

Bognár Bulcsu

Az elektronikus és a digitális médiumok a világtársadalomban

A tömegmédia és a nyilvánosság szerepe
a társadalmi kommunikációban¹

A társadalmi változás jellegzetességei különböző perspektívából értelmezhetők. Ez a gondolatmenet a történeti átalakulást a kommunikáció médiumain keresztül vizsgálja. Elsősorban azt veszem górcső alá, hogy az egyes elterjesztő médiumok (az írás, a könyvnyomtatás, az elektronikus és a digitális médiumok) miképpen játszanak szerepet a társadalom kommunikációs szerkezetének változásában. Jelen tematikus szám első munkája (Bognár 2015b) az írás és a könyvnyomtatás szerepére fókuszált. Ez a tanulmány pedig az elektronikus és a digitális médiumok hatását értelmezi a társadalmi kommunikáció számára. Hasonlóan az első elemzéshez, itt is a luhmanni rendszerelmélet képezi a kiinduláspontot, mivel meglátásom szerint ez a megközelítés adja a média és a társadalom kapcsolatának talán legdifferenciáltabb leírását.

A luhmanni elemzési szempontokból építkezve azt értelmezem elsősorban, hogy az elektronikus és digitális médiumok elterjedése milyen szerepet játszik a modern társadalom komplexitásnövekedésében, és miként járul hozzá a világtársadalom létrejöttéhez. Másfelől az elektronikus médiumok megjelenésének eredményeképpen létrejött tömegmédia jellegzetességeit vizsgálom. Ennek során bemutatom ezen társadalmi rendszerszerű kommunikációjának sajátosságait. Vizsgálódásaim annak megválaszolására irányulnak, hogy a tömegmédia milyen módon gyakorol hatást a modern társadalom egyéb részterületeinek működésére, és milyen kihívások elé állítja a kommunikáció résztvevőit. Korábbi elemzéseimhez (Bognár 2015a, 2015b) kapcsolódóan emellett megpróbálok arra is rávilágítani, hogy a tömegmédia racionalitása miképpen formálja át a társadalom hierarchikus és heterarchikus szerveződéését, és hogy a nyilvánosság milyen szerepet tölt be a modernitás társadalmi kommunikációjában. E kérdéskörök részeként először az elterjesztő médiumok és a társadalom kapcsolatát vizsgálom, azt a kérdést állítva a középpontba, hogy az egyes médiumok elterjedése hogyan és milyen mértékben képes átformálni a társadalmi kommunikáció szerkezetét.

¹ Külön köszönöm Karácsony Andrásnak és Nun Zsuzsának a szöveg korábbi változatához fűzött értékes megjegyzéseiket.

Az elterjesztő médiumok és a társadalmi változás kapcsolata

Az elterjesztő médiumok jelentette komplexitásnövekedés mindegyik történeti korszakban jelentősen átalakítja a társadalom strukturális szerveződését. Az írás, a könyvnyomtatás és az elektronikus médiumok megjelenése egyaránt újrarendezi a társadalmi kommunikáció szerkezetét. Nem minden esetben hoz azonban magával olyan korszakváltást, amely az egész társadalom döntő átalakulását eredményezi. Azonban Luhmann számára is evidens, hasonlóan a kommunikációtechnológiai determinizmus képviselőihez, hogy a társadalmi evolúció összefügg a kommunikáció módjával. Viszont a torontói iskola képviselőivel ellentétben, nem érzékel teljes analógiát az elterjesztő médiumok és a társadalom alapvető jellege között. A kommunikáció technológiája és a társadalom változása közötti erős párhuzamokat mégis jól mutatja az, hogy a társadalom szerveződésének nagy korszakai és a kommunikáció módja közötti gyakran érzékelhető koevolúció (Luhmann 2009a: 355–357).

Korábbi elemzéseimben (Bognár 2015a, 2015b) azt ábrázoltam, hogy miként formálja át a kommunikáció médiuma a társadalom szerkezeti jegyeit a modernitás létrejötte előtt. Az archaikus társadalmat az a szóbeliség határozta meg, ahol a másik (az alter) viselkedését az általa szóban közvetített kommunikáció alapján ítélték meg, és a társadalom is ezekben az interakciós helyzetekben rögzült struktúrák alapján tagolódt. Ezzel szemben a magaskultúra társadalmainak változása az írás megjelenésével függött össze, mivel az lehetővé tette az interakcióban nem jelenlévők bevonását is a társadalmi kommunikációba. Az írás elterjedésével a személyközi kommunikáció egymás által kontrollálható párbeszédén rés keletkezett, és a korábban csak az interakció rendszerszintjén megszerveződő társadalom újabb kommunikációs helyzetekkel bővült. Ez tette lehetővé a társadalom bonyolultabb szerkezetű felépítését, és ez vezetett a logika, a tudomány, a jog, a morálisan általánosító elveket megfogalmazó vallás kialakulásához. Mostani vizsgálódásunk szempontjából az lényeges, hogy ezekben a történeti esetekben párhuzamosság figyelhető meg az egyes kommunikációs médiumok megjelenése és a társadalom szerkezetváltozása között. A modern társadalom kialakulását és a modernitás viszonyait a luhmanni rendszerelmélet mentén vizsgáló elemzésünk azonban arra igyekszik a figyelmet irányítani, hogy a fenti párhuzamosság az immár komplexebbé váló társadalmi alakulatok esetében nem feltétlenül figyelhető meg. A társadalom domináns kommunikációs módja tehát nem mindig határozza meg döntő módon a társadalom differenciálódását, miként ezt a torontói iskola képviselői megfogalmazzák.²

A kommunikáció médiuma és a társadalom felépítése közötti kapcsolatot vizsgálva azt látjuk, hogy a Luhmann által megnevezett harmadik történeti korszakhoz, a rétegek szerint tagolt társadalom létrejöttéhez (vö. Luhmann 1993) már nem kapcsolódik feltétlenül egy újabb elterjesztő médium megjelenése. Erre az időszakra inkább a folytonosság jellemző a kommunikáció médiumát tekintve: hasonlóan a magaskultúra társadalmihoz, itt is az írásbeliség jelenti a domináns kommunikációs kódot. A társadalomszerkezet azonban mégis döntő változáson megy át. A társadalmi átalakulást az elterjesztő médiumok felől vizsgáló elemzésünk szempontjából azonban lényeges változás az, hogy egy újabb technológiai fejlődés, a könyvnyomtatás megjelenése ehhez a társadalmi berendezkedéshez kapcsolódik.

² Tudománytörténeti érdekesség, hogy a torontói iskola által képviselt kommunikációtechnológiai determinizmus épp annak a korszaknak (a modernitásnak) az értelmezésében válik népszerűvé (sőt viv ki hosszabb ideig jelentős pozíciót a kommunikáció- és médiatudományban), amelyre legkevésbé érvényes a kommunikáció módja és a társadalom szerveződése közötti párhuzamra épülő társadalomelmélete.

Ez az elterjesztő médium a rétegzett társadalomban alakul ki, de megjelenése már egy új típusú társadalmi differenciálódást, a modern társadalom kialakulását készíti elő. A könyvnyomtatás sokszínű hatással van a társadalmi dinamikára. Mint elterjesztő médiumnak fontos szerepe van abban, hogy a rétegzett társadalom merev struktúrája több évszázad alatt felbomlik. Ez a lökés mégsem elegendő ahhoz, hogy a modernitás kiteljesedjen. A modern társadalmi forma elterjedése egy új elterjesztő médium, az elektronikus médium megjelenésével válik lehetségessé.

A modern társadalom működéséhez elengedhetetlen, hogy annak dinamikus rendszerre gyorsan változó és nyitott kommunikációs csatornákkal rendelkezzen. Az elektronikus médiumok lesznek azok az elterjesztő médiumok, amelyek az előző kommunikációs lehetőségek jelentős kibővülését eredményezik. Igaz ugyan, hogy a könyvnyomtatás feltalálása is fontos volt tér és idő korlátainak áttörésében, de az elektronikus médiumok (rádió, mozi, TV stb.) megjelenése végzi el a még fennálló tér- és időbeli korlátok szinte teljes lebontását. Ez a folyamat azonban nem szünteti meg a szóbeli és írásbeli kommunikáció lehetőségeit, hanem csak új kommunikációs csatornákat tesz lehetővé. A lényeges változás abban áll, hogy az elektronikus médiumok újabb kommunikációs lehetőségeket kínálnak a társadalom számára. Mindezek a tényezők pedig döntő lökést adnak a világtársadalom létrejöttéhez (Luhmann 1998: 302–311).

