- *Hangsúlyozás*: a nonverbális viselkedés hangsúlyozhatja a verbális üzenet egyes részeit. Ezt a kapcsolatot ahhoz lehet hasonlítani, mint amikor az írott szövegben aláhúzzuk valamit. Ha a szülő szidja a gyereket, összeráncolja a homlokát, esetleg megragadja a vállát.
- *Viszonyítás és szabályozás*: a nonverbális viselkedés arra is szolgál, hogy szabályozza az interakcióban résztvevők közötti kommunikációs folyamatot. Egy fejbólintásból, szemmozgásból, testtartásból is tudjuk, ha abba kell hagynunk a beszédet, s a nonverbális kommunikáció teremti meg egy társaság beszélgetésének gördülékenységét.

Egyes emberek képesek arra, hogy a nonverbális megnyilvánulásokból felismerjék a másik ember pszichés helyzetét, beállítódását is. Ők azok, akik „nagyszerűen bánnak az emberekkel”, a legjobb üzletkötők, s közülük kerülnek ki a jóslással foglalkozók, a halottlátók. A nonverbalitásban bonyolult jelzések hordozzák az információt, olyan finom fiziológiai jellegű jelzések futnak, amelyeknek észlelése nem tudatosan történik. A kommunikáció szerves részeként az 1960-as évektől tekintik a testbeszédet, s ekkor fordult az elemzők figyelme a kommunikációnak erre a területére. Azóta a kutatók megfigyeltek és feljegyeztek több mint 1,5 millió különböző non-verbális jelet és szimbólumot. A ma elfogadott tudományos megfigyelések szerint az üzeneteknek egy kommunikáció során a következő összetevői vannak:

- 7% verbálisjelek, szavak
- 38% paraverbálisjelek
- 55% non-verbálisjelek

A nem verbális jeleket többféleképpen próbálták csoportosítani. A gyermekek megfigyeléséből az bizonyosodott be, életünk első két évében az öt körülvevő személyekkel nonverbális jelekkel érintkeznek. A csecsemő vokalizál, mutogat, testtartása jelzi biológiai és pszichés állapotát. A jelzéseket azonban nemcsak alkalmazza, de azt is megtanulja, hogyan értelmezze.

Eredetük alapján a nem verbális jelek három csoportba sorolhatók:

- a) *örökölt (ontogenetikus) jelek*: az egészséges emberekre jellemzők, s a világ minden táján azonos jelentésük van. Ezek az alapérzelmek arckifejezései: öröm, meglepetés, félelem, szomorúság, harag, undor, érdeklődés.
- b) *ösztönösen megtanult (filogenetikus) jelek*: egy-egy nyelvi közösségre jellemzők, az adott kultúrától függenek, ilyen a fejbólintás, a fügemutatás.
- c) *egyezményes (konvencionális) jelek*: tudatosan tanult, ismert eredetű és meghatározott céllal használt jelek, ilyen a siketnémák abc-je, a vakok írása.

A legtöbb hétköznapi érintkezésben a verbális és a nem verbális üzeneteket együtt, de különböző céllal használjuk. A nyelvészek egy részének álláspontja szerint addig nem beszélünk jól egy nyelvet, amíg nem tudjuk pontosan, hogyan kell a beszédet megfelelően kiegészíteni nem verbális jelekkel.

A nem verbális jelzéseknek öt főbb funkciója van:

- *A társas helyzet kezelése:* A beszélgetés témájától függetlenül, az érintkezést támogató és irányító nem verbális üzenetek folyamatos áradása nélkül az interakciót lehetetlen fenntartani. A tanárnak szüksége van a hallgatók visszajelzésére, ez alapján változtatja magyarázatát, érzi meg, ha megértik, elfogadják őt.
- *Énmegjelenítés:* A közösségben élő, vagy egy új közösségbe kerülő ember számára az egyik leglényegesebb szempont az elfogadtatás, a beilleszkedés. A társas érintkezések lényeges jellemzője, hogy önbecsülésünket és énképünket valamilyen módon megjelenítsük. Új ismerősünkben ki kell alakítanunk, a régiekben pedig fenn kell tartanunk azt a képet, amelyet saját magunkról őrzünk. Mosollyal, fejbólintással, homlokráncolással adunk jeleket arról, hogy barátságosak, kedvesek, intelligensek vagyunk. Egyéb személyes jelzőket, pl. a státuszt, a szexuális nyitottságot, a gazdagságot a ruházat, a külső megjelenés hordozhatják.
- *Az érzelmi állapotok közlése:* Az érzelmek szóbeli közlését a szokások erősen korlátozzák. Szigorú szabályok határozzák meg ki, kinek, milyen körülmények között, milyen érzelmekről beszélhet. Ugyanakkor az ember számára fontos örömeinek és bánatának megosztása másokkal, a nem verbális kommunikáció segít ebben a folyamatban
- *Az attitűdök kommunikációja:* A legtöbb attitűdöt verbálisan és nonverbálisan is ki lehet fejezni. A társas érintkezésben azokat az attitűdöket, amelyek ideiglenesek és a pillanattal változnak, kizárólag nonverbálisan közöljük. Ezekben az esetekben egy mosoly, fejbólintás, szemkontaktus elég az üzenet továbbítására. Egy másik ember nevének kimondása annyi üzenetet jelent, amennyi hangsúllyal képesek vagyunk kimondani azt.

- *Csatorna ellenőrzés:* A társas helyzetek kezelésének sajátos oldala annak kezelése, hogy ki beszéljen, mennyi ideig, és ki legyen a következő megszólaló. Egy társalgásban a megnyilatkozás elején és végén egészen eltérő tekintetminták figyelhetők meg. Aki meg akar szólalni, megpróbálja elkapni az éppen beszélő tekintetét, előrehajol, hallható lélegzetet vesz, tesz egy figyelemfelkeltő gesztust.

Meggyőződésem szerint a felsoroltakon túl ugyanilyen fontos funkció az *üzenetek tartalmának értelmezése megértése*. Nonverbális kommunikációval közvetítjük a szavak szituációhoz mért jelentését. A szöveg változatlansága mellett különböző hatást érhetünk el már azzal is, ha mosolygunk beszéd közben. Az oktatás lényeges eleme a beszédet kísérő gesztusok használata. Az unalmas előadó színtelenül, statikusan beszél, de megzavarja a megértést az is, ha az oktató állandó mozgásban van, s a hallgatói figyelem nem a tartalomra, hanem a hely-, és helyzetváltoztatásokra fordítódik. Egy amerikai kutatócsoport összefüggést keresett egyetemi hallgatók körében a megértés és az oktató nonverbális kommunikációja között. Két kontrollcsoport számára tartotta ugyanazt az órát egy előadó, s mindkét előadás után azonnal egy teszttel mérték le a megértést. Az első csoportban az oktató hangjával és minden mozdulatával igyekezett barátságos légkört teremteni, gesztikulációja a kérésre, a figyelemfelhívásra összpontosult. Mosolygott, tenyerét felfelé tartotta, keveset sétált a teremben, több hallgatóval is kereste a szemkontaktust. A következő csoportban az előadó színtelen hangon magyarázott, tenyerét mindig lefelé fordította, kerülte a szemkontaktus, nem törekedett kapcsolat kialakításra. Az előadások utáni vizsga eltérő eredményt hozott. Az első csoport tagjai az azonos kérdésekből álló tesztben közel kétszer olyan jól teljesítettek, mint a második csoport tagjai.

A pszichológiában a személyiség és a tényleges viselkedés összefüggése a legvitatottabb kérdések közé tartozik. Buda Béla állítása szerint a személyiségre utaló információk cseréje az interakcióban elsősorban a nem verbális csatornákon bonyolódik.

A társ személyiségére lehet következtetni:

- az un. *statikus jelzésekből*, amelyeket a kommunikátor nem tud megváltoztatni. Ide tartozik a testalkat, az arcberendezés, a hangminőség. Egy kisportolt, arányos alkatú test magabiztosságot sugároz, rendezett életvitelre, ilyen gondolkodásmódra utal. Egy testi hiba, vagy egy torz alak tartózkodást vált ki.

- az un. *dinamikus jelzésekből*, amelyeket a nem verbális kommunikáció többi csatornája bocsát ki. Ezeket már lehet manipulálni attól függően, hogy önmagukról milyen benyomást kívánnak kelteni. Ennek ellenére a legtöbb esetben a kódolás itt sem tudatosan történik. Dinamikus jelzések az arckifejezések, a tekintet irányítása, a testtartás, a térközsabályozás, a vokális jelzések, a kulturális jelzések.

A nem verbális kommunikáció csatornáinak nincs elfogadott egységes osztályozása. Abban van csupán megegyezés, hogy a főbb csatornák a következők:

- vokális jelek
- tekintet
- mimika
- mozgásos kommunikáció
- gesztus
- testtartás
- térközsabályozás
- emblémák (ruha, haj, díszek)
- kronémika (az interakció időviszonya)

A felsorolt csatornák közül a vokális jelek, a tekintet, a mimika, az emblémák és a kronémika füllel, ill. szemmel érzékelhető, a gesztusra, a testtartásra a térközsabályozásra a mozgás is jellemző lehet.

A vokális jelek

Azt, hogy mennyire fontosak és meghatározóak a hangok az életben, akkor értjük meg igazán, ha olyan filmet látunk, amelynek elrontották szinkronját. A szereplő karakteréhez nem illő hang, hangmagasság élvezhetetlené teszi a filmet. A szinkronhangot és a film eredeti szereplőjének arcát annyira összekapcsoljuk, hogy zavart okoz, ha pl. Bruce Willis szinkronhangját - Dörner Györgyöt lecserélik.

A beszédben szükségszerűen működik egy jellegzetes nem verbális kommunikációs csatorna, az úgynevezett vokális kommunikáció. Különösen a mindennapi társalgást határozza meg a hangnem, a hanghordozás. A magyar nyelv az erre történő utalásként használja a „kemény hangon

beszél”, „felemeli a hangját”, „nem megfelelő hangot üt meg”, „alig jött ki hang a torkán” leírásokat. Ezek a szituációhoz kötött elnevezések is utalnak arra, hogy a vokalizációban megjelenik annak a közösségnek a hatása, amelyben a beszélő a nyelvhasználatra szocializálódott. A „nem megfelelő hangot ütött meg” kifejezés mögöttes tartalma egyértelmű, ha pl. annak a helyzetnek a leírására használjuk, amikor egy hivatali ügyintéző beszél egy ügyféllel. A kommunikációban egyes családok között már jelenthet különbséget, milyen hangsúlyt engedhet magának egy gyerek a szüleivel. A hang értelmező szerepe a versmondás során válik igazán hangsúlyossá. A vers értelmezése nem más, mint a játék a hanggal. Az előadó beállítja a mondanivalóhoz illő hangmagasságot, a hangerőt, a beszéd tempóját, tónusát. Ezekkel a hangi eszközökkel építkezik, megteremteni a mű gondolati, érzelmi ívét. Magyarországon Gáti József, a Színház- és Filmművészeti Főiskola tanára volt az első, aki tankönyvet jelentetett meg a versmondásról 1965-ben. Latinovits Zoltán az 1970-es években újfajta látásmódjával szakított az egyoldalú, távolságtartó versmondói stílussal. Szavadatainak hangulata, csengő-bongó rímei kimunkált hangsúlyozással és artikulációval párosultak.

A közvetlen emberi kommunikáció során a szóban elhangzó tartalom a teljes üzenetnek csak egy részét reprezentálja. A kimondott információ mellett a hanggal is lényeges dolgokat fejezünk ki, a teljes tartalom megértéshez mindkét jelre figyelnie kell a címzettnek. A személyközi kommunikáció során a partnerek ugyanazon szónak nagyon sok jelentésárnyalatot adhatnak, ha a hangsúlyt, a hanglejtést, hangmagasságot megváltoztatják.

A nyelvészek megkülönböztetnek:

- *prozodikus jelzéseket*: amelyek a mondat értelmére hatnak (hangmagasság, hangsúly, hanglejtés, időtartam, szünet)
- *paralingvisztikai*, a nyelv mellé rendelt jelzéseket: a beszélő érzelmi beállítottságát jelentik meg (pl. hangnem)

A hangminőség, a beszédtempó, az akcentus utalhat a személyiségre, ill. az utóbb esetben egy csoporthoz tartozást jelenít meg. A vokalizáció árulkodhat a beszélő társadalmi státuszáról, iskolázottságáról. A művelt ember „szépen beszél”, a nyelvi megformáláson kívül ügyel az intonációra is. A nyolcvanas években Magyarországon Montágh Imre volt az első, aki a rádió nyilvánossága előtt, egy kabaréjelenetben hívta fel a figyelmet arra, hogyan beszélnek a különböző társadalmi osztályok tagjai. Egy egyszerű

gondolat megfogalmazása során mutatta be, ahogyan a hangképzés helye (elöl képzés, és hátul képzés) beazonosítja a vidéki munkást és a fővárosi értelmiségit.

A hang képes érzelmet is megjeleníteni, a partnerhez való viszonyulást tükrözni. A „búgó hangon beszél” az érzékiséghez, a csábításhoz, a szerelemhez köthető kifejezés. A hanghordozásban megjelenik a belső feszültség, az izgalom is. A vizsgadrukk szinte érthetlenné teszi a beszédet, a helyes artikuláció motyogássá változik. A telefon, a rádió megjelenése előtt a hangot nem tekintették önálló kommunikációs csatornának. Míg a közvetlen kommunikációban a vokalizáció a nem verbális csatornáknak csak egyike, a telefonban és a rádióban csak a nyelv van mellette mint támpont, és esetleg a nyelvben magában található néhány formai sajátosság, amelynek hírértéke van. Ilyen a már említett nyomatékosítás a szórend változtatása révén, valamint a mondatrend és a gondolatmenet számos összetettebb struktúrájának jelentése.

A kommunikáció során küldött üzenet megformázásában különös jelentőséggel bír:

- a hangsúly elhelyezése és tartása a szavak egyes szótagjain, vagy a mondat egyes szavain,
- a mondat dallamváltozása, a szavak közötti szünet.

A gyújtó hangulatú politikai szónoklatok nem annyira a szavak valódi jelentésével érik el hatásukat. A szónok vokalizációja, a megfelelő helyen alkalmazott erős hang, a csend azok az eszközök, amelyekkel tömegeket lehet mozgósítani. Az idegen nyelvet nem beszélők a szinkronizálatlan filmeket nézve a színészek gesztusain, testtartásán kívül a hangsúlyokból, a hangnemből következtetik ki a filmtartalmát.

A vokális kommunikáció egy része normatív módon szabályozott. A társadalmi szokásjog szabja meg, hogy bizonyos szituációkban milyen hanghordozás kívánatos. Gyakran hangzik el a tanár figyelmeztetése: „így nem illik beszélni!”. Az udvarias beszéd nem a szavakban, hanem a kiejtés módjában valósul meg. Az un dajkanyelv, amelyen a szülők beszélnek csecsemőjükhöz egyszerű mondatokat használ, de a világ minden táján egységesen nagyon magas hangkiadással párosul. A normarendszerre támaszkodva ismerjük fel egy rádióműsorban a politikai szónoklatot, a szavaltot, az igehirdetést, a sportközvetítést, vagy a rádiójátékot is.

A vokális csatorna különösen érzékenyen jelzi a belső ellentmondást, a beszélő kizökkenését a tervezett kommunikációs mederből, a belső feszültség hirtelen emelkedését. Számos vizsgálat mutatja, hogy egyedül a beszédből, a vokális csatorna jeleiből is észlelheti a kommunikációs partner (például rádió- vagy telefonkapcsolaton át), hogy valami baj van, valami izgatja a másikat, valami elvonja a figyelmét. Ilyen módon a vokális csatorna a pszichikus működésekben mutatkozó zavarok legérzékenyebb kifejezője is.

A vokális csatorna kutatása mutatott rá arra, hogy a vokalizációnak vannak típusai:

- *hangbéli* jellemzők: nevetés, sírás, sóhajlás, ásítás, köhögés, csuklás, nyöszörgés
- *hangbéli* módosítók: a túl hangos vagy túl halk beszéd, az elnyújtott vagy elkapkodott kiterjedés
- *hangbéli* különállók: „aha”, „hm”, „öö” és ennek változatai.

A tekintet

Az emberben külön kommunikációs csatornának vehető a tekintet. A tekintet "visszajelentés a visszajelentésről", arról kelt képet, hogy a másik mit észlel, mit vesz észre, és ezzel könnyíti a kontrollt a helyzet felett. A tekintetnek, a szemnek már gyerekkorban is nagy jelentőség van. Az ölben tartott csecsemők keresik édesanyjuk tekintetét, a kapcsolattartás legfontosabb eszköze az egymásra nézés. Kísérletek tanúsága szerint a kisgyereket összezavarja, ha úgy akar valaki kommunikálni vele, hogy közben elfordítja a tekintetét. A bölcsődés korú gyerek a bújócska során megelégszik azzal, ha az arcát, a szemét eldugja vagy eltakarja, azt hiszi, ha ő nem lát, őt sem látják. A filmművészetben az operatőr, a rendező különös hatáselemként alkalmazza, az ún. szuperközeli plánt, melyben egy szempár tölti be az egész képméretet.

A tekintet sok szempontból normatív szabályozás alatt áll. Különböző társadalmi viszonylatokban megszabott lehet a tekintet iránya és tartalma. Bizonyos kultúrákban a hajadon lányoknak nem volt szabad rátekinteni a férfiakra. Ezt fejezi ki a magyar szóhasználatban a "szemérmesnek" kell lenni kifejezés, ami utal a tekintet jelentőségére. Petőfi Sándor nagyszerűen használta ezt a kifejezést *A Helység kalapácsa* c. művében a Szemérmes Erzsók elnevezéssel. A prostituált részben a "kihívó" és "csábító" tekintet

révén hívja fel magára a figyelmet, és jelzi identitását a másik félnek. Kocsmai verekedéssé fajulhat ha egy férfi valaki más partnernőjét hosszasan nézi, "fixírozza".

A tekintet kommunikációs használata tér-, és időfüggő. Az egymástól távol élő népek előren élnek ezzel az eszközzel. A japánoknál a beszélgetés közben inkább a nyakat figyelik, mint a szemet, a déli népeknél hosszabb ideig nézik egymást a kommunikációs partnerek, mint az északiaknál. Egy évszázaddal ezelőtt elképzelhetetlen lett volna az a nyíltság férfiak és nők között, ami ma jellemző a kapcsolatfelvételt. A hosszas rátekintés kezdeményezés, ajánlkozás lehet - erre példa a "szemezés". A tekintet kifejez szimpátiát, szeretetet is. A szimpatikus, szeretett személy arcán huzamosabban áll meg a tekintet, hamarabb és gyakrabban tér rá vissza. Beszélgetés közben jellemzi a partnereket a szemkontaktus mennyisége. A hallgató valamivel többet néz a partnerére, mint a beszélő, kölcsönös szemkontaktus a teljes interakciós időnek csak egy rögzített arányában áll fenn. Forgas¹⁶ szerint az emberek a beszélgetési idő mintegy 61%-ában százalékban néznek egymásra, ebből tekintetük 31%-ban találkozik. A kölcsönös nézés átlagosan kb. egy másodpercig tart, míg az egyes partnerek nézése általában három másodpercig. Ugyanaz a személy többet nézi partnerét, amikor hallgatja (az idő 75%-ban), mint amikor beszél (az idő 41%-ában).

Ha ismeretlen emberekkel kényszerülünk zárt térben (vonat, metró, lift stb.) együtt lenni, akkor minél közelebb kerülünk egymáshoz, annál inkább megszüntetjük a szemkontaktus, de ha már távolabb vagyunk a másiktól úgy bátrabban „szemezünk”. A „szemkontaktus bátorság” kifejezést használják annak az állapotnak a leírására, ami a metró mozgólépcsőjén jellemzi az embert, hiszen itt ellentétes irányú mozgás a jellemző, mindig új arcokkal új „szemekkel” lehet találkozni. Az iskolai életből is ismert a „szemezés”, ha egy gyerek azt akarja, hogy a tanár őt szólítsa fel, akkor tekintetével szinte szuggerálja. Ennek fordítottja is többször megtörténik, amikor a diák nem akar felelni, akkor szeméit lesüti, a padot vagy a földet nézi mereven, mintha azt üzenné: „nem ér a nevem”. A tanár is jól megnézi kiszemelt „áldozatát” a felettetés előtt. Egy előadó képtelen lesz elfogadtatni mondanivalóját, ha tekintete szinte belefűrődik a hallgatókéba, s közben kezét ökölbe szorítja, vagy háta mögött összekulcsolja.

¹⁶ Forgas: A társas érintkezés pszichológiája

A szemjelzések értelmezése szempontjából az alábbi szempontokat érdemes figyelni:

- ha valaki izgalomba jön, a pupillája a négyszeresére tágul
- a dühös ember pupillája összeszűkül
- a szerelmes ember pupillája kitágul, de tudat alatt a partnerben is ezt figyeljük
- a csecsemők szembogara nagyobb a felnőttnél, ezzel is jobban magára irányítja a figyelmet
- a kártyajáték során a játékosok leginkább egymás szemét figyelik
- az un hivatalos nézés során érdemes a partner homlokára egy háromszöget képzelni, s azt nézni
- az un. bizalmas nézés során a szemvonaltól lefelé is tekintünk

A tekintet e személyiség belső állapotával hozható összefüggésbe, ugyanakkor izgalomba jövünk csupán attól, ha valaki ránk néz. A belső feszültség változását tükrözi a pupilla. Az üzletkötések világában arra hívják fel a figyelmet, hogy a lehetséges ügyfél kitágult pupillája az ajánlat elfogadását jelenti. A tekintet a többi nem verbális csatornához hasonlóan nem értelmezhető külön. A tekintet a csatornák közül legszorosabban a mimikával függ össze.

A mimika

Az emberi kommunikációban az egyik legfontosabb szerepet az arcon megjelenő érzelmek jelentik. Az arc felismerése, az itt megjelenő üzenetek kódolása idegrendszeri kontroll alatt áll. Ebből a szabályozásból következik, hogy az ember egyedülállóan képes arcvonásaira ügyelni, eltitkolni érzelmeit. Az arcon lévő 23 pár arcizom összehúzódása és elernyedése hozza létre a változásokat az arcon, és ez hozható összefüggésbe az ember belső állapotával. A jelzéseket a szem és a száj körüli izmok finom és összerendezett mozgásai keltik. E mozgások részben akaratlagos kontroll alatt is állnak, valamennyi izom harántcsíkolt és akaratlagosan mozgatható, de emellett akaratlan impulzusok is befolyásolják őket. A szemek és a száj körül sok kis izom helyezkedik el, a szemmozgató izmok után ezek az izmok az emberi szervezet legjobban beidegzett izmai, ami azt jelenti, hogy viszonylag kevés számú izomrostot lát el egy idegrost. Az izmok mozgásával létrehozható arckifejezések száma 24 és 36 között van.

Mivel az érzelmek valamit kifejeznek, minősítenek, ezért a mimikának jelentős szerepe van a kommunikációban. Darwin *Az érzelmek kifejeződése az állatokban és az emberben* c. művében azt fogalmazta meg, hogy a magasabb rendű állatok viselkedésében hasonló érzelmi, indulati reakciók észlelhetők, mint az emberben, és ezek jól leolvashatók a arcról, ill. a testtartásból. Az állatok pózfamozgása kifejezi félelmüket, támadásukat, szükségleteiket. Megfigyeléseit úgy összegezte, hogy az emberi arckifejezések a főemlősök mimikájából fokozatosan alakultak ki, és veleszületett képességeken alapulnak. Ezt a hipotézist igazolta Paul Ekman, aki a különböző kultúrákban élő embereket kért meg arra, hogy arcjátékkal kísérik az általa elmesélt történetet, majd ezeket a rögzített felvételeket megmutatták más kultúrák tagjainak. Ekman azt tapasztalta, hogy az eltérő kultúrájú emberek is pontosan megértették a közvetített érzelmeket, tehát evolúciós szempontból nézve a jelzés és a jelentés együtt jött létre, s összefüggésben van a társas együttélésből adódó helyzetek megoldására. A kísérletek alapján állították fel azt a hat érzelmet, amely a Föld minden tagja számára egyértelműen leolvasható az arckifejezésekből: öröm, harag, meglepetés, undor, szomorúság, aggodás.

A mimikát különböző arcképek vizsgálatával próbálták értelmezni, elemezni. Már DARWIN is fényképeket, rajzokat mutatott másoknak, s az ott kapott válaszokat értékelte. Később az ún. *Rudolf-féle képeket*¹⁷ használták az érzelmek felismerésének kutatására. Ezek egy festő akaratlagon felidézett különböző érzelmi állapotát kifejező önarcképei.



fájdalom



nagyfokú elkeseredettség



rosszkedv, fájdalom

¹⁷ Csaba-Moussing-Kovács: A különleges élőlény 79.p.



csodálkozás



félelem



rémület, iszony



dac, gyűlölet



düh és bosszú



kétkedés



aggodalom



undor



káröröm



gyanakvás



gúny, káröröm



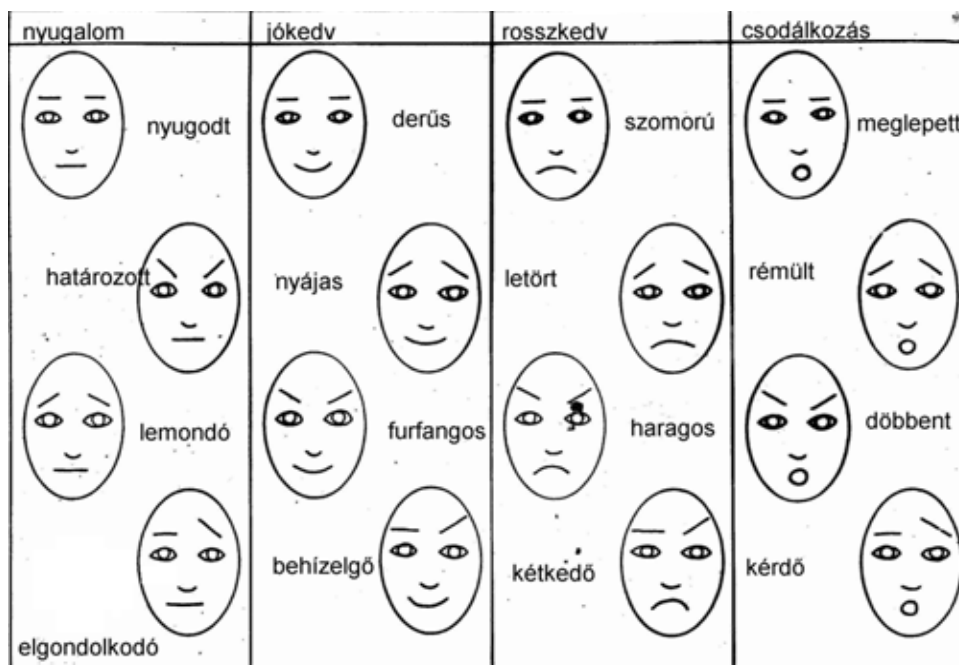
csábító sóvárgás

Az ábrákat kísérleti alanyoknak mutatták meg, de a vizsgálatok ellentmondó adatokat szolgáltatottak. Az emberek nagy hányada felismert többféle érzelmet is, de vizsgálatonként erősen változott, hogy ez a hányad mekkora. A kutatók arra gondoltak, talán az arckép nem ábrázolja hűen az érzelm kifejeződését bármennyire is igyekezett a festő a megfelelő emóciót előidézni magában. Egy arc pillanatnyi állapotát tükröző fénykép sem alkalmas az érzelm felismerésének vizsgálatára, mivel a mindennapi életben a másik ember arcát nemcsak egy pillanattig látjuk, hanem hosszabb ideig. Az arc sohasem mozdulatlan, másodpercenként változik a helyzettől függően. Általános tapasztalat, hogy egy fényképpel csak nagyon ritkán tudunk megörökíteni egy szép pillanatot. A fejünkben a szituációról élő kép nem egyezik meg a fényképen látottakkal. Az emóció felismerése nem egy pillanatra, hanem a vizuális információk folyamatára támaszkodik. Ezt a szempontot lehetett érvényesíteni azokban a kísérletekben, ahol a filmet használták fel az érzelmek felismerésének kutatásában. A vizsgált és filmezett embereket vagy rejtett kamerával kísérleti helyzetben fényképezték, vagy pedig valamilyen film nézése közben készítettek róluk felvételeket. Meghatározott érzelmek kiváltására standard filmeket használtak, és azt vizsgálták, hogy melyik film hogyan hat a nézőre. A filmen bemutatott emberek érzelmi állapotát a nézők túlnyomó többsége így már meg tudta állapítani. A legújabb vizsgálatokban az ún. piktografikus eljárással igyekeznek tisztázni az érzelmek felismerését. Ez a módszer a régi, rajzos érzelmvizsgálathoz hasonlít, csak nem törekszenek az arc hű ábrázolására, egyszerűen az arc mimikai szempontból legfontosabb fő vonalait és pontjait használják fel az érzelmkifejezésére. Ezek: a szemek pontja, a szemöldök és a száj vonalai. Ennek a leegyszerűsített változata a telefonüzenetekhez csatolható smile-k.

