

Bajomi-Lázár Péter

# Paradigmaváltások a médiakutatásban

## A húsz éves Médiakutató konferenciája elé<sup>1</sup>

A Médiakutatót húsz évvel ezelőtt, 2000 őszén alapítottuk Gulyás Ágnessel, Kaposi Ildikóval és Vajda Évával. Nem gondoltuk, hogy két évtizeddel később is működni fog. Azóta mégis megjelent közel 80 lapszám, s több száz szerző tette közzé írását e lapban. Folyóiratunk fennmaradásáért elsősorban őket illeti köszönet. És persze nagyszerű támogatóinkat, akik anélkül járultak hozzá kiadásának költségeihez, hogy bármit is kértek volna cserében. Szerkesztőbizottságunk így őrizhette meg szakmai autonómiáját.<sup>2</sup>

Az első lapszám megjelenése óta átalakult a média, és átalakult a médiakutatás is. A médiában végbement számos változásból most csak négyet emelek ki. Négy olyan változást, amelyet a technológia és a társadalom felgyorsult interakciói generáltak. E változások összefonódtak egymással, és a médiakutatókat is arra ösztönözték, hogy újr gondolják azokat a fogalmakat, amelyekkel a médiát korábban leírták. A média átalakulása a médiakutatásban is paradigmaváltásokat vont maga után.

### 1. Integráció ⇔ dezintegráció

A 20. század végén az új és még újabb kommunikációs technológiák és platformok megjelenése, vagyis a média diverzifikálódása a közönség fragmentálódását vonta maga után (Hodkinson 2011). Az egykor többé-kevésbé egységes nyilvános szféra (Anderson 1983/2005) kisebb nyilvános szférák sokaságára oszlott. A párbeszéd hiánya elősegítette a politikai vélemények polarizálódását, és lassan a demokratikus kohézió teljes megszűnésével fenyeget (Castells 2005). E folyamatban sokak szerint szerepet játszott a társasmedia-platformok megjelenése is: Hunt Allcott és munkatársai (2020) például a Facebookot vizsgálva úgy találták, hogy a Facebook-fiókjukat deaktiváló felhasználók körében csökkent a politikai polarizáció mértéke, szemben a kontrollcsoporttal, amelynek tagjai változatlanul tovább facebookoztak, és polarizáltabb véleményeket képviseltek.

A sok elemző által válságjelenséggként leírt politikai polarizációért persze aligha lehet kizárólag a médiát okolni. A társadalmi feszültségek növekedésében, amely például a brexitben, Trump átmeneti diadalában és a populista politikusok kelet-európai sikerében is megmutatkozott, bizonyosan szerepet játszott a 2008-as pénzügyi és gazdasági válság is (Castells 2019). Mindamellett – szemben az internet megjelenését övező optimista várakozásokkal – ma már kevesen állítanák azt, hogy a média az elmúlt évtizedekben beváltotta volna az átalakulásához fűzött, a társadalom jobbá válásában bízó várakozásokat. A pluralizmus csapdájára az elsők között Elihu Katz, a *Médiaesemények* (Dayan & Katz 1992) egyik szerzője hívta fel a figyelmet, aki már 2009 júniusában arról beszélt a CEU rendezvényén, hogy a mai, túlságosan sokszínű média már nem képes betölteni integrációs szerepét. Roger Silverstone (2008/2010: 30) ugyancsak megkülönbözteti a média történetének korábbi, centripetális, illetve újabb, centrifugális szakaszát. Bayer Judit (2019: 135) pedig egyesén a „tartalom túlbujánzásáról” és a „pluralizmus illúziójáról” ír, vagyis egy olyan médiaközegről, amelyben már a *figyelem végessége* a demokratikus részvétel gátja.

1 Írásom a 2021. január 13-án és 14-én Kékesdi-Boldog Dalma által szervezett, a Médiakutató és az ELTE Média Tanszék által rendezett *Média válság idején* című konferencia első napján elmondott rövid bevezető előadás szerkesztett és bővített változata.

2 A lap szerkesztőbizottsága az elmúlt két évtizedben folyamatosan változott és bővült. Mostani összetételét, illetve a munkáját segítő nemzetközi tanácsadó testület tagjainak névsorát az olvasó e lapszám impresszumában találja meg.