A világtársadalom kialakulásának az a feltétele, hogy megvalósuljon a térbeli korlátok nélküli kommunikáció. Noha ehhez a könyvnyomtatás feltalálása fontos és aligha kikerülhető előzmény volt, az elektronikus médiumok teszik lehetővé azt, hogy a társadalom alapját jelentő kommunikáció immár a világ egészét magában foglalja, s ekképpen a kommunikációba bevonható személyek köre potenciálisan az egész világra kiterjedjen. Ennek történeti jelentősége pedig az, hogy lebontja a térben, regionálisan szerveződő társadalmak közti válaszfalakat.³ A fenti változássor alapján Luhmann történeti elemzése ezért amellett érvel, hogy míg a társadalomszerveződés törzsi és stratifikációs korszakában egymás mellett él, egymástól kisebb-nagyobb függetlenségben lévő társadalmakról beszélhetünk, addig az elektronikus médiumok által beköszöntött korszakban a kommunikáció szerveződése immár globális méretűvé válik. Ebben a korszakban egy globális hatókörű (világ) társadalom szervezi a kommunikációt. Luhmann világtársadalom-konceptiója (Luhmann 1991, 1998: 145–171) ugyanis nem állít egyebet, minthogy a föld egészének felfedezésével és azzal, hogy a technológiai fejlődés által potenciálisan minden terület és személy részévé válhat a kommunikációs folyamatnak, az értelemteli kommunikáció olyan lezárt rendszere jön létre, amelyben a kommunikáció terjedésének semmiféle regionális korlát nem szabhat potenciálisan határt.

A kommunikáció szabadságfokának ez irányú növekedése azzal is összefügg, hogy az elektronikus médiumok végképp áttörik az emberi organizmus jelentette korlátokat is, és annak hatókörénél jóval szélesebb körben képesek információkat közvetíteni. Jóllehet ez a folyamat az írás megjelenésével is elindul már, de ennek hatása (még a könyvnyomtatás felfedezésével sem) terjedt ki a társadalom egészére és nem szorította háttérbe a szóbeli kommunikáció kínálta érintkezést. Az elektronikus médiumok elterjedése azonban lényegesen alakította át a valóság észlelésének formáit. Ennek az lesz a következménye, hogy ez a techni-

³ Nem elvi, hanem gyakorlati akadályként természetesen ekkor is megmaradnak a nyelvi különbségek, de hogy ez csak gyakorlati korlátot jelent, azt nagyon jól mutatja a képi kommunikáció „világszerűsége”.

kai hálózat egyre inkább a személyek percepcióis mintáinak alapjává válik, vagyis az emberek önmagukról és a világról alkotott képe alapvetően a technológiák által közvetített információkon fog alapulni. Ez a technológia másfelől olyan változást eredményez, ahol a médiumok közvetítette kommunikáció – szemben az interakcióban részt vevő személyek érzelmi, indulati involváltságával – semleges természetű lesz.⁴ A személyek világban való tájékozódása szempontjából a technológia egyre inkább kikerülhetetlenné válik. A társadalom tehát mindjobban függővé válik a technikai eszközöktől, mivel nélküle fenntarthatatlanná válna a társadalom komplex kommunikációs rendszere (Luhmann 2005a: 139–141). A világtársadalom jellegzetessége tehát az lesz, hogy ha a kommunikáció médiuma nem is determinálja a társadalom differenciálódását (vö. McLuhan 2001 [1962]), de a világtársadalom éppúgy feltételezi az elektronikus médiumokat (és az idővel létrejövő tömegmédiát) a kommunikáció integrációjának megvalósítása érdekében, miként a magaskultúra társadalmi az írást. A világtársadalom és elterjesztő médiumai tehát olyan strukturális kapcsolatban vannak egymással, amely kölcsönös függőséget (interdependenciát) alakít ki köztük.

Az elektronikus médiumok megjelenésével a fentiekén túl olyan technikai struktúra jön létre, amely csak akkor tölti be szerepét, ha az a pszichés és szociális rendszerekben változásokat (információkat) képes kiváltani. A személyek és a társadalom irritálása ebben az értelemben feladata is az új elterjesztő médiumnak. Az elektronikus médiumok ezt a hatást eléri ugyan, de a mindkét rendszer számára bekövetkező tudásnövekedés egyúttal a nemtudás növekedésével is együtt jár. Ez a minden információáramlásra jellemző sajátosság azonban a társadalom és az elterjesztő médiumok egyre komplexebb építkezése miatt nehezen átláthatóvá teszi a rendszerek működését, és ez egyaránt kihívást jelent a szociális és a pszichés rendszerek számára is.

A kommunikáció intranszparenciájának növekedése már abból is adódik, hogy az elektronikus médiumok megjelenése alapvetően átalakítja a kommunikáció szerkezetét. A kommunikáció hármasság tagolódásában (Luhmann 1995) nincs különbség a nyelv és a korábbi elterjesztő médiumok (írás, könyvnyomtatás) között a tekintetben, hogy az információ, a közlés és a megértés jól elválasztható egymástól. Alapvető strukturális változást hoz azonban az, hogy az elektronikus médiumok esetében már nem eldönthető, hol húzódik a határ információ és közlés között. Az általuk kibocsátott megszámlálhatatlan mennyiségű jel esetében ugyanis egyértelműen nem elválasztható, hogy ezek közül mi az, amit a médiumok a saját racionalitásuk mentén a világról kibocsátott információként sugároznak, és mikor beszélhetünk olyan kapcsolatról, amelynek célja személyek megszólítása, nekik szóló információk közlése. (Így például a rádió által közvetített határtalan mennyiségű információ esetében nehezen dönthető el, hogy mi az, ami nekem címzett közlés, és mi az, amelyet a tömegmédiá a társadalom számára relevánsként gondolt információként közvetít, anélkül, hogy számomra fontos vagy érdekes lenne.) Míg az eddigi történelmi korszakokban a személyeknek a kommunikáció folyamatában alapvetően csak azokkal a jelekkel kellett foglalkozniuk, amelyek nekik szánt közlések voltak, most a befogadhatatlan mennyiségű és megkülönböztethetetlen szándékú jelből maguknak kell elkülöníteniük azokat, amelyeket közlésnek értelmeznek.

⁴ A semlegesség értelemszerűen a médium szemszögéből értendő, és nem – befogadói nézőpontból – tartalmi semlegességet takar. A kommunikáció elektronikus médiuma ugyanis ugyanúgy terjeszti az igazságot, mint a huzugságot, anélkül, hogy különbséget tenne a kettő között.

A komplexitásnövekedésből fakadó kihívások különösen a telekommunikáció felfedezésével válnak nagyobbá. A mozi, a TV által kínált mozgóképek összekapcsolják a (korábban az írás által elválasztott) optikai és akusztikai jeleket. A kép és a hang összeolvadása pedig nem csupán az információ és közlés elválasztását teszi lehetetlenné, hanem olyan valószerűséget kínál, amelynek valóságtartalma egyre nehezebben eldönthető. Vagyis a régebbi időszakban egy írásos munka vagy egy szóbeli közlés esetén egyértelműen megítélhető volt, hogy a kommunikáció a személyek által érzékelt valóság melyik szegmensére utal. A telekommunikáció esetében azonban az optikai és akusztikai jelek egysége olyan valóságkonstrukciót közvetít, amely adott esetben úgy kínálja fel a valószerűség illúzióját, hogy a személy immár nem tudja elválasztani személyes tapasztalataitól. Ennek legfőbb oka az, hogy a világról alkotott képünket egyre inkább a tömegmédia határozza meg. Így ez a keret olyan mértékben jelöli ki valóságmeghatározásunkat, hogy a világra vonatkozó személyes tapasztalataink is a média által meghatározott valóságkonstrukcióba rendeződnek bele. Ennek pedig az a következménye, hogy a személy nem lesz képes megítélni a telekommunikáció által kínált konstrukció valóságtartalmát sem.