A személyközi kommunikációról szóló fejezetben már külön kitértem a humor szituációkezelő szerepére. Az arcmozgások közül is kiemelek egyet, a mosolyt. Bár a mosolyról az első pillanatban azt gondoljuk, az semmi más, mint a száj felfelé görbítése, de ha arra gondolunk milyen nehezen tudtunk egy fényképész műtermében mosolyt csinálni az arcunkra, megértjük, hogy ennél többről van szó. A mosolygásban az egész arc részt vesz, annak ellenére, hogy elsősorban a száj két végéhez legközelebb eső izmokat mozdítjuk meg. A mosolygásban szerepe van még a szemnek is, amely ha nincs összhangban a száj mozdulatával, hiteltelenné teszi az érzelmkifejezést. A mosoly azért is az egyik legfontosabb arcmozgás, mert segítségével kialakíthatunk egy kommunikációs szituációt, ill. gördülékenyebbé tehetjük a társalgást. Mosolyoghatunk jókedvünkben, de zavartságunkban is, megtehetjük iróniával, de lenézően is. A mimika tudatosan manipulálható, ismert az ún. szociális mosoly, az ügynök mosoly, de a színészi munkában is általános.

A mimikai megnyilvánulások egy részére is igaz, hogy normatív szabályozás alatt áll. Az ókorban már tudatos jelzésértéke volt az összevont szemöldöknek és a szigorú tekintetnek, bírálatot, megítélést, nemtetszést jelentett. Jelértékkel bír például a száj elhúzása, nemtetszést, elégedetlenséget fejez ki, de szubjektívebb értelemben, mint a szemöldök összevonása, amelyben inkább valamilyen kollektív norma, szempont került felszínre. A különböző kultúrákban más és különböző számú mimikai jel szerepel a kommunikációban. A japánok között a mosolygás több érzelmet is palástolhat: boldogságot, dühöt, szomorúságot, zavart, sajnálkozást. Az angol királyi család minden nonverbális kommunikációja visszafogott, ez a korlátozás érvényes a mosolygásra is. A mimika tudatos visszafogását, a rezenéstelen arcot a kártya nyelvéből kölcsönzött kifejezéssel "póker arc"-nak szokták nevezni, hiszen a kártyában a játékosoknak az a céljuk, hogy érzelmeiket ne mutassák ki ellenfeleiknek.

Ennek a felismerése olyan fontos, hogy külön internetes oldalon – www.pokerarc.blog.hu - ismertetik ezeket az arckifejezéseket.



Mozgásos (akciós) kommunikációs csatornák

A kommunikáció nem verbális jelei közül ide azokat szokták sorolni, amelyekben a mozgás cselekvést és helyzetváltoztatást is jelent. Ezek a jelzések feltűnőbbek, mint a mimika, itt a mozgás az egész testre kiterjedhet. A testtartás megértésére Derényi¹⁸ Knappot idézi az alábbi történettel:

Az 1900-as években von Osten úr híres lova Hans volt az egyik leghíresebb állat a világon. Berlinben von Osten arra tanította meg a lovat, hogy számolja mellső patáinak koppantását. A gyorsan tanuló Hans arra vált képessé, hogy meg tudta számolni a közönséget, vagy csak a szemüveget viselők számát. Koppantásokkal jelezve megmondta az időt, használta a naptárt, s egyre bonyolultabbnak tűnő számolással összefüggő kérdésekre

¹⁸ Derényi: Kommunikációs tanulmányok I. 54-55 p.

tudott választ adni. Az állat képessége pszichológusokat és állatorvosokat is elgondolkodtatott, ezért felállítottak egy vizsgálóbizottságot annak megállapítására, nincs-e trükk a mutatványban. A von Osten távollétében lefolytatott kísérlet nem mutatott eltérést az állat képességei tekintetében. Egy újabb bizottság azonban már úgy vizsgálta meg a lovat, hogy a tulajdonosnak az állat fülébe kellett súgnia a feladatot úgy, hogy a feladványt a nézők nem ismerhették. A ló ekkor tévedett. A kísérletet végző kutató további vizsgálatok során feltárta, hogy Hans csak akkor tudta a feladatokat megoldani, ha látómezejében valaki tudta a feladatra a választ. Amikor ugyanis a lónak feladták a feladatot, a nézők a kíváncsiság, az izgalmi állapot okán várakozó álláspontot vettek fel, feszültségük testtartásukban is megnyilvánult. Ha Hans koppantásai elérték a helyes számot, ez a feszültség feloldódott, a nézők felengedtek, kissé elmozdították a fejüket, amire reagálva a ló abbahagyta a koppantást. A ló okossága tehát nem számolási készségében, hanem abban állt, hogy megértette a körülötte lévő emberek csaknem észrevétlen és öntudatlan jelzéseit, s erre képes volt reagálni. Az állatnak ez a képessége csak kissé tér el azoknak az embereknek a képességétől, akik nagyszerű üzletkötők, kiválóan ismerik fel a helyzeteket, értelmesnek és intelligensnek tudnak mutatkozni, amíg érdekük azt úgy kívánja.

A szociális közösségekben az ember információkat szerez és ad, állandóan alkalmazkodásra kényszerül. Az információval kapcsolatos feladatokat a verbális kommunikáció során valósítja meg, a kapcsolattartás és alkalmazkodás a nonverbális kommunikáció során realizálódik. A testbeszéd értelmezésében és megértésében óriási szerepe van az empátiának és az intuíciónak, az emberi pszichikum tudatalatti részének. A testbeszéd kutatása arra világított rá, hogy a testbeszéd tér és időfüggő. Egy adott kultúra esetén eltűnnek gesztusok, újak jelennek meg. Magyarországon már csak nagyon kevés férfi köszön kalapja megemelésével, a kézcsók is feledésbe merül, de két fiatal ma gyakran üdvözli egymást tenyerük összecsapásával. Ugyanakkor bizonyos kézmozdulatok, más értelmezést kapnak attól függően, hogy Európában, vagy egy távolkeleti országban alkalmazzák. A legegyszerűbb gesztusokat gyerekkorunkban tanuljuk meg értelmezni. A vállvonogatás, a felemelt mutatóujj, az összeráncolt szemöldök jelzése fontos a szülő gyermek kapcsolatban. A gyermek fejlődésében az információs robbanás ideje, amikor mutatóujját tudatosan úgy kezdi el használni, hogy konkrét tárgy felé mutat, s megkérdezi „Mi az?”. Ez csak emberre jellemző gesztus, még a főemlősök sem képesek a mutató jelenségét egy tárgy helyével összefüggésbe hozni.

A testbeszéd azonban nem egy-egy jelből, hanem egész gesztuscsoportokból áll, mikro-jelzések sokaságából, bizonyos testtartásokból, kéz és lábtartásokból. Ezek értelmezése csakis az adott körülménytől, az adott helyzettől függ, ugyanaz a gesztus egész más jelentőséget hordozhat magában különböző helyzetekben. Az üzletemberek világában tanfolyamok sokasága foglalkozik azzal, mire kell figyelni a tárgyalás közben, a partner testtartása mit üzen belső állapotáról, s hogyan kell ezeket tudatosan alkalmazni.

A mozgásos nonverbális kommunikációt jelenleg a következő módon soroljuk típusokba:

- kommunikáció gesztusokkal
- kommunikáció testtartással
- térközszabályozás

Kommunikáció gesztusok révén

Az ember beszéd közben állandóan gesztikulál, mondandóját rá jellemző kézmozgások kísérik, személyisége, érzelmi állapota, a téma fontossága mind kifejeződik mozdulataiban. A gesztusok színesítik életünket, segítenek a megértésben, nélkülük a világ statikus lenne. A gesztus üzenetközvetítő jelentőségét a kommunikációban akkor éjtük meg igazán, ha a némafilmekre gondolunk. Charlie Chaplin számára a nem verbális kommunikáció volt az egyetlen eszköz, amivel meg tudta értetni gondolatait, érzelmeit. Chaplin az általa készített filmek szereplőválogatása során azt kereste, mennyire képes egy színész gesztusokkal és más jelzésekkel hatékonyan kommunikálni. A gesztus, mint művészi kifejező eszköz Bertold Brecht epikus színházában vált különösen jelentőssé, de hangsúlyos szerepe van a melodrámban és a komédiában is. A nem verbális kommunikációnak a gesztus a legkidolgozottabb jelzésrendszere. A gesztusok közé soroljuk a fej, a kéz és a kar mozgását. Az idetartozó jelek között egyaránt megfigyelhetünk tudatos, konvención alapuló jelzést és öntudatlan gesztusokat. A gesztusok értelmezésekor figyelembe kell venni, hogy nem lehet értelmezni egyetlen gesztust más gesztusoktól, vagy körülményektől elválasztva. Az összhang kérdése nagy hangsúlyt kap a testbeszéd tanulmányozásában. A nem verbális jelzéseknek sokkal nagyobb súlya van belső állapotunk tükrözésében, mint a kimondott szavaknak, és amennyiben a kettő ellentmond egymásnak úgy az emberek inkább a nonverbális közlésre hagyatkoznak, az alapján ítélnek.

A külső körülmények figyelembevétele nélkül könnyen félreértelmezhető egy gesztus. Az összefont kar egy társaságban a védekező álláspontot jeleníti meg, de télen a buszmegállóban bizonyára a hideggel van összefüggésben.

A nyelvi kommunikáció értelmezése során már kitértem arra, milyen szoros összefüggés van egy ember társadalmi státusza, iskolázottsága és beszéde között. Hasonló kölcsönösség jelenik meg a nonverbális kommunikációban. A művelt ember minden gesztusa visszafogottabb, kevés testmozdulatot alkalmaz, gondolatait inkább szavakkal fejezi ki, annak csupán kísérője a gesztus. A kevésbé művelt ember gesztusai szélsőségesek is lehetnek, szókincs hiányában kénytelen nagy mennyiségű gesztussal kísérni mondanivalóját, hogy mások megértsék azt. A retorika, a meggyőzés tudománya külön fejezetben foglalkozik az előadó szükséges és helyes gesztusaival. A szónoki beszédet kiegészítő gesztusokat funkciójuk szerint két csoportba sorolhatjuk: betölthetnek magyarázó és hatáskeltő szerepet. Az első esetben a kéz mozdulataival a megértést kell segíteni, a második esetben az érzelmi hatás fokozása a cél. A retorikatörténet egyik legérdekesebb emléke a híres szónok Demosthenes története, aki hadonászását úgy győzte le, hogy egy kard alatt állva gyakorolta beszédeit, s így szoktatta le magát túlzott karmozgásról. A magatartás-kutatás viszonylag új területe a beszédjellemzők és a testbeszéd jellegzetességeinek szoros összekapcsolása. A legegyszerűbben úgy lehet ezt megérteni, ha egy lassú járású emberre gondolunk, s természetesnek vesszük, hogy lassan, kimérten beszél. A gyors beszédűek sok kézmozdulattal kísérik mondanójukat, állandó mozgásban vannak, vibrálnak. A testbeszédnek, a gesztusok értelmezésének részletes szakirodalma van, amelyből az ajánlott irodalom fejezetben is található az olvasó, ezért csak a legfontosabb, ill. legérdekesebb gesztusokra hívom fel a figyelmet.

A fej mozgásai

A fej gesztusai többnyire jól elkülöníthető, világosan értelmezhető jelek. Például a fej oldalirányú mozgása bizonytalanságot, a lehajtott, lehorgasztott fej büntudatot, szomorúságot fejezhet ki. A fel-le bólogatás majdnem az egész világon igent jelent, de Bulgáriában Törökországban, Iránban ellentétes jelentése van. A mozdulatlan fejjel, merev testtartással megtartott előadás ellenállást fejt ki a hallgatóságból, mert az előadót kioktatónak, tudálékosnak ítélik meg. Több olyan, a fej által közölt információt is megfigyeltek, amely nem mindenki számára azonos jelentésű.

Egy felmérésben 1200 európai személytől megkérdezték, hogy számukra mit jelent a fej hátracsapása. A megkérdezettek ezt a jelet a következőképpen értelmezték: tagadás (302 fő), hívás (108), ellentét, szembenállás (55), fölény (50), köszöntés (24), visszautasítás (24), irányjelzés (20), egyéb (30), 554 megkérdezett számára a gesztus ismeretlen volt.

A kéz és a kar mozgásai

A magatartáskutatás sajátos terepe az ember nyilvános helyzetben történő viselkedése. Gondoljunk bele, milyen nehéz egy viszonylag tág térben megállni. A fő problémát nem a lábak, inkább a kar, a kezek elhelyezése jelenti. Zavarunkban babrálni kezdünk valamit, zsebbe rakjuk a kezünket, összevonjuk a karunkat. A kéz és a kar különös jelentőséggel bír az ember érzelmi életében. Kezünkkel simogatjuk meg azt, akit szeretünk, a kisgyerek mielőtt megtanulna beszélni legtöbbször a kezét használja a kapcsolatfelvételre. A szülő ölelő karja, biztonságot, védelmet jelent gyerek számára, de még a felnőtt is erre vágyik, ha bánat, szomorúság érte. A világszerte kedvelt Monopoly (magyar változata „Most mutasd meg!”) játékban a játékosok többsége egy tárgy, vagy szituáció „leírására” a kezét, a karját használja. A kéz gesztusai nagyon sokféle és árnyalt jelentést hordoznak. Szükségszerűen együtt jelentkeznek a kar mozgásával, de a kéz sokszínű „beszédét” mégis az ujjak finom mozgása teszi lehetővé. A kéz rendkívül kifinomult eszköz, ezért az agyban lezajló folyamatokat érzékenyen tudja közvetíteni. A feszültséget sokszor a kézről olvashatjuk le legjobban, az ideges ember gyakran tördeli a kezét.

A kéz gesztusai közül nagyon sok ősi eredetű, és rengeteg mágikus hiedelem is kapcsolódik hozzá. Még napjainkban is sokan hisznek a kézrátétellel történő gyógyításban, de az ember maga is őrzi ezt az ősi gesztust, hiszen fájó testrészére teszi a kezét. A kéz gesztusaival hívhatunk, elutasíthatunk, tiltakozhatunk, könyöröghetünk, köszönhetünk is. A köszönés, üdvözlés gesztusainak is régi hagyományai vannak. Ezek közül sok általános, régóta és szinte mindenki által ismert (pl. integetés, kézfelemelés). A kézfogás egyes kutatók szerint az ősembertől, mások szerint a középkorból maradt ránk, de mindenki megegyezik abban, hogy a fegyvertelenség egyik kifejezője volt. Mára a felnőtt férfiak között mindennapos kísérője a szóbeli üdvözlésnek. A kézfogás ugyanakkor több az egyszerű köszönésnél. Az egymás kezét megfogó férfiak között jelképes küzdelem zajlik, a kéz megszorítás közben beállítják viszonyukat, hatalmi

pozíciójukat. Nem véletlenül használja Pease¹⁹ a kifejezést: „a tenyér, mint hatalmi eszköz”. Az üdvözlés során három alapkézfogás a jellemző: uralkodó, behódoló, egyenlőség. A kinyújtott kezet el nem fogadni súlyos sértés. A protokoll részletesen szabályozza a kézfogás módját. Fő szabályként érvényes, hogy a rangbeli különbség határozza meg, ki nyújthatja először a kezét: idősebb a fiatalnak, nő a férfinak, magasabb rangú az alacsonyabb rangúnak, tanár a diáknak. A nő számára egyszerű üdvözléskor nem kötelező a kéznyújtás, de hivatalos szituációban, különösen, ha a többi jelenlévő is kézfogással üdvözli egymást, ajánlatos, és nem maradhat el semmiképpen sem a bemutatkozáskor. A nyitott tenyér az igazságosság, becsületesség jelképe, a fogadalom, az eskü során a jobb kezet nyitott tenyérrel kell felmutatni, hogy azt mindenki láthassa. Bizonyos helyzetekben a két kéz összekulcsolása, akaratlan vagy szándékos összeérintése lehet jel értékű. A kezek összekulcsolása és a test előtti helyzetük lehet frusztrációs gesztus, amely visszafojtott, negatív magatartást jelez. A szakirodalom említi még az ún. „toronysisak” gesztust, amely a két kéz ujjhegyeinek összeérintését jelenti. Ezt főleg azok az emberek alkalmazzák, akik biztosak önmagukban, illetve akik kevésbé vagy egyáltalán nem gesztikulálnak. A gesztusok értelmezése erősen kultúrafüggő, a különböző kézmozdulatok sok félreértésre adhatnak okot. A feltartott hüvelykujj Észak-Amerikában dicsérettel, jóváhagyással összefüggő gesztus, ellenben Nigériában durva sértésnek számít. Néhány gesztus értelmezése körül különböző legendák keringenek. A lefelé mutató hüvelykujjról az emberek általában azt tudják, hogy a császár ezzel jelezte vesztes a gladiátor véres halálát. A történeti kutatások szerint azonban az erre utaló latin szöveg csupán az elfordított hüvelykujjat nevezi meg, pontos irány nélkül.

Az eltérő kulturális értelmezések jelentik az alapját az ún. gesztusvicceknek, amelyekből az egyik legrégebbit Balázs Géza²⁰ adta közre:

Sok-sok évvel ezelőtt, a középkorban, a pápát a tanácsadói arra sürgették, hogy tiltsa ki Rómából a zsidókat. Még sincs rendjén, mondták, hogy ezek az emberek háborítatlanul éljenek a katolicizmus központjában. El is készítették és benyújtottak egy törvénytervezetet, a zsidók legnagyobb rémületére, mert tudták, hogy bárhová is mennének, csak még rosszabbra számítanának. Ezért aztán igyekeztek a pápát rávenni arra, hogy változtassa meg a rendeletet. A jóindulatú pápa sportszerű ajánlatot tett: állítsanak ki a

¹⁹ Pease: Testbeszéd

²⁰ Balázs Géza: Gesztuskommunikáció

zsidók valakit, aki pantomimban vitatkozna vele. A zsidók Rómában maradhatnak, ha az ő szószólójuk nyer. (A zsidók nem találtak senkit, aki kiállt volna a pápával, végül jobb híján a gondnokot nevezték a pápával való vitára.) A pápa szembe helyezkedett a gondnokkal, és megkezdődött a vita. A pápa ünnepélyesen felemelte az ujját, és végighúzta az ég és a horizont között. A gondnok azonnal és nyomatékkal a földre mutatott. Úgy látszott, a pápa egy pillanatra meghökkent. Még ünnepélyesebben felemelte egyik ujját, és szilárdan a gondnok arca elé tartotta. Erre a gondnok három ujját emelte fel, és tartotta ugyanolyan szilárdan a pápa elé, aki ugyancsak meglepődött ettől a gesztustól. Azután a pápa benyúlt a ruhájába, és előhúzott egy almát. Erre a pedellus benyúlt a kis papírzacskójába, és elővett egy lapos maceszt. Ekkor a pápa hangos szóval kijelentette:

A zsidók képviselője megnyerte a vitát. A kiutasító rendeletet ezennel visszavonom.

A pápa értelmezése:

Ez az ember nagyszerű teológus, és a vita mestere. Azzal kezdtem, hogy végighúztam az ujjamat az ég és a horizont között, jelezvén, hogy az egész világmindenség Istené. De ő ujjával lefelé mutatott, hogy emlékeztessen engem a pokorra, ahol az ördög uralkodik. Erre felemeltem egy ujjamat, jelezvén, hogy egy az Isten. Képzeltetek, mennyire meglepődtem, amikor ő három ujjával jelezte, hogy ez az egy Isten három személyű, amivel elismerte a mi tanításunkat a Szentháromságról. Látván, hogy lehetetlen legyőznöm ezt a teológiai zsenit, végül is más területre tereltem a vitát. Elővettem egy almát, jelezvén, hogy egy új ostoba elmélet szerint a föld gömbölyű. Mire ő azonnal előteremtett egy lapos kovásztalan kenyeret, hogy emlékeztessen, a Biblia szerint a föld lapos. Nem volt mit tenni, el kellett ismernem, hogy ő győzött.

A gondnok értelmezése:

Csupa sületlenség volt az egész. Először is a pápa a kezével úgy csinált, mintha azt mondaná a zsidóknak, hogy kifelé Rómából! Mire én lefelé mutattam, tisztán értésére adva, hogy mi nem mozdulunk. Erre ő egy ujjával figyelmeztetett, hogy ne szemtelenkedjem vele. Én három ujjammal mondtam neki, hogy ő háromszor olyan szemtelen volt velünk, amikor önkényesen kirendelt bennünket Rómából. A következő dolog, amit láttam, az volt, hogy elővette az ebédjét. Hát én is elővettem az enyémet.

Az eltérő értelmezés mellett léteznek egyezményes jelek, amelyet a világ minden táján egyformán értelmeznek. Ilyen a keresztvetés, meghajlás keresztbe tett kézzel, fasiszta karlendítés, vagy a sportból átvett szünet jelzése. A beszédet kísérő kézmozdulatok gyakorisága, hevesége különböző kultúrákban eltérő. Minél délebbre megyünk Európában annál jellegzetesebbek, élénkebbek ezek a gesztusok. A gesztusok szabályozó funkciót is betölthetnek a kommunikációs folyamatban. Gyakran a kézmozdulataival fejezzük ki, ha szólni akarunk, ha folytatni, gyorsítani vagy megszakítani akarjuk a beszédet.

Különösen érdekesek a kar mozgulatai. A háborús vesztes megadását feltartott karjával jelzi, de ellentétes jelentésként így reagál a bokszoló ringben, ha legyőzte ellenfelét. A politikusok felemelik a karjukat, hogy buzdítsák a tömeget. Sajátos karjelzés-rendszer alkalmaznak a sportbírák döntéseik közlésére, ill. a rendőrök a forgalom irányítására. A karkeresztelés a védőkortlát szerepét tölti be, az idegen társaságba kerülő tanácstalan, bizonytalan személy természetes reakciója. Bár sokan úgy érvelnek, hogy az összefont kar kényelmes testhelyzetet biztosít, de az állítás mögött az a viselkedéskutatásból ismert tény áll, hogy bármelyik testhelyzet kényelmes érzést kelt, ha belső állapotunk, magatartásunk megegyezik vele. A nőknél ennek a gesztusnak az álcázására szolgálhat a kézításka, de modern korunkban mindenki számára kiváló eszköz erre a mobiltelefon.

A kéz és a kar gesztusai nagyon sok zavarjelet is közvetítenek. A feszültséget érzékenyen mutatják a kezek, ami különböző akaratlan kézmozgásokban fejeződik ki. A kommunikációs partner észreveszi, hogy ezek nem tartoznak a beszéd tartalmához, nincs közvetlen kommunikatív jelentőségük. Bizonyos kiélezett interakciós helyzetekben – kihallgatáskor, felelősségre vonás alkalmával, emberi kapcsolatok feszült pillanataiban – azonban lényeges jelentéstartalmat hordoznak.

Kevésbé ismert a nonverbális kommunikáció iránt érdeklődők számára az állással, üléssel és járással összefüggő üzenetközvetítés. A képzőművészetben, elsősorban a szobrászatban találunk erre példát. A hős katona, a gondolkodó író, a politikus mind a státuszra jellemző testtartásban áll a köztéren. A járásmód leírására nagyszerű szavai vannak a magyar nyelvnek: cammog, kullog, peckesen jár, oson. stb. A szavak hallatán nem csak a járást képzeljük el, de a személyiséget is. A test állapotát összekapcsoljuk a lelkiállapottal, ill. a magatartással. Akiről azt mondjuk: oson, egyúttal azt is eláruljuk, hogy nincs minden rendben vele,

olyat tett, amit el akar titkolni. Aki peckesen jár, annak egyenes a testtartása, az büszke, magabiztos. Az ülő helyzetben férfiakra jellemző széles terpesz, az elterpeszkedés, az önelégültség, térfoglalás jele. Jól írja le a testtartás lényegét a közkeletű „minél nagyobb a terpesz annál kisebb az agy” mondás. A nőknél a szétnyitott térddel ülés illetlenség, bár a nadrág viselése óta megengedőbb a társadalmi elvárás.

Kommunikáció a testtartás révén

A testtartás (poszturális kommunikáció) a test álló vagy ülő helyzetével, a törzs és a lábak interakció közbeni mozgásával foglalkozik. Szoros kapcsolatban van a kéz mozgásával. A test mozgása a kommunikáció alatt többnyire tudattalan, hacsak valami miatt nem figyelünk rá. A testtartás befolyásolja az első benyomást, ami rólunk kialakul.

Az egyenes tartás a magabiztosságot, a görnyedt hát, a lehajtott fej kisebbrendűséget, gondot közvetít. Ha egy beszélgetésben érdekes témát hallunk meg, akkor teljes testünkkel arra fordulunk, még a testünk is figyel. A test tartása a felek érzelmi állapotára is utal. Ha valaki boldog, dicséretet kapott, akkor kihúzza magát. Ha ezzel ellentétes hatások érik, akkor összehúzza magát, szinte „magába roskad”. A tanár a felelésre vagy egy-egy feladat megoldására felhívott gyermek testtartásából, mozgásából több dologra tud következtetni. Ezt írta meg roppant személetesen Karinthy²¹:

A jó tanuló felel:

„A jó tanuló az első padban ül, ahol hárman ülnek: ő a közepén, a jó tanuló, Steinmann. ..) Steinmann felel. Ez különleges, ünnepélyes pillanat. A tanár sokáig nézte a noteszt, halálos feszültség remeg az osztály felett. ... Az egyik lehajol a füzeté fölé, mint a strucc, hogy ne lássák. A másik merően szembenéz a tanárral, szuggerálja. A harmadik, idegember, egész elernyed és behunyja a szemét: hulljon le a fejére a bárd. Eglmayer az utolsó padban egészen elbújik Deckmann háta mögé, ő nincs itt, köszönöm szépen, nem tud semmiről, őt írják be a hiányzók közé, töröljék ki az élők sorából, őt felejtsek el, béke poraira, ő nem akar részt venni a közélet küzdelmeiben. (... a tanár becsukja a noteszt. Steinmann! -mondta egész halkán és kivételesen.

²¹ Karinthy: tanár úr kérem 29-31. p.

Nehéz, felszabadult sóhaj. Kivételes, ünnepélyes hangulat. Steinmann gyorsan feláll - a mellette ülő gyorsan kiugrik a padból, szerényen és udvariasan áll, míg a jó tanuló kimászik a padból: mint egy testőr, néma és mellékes, dekoratív szereplője egy nagy eseménynek. Maga a tanár is ünnepélyes. Oldalt ül le a székre és összetett ujjakkal gondolkodik. A jó tanuló a táblához megy és kezébe veszi a krétát. A tanár gondolkodik. A jó tanuló erre felkapja a spongyát és sebesen törölni kezdi a táblát: ebben végtelen előkelőség és önérzet van, ezzel azt akarja jelezni, hogy ő ráér, hogy neki nem kell most törni a fejét, ő nem fél, ő mindig készen van, ő addig is, míg a felelés kezdődik, valami hasznosat akar csinálni...”

A rossz tanuló felel:

„Mikor kimondják a nevét, nem hisz a füleinek, körülnéz: hátha csoda történik, hátha csak agyrém, nyomasztó lidércnyomás volt, hogy ez az ő neve és most felébred ebből az álomból. Aztán egy csomó füzetet kap fel a padról. Míg végigmegy a kis utcán, a padsorok közt ezt gondolja: »Apluszbészermínuszbe - egyenlő ánégyzetmínuszbenégyzet.« Ezt fogja kérdezni. Biztosan ezt fogja kérdezni.... Közben megbotlik és elejti a füzeteket. Míg a földön szedeget, háta mögött felzúg az obligát nevetés, amit ezúttal senki se tilt be: a rossz tanuló törvényen kívül áll, rajta lehet nevetni. A tanár leül és maga elé teszi a noteszt. Ránéz. A rossz tanuló görcsösen mondogatja magában: „ápluszbészermínuszbe...” és veszi a krétát.”

Karinthy példái jól illusztrálják a lazaság, az önbizalom, ill. a bizonytalanság érzésének megnyilvánulását. A testtartás ugyanis mindig elárulja mennyi feszültség van az emberben az adott helyzettel kapcsolatban, és mennyire tartja szükségesnek a védekezést. A helyes testtartásra utalás figyelmeztetés, mindig azt fejezi ki, hogy az illető húzza ki magát, álljon egyenesen. A kulturális szabályok miatt különbség van a nők és férfiak testtartása, különösen a lábtartásban érvényesek eltérő elvárások. A férfiaktól ülő helyzetben elfogadjuk a kismértékű terpesztést, a nőktől elfogadott ülésforma a keresztbe tett láb. A protokoll azonban úgy szabályozza ezt, hogy a nő lábait egymás mellett összezárva, térdét kicsit balra mozdítva ül. A lábkeresztezés a kar, mint védőkorlát gesztushoz hasonlóan negatív, vagy védekező magatartást fejez ki. A kapcsolattartás szempontjából vizsgálva a testtartást az állapítható meg, hogy az egyformán vélekedő emberek beszélgetés közben másolják, utánozzák egymás testhelyzetét, ezzel is jelezve a partner számára, hogy azonosan gondolkodnak.

