

MÉDIA–NYILVÁNOSSÁG–KÖZVÉLEMÉNY

BAJOMI-LÁZÁR Péter

Budapesti Gazdasági Főiskola, Társadalmi Kommunikáció Intézeti Tanszék
H-1165 Budapest, Diósy Lajos u. 22–24.; e-mail: bajomilp@gmail.com

Angelusz Róbert–Tardos Róbert–Terestyéni Tamás (szerk.): *Média–nyilvánosság–közvélemény*. A szemelvényeket Berényi Gábor, Kurdi Zoltán, Rohonyi András, Somogyi Ágnes és Torma Péter fordította. Budapest, Gondolat Kiadó, 2007.

A kommunikáció- és médiakutatás első nyelve az angol. Ez egészen a közelmúltig komoly próba elé állította azt az oktatót, aki magyar felsőoktatási intézményben igyekezett szakirodalmat adni hallgatói kezébe. Igaz, a rendszerváltás előtt a Tömegkommunikációs Kutatóközpont több idegen nyelvű alpművet is kiadott magyarul, de ezeket a kis példányszámban nyomott vagy éppen stenciltechnikával készített kiadványokat általában csak szűk körben terjesztették, és ma már antikváriumokban is alig kaphatók. A rendszerváltás utáni első tíz évben pedig szinte egyáltalán nem jelentek meg a tudományág idegen nyelvű alpművei magyar fordításban; kivételt talán John Keane *Média és demokrácia* című monográfiája ([1991]1999) jelentett, emellett a *Replika* című folyóirat közölte a tudományág több alaptanulmányának magyar fordítását, így például Stanley Cohen ([1972]2000), Stuart Hall ([1976]1999), David Morley ([1980]1999) és Ian Ang ([1985]1995) egy-egy klasszikussá vált munkáját.

A rendszerváltás utáni második évtized jótékony változást hozott e téren. Az ekkor kiadott művek közül kiemelkedik egyebek mellett George Gerbner *A média rejtett üzenete* (2000) című könyve, Tim O’Sullivan, Brian Dutton és Philip Raynier *Médiaismeret* című munkája ([1998]2002), a Horányi Özséb által szerkesztett *Kommunikáció I–II.* című szöveggyűjtemény (2003), Denis McQuail *A tömegkommunikáció elmélete* című kötete ([2000]2003), újabban pedig Karl Erik Rosengren *Kommunikáció* ([2000]2006) és Jostein Gripsrud *Médiakultúra, médiatársadalom* ([2001]2007) című áttekintő munkája, valamint Daniel C. Hallin és Paolo Mancini *Médiarendszerek* című paradigmatis műve ([2004] 2008). Az idegen nyelvű szakmunkák mellett ebben az évtizedben már magyar kutatók olyan, jól tanítható művei is napvilágot láttak, amelyek saját kontribúciójuk mellett összefoglaló jelleggel hivatkoztak az angolszász kommunikáció- és médiakutatás klasszikus munkáira is. Ilyen volt – egyebek mellett – Angelusz Róberttől *A láthatóság görbe tükrői* (2000), Császi Lajostól *A média rítusai* (2002), illetve a *Tévéerőszak és morális pánik* (2003), valamint Terestyéni Tamástól a *Kommunikációelmélet* (2006).

A lassan bővülő kínálat azonban továbbra is hiányos volt. E hiányt pótolta most az Angelusz Róbert, Tardos Róbert és Terestyéni Tamás által szerkesztett *Média–nyilvánosság–közvélemény* című, több, mint ezer oldalas szöveggyűjtemény, amely a Gondolat Kiadónál jelent meg.

A kommunikáció- és médiatudomány heterogén diszciplína, amely a nyelvészettől és a kísérleti pszichológiától a közgazdaságtudományon és a politikatudományon át az empirikus szociológiáig és a humánétológiáig számos hagyományos tudományág megközelítését és módszertanát ötvözi. E szemléleti és módszertani gazdagságot tükrözi a *Média–nyilvánosság–közvélemény* is. A szöveggyűjtemény – az egyes fejezeteket megelőző, a szerkesztők által jegyzett rövid bevezetők után – a következő témaköröket járja körül:

- elméletek, modellek (a tömegkommunikáció és a tömegmédiák szerkezete és funkciói),
- média és társadalom (hatás- és befogadásvizsgálatok),
- hírek, események, rémhírek,
- nyilvánosság, közvélemény,
- kommunikációs technológiák, médiainstítúciók (médiamonopóliumok, információs társadalom, internet).

A válogatásban többek között olyan jeles szerzők munkáit olvashatjuk, mint Paul F. Lazarsfeld, Harold D. Lasswell, Walter Lippmann, Niklas Luhmann, Stuart Hall, Jean Baudrillard, George Gerbner, Elihu Katz és Jay Blumler, Maxwell McCombs és Donald Shaw, Jürgen Habermas, Elisabeth Noelle-Neumann, Harold A. Innis, Marshall McLuhan, Ben Bagdikian, James Curran és Manuel Castells.