Mindezen változások hatására azonban az egész világ kommunikációképes lesz. Luhmanni megfogalmazás szerint a lét fenomenológiája helyett a kommunikáció fenomenológiája jön létre. Az elektronikus (és a digitális) médiumok esetében egyre inkább úgy látjuk a világot, ahogy azt a képi kommunikáció sugallja. Mindez a valóság illúzióját kelti, miközben például egy film nézése során egyre inkább csak az dönthető el, hogy a film tetszik-e vagy sem, de az érzékelés egészéből hiányzik az a fajta perspektíva, ami alapján a néző dönthet arról, hogy a megjelenített világot elfogadja, vagy elutasítja. „Noha az ember tudja, hogy kommunikációról van szó, de nem látja azt” (Luhmann 1998: 307). Ez kettős következménnyel jár. Egyrészt felébreszti a gyanút, hogy a befogadó manipuláció áldozata is lehet. Másrészt pedig a tömegmédia ezen sajátossága az individuális nézőpont (a képzelet) kibontakozásának lehetőségét is magában rejt.

A tömegmédia szelekciójának és a külső társadalmi hatások viszonya

A társadalmi dinamika felgyorsulása a modern társadalomban nem csupán az elterjesztő médiumok hozta átalakulással jellemezhető. A több évszázados társadalmi változás a kommunikáció szabadságfokának minden társadalmi részterületen megfigyelhető növekedését eredményezi. A rétegzett társadalom egyosztatú, monokontextuális világlátását egyre inkább a társadalmi részterületek önálló szemantikája váltja fel; kialakítva ezáltal a modernitás funkcionálisan tagolódó részrendszerének (a gazdaságnak, politikának, tudományának, művészetnek stb.) a struktúráját. A valóság ilyenén való megsokszorozódása az információáramlás területén is alapvető változásokat hoz. A társadalmi szemantika pluralizálódásának részeként a tömegmédia területe is önálló részterületté válik, kialakítva a maga racionalitását. Az elektronikus médiumok adta döntő lökés eredményeképpen a tömegmédiának az informativitást középpontba állító bináris kódja szűri meg ennek a társadalmi részrendszernek a kommunikációját; elválasztva egymástól a rendszer számára informativitással rendelkező és ennek híján lévő kommunikációkat (Luhmann 2008 [1996]).

A tömegmédiá részrendszere is olyan saját racionalitást alakít ki, amely egyaránt megkülönbözteti magát a rétegzett társadalom világlátását kijelölő transzcendenstől, illetve a modern társadalom egyéb részrendszereitől is, és mindtől eltérő percepció mintát hoz létre. A tömegmédiára is jellemző lesz, hogy ezáltal a saját sémaképzése, racionalitása mentén generál egy olyan világot, amely a jelenségeket csak a saját perspektíváján keresztül szemléli. Ebből fakad az, hogy a tömegmédiá részfigyelései okán óhatatlanul leegyszerűsítésekkel él. Ez a saját világlátás másfelől saját autopoietikus (önteremtő) műveletei mentén újabb és újabb műveleteket alakít ki, ami nemcsak saját működésének feltételeit biztosítja, hanem a társadalom egésze számára újdonságot, és ezáltal újabb külső impulzusokat, irritációkat is jelent, amihez a többi részterületnek meg kell találni a kapcsolódásokat.

Az újabb képek, információk pedig a valóság újabb és újabb, immár a többi részrendszer és a személyek pszichés rendszere szempontjából is megkérdőjelezhető világlátást közvetítenek. Ennek az az oka, hogy a modernitás viszonyai között az egyes részrendszerek olyan racionalitással rendelkeznek, amelynek „igazsága” (például a gazdaságnak a rentabilitást, a művészetnek a szépet, a jognak a jogszerűséget középpontba állító perspektívája) egyaránt „vitatja” a többi részrendszer racionalitását, és nem fogadja el alapvető tájékozási pontként. Ebben az értelemben minden részrendszer „szkeptikus” a többi részrendszer üzenetével szemben.⁵ Nem véletlen tehát, hogy a tömegmédiá működése e tekintetben is magától értetődően hívja életre a manipuláció kérdését. A manipuláció tematizálásának érdekessége azonban az, hogy ritkán vagy egyáltalán nem fogalmazódik meg a kérdés, hogy a tömegmédiá valósága előtti, az interakció személyes kommunikációján alapuló világlátás vajon a valóságot közvetítette-e.

Azonban nem ez az egyetlen oka annak, hogy a tömegmédiá története összekapcsolódik a manipuláció kérdésével. A valóság és a tömegmédiá illúziója kérdésének taglalását erősíti az is, hogy az elektronikus médiumok (a telefon kivételével) a kommunikáció egyoldalúságát hozzák magukkal. Az elektronikus médiumokkal olyan kommunikációs szerkezet rögzül hosszú időre, amelyben a kommunikáció közlője közvetlen visszacsatolás nélkül bocsáthatja ki az információkat potenciális közönsége számára (Luhmann 2005a: 127–128). Ez az egyoldalúság azonban már olyan komplex társadalmi környezetbe illeszkedik, ahol az egyirányúság aligha implikálja az üzenet küldőinek egyértelmű primátusát és a társadalmi kommunikáció ebből adódó hierarchikus szerveződését. Ennek az a legfőbb oka, hogy a tömegmédiá által kibocsátott üzenet nem feltétlenül a részterület irányításában jó pozíciókkal rendelkezők világlátását közvetíti, mint ez a korábbi történeti korszakokban jellemző volt. A premodern társadalmak erősen hierarchikus kommunikációs szerkezete azzal hozható összefüggésbe, hogy az írás elterjesztő médiumának kizárólagosan a társadalmi elit volt a birtokosa. Így a média üzenetének tartalma is az ő világlátásukat és társadalmi érdekeiket közvetítette. A könyvnyomtatás elterjedésével ugyan az írásbeliség birtokosainak aránya növekedett, de ez még akkor is csak az elite és a feltörekvő polgárság – osztálytársadalmilag csekély részarányú – csoportjaira korlátozódott. Csupán az elektronikus médiumok megjelenése eredményezi azt a társadalmi változást, aminek következtében a társadalom túlnyomó többsége is bekapcsolódik az elterjesztő médiumok közvetítette információáramlásba.

⁵ Ez a jelenség a modern társadalom sajátossága. A korábbi történeti korszakok egyosztatú, monokontextuális világlátása nem eredményezett olyan versenyhelyzetet, amely a modernitás részrendszerei között kialakult. A premodern korszakban a transzcendenshez fűződő viszony egyedül jelölte ki a társadalmilag lehetséges, adekvát világlátás alapjait.

A pozitíve privilegizált társadalmi csoportok világlátása ezáltal óhatatlanul háttérbe szorul az új médium elterjedésével. A tömegmédia a modern társadalomban ugyanis sokkal inkább ráutalt a potenciális közönség érdeklődésére. Úgy kell informatívnak lennie, hogy a közönség minél nagyobb csoportját tudja megszólítani. Ez nagyban korlátozza a média irányítóit abban, hogy saját privilegizált világlátásukat jelenítsék meg a tömegmédia részrendszerében. Nem vitatható azonban az sem, hogy a média tulajdonosi csoportjainak (talán leginkább a gazdasági és politikai hírek tájalásában) így is marad lehetőségük, hogy saját partikuláris érdekeiket más társadalmi csoportoknál hatékonyabban közvetítsék. A modern társadalom szerkezete tehát olyan cirkuláris kölcsönhatások szerkezetét eredményezi, amelyet a hierarchikus és heterarchikus szerkezetek egyaránt lényegesen formálnak.