A térközszabályozás kommunikációs csatornája

A testtartáshoz szervesen kapcsolódó jelzésrendszer a helyezkedés. A helyezkedés több területet foglal magában: a horizontális és vertikális irányt, az egymáshoz való fordulást, és a távolságot. Hétköznapi helyzetekben ez azt jelenti, hogy partnerünk előtt vagy mögött megyünk, vele egy szintre helyezkedünk-e, elfordulunk tőle, vagy odafordulunk hozzá, közel vagy távol állunk-e meg. Kulturális különbségek jelennek meg abban, hogy a házastársak hogyan sétálnak az utcán, a férfi a családja előtt megy-e ezzel is jelezve hatalmi szerepét. A protokoll azt írja elő, hogy egy új helyiségbe lépve a kísérő a magas rangú vendég előtt jár egy fél lépéssel, mintegy mutatva számára az utat. A királynő előtti meghajlás, a „pukedli” során az alattvaló alacsonyabbnak tűnik, ezzel is alátámasztva a „fenség” megszólítás értelmét. A helyezkedésen belül a legfontosabb a távolságtartás. A partnerek általában ösztönösen választják meg a köztük lévő távolságot, de kulturális gyökerek is szerepet játszanak a térköz felvételében. Mindennapi megfigyelések és tudományos vizsgálatok is igazolják, hogy üzenetértéke, kommunikációs jelentősége van annak a távolságnak, amelyet az emberek az interakciók során egymástól felvesznek. A partnerek közötti térköz a köztük fennálló viszonyt interpretálja. A megjelenítés háttérben állhat magánjellegű, hivatalos, vagy szerepviszonylat. A térközszabályozó viselkedés vizsgálata Hall²² amerikai kutató nevéhez kapcsolódik, aki nyolcféle távolságtípust különböztet meg. Meghatározását amerikai emberek kapcsolatáttartása alapján tette, figyelembe véve, hogy a távolság az interakció során szoros kapcsolatban van a hallhatósággal is:

- 1) nagyon közeli - ilyenkor hallható a halk suttogás is,
- 2) közeli (körülbelül fél méter távolságon belül) - ilyenkor a suttogást még lehet hallani,
- 3) viszonylag közeli (egy méternél nem távolabbi) –a helyiségben lehet halkán beszélni, a szabadban normál hangon;
- 4) közeli semleges - a beszéd még elég halk, bizalmas vagy személyes témák megbeszéléséhez való helyzet, a viszonytól függetlenül,
- 5) távoli semleges (másfél - két méter) - normális hangvételre van szükség,

²² Hall: Rejtett dimenziók

- 6) nyilvános (két - három méter) - hangos normál beszéd, általában nyilvános helyzetben,
- 7) termen át - szónok vagy kihirdető közönség előtt,
- 8) a távolság nyújtása - elmenetben levő közlés, integetések a távozáskor stb.

Hall későbbi kutatásainak eredményeként megváltoztatta ezt a felosztást, és négy távolságot különböztetett meg:

- 1) bizalmas távolság (45 cm-ig)
- 2) személyes távolság (45cm-120 cm)
- 3) társasági távolság (120 cm-360 cm)
- 4) nyilvános távolság (360 cm-nél nagyobb)

Hall tanulmányában rögzíti, hogy ez az általánosítás nem érvényes általában az emberi viselkedésre, de még az amerikaiak viselkedésére sem, hanem csak a vizsgált csoportra. A négerekre, latin-amerikaiakra, vagy az európai emberekre más proxemikus normák érvényesek. A kulturális szokások, a normák annyira fontosak a térközszabályozásban, hogy be nem tartásuk ellenérzést vált ki a partnerből. Ha valaki beszélgetés közben túl közel áll partneréhez, úgy az elhúzódik tőle, hátralép, idegesíti, hogy beléptek személyes zónájába. Általában a személyiség zavarának jele, ha egy ember a saját közösségének távolságtartási szabályait nem tudja tartósan betartani.

Az ember térhasználatával, és az abban rejlő kommunikációs lehetőségekkel foglalkozó tudományterület a proxemika. Az elnevezés a „proximus” latin eredetű kifejezésből származtatható, amely közelséget jelent. Ennek a szakterületnek a kutatása vezetett el oda, hogy ma már az iskolai osztálytermek berendezésénél is figyelembe veszik azt. A kutatások ugyanis azt bizonyították, hogy azokban a tantermekben, ahol három padosorban egymás mögött ülnek a diákok, az első padban ülők mindig jobban figyelnek, mint a hátsó padban lévők, ha a tanár hosszú ideig a tanári asztalnál tartózkodik. Az általános figyelmet az tudja kiváltani, ha a tanár az órán a padosorok között mozog. Érdekes esete a térközszabályozásnak az ún. liftproxemika. A megfigyelések szerint egy bevásárlóközpont liftjébe beszálló egy-két személy a lift falának dől, három-négy ember esetén a sarkokat foglalják el. Az új beszálló ötödik-hatodik személy az ajtó felé fordul, kihúzza magát, táskáját maga elé teszi.

Emblémák

A nonverbális kommunikáció bevezető részében már kiemeltem ennek a csatornának a funkcióit. A felsoroltakból most három szempontra hívom fel a figyelmet: a *társas helyzet kezelése, énmegjelenítés, üzenetek tartalmának közvetítése*. Ez a három funkció az eddig megismert lehetőségeken túl egy újabb közvetítési módszer útján is megvalósulhat. Az ember személyes környezetében számtalan tárgy van, amelyet szándékosan használ fel arra, hogy érzelmi állapotát, státuszát közvetítse, róla valamilyen lényeges információt hordozzon. A nem verbális kommunikáció eszközeinek tekinthetjük a ruhát, a hajviseletet, a test különböző díszzeit, a jelvényeket vagy a jelvény-értékű tárgyakat, sőt a közlekedési táblákat, az üzletek cégereit is, összefoglaló néven az emblémákat. Az embléma görög eredetű szó, egyik jelentése: valamely fogalom jelképes ábrázolása. Ezek a jelek - statikusságuk ellenére - a pszichés állapoton túl akár még a személyiségről is közvetíthetnek üzenetet, az ilyen típusú információra pedig szükség van az interakciók során. Buda Béla az emblémák helyett a *kulturális szignál* megnevezést használja, amivel azt kívánja kifejezni, hogy a különböző tárgyak és díszítések kulturális jelentőséget kaphatnak, a kulturális konszenzus elfogadja, hogy ezeket ki lehet nyilvánítani, meg lehet mutatni, és valamilyen kifejező értékük van. A személyiségben az emblémák, a szignálok az interakció során azokat a főbb közösségeket reprezentálják, amelyekben az illető él, vagy amelyekben felnőtt. Ezek nagyobb része tudatosan vállalt, gondozott jelzés, csak kisebb része spontán öntudatlan.

A tudatos szignálhasználat nyilvánul meg a nőiesség közvetítésében. A nők nagy gonddal alkalmazzák az emblémákat. Az öltözködés, a hajviselet, a sminkelés, az ékszerek használatában benne van az interakció valamiféle átgondolása, hiszen a nő számításba veszi, hogy ez a szignál hogyan hat a környezetére, partnereire. A nők olyan mértékben használják tudatosan a szignálokat, hogy azok a lehető legjobban elérjék a kívánt hatást. Az elegáns kosztüm, az arany ékszer feltűnőbbé teszi és kedvezőbb színben tünteti fel az egyént. Természetesen a nők nem általában akarnak „jól kinézni”. Interakciós viszonyukat a férfiakhoz képest akarják a lehető legtöbb nonverbális eszköz segítségével beállítani. Az ismerkedés, mint az interakció fő célja veszi rá a nőt arra, hogy a szignálokkal vonzónak tüntesse fel magát. A divat célja nem csupán egy korszak, egy társadalmi státusz megjelölése. Az öltözködési kultúra feladata a nő szexuális vonzóerejének növelése, a test kevésbé szép részeinek eltakarása, a figyelem terelése a

testen. A párkapcsolatokkal foglalkozó tanácsadásban pl. külön téma annak boncolása, hogyan öltözködött a feleség a házasságkötés előtt és után, mennyire ügyel az otthoni öltözködésre, fontos-e még a külső megjelenés. Ma már nem szokás, de több évszázadon át a női viselet arról is árulkodott viselője lány még, vagy férjes asszony.

Az öltözködés természetesen nem a nőiesség közvetítésének eszköze csupán. A ruha minden korban meghatározta viselőjét. A rendi társadalmakban az öltözködési normák megszegése szigorú szankciókat vont maga után. Az öltözet megjeleníti viselője társadalmi státuszát, a formák és a színek elrendezésének feladat, hogy árulkodjon viselője társadalmi rangjáról. A középkorban a szegényebbek számára nemcsak anyagilag volt elérhetetlen a selyem, a brokát viselése, de törvény is megszabta, milyen anyagokat használhatnak fel öltözékükben. Még a város jellege is megjelenik az öltözködésben.

Eltérő az alföldi városi és a mezővárosi öltözködés.²³



A ruhaviselet a társadalmi rangkülönbségen túl közvetítheti viselője lakhelyét is. Magyarország több településén a múlt század első éveiben még a falu egyes utcáinak is elkülönült a viselete.

A haj-, ill. a fejviselet jelentősége is igen nagy volt. A kommunikáció szempontjából átgondolva a hajviseletet, egyértelmű: a frizura információval látja el a partnert viselője magánéleti státuszáról, beállítja a partnerek közötti viszonyt, beállítja, megkönnyíti a kapcsolatfelvételt.

²³ Magyar Néprajzi Lexikon. <http://mek.niif.hu/02100/02115/html/index.html>

A lányok neve férjhez menés előtt hajadon, ami utalás a fedetlen fejre. A lányok régebben két ágba fonták a hajukat, színes szalagokat fontak bele, vagy kötötték a végére. Az asszonyok összefonták, és fejük tetejére kontyolták a hajukat.²⁴



A férfiak esetében a kopasz hajviselet az ókorban a rabszolgák ismertetője volt, majd később egyes szerzetesrendek körében figyelték meg. A 20. században a kopaszság agresszív csoportokhoz kötődött, modern korunkban önmagában már nincs jelentése. A hetvenes években a fiatal férfiak hosszú haja a lázadás jelképe volt, ma egy ápoltság jele, akinek lófarkban van a haja, teljesen elfogadott.

Az előírt viseleteknek, mint kulturális szignálnak ma is nagy a jelentősége, még ha a kulturális fejlődés a régi általános funkcióból sokat megváltoztatott. A hétköznapi szituációkban a márkás ruhák viselete közvetíti a társadalmi státuszt, a gazdagságot. Nem hagyható figyelmen kívül az ehhez szorosan köthető ruha hamisítás elterjedése. Az olcsó, hamisított holminknak éppen azért van óriási piaca, mert az emberek vágyanak a magasabb státuszra, a gazdagságra, s ezt próbálják meg az öltözködéssel ilyen módon közvetíteni. A hivatalos szituációk öltözködési szokásait a protokoll írja elő. A férfiaknál az öltöny viselete, a nyakkendő, a cipő, de még a zokni is gondosan átgondolt rendszer jelent. Érdekességképpen jegyzem meg, hogy a protokoll előírása szerint a hivatali életben a nők nyáron is csak zárt orrú cipőben járhatnak, vállukat nem hagyhatják szabadon. Csupán ez a két korlátozás is kifejezi az öltözködés és a szexualitás kapcsolatát, hiszen a két tiltás hátterében a szexuálisan vonzó

²⁴ Magyar Néprajzi Lexikon. <http://mek.niif.hu/02100/02115/html/index.html>

testrészek elfedésének kényszere nyilvánul meg. Modern korunkban az, hogy az egyén milyen módon viszonyul különböző partnereihez már nagyon szabadon dönthető el. Ezt a döntést jelzi egyedileg megválogatott kulturális szignáljaival. A női szerepnek különböző módon lehet eleget tenni a viselkedéssel, a kommunikációval, a külső megjelenéssel. Lehet szerénynek, szemérmesnek lenni, egyszerűen viselkedni, visszahúzódni a férfiakkal való érintkezéstől, lehet nyíltnak és bátornak mutatkozni, adni a divatra és kedvelni a férfiak társaságát, és lehet egészen kihívóan viselkedni, a nőiességet hangsúlyozni, csábítóan lenni. Mindegyik viselkedésformához elég nagy szabályszerűséggel tartozik egy hajviselet, ruházkodási mód, díszítésmód. Minél erősebben hangsúlyozza valaki nőiességét, annál feltűnőbbben, divatosabban öltözik, élénkebben viselkedik, több díszet és festést használ, frizurája és ruhakivágása annál merészebb. Ezt az íratlan szabályszerűséget fejezi ki a prostituáltak külseje a világ szinte minden táján. Minél kevésbé rakja ki magára valaki a "nő vagyok" jelentésű szignálkészletet, annál valószínűbb, hogy a divatos férfi-nő sematizmusba nehezen vihető bele. A külső tehát nemcsak üzenet önmagunkról, hanem jelzése az interakciós stílusnak, amely az egyén szükséglete, választása, esetleg lehetősége.

Az öltözködés szabályozása jelenik meg az egyenruhák viselésében. Az uniformis szimbolizál egy olyan viszonyt, amelyet kötelező betartani az interakciós partner számára. A rendőri egyenruha viselőjének a közúti ellenőrzés során engedelmességre kell. Ugyanakkor az egyenruha a szervezetben belüli azonosítást is szolgálja, hiszen a civil ruhás magas rangú rendőrtiszt csak úgy gyakorolhatja jogait egy rendészeti kérdésben, ha előbb azonosítja magát, ha előbb "interpretálja" a viszonyt az interakciós partnereivel. Minden formális testület igyekszik valamilyen szimbolikus egységet vinni tagjainak öltözékébe. Ha a ruhaviseletben ez az egység nem valósítható meg, legalább jelvényekkel igyekeznek elérni azt. A nem formális szerveződések is egyre gyakrabban élnek az uniformizálással. A legtöbb multinacionális cég, bank, mobilszolgáltató formaruhát ad dolgozóinak. A formaruha elsődleges feladata az azonosítás, amelyben megjelenik a cég arculata. Fontos cél a cég ill. a márka imázsának erősítése is. Ennél az öltözetnél rendkívül fontos a megjelenés és az összhatás. A formaruha információkat árul el a cégről, és egyben pozitív vagy negatív hatással lehet a termék vagy a szolgáltatás értékesítésére is. Számos kulturális szignál valamilyen nem formalizált társadalmi képződményhez való tartozást jelent. Ilyen például a fiatalok öltözködése és hajviselete. Sajátos öltözködéssel, hajviselettel fejezik az összetartozást azoknak a

csoportoknak a tagjai is, akik az aktuális társadalmi rend ellen lázadnak, abba nem akarnak beilleszkedni. Magyarországon a Magyar Gárda Mozgalom fellépése ellen tiltakozókból már a szervezet formai megjelenése, a ruházat is kiváltotta az ellenérzést, hiszen az egyenruha katonai jellegzetességeket hordozott. A társadalmi ellenállás a szervezet betiltásához vezetett, s a jelenleg hatályos jogszabály úgy rendelkezik, hogy tilos a betiltott szervezet egyenruháját köztéren viselni.

Az összetartozást, az egyenruha elleni tiltakozást jelenítette meg a hippí mozgalom, amelynek tagjai a vietnámi háborút elleneztek, de tiltakozásuknak külsőségeiben is helyt adtak: hajukat hosszúra növesztették, pólót és farmert viseltek. Jellemzőjük volt a trapéz nadrág, a virágminta, a békejel viselése.



25

Napjainkban az emo, ami eredetileg egy zenei irányzat (hardcore) megtagadásaként jött létre, mára a kívülállást, a polgárpukkasztást jeleníti meg. Az azonos csoportok tagjai öltözködésük alapján ismerik fel egymást, egyértelmű számukra az interakció lehetősége.

Az öltözködés sajátos kellékei a különböző kiegészítők: ékszerek, kitűzők, táskák, órák. Az ékszerek anyaga, formája életkort, gazdagságot, státuszt jelenít meg. Egyre elterjedtebb a férfiak ékszerviselése is, bár körükben inkább a márkás óranak van üzenetértéke. Egy svájci Breitling óra viselője megkülönböztetett figyelmet kap egy tárgyaláson, hiszen a több mint fél milliós ár az anyagi jólétről tanúskodik. A táskák elsősorban a nők körében terjedtek el, s a ruha kiegészítőjeként szerepelnek. Hazánkban a férfiaknál az első nagy táskakultusz a hetvenes években következett be, amikor

²⁵ Részlet a Hair c. filmből. www.port.hu

megjelent az un. autós táska, majd később a diplomatatáska, amely a „fontos” ember benyomást volt hivatott közvetíteni. Ezt a szerepet ma a laptop táska tölti be, de magas beosztásúak, vezérigazgatók üzleti tárgyalásra soha nem viszik magukkal.

Az emblémák körébe sorolható a lakás bútortáának az a része, amely a belépő vendégek számára terveztek, a lakás tulajdonosairól hivatottak valamilyen képet adni, szignáloknak vehetők. A magyar paraszti kultúrában a 18. század végén jelenik meg az un. tiszta szoba, amelyet a háziak a hétköznapokban nem használtak. Elrendezettségében nem különbözött lényegesen a lakószobától, de díszítettségében, és a bútorok funkciójában nagy volt az eltérés. Itt tartották a fiatal lányok kelengyjét, itt ravatalozták fel a halottakat.²⁶



Szignál jellege van a "státuszszimbólumnak". A státusz-szimbólum nemcsak a társadalmi pozíció azonosításában jelentős tényező, de kifejezi az egyén életstílusát, személyes és kulturális értékeit is, fontos szerepe van a társadalmi status quo fenntartásában. Védelmezi és láthatóvá tesz az emberek közötti hierarchikus elkülönülést. Más interakciós viszonyt állít be az, aki a Trabantból száll ki, és máshogyan közelítünk ahhoz, aki egy nagy terepjáró ajtaját csapja be. Mindennapi megfigyeléseink támasztják alá, mennyire eltérően viselkednek a két autómárka tulajdonosai, mintha a típus a vezetők közlekedési kultúráját is befolyásolná. A nagy terepjárók sofőrjei közül sokan agresszívok, aránytalanul gyorsak, türelmetlenek.

²⁶ Magyar Néprajzi Lexikon: www.mek.oszk.hu

Az autómárka természetesen a szervezeti kultúra megjelenítésében is szerepet játszik. A nagy cégek likviditásukat, tőkeerejüket azzal is jelzik, hogy vezetőik Audival, vagy Mercedessel járnak, az állami vezetők a világ számos országában ebből a két autómárkából választanak. Az autómárkához hasonló státuszszimbólum szerepet tölt be a fajkutya, amellyel együtt sétál valaki. Palotapincsit, vagy vérebet tartani nemcsak pénzkérdés. A választásban megjelenik az egyén személyisége, amelyet nyilvános szereplései közben közvetít, amelyhez viszonyul környezete. Az eltérő emblémák megválasztásával (a legújabb és legdrágább holmik megvásárlásával) a felsőbb osztályok az alsóbb osztályoktól való elkülönülésüket jelenítik meg. Ha a tömegtermelés révén a szegényebb a rétegek is olcsón hozzájuthatnak ezekhez a cikkekhez (státuszszimbólumokhoz), a felsőbb réteg már el is hagyja ezt a divatot. Ilyenkor ugyanis az adott vagyontárgy leértékelődik, és helyette mindig megjelenik valamely új és elérhetlenebb vagyontárgy, amely igazibb státuszszimbólummá minősül.

Az emblémák a kommunikációs helyzetek társadalmi szabályozásához járulnak hozzá, de egyúttal szolgálják a személyiség identitáskeresését is. Az egyén számára serdülőkorban jön el az az idő, amikor először akarja megjeleníteni nemi hovatartozását. A serdülők túlzott törődése önmagukkal és ruházatukkal ennek a folyamatnak fontos része. A személyiség először a fantáziában éli meg új identitását, majd elkezd felvenni a megfelelő szignálokat, ezek révén fantáziája erősödik, figyeli magát, hogy jól és jókor alkalmazza-e ezeket, majd interakciókban próbálja ki, és a tapasztalatok nyomán akaratlagosan javít, módosít. A tükörnek - különösen a serdülőkorban és a női szereppel kapcsolatban - nagy a jelentősége. Ennek segítségével van mód állandóan ellenőrizni, hogy helyesen kelti-e a személyiség magáról interakciós partnereiben azt a benyomást, amelyet szeretne, és amely mindig azonos azzal, amilyen ő ténylegesen lenni szeretne. Az azonosulás, az eltanult viselkedésforma egy modellszemélyiséghez kapcsolódik, amelyet vagy utánoz, vagy éppen megtagad a fiatal. A nőies viselkedésmintákhoz a nőies öltözék, hajviselet és festék, a férfias magatartásmintához a dohányzás, a megfelelően szabott ruha tartozik. Amikor a személyiség elkezd kialakítani identitását, először ezeket a szignálokat szerzi be és használja. Természetesen nem feltétlenül alkalmazza valamennyit. A lányok az öltözködésében megtagadhatják a hagyományokat, de a szemfestésben, ékszerhordásban vagy a hajviseletben már ragaszkodnak a nőiesség kifejezéséhez. A kulturális szignálok használata segíti a fiatalokat a nemi hovatartozás korai kommunikációjában,

hiszen a hajviselet a fodrász rövid munkája nyomán rögtön átalakul, a ruhát is csak fél kell venni, ám a megfelelő magatartásforma érettséget és gyakorlást igényel. Az öltözködés és a nemi hovatartozás összekapcsolásának normája viszonylag szigorú szabályozás alatt áll. A transzvesztitizmusnak nevezett nemi elhajlás - a másik nem ruháinak felvétele és a másik nem ruháiban való interakció - sok országban büntetést von maga után. Még azokban az országokban is megütközést vált ki ez az öltözködés, amelyek nem szankcionálják jogilag azt. A társadalmi köztudat nagymértékben igényli a biztos támpontokat, a biztos szignálokat a nemek vonatkozásában.

Az emblémák egy része nem az emberek közötti kapcsolattartást szabályozza, inkább a társadalmi élet megszervezését segíti. A közlekedési táblák az utakon résztvevők forgalmát segítik, lényegében előírják a közreműködő felek alárendeltségi helyzetét. A piktogramok segítik a tájékozódást, olyan nemzetközi egyezményes jelek, amelyek bármely országban ugyanazt az üzenetet közvetítik. Különös jelentőséggel bírnak az egy országot beazonosító emblémák, jelképek. A 12. századig visszavezethető címer megjelenésének katonai okai voltak. A katonák fegyverzetében megjelent a sisak, amely lehetetlenné tette az azonosítást. A pajzsra festett kép – a címer – segített a felismerésben. A meghatározott színekből álló képek egy családot, várost, államot jelképeztek. A nemzeti címer minden ország legfontosabb jelképe, történelmének szimbóluma.

Áttekintve az emblémák kérdéskörét az állapítható meg, hogy a kulturális szignálok kérdése *szociológiai szempontból* érthető meg legjobban. A társadalmi együttélés egész rendszerét vizuális jelek szabályozzák, és modern korunkban ennek egyre nagyobb jelentősége van, egyre több elemet ruház fel a társadalmi fejlődés ilyen funkcióval. Az elemek számának növekedése érhető tetten a közlekedési jelzések terjedésében, a különböző eligazító kiírások, cégjelzések és piktogramok egyre nagyobb számában. Ugyanakkor az emblémák kérdéskörét megközelíthetjük a *társadalmi kommunikáció nézőpontjából* is. Egy közösségben minden interakció normatív térben zajlik, és a legfőbb meghatározó a partnerek közötti társadalmi kapcsolat. Ezt a relációt el kell indítani, valahogyan be kell állítani. Az előző fejezetekben már számos nonverbális elemet felsoroltunk, amely szerepet játszik a folyamatban, s ezek sorához illeszkednek a kulturális szignálok, amelyek egyebek mellett felgyorsítja az egymáshoz való viszony beállítását. Nagy távolságból, pillanatok alatt észleljük és értelmezzük a státuszszimbólumokat, a partner öltözködését. Az emblémák

szerepének megértését segíti, ha vizsgáljuk *az egyén szemszögéből is*. Ahogyan a nonverbális kommunikáció általános leírása során már rögzítettem, a nem verbális elemek egy része öntudatlan, másik része tudatos. A kulturális szignálok használata a tudatos énmegjelenítéshez eszközei, szerepet játszik benne az interaktív viszony átgondolása. A személyiség előre mérlegeli, hogy öltözéke, ékszerei, hajviselete hogyan hathat a partnerre, s céljának ennek megfelelően megváltoztatja azt. A kulturális szignálok tehát megteremtik a kommunikáció kereteit, segítik és meggyorsítják a kapcsolatteremtési folyamatokat.

Kronémika

Ez a legfiatalabb ága a nem verbális jelek kutatási területének. A kommunikációs folyamat időviszonyait vizsgálja. A kronémika pl. azt tanulmányozza, hogy a beszélgetés résztvevői az egyes beszélgetési szakaszokra (üdvözlés, közlés, búcsú stb.) mennyi időt fordítanak. Ha valaki túl hosszúra nyújtja, túlságosan indokolja a beszélgetés létrejöttének okát, a másikban zavart, bizalmatlanságot kelt. A kronémika kutatja a csend szerepét, amelynek szintén üzenet értéke, kommunikációs funkciója van. A közvetlen emberi kommunikációban kifejezhet ellenvéleményt, de megjelenítheti a kényelmetlenséget is. Az üzleti tárgyalástechnika foglalkozik a megvárakoztatás módszerével, amikor az időt, mint szimbólumot arra használjuk fel, hogy vele az erősebb pozícióját, a magasabb társadalmi státuszt, vagy a lenézést közvetítsük. A kronémika új kutatási területe a keleti kultúrákban érvényes hosszas üdvözlés szertartása. Több hazai kutató a családi diskurzuselemzés vizsgálatát kiterjesztette annak kronémikai elemzésére is.

A nem verbális jelek az írásban

A verbális kommunikáció írásos formáinak is léteznek normái, elvárásai. Az írás vizuális úton valósítja meg a kommunikációt, erősen szabályozott, variálási lehetősége korlátozott. Az írás leköti az egyén testét, azt hihetnénk, hogy nem áll rendelkezésre olyan eszköz, mint a beszédet kísérő vokalizáció és gesztus. Az írásban a paralingvisztikai elemek (hangsúly, hangnem stb.) részleges megjelenítésére az írásjelek (tárójel, idézőjel, betűtípusváltás) adnak lehetőséget. A szöveg tartalmi részén túl az írás – az írott szöveg – szerepe a gesztushoz, az emblémákhoz mérhető. Az írás képe,

a szöveg szerkesztettsége, formai megjelenése a gesztushoz hasonlóan tükrözi a személyiség belső állapotát, megjeleníti a társadalmi státuszt. Az írás képe tudatosan alakítható, a partnerrel szembeni viszony kifejezője is lehet. Másképpen fogalmazunk meg és szerkesztünk egy hivatali levelet, mint egy baráti üdvözlést. Az emblémákhoz hasonlóan homlokzatként használható a partneri kapcsolatok kialakításában. Modern korunkban már kevésbé használt, de egy évszázaddal ezelőtt a szerelmes levelek szerkesztettsége, a levélpapír, a boríték kiválasztása mind üzenetértékkel bírt. Puskin regényének világhírű szerelmes verse a „Tatjana levele Anyeginhez” szerkesztettségével, sajátos rímképletével is üzenetet közvetít (Áprily Lajos fordításában):

*Én írok levelet magának -
Kell több? Nem mond ez eleget?
Máltán tarthatja jogának
Hogy most megvessen engemet*

A szöveg kialakítása magában foglalja az értelmes szöveg megteremtését és mechanikus elrendezését. A kézírásból következtetni lehet a készítő ember tulajdonságaira, idegállapotára, jellemére. Az íráselemzés, a grafológia tárja fel a kézírás jellemzőit, speciális jegyeit. A megállapított jellegzetességek egy pszichológiai elemzés alapját is képezhetik. A grafológus vizsgálja a szövegrészek grafikai tulajdonságait (terjedelem, elhelyezés, margó), a jelösszetételeket (az írás módja, kéznyomás, az írás típusa) és az egyes jelelemeket (indító vonal, ovál-hurok kapcsolatok, ékezetek). A XXI. században szinte már senki sem ír kézzel, a szövegszerkesztő programok megteremtették az elvi lehetőségét annak, hogy bárki néhány kattintással szépen szerkesztett, formailag arányos írásművet szerkesszen. Ennek ellenére a géppel készült beadványok nagy százalékat jellemzi a kusza szerkesztés, a váltakozó betűméret, a bekezdések eltérése.

A továbbiakban az írással szemben támasztott formai követelményeket ismertetem. Ezek elsősorban a kézírásra vonatkoznak, de ajánlom mindenki számára, még ha számítógéppel dolgozik is. Egy írásmű az olvasójára az első pillanatban képszerűen hat. Ezt a képet a tagoltság jeleníti meg, ez váltja ki a kedvező vagy kedvezőtlen benyomást.