## 2. Tömegkommunikáció ⇔ tömeges énkommunikáció

Az elmúlt húsz évben olyan médiumok jelentek meg, mint például a már említett Facebook, ez a személyre szabott, sőt a felhasználó által szerkesztett szuperhírlap, amely mind a 2,7 milliárd felhasználójának egyedi tartalmat kínál. Nincs két olyan felhasználó, aki pontosan ugyanazt a kínálatot látná a Facebook-falán. Ebben az új környezetben már aligha beszélhetünk tömegmédiáról, mert – a könyv 1760-as években kezdődött második forradalma (Barbier & Bertho Lavenir 2004) óta először – éppen a tömegközönség hiányzik belőle. A felhasználók immár nem ugyanazokkal az élményekkel, értékekkel és érdekekkel találkoznak a médiában. A médiafogyasztás (vagy médiahasználat) teljes mértékben individualizálódott. Mint láttuk, ma a figyelem végeessége az egyik legnagyobb probléma, azaz mindenki beszél, de kevesen hallgatják őket. A centralizált és vertikális média helyét – legalábbis részben – tehát decentralizált és horizontális média vette át; a befogadó immár tartalom-előállító is. Ez egyúttal azt is jelenti, hogy az elitek részben elveszítették a tömegkommunikáció feletti ellenőrzésüket. Moderátori és kapuőri szerepük a háttérbe szorult – igaz, egyes hagyományos platformokon (például a közszolgálati médiumokban és a minőségi lapokban) még megőrizték befolyásukat. Ez egyfelől a mediatisztált közbeszéd hangnemének eldurvulását, másfelől az álhírek terjedését vonta maga után. Ilyenek persze régen is voltak, de egyes mérések arra utalnak, hogy egyre gyakoribbá válnak (az álhírek terjedéséről lásd például Bradshaw & Howard 2019), ami indokoltá teszi azt, hogy válságként tekintsünk e jelenségre. A tömeges hatás és befogadás kérdése ma már komolyan fel sem merül azokban az országokban, ahol a média szabad és valóban sokszínű. A médiakutatók húsz évvel ezelőtt még *tömegkommunikációról* beszéltek, ám Manuel Castells (2019: 16) már inkább a „tömeges énkommunikáció” (*mass self-communication*) fogalmát használja.

## 3. Revolúciók ⇔ evolúciók

A hagyományos médiumok is gyökeresen átalakultak. A „televízió” fogalma például olyannyira mást jelentett 1950-ben és 2020-ban, hogy nem könnyű megmondani, ugyanarról a médiumról van-e még szó. A fekete-fehér készülék helyét színes készülék vette át. A képernyő egyszerre nagyobbá és kisebbé is vált; ma már számos platformon, így mobiltelefonon is tévézhetünk. Két-három csatorna helyett csatornák százai között válogathatunk, s a streamingszolgáltatókon a magunk választotta időben nézhetünk filmeket. A televízió mint tömegmédium legfontosabb vonása valaha éppen az együttnézés volt: az emberek egyszerre nézték a tévét, és tudták, hogy az adott pillanatban más otthonokban más emberek is ugyanazokat a képeket látják, ugyanazokat az érzéseket élik át. Televízió-e még a televízió? Beszélhetünk-e még *általában* médiumokról? Ma az egykor szilárd fogalmak is cserbenhagyják a médiakutatót. Az elmúlt évek egyik legfontosabb tudományos bestsellere, Andrew Chadwick *A hibrid médiarendszer* című könyve (2017) ezért egymást követő, gyökeres változásokat hozó médiatörténeti revolúciók (vö. Kovarik 2011) helyett folyamatos evolúciókról beszél. Már a múlt sem a régi.

## 4. Homogén médiakultúrák ⇔ heterogén médiakultúrák

A média globalizációjának egymást követő hullámai (különösen a műholdas sugárzás és a globális társasmedia-platformok megjelenése), valamint az olyan multinacionális szervezetek, mint az Európai Unió médiaszabályozási törekvései után ma már az sem egyértelmű, hogy mit kell az elemzés egységének tekintenünk. A médiakutatás több ága – például a médiarendszer-elmélet, a médiatörténet-írás és a médiajog – hagyományosan a nemzetállamokból indult ki. Ma azonban – bár egyes országok (például Kína és Oroszország) újabban nemzeti internet megteremtésére törekednek, mások (például Magyarország és Lengyelország) a globális platformok nemzetállami szabályozását igyekeznek elérni – már kérdés, hogy beszélhetünk-e még egyáltalán nemzeti médiarendszerekről. Egyszerre nehezebben tartható az a hagyományos felfogás, amelyet kritikai áttekintésében Terhi Rantanen (2011: 269) találóan „módszertani nacionalizmusnak” nevez. Daniel C. Hallin (2020: 5775) például arról ír, hogy a mai médialátképek „egyre komplexebbek és cseppfolyósabbak”. Vajon vannak-e még

homogén médiakultúrák abban a korban, amikor keverednek a globális, a nemzeti és a regionális médiumok által kínált tartalmak, ötvöződnek a professzionális és a civil médialogikák, keverednek a tartalom-előállítói és a tartalomfogyasztói stratégiák? Vagy heterogén médiakultúrákról kell beszélünk?