Noha a kritikai médiakutatás előszeretettel összpontosít a média tartalmának hierarchikus jegyeire, a kérdéskör komplexebb szemlélete a kölcsönhatások szerkezetét igyekszik feltárni. Ennek részeként lehet értelmezni a hierarchikus viszonyok struktúráját is. A rádió, a televízió és a film elterjedése jelentős lökést ad a gazdasági alapon szerveződő hierarchikus szerkezetnek. Ezen elterjesztő médiumok működtetése ugyanis jelentős gazdasági potenciált feltételez. Ennélfogva a nagyobb szociális redundanciát eredményező közlés lehetősége csak szűk társadalmi csoportok számára adott. Túlságosan is leegyszerűsítő lenne azonban, ha kizárólagos szerepet tulajdonítanánk a gazdaság hierarchikus szerkezetének a közlés tartalmának meghatározásában. Utaltunk arra, hogy a tömegmédia működése nagyban ráutalt a nem privilegizált társadalmi csoportok percepciós sémájára, amelyhez alapvetően igazodnia kell a közlések tartalmának kiválasztásakor. Emellett a modernitás polikontextuális világában a tömegmédia közléseit más társadalmi részrendszerek hatása is lényegesen befolyásolja. Annál is inkább, mivel a tömegmédia információt középpontba állító racionalitása nem a gazdaság racionalitása alapján szelektál a világ jelenségei közül, hanem a közlések témáit jellemzően a média környezetében lévő részrendszerek szolgáltatják. Egyrészt ez lehetővé teszi a tömegmédia strukturális kapcsolódását a társadalom egyéb részterületeihez, és biztosítja azt is, hogy a média területe ne szakadjon el a társadalomtól, másrészt ebből az is következik, hogy a politika, a jog, az oktatás, a művészet, sport stb. erre az időszakra egyre nagyobb önállóságra szert tevő részrendszerei hasonlóképpen formálják az elektronikus médiumok üzenetét.

A társadalmi részrendszerek, a nemzeti keretek, a nyilvánosság szintén nagyobb autonómiára szert tevő területei egyaránt hatnak az elektronikus médiumok által közvetített kommunikációra. A tömegmédia önállósuló részrendszere tehát ezer szálon kapcsolódik a társadalom egyéb részrendszereihez. Ennek a kapcsolódásnak a jellegzetessége pedig az, hogy a tömegmédia esetében nincs olyan téma, amely nem lehetne a részrendszer kommunikációjának a része. A tömegmédia kommunikációja minden olyan külső irritációra, hatásra nyitott, amely más részrendszerekből vagy a szocialitás szerveződésének egyéb szintjeiről (az interakció, a szervezet rendszerszintjétől) vagy más területekről (pl. a szimbolikusan általánosított kommunikációs médiumokból)⁶ érkezik. Elvileg tehát bármi kommunikálható a tömegmédia részrendszerében, amely a szociális rendszerek számára releváns lehet. A tömegmédia alapvetően az alapján szelektál, hogy a külső impulzusok mennyire tarthatnak számot informativitásra a tömegmédia részrendszere és az ebből a nézőpontból (a részrendszer külső referenciájaként) érzékelt társadalmi kommunikáció számára.

6 A szimbolikusan általánosított kommunikációs médiumokról lásd részletesebben: Bognár (2009).

A tömegmédiá szelekciója tehát ezen külső társadalmi hatások és a részrendszer belső, autopoietikus szerveződése alapján kialakított preferenciája (az informatív-neminformatív megkülönböztetése) mentén jön létre. Az elektronikus médiumok korszakában kialakuló tömegmédiá szervezeti e sokféle hatás eredményeképpen válogatnak a kommunikáció folyamataiban. Működésük feltétele azonban az, hogy ez a szelekció a maguk számára is nyereséggel kecsegtessen. Miként az az eddigiekből is érzékelhető, a Luhmann által „bekapcsolási érdekek” nevezett orientáció háttérben meglehetősen sok tényező játszik szerepet. A tömegmédiá üzenetei ekképpen aligha egyszerűsíthetők le a gazdasági befolyás összefüggéseire.⁷ A tömegmédiá üzenetének a befogadókhoz való eljuttatása a legkülönbözőbb részrendszerek és egyéb társadalmi területek strukturális kapcsolódásán, interdependenciáján alapul. Nem állítjuk természetesen azt, hogy ezek a hatások teljes mértékben kiegyenlítettek lennének, de semmiképpen sem lehet egy egyszerű hierarchia mentén meghatározott üzenetről (lásd Horkheimer és Adorno 1990 [1947]; Adorno 1991; Marcuse 1990 [1964]; Bourdieu 2001 [1996]; Gerbner 2000) beszélni, amikor a tömegmédiá modern üzenetét értelmezni akarjuk.

A hatások, ellenhatások szerkezetében ráadásul korszakonként és régióként jelentős eltérések is lehetnek, éppen a társadalmi kommunikáció nagyfokú dinamikája és eltérő történeti fejlődése miatt. Aligha vitatható azonban, hogy a tömegmédiá üzenete tükrözi a modern társadalom polikontextuális szerveződését, vagyis azt, hogy a média üzenete a modern társadalom különböző racionalitású részterületei és az eltérő rendszerszintek sokféle nézőpontja által meghatározott. Ennek a polikontextualitásnak a modernitás funkcionális részrendszerek szerinti tagozódása az alapja. Ezek a részrendszerek pedig mellérendelő struktúrát alkotnak, mivel azok autopoietizise és önálló racionalitása nem teszi lehetővé, hogy köztük hierarchikus viszony jöjjön létre. A tömegmédiá kommunikációja tehát a tömegmédiá társadalmi pozíciója (egy részterület a többi között) és a külső hatások pluralizmusa miatt alapvetően tág teret ad a sokféle társadalmi racionalitás megjelenésének, és ekképpen a heterarchikus struktúrák erősítésének. Másfelől az egyes részrendszerek bizonyosan nem egyforma súllyal alakítják a kommunikáció szerkezetét, és ez az egyensúlytalanság (mondjuk a gazdaság, a politika és a művészet, a sport között) óhatatlanul hierarchikus szerveződéseket is életre hív.

A tömegmédiá átláthatatlansága és a befogadó percepciója

A tömegmédiá részrendszere és a társadalom kommunikációja tehát hierarchikus és heterarchikus jegyekkel is rendelkezik. Ennek részletekbe menő elemzése helyett most csak annak jelzésére szorítkozunk, hogy a modernitás kommunikációja olyan bonyolult rendszert hozott létre a részrendszerek, a különböző markánsan elváló rendszerszintek és az egyéb kommunikációs médiumok kapcsolódásaival, hogy ennek jegyei a tudomány részrendszere számára is csak részben átláthatók. Ugyanis tekintetbe kell venni azt, hogy a tudomány tudásszociológiai meghatározottságain túl (vö. Luhmann 1990) különös nehézségbe

⁷ A gazdaság részrendszerének szerepe természetesen a tömegmédiá szervezeti esetében is különböző lehet. Egész más súllyal merül fel a finanszírozhatóság kérdése a kereskedelmi csatornák és az európai gyakorlatban közpénzen finanszírozott közszolgálati médiumok esetében.

ütközik a társadalomtudományos megfigyelés, ha az a tömegmédiá üzenetének befogadóira kíván fókuszálni. Akármennyire részletekbe menően írja is le saját racionalitása mentén (itt is óhatatlanul a megfigyelés vakfoltjaival) a tömegmédiá működésének jegeit, a tömegmédiá közlése mégsem ad információt arról, hogy mit és hogyan szelektál a befogadó a számára nyújtott információhalmazból.