Ezt a mechanikus elrendezést tekintjük az írás grafikai jellemzőjének, s az alábbi formai elemek tartoznak ide:

- *Margó:* azt fejezi ki, hogy az író mennyire tudja a keretek között végezni a tevékenységet. Megmutatja, hogyan tud bánni a térrel, mennyire használja ki a lehetőségeket, milyen mértékben takarékos, mennyire megy el a határokig. A grafológusok a margó létéről és méretéből következtetnek arra, hogyan tud bánni a pénzzel az írásmű készítője.
- *Bekezdés:* gyakori alkalmazása teszi a szöveget tagolttá. A bekezdés létrejöhet új sorral, új sor beljebb kezdésével, sorkihagyással stb. Ha egy teljes oldalon csak egy-két bekezdés van, úgy tagolatlan írásról beszélünk.
- *Sorok:* az íróról információt hordoz a forma, az irány, az egymástól való távolság. Kedvezően hat az egyenes sor, amely világosan elválik a hozzá kapcsolódótól. A grafológusok számára ez kiegyensúlyozott, biztonságérzettel rendelkező íróról árulkodik, amennyiben nem párosul segédvonalakkal, számárvezetővel. A sor általában be kell töltsse az oldalt, ez alól kivételt képez a felsorolás, a vers stb.
- *Szótávolság:* a szavak világos elkülönítése. A szavakat el kell különíteni, de a mondatbéli összetartozást érzékeltetni kell. Az átlagosan elfogadott szótávolságot úgy mérhetjük, hogy a szavak közé két-három „o” betűt illesztünk.
- *Szövegkiemelés:* az író szöveghez fűződő viszonyát jeleníti meg. Gyakori formája nagybetű, az aláhúzás, bekeretezés, hullámos vonallal való aláhúzás alkalmazása.
- *Javítások:* az első pillanatban feltűnik az írott szöveg áthúzása, satírozása, a ráírás. Az átgondolatlanság, a kapkodás bizonyítéka lehet a gyakori javítás.

Egy írásmű az olvasójára az első pillanatban hat - írtam korábban. Ennek illusztrálásra álljon itt Petőfi Sándor kézírása:

akkor mondhatjuk, hogy megálljunk,
Mert itt van már a Kávéház!

És addig? addig nincs megnyugvás,
addig folyóist kiakadni kell. -
Falam van élet, munkáinkéért,
Nem fog firtni fennivel,
De a kékül majd szemünkét
Széles, nagy csókkal zárja be,
S virágkékkel, selyempáncsán
Borsólt le a föld mélyébe

(Pet.)

A szóbeli és írásbeli kommunikáció összehasonlítása:

Szóbeli	Írásbeli
több százezer éves	kb. 5000 éves
gyors	lassú
az emberi test hozza létre	eszközök meglétét igényli
a testet szabadon hagyja	leköti készítője testét
időbeli, auditív forma	térbeli, vizuális forma
fénytől függetlenül alkalmazható	fényviszonyokhoz kötött
térben kötött	térben kötetlen
időben kötött, elmúló	időben maradandó
bárki számára fogható	csak az olvasónak szól
laza szerkesztésmód	kötött szerkesztésmód
megismételhetetlen	újra olvasható
nem igényel különösebb tudást	feltétele az olvasni tudás
kísérője, kiegészítője a gesztus	kísérője, kiegészítője a tagolás
közös cselekvés	magányos cselekvés

Metakommunikáció

Minden kommunikációt kísér valamilyen nem szándékos, nem akaratlagos kommunikáció. A verbalitást kíséri az érzelmi viszonyulás, valamilyen módon közvetítjük rokonszenvünket, vagy ellenszenvünket. Ezzel párhuzamosan mi magunk is felfogjuk partnerünk ilyen jelzéseit, s állítjuk be a köztünk lévő kapcsolatot. Pillanatok alatt reagálunk erre az üzenetre abban a helyzetben, amikor egy új munkahelyre, társaságba kerülve kiválasztunk magunknak egy lehetséges társat, akivel először váltunk szót. Ugyanez a folyamat játszódik le a párválasztásban. Ha belegondolunk, jelenlegi partnerünkönél van sokkal magasabb, izmosabb, talán még szebb is. Mégis őt választottuk, mert „kisugárzásából” megérezttünk valami számunkra értékeset. Az ilyen típusú folyamatokat úgy próbálták meg egy szókapcsolattal meghatározni, hogy a tudományelméletben szokásos „meta” előtagot illesztették a kifejezéshez. A meta előtagként valaminek az elvonatkoztatottabb, áttételesebb formáját jelenti. Így jött létre a metakommunikáció kifejezés.

A közvetlen emberi kommunikációban a metakommunikáció szerepe a partnerek viszonyának beállítása, figyelembe véve a társadalmi normákat. Két ember megismerkedése, kapcsolatuk fejlődése, a esetleges megszűnése társadalmilag szabályozott formában zajlik, de egyik legfontosabb meghatározója a metakommunikáció. Közismert, milyen gyakran megérezzük, ha egy ismerősünk nem mond igazat, s ez milyen mélyen érinti kapcsolatunkat. A kutatók megállapítása szerint az emberi kapcsolatokban a metakommunikációs üzenetre reagálunk először, s ez alapján minősítjük a közlést. Ez az észlelés biztosnak és megbízhatónak tekinthető, mert nincs külön metakommunikációs csatorna, a nonverbális elemek együttes jelzései hatnak ilyen módon, és ezeket a jelzéseket sem tudatosítani, sem tudatosan befolyásolni nem lehet. Természetesen vannak eszközök, amelyek segítenek a metakommunikatív jelzéseket mérsékelni. Az öltözködés, az arc eltakarása, a nem verbális kommunikációs elemek visszafogása tompíthatja a jelzésekkel közvetített beállítódást. A metakommunikáció arra alkalmas, hogy megmutassa, mi az egyén viszonya:

- a közlés tartalmához (igaznak, fontosnak véli-e)
- a közlés szituációjához (kik vannak jelen, hol zajlik az interakció)
- a közlés kulturális jellegéhez (humor és játék)

A metakommunikációt a szakirodalom egy része a nem verbális kommunikációval azonosítja. Magyarországon Buda Béla tárta fel ennek a kommunikációs területnek a legtöbb elemét. Megállapításai alapján állítható, hogy a fent említett azonosítás leegyszerűsítése a metakommunikáció bonyolult fogalmának. Buda hívta fel a figyelmet arra, hogy a metakommunikációt úgy tudjuk megérteni, ha az empátia jelenségét vizsgáljuk. Az empátia beleérző képességet jelent, nem más, mint a metakommunikáció felfogásának és értelmezésének képessége.

Tömegkommunikáció

A tömegkommunikáció vizsgálatának tudománya a társadalomtudományok számos tudományának egyike és csupán egyetlen szelete a kommunikáció tudományának. Megértéséhez számtalan diszciplína tanulmányozásából indulhatunk ki, a jogi, kulturális, etikai, pszichológiai, politikai ismeretek pedig segíthetik a megértés folyamatát. Az utóbbi száz év rohamos technikai fejlődése megnehezíti a meghatározást: lassan összemósodik a nyilvános és személyes kommunikáció, valamint a tömeg- és közvetlen kommunikáció közötti határvonal. Ebben a kötetben nem célom, hogy a teljes körű meghatározást megadjam a tömegkommunikáció fogalmára, de megkísérlem azt, hogy a kommunikációs folyamatok társadalmi szerveződés által meghatározott szintjei közötti elhelyezéssel határozzam meg a definíciót.

Mielőtt rátérnék a tömegkommunikáció fogalmának definiálásra, arra hívnám fel a figyelmet, hogy milyen társadalmi-gazdasági folyamatok játszottak szerepet abban, hogy magáról a fogalomról gondolkodni lehessen. A középkor írástudatlan tömegei csak korlátozottan voltak alkalmasak arra, hogy rendszeresen nagy mennyiségű információt legyen képesek befogadni. Az utak, a még nem létező urbanizáció, a szállítás fejletlensége is akadályozta az információ továbbítását. A gazdasági szerkezet és a hozzá tartozó technológiai fejletlenség hiánya pedig nem teremtette meg az igényt az információra. Amerika felfedezése után Európa számára kitágult a világ. Olyan folyamatok indultak el, amelyek egy új igényt, az információ utáni vágyat, a *hírét* teremtették meg. Az ipari forradalom, a nyomdászat megteremtették az alaphát annak, hogy létrejöjjön az egy olyan eszköz, amely alkalmas arra, hogy szinte korlátlan mennyiségű információt továbbítson.

A tömegkommunikáció ipari jellegű információtermelővé vált, amelynek szereplői:

- befogadói *oldal*: az ipari forradalom által létrehozott legalább elemi szinten iskolázott tömegek
- *gyártó oldal*: az üzenetek szervezett, iparszerű előállítására, ipari folyamatként szervezett szerkesztőségi munka, piackutatás és marketing, különféle finanszírozási konstrukciók (reklám, előfizetés, támogatások, stb.)

A „tömegkommunikáció” kifejezést *McQuail*²⁷ szerint már az 1930-as években kezdték használni, lényegi vonásait már jól ismerték. A tömegkommunikációs alapkérdések egyik első kutatója, *Laswell*, akinek 1948-ban megalkotott verbális kommunikációs modellje azt állítja: csupán öt kérdésre kell válaszolnunk ahhoz, hogy bármely kommunikációs aktust leírassunk:

- Ki üzen: az alkotó elemzése
- Mit üzen: a kibocsátott információk tartalomelemzése
- Milyen csatornák felhasználásával: az eszköz elemzése
- Kinek üzen: az üzenettel megcélzott közönség elemzése
- Milyen hatással: az üzenet közönségre gyakorolt hatásának elemzése

Ez a felosztás pontosan meghatározza a kommunikációs folyamat alaptényezőit: az adót, az üzenetet és a vevőt. A *ki* szó az adóra utal, a *mit* és *milyen* szavak az üzenetre, a *kinek* pedig a vevőre. A *milyen hatással* szavak egyformán utalnak az üzenetre és a vevőre.

Gálik Mihály²⁸ Laswell kérdéseit további hárommal egészíti ki:

- Miért üzen?: a tömegkommunikáció politikai elemzése
- Hogyan üzen?: az eszköz működésének elemzése
- Ki szól vissza?: a visszacsatolás folyamatainak elemzése

A „milyen hatással” kérdés megfogalmazásából már látszik, hogy az értelmezésben benne van a tömegkommunikáció befolyásolási szándékának elismerése. A „milyen csatornán” kérdéshez pedig egyértelműen köthető a későbbi média kifejezés használata. A média jelentése a latin médium kifejezésből (szuggerálható, könnyen befolyásolható személy, közvetítő eszköz, közeg) származik; angol mintára a szó többes számú alakját használjuk: média, amely összefoglaló neve a tömegkommunikációs eszközöknek.

A tömegkommunikáció modelljeinek elméleti fejlődéséből az egyik legfontosabb White 1950-ben megalkotott kapuőr modellje, amely szerint nem hagyható figyelmen kívül a média szelekciós tevékenysége. Az elmélet szerint az újságíró nem hírvadász, hanem kapuőr, aki nem megy az

²⁷ McQuail D.: A tömegkommunikáció elmélete

²⁸ Gálik Mihály: Médiagazdaságtan

események után, hanem bent ül a szerkesztőségben és szűri a beérkező információkat. White nem modellezte azt, vajon hogyan érkezik az információ a szerkesztőséghez. Ebből a modelltől hiányzik a médiának, mint szervezetnek a társadalommal való összekapcsolása. Newcomb háromszög modelljét fejlesztette tovább Westley és MacLean 1957-ben, s megalkották tömegkommunikációs függőségi modelljüket. Ebben a modellben a kommunikátor bárki lehet, aki egy kis csoport nevében magára tudja vonni a figyelmet. Leginkább a kormány, a pártok, a rendőrség szóvivői tölthetik be ezt a szerepet. Megszűnik tehát a közvetlen kapcsolat *A és B* között, a befogadó teljesen a tömegkommunikációtól függ. A modell a modern társadalmak azon jellemzőjére épül, amely szerint megnövekedett igény az információra, de a tájékoztatás eszköze csak a tömegmédiá lehet. A modell alkotói azt állítják: a befogadó a tömegmédiától függ, és nem veszik figyelembe a társadalmi környezet más tájékoztatói lehetőségei közötti kapcsolatot, azokat amelyeken keresztül az egyén beilleszkedik a társadalomba.

A tömegkommunikáció a kommunikációs folyamatok társadalmi szerveződés által meghatározott szintjei között is elhelyezhető. A kommunikáció piramisban a tömegkommunikáció a társadalmi kommunikációk csúcsán helyezkedik el. Két alapmodellben fogalmazható meg a kommunikációs folyamat:

1. *A publicitás modell* a tömegkommunikációt a bemutatás és odafigyelés folyamatoként értelmezi, amikor az üzenetet kibocsátó megpróbálja elérni, hogy a közönség odafigyeljen az üzenetre.
2. *A befogadási modell* szerint a közölt üzenetek nyitottak, a címzettek ugyanazt az információt különbözőképpen értelmezik a kontextus, ill. saját kulturális háttérük alapján.

A magyar tömegkommunikációs kutatások klasszikusa Szecső Tamás, azért tartotta jónak a „tömegkommunikáció” kifejezést, mert ez a közlési folyamatok komplexitása felé viszi a róla való gondolkodást. Értelmezése szerint a tömegkommunikációs folyamatok többnyire a mindennapi kommunikáció jellegzetességeit mutatják, a társadalom kommunikációs rendszerén belül a közvélemény-formálódás, a divat, a propaganda jelenségeivel kerülnek egy osztályba. A kifejezésben szereplő „tömeg”, mint a nemzetet alkotó emberek összessége jelenik meg, a tömegkommunikáció tehát úgy különböztethető meg a kommunikáció egyéb

formáitól, hogy inkább a populáció nagy keresztmetszetének, mint kevés egyénnek címzett. Ezt a megfogalmazást elfogadva kell különös jelentőséget tulajdonítani a technikai fejlődésnek, amely lehetővé teszi a tömegkommunikáció folyamatában terjedő információk egyre szélesebb körben történő sugárzását. Mára az üzeneteket a tömegkommunikációban professzionális kommunikátorok közlik, s a „tömeg” kifejezés az üzenetek tömegcikk jellegére is utal. A tömegkommunikáció megkülönböztethető sajátossága nem merül ki csupán abban, hogy egyszerre nagyobb embercsoporthoz képes információt eljuttatni. Azzal, hogy a tömegkommunikáció ugyanazon közleményekkel, üzenetekkel látja el a legkülönbözőbb embereket, csoporttá alakítja őket, s mintegy termeli, előállítja a maga közönségét. A tömegkommunikációban a feladó centrális helyzetben van a címzettekhez képest, azt is jelenti, hogy ezáltal valamilyen hatalmi helyzetet is élvez; a tömegesség pedig ezt a kommunikációs formát a társadalmi feszültségszabályozó szerep lehetőségével ruházza fel.

A tömegkommunikáció társadalmi funkciói az alábbiak szerint határozhatók meg:

- tájékoztatás
- a politikai hatalom kontrollálása
- érték- és normahordozás
- szórakoztatás.

A tömegkommunikáció termékei, szolgáltatásai sajátos árucikként jelennek meg a kereskedelmi piacokon, melyeket a kereslet és a kínálat törvényei szabályoznak. Ezeket a termékeket a tömegkommunikáció közvetítő eszközök – a média segítségével jutattja el a társadalom tagjaihoz. A mindennapi szóhasználat a tömegkommunikációs eszköz kifejezéshez a sajtó, rádió, televízió fogalmát köti. Természetesen az ilyen technikai megkülönböztetés nem kielégítő. Az ipari televízió nem tömegkommunikációs eszköz, hiába nézi több száz egyetemista egy professzor operációját. A tömegkommunikáció definíciójában rögzített elv - amely szerint ez a kommunikáció viszonylag nagy és heterogén közönség felé irányul - a közvetítő eszköz fogalmi meghatározásától azt várja el, hogy a tömegkommunikációs eszköz az üzenetet nyilvánosan közölje, olyan időben, hogy a lehető legtöbb emberhez jusson el, igen gyorsan és egyidejűleg.

Az egyes médiumokat az alkalmazott technológia, anyagi formájuk, jellegzetes műsортípusaik, műfajaik, a bennük látott lehetőségek, haszon és intézményi színterük szerint lehet meghatározni. Nyomtatott médiumok a könyv, a könyvtár, a hírlap; elektronikus médium a rádió, a televízió; fotografikus média a film, új elektronikus médium az internet.

A történeti kutatások alapján négy korszakra lehet osztani a média fejlődését:

1. *Az első és legrégebbi szakaszba* az információtovábbítás összes hordozója (eszköz és hírnök) tartozik, amely és aki a könyvnyomtatás előtt működött, ezt nevezik elsődleges vagy primer médiának.
2. A következő korszakot *Gutenberg-galaxisnak* hívják - a könyvnyomtatás rendszeresítésétől, vagyis a tizenötödik század utolsó harmadától tartott a tizenkilencedik-huszedik század fordulójáig - ezt nevezik másodlagos vagy nyomtatott médiának.
3. *A harmadik szakasz* a tizenkilencedik században a távíróval és a távirattal kezdődött, és a rádióval, majd a televízióval folytatódott - ezt nevezik harmadlagos vagy analóg médiának.
4. Ezt váltja fel a *negyedleges média*, amely a számítógép egyre szélesebb körű alkalmazásával fejlődött digitális médiává (ezt a korszakot digitális-Gutenbergnek is nevezik, ezzel is érzékelhető, hogy az internet ugyanolyan jelentős változás az emberiség történetében, mint a nyomtatás révén sokszorosítható könyv volt a tizenötödik század közepén).

A XXI. században a társadalom kommunikációs rendszerében egyre nagyobb szerepet tölt be a tömegkommunikáció. A tömegkommunikációs eszközök kitöltik a szabadidőt, meghatározzák a hétköznapiakat, egyre inkább túljutnak a hírközlő intézmény funkcióján.

Áttekintve a tömegkommunikáció elméletét: a tömegkommunikáció a társadalom kommunikációs folyamatainak sajátos formája, amelynek legfontosabb jellegzetességei a tömegesség, heterogenitás és a technikai közvetítettség. Tömeges, mert óriási méretekben közvetít tartalmakat, és ezek a tartalmak a közönség széles rétegeihez jutnak el. Heterogén, mert minőségében, formájában, műfajában, jelrendszerében, funkciójában különböző elemeket közvetít. A folyamatban a kommunikátor nem áll

közvetlen kapcsolatban a befogadóval, egy technikai eszköz, ill. technológiai lánc iktatódik közéjük. A mindennapi szóhasználatban a tömegkommunikációs eszköz a sajtó, rádió, televízió fogalmához kötődik. Ezek az eszközök az üzenetet nyilvánosan közlik, olyan időben, hogy az a lehető legtöbb emberhez jusson el, igen gyorsan és egyidejűleg. A közvetített üzenetek a fogyasztási cikkekhez hasonlóan tömegcikk jellegűek. Tudatosan megépített, professzionális hálózatokon, és személyek közreműködésével jutnak el a címzettekhez az információk, amelyek a valóságot nemcsak tükrözik, hanem konstruálják is. A tömegkommunikáció funkciói sokfélék lehetnek, melyek keveredve egymással újabbakat hoznak létre.

Értelmezésemben a funkciók egy lehetséges csoportosítása:

- *tájékoztatás-tájékozódás* (hírek, adatok képek, tények összegyűjtése, tárolása, feldolgozása, terjesztése)
- *vita-eszmecsere* (közérdekű kérdésekben a megegyezéshez szükséges vélemények összegyűjtése és nyilvánosságra hozatala)
- *szocializáció* (részvétel a társadalmi normák, magatartásminták, értékek és ismeretek létrehozásában)
- *kultúra-oktatás* (kulturális és művészi ismeretek terjesztése), szórakoztatás (zene, sport, játékok és egyéb események közvetítése)
- *szervezés-mozgósítás* (rendkívüli állapot esetén)

Sajtótörténet

A sajtó történetének ismerete része egy nemzet politikai-, és eseménytörténetének, része az irodalomtörténetének, művelődéstörténetének. A magyarországi sajtó- és média-történetírás egyik nagy hiánya, hogy a sajtó 20. századi történetéről a mai napig nem készült olyan áttekintés, mint az 1892-es évnél abbamaradt akadémiai kézikönyv első két kötete. Buzinkay Géza²⁹ 2005-ben megjelent rövid sajtótörténeti művében tesz kísérletet arra, hogy az írott sajtó történetét könnyen olvasható formában tegye közzé a több ezer kommunikációképzésben részt vevő egyetemfőiskolai hallgató számára. Ugyanez az oktatási igény hívja létre azokat az írásokat, amelyek a médiatörténet megismerését tűzik ki célul. Összefoglaló médiatörténeti munkára ma még nem lehet támaszkodni. Ez annál is inkább érthető, mert bár minden médiumnak önálló története van, de azt a történetet a környezetében lejátszódó gazdasági, politikai, infrastrukturális változások határozzák meg.

A magyar sajtótörténetből ebben a megközelítésben azt tekintetem elsődlegesnek, hogy az újságkiadás szempontjából lényegesnek vélt időpontokat és sajtótermékeket mutassak be. A magyar sajtótörténet rövid bemutatásakor a hírek, mint a társadalmi változások, a fellendülő ipar és kereskedelem, az üzlet nélkülözhetetlen kísérőjének szerepére koncentrálok. Nem foglalkozom a magas irodalmi, filozófiai és társadalomtudományi igényvel megjelenő folyóiratokkal, sajnálatosan kimarad a korai lapokból a magyar nyelv és a felvilágosodás racionalizmusát, tudománypártolását célul kitűzők említése. Kénytelen vagyok eltekinteni a rendszerváltás utáni első évek robbanásszerű technikai és mennyiségi fejlődésének feldolgozásától is.

Magyarországon az első nyomtatott újságlevél 1587-ben jelent meg német nyelven, és a szigetvári pasa vereségének leírását tartalmazta. Az első újság (latin nyelven) 1705-ben *Mercurius Hungaricus* címmel jelent meg, szerkesztője és szerzője Ráday Pál Rákóczi Ferenc személyi titkára volt. A lap célja az volt, hogy az egyoldalú bécsi beállítással szemben a felkelés valódi okait és eseményeit a külfölddel megismertesse. A lap rendszeres megjelenése nem valósult meg: 1705 és 1710 között mindössze hat szám jelent meg. Ennek ellenére ezt a lapot tekintik a magyarországi hírlapirodalom őskének. Az első magyar nyelvű újságot 1780 és 1788 között Rát Mátyás, Révai Miklós és Patzkó Ferenc Ágoston nyomdász jelentette meg Pozsonyban, 320 előfizetővel. Egyes értelmezések szerint a lapot a

²⁹ Buzinkay Géza: A magyar sajtó története

II. József iránti feltétlen tisztelet, és a bécsi hivatalos egyházpolitika népszerűsítésnek törekvése jellemezte. 1841-ben jelent meg a *Pesti Hírlap*, amely vezércikkeivel, rovataival és színvonalával az első modern politikai napilap volt Magyarországon - 5200 előfizetővel. Szerkesztője Kossuth Lajos volt, aki nemcsak szerkesztette a lapot, de a cikkek többségét is ő maga írta.



A forradalom leverése után a sajtószabadságot formálisan érintetlenül hagyta a bachi abszolutizmus. Elvileg szabadon lehetett nyomtatni az újságokat, de bevezették az utólagos ellenőrzést, mely szerint a kész nyomtatványokat be kellett mutatni a rendőrségnek, amely az árusításról döntött. A látszólagos sajtószabadságnak az 1852-ben kiadott sajtótörvény - amely a kiegyezésig volt érvényben - vetett véget. A 45 paragrafusból álló törvény nemcsak a nyomtatott sajtó termékeire vonatkozott; minden sokszorosított nyomdatermékben megtiltotta a trón, a birodalom egysége, a vallás, az erkölcsiség, a közrend témájának érintését. Aki ezeket megsértette, büntetőjogi felelősséggel tartozott. A kiegyezéssel ismét szabad lett a magyar sajtó, és újra hatályba lépett az 1848-as szabad sajtóról szóló törvény. Ekkor kezdődött meg a lapok szakosodása, megszületett a magyar sajtókultúrában fontos szerepet játszó első vicclap, a *Borsszem Jankó*. Az újságírás vonzó, és egyre népesebb pályává változott. 1857-ben 79 „író”, 1870-ben 151-et, 1881-ben 288 író-hírlapírót (köztük 9 nőt) tartottak számon.

A 19. század második felében a politikai lapok a korabeli közélet alakító tényezőivé váltak. A politikai pártok ugyan ritkán vállalták egy-egy lap nyílt támogatását, de nem is igen titkolták támogató szerepüket, hiszen a

vezércikkírók szólamaiból ez könnyen kideríthető volt. Ebben az időszakban a lapokban a közművelődéssel egyenrangú - sőt olykor elsődleges - szerep jut a napi politikának. A 19. század végén megjelenik az üzleti szempont, a politikai szempont háttérbe szorul. Az újság egy eladható hirdetési felületté válik, amelynek birtokában van a hír, amely fontos az üzleti élet szereplői számára. A hír olyan értékévé vált, amelynek nem elegendő igaznak lennie, az üzleti szempontok miatt érdekesnek is kell lennie. 1881-ben a minisztertanács két országgyűlési tudósítónak adta meg a hírszolgáltatás jogát, ezzel megszületett a *Magyar Távirati Iroda*. 1878-ban megjelenik az első vidéki napilap a *Szegedi Napló*, melynek munkatársai között szerepelt Mikszáth Kálmán, Gárdonyi Géza és Móra Ferenc is. 1880-ban a Magyarországi Általános Munkáspárt lapjaként megjelenik a *Népszava*. 1914-ben lépett életbe az új sajtótörvény, amely a gyakorlatban törvényt jelentett a sajtó államosításáról. Az első világháború kitörése után bevezetett cenzúra a lapok nagy részét a háborús politika szolgálatába állította. Az 1918-as polgári demokratikus forradalom megszüntette a cenzúrát, és törvényben biztosította a sajtószabadságot. A kormány államosította a *Magyar Távirati Irodát (MTI)*, irányítása a miniszterelnökséghez tartozott. Vezetője Kozma Miklós százados a szegedi ellenforradalmi kormány propaganda és hírszerző osztályának vezetője lett, aki 1941-ig irányította a szolgálatot. Kozma rendelte el, hogy Horthy Miklós vidéki útjain az *MTI* megbízható újságírójának kell jelen lennie, s így csak ezen a központi úton juthatnak el információk a bel-, és külföldi sajtóhoz. A Tanácsköztársaság leverése után ismét bevezették a cenzúrát, amely elsősorban a baloldali sajtó ellen irányult. A polgári napisajtó periodikái közül a kormány félhivatalos lapja a *Budapesti Hírlap* volt. Az 1932-ben alakult Gömbös-kormány újságjai a *Függetlenség* és az *Esti Újság* voltak. Klerikális lapnak számított a *Nemzeti Újság* és az *Új Nemzedék*, a konzervatív kispolgárság a *Budapesti Hírlapot* olvasta, liberális riportlap volt az *Esti Kurír*. A II. világháború kezdetén az antifasiszta harcban jelentékeny szerepe volt a *Népszavának*. A II. világháború befejeződése után egy negyedév alatt feléledtek a napilapok. Újraindult a *Népszava*, a *Szabad Nép*, új évfolyamszámozással megjelent a *Magyar Nemzet*. 1956 novemberétől a *Szabad Nép* új néven *Népszabadságként* jelent meg.

A nyolcvanas évek eleje a második nyilvánosság kialakulásának időszaka. 1981-ben megjelenik a *Beszélő* című, illegálisan, lapengedély nélkül stencilezett folyóirat. 1988-ban független irodalmi, társadalmi, kritikai lapként megindulhat a *Hitel*, 1989-ben megjelenik az első magyarországi bulvársajtótermék, a *Reform*. 1988-ban a lapengedélyezési

rendszer eltörlése, és a társasági törvény megteremtette a jogi lehetőséget új lapok alapítására, ill. a tulajdonosi szerkezet megváltozására. Az országos napilapok piacán már nem volt hely új orgánumok megjelenésére, ezért a külföldi, elsősorban szakmai befektetők számára valódi értéket a már piacon lévő orgánumok jelentettek, amelyek biztos előfizetői táborukkal tették alkalmassá a lapot a hirdetési piacon való megjelenésre. A magazinok piacán azonban annyira szegényes volt a kínálat, és olyan hatalmas az igény, hogy különösebb kockázat nélkül lehetett új képeslapot kiadni. Hazánkban ma két nagy külföldi befektető uralja a napilapok piacát a Bertelsmann-, és az Axel Springer kiadók.