A magyar kötet tematikáját összevettem két hasonló műfajú, brit felsőoktatási intézményekben használt szöveggyűjteménnyel: Oliver Boyd-Barret és Chris Newbold *Approaches to Media. A Reader* (1995), illetve Paul Marris és Sue Thornham *Media Studies. A Reader* (1997) című összeállításával. A három kötet nagyrészt hasonló kérdéseket jár körül: mindhárom részletesen foglalkozik a hatás- és befogadásvizsgálatokkal, a nyilvánosság kérdésével és a hírek szociológiájával. A magyar kötet sajátossága ugyanakkor, hogy – a szerkesztők évtizedes szakmai háttérével összhangban – nagyobb figyelmet fordít a közvélemény-kutatásokra. A most kiadott szöveggyűjtemény emellett – nyilván a brit kötetek megjelenése óta eltelt éveknek köszönhetően – jóval bőségesebben foglalkozik az „új” (digitális, konvergens) médiával is. A brit kiadványok ezzel szemben nagyobb hangsúlyt fektetnek a kritikai kultúrakutatás olyan aspektusaira, mint a feminista médiakritika, a mozgókép dramaturgiája, illetve a média fogyasztói társadalomban játszott szerepe.

Figyelemre méltó, hogy a magyar szöveggyűjtemény jóval hosszabb szövegrészeket közöl a kiválasztott könyvekből és tanulmányokból, mint a nemegyszer csak néhány oldalas szemelvényekre szorítkozó brit kiadványok. A *Média–nyilvánosság–közvélemény* további erőnye, hogy – szemben az említett brit szöveggyűjteményekkel – közli a szemelvényezett könyvek és tanulmányok szerzőinek rövid életrajzát is, ezzel segítve tudománytörténeti kontextusba helyezni a kiválasztott műveket. Az életrajzok mellett látható a szerzők fotója is, ami a számos elmélet és kutató között néha kiigazodni képtelen főiskolai vagy egyetemi hallgatónak segíthet az olvasottak jobb elraktározásában. A kötetben olvasható – eredetileg túlnyomórészt angolul, kisebb részben németül megjelent – szemelvények magyar fordítása általában gondos munka. A szöveggyűjteményt részletes tárgymutató zárja.

Bármilyen alapos és terjedelmes ez a kötet, a tudományág valamennyi alapműve aligha férhetett bele. Mindamellett talán hasznos lett volna helyet szorítani benne még legalább három olyan, a kortárs kommunikáció- és médiakutatásra nagy hatást gyako-

rolt munkának, amely médiaszociológiai kurzuson aligha kerülhető meg. Az egyik ilyen mű Joseph Klapper *The Effects of Mass Communication* (1960) című, klasszikus-sá vált könyve, amely a szelektív hatás elméletét fejti ki (ebből az egyik brit szöveggyűjtemény közöl szemelvényeket). A másik a modern politikai kommunikáció alapműve: Daniel J. Boorstin *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America* (1961) című munkája, amely az álesemény fogalmát írja le (ez a brit szöveggyűjteményekben sem olvasható). A harmadik James W. Carey *Communication as Culture* (1989) című monográfiája, amely a kortárs médiakutatás egyik meghatározó paradigmájába: a rituális kommunikáció elméletébe nyújt bevezetést (ez is hiányzik a brit szöveggyűjteményekből).

A kötet ára borsos: 7990 forintot kérnek érte. A terjedelemhez képest azonban ez nem is nagy ár: a szöveggyűjtemény három-négy szemeszternyi anyagot tartalmaz. Kötelező olvasmány.

IRODALOM

- Ang, Ian ([1985]1995): A Dallas és a tömegkultúra ideológiája. *Replika*, június, 201–214.
- Angelusz R. (2000): *A láthatóság görbe tükrői*. Budapest: Új Mandátum.
- Boorstin, D. J. (1961): *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*. New York: Atheneum.
- Boyd-Barret, O.–Newbold, Ch. eds (1995): *Approaches to Media. A Reader*. London: Arnold.
- Carey, W. (1989): *Communication as Culture*. Winchester, MA: Unwin Hyman.
- Cohen, Stanley ([1972]2000): Ifjú szörnyetegek. A modok és a rockerek megteremtése. *Replika*, június, 49–65.
- Császi L. (2002): *A média rítusai*. Budapest: Osiris.
- Császi L. (2003): *Tévéerőszak és morális pánik*. Budapest: Új Mandátum.
- Gerbner, G. (2000): *A média rejtett üzenete*. Budapest: Osiris.
- Gripsrud, J. ([2001]2007): *Médiakultúra, médiatársadalom*. Budapest: Új Mandátum.
- Hall, Stuart ([1976]1999): A média és az erőszak. *Replika*, április, 43–54.
- Hallin, D.C.–Mancini, P. eds ([2004]2008): *Médiarendszerek*. Budapest: Gondolat.
- Horányi Ö. szerk. (2003): *Kommunikáció I–II*. Budapest: General Press.
- Keane, J. ([1991]1999): *Média és demokrácia*. Budapest: Helikon.
- Klapper, J. (1960): *The Effects of Mass Communication*. New York: Free Press.
- Marris, P.–Thornham, S. eds (1997): *Media Studies. A Reader*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- McQuail, D. ([2000]2003): *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest: Osiris.
- Morley, David ([1980]1999): A Nationwide nézői, avagy hogyan értelmezzük a televíziózást? *Replika*, december, 29–53.
- O’Sullivan, T.–Dutton, B.–Raynier, Ph. eds ([1998]2002): *Médiaismeret*. Budapest: Korona.
- Rosengren, K. E. ([2000]2006): *Kommunikáció*. Budapest: Typotex.
- Terestyéni T. (2006): *Kommunikációelmélet*. Budapest: AKTI–Typotex.