Ez az átláthatatlanság a befogadó oldalán is megmutatkozik, mivel a tömegmédiá egyre nagyobb dinamikájának köszönhetően szükségszerűen beleütközik a magas szelektivitás problémájába. Ugyanis a személy percepcióját megnehezíti a kognitíve feldolgozhatatlan méretű és összetettségű inger- és információhalmaz. A sokféle és befogadhatatlan mennyiségű információ olyan erővel érkezik, hogy az üzenet dekódolója immár nem tud megbirkózni ezek befogadásával. Az üzenetek átláthatatlanságát erősíti az is, hogy az elektronikus médiumok kettős tulajdonsággal rendelkeznek. Ugyanis az ezen médiumok kínálta üzenetekben élesen elkülönül egymástól a felszín és a háttér. A képernyő csak kevés dolgot mutat meg a befogadó számára a forrás jellegéből, és kevés emberi figyelmet jelentő érzéket kíván. E mögött azonban ott húzódnak a nagy dinamikára képes mögöttes struktúrák, amelyek folyamatos változása még inkább nehezíti a befogadói tájékozódást. Felszín és háttér viszonyát ráadásul a kettő kapcsolatát kívülről jövő utasítások rendezik újra, ami a befogadó számára végképp lehetetlenné teszi a jelenségek mélyebb megismerését (Luhmann 2008 [1996]: 118–127).

A tömegmédiá részrendszerének egyre inkább átláthatatlan működése nyilvánul meg a befogadó szelekciónak is. Míg korábban a kommunikáció folyamatát információ, közlés és megértés szelekciónak folyamataként értelmezhetjük, addig az elektronikus médiumok elterjedése után a szelekció már nem a kommunikációban, hanem a kommunikáció számára történik. Ahhoz, hogy a személy biztosítsa kommunikációs képességét, már nem az szükséges, hogy az őt ért közléseket értelmezze, hanem hogy a feldolgozhatatlan mennyiségű és összetettségű közlések közül kiválassza azt a kisszámú üzenetet, ami a világban való tájékozódását és pszichés rendszerének működését biztosítani tudja. A kommunikáció számára való szelekció adódik információ és közlés közötti különbség elmosódásából, mivel nem eldönthető, hogy a közlésnek ki a címzettje.

Az elektronikus médiumok információáramlása ennyiben alapvetően különbözik a szóbeliség társadalmának szerkezetétől, amikor az egymás jelenlétében történő kommunikáció közvetlen válaszlehetőséget igényelt és biztosított. A kommunikáció korábbi szimmetriájával szemben az új korszakban a párbeszéd aszimmetrikussága figyelhető meg a kibocsátott információk és a közlések szempontjából. Az intranszparens kommunikációban a kommunikáció egyoldalúsága következik be a tekintetben is, hogy aki beszél, az már nem figyel oda, aki odafigyel, az már nem beszél a kommunikáció során. Ezzel összefüggésben is látható, hogy a közlés ilyen módon nem egy szelekció lesz a kommunikációban, hanem egy szelekció a kommunikáció számára. A megváltozott kommunikációs szerkezetben a közlő témákat, formákat választ ki az egyoldalú kommunikáció számára. A befogadó, aki saját szelekcióna mentén követi figyelemmel vagy negligálja a közlő üzenetét, immár saját élményorientációja alapján szelektál a kommunikáció folyamatából.

A digitális médiumok megjelenése, majd gyors elterjedése az utóbbi évtizedekben tovább fokozza a rendszer átláthatatlanságát. A számítógép vezérelte kommunikáció esetében

szétválik a közlés és a megértés (a szóbeliségnél, írásnál, könyvnyomtatásnál) meglévő egysege. A digitális médiumok esetében tehát még inkább előtérbe kerül az a kommunikációs szerkezet, ahol a közlő immár nem tudja, hogy a közlése mivé, milyen megértéssé válik. A kommunikáció fogadója pedig nem tudja, hogy amit megértett, azt miként közölték vele. Az előző korszakok írásbelisége a közlést és a megértést időben és térben szétválasztotta, de ekkor természetesen még ugyanarról az információról volt szó. A digitális média hozta kommunikációban azonban már úgy jön létre a közlő és befogadó közötti kapcsolat, hogy a számítógép a kommunikáció értelmének tárgyi dimenzióját (mit kommunikálnak, kinek) is szétválasztja (Luhmann 1998: 308–311).

A digitális médiumok korszakában ekképpen a forrás autoritása helyett a forrás ismeretlenségével számolhatunk, mivel a kommunikáció folyamatában egyre inkább jelentőségét veszti a tömegmédián keresztül érkezett információ kiindulópontja.⁸ Ezek a változások lényeges hatással vannak a kommunikáció szerkezetére is. Ez az átalakulás megszünteti a kommunikációnak azt az egységét, amely még megvolt a szóbeliség viszonyaiban és átlátható társadalmi kapcsolataiban. A modernitás ezen átláthatatlan komplexitása azonban tovább növeli és a végletekig feszíti a lehetséges és az aktuálisan lejajlott kommunikáció közötti diszkrépanciát. Ez az átláthatatlan komplexitás alakítja ki a kommunikáció modern paradoxonát. Ahogy Luhmann fogalmaz: „a modern társadalom ahhoz a határhoz ért, ahol már semmi sem olyan sincs, amit ne lehetne kommunikálni – egy régi kivételtől, az öszintéségtől eltekintve” (Luhmann 1998: 311).

A tömegmédia működése kapcsán részletesebben tárgyalt átláthatatlanság az új típusú társadalmi kommunikáció egyik alapvető tulajdonsága lesz. Ennek kapcsán pedig elsősorban a modernitással, de legfőképpen a tömegmédia működésével kapcsolatos aggodalmakat szokás megnevezni. Kevesebb figyelem hárul arra az összefüggésre, hogy a társadalom komplexitásnövekedése, amely szorosan összefügg az elterjesztő médiumokkal, a modernitás részrendszerekre bomló, polikontextuális szerveződésének az alapját adja. Az elterjesztő médiumoknak fontos szerepük van tehát abban a társadalmi változásban, amely megteremti a kommunikáció időtől és tértől független szerveződését. Ez pedig olyan mértékben növeli meg a társadalmi dinamika lehetőségét, hogy saját autopoioézise mentén társadalmi részterületek sokaságát alakítja ki. Az elektronikus, majd a digitális elterjesztő médiumok nélkül ebben az értelemben nem létezne a világtársadalom.

A világtársadalom rendkívül bonyolult szövetű struktúrája számára a tömegmédia elsősorban a dinamika miatt fontos (Luhmann 2008 [1996]: 23–32). A tömegmédia számára, melynek racionalitása az informativitásra összpontosít, a jövő az újabb lehetőségekre nyitott térként jelenik meg, szemben a korábbi korszakok jelenre orientáltságával. Az elterjesztő médiumok által válik a jövő a múlttól lényegesen különböző entitássá. Ez a magas dinamikát mutató új szerkezet alakítja ki azt is, hogy a jelen immár a cselekvés(kényszer) idejévé válik. Ezáltal a modern társadalomban egy olyan időfelfogás terjed el, ahol a jelen nem csupán a lehetőségek terét, hanem az elmulasztott vagy elmulasztható cselekvések idejét is jelenti.

Ez az átalakulás hozza magával a percepció sémák változását is. Amíg a könyvnyomtatás elterjedésének kezdetén az újdonsággal szemben még éltek a gyanúperrel, hogy annak

⁸ Jó példa a forrás autoritásának teljes hiányára a wikipedia, amely az internethasználók jelentős része számára jelenti a világban való tárgyszerű tájékozódás alapját anélkül, hogy az onnan nyert információ forrásáról bármiféle ismerettel rendelkezne.

háttérben csakis család állhat,⁹ a modernitás idején a változatlanóság válik szokatlanná a folyamatos mozgásban lévő társadalmi kommunikáció közegében. A tömegmédiá szelekciójában (egyébként hasonlóan a tudományhoz és a művészetekhez) az aktualitás, az újdonság válik fontossá. A premodern társadalmakban a jelenhez a tartósság/változatlanóság párosul, az újdonság viszont a lényegtelen, a talmi jele, a kíváncsiság pedig mindig gyanús motivációt rejtet. A modernitás megjelenésével az a döntő változás következik be, hogy a „jelen válik momentummá” (Luhmann 2009a: 364). A premodern társadalmak stabil, nagy egységek változatlanóságát mutató, ekképpen monumentális szerkezete helyett a momentumok válnak a modern társadalmi dinamika alapjává. A tömegmédiá pedig tükrözi a megváltozott össz-társadalmi struktúrákat: az újdonságot immár minden értékelés nélkül, magától értetődően fogadják a társadalmi kommunikációban. Ezzel párhuzamosan, ami a személyeket illeti, az új iránti kíváncsiság nem csupán pozitív tulajdonsággá válik, hanem egyenesen az egyéni siker feltétele lesz.