A rádió ősével a század végén ismerkedhetett meg a budapesti közönség Puskás Tivadar hírmondója révén. A telefonhírmondó 1893-tól telefonkábelén jutatta el a felolvasott híreket az előfizetőkhez, akik bármikor tárcsázhatták a központot.³⁰



1923-ban a Magyar Távirat Iroda megvásárolta a Telefonhírmondó részvényeit, és ez a vállalkozás kapta meg a rádiókoncessziót. 1925. december 1-jén egy 2 kW teljesítményű adóval indult meg a sugárzás. A rádió jogi szabályozása Kozma Miklós nevéhez fűződik, aki 1921-től haláláig, 1941-ig áll szoros kapcsolatban a rádióval. A jogszabály szerint a rádiónak kötelessége a napi műsorszórás, amelyhez a technikát a posta biztosította, s adta egyúttal sugárzási engedélyt. Az engedély 20 évre szólt, amit évről évre meghosszabbítottak. 1944-ben a nyilas hatalomátvétel után leszerelik és felrobbantják az adóállomásokat, megszűnik a hazai rádióadás, amely csak 1945. május 1-jén indul újra. A rádió máig ismert struktúrája 1949-ben alakul ki, a Budapest I., ill. II. ekkor veszi fel a Kossuth és a Petőfi nevet.

³⁰ Magyar Rádió Kincsestár

A televízió megjelenésével párhuzamosan a *Magyar Rádió* nevét *Magyar Rádió és Televízió*-ra változtatják. A rádió népszerűségének és elterjedésének egyik legszembetűnőbb jele, hogy 1961-re az előfizetők száma meghaladja a 2 milliót. A hatvanas években a rádiózás az új technikai lehetőségek alkalmazásával élte egyik aranykorát, számos ma is népszerű műsor ekkor indult útjára. Megjelentek azok az alkotók és rádiós személyiségek, akik hosszú időre meghatározták a rádió működését és szellemi arculatát. A 3. műsor 1986-ban Bartók Béla nevét veszi fel, zenei és prózai szempontból egyaránt művelt, igényes hallgatóságot szolgál ki. A Kossuth rádió a hírek, információk és a közéleti műsorok fő gondozója, és előkészítője a rendszerváltozásnak, míg a Petőfi rádió - többszöri irányváltása ellenére is - könnyed és szórakoztató műsoraival az ifjúságot, valamint az idősebb korosztályt célozta meg. 1986-ban elindultak a kereskedelmi célú rádiók, elsőként a *Danubius* német nyelvű adásai, később a *Calypto*, a *Juventus* és a *Radio Bridge*.

A televíziózás kezdetei 1925-ra tehetőek: Európában Berlinnek ekkor sikerült az első arcképet továbbítania. A Magyar Televízió kísérleti adásai 1954 januárjában, a rendszeres tévéközvetítések 1958 februárjában kezdődtek. A televízió születésének hivatalos dátuma 1957. május 1. Ekkor a Cambridge-i PYE cégtől vásárolt első és egyetlen közvetítő kocsival, négy kamerával, szuperortikon rendszerrel működő mikrohullámú adóval, rádiós kölcsönként riportterekkel közvetítették a budapesti Hősök teréről egymillió ember felvonulását, politikai nagygyűlést és Kádár János beszédét. 1959-ben készül el az első Tv Híradó, önálló főcímmel.

A rádiózásban és televíziózásban a rendszerváltásig közvetlen pártirányítás alatt működött a két állami monopólium, a Magyar Televízió és a Magyar Rádió. Kis mértékben jelentett változást ezen az, hogy a nyolcvanas évek második felében kábelhálózaton megindította adását néhány önkormányzati televízió. 1992-ben kezdte meg működését a Duna Televízió.

1994-ben a sajtótörvény és a frekvenciatörvény kikapuit kihasználva rendeletben szabályozták az un. nem kereskedelmi helyi rádió- és televízió stúdiók alapítását. A rádiózásról és a televíziózásról szóló 1996-os médiatörvény tette lehetővé a kereskedelmi rádiók és televíziók törvényes működését. Magyarországon az *Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT)* 2009. április adatai szerint 234 helyi és 534 vezetékes rádiós műsorszolgáltató működik hivatalosan.

Tömegkommunikáció és politika

Áttekintve a tömegkommunikáció és a politika kapcsolatrendszerét, azt állítom, hogy a tömegkommunikáció, a tömegkommunikációs eszközök fontos szerepet játszanak a közéletben, a politikában. Közvetítő szerepet töltenek be a politika szereplői és az állampolgárok, a választók között. Magyarországon a politika és a tömegkommunikációs eszközök kapcsolatának írásos dokumentumai 1956-1959 között alakultak ki, amikor a Magyar Szocialista Munkáspárt határozatokban és vezető, irányító testületek állásfoglalásaiban rögzítette az alapelveket. A párt ebben az időszakban a tömegkommunikációt harci eszköznek, a hatalom megtartása és megvédése eszközének tekintette, amelynek feladata a tömegként kezelt társadalom átalakítása, önállóságának minimalizálása. Az alapelveken belül állandó és változó elemek különböztethetők meg. Állandó elvként több mint 30 évig fenntartotta magát a hatalmi szempont, s elsősorban arra koncentrált a politika, hogy a tömegkommunikáció intézménye hol helyezkedjen el a politikai intézményrendszeren belül, hogyan biztosítható a hierarchikus irányítás, a működés feletti kontroll. Változó elvként figyelhető meg a politika és a társadalom viszonya, a párt és a tömegek kapcsolattartásának módja, a közvéleményről, a társadalom strukturális-értékrendbeli összetételéről vallott felfogás. A marxista hagyomány a híreknek, a tényközlő műfajoknak szentelte a legtöbb figyelmet, mert azoknak közvetlen ideológiai jelentőséget tulajdonított a társadalmi világ és az események világának meghatározásában. A társadalomtudományok, de különösen a szociológia eredményeinek elfogadása és felhasználása következtében lassan tudatosodott, hogy a társadalom többdimenziós érdekszférákra tagozódik, azért a tömegkommunikációnak is a differenciált megközelítést kezdték előtérbe helyezni. A társadalom felfogásban bekövetkezett változást óvatosan követte a sajtó, rádió, televízió intézményeihez fűződő hatalmi viszony változása. A tömegkommunikáció intézményeinek alárendelt szerepe fokozatosan átalakult mellérendelt, egyenrangú partneri szereppé - már nem csupán a deklaráció szintjén. Az 1989-es rendszerváltás után a politika és a tömegkommunikációs eszközök alárendelt kapcsolatára utaló határozat, ill. dokumentum nem található a kormány-határozatokban. Az első szabadon választott kormány képtelen volt a média-törvény elfogadtatására, amely több évig meghatározta a tömegkommunikációs eszközök és a politika viszonyát. Az 1996-ig tartó „médiaháború” megoldásának látszott a médiatörvény elfogadása, de a közszolgálati médiumok feletti ellenőrzés jogát a kuratóriumokon keresztül mégiscsak megtartotta a politikai elit. A témák, személyek, ügyek szelekciós mechanizmusai mögött értékek és érdekek bonyolult rendszerét lehet azonosítani, melynek következménye: semleges média nem létezik.

A tömegkommunikáció funkciói közül kettő, a tájékoztató-tájékoztató, és a vita-eszmecsere teremt alapot arra, hogy értelmes kérdésfelvetéssé válhat a politikához fűződő viszonyának értékelése. Ebben a fejezetben bemutatok néhány fontos elméletet a hatalom és a média kapcsolatáról, de a terjedelmi korlátok miatt nem vállalkozom arra, hogy a média –hatalom - politikai befolyásolás közötti rendkívül bonyolult kapcsolatrendszer megfejtsem. A témával kapcsolatos további lényeges elvi kérdéseket a hatáselméletek fejezetben taglalom. Az általam fontosnak tartott kutatói állásfoglalásokat azért ismertetem, hogy ez a nemzetközi kitekintés segítsen megérteni a hazai folyamatokat. Felvázolom azt is, milyen hivatalos állásfoglalások születtek Magyarországon a témakörben.

A rendszerváltás előtti évekre jellemző tömegkommunikációval kapcsolatos alapelvek megismerésére a Magyar Országos Levéltárban forrásként rendelkezés áll „Az MSZMP jegyzőkönyvek 1956-1989” című CD kiadvány, ill. a Kossuth Kiadó gondozásában megjelent *Vass Henrik* által szerkesztett „*A Magyar Szocialista Munkáspárt határozatai és dokumentumai I-VII*” gyűjteményre, amely párt dokumentumok és utasítások egységes antológiája. A források felhasználásával azt kívánom bemutatni, milyen írásos dokumentumok szabták meg 1956 és 1989 között a sajtó pártirányítását, a politika milyen mélységig avatkozott bele a szerkesztőségek működésébe, hogyan tematizálta a sajtót.

A Magyar Szocialista Munkáspárt (MSZMP) 1956 novembere és 1989 októbere között működött. A forradalom napjaiban, 1956. október 28-án a Magyar Dolgozók Pártja (MDP) Központi Vezetősége - megszüntetve a Politikai Bizottságot és a Titkárságot - a párt vezetését egy hattedgű Elnökségre ruházta. Az Elnökség kétnapos vita után kimondta az MDP felosztatását és új párt - a Magyar Szocialista Munkáspárt - létrehozását határozta el. 1956. november 1-jén kelt az a felhívás, amely hírül adta az új párt megalakulását, valamint azt, hogy a párt szervezésének megindítására, ügyeinek intézésére és a pártalapító országos kongresszus összehívására előkészítő (intéző) bizottság alakult. Az MSZMP első szervezeti szabályzatát az 1957. júniusi pártértekezleten fogadták el, amely az MDP szervezeti szabályzatának módosított változata volt. Az 1959-es kongresszus néhány kisebb változtatással ezt megerősítette. A további kongresszusok bizonyos változtatások mellett az alapelveket érintetlenül hagyták. A szervezeti szabályzat átdolgozására és a párton belüli választási rendszer megváltoztatására 1989-ben került sor. A szervezeti szabályzatok szerint a pártkongresszusok közötti időszakban a Központi Bizottság (KB) volt az MSZMP legfelsőbb irányító szerve. A KB döntött a „legfontosabb”

társadalmi, politikai, ideológiai, kulturális, szervezeti és a hatáskörébe tartozó személyi kérdésekben; képviselte a pártot a „testvérpártok”, a tömegszervezetek és az állami intézmények előtt. A Politikai Bizottság a Központi Bizottság által saját tagjai közül választott testület volt, amely a KB két ülése között irányította és vezette a pártot.

A MSZMP tömegkommunikációs dokumentált alapelvei 1956-1959 körül alakultak ki. Meghatározzuk az elv, hogy a tömegkommunikáció a párt monopolisztikus hatalmi eszköze a politikai és ideológiai szférában. Működtetéséhez olyan gazdasági kategóriák (fogyasztói ár, előfizetési díj, papírellátottság) kapcsolódtak, amelyek politikai megfontolások szerint alakultak. A vizsgált időszak dokumentumainak megfogalmazása szerint a tömegkommunikáció működése során egyértelműen a hatalom ideológiájának és eszméinek propagálójá, terjesztője és védelmezője, s támadja az ezzel ellentétes nézeteket. A tömegkommunikáció beilleszkedik az agitáció, a propaganda és a tájékoztatás párt által kezelt eszközrendszerébe, amelynek alapvető funkciója a lakosság, a társadalom, a közvélemény alakítása, befolyásolása a hatalom céljainak megfelelően. Állandó igényként merül fel a tömegkommunikációval szemben, hogy a közvéleményt, a lakosságot befolyásolja, nevelje, formálja a párt kívánalmainak megfelelően, igyekezen meggyőzni a tömegeket a párt adott politikájának helyességéről, mozgósítson annak végrehajtására. A pártirányítás közvetett, látszólag fennáll a szerkesztőségek önállósága és felelőssége. A közvetett irányítás a kommunista újságírókon keresztül érvényesül.

A MSZMP tömegkommunikációs alapelveinek módosulását a társadalmi-politikai feltételek változásai határozták meg attól függően, hogy az egyes időszakokban a demokratizálódási folyamat milyen szakaszban volt. A demokratizálódás kiteljesedésével látványosan lecsökken a tömegkommunikációval foglalkozó dokumentumok száma.

„Az MSZMP központi vezető szervei üléseinek jegyzékei 1956-1989” CD kiadvány alapján a tömegkommunikációval kapcsolatos kifejezések darabszáma az MSZMP határozataiban és dokumentumaiban az a következőképpen alakult:

	1956-1962	1962-1970	1971-1980	1981-1989
Sajtó	23	26	1	-
Rádió	32	15	6	4
Televízió	12	27	11	2
Tömegkommunikáció	-	-	1	1
Újságírók	12	20	19	-
Σ	79	88	38	7

Az adatok alapján az mondható, hogy legfontosabb párt dokumentumokban 212 alkalommal található meg ezen kifejezések valamelyike. A klasszikus szocialista modellben felvázoltaknak megfelelően a hetvenes évektől kezdve érezhetően csökken a tömegkommunikációval foglalkozó párt dokumentumok száma. A sajtót érintő határozatok lényegében a *Népszabadsággal*, a párt központi lapjának ügyével foglalkozó dokumentumokat jelentik a hetvenes évekig. A hatvanas évek elejéig még a rádió szerepének fontossága figyelhető meg, de szerepét a hatvanas évek második felében lényegében átveszi az 1959-től adásokat sugárzó televízió. Az újságírók kifejezés gyakoriságának szinte változatlan megmaradása azt támasztja alá, hogy a MSZMP bár egyre kevesebbet foglalkozott a médiumok feladatával, szerepével, az újságírókkal szembeni kritikát és elvárást változatlan módon fenntartotta. Az újságírók szerepének, helyzetének határozatbeli megfogalmazása a nyolcvanas évekre eltűnik a dokumentumokból.

Ezzel párhuzamosan változik az is, ahogyan a párt vezető szervei a társadalomról, a tömegekről gondolkodtak. Az ötvenes években a társadalmat valamiféle formálандó, átalakítандó, nevelendő tömegnek tekintették, amelyet a tömegkommunikáció segítségével a politika céljainak megfelelően kell és lehet alakítani, önállóságát pedig minimalizálni. A hatvanas évek második felében felismerik annak jelentőségét, hogy a közvélemény is önálló organizmus, melynek saját akarata, véleménye van.

A hetvenes években ugyan visszatér a direkt pártirányítás, de a közvéleményt teljesen alárendelt szerepbe kényszerítő felfogás már nem lesz meghatározó. A nyolcvanas évek újbóli demokratizálódása egyértelművé teszi a polgárok önálló véleményének, törekvéseinek jelentőségét.

A források alapján az első kutatható időszak az ötvenes évek második fele, az 1956 és 1959 közötti időszak. 1956. november 4-e után az MSZMP elsődlegesen arra törekedett, hogy politikai konszolidációt valósítson meg az országban. A párt dokumentumainak többsége a hatalomátvételtől következő társadalmi és gazdasági átalakítások megfogalmazását tartalmazza. A Központi Bizottság először 1958. január 21-én értékeli a sajtó munkáját és hoz határozatot a sajtóval szemben támasztott elvárásokról: *„A sajtó legyen pártos: munkájában álljon fenntartás nélkül a proletárdiktatúra talaján, álláspontja legyen mindig osztályálláspont. A párt irányításának az egész sajtóban érvényesülnie kell, mert csak így biztosítható a sajtó állásfoglalásának pártossága, csak így kerülhető el a marxizmus-leninizmustól idegen nézetek érvényesülése.”*³¹ A KB nem elégedett meg azzal az elvárással, hogy a sajtót irányítja a párt, konkrétan megfogalmazta a teendőket is: *„A sajtóra és a rádióra nagy feladatok hárulnak; nevelnie kell a népet, meg kell győznie a párt politikájának helyességéről, alakítania és formálnia kell a közvéleményt, szerveznie és mozgósítani kell a tömegeket, ápolnia és fejlesztenie kell a párt tömegkapcsolatait.”*³² Az elvárásokat politikailag elkötelezett újságírók tudják csak végrehajtani, ezért a Magyar Újságíró Szövetségből kizárják azokat, akiket a felülvizsgáló bizottság „méltatlannak” talált a szövetségi tagságra. Elvi állásfoglalás született a bírálat lehetőségéről, pontosan meghatározva azt, mit érthet a sajtó a bírálaton: *„A bírálat a sajtó joga és kötelessége. A kritika azonban mindig átgondolt, megalapozott legyen, és azt tükrözze, hogy a bíráló a hibák ellen harcol, a párt politikájának védelmében, a szocializmus építése, a proletárdiktatúra erősítése érdekében.”*³³

A sajtó pártirányítása a szerkesztőségekben dolgozó kommunista vezetőkön és munkatársakon keresztül érvényesült. A pártirányítás legfontosabb módszere a szerkesztőségek vezetőinek és munkatársainak tájékoztatása, felkészítése, amelyet a KB Agitációs és Propaganda osztálya végzett. A párt tömegkommunikációval kapcsolatos elképzelése egyértelműen az

³¹ Vass: A Magyar Szocialista Munkáspárt határozatai és dokumentumai 106.p.

³² ua. 195.p.

³³ ua. 197.p.

1958-as határozat végén kerül megfogalmazásra: „*Jelenlegi helyzetünk nem teszi lehetővé a lapok iránti kereslet kielégítését. Minthogy a sajtó fontos politikai fegyver a párt kezében az illetékes szerveknek mindent meg kell tenniük, hogy a lapok mostani példányszáma ne csökkenjen.*”³⁴

1959-ben a Politikai Bizottság értékeli az előző évi határozat eredményeit. Megelégedéssel állapítják meg, hogy a sajtó a párt politikáját szolgálja, de komoly bírálat éri az újságírókat azért, mert nem népszerűsítik megfelelően a termelészövetkezeteket. A határozat szerint a lapok az egyénileg dolgozó parasztság gazdasági helyzetét illúziókeltően mutatják be, nem agitálnak megfelelően a termelészövetkezeti mozgalom mellett. Kijelölik a jövő feladatát: az ipari termelés, a munkásélet, a mezőgazdaság átalakításának népszerűsítését. A kézi vezérlés eszközét felhasználva a PB a lapok vezetőinek és pártszervezeteinek feladatává teszi, hogy ellenséges, destruktív írás ne kaphasson nyilvánosságot. Ebben az évben szinte újdonságként fedezi fel a párt a rádióban rejlő eszközöket. Míg egy évvel ezelőtt az újságírói munkával szemben támasztott elvárások elsősorban a lapokra vonatkoztak, most a rádió felhasználására tevődik a hangsúly: „*A sok millió hallgatóhoz szóló rádió, a másfél millió példányszámú sajtó az agitáció, a politikai tömegmunka leghatalmasabb, legfontosabb eszköze a párt kezében. Minden erőnkkel azon kell lennünk, hogy ezt az eszközt még hatékonyabban kihasználjuk.*”³⁵

A hatvanas években az MSZMP helyzete megszilárdul, lezárul a hatalmipolitikai harc. Befejeződik a mezőgazdaság szocialista átalakulásának folyamata, konszolidálódik az egész ország. A hatvanas évek elején alaposan megritkul a tömegkommunikációval foglalkozó dokumentumok száma. Háttérbe szorul a túlzottan szenvedélyes, osztályharcos hangvétel a sajtóval szemben, a határozatokból eltűnik a proletárdiktatúra kifejezés, s változik az emberek egységes, tudattalan és nevelendő tömegként való kezelése. A figyelem a megyei napilapok felé irányul, amelynek egyik oka a példányszám ugrásszerű emelkedése. A megyei pártlapok példányszáma 1958-tól 1964-ig több mint 80%-kal emelkedett. Az 575 000 példányszám-ban megjelenő megyei sajtót a *Népszabadság* utáni legnagyobb példányszámú napilapként kezelik, amely a községekben és a vidéki városokban nagyobb példányszám-ban fogy, mint a *Népszabadság*. A megyei sajtót a megyei párt végrehajtó bizottságai egyre inkább igénybe veszik a helyi feladatokra való mozgósításban. 1963-ban, az őszi mezőgazdasági kampány

³⁴ ua. 198.p.

³⁵ ua. 354.p.

idején is minden megyében felhasználták a helyi lapokat. Általános szokássá vált, hogy az időszerű gazdasági feladatokra való mozgósítások kívül sajátos helyi feladatokat is szántak a lapoknak: kulturális agitációra, megyefejlesztési feladatok népszerűsítésére, ritkában országos problémák magyarázására. A KB Titkársága önálló határozatban foglalkozik a megyei sajtó pártirányításával, kiemelten kezeli a megyei politikai vezetők publicisztikai tevékenységének fokozását.

A hatvanas évek második fele a tömegkommunikációs alapelvek lényeges demokratizációjával jellemezhető, amely a nagy jelentőségű 1965-ös a tájékoztatás megjavításáról szóló politikai bizottsági határozattal veszi kezdetét. Az új felfogás szerint a tömegek nem korlátlanul alakíthatók érdekeiket és véleményüket figyelembe kell venni, s ennek eszköze a tömegkommunikáció. Az ekkor már tudományként elfogadott szociológiai kutatások eredményei befolyásolták a politikai vezetők gondolkodását. Tudatosodott, hogy a szocialista demokrácia és a tömegkommunikáció között szoros és elválaszthatatlan kapcsolat áll fenn. *„A tájékoztatás megjavítása elsőrendűen fontos politikai érdekünk. A tájékoztatás nyilvánossága, őszintesége és teljessége a demokrácia elengedhetetlen tartozéka a szocialista tudatformálásnak, a tömegek közéleti aktivitásának, a párt és a tömegek közötti bizalomteli kapcsolat erősítésének feltétele.”*³⁶ Először deklarálják, hogy a valóságról szóló teljes információmennyiséget a nyilvánosság elé kell tárni *„Közöljük a számunkra kedvezőtlen tényeket, s azokat a véleményeket is, amelyekkel nem értünk egyet, s ezektől ne a hallgatás, hanem a jelenségekre helyükre tevő magyarázat útján határoljuk el magunkat.”*³⁷

Különös figyelemmel kezeli a párt az 1959 óta műsorokat sugárzó, a hatvanas évek második felére már heti öt adásnappal jelentkező Magyar Televíziót, amely a párt agitációs, propaganda és kulturális munkájának szervező részévé és egyik leghatásosabb politikai eszközévé vált. A műsorok segítették a párt politikájának milliós tömegekhez való eljuttatását. A Központi Bizottság 1966. május 23-i határozatában az elismerés mellett bírálta is a TV munkáját. Az 1965-ös határozat szellemének megfelelően az elvárás már nem a propagandisztikus kiállítás, hanem az elvű magyarázat lehetőségének megteremtése. *„A belpolitikai hírszolgáltatás legnagyobb gyengéje, hogy nem vált rendszeressé a belpolitikai események agitatív magyarázata, és nem nevelte ki a televízió a belpolitikai kommentátorok körét”.*³⁸ A televízió

³⁶ ua. 244.p.

³⁷ ua. 245.p.

³⁸ ua.293.p.

műsorában egyre nagyobb szerepet kap a termelési propaganda, a munka szeretetére, a közgazdasági gondolkodásra nevelés. Kialakultak az ipari, mezőgazdasági, általában a gazdasági műsorok formái, amelyek közül az embert és munkáját a mezőgazdasági műsorok mutatják be a legteljesebben („Csak egy kicsivel jobban”, „Sorsok emberek”; „Falusi dolgokról”).

A sajtó a hatvanas években továbbra is az osztályharc eszköze marad, de az abszolút osztályharcos felfogás eltűnik, a párt politikája képviselőjének árnyaltabb követelményrendszere fogalmazódik meg. Elvárásként a cikkek, riportok színvonalának emelését határozzák meg; a nevelés és a mozgósítás helyett az újságírói magyarázat, a publicisztika, a belpolitikai kommentár, az állami és pártvezetők rendszeres szerepeltetése a kívánalom.

A hetvenes évek legfontosabb jellemzője a pártirányítás direkt formáinak újbóli megjelenése. Az 1968-as csehszlovákiai, majd a lengyelországi és a jugoszláv események kedvezőtlen külpolitikai helyzetet teremtettek a további demokratizálódáshoz. A hatvanas évek végére jellemző kritikai hangvétel a belpolitikai újságírásban túllépett azon a határon, amelyet a politika még tolerálni tudott. A Politikai Bizottság 1971-es állásfoglalása szerint a kritika helyett az újságíróknak a munka erkölcsi és anyagi megbecsülésére, népszerűsítésére, a közösségi élet fejlesztésére kell fordítania a figyelmüket. A sajtó ismét szorosabb, direktebb irányítás alá került.

A párt X. kongresszusa a szocializmus teljes felépítése mellett tesz hitet. Az ehhez szükséges mozgósításban nagy szerepet szánnak a belpolitikai újságírásnak. A sajtótól ismét a párt politikájának szolgálatát várják úgy, hogy rendelkezésére álló eszközeivel mozgósítsa a lakosságot a kongresszusi határozatok végrehajtására. Különösen a televíziótól kívánják meg a szocialista szemlélet formálása, a politikai aktivitás erősítését, a szocialista életforma népszerűsítését. Ezt a célt szolgálja az „A hét” c. műsor létrehozása, a híradó reformja. Az újságíró újra agitátor és népnevelő lesz. *„A sajtó bírálja és ostromozza a fejlődést, a munka eredményességét gátló tényezőket: a felelőtlenséget, közömbösséget, maradiságot, bürokratikus akadékoskodást. A szocializmus ügyét szolgáló politikai újságíró nem lehet egyszerű lapkiadói alkalmazott: agitátornak és népnevelőnek kell lennie.”*³⁹

Az évtized második felére-végére világossá vált, hogy az 1973-ban kezdődő világgazdasági válság negatív gazdasági következményeit Magyarország sem kerülheti el. Az 1977. októberi és az 1978. decemberi KB határozatok egy lassúbb, szelektívebb fejlesztést tűztek ki célul. A tájékoztatási alapelvek

³⁹ Vass: A Magyar Szocialista Munkáspárt határozatai és dokumentumai. 69.p.

egészében egyre inkább a gazdaságpolitikai tájékoztatás szempontjai kerülnek előtérbe. A nehezedő gazdasági feltételek közepette a párt egyre növekvő és egyre komolyabb szerepet tulajdonít a nyilvánosságnak a politikai-gazdasági legitimitáció megteremtésében, a közmegegyezés kivívásában. A növekvő szerephez megfelelő támogatottságot is rendel a párt: határozat született a rádió és a televízió technikai ellátottságának fejlesztéséről.

A nyolcvanas években tájékoztatáspolitikai kérdésekben két irányzat párhuzamos jelenléte jellemzi a hatalom képviselőinek magatartását. Fontossá vált a formális közmegegyezés tartalmassá tétele, amelynek eszköze továbbra is a sajtó, rádió és televízió, ezzel együtt visszafogottabb lett a stílus tömegkommunikációs ügyekben. *„A magyar közvélemény sokkal érettebb, politikusabb, magasabb szinten gondolkodó, mint tíz vagy különösen húsz évvel ezelőtt, s ebben természetesen szerepet játszik a sajtó, a televízió és a rádió is, felbecsülhetetlen támogatásával.”*⁴⁰ A gyakorlatban egyre nehezebb volt - és sokszor csak konfliktusok árán lehetett fenntartani - az addig működtetett sajtóirányítási mechanizmusokat. *„A politikai vezetés számára a sajtó nélkülözhetetlen segítőtárs. Ezt nagyra értékelve küzdőtársnak tekinti a sajtót, bizalommal kezeli ezt a nagyon fontos intézményt, jelzéseire odafigyel, tapasztalatait igényli és hasznosítja döntéseiben. Maga a sajtó is terepe a politika alakításának. Ez a gyakorlatban is így van, még ha időnként zökkenőkkel is.”*⁴¹

Az új elvekkel párhuzamosan a direkt politikai irányítás sem veszített súlyából. 1982-ben a XII. pártkongresszus határozatában visszaköszön az ötvenes évek végének stílusa. *„Esetenként nagyobb nyilvánosságot kaptak egyoldalú, történelmietlen, politikai érdekeinket, erkölcsi normáinkat sértő publikációk is. Ez arra int, hogy folytatni kell az irányítás, a vezetés javítását és a politikai munka színvonalának emelését.”*⁴² A XII. kongresszus határozata szerint a szerkesztőségek visszaéltek önállóságukkal, tehát az önállóságot korlátozni, a pártirányítást fokozni kell. Ismét rendszeressé válnak az Agitációs és Propaganda Osztály által összehívott havi főszerkesztői értekezletek, amelyek egyben a sajtó pártirányításának alapformáját is jelentették. A kritika és a rossz bemutatása helyett ismét a hitet, a szocialista társadalom jó oldalát kell bemutatni. *„...a sajtónak különösen fontos feladata, hogy erősítse az embereknek a szocializmusba vetett hitét. Főleg a gazdálkodás új módszereivel kapcsolatban nem eléggé meggyőző annak bemutatása, hogy a változások nem a szocializmustól való eltávolodást, hanem a szocialista építőmunka jobb*

⁴⁰ Lakatos: A tájékoztatás időszerű kérdései

⁴¹ Karvalics: A tájékoztatás elvei és gyakorlata

⁴² Vass: A Magyar Szocialista Munkáspárt határozatai és dokumentumai 135.p.