\* \* \*

Az elmúlt két évtizedben a médiában végbement változásokból és a médiakutatásban ezek nyomán bekövetkezett paradigmaváltásokból az rajzolódik ki, hogy a technológia és a társadalom gyorsuló interakciói *folymatosan átmeneti állapotot* teremtettek, amely a jövőben újabb változások bekövetkeztét vetíti előre. A médiakutató ma mozgó célpontra lő, felhalmozott tudása gyorsan évül, bevett fogalmai érvényüket veszítik.

A médiáról folytatott diskurzusban így csupán egyetlen dolog tűnik állandónak: az a meggyőződés, hogy a médiában valamilyen válság (vagyis változást megelőző állapot, lásd Negrine 1994) van. A válságnarratíva a médiáról szóló népszerű diskurzus és a tudományos igényű médiakutatás talán legrégebb, legmakacsabban kitartó narratívája. Olyan narratíva, amely egyúttal címkéz is, mert a változással járó kortüneteket megoldásra váró *problémaként* keretezi.

Ez a konferencia is a válság kérdésével foglalkozik: azt vizsgálja, hogyan tudósít a média a válságról, miként alakítja át a válság a médiát – és e változások hogyan tükröződnek a médiakutatásban.

## Irodalom

Allcott, Hunt, Lucsa Braghieri, Sarah Eichmeyer & Matthew Gentzkow (2020): The Welfare Effects of Social Media. *American Economic Review*, vol. 110, no. 3, pp. 629–676.

Anderson, Benedict (1983/2006): *Elképzelt közösségek. Gondolatok a nacionalizmus eredetéről és elterjedéséről*. Budapest: L'Harmattan.

Barbier, Frédéric & Catherine Bertho Lavenir (2004): *A média története – Diderot-tól az internetig*. Budapest: Osiris Kiadó.

Bayer, Judit (2019): The illusion of pluralism. Regulatory aspects of equality in the new media. In: Josef Trappel (ed.): *Digital Media Inequalities*. Nordicom.

Bradshaw, Samantha & Philip N. Howard (2019): The Global Disinformation Order, <https://demtech.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/09/CyberTroop-Report19.pdf>.

Castells, Manuel (2005): *A hálózati társadalom kialakulása*. I. kötet. Budapest: Gondolat Kiadó.

Castells, Manuel (2019): *Rupture. The Crisis of Liberal Democracy*. Polity Press.

Chadwick, Andrew (2017): *The Hybrid Media System*. Second edition. Oxford University Press.

Dayan, Daniel & Elihu Katz (1992): *Media Events. The Live Broadcasting of History*. Harvard University Press.

Hallin, Daniel C. (2020): Comparative Research, System Change, and the Complexity of Media Systems. *International Journal of Communication*, vol. 14, pp. 5775–5786.

Hodkinson, Paul (2011): *Media, Culture and Society*. SAGE.

Kovarik, Bill (2011): *Revolution in Communication. Media History from Gutenberg to the Digital Age*. Continuum.

Negrine, Ralph (1994): *Politics and the Mass Media in Britain*. London & New York: Routledge.

Rantanen, Terhi (2013): A critique of the systems approaches in comparative media research: A Central and Eastern European perspective. *Global Media and Communication*, vol. 9, no. 3, pp. 257–277.

Silverstone, Roger (2008/2010): *Médiaerkölcs. A médiapolisz felemelkedése*. Budapest: Napvilág Kiadó.

**Bajomi-Lázár Péter** a Budapesti Gazdasági Egyetem oktatója, a *Médiakutató* szerkesztője. Legutóbbi könyve: *A patrónusi-kliensi médiarendszer. Magyarország 2010–2018* (Napvilág Kiadó, 2020).

Email: [bajomi-lazar.peter@mediakutato.hu](mailto:bajomi-lazar.peter@mediakutato.hu)