A modernitás megnövekedett társadalmi dinamikája azt követeli meg, hogy a különböző racionalitások mentén kommunikáló részrendszerek párbeszédet folytassanak egymással. A részrendszerek saját maguk és a szocialitás egésze számára is átláthatatlan folyamatában a tömegmédiá szelekciójára hárul a feladat, hogy koordinálja ezen egységek kommunikációját. A modern társadalom komplex rendszere a tömegmédiá segítségével szinkronizálja cselekvéseit. A rendszer nagyfokú intranszparenciája azonban a koordinációs időt a pillanatra csökkenti le. A „jelen momentummá válása” képletesen azt az állandón változásban lévő kommunikációt mutatja, amely gyorsaságával, naprakészségével megteremti az egyes társadalmi területek kapcsolódását. A tömegmédiá szelekciója, amely középpontjában az informativitás áll, az egyes részterületek témáinak, nézőpontjainak megismertetésével biztosítja, hogy a részterületek perspektíváiról mindenki többé-kevésbé egy időben értesülhessen.¹⁰ Ugyanakkor a tömegmédiá szelekciója nem hagy időt arra, hogy a kommunikáció ténybeli hatását felmérjük (Luhmann 2009a: 360).

A nyilvánosság szerepe a modern társadalom kommunikációjában

A modernitás rendszerelméleti elemzésében a világtársadalom nagy komplexitású kommunikációja tehát a tömegmédiá sajátos hatásának eredményeképpen kerül összhangba. A luhmanni perspektíva nem győzi azonban hangsúlyozni, hogy ez az összhang nem egy konszenzusstruktúrán alapszik (Luhmann 2009b). A tömegmédiá tehát nem az alapján képes a társadalmi integrációt erősíteni, hogy ennek a részrendszernek az üzenetei egyetértést közvetítenek vagy sugallnak a társadalom számára. A tömegmédiá, az azonos racionalitás mentén kibocsátott információ miatt, azt a hatást kelti, mintha a nagyobb szelektivitás mel-

9 A könyvnyomtatás idején lassan létrejövő sajtótermékekkel szembeni bizalmatlanság oka az volt, hogy azok mindig tele voltak hírekkel, eseményekkel, függetlenül attól, hogy melyik nap adták ki őket. A jelen mozdulatlanóságában élő emberek számára ennyi valós tartalommal bíró újdonság, változás pedig teljesen elképzelhetetlen volt. (Jól mutatja a premodern társadalom percepció sémáját, hogy nincs is szava az új eseményekre, és a nyugati nyelvekben az újdonság szó jellemzően csak a 17–18. századra terjed el [Luhmann 2005b: 452]).

10 Ez képezi a modern társadalom demokratikus működésének alapját is: a tömegmédiá biztosítja azt, hogy a politikai akaratképzés szempontjából lehetséges alternatívákat – a maguk pillanatjellegében és rövidre zártságában, de – megismerhessék a választópolgárok.

lett nagyobb fokú konszenzust is közvetítene. A luhmanni rendszerelmélet arra mutat rá, hogy e tekintetben valójában egy társadalomelméletileg kevésbé megalapozott, de annál nagyobb népszerűségnek örvendő illúzióról van szó.

Ez a társadalomelméleti illúzió azt feltételezi, hogy a tömegmédiával kialakuló nyilvánosság a társadalmi kommunikáció olyan ideális feltételeit biztosítja, ahol az előítélet-mentes, a racionalitást és a demokratikus vitát középpontba állító diskurzus jön létre, vagy legalábbis a nyilvánosság ennek teremti meg a feltételeit (Habermas 1993 [1962]). A könyvnyomtatással és később az elektronikus médiumok elterjedésével kialakuló tömegmédia azonban – miként erre eddigi elemzéseim is rámutattak (Bognár 2011, 2014, 2015b) – történetileg más célok mentén szerveződött meg. Az informativitást előtérbe helyező kommunikáció szelekcióját alapvetően nem a kommunikatív racionalitás (Habermas 2011 [1981]) keretfeltételeinek megteremtése és megtartása alakította ki, hanem a modern társadalom egyéb részrendszerei számára releváns információk közvetítésének igénye. Ezáltal a tömegkommunikáció a részterületek koordinációját biztosítja, és nem egy magas racionalitásfokú demokratikus diskurzus feltételeit teremti meg.

Továbbá, a nyilvánosság leegyszerűsítő sémája azt is feltételezi, hogy a tömegmédia szelekciója a világban való, etikailag is kifogásolhatatlan „helyes” cselekvéshez szükséges tényeket és adatokat közvetíti. Ezzel szemben a tömegmédia sajátos szelekciója (informatív-nem informatív megkülönböztetése) mentén olyan valóságértelmezést alakít ki, ami eredeti céljában és struktúrájában nem a különböző életvilágok számára kialakítható, a maga vonatkozásában objektív világlátás alapjait teremti meg. A tömegmédia ebből adódóan egy dologról, eseményről tudósít a médiaszervezetek kommunikátorain vagy a világháló névtelen „autoritásain” keresztül; anélkül, hogy a befogadó felé közvetített üzenetek igényt tarthatnának az igazság tételezésére. Vagy ahogy Luhmann lakonikus tömörséggel fogalmaz: a „tömegmédia által nem a világgal, hanem a hírekkel van dolgunk” (Luhmann 2009a: 361).

A tömegmédia elsődleges funkciója tehát nem lehet a társadalmi konszenzus megalapozása. Luhmann arra irányítja rá a figyelmet, hogy a felgyorsult dinamikájú modern társadalomban szerepe a társadalmi rendszer önmegfigyelésének irányításában van (Luhmann 1998: 1096–1109). Az összhang tehát a kommunikáció pillanatnyi koordinálása alapján jön létre. A tömegmédia esetében ezért az időbeli, és nem a konszenzusstruktúra az elsődleges. Utóbbi a modernitás rendkívül összetett kommunikációs szerkezetében létre sem jöhet, mivel ennek a konszenzusnak a társadalmi alapját éppen a rendszer komplex működése számolta fel. A luhmanni elemzés amellest érvel, hogy a konszenzusigény bejelentése a modernitás viszonyai között a társadalom komplexitásproblémáinak fel nem ismerését jelenti. A nyilvánosság diskurzusában megcélzott, de nem véletlenül soha meg nem megvalósult konszenzus ugyanis a szóbeliség társadalmait idéző egyszerű társadalmi szemantika esetén jöhetne csak létre. Azonban a modern társadalom körülményei között a konszenzus iránti vágyakozás nem elégséges annak megvalósulásához.¹¹

11 Jól jelzi a társadalom leírása és a kritikai diskurzus konszenzusigénye között feszülő diszcrepanciát, hogy Habermas nyilvánosságelemzése (Habermas 1993 [1962]) a különböző történeti korszakok elemzésében sohasem talál olyan nyilvánosságot, amely a célként megfogalmazott nyilvánosság tartalmának megfelelően. Éppen ellenkezőleg: a nyilvánosság szerkezetváltozásáról szóló elemzése azt a történeti folyamatot mutatja be, hogy a sok vonatkozásban indokolatlanul idealizált polgári nyilvánosságtól induló átalakulás miként számolja fel a kommunikatív racionalitás talaján álló nyilvánosságot. A habermasi történeti tabló tehát a nyilvánosság ideáljától való eltávolodást, és nem annak történeti megvalósulását mutatja be (vö. Bognár 2015b).