*hatásfokát határozzák meg*⁴³. A tömegtájékoztatás kézben tartásának sikeres eleme lett a főszerkesztők egyszemélyi felelősségének elve. Ez az irányítástechnikai megoldás a sajtó kontrolljának decentralizálást jelentette. Alacsonyabb szintre, a szerkesztőségek első embereinek kezébe kerültek a közölhetőség határát megszabó döntések. A felelősség, a hatalom átruházása a bizalom megnyilvánulásaként jelent meg, amely megnövelte az újságírói elittel való összefonódást. A lapok élére kinevezett megbízható káderek egyben a leglátványosabb eredmény elérésben is segédkeztek: eltűnt a feltűnő hatósági cenzúra, mérséklődött a központi nyomás. A megfelelő szemléletű műsorok, cikkek készítése továbbra is elvárás maradt, sok esetben tették felelőssé az újságírókat az állampolgárok elbizonytalanodásáért. 1986-ban újra megjelennek a kádermunka javítását, a műsorkészítők kiválasztásában meghatározó a politikai, a szocializmus eszméje iránti elkötelezettséget elváró határozatok.

Ezekkel a folyamatokkal párhuzamosan, a megnövekedett főszerkesztői hatalom sok lapnál vezetett a pártos hangvétel oldódására, lassan nevelődött a sajtóirányítástól függetlenedő, óvatosan politizáló újságírói réteg. A 70-es évek végén a nyugati társadalmakban megjelenő új kommunikációs technikák és eszközök - a távközlési és közvetlen műsorszóró műholdas rendszerek, nagy átviteli kapacitású kábeltelevíziós hálózatok, kép és szöveggommunikációs eszközök, videó és képlemezek - a nyolcvanas évek második felében Magyarországon is megjelentek és váltak rövid időn belül elterjedtté. Ezek a technikák átfogóan megváltoztatták a kommunikációs viszonyokat, mélyrehatóan befolyásolták a társadalom önmeghatározó képességet. A műholdas műsorszórás, a videó „nem ismernek határokat”, ezzel korlátozzák az állami ellenőrzés mozgásterét.

A Tömegkommunikációs Kutatóközpont 1988-ban elvégzett vizsgálatából azt vetíti elő, hogy a 90-es években a politikai hatalomról formált társadalmi kép jelentős változása következik, a társadalmat mind nehezebb lesz kormányozni, a befolyásolási eszközök hatékonysága és hatóköre beszűkül. Tartós problémává válik a hatalom legitimálása, a feszültségkezelés, amely csak úgy oldható fel, ha a tömegkommunikáció arra szolgál, hogy a társadalom is reális helyzetképet és véleményt alkothasson a célokról, ellenőrizhesse és elbírálhassa a hatalom működését.

A nyolcvanas évek végére már szinte teljesen eltűnnek a sajtóval szemben támasztott elvárások, a szolid befolyásolás jellemző. A társadalmi

⁴³ Karvalics: A tájékoztatás elvei és gyakorlata

nyilvánosság, elsősorban a sajtónyilvánosság sokat fejlődik. Nagyobb lehetőség nyílik arra, hogy a különböző nézetek nyilvánosságot kapjanak, a hírközlés érdekesebb, változatosabb lesz. Szélesedik a párt és a kormány álláspontjától eltérő kritikai vélemények megnyilvánulási lehetősége. Kéri László 2000-ben egy tanulmányában úgy fogalmaz, hogy 1987-re kettészakad a magyar társadalom nyilvánossága. A párt még eredményesen tudja uralni a médiát, de ezzel párhuzamosan széles körben épül ki a második nyilvánosság. Értelmiségi csoportok jelentős része vonja meg bizalmát a hivatalos nyilvánosságtól, a pártvezetés pedig egyre nagyobb rémülettel szemléli a második nyilvánosságból kifejlődő mozgalmak növekvő bátorságát. 1988-ban sorra alakulnak a véleményüket bátran vállaló új sajtóorgánumok: *A Kapu*, a *Hitel* a *Reform*. A folyamatot felerősítette az *Országos Sajtószolgálat* megszervezése. Az MSZMP 1989-ben megfogalmazott sajtópolitikájában azt deklarálja, hogy partneri viszony áll fenn közte, ill. az orgánumokat alapító szervezetek és kiadók között. Először ismerik el, hogy az írott sajtó lehetőségeit korlátozza a monopolizált papír előállítás, az import, és az elosztási kontingens érvényesülése.

A nyolcvanas évek végén a párt állásfoglalása úgy fogalmaz, hogy a tömegkommunikáció szerepe a szemléletformálás, a helyes irányba befolyásolás, az ízlésformálás, mindez a közmegegyezés érdekében. Az ország modernizációja elképzelhetlenné vált a szabad vállalkozás és más szabadságjogok, pl. a gondolat- és sajtószabadság kibontakozása és garantálása nélkül. Az élet más területein is végrehajtott liberalizálódás - a szabadelvű gyülekezési jog, az új egyesületi törvény - előkészítette a társadalom tagjai által beindított spontán demokratizálódási folyamatokat. A jogállamiság megteremtése utáni lépés pedig: a többpártrendszeren és a nyilvánosságon alapuló politikai demokrácia.

A szabad választások után 1990-ben az első kormány és a média kapcsolata azonnal konfliktussal indult. A kormány esküvéte szerdai napra, az esti órákra tolodott, műsorszerkesztési szempontból ütközött a labdarugó BEK-döntő időpontjával. A MTV vezetése úgy döntött, hogy a mérkőzést közvetíti egyenes adásban, a kormány esküvéte pedig ezt követően felvételről. Az új politikai elit szembefordult a médiával. A politika és a média viszonyát szemléletesen írja le: *„Az alapkérdések tisztázatlansága, a privatizáció, a közszolgálat, a pártatlanság értelmezése körüli zűrzavar, pártpolitikák végiggondolatlanságának eredményeképpen 1990 végére a sajtószabadságharc MDF-ellenes sajtó-állóháború képét ölti. A kormány-párt és a kormány ellenségeskedése a sajtóval - és viszont - ma már jelentős belpolitikai tényező, amelyet csak elvi politika és széles garanciális rendszerrel alátámasztott*

megállapodás tompíthat.”⁴⁴ Eközben nagy mennyiségű szakértői munka, két évig tartó parlamenti bizottsági és plenáris vita, sok száz módosító indítvány után olyan médiatörvény került 1992-ben parlamenti végszavazásra, amely egyetlen igen szavazatot sem kapott. A rendszerváltás utáni első kormányzati ciklus egyik legtöbbet használt kifejezése a „médiaháború” lett.

A tömegkommunikációs eszközök piacán - a politikai vitától látszólag függetlenül, kihasználva gazdasági életre vonatkozó törvényi változtatásokat - lassan megjelentek az első kereskedelmi vállalkozások. Megalakult a *Calypso*, a *Juventus*, és a *Danubius Rádió*, az újságosoknál megjelentek a szórakoztató magazinok, a hobbilapok, a bulvársajtó. A napilapok többsége magán, döntően külföldi tulajdonos kezébe került. A kormány 1992. októberi határozatának eredményeképp decemberben megkezdte működését a *Duna Televízió*. A politikai pártok számára az állami tulajdonban lévő médiumok feletti befolyás megszerzése, ill. megtartása jelentette a legfontosabb célt. A rendszerváltás utáni második kormány ebben a politikai és piaci helyzetben kezdett hozzá a médiakérdés rendezéséhez. Újabb háttér munka kezdődött a médiatörvény megfelelő megfogalmazásáért. A piaci szereplők azt várták, hogy az új törvény megnyitja az utat a privatizáció előtt, a valódi verseny a várható reklámpiac megszerzésért folyt. *„Az új médiaháború százmilliárdos bevételekért zajlik, és az összes többi érv tulajdonképpen csak füst és ködösítés, mindennek jótékony eltakarására”* ⁴⁵ 1996-ban életbe lép a médiatörvény, amelynek célja a független és tárgyilagos médiapiac kialakítása. A törvény a közszolgálati médiumok esetében megszüntette a közvetlen kormányfelügyeletet, ám a pártok - a kurátorokon keresztül- továbbra is tág lehetőséget kaptak az ellenőrzésben. Az 1997-ben kiírt frekvenciapályázatok eredményeképpen megalakult a TV2, a TV3, az RTL Klub. Megkezdődik a verseny a nézőkért, a reklámbevételekért. A MTV fokozatosan veszít a nézőszámból, reklámpiaci bevételei a legkisebbek a televíziós piacon. A közszolgálati adók finanszírozási gondokkal küzdenek, fokozatosan halmozzák fel adósságukat. A polgári kormány regnálása első hónapjaiban egyeztetéseket kezdeményezett a hat parlamenti párttal médiaügyekről. A tárgyalások kudarcba fulladtak, nem született megállapodás a közszolgálati médiumokat felügyelő új kuratóriumok összetételéről.

A magyar sajtóban a kilencvenes évek végére világossá vált a politikai hovatarozás, az árnyalatok véglegesedtek. A médiában a politikai harcok egyértelmű terepe a televízió maradt. A közszolgálati médiumok mind a mai

⁴⁴ Farkas: Állóháború

⁴⁵ Kéri: Hatalmi kísérletek. 266.p.

napig közalapítványként működnek, felügyeletüket egy-egy kuratórium látja el. A kuratóriumok elnökségébe a parlament választ tagokat négy évre. Az elnökségi tagok egyik felét a kormánypárti másik felét az ellenzéki frakciók jelölik. A médiaszabályozásban új fejezet kezdődött el 2010-ben. Az un. Médiaalkotmány megszavazásával a parlament szorosabb szabályozás alá vette a közszolgálati médiát, de erősebben szabályozza a kereskedelmi csatornákat is. A törvények betartásának ellenőrzésére az ORTT helyett egy Médiahatóságot hozott létre, amely akár kilenc évig is változatlan feltételekkel működhet.

A média hatalma és befolyása

A médiahatalommal kapcsolatban két modell áll szemben egymással. Az egyik a *domináns média modellje*, amely a médiát az uralkodó intézményrendszer kiszolgálójának tekinti. Az elmélet szerint a médiumokat monopolisztikus módon ellenőrzik, vagy működtetik, és hatékony eszközei az embertömegek szervezésének. A másik a pluralista média modellje, amely szerint a média ellenőrzése a demokratikus versengés tárgya. Az elmélet szerint a közönség differenciált, és kritikusan fogadja a mediakínálatot. Kutatási eredmények és elméleti összevetések alapján állítható, hogy a médiumok gyakran érnek el meghatározott célokat. A média megbízásból, vagy mulasztásból hajlamos azok érdekeit szolgálni, akiknek aránytalanul nagy politikai és gazdasági hatalmuk van a társadalomban. Ebből az következik, hogy a média hatalma akkor lesz egy uralkodó osztály hatalma, amennyiben maga az uralkodó osztály meghatározható. A média gyakran az egyetlen gyakorlati eszköz, amellyel gyorsan és hatékonyan lehet eljuttatni információt a tömegekhez, és amellyel propagandát lehet folytatni. Ezt felismerve volt a média az uralkodó pártelitet támogató propagandaeszköze a világháborúk idején. A háborúk után az egész világon hamar felismerték, hogy a média a köz felvilágosításában eszköz lehet, amely kiegészíti az új intézményeket- az iskoláztatást, a könyvtárakat, a népoktatást.

A média társadalmi fejlődésben, modernizációban betöltött szerepével kapcsolatban létezik egy olyan kutatási irányzat, amely szerint a tömegkommunikáció a világ gazdasági és társadalmi fejlődésének eszköze lehet. A médiumok segíthetnek meghonosítani a demokratikus politika és a piacgazdaság intézményeit és gyakorlatát. Az állam hatalmával dacolók a világ számos országában vetik be céljaik elérése érdekében a tömegkommunikációs eszközöket. A szerző egyebek mellett Románia példáját elemzi, ahol véleménye szerint Ceausescu az életével fizetett 1989 karácsonyán azért, mert nem értette meg a világmédiában zajló forradalmat.

A magyarországi médiahelyzetet elemezve az állítható, hogy a média önálló hatalomként működik, amely a nyelvpolitika tudatos ellenőrzésével és manipulálásával uralja a politikai életet. A tömegműediumok véleményformáló monopóliumának az kedvez, hogy hazánkban alacsony az állampolgárok politikai aktivitása, s a kevés stabil választó befolyásolásában rendkívül nagy szerep jut a tömegkommunikációs eszközöknek. A média és a politika konfliktusos érintkezésében mindkét félnek fontos szerepe van. Egyrészt a mindenkori kormányzati hatalmat gyakorlók állandóan keresik a rejtett befolyásolás törvényes lehetőségét például az adóellenőrzés nyomásgyakorlásával, a hirdetési piac manipulálásával. Másrészt a médium tulajdonosa a saját üzleti biztonsága érdekében nem zárkózik el a mindenkori hatalmi szférával való kapcsolattartás lehetőségétől. A médiá hatalom és a befolyásolás megértésének, kutatásának egyik legfontosabb területe lesz a jövőben annak vizsgálata, hogyan zajlanak a médiatulajdonosok és a kormányzati hatalom közötti tranzakciók, hol vannak a két szféra közötti átjárók, hogyan lehet egyik elítből a másikba kerülni?

Ahogy azt a tömegkommunikáció irodalmi feldolgozása összefoglalásaként már megállapítottam a médiának lényegében monopóliuma van egy olyan árucikk – az információ, az üzenet – felett, amely a társadalmi eligazodás szükséges feltétele. A média függ a társadalom minden részletétől, társadalmi funkciói alapján tájékoztat, kontrolálja a politikai hatalmat, értékeket és normákat hordoz. A médiától általában nem azt várják el, hogy hatalmat gyakoroljon a maga érdekében, „hatalma” a fogyasztóktól (nézők, olvasók) függ. A médiát politikai szerepe alapján szokás a negyedik hatalmi ágnak is nevezni, amely megfogalmazás véleményem szerint félreértelmezése a betöltött szerepnek. A médiumok állandó kapcsolatban vannak a politikai és gazdasági hatalom fennálló struktúrájával. A médiának van ára, értéke, verseny folyik ellenőrzésért, a hozzáférésért; politikai és gazdasági szabályozásnak van kitéve. Ebből az a következtetés vonható le, hogy a média nem önálló független hatalomforrás, nem a hatalom, a politikai döntések világa, közvetítő szerepén túl legfeljebb a befolyásolás, a manipuláció lehetőségét teremti meg. Ezt felismerve akarták, és akarják a politikai hatalom szereplői befolyásukat érvényesíteni a tömegkommunikációs eszközökben.

Hatáskutatás

A médiáhatás elemzése központi témája a tömegkommunikációval kapcsolatos kutatásoknak. A hatások létezését soha nem vitatták a kutatók, különbséget a hatások erősségének megítélésében fedezhetünk fel.

A társadalom és a média közötti kapcsolat vizsgálatának fő kérdése a tömegkommunikációs és a társadalomban zajló változások közötti összefüggés kimutatásával kapcsolatos. A kérdés megválaszolásához első lépésként azt kell tisztázni, van-e és mekkora hatása a médiának?

A társadalomtudományok történetében *Gabriel Tarde* (1843-1904) francia szociálpszichológus volt az első aki rámutatott arra, hogy a sajtó inspirálja a társalgást, a társalgás formálja a véleményt, s a vélemény váltja ki a cselekvést. *Tarde* fogalmazta meg elsőként a társalgás központi hatását a politikai folyamatokra. A szerző azt hangsúlyozza, hogy a társalgás és a sajtó teremti meg a politika, a politizálás alapfeltételeit, de a politikai társalgást az újságok táplálják, a vélemény a társalgás eredménye, a gazdasági, politikai, kulturális cselekedet a véleménytől függ. Az elmúlt közel 100 év elméleteit összefoglalva az mondható, hogy a XX. század 20-as és 40-es éve között az erős hatás létezéséről szóló érvek születtek, az 50-es és 60-as években a korlátozott, ill. a gyenge hatások meglétéről szóló modellek léteztek. A 70-es évektől kezdve egyre komolyabban veszik a média hatását, amely a 90-es évektől újra az erős médiahatás elfogadásához vezet, s a kutatók vizsgálata ma már arra terjed ki, hogy ezt a viszonylagosan erős hatást milyen módszerekkel érik el a médiumok, és milyen társadalmi-szociális környezetben teszik azt.

A leghíresebb médiahatás történet egy *Orson Welles* rádiójáték bemutatójához kötődik. 1938. október 30-án, egy esős éjszakán több millió amerikai hallgatta a *CBS RADIO* esti műsorát, a "Mercury Theater on the Air" című műsort. Hitler akkoriban szállta meg Csehszlovákiát, és Lengyelország lerohanását fontolgatta. Az egész világon érezhető volt a feszültség. A rádióhallgatók a kiadott műsortól eltérően egy késő esti híradót hallottak, melyben izgatott beszámolók hangzottak el arról, hogy a marslakók leszálltak New Jersey-ben. Több ezer telefonhívás futott be a rádióállomásokra és az újságokhoz, katonai vezetőket rendeltek be az állomáshelyükre. A leszállóhely környékén forgalmi dugók keletkeztek, az emberek az utcákra rohantak, többen állították, hogy látták az idegeneket. Mivel egy másik adón az Edgar Bergen show ment, több hallgató csak közben kapcsolt át *Orson Welles* rádiójátékára, melyet H.G. Wells "*War of the Worlds*" regényéből készített. Később *Welles* ismételten bemondta a rádióban, hogy ez csak egy szórakoztató műsor, hogy elkerüljék a katasztrófát. Az amerikai elektronikus médiát felügyelő hatóság később betiltotta a kitalált hírek közlését. Ez volt a leghíresebb rádióműsor, mely ezt először bizonyította, hogy a rádiónak milyen nagy hatása van hallgatóságára.

A hatáselméleteket a hazai kutatók öt fő csoportra osztják:

- *Nagyon erős hatások modellje*: ide tartozik a lövedékelmélet, mely szerint meghatározott ingerre meghatározott válasz születik
- *Korlátozott hatások modellje*: a kibocsátó és a befogadó között közvetítők lépnek fel
- *Minimális hatás-elmélet*: a szimpatikus értékekre odafigyelünk, a nem szimpatikust észre sem vesszük
- *Moderált hatások modelljei*: szociálpszichológiai vizsgálatok mutatták ki a televízió és az ifjúkori erőszak közötti szignifikációt

Az elsőként kialakult lövedék-elmélet modell az első világháborút követő időszakban úgy tekintett a propagandaüzenetekre, mint információs lövedékekre, melyek a passzív tömegekre záporoznak. Ezek az üzenetek behatolnak az emberekbe, és hatásokat váltanak ki. A lövedék-elmélettel szemben a harmincas évek végén mind többen kezdték hangsúlyozni, hogy az emberek egyenként reagálnak a tömegkommunikáció üzeneteire, s nem csupán befogadják azokat. *Lazarsfeld* a negyvenes évek elején az USA-ban Ohio állam egy megyéjében az elnökválasztási kampány során végzett felmérése azt az eredményt hozta, hogy a rádió és a sajtó nem befolyásolta az emberek politikai választását. A kampánnyal kapcsolatos további kutatások kimutatták, hogy a mikroközösségekben vannak emberek, az ún. véleményformálók, akik nagy befolyást tudtak gyakorolni társaik szavazási szándékára. A vélemény-formálót a többieknél inkább befolyásolták választásukban a tömegkommunikációs eszközök. Ebből a kutatásból fejlődött ki a kétszakaszos kommunikációáramlás elmélete, mely szerint az üzenetek a tömegkommunikációból először a véleményformálókhoz áramlanak, s tőlük kerülnek tovább a lakosság kevésbé aktív csoportjaihoz.

A hetvenes években azok az áramlatok kerültek előtérbe, amelyek mind határozottabban képviselték, hogy a média erősen befolyásolja az emberek világképét, gondolkodását. A reklámok hatásosságát kutatva már a kommunikátor személyiségének fontosságát is a befolyásoló tényezők között említik. Ezekben az években kezdődnek meg a televízió által közvetített erőszak gyermekekre gyakorolt hatásainak vizsgálata. Az erőszak médiabeli megjelenése és hatása vizsgálatának egyik kiemelkedő magyar kutatója *Kósa Éva*. A hatáselemzés meghatározó kutatói még a hetvenes években *McCombs és Shaw*, akik az ún. *napirend-meghatározó hatást* vizsgálták. Megállapításuk

szerint a tömegkommunikáció nem azt szabja meg, hogy az emberek mit gondolnak, hanem azt, hogy miről gondolnak valamit. Gondolataikat elfogadva és részletezve mondható: a tömegkommunikációs eszközöknek fontos, de nem kizárólagos szerepet van a társadalmi tematizáció folyamatában. A médiumok azon keresztül, hogy bizonyos témákat gyakrabban és hangsúlyosabban, más témákat ritkábban és kevésbé hangsúlyosan tűznek napirendre, akarva akaratlanul az aktuális társadalmi, politikai, kulturális. kérdéseknek és problémáknak egy bizonyos rangsorát, fontossági sorrendjét tárják a közönség elé. Ezzel hozzájárulnak a közgondolkodás témaszerkezetének és napirendjének alakításához. Magától értetődő ugyanis, hogy azok a kérdések, problémák, témák, eszmék és állítások, amelyek hosszú időn keresztül a legfőbb hírforrásként szolgáló média napirendjének első helyein szerepelnek általában a közönség figyelmét is erőteljesen magukra vonják.

Georg Gerbner értelmezésében a tömegkommunikáció következményeit a kultúrában megfigyelhető tág értelmű közös képzetek és fogalmak összefüggésében kell keresni. A tömegkommunikáció elsődleges hatása abban ragadható meg, hogy a benne rejlő előfeltételek és előfeltevések kifejezésre jutnak. A szerző úgy tartja, hogy a modern médián belül a televízió olyan szerepre tett szert a mindennapi életben, hogy helyettesíti a személyes tapasztalatot és a világ megismerésének más eszközeit a saját üzeneteivel. Kultivációs elméletének bizonyítéka az amerikai televízió szisztematikus tartalomelemzéséből származik. Véleménye szerint a gyerekek számára a televízió épp úgy a valóság megtapasztalásának elsődleges forrása, mint a család. Elméletét alátámasztották azok a közvélemény kutatások, amelyek szerint minél nagyobb mértékben van valaki kitéve a televízió hatásának, annál inkább elfogadja azt a fajta világszemléletet, amely a televízió üzeneteiben található.

Az ezredfordulón új elemként jelent meg a hírapparátusok szervezett-szociológiai vizsgálata, amelyek alapján úgy ítélik meg, hogy a médiumok nem közvetlenül és nem tükörszerűen tájékoztatnak a világ eseményeiről. A médiumok implicit módon rangsort, napirendet állítanak fel az aktuális közügyekről, és ezen keresztül járulnak hozzá az egyének napirendjének alakulásához. A hírek szelektálásában nem egy konkrét személy tölti be a kapuőr szerepet, a szelekciós döntések nem egyéni érdekektől és szándékoktól függenek elsősorban, hanem a hírszerkesztést jellemző szakmai-, gyakorlati-, szervezési kritériumoktól, értékektől. Ez azt jelenti, hogy a valóság a hírek folyamatában nemcsak szándékos manipuláció révén torzulhat, hanem akaratlanul, a hírszerkesztés szakmai módszertanából eredően is. A tömegkommunikációs eszközök által ily módon torzított társadalomkép pedig hatással van a befogadók környezetükről kialakított képére.

A hatáselmélet közül kiemelkedik a propaganda és a tömegkommunikációs eszközök viszonyának elemzése. Ebben a megközelítésben, korunkban a tömegkommunikációs eszközök a sikeres propaganda elengedhetetlen eszközei, mivel csak ezeken a csatornákon lehet biztosan elérni a teljes nyilvánosságot. A tömegkommunikációs eszközök hatását elfogadva korunkban a kutatások a szélsőségek, a marginalizált csoportok, az erőszak, a drog, a környezeti kockázatok témakörében folynak. Magyarországon többen is foglalkoztak a cigányságot sújtó előítéletek tömegkommunikációs eszközökben való megjelenésével, kedvelt téma az erőszak fiatalokra gyakorolt hatásának vizsgálata.

A hatáselméletek csak részben érintik a tömegkommunikációs eszközök eltérő technikai adottságaiból eredő hatáskülönbségeket. A televízió különleges szerepet tölt be a nézők mindennapi életében, olyan erős hatással van életvitelükre, s hogy a személyes tapasztalást is képes helyettesíteni. Magyarországon a kilencvenes évek végén hívták fel először a figyelmet a képi retorika fontosságára. A kutatók azonban nem vizsgálták annak a televíziós szakmai kérdésnek a szerepét, ahogyan a televíziós hírt egy újságíró megszerkeszti. A közügyekről való tájékoztatás legátfogóbb televíziós intézménye a tv-híradó. A hírközlő-tájékoztató műsorok alapfunkciója, hogy az állampolgárok számára folyamatosan biztosítsák a társadalmi-, politikai-, gazdasági életben és a nagyvilág történéseiben való eligazodáshoz szükséges információkat. Minden televízióban a híradó a főműsoridő legfontosabb eleme. Egy harmincperces híradó nem tartalmaz több szöveget, mint egy közepes újságcikk, egy átlagos híradós hír hossza nem több, mint 1 perc 30 másodperc, vagyis 10-12 írott sor. A televíziós hírek nem egyszerűen hangosan felolvasott újsághírek. A néző csak részben azonos az olvasóval, és eltérő módon fogadja be a televízióból nyert információkat. Ennek megfelelően, az optimális hatás érdekében az információk is mások, más formában, elrendezésben kell érkezniük. A televíziós hírszerkesztés alapszabálya a „drámai felütés” (egy hangsúlyos mondat, egy botrányos kifejezés) alkalmazása, amellyel a hír felhívja magára a figyelmet. A híradó nézője ugyanis otthon, családi körben fogadja be az információt, sok külső zavaró körülmény közepette: zajlik a családi élet, vacsoráznak, beszélgetnek, zúgnak a háztartási gépek stb. Ilyen külső körülmények között, csökkentett terjedelem mellett kell tehát elérni a televíziós újságírónak azt, hogy a közölt információt képes legyen a befogadó megérteni. A szavak számának csökkenését a szerkesztő a képi információk egész sorával pótolja. A képnek az adott hír struktúrájában jól meghatározható szerepe - azaz jelentése - van, ami túlmutat az egyszerű

ábrázoláson. A szakma szabálya szerint a jó televíziós hír „hasznos hanggal” indul: egy munkagép zaja, az áradó folyó morajlása, kiáltások, stb. Az egyes snittek helyét a hírekben nem a véletlen, hanem a narrátor szövege jelöli ki, a kép a szöveg egyes pontjaira utal. A képben közölt információ a műsorvezető metakommunikációján túl egy újabb hatáselemként jelenik meg. A televíziós hírek tehát nem egyszerűen hangosan felolvasott újsághírek. A néző csak részben azonos az olvasóval, és eltérő módon fogadja be a televízióból nyert információkat. Ennek megfelelően, az optimális hatás érdekében az információk is mások, más formában, elrendezésben kell érkezniük.

Áttekintve a tárgyalt hatáselméleteket az az egyszerű következtetés vonható le: a tömegkommunikációs eszközöknek van valamilyen hatásuk. A média részese a társadalmi és kulturális eseményeknek, hozzájárul a közgondolkodás témaszerkezetének alakításához. A médiumok a hírek, események kiválasztásának, tálalásának módjával bizonyos társadalmi-, politikai-, kulturális kérdések fontosságának képzetét keltik a közönségben. A hatás erőssége, tartóssága azonban szorosan összefügg azzal a társadalmi-szociális közeggel, amelyben a befogadó néző, hallgató olvasó él. Azok a tömegkommunikációs tartalmak, amelyek ellentmondanak az egyének mindennapi tapasztalatainak és szociális attitűdjeinek, értékeinek, világképének csak csekély mértékben vagy egyáltalán nem képesek befolyásolni a véleményeket. Kevés befolyásoló erővel bírnak azok a tömegkommunikációs tartalmak is, amelyek nem ténylegesen létező társadalmi információ-szükségletet elégítenek ki. A tömegkommunikációs eszközök befolyásoló ereje abban rejlik, hogy az általuk kibocsátott információmennyiség a befogadó közönség kulturális környezetének állandó és szerves összetevőjévé válik. Ebből, a részben a tömegkommunikáció által előállított és fenntartott kulturális környezetből az egyén nem vonhatja ki magát, s bár nem kell, hogy elfogadja a tartalmakat, vagy magáévá tegye azt, attitűdjeit, véleményeit mégis azokhoz méri.

A tartalomelemzés, mint a szervezetek külső információforrása

Az emberekhez hasonlóan a szervezetek számára is egyre fontosabb az információ. Egy fejlődni, változni kívánó szervezetnél azonban nem csupán a kibocsátott információ mennyisége, hanem annak minősége a fontos, hiszen ezzel lehet az arculatot továbbítani, bizalmat ébreszteni, segítséget nyújtani és kérni. A társadalmi jelenségek elemzéséhez a marketingkutatás alaptételei szerint több forrásból nyerhetünk információt: személyes megfigyelés útján, írásos, képi és hangzó dokumentumokból, valamint beszélgetésekből. A szervezeti kultúrában a külső információ megszerzésének egyik módszere a tartalomelemzés. A továbbiakban összefoglalom azokat a legfontosabb elméleti alapokat, amelyek a módszer pontos alkalmazásához elengedhetetlenek.

A kommunikációkutatásban a kommunikáció jellemzőinek (mit hogyan és kinek mondtak valamit) vizsgálata, valamint a hatásokkal kapcsolatos (milyen hatása volt a közölteknek) elemzések elvégzésének legkorszerűbb eszköze a tartalomelemzés. Az üzenetek törvényszerűen visszatérő sajátosságai alapján ezzel a módszeres és objektív eljárással olyan következtetéseket vonhatók le, amelyek a közleményekben nyíltan kimondva nincsenek, de az üzenet megszerkesztettségének, azaz kódolásának a módjából kiolvashatók s esetleg más eszközökkel, más módon nyert adatok segítségével megerősíthetők, igazolhatóak. A legegyszerűbb tartalomelemzések egyike, amikor következtetést vonnak le abból, hogy a vizsgált sajtótermékben a vizsgálati témával kapcsolatban milyen a cikkek hasábmérete. Létezik a tartalomelemzésnek olyan módja is, amely arra a kutatási problémára keresi a választ, hogy a kommunikáció tartalma milyen normákkal és szabványokkal vethető össze, illetve hogy milyen meggyőzési technikákat alkalmaz. Ebben a fejezetben bemutatom a tartalomelemzés elméleti alapjait, típusait és módszerét.

A tartalomelemzés eredetileg annak a felismerésnek a jegyében fogant, hogy ha elegendően sok textus áll rendelkezésre, akkor ezek bizonyos elemeit megszámlálva a különböző szövegek között értelmes összehasonlítások tehetők. A századforduló Amerikájában a tartalomelemzés a sajtókutatással kapcsolódott össze, és gyakorlatilag úgy definiálták, mint adatszolgáltatást az újságírói tevékenység kritikájához. A tartalomelemzést a II. világháborúban kezdték el először széles körben gyakorlati célokra is használni. Az 1940-es években az Egyesült Államokban létrejött a *Harold D. Lasswell* vezette „*Háborús Kommunikációkat Vizsgáló Kísérleti Részleg*”, amely kvantitatív elemzéseket végzett. Ezzel párhuzamosan az

„Amerikai Szövetségi Kommunikációs Bizottság” az ellenséges rádióadásokat figyelte, hogy megértse, és idejekorán jelezze az eseményeket. Sikerült előre jelezniük több nagy katonai és politikai offenzívát, felbecsülniük a náci vezetés saját helyzetértékelését. A háború után feldolgozták ezeket a jelentéseket, és megszületett a Georg Gerbner által szerkesztett *Propaganda Analysis* című könyv, amely az első módszertani összegzés. A világháború után a tartalomelemzés sok tudományágban meghonosodott, de a legtöbb kutatási projekt a tömegkommunikációhoz kapcsolódott. Kutatások jelentek meg pl. arról, hogy milyen politikai szimbólumok jelennek meg a francia, német, angol, orosz és amerikai mértékadó sajtó vezércikkeiben, és a fontosabb politikai beszédekben.

Az első tartalomelemzéssel kapcsolatos konferenciát 1955-ben az Egyesült Államokban tartották, s ezzel lezárult az a korszak, amelyet az egysíkú gyakorisági számolgatások jellemeztek. Az érdeklődés a szimbólumok kontingenciája, szoros egymásmellettsége irányába fordult. A kontingencia-analízis egyik első példája Goebbels beszédeinek elemzése volt. Goebbels nyíltan soha nem mondott rosszat az olaszokról, a tartalomelemzők mégis észrevették, hogy beszédeiben az „olasz” szó mindig a nehézségek, problémák, bajok összefüggéseiben fordul elő. Az 1967-ben megrendezett második tartalomelemző konferencián a szabványosított kategóriák kerültek előtérbe, létrejött az első kategória-szótár. A tartalomelemzés olyan tudományos módszerré fejlődött, amely következtetések levonását tette lehetővé a kommunikációs adatokból.

Magyarországon az első tartalomelemzéseket a *tömegkommunikációs Kutatóközpont* munkatársai készítették. Az első nagy terjedelmű munka Kováts Ildikó „Az ökológia kérdései a sajtóban” c. munkája. Vizsgálatában arra kereste a választ, hogyan kezeli a sajtó a környezetvédelem, az ökológia problémáit, milyen az újságírók viszonya, hozzáállása, állásfoglalása vagy épp véleményességénysége a témákkal kapcsolatban. A rendszerváltás utáni évek egyik kiemelkedő munkája Szegi-Tóth szerzőpáros elemzése a „Globális környezeti kockázatok kommunikációjáról”. A szerzők egy nagyszabású nemzetközi kutatás magyar vonatkozásait vizsgálta: két ENSZ környezetvédelmi konferencia (1972 és 1992) közötti húszéves időszakban elemezte, hogy a sajtó milyen szerepet játszik a savas eső által kiváltott környezeti kockázatokra adott társadalmi válaszok alakításában: hogyan választ a különböző események, elgondolások és szempontok között, és ezeket hogyan terjeszti a társadalomban.

A tartalomelemzés első tudományosan megfogalmazott definícióját Berelson adta meg: „*A tartalomelemzés a kommunikáció manifeszt tartalmának objektív, szisztematikus és kvantitatív leírására szolgáló kutatási technika*”⁴⁶. A hazai definíció szerint. „*Tartalomelemzésnek nevezünk minden olyan eljárást, amelynek során közlemények, üzenetek törvényszerűen visszatérő sajtóságai alapján módszeres és objektív eljárással olyan következtetéseket vonunk le, amelyek a közleményekben nyíltan kimondva nincsenek, de az üzenet megszerkesztettségének, azaz kódolásának a módjából kiolvashatók s esetleg más eszközökkel, más módon nyert adatok segítségével megerősíthetők, igazolhatók*”⁴⁷. A tartalom-elemzés olyan módszerek csoportja, amelyek segítségével tudományos szabályokra támaszkodva végezhetünk megfigyeléseket és gyűjthetünk információkat dokumentumokból. A dokumentumok egy lehetséges csoportosítása:

- magánjellegű írásos dokumentumok (emlékiratok, naplók, krónikák)
- a nyilvánosságnak szánt írásos dokumentumok (könyvek, újságcikkek)
- okiratok (jegyzőkönyvek, periratok, adókönyvek)
- nyilvános statisztikák

A dokumentumok e felbontáson túl is sokfélék lehetnek, a kutatásban ezeket különféle célokra és különféle módokon használják. A történész okiratokat, a pszichológus pszichoterápiai interjúk jegyzőkönyveit elemezheti. A kommunikációkutatás az újságok híryanagát használja fel, hogy leírhasa, mekkora hangsúlyt kapnak a történések a tömegkommunikáció tartalmában. Dokumentumként definiálhatók az emberi tevékenység vagy viselkedés kifejező jellegű termékei. Az emberi tevékenység mindig valamilyen környezetben történik, ezért a dokumentum, mint a viselkedés terméke, a környezet része, elsősorban a szellemi légkör része. Ez a meghatározás a dokumentumról tehát azt állítja, hogy tartalma függ annak a környezetnek a tényezőitől, amellyel létrehozója kapcsolatban van, és függ a létrehozóval kapcsolatos tényezőktől is - tartalmukat ezért ilyen tényezők segítségével is megpróbálhatjuk értelmezni.

⁴⁶ Berelson: Content Analysis is Communications Research.

⁴⁷ Antal: A tartalomelemzés alapjai

A dokumentumra ható tényezők szempontjából az alábbiakat kell figyelembe venni:

- *a környezet eseményei* (a környezet eseményei megszabják a hírek határait, meg nem történt dolgokról csak nagyon ritkán szólnak a hírek)
- *a környezet szellemi légköre* (a híradás számára a társadalom által hivatalosan kitűzött célok, vagy normák)
- *hírkínálat* (egy újság hírtartalma nagyrészt attól függ, mit kínálnak a hírügynökségek, és milyen hírügynökséggel van kapcsolata a szerkesztőségnek)
- *az újság kiadói politikája és célja* (a kiadói vállalkozással kapcsolatos tényező)
- *a szerkesztők felfogása a hírekről* (milyen eseményeket tartanak a szerkesztők hírértékűnek)
- *a szerkesztők vélekedése az újság olvasóiról* (az olvasói összetétel befolyásolja a hírválasztást).

Tartalomelemzéssel leírható, hogy mit tartalmaz a dokumentum, milyen dolgokat érint, milyen módon mutatja be a dolgokat, hogyan viszonyulnak benne különféle dolgokhoz, milyen a tartalmi felépítésük. Ennek a tartalmi leírásnak egyik módszere az összehasonlítás lehet:

- *trend összehasonlítás* (ugyanazon előállító által, különböző időkben létrehozott dokumentumok tartalmi sajátosságait hasonlítják össze egymással)
- *az adók összehasonlítása* (különböző adók dokumentumainak tartalmi sajátosságait hasonlítják össze)
- *környezet összehasonlítások* (különböző kultúrák által létrehozott dokumentumok tartalmi sajátosságait vetik egybe)
- *eszközalapú összehasonlítások* (különböző eszközök által közvetített dokumentumok tartalmi sajátosságait hasonlítják össze)
- *közönségalapú összehasonlítások* (különböző célközönségnek szánt dokumentumok tartalmi sajátosságait hasonlítják össze)
- *a tartalom összehasonlítása a normákkal vagy ideálokkal* (a vizsgálandó anyag tartalmát valamilyen, a tartalom számára föllátható normákkal összehasonlítva írják le)
- *a tartalom összehasonlítása a valóság eseményeivel* (amikor a valóságról szóló tartalmat az igazán megtörténttel összehasonlítva írják le)

Krippendorff meghatározásában „*A tartalomelemzés olyan kutatási technika, amelynek segítségével adatokból a kontextusaikra vonatkozóan megismételhető és érvényes következtetéseket vonhatunk le*”.⁴⁸ Ez érvényesül akkor, amikor a történészek megkísérik a dokumentumokból kikövetkeztetni az eseményeket, és tartalomelemzéssel foglalkoznak úgy, hogy a dokumentumokat belehelyezik a megfelelő történelmi kontextusba. A szerző a tartalomelemzést alkalmasnak tartja a közlemények szimbolikus jelentésének feltárására, bár felhívja a figyelmet arra is, hogy a közlemény jelentése függ a kommunikáció résztvevőjétől is. A médiatartalom legérdekesebb aspektusai nem a nyílt üzenetek, hanem a médiaszövegekben jelen lévő, többnyire rejtett és bizonytalan jelentések sokasága.

A médiatartalom vizsgálatát meghatározó fő motívumokat nyolc pontban foglalhatók össze:

1. a médiatermés leírása és összehasonlítása (a tömegkommunikáció vizsgálatában a változás értékeléséhez vagy a teljesítmény bírálatához jellemezni kell az egyes médiumok tartalmát).
2. a média összehasonlítása a társadalmi valósággal (a médiakutatás visszatérő kérdése, vajon a médiatartalom tükrözi-e, és tükröznie kell-e a társadalmi valóságot, és ha igen melyik valóságot, kinek a valóságát).
3. a médiatartalom, mint a társadalmi és kulturális értékek és meggyőződések tükrözése (egy-egy álláspontok a médiatartalmat egy meghatározott idő és tér, vagy társadalmi csoport értékei és meggyőződései megnyilatkozásának tekintik).
4. a média funkciói és hatása (egy tartalom önmagában nem tekinthető a hatás bizonyítékának, a hatásokat mégis nehéz a tartalomra való hivatkozás nélkül vizsgálni).
5. a médiateljesítmény értékelése (a tartalomelemzés célja lehet a média bizonyos kritériumok szerinti minőségének kutatása)
6. a szervezeti elfogultság - torzítás - vizsgálata (a hivatalos hírforrásoktól való függőség és a tartalom alkalmazkodása a fennálló hatalomhoz)
7. közönségelemzés (a közönséget részben mindig a médiatartalom határozza meg, ezért nem vizsgálható a tartalom elemzése nélkül)
8. műfaji, szöveg és diskurzuselemzési kérdések (itt maga a szöveg a vizsgálat tárgya, s cél annak megértése, a szöveg hogyan működik, hogyan éri el a szerzők és olvasók által kívánt hatást).

⁴⁸ Krippendorff: A tartalomelemzés módszerének alapjai

A műfaj fogalma kiemelt fontosságú a tartalomelemzésben. A műfaj lényeges eszköz a médiatartalom vizsgálatában, mivel olyan szervező keretrendszert ad, melyben kezelhető a hatalmas tömegű médiakínálat, utat kínál annak megértéséhez, hogyan építhető fel a jelentés a hallgatói olvasói tapasztalatokból. A hírműfaj - hosszú története és a médiában betöltött központi szerepe miatt - különleges figyelmet érdemel a médiatartalom tárgyalásakor, mert egy olyan központi műfaj, amely szerint az újságíró szakma meghatározza önmagát. A hír jelenti azt az összetevőt, amely a hírlapot más nyomtatott médiumoktól megkülönbözteti, és gyakran különleges státust vagy védettséget vív ki számára a társadalomban. A médiainstítúciók nem létezhetnek hír nélkül, s a hír sem létezne a médiumok nélkül. A modern magyar műfajismeret megalkotója hazánkban Bernáth László, aki a műfajokat az iskolai sorvezetőhöz hasonlítja. Az eszköz feladata, hogy sima papírlapra írt szövegeket rendezettnek, gondozottnak, egyenletesnek mutassa. A műfaj kijelöli az írás határait, keretét, némiképp szerkezetét is. A műfaj a műalkotások forma-tartalmi sajátosságok alapján létrehozott osztályozási egysége. Ez alapján az alábbi műfajcsoportokat alkothatók:

- *Tájékoztató* (hír, tudósítás, nyilatkozat, interjú)
- *Riport* (elemző, tényfeltáró, szociografikus, irodalmi)
- *Publicisztika* (kommentár, jegyzet, glossza, karcolat, tárca, kritika, esszé)

A sajtótudomány, a médiaelmélet egyik legbonyolultabb kérdése a tartalom és a műfaj viszonya. Irodalmi példákból egyértelmű, hogy ugyanaz a téma - egy tragikus szerelmi történet - megírható novellában, regényben és színműben is. Ezzel együtt más lesz a történet előadásmódja, drámai feszültsége az egyikben és a másikban. A választott műfaj - mivel az előadásmód erősen befolyásolja - visszahat a tartalomra. A műfajok egyfajta kódrendszerként funkcionálnak a tájékoztató és a tájékoztatott viszonyában.

Elektronikus sajtó elemzése esetén figyelemmel kell lenni arra, hogy a zene, a szignál, a hangok beállítják a néző hangulatát, a televíziós műsorvezető öltözködése, metakommunikációja pedig tovább befolyásolja a tartalom megértését. Az újságírói szakmai rutin szerint a televíziós hírek megértésében 80%-ban a kép, és csak 20%-ban a textus adja a hír tartalmának megjegyzését. A televíziós hír alig több egy percnél, amely csupán 10-12 írott sor. Az eseményeket, a szereplőket a feldolgozás során leegyszerűsítik, megfosztják jellegzetességeiktől. A társadalmi folyamatoknak csak egy-egy kitüntetett - könnyen ábrázolható - eleméről

esik szó, például nevekről és adatokról, amelyek gyakran akadályozzák a befogadói értelmezést. A szavak számának csökkenését a televízió a képi jelentéssel pótolja. A nézői figyelem arra irányul, ami éppen történik, nem pedig az okokra és indítékokra vagy a lehetséges következményekre. Külön kutatás témája lehetne a televíziós hírekben előforduló metakommunikációs jelek és a kép elemzése.

A tömegkommunikációs információ mindig szerkesztett információ, tehát az élőbeszédnél vagy a közvetlen emberi kommunikációnál nagyobb mértékben előre megtervezték, és csak többszörös, többszemélyes ellenőrzés után kerül be a tömegkommunikáció csatornáiba.

A tartalomelemzés két fő típusa különböző elemek megértése alkalmas:

- *A kvantitatív tartalomelemzés* - amely mennyiségeket, jelentéstartalmi változásokat számol össze - elsősorban arra alkalmas, hogy az egyes újságok, újságírók sajátos stílusjegyeit értelmezzük, és értsük meg.
- *A kvalitatív tartalomelemzéssel* pedig összetett tartalmi szerkezetek vagy szóhasználati jellegzetességek tanulmányozhatók. A tartalomelemző a vizsgálat lefolytatásával ugyanazt cselekszi, amit az olvasó amúgy is végez, csak nagyfokú tudatossággal, rendszerezettséggel, és egyértelmű fogalmi kategóriákkal.

A tartalomelemzés típusait és alkalmazásának módját több szerző is meghatározta és osztályozta. Ezeket összefoglalva 13 alkalmazási területet lehetséges:

1. a kommunikációs tartalomban lévő trendek leírása,
2. a tudományosság fejlődésének kimutatása,
3. a kommunikáció tartalmában lévő nemzetközi eltérések feltárása,
4. a médiumok vagy a kommunikáció szintjeinek összehasonlítása,
5. a kommunikáció tartalmának az egyének vagy csoportok pszichológiai állapotának kimutatása,
6. a kommunikációs anyagok olvashatóságának mérése, stilisztikai jellemzők feltárása,
7. a kommunikátorok szándékainak és egyéb jellemzőinek kimutatása, az ellenvetések oldaláról való ellenőrzése,
8. a kommunikációs standardok megszerkesztése és alkalmazása,

9. a technikai vizsgálati eljárások támogatása, a propagandamódszerek leleplezése,
10. a különböző népcsoportok attitűdjeinek, érdeklődésének és értékeinek kimutatása,
11. a politikai és katonai hírszerzés biztosítása,
12. a figyelem középpontjának feltárása,
13. a kommunikációra adott viselkedési reakciók leírása.

A tartalomelemzés egy lehetséges felosztása még: pragmatikus, szisztematikus és jelhordozó elemzés. A pragmatikus elemzés a feltételezhető okok és jelentések, a szemantikai elemzés a jelentéstartalom, a jelhordozó elemzés pedig a jelzések pszichofizikai sajátosságai szerint osztályozza a jeleket. Egy újabb csoportosítás szerint csak két fő típust különböztethetünk meg:

- *pragmatikus tartalomelemzés*: okaik vagy hatásaik alapján osztályozzuk az adatokat, információkat (pl. hányszor említenek a szövegben olyasmit, amely pozitív hatást kelt az olvasóban),
- *szemantikai tartalomelemzés*: a jelentéstartalom szerint osztályozza a jeleket, adatokat. Lehet: megnevezés analízis, azaz hányszor említenek egy szövegben bizonyos dolgokat, attribúció analízis, azaz milyen gyakran utalnak bizonyos jellemvonásokra; kijelentés analízis, azaz egy bizonyos dolgot milyen gyakran jellemeznek egy meghatározott módon.

A tartalomelemzés három fő cél szempontjából vizsgálható:

- leírni a kommunikáció jellemzőit (mit, hogyan és kinek mondtak valamit),
- következtetéseket levonni a kommunikáció előzményeivel kapcsolatban (miért mondtak valamit),
- következtetéseket levonni a kommunikáció hatásaival kapcsolatban (milyen hatása volt a közlteknek).

A tartalomelemzés tárgyául szóba jöhetnek könyvek, képeslapok, újságok, dalok, festmények, törvények és alkotmányok, de különösen alkalmas arra, hogy választ adjon a kommunikációkutatás klasszikus kérdésére: ki, mit

mond, kinek, miért, hogyan és milyen hatással. A korszerű tartalomelemzés arra a feltevésre épül, hogy a leplezett vagy rejtett jelentések a legjelentősebbek, és ezeket nem lehet közvetlenül kiolvasni egy kvantitatív elemzés számadatiból. A szövegbeli elemeknek tehát nemcsak a gyakoriságával, hanem kapcsolataikkal és összefüggéseikkel is számolni kell, és meg kell figyelni azt is, mi hiányzik. Fel kell ismerni és meg kell érteni azt a sajátos diskurzust, amelyet a szövegben kódoltak.

A XX. század végén a tartalomelemzést végző kutatók már többet vártak el a tartalomtól, mint a meglévő vagy rejtett tartalmak kimutatásának lehetőségét. Egyre elterjedtebbé vált a politikai nyilatkozatok, dokumentumok vizsgálata, s a kutatás az igazságtartalom keresésének irányába fordult. A század végének új tartalomelemzése a diskurzuselemzés elnevezést kapta, és a szakpolitikai tudományok legjelentősebb irányzatává vált. A diskurzuselemzés azon az elven alapszik, hogy a nyelv - mint médium - az igazságot nem csupán kifejezi, vagy visszatükrözi. Sokkal inkább arról van szó, hogy a nyelv az egyetlen olyan eszköz, amellyel az ember megteremt és kifejezi szubjektivitását, társadalmi tevékenységet fejleszt és gyakorol, hatalmi helyzeteket próbálhat ki és erősíthet meg. A diskurzuselemzés az ezredfordulóra a politikatudomány egy új, befolyásos irányzatává vált. A diskurzuselemzés nemcsak az igazságot keresi, hanem azt is vizsgálja: ki állítja magáról, hogy az igazság birtokában van, és állításait hogyan próbálja meg nyílt vagy rejtett narratívákkal igazolni. A diskurzuselemzés alkalmas a politikai alkotmányok erkölcsi alapjainak és reformjainak vizsgálatára, a demokrácia működésének, az emberi jogok helyzetének és a politikai viselkedés helyzetének vizsgálatára.

Nagy terjedelmű közlések vizsgálatakor lehetetlen minden egyes elemet figyelembe és számba venni. A tartalomelemzésekben a mennyiségeknek legalább három különböző eredetük lehet:

- Először is származhatnak az ismétlődő előfordulások megszámlálásából. Ez összekapcsol egy mennyiséget az azonos adatrögzítési egységek egy osztályával.
- Másodsor az olyan mérték, mint egy cikk hasábszélessége, az egyik adatrögzítési egység leírójává válhat.
- Harmadsor az olyan mértékek, mint a példányszám egy egész mintavételi egységgel vannak kapcsolatban.

Szembekerülve az irdatlan mennyiséggel, tartalomelemzés megkezdése előtt döntést kell hozni: ha a releváns anyag túl terjedelmes, akkor olyan mintát kell kiválasztania, amely elég nagy ahhoz, hogy tartalmazza a lényeges információkat, de elég kicsi ahhoz, hogy elemezni lehessen. A mintavétel lehetséges módjait több kutató közel azonos módon határozta meg, ez alapján a mintavétel típusai:

- *véletlen minta*: ha semmiféle előzetes ismeretünk nincs a jelenségről, akkor az egyszerű véletlen mintát előírányzó mintavételi terv az összes olyan releváns egység (újságpéldányok, dokumentumok, beszédek) lajstromba vételét tartalmazza, amelyekkel kapcsolatban általánosításokat kívánunk megtenni,
- *rétegzett mintavétel*: abból indul ki, hogy több, egymástól különböző alpopuláció létezik egy populáción belül, minden egyes mintavételi egység csupán egy réteghez tartozik; az újságokat terjesztési körzetük, megjelenési gyakoriságuk, vagy az olvasóközönség összetétele alapján is lehet rétegezni,
- *szisztematikus mintavétel*: egy lista minden k-ik egységét beválasztjuk a mintába, miután meghatároztuk a sorozat kiindulópontját,
- *klaszteres mintavétel*: az elemek csoportjait tekinti mintavételi egységnek, egy valamilyen csoportnak a kiválasztása annak minden elemét beviszi a mintába,
- *változó valószínűségű mintavétel*: minden egység számára egy priori kritérium szabja meg a mintába való bekerülés valószínűségét,
- *lépcsőzetes mintavétel*: egymás után több mintavételi eljárást is alkalmaznak.

A társadalomkutatásokban alkalmazott valamennyi mintavételi eljárás alkalmazható a tartalomelemzésben is. Használható tehát a véletlen mintavétel, a szisztematikus mintavétel, a rétegzett és a csoportos mintavétel is. A választásban az elemzési egység, és az ezekhez szükséges megfelelő megfigyelések meghatározása a döntő. Írott szöveg esetén a mintavétel lehetséges szintjei: szavak, kifejezések, mondatok, bekezdések, alfejezetek, ill. a releváns szöveggörnyezet. A mintaválasztáskor azt is figyelembe kell venni, hogy a kutatás eredményeinek általánosíthatónak kell lenniük, és a mintának a lehető legpontosabban kell képviselnie az alapsoportot. Ilyen mintához csak akkor juthat a kutató, ha valamilyen véletlenszerű kiválasztáson alapuló módszert használ. A véletlenszerű kiválasztás

módszere szerint az alcsoport tagjai helyett identifikálhatók mindazok az újságok, amelyek a kutatási idő alatt megjelentek, s identifikálhatók az egy adott témával kapcsolatos összes cikkek. Ha ebből túl sok van, akkor a véletlenszerű kiválasztáshoz lehet folyamodni.

A kutatási anyag válogatásánál szempont lehet az alapsoport megfontoláson alapuló korlátozása is. Az alapsoport szűkíthető az idő szempontjából is. Előre megítélhető, hogy az újságírás a kutatási időnek bizonyos szakaszaira koncentrálódik, a kutatás alapsoportjául választhatók az összes ilyen szakaszban megjelenő cikkek. A következő lépés ennek az anyagnak identifikálása és nyilvántartásba vétele. Ha megvan az anyag nagysága, akkor abból kell eldönteni, hogy szükséges-e a véletlenszerű kiválasztás. Az alapanyag megfontolással még egy módon korlátozható. Alapsoportnak választható az adott témával kapcsolatos bizonyos típusú újságcikk, például a vezércikk. Ekkor a kutatás alapsoportja a vezércikkekre való szűkítést jelenti, amit az alapoz meg, hogy az egyéb cikkekben az újságok világosabban kifejezésre juttatják a különféle dolgokkal kapcsolatos azon álláspontjukat, amelyet a vezércikkben megfogalmaztak, és a kutatás problémája éppen az újságok álláspontjának tisztázása, amelyet a vezércikk tömören tükröz. A mintavételezéssel kapcsolatban lényeges, hogy az a kutató, aki a kommunikáció bármely aspektusának leírásával foglalkozik, nem térhet ki a vizsgálandó anyag szelektálása elől. A kommunikáció ugyanis a társadalom egész életének minden megnyilvánulását olyan tömeges méretben hatja át, hogy gyakorlati szükségszerűség a releváns forrásanyag szelektálása.

A minta kiválasztása egy hármas mintavétel eredménye lehet:

1. *A forrás kiválasztása* - egy adott időszakból kiválasztunk néhány lapot.
2. *A dokumentumok kiválasztása* - a kiválasztott újságokból kiválasztunk bizonyos cikkeket.
3. *A dokumentumok releváns szakaszainak, részeinek kiválasztása* - azoké, amelyek a téma szempontjából tényleges és tárgyhoz tartozó megállapításokat tartalmaznak.

A minta nagyságának megválasztásakor a megválaszolandó kérdések természete, az adatok természete, és a válasz pontosságának fontossága kell, hogy a döntő érv legyen.

A tartalomelemzés gyakorlata

A tartalomelemzés alapvető műveleti sorrendjét a következőképpen lehet meghatározni:

1. A tartalmi sokaság vagy minta kiválasztása.
2. A vizsgálat céljából releváns külső referensek kategóriarendszerének kialakítása.
3. A tartalom elemzési egységének kiválasztása (lehet szó, mondat, hír, egy egész tudósítás, kép, képsor).
4. Kísérlet a tartalom kategóriarendszerbe illesztésére: a vonatkozó utalások választott tartalmi egységenkénti gyakoriságának megszámlálása.
5. Az eredmények kifejezése a teljes sokaság vagy választott tartalom minta általános megoszlásaként a keresett referensek előfordulási gyakorisága szerint.

A tartalomelemzés egyszerűbben két munkafázisra bontható:

- *Az első, kódolási fázisban* a szövegek kódolása történik, tehát a szimbólumokat, szavakat, mondatokat, stb. előre megállapított kategóriákba kell sorolni. Csak olyan szavakat lehet kódolni, amelyek a szövegben ténylegesen is manifesztálódnak, amelyek így mérhető egységgé alakíthatók. A tartalomelemzés megbízhatósága és érvényessége a jól megalkotott kategóriákon múlik, a találmra felépített kategóriák érdektelen, vagy alacsony minőségű kutatási eredményre vezetnek. Legelterjedtebbek az érték kategóriák, amelyek fiziológiai-, szociális-, egoisztikus-, játékos-, gyakorlati-, és kognitív érték kategóriákat állítanak fel. A megfelelő kategóriák megalkotását kategória-szótárak segítik.
- *A második fázisban* kerül sor az első szakaszban nyert mennyiségi eredmények értelmezésére, magyarázatára, az összefüggések feltárására. Ebben a szakaszban tartalmi mutatóvá válhat valaminek a hiánya. Abból, hogy egy dokumentumban nem szerepel egy olyan szimbólum, amely ott elvárható, már következtetéseket lehet levonni. Egy nem

manifesztálódott jelenség ezzel új kontextusba helyezi a vizsgált tartalmat.