A luhmanni elemzésből tehát egyértelműen az következik, hogy a „közvélemény nem létezik”,¹² legalábbis nem abban az értelemben, hogy a modernitás korában a tömegmédiával közvetített nyilvánosságban a résztvevők racionális vitája eredményeképpen alapvető konszenzus alakulhatna ki a helyes cselekvés tartalmáról. Ugyanakkor rendszerelméleti keretben mégiscsak beszélhetünk közvéleményről; ha nem is abban az értelemben, hogy az az egyének gondolkodását, nézeteit, véleményét tükrözné. A luhmanni elméleti keretben a közvélemény nem azt a világlátást jeleníti meg, ahogyan az emberek valójában gondolkodnak a világ eseményeiről. Sokkal inkább egy olyan kommunikációs hálózatról van szó, ami úgy kommunikál közérdeklődésre számot tartó kérdésekről, hogy közben nem kívánja meg a személyek kötelező kapcsolódását. A közvélemény kérdéseivel való foglalkozás – szemben más társadalmi területekkel – teljes mértékben önkéntes, és ekképpen esetleges is: vannak, akik élnek ezzel a lehetőséggel, s vannak, akik nem. Mindez azonban nem befolyásolja a közvéleményről szóló nézeteket, még akkor sem, ha az csak nagyon kevésbé fejezi ki az emberek gondolkodásának egészét.

A habermasi fogalom kifordításaként ily módon a közvélemény hatását is sokkal inkább az individuumok orientációs veszteségeként lehet szemlélni. Azok számára, akik nem képesek a világ dolgaiban eligazodni, a közvélemény aktuális problémaérzékenysége mankókat, gondolkodási paneleket kínál. Egyúttal a közvélemény meglehetősen sablonos világlátása mentén átélhetővé teszi a jól értesültség élményét. Ebből fakad az, hogy a jelenségeket ezen összefüggések mentén vizsgálva a döntő kérdés nem az lesz, hogy a nyilvánosságban uralkodó nézetek hogyan tükrözik a jelenségek helyes szemléletét. Ehelyett a kérdés már úgy fogalmazódik meg, hogy az orientációs nehézségekkel küzdő közönség figyelmét miképpen lehet(ne) megragadni. A közvélemény kapcsán ezért sokkal inkább a figyelem megragadásáról van szó és nem sokféle személy megismeréséről. A személy gondolkodásának megragadása ekképpen nem központi kérdése a közvélemény szelekciójának. Ebben az értelemben tehát nem pszichés, hanem társadalmi kérdéstről van szó (Luhmann 2009b: 164–167).

Ebben az értelemben a nyilvánosságot egy tükörmetafora segítségével ragadhatjuk meg. A nyilvános diskurzusban arra nyílik lehetőség, hogy a megfigyelő magát és a többieket megfigyelje. A nyilvánosság kínálta tükörben azonban a megfigyelő nem magát látja, hanem csak a tükör felé fordított arcát és a saját vállán keresztül a többieket, amint ugyanazon tükör előtt cselekednek. Amit a megfigyelő érzékel, az értelemszerűen csak egy saját pozíciója és mozgása által meghatározott metszet. Az egész hatás tehát a tükör intranzsparenciáján alapul. Egy olyan perspektíván keresztül, amely kapcsolatot hoz létre a valódi emberek valódi feje és a tükörbe pillantó arcok között (Luhmann 2009b: 172).

Rendszerelméleti nézőpontból a nyilvánosság olyan médiumnak tekinthető, amely által a kommunikáció folyamatában kommunikációs formák keletkeznek és szűnnek meg. Ezen a nagy dinamikával rendelkező területen a nézetek és vélemények állandó mozgásban vannak, hol egyik, hol másik társadalmi kérdésre fókuszálnak, attól függően, hogy a kommunikációban részt vevő személyek mire mutatnak érdeklődést. Ez a folyamatosan változó nyilvános diskurzus tehát olyan témákat, nézőpontokat fogalmaz meg, amelyek mentén az emberek állást foglalhatnak, formálhatják a véleményüket. A nyilvánosság ebben a kommunikációs

12 A közvélemény ilyetén való tagadása nyilvánvalóan más társadalomelméleti alapokon és más érveléssel nyugszik, mint a közvélemény bourdieu-i kritikája, amely elsősorban az empirikus társadalomkutatás által használt közvélemény-fogalom és kutatási gyakorlat érvényességét vitatja (Bourdieu 1997 [1971]).

helyzetben tehát legfeljebb gondolkodási irányokat, alternatívákat fogalmazhat meg anélkül, hogy az emberek között a nagy dinamikájú párbeszédben lehetőség vagy igény mutatkozna a konszenzus elérésére.

Létezik azonban egy olyan nyilvános kommunikáció, ami miközben az egyetértés elérése nem lehetséges, mégis annak fikcióján nyugszik. Ennek a fikciónak társadalmi tételezése biztosítja egyúttal a nyilvánosság működőképességét is. Jól látható ez a politika részrendszerének működésében, amely számára kikerülhetetlen a nyilvánosság diskurzusa. Természetesen nem abban az értelemben, hogy a nyilvános diskurzus képes lenne elvezetni a mindenki, vagy legalábbis a többség egyetértését hozó, a kommunikatív racionalitás talaján álló konszenzusos döntésekhez. A nyilvánosság a politika számára azért fontos, mert a politikai döntéshozatal iránt érdeklődő személyek számára a politika működése által elfedett világban az áttekinthetőség érzését kelti. (Ezzel pedig nagyban segíti a politika részrendszerének minden választópolgárt bevonó, csakis ebben az értelemben demokratikus működését.) A nyilvánosság tehát olyan híreket, témákat, véleményeket, összefüggéseket kínál, amelyekhez ragaszkodhat az ember, miközben változatlanul nem tudja meg, hogy mi történt valójában.

A nyilvánosság társadalmi pozicionálásából adódik azonban az, hogy a nyilvánosság rendszerelméleti fogalma lemond a racionalitás középpontba állításáról. Másfelől éppúgy nem osztja a tömegpszichológia vagy az eszmetörténet azon megközelítést sem, amely a közvélemény működésében az észérveket felülíró, a pillanatnyi érzelmeknek kiszolgáltatott irracionalitás megnyilvánulásait érzékeli (Le Bon 2012 [1895]; Ortega 2003 [1930]). A nyilvánosság médiumának a formáját ugyanis az a részrendszerre szerveződő tömegmédiá adja meg, amelynek működése nem irracionális, de nem is a magas racionalitásfokú, konszenzusra törekvő párbeszéd határozza meg. A tömegmédiá informativitást középpontba állító racionalitása rögzíti a nyilvánosságban kommunikált kérdések, témák körét, így azt értelemszerűen nem a társadalom konszenzusosan megállapított ítéletei, mindenki egyetértésére számot tartó nézőpontja határozza meg. Mindezerért nem lehet a nyilvánosság a modern társadalom központi instanciája sem.

A tömegmédiá percepciója és a társadalom valósága

A tömegmédiá azonban képes a modern társadalmi rendszer önmegfigyelésének irányítására. Informativitást előtérbe helyező racionalitása a hétköznapok ismétlődő, megszokott világával szemben azokat az információkat emeli ki, amelyek a társadalmi kommunikáció dinamikáját adják. A tömegmédiá ezt a hatást a többi részterület folyamatos irritálásával éri el. Üzenetei olyan impulzusokat keltenek a társadalom egyéb részei számára, amelyeket azok irritációként, saját autopoietikus rendszerüket ért környezeti ingerként értelmeznek. Ez az oka annak, hogy a tömegmédiá az újdonságokat, a megszokottól való eltéréseket, a könnyen kvantifikálható napi eseményeket és mindenekelőtt a konfliktusokat hangsúlyozza. Az újdonság témakörei (a börze, a sport stb.) pedig a diszkontinuitást emelik ki.

A tömegmédiának ez a sajátos racionalitása teremti meg a további kommunikációnak azokat az előfeltételeit, amelyeket nem kell külön kommunikálni. A tömegmédiá ebben az értelemben egy háttérvalóságot hoz létre, amitől el is szakadhatunk, de ami másfelől képes a modern társadalom különböző részterületeit időben koordinálni. Mint az eddigi elemzésekből kiviláglott, ez a koordináció azonban sem a konszenzust, sem a körülöttünk lévő

világ azon objektív, megfellebbezhetetlen leírását nem nyújtja, ami támpontot adhatna a konszenzuális társadalmi cselekvéshez. Mindez magától értetődően adódik a tömegmédiá informativitást hangsúlyozó kommunikációjából. A tömegmédiá számára informatívnak mutakozó és a többi részterület számára irritációt jelentő üzenetében épp a társadalom hétköznapi, szokványos működése *nem* jelenik meg. A tömegmédiá tehát épp azzal nem foglalkozik, ami lehetőséget biztosítana számára a minket körülvevő valóság megragadásra. Úgy is fogalmazhatnánk, hogy a társadalom a tömegmédiá perspektívájában csak negatívan jelenhet meg: a társadalom azt jelenti, ami kimarad a hírekből (Luhmann 2008 [1996]: 35–51).

A társadalom azonban nem csupán azért nem látszik a tömegmédiában, mert a társadalom elsősorban a hírérték nélküli folyamatosság világát jelenti, a tömegmédiá pedig éppen a hírértékkel rendelkező diszkontinuitást jeleníti meg, hanem mert a tömegmédiában tálat információk a részterület alprogramjai, és nem a társadalom nézőpontja szerint tagolódnak. A hírek, tudósítások, a szórakozás és a reklám programterületei a tömegmédiá csak saját részrendszerére jellemző, speciális szelekcióját mutatják (Luhmann 2008 [1996] 35–73). Ez egyrészt azt jelenti, hogy a társadalmi témák és érdeklődések a tömegmédiá programjai és szervezetei alapján bomlanak részterületekre, másrészt a speciális funkciói mentén szelektáló tömegmédiá nem törekszik olyan összetársadalmi reprezentativitásra, amelyből a társadalom egésze látszana (Luhmann 2009c: 363–366). E nélkül azonban aligha fogalmazhatók meg azok az igények, amelyeket a nyilvános diskurzus illúziójában hívók a tömegmédiá által életre hívott nyilvánosságához kapcsolnak.

A tömegmédiá tehát a magas racionalitásfokú, konszenzusra törekvő diskurzus helyett a részvétel lehetőségét kínálja egy közös realitásban. A tömegmédiá szerepe abban rejlik, hogy működése által olyan társadalmi emlékezet alakul ki, ami viszonyítási pontként jelenik meg a modernitás kommunikációs szerkezetében. A tömegmédiá által bizonyos valósághipotéziseket ismertnek tételezünk fel anélkül, hogy ezek valóságtartalmát külön meg kellene indokolnunk. A nyilvánosságnak mindössze abban lehet szerepe, hogy a tömegmédiá által kínált valóságmetszetekre egy második, közmegegyezést nem igénylő valóság rakódhat azok számára, akik szeretnének ezen diskurzus alapján is a világban tájékozódni. A mindkét valóságmetszeten keresztül tájékozódás óhatatlanul együtt jár azzal, hogy kiszolgáltatottá válunk mások megfigyelésének.

Mégsem lesz azonban az az érzésünk, hogy különböző, összemérhetetlen világokban élünk. Ennek oka pedig elsősorban a tömegmédiá sajátos szelekciós mechanizmusában és a személyek pszichés rendszerének sajátos kapcsolódásában keresendő (Luhmann 2009b: 164–167). Ugyanis a tömegmédiá racionalitása saját, a világ komplexitását leegyszerűsítő sémája mentén olyan érzékelhető világot generál, amely nagyban illeszkedik a pszichés rendszer elvárásaihoz. A személyek ugyanis nehezen tájékozódnak a modern társadalom átláthatatlan kommunikációs szerkezetében. A társadalmi kommunikáció nagyfokú intranszparenciája problematikusá teszi az én elhelyezését a világban. E tekintetben azonban a tömegmédiá – mivel a konfliktust, a változást és a kvantifikálható összefüggéseket helyezi előtérbe – nem ad támpontokat a tájékozódási nehézséggel küszködő személyeknek. Már csak azért sem, mivel a tömegmédiá racionalitásának ezek a jegyei inkább a többi társadalmi részterület irritációját, és nem a társadalmon kívül lévő pszichés rendszer kapcsolódását teremtik meg.

A tömegmédiá és a pszichés rendszerek kapcsolódását azonban nagyban segíti a tömegmédiá moralizáló jellege. A tömegmédiá ugyanis nagy előszóval tudósít a nem mindennapi normaszegésekről. A médiá sajátossága az, hogy a társadalom értékei megsértésének

kommunikálásával, a társadalom öningerlésével teremti meg az erkölcsök újratermelését.¹³ Úgy is fogalmazhatnánk, hogy az újkori társadalom (akkor még vallási alapú) morális kommunikációja¹⁴ tovább él a tömegmédiá üzeneteiben, és ezzel jelentős integratív szerepet tölt be a modern társadalomban is.¹⁵ Tömegmédiá és a pszichés rendszer kapcsolódását segíti az is, hogy a morális kommunikáció elismerés-megvetés kódja illeszkedik az egyénhez, amennyiben a morál mindig a személyiség egészét, és nemcsak egy kommunikáció tartalmát ítéli meg.

A személyhez illeszkedik a tömegmédiá legnépszerűbb programterülete, a szórakozás is. A tömegmédiá által kínált szórakozás ugyanis maximálisan igyekszik kiszolgálni a közönség szelekcióját. A közönség elvárása, érdeklődése, élményeket kereső percepció sémája hozza magával azt is, hogy a figyelem megszerzése és megragadása lesz a legfőbb választási szempont. A tömegmédiá szórakozás-alprogramja pedig igyekszik a sokféle érdeklődési igénynek megfelelni, és újabb szórakozás igényét kelteni. A szórakozás társadalmilag poliszemikus területe (ahány társadalmi milió, annyi eltérő érdeklődési séma) ezáltal újra tanúbizonyságát adja annak, hogy a tömegmédiá üzenetének fogadásához nem szükséges össztársadalmi konszenzus, hanem mindössze arra van szükség, hogy az érdeklődés és a figyelem a társadalmi kommunikáció részévé váljon.

A tömegmédiá szórakozás-programterülete másfelől arra is képes, hogy a modernitás komplex rendszerének átláthatatlanságát feloldja. A szórakozás területe az egyének minden csoportja számára egyszerű, vagy adott esetben a csoport összetettebb szemantikájához illeszkedő sémákat kínál.¹⁶ Az ismétlődések struktúrájával rendelkező, végességet kifejező, szórakoztató médiaműfajok (a különböző filmek, TV-s és rádiós műsorok stb.) ezáltal a bizonyosság, az áttekinthetőség élményét közvetítik a személyek számára. Azt a hatást keltik, hogy a világ kaotikus rendjében ezeknek a sémaképzéseknek a segítségével el lehet tájékozódni (Luhmann 2008 [1996]: 61–73).¹⁷ Ráadásul a szórakozás által a tömegmédiá a személy által átélt, remélt, félt, elfeledett tartalmakat éleszti fel, hasonlóképpen, mint egykor a szóbeliség társadalmában az elbeszélrt mítoszok. A McLuhani, majd az ezt átvevő ongi terminológia szerint a másodlagos szóbeliség világa (McLuhan 1995 [1964]; Ong 2010 [1982]) immár nem az interakció, hanem a funkcionálisan differenciálódó részrendszer szintjén teremt új mitológiát. Ehhez pedig a szórakozás programterülete nagyon gyakran generálja a személyesség élményét; legyen szó a talk-show-król vagy az emberek többségi hétköznapi érdeklődését jelentő bulvársajtóról.

13 Ezt a sajátos mechanizmust mutatja annak a Győzike-show-nak az osztatlan népszerűsége a 2000-es évek első évtizedében, ami alapvetően a többségi norma különböző, hétköznapi megsértését mutatta be egy roma popzenész és családja életének nyomon követése során. A műsor nagyszámú közönsége értelemszerűen nem azért követte figyelemmel hétről hétre Győzikeék normaszegéseit, hogy ezzel a főszereplőkkel azonos értékrendjét kifejezze. Éppen ellenkezőleg, a közönség a nyilvánvaló, de a főszereplők által többnyire nem érzékelt