A kategorizálást segítheti még a Stanfordi Politikai Szótár, amely az egyes szavakat intenzitása szerint skálázza is. A skálázás az egyes kijelentéseket három alapvető dimenzió: pozitív-negatív, erős-gyenge, aktív-passzív mentén osztályozza, és minden egyes dimenzióon belül egy hétpontos skálavalemelyik pontját kell megjelölni attól függően, hogy a kérdéses dimenziót milyen határozottan képviselik. Az elkészült szótárak azonban nem képesek lefedni teljes egészében a társadalmi valóságot tükröző információk tartalmát, ezért annak a kutatónak, aki a meglévő szótárakat nem tudja használni, vizsgálatához maga kell, hogy megtervezze saját kategóriarendszerét, kategória-szótárt kell készítenie; el kell döntenie, hogy a kódolás során bizonyos szavakat melyik konkrét kategória képviselőjének tekinti.

A III. Harvardi Pszichológiai Szótárban - amelyben 83 kategóriában 3500 osztályozott szó van - a kategóriák fő elemei a következők:

- szociális világ
- kulturális világ
- természeti világ
- minősítők
- pszichológiai folyamatok
- viselkedési folyamatok
- intézményi keretek
- státus ismérvek
- pszichológiai témák

A tartalomelemzés elvégzésekor hét komponens tartunk fontosnak:

1. adatkészítés (információhordozó, reprezentatív, tartós adatot kell választani)
2. egységmeghatározás (a vizsgálandó jelenségegyüttest különálló elemzési egységekre kell bontani)
3. mintavétel (a kezelhetetlen nagyszámú mintából vételezni kell)
4. adatrögzítés (minden egységet elemezhető formában kell kódolni és leírni)
5. adatredukció (az elemzési technika számára megfelelő formába kell önteni az adatokat)
6. következtetés
7. elemzés (az adatok összesítése és az összefüggések feltárása).

Arra a kérdésre, hogy mit tartalmaz egy adott újság egy bizonyos időben, elvileg két különböző módon kereshetjük a választ. Az egyiket szavakkal történő leíró, a másikat pedig statisztikai leíró módszernek nevezhetjük. A szavakkal történő leírásban a kutató először el kell, hogy olvassa a vizsgálandó újság számait, s ezzel egy általános képet alkotna azok tartalmáról. Erre az általános képre támaszkodva kell leírni a kutatási beszámolóban a tartalmat és a benne tükröződő változásokat. Ezt a módszert akkor használják, amikor meghatározott időre vonatkozó újságcikkek, vagy nyilvános viták tartalmát írják le. A statisztikai leíró módszer alkalmazása esetén az első feladat szintén a kutatási anyagban való tájékozódás. Ezekre támaszkodva kell kialakítani a tartalomosztályokat, amelyek lehetnek pl. külföldi hírek, hazai hírek, belföldi hírek, stb. A főbb osztályokat tovább lehet bontani alosztályokra: mely országokban történt az esemény, milyen esemény történt. A kutatás megkezdése előtt az osztályok elemeit a lehető leghiánytalanabbul fel kell sorolni, az egymáshoz közeliakat egyesíteni. Ezt követi annak megszámlálása, hogy melyik tárgyi osztályhoz hány cikk tartozik. Az eredményeket számokban kell leírni, és ezekre támaszkodva lehet megrajzolni a különféle tárgyú írások mennyiségi változására jellemző görbéket. A módszer megválasztását az megszabja, hogy a tartalom egyáltalán vizsgálható-e statisztikailag, lehet-e olyan kritériumokat találni, amelyekkel az osztályok kialakíthatók.

Lehota⁴⁹ szerint a modern tartalomelemzések kvalitatív jellegűek, amelyekben a kategóriarendszer a vizsgálat folyamán is bővíthet, ezért hármas tartalomelemzési munkafázist javasol:

- *Az első fázis a kódolás szakasza*, amelyben a kódolás nem előre meghatározott kategóriák szerint történik, hanem ezek az elemzés folyamatában alakulnak ki
- *A második fázis az elemzés*, amelyben az előfordulási gyakoriságot, az együttes előfordulást vizsgáljuk.
- *A harmadik fázis az értelmezés*, amely a tendenciaszerű együttes előfordulások alapján a szövegbeli törvényszerűségekre lehet következtetni.

Az ilyen, kvalitatív tartalomelemzés az elemzési egységek kétszeri átolvasását jelenti, amelyben az első olvasásban a kutató „engedi magára hatni” az adott szöveget, hogy megfelelő kategóriákat alakíthasson ki.

⁴⁹ Lehota J.: Marketingkutató az agrárgazdaságban

A kategorizálás végső célja az, hogy a közlemények igen nagyszámú elemét viszonylag kevés számú elemre, kategóriára csökkentsük. Ezzel az egyszerűsítő művelettel a szöveg már átláthatóvá, rendezetté válik, az elemzés ezeken az elemeken már elvégezhető. A szerző szerint a kategóriáknak két típusa különböztethető meg:

- előre meghatározott kategóriák
- a vizsgálat során kibontakozó kategóriák.

Ezzel a módszerrel a rejtett, nem tudatos, lappangó jelentések, igények és motivációk is jól kutathatók.

A tartalomvizsgálatkor a médiaszöveg információértéke több különböző módon mérhető. A legegyszerűbb megközelítés a szövegbeli tények megszámlálása. Egy másik lehetőség az olvashatóság mérése, ami a redundancia mérésével azonos: a hír olvasottabb, ha nagyobb a redundancia. A kísérletek azt támasztották alá, minél kevesebb információt tartalmaz a szöveg, annál könnyebb olvasni és megérteni. Mérhető még a szövegek sokszínűsége, az információáramlás mennyisége. Az egyik legfontosabb elvárás a médiatartalommal szemben, hogy az intézményi és szervezeti kényszerek dacára a szabad kifejezés szellemiségét tükrözze és testesítse meg. Tartalomelemzéssel ez is mérhető, mert a tartalom több aspektusa a több-kevesebb szabadság jelzéseként azonosítható.

A szabadság után a sokszínűség a másik legfontosabb elvárás a médiatartalommal szemben, amely lényegében három fő jellemzőre utal:

- széles választék a közönségcsoportok számára
- sok, és különféle hozzáférési mód
- a társadalmi tapasztalatok tarka valóságának hű vagy elfogadható tükrözése.

A tartalomelemzés végrehajtásakor legfontosabb a leplezett vagy rejtett jelentések megkeresése, amelyek nem olvashatók le közvetlenül a számadatokból. Ezért a szövegbeli elemeknek nemcsak a gyakoriságával, hanem kapcsolataikkal és összefüggéseikkel is számolni kell, és meg kell vizsgálni azt is, hogy mi az ami hiányzik, és mi az amit biztosra vesznek.

A tartalomelemzés két fő típusa az alábbiakban összegezhető:

Az üzenettartalom elemzése	Strukturális szövegelemzés
kvantitatív töredékes szisztematikus általánosító manifeszt jelentés objektív	kvalitatív holisztikus szelektív szemléletes latens jelentés olvasóhoz viszonyított

A tartalomelemzés során a kutató a szóbeli vagy írásbeli szöveget kvantifikálhatóvá, mérhetővé, elemezhetővé kell, hogy alakítsa. Ehhez többször végig kell olvasni az anyagot, és ki kell gyűjteni a speciális állításokat, a témákat, s ezeket vizsgálati kategóriákká kell alakítani. Ezt követően az újbóli olvasás során számolni, ill. kódolni kell a kategória előfordulását, és gyakoriságot kell képezni. Ezt már lehet elemezni (pl. korrelációt számolni az adatok között).

Áttekintve a tartalomelemzés elméletét az a következtetés vonható le, hogy a nagy mennyiségben, nagy gyakorisággal megjelenő tartalmak különös jelentőségre tesznek szert: fontosabbnak, jelentékenyebbnek, meghatározóbbnak tűnnek, mint a kisebb mennyiségben előforduló tartalmak, következtetésképpen az adott társadalmi-kulturális kontextusban élő egyének figyelmét is jobban magukra vonják. Ezzel együtt a médiatartalom legérdekesebb aspektusai mégsem a nyílt üzenetek, hanem a szövegekben jelen lévő többnyire rejtett jelentések sokasága. A tartalomelemzés modern definíciói egységesek abban, hogy a kvalitatív és kvantitatív módszertant összefüggésükben kezelik, és a vizsgálatokban a két elem együttes, ill. összekapcsolt megjelenését fogalmazzák meg. A korszerű tartalomelemzés ugyanis még abban az esetben is hordoz magában kvalitatív elemeket, amikor a vizsgálati technika látszólag csupán annak megszámlálásából áll, hogy egy adott kategória az elemzett közlésekben hányszor fordult elő. Önmagában véve már annak eldöntése, hogy milyen kategóriákat választunk, milyen kódrendszert állítunk fel a tartalomelemzésben, eleve egy kvalitatív feladat, amely újabb minőségi elemmel egészül ki az eredmények értékelésekor és megfogalmazásakor. A tartalomelemzés eljárása során szem előtt kell tartani annak megbízhatóságát és érvényességét. Ennek figyelembevételével kell összeállítani azoknak a

releváns dokumentumoknak a listáját, amelyekből a minta választható, s amelyekre vonatkozóan a vizsgálat végén a megállapítások kimondhatók. A tartalomelemzés eredménye maga is egy új szöveg, amelynek jelentése eltérhet az eredeti forrásanyagtól. Ez az eredmény a tartalom olvasatának olyan formájára épül, amelyre természetes körülmények között a valódi olvasó nem vállalkozik. A tartalomelemzés több tudományt átfogó, a társadalomtudományokban fontos kutatási technikaként használt interdiszciplináris módszer. A módszer tudományosságának egyik bizonyítékát az adja, hogy a tartalomelemzés módszeres és objektív eljárás, amelyben a megfelelően kialakított kódolás mellett egy másik kutató ugyanezen kódokkal történő vizsgálata hasonló eredményekre jut. A tartalomelemzés nem beavatkozó technika; viszonylag tagolatlan szimbolikus kommunikációkat adatokként fogad el, egy meg nem figyelhető jelenségekört a vele kapcsolatban álló adatközvetítőn keresztül képes elemezni, függetlenül attól, hogy verbális nyelv szerepel-e a dologban.

A szervezetek és az információ

A szervezettel kapcsolatos információk egyik legismertebb módszere a médiafigyelés, amely alatt a sajtópublikációk tudatos figyelését, rendszerezését, dokumentálását értjük. A sajtófigyelésnek kettős szempontot kell követnie. Egyrészt összegyűjti a szervezetre vonatkozó, vagy azt közvetlenül érintő közleményeket, másrészt figyelemmel kíséri a szervezet érdekei szempontjából fontos változásokat.

A sajtófigyelés a paradigmaváltás korát éli. Még a legutóbbi évekig is a megrendelt újság és az olló volt a fő kellék, amelyek segítségével a kivágott és papírra felragasztott újságcikkek jelentették a figyelést, s vele együtt az archiválást. A fénymásoló és a szkennel felváltotta az ollót, az archiválás egyszerűbbé vált, bár a szükséges időráfordítás csupán kis mértékben csökkent. Ebben a papírlapú újságfigyelési rendszerben a szervezet erre alkalmazott munkatársa a kora reggeli órákban átböngészi az újságokat, elkészíti a napi sajtószemlét, jó esetben megjegyzéseket fűz, esetleg színes kiemelővel hívja fel főnöke figyelmét a legfontosabb részletekre. Változást hozott a sajtófigyelés rendszerében az on-line újságírás. A kizárólag on-line tartalommal megjelenő orgánumokon kívül a legtöbb médium a saját honlapján is megjeleníti cikkeinek teljes vagy kivonatos tartalmát. A tartalom aktív szöveggként jelenik meg, ami lehetővé teszi a kulcsszavas keresést. Az adatbázis-kereső rendszerek előnye, hogy már nemcsak az írott sajtó szemlézhető, hanem a média teljes kínálata.

A technikai változások ellenére a szervezeteknek csupán kisebb része jut túl a hagyományos sajtófigyelésen. A már-már korlátlan lehetőségek ellenére a sajtóval foglalkozó munkatársak többségétől csupán a cikkek és tartalmak összegyűjtését, egy fénymásolat csomagot várnak el, amely montírozva tartalmazza a nyomtatott és elektronikus formában fellelhető közleményeket. Az igényes munkatársak persze ügyelnek a megjelenésre, elkészítenek egy „sajtókép-jelentést”. Az ilyen összesítés meghatározott időközönként összefűzve tartalmazza az összes megjelent sajtóanyag másolatát, borítóján pedig egy olyan összesítő lista olvasható, amely felsorolja az összes közleményt, megjelölve a megjelenés helyét, idejét, szerzőjét. A szkanner felhasználásával ebből az anyagból digitális változat is készülhet.

A sajtódokumentációt, sajtókép-jelentést azonban követni kellene a szervezet által felállított szempontrendszer szerinti médiaelemzésnek, amely a fellelhető információk alapján von le megfelelő következtetéseket. A sajtófigyelésből származó információáradatból tudást előállítani azonban nem kis feladat, és sok szakember számára nem járható út. Az elemzésből származó információknak pedig haszna és szerep van a szervezetben:

- Tervezés stratégia
- Versenytársak figyelése
- Marketing: a piac igényeinek kutatása
- Konkurensok hirdetései figyelése
- A szervezetet közvetve vagy közvetlenül érintő események feltérképezése
- Egy esemény média-megjelenésének figyelése
- Információszerzés egy fontos témáról

Az összegyűjtött anyagok jelentős szerepet játszanak a PR stratégia alakításában, a döntés-előkészítésben. A médiaelemzés célja határozza meg a vizsgálati szempontokat, amelyek a következők lehetnek:

- Milyen a média hozzáállása egy adott témához, mely médiumok esetén kell erősíteni a sajtókapcsolatokat?
- Tematizálás: milyen témákat tárgyalnak leggyakrabban a médiumok, melyeket hagynak figyelmen kívül?
- Forrás: hírügynökségi vagy önálló írásról van-e szó, mekkora a szervezet által eljuttatott anyagok aránya?

- Megítélés: a cikkek pozitív, negatív, vagy semleges hangnemben tárgyalják a szervezetet érintő témákat?
- Sajtóanyagok típusa: számbeli és felületi arányok, műfaji különbözőségek
- Sajtószervek típusa: országos, ill. helyi orgánumok szerinti megoszlás

Ezen vizsgálati szempontok szerint következtetéseket vonhat le a szervezet arról, mely médiumok foglalkoznak rendszeresen a számára fontos témákkal, milyen a hozzáállásuk a szervezethez. Mindezek alapján stratégia alkotható arról, hogyan kell módosítani az információáramoltatást, átfogalmazható a kommunikációs terv. A megtervezett sajtófigyelés akkor kap értelmet, ha azt megfelelő tartalomelemzés kíséri. A tartalomelemzés olyan megfigyelési technika, amelynek segítségével adatokból a kontextusaikra vonatkozóan megismételhető és érvényes következtetéseket vonhatunk le. Empirikus orientációja, feltáró jellege és szisztematikus feldolgozásmódja előrejelző cézzal egészül ki. A tartalomelemzésben számszerű mutatók segítségével vizsgálható a sajtómegjelenés. Segítségével elemezhető, hogy a szervezet számára fontos témák milyen mértékben és milyen torzulásokkal jelentek meg a médiában.

Az elemzés történhet az adott szervezet vagy a kiválasztott témakör szerint:

A megjelenés vizsgálata:

- A megjelenés időpontja
- A megjelenés forrása (hírügynökség, esemény, közlemény, sajtó forrás)
- A megjelenés műfaja (hírközlés, riport, képes beszámoló)
- Méret
- Szerző
- A téma gyakorisága
- A médium vizsgálata
- A média típusa (napilap, magazin, hetilap, szakmai lap stb.)
- A terjesztés módja (országos vagy helyi orgánum)
- A média célcsoportja

A téma vizsgálata:

- Kontextus (a téma érintettje, milyen összefüggésben esik szó róla)
- Név használata (a szervezet vagy egységeinek említése, konkurensek említése)
- Hivatkozások (a szervezet tagjára, annak véleményére történő hivatkozás)

Szubjektív elemek:

- Megítélés: a cikkek hangneme (pozitív, negatív, semleges)
- Súlyozás: a cikkek tartalmának súlyozása a terjesztés módja szerint

A bölcsészettudományi képzési területeken végzett hallgatók nagy száma helyezkedik el civil szervezeteknél, vagy olyan intézményeknél, amelyek számára a sajtófigyeléssel megszerezhető információ még csak most válik szükségessé. A civil szféra finanszírozási bizonytalansága miatt különösen fontos, hogy szervezetek megnyerjék az állampolgárok jóindulatát. A nonprofit szervezetek számára a sajtószerelés, pontosabban a hatásos sajtószerelés elengedhetetlen eszköze az adománygyűjtésnek. Természetes, hogy a vezetők a legfiatalabb munkatársak között keresik majd azt, aki hatás mérésével összefüggő feladatokat tud végrehajtani. Mindazok számára, akiknek a tartomelemzés fent leírt elméletei nem nyújtanak elég támpontot a gyakorlati munkára, egy roppant leegyszerűsített elemzésen keresztül mutatom be a módszer alapjait.

Foglaljuk össze, miről és hogyan lehet információt gyűjteni:

A vizsgálat célja	Elemzési egység és kategória
Szervezetről, személyről formálódó kép meghatározása	Negatív/pozitív jelentésű szavak előfordulása a szervezettel/személlyel foglalkozó szövegben
Cégek publicitási sorrendjének megállapítása	A cégnevek gyakorisága a szövegekben
Személyek publicitási sorrendjének megállapítása	A személynevek gyakorisága a szövegekben

Ebből a legegyszerűbb sajtófigyelésből információt szerezhethünk arról, milyen képet formál a sajtó szervezetünkről, vagy annak vezetőjéről. Milyen helyet foglal el az ismertségben munkahelyünk, és főnökünk, milyen gyakran említik meg őt az újságcikkekben. Egy ilyen táblázat alapján végzett megfigyelés számadatok rögzítését jelenti, megszámloljuk, pl. hogy egy adott újságban hányszor fordult elő a vizsgált név. Az így megszerezhető információ alapján tudjuk meg azt, hogy az emberek mennyi információt tudnak a szervezetről.

Természetesen a legtöbb cég nem csupán önmagához, hanem a versenytársakhoz képest is meg akarja határozni a helyét. Különösen válsághelyzetben alkalmazható ez a módszer, ha a krízis az ágazatot is érinti. A válság kezelése, a reagálás a sajtóban, üzenetet közvetít szervezetünk belső struktúrájáról, a vezetők képességéről, stb.

Példaként a civil szférát válasszuk, amelyet egy újabb megszorítás súlyosan érint, finanszírozási nehézségek lépnek fel, s két civil szervezet vezetőjét kérdezi meg több országos napilap is arról, hogyan kezelik a helyzetet.

Tételezzük fel, hogy a napi sajtót átvizsgálva és a szervezetre vonatkozó cikkeket összegyűjtve a tartalomelemzés módszere alapján az alábbi adatokat kaptuk:

A vizsgált kategória	Gyakoriságok: 1. szervezet / 2. szervezet
<i>vezetők nevének említése</i>	24/31
<i>vezetőktől szó szerinti idézetek száma</i>	14/26
<i>szervezet álláspontja említésének száma</i>	10/19
<i>csak az egyik fél álláspontjának említése</i>	1/10
<i>névhez kapcsolt negatív töltésű szavak száma</i>	21/9

Milyen következtetéseket lehet levonni az adatokból? A 2. szervezet vezetőjének neve ismertebb lesz az újságolvasók táborában, hiszen többször olvasható a vizsgált cikkekben. Nevének említésén túl jól közvetítette a civil szervezet nevét is a sajtóban, s maguk az újságírók is komolyabb

szereplőnek tekintik, hiszen 10 alkalommal is csak az ő álláspontját kérdezték meg. A nyilatkozatokban a vezető elérte, hogy a krízis ellenére szervezetéhez kevesebb negatív töltésű kifejezés kötődött. Összességében a 2. szervezet jobban kezelte a helyzetet, vezetője feltehetően rutinos nyilatkozó, és profi a válságkezelésben. A válság ellenére szervezetéhez csak kevés negatív tartalom kötődik, az újságolvasók nem szakértő rétegei számára megbízhatóbb, jobb szakértelemmel bíró társaság benyomását kelti.

Az egyszerűbb sajtóelemzések körébe tartozik, ha egy téma kapcsán az adott napon megjelent újságcikkeket hangvételük alapján kategorizáljuk. Előző példánkat nézve vizsgáljuk meg azt, hogy három napilap milyen képet sugároz a cikkek teljes egysége a 2. szervezetről. Ehhez a vizsgálathoz a lapok újságcikkeit nagy figyelemmel kell olvasni, s az elemzési egységnek megfelelően értékelni. Az alábbi kódok alapján számolni és rögzíteni kell a gyakoriságokat, majd az elemzési egységnek és az újságoknak megfelelően összesíteni azokat. Ennek a felosztásnak az alkalmazhatóságát az adja, hogy maguk az újságolvasók is elsősorban benyomásokot szereznek a cikkekből, s hosszú távon nem a cikk tartalma, hanem a hangvétel, a minősítés marad meg az egyénben.

Az alkalmazott kódok: K = kedvező N = negatív S = semleges

Elemzési egység	1. Újság	2. Újság	3. Újság
<i>Cím üzenete</i>	K	N	N
<i>Alcím üzenete</i>	K	S	S
<i>Fotó üzenete</i>	N	N	K
<i>Képaláírás üzenete</i>	K	S	K
<i>Szöveg egészének üzenete</i>	K	N	K
Következtetés	KKK/N	SS/NNN	KKK/S/N

Vizsgáljuk meg, milyen értelmezést adhatunk az adatoknak. A társaság egy téma kapcsán 3 napilapban szerepelt. Az újságok között eltérés mutatkozik abban, ahogyan a témához, ill. a szervezethez közelítenek. Az 1. újság és a 3. újság inkább kedvezően ír, míg a második újságban negatív üzenettartalom értelmezhető. A szervezet szempontjából megoldásként adódhat a

2. újsággal egy jobb sajtókapcsolat kialakítása, a főszerkesztővel, vagy a rovatvezetővel személyes találkozó, a szervezet és a vezetés részletes bemutatása. A táblázat adataiból az olvasható le, hogy a cím és a foto üzenete inkább negatív, mint kedvező. Ennek az olvasóban kialakult kép szempontjából azért van különös jelentősége, mert az újságot olvasók számottevő része a cikkek egy részének csak a címét, és az illusztráló fotót nézi meg, se ebből von le következtetést. Természetesen az adatokat egy adott szervezet esetében újságonként érdemes értelmezni, mert csak kevés olyan ember van, aki naponta több napilapot is elolvas, s ennek alapján formál véleményt.

A tartomelemzés módszerének további részleteiről érdeklődők számára javaslom a Társadalomtudományi Tanulmányok III. kötetében megjelent írásomat,⁵⁰ amelyben újabb példákat találhatnak a módszer gyakorlatáról.

⁵⁰ Móré: A tartomelemzés, mint a szakdolgozatírásban alkalmazható kutatási módszer.

Ajánlott irodalom

- Antal L. (1976): A tartalomelemzés alapjai. Magvető, Budapest, 15. p. 85. p.
- Angelusz R. (1983): Kommunikáló társadalom. Gondolat Bp.
- Bencze L. (2007): Embervoltunk a nyelv. In: Fehér Katalin: Tanulmányok a társadalmi kommunikáció témaköréből. Zsigmond Károly Főiskola Bp.
- Berelson B. (1952): Content Analysis is Communications Research. New York: Free Press. 18. p.
- Bakos (1995): Idegen szavak és kifejezések szótára. Akadémiai Kiadó Bp.
- Béres I.-Horányi Ö. (2001): Társadalmi kommunikáció. Osiris Kiadó Bp.
- Bernáth L. (2000): Műfajismeret. Sajtóház Kiadó, Budapest
- Buda B. (1994): A közvetlen emberi kommunikáció szabályszerűségei. Animula Bp.
- Buzinkay G. (2005): A magyar sajtó története I. - Ráció, Budapest
- Csaba Gy.-Moussin-Kovács E. (1986): A különleges élőlény. Népszava Lap- és Könyvk. Bp.
- Csányi V. (1999): Az emberi természet. Vince Bp.
- Császi L. (2002): A média rítusai. Osiris Bp.
- Derényi A. (2002): Kommunikációs tanulmányok I. Zsigmond Király Főiskola Bp.
- Eigler P. (1991): Le marketing des services. Mc graw P.
- Farkas Z. (1991): Állóháború. In: Magyar Politikai Évkönyv, 1991. 211. p.
- Fehér Katalin: Tanulmányok a társadalmi kommunikáció témaköréből. Zsigmond Károly Főiskola Bp.
- Forgas J. (1989): A társas érintkezés pszichológiája. Gondolat Bp.
- Gálik M. (2000): Médiagazdaságtan. Aula Bp.
- Gerbner G. (2002): A média rejtett üzenete. Osiris Bp.
- Gilgames az agyagtáblák üzenete (2004). Magyar Napló Bp.
- Grétsy L. (1985): Nyelvészet és tömegkommunikáció. Tömegkommunikációs Kutatóközpont, Bp.
- Habermas J. (1985): A kommunikatív cselekvés elmélete. ELTE Bp.
- Hall E. (1980): Rejtett dimenziók. Gondolat Bp.
- Hankiss E. (2002): Új diagnózisok. Osiris Bp.
- Janis I. L. (1965): Language of Politics. Cambridge. MIT Press
- Karinthy F. (1955): Tanár úr kérem. Ifjúsági Könyvkiadó, Bp.
- Karvalics L.: A tájékoztatáspolitikai elvei és gyakorlata. Pártélet 1983/3.
- Kéki B. (1975): Az írás története. Gondolat Bp.
- Kéri L. (2000): Hatalmi kísérletek, Helokin Kiadó, Budapest. 266. p.
- Kotler P. (1991): Marketing management. Műszaki Könyvkiadó Bp.

- Kósa É. (1998): Szemben a képernyővel: Az audiovizuális média hatása a személyiségre, Budapest, Eötvös Kiadó
- Krippendorf K. (1995): A tartalomelemzés módszertanának alapjai. Balassi, Budapest, 22. p.
- Lakatos E.: A tájékoztatás időszerű kérdései. Pártélet 1984/3.
- Lázár J. (2005): A kommunikáció tudománya Balassi Kiadó Bp.
- Lehota J. (2001): Marketingkutató a mezőgazdaságban. Mezőgazda Bp.
- Leydesdorff L. (2007): A kommunikáció szociológiai elmélete. Typotex Bp.
- Luhmann N. (2010): Ökológiai kommunikáció. Gondolat Kiadó Bp.
- McCombs M. E. - SHAW, D. L. (1972): The agenda-setting function of mass media. Public Opinion Quarterly
- McQuail D. (2003): A tömegkommunikáció elmélete. Osiris Bp.
- Mikulás G. (2006): Információból üzleti érték. MIBE Bp.
- Mikulás G. (2003): Az információ és tudáspiac új szereplője az információbróker. Marketing & Menedzsment Bp.
- Móré M. (2010): A tartalomelemzés, mint a szakdolgozatírásban megjelent kutatási módszer. In: Társadalomtudományi tanulmányok III. DEGYFK
- Newcomb T. M.: A kommunikatív aktus. In: Horányi Özséb (szerk.): Kommunikáció I. Budapest, Közgazdasági és Jogi, 1977, 51p.
- Pease A. (1981): Testbeszéd. Park Kiadó Bp.
- Reketye G. (1999): Értékteremtés a marketingben.. Közgazdasági és Jogi Kiadó Bp.
- Róka J. (2002): Kommunikációtan. Századvég Kiadó Bp.
- Sparks C. (1998): Communism, capitalism and the mass media, London, Sage Publications
- Szeles P. (1999): Marketing és kommunikáció. Geomedia Bp.
- Szeles P. (2003): Nagy PR könyv. CD Kiadvány
- Takács A. (1997): Kézikönyv a médiáról civil szervezeteknek. USAID-UWI Bp.
- Tóth P. (2007): A kommunikáció az evolúciós viselkedéstudományok nézőpontjából. In: Béres-Horányi Társadalmi kommunikáció. Osiris Bp. 193-211. pp.
- Vass H. szerk. (1979-1994): A Magyar Szocialista Munkáspárt határozatai és dokumentumai. Kossuth Könyvkiadó Bp.
- Magyar Értelmező Kéziszótár (1972). Akadémiai Kiadó Bp.

DUPress

Kiadta a Debreceni Egyetemi Kiadó Debrecen University Press – www.dupress.hu

Felelős kiadó: Dr. Virágos Márta

Készült a DE sokszorosítóüzemében, 2010-ben

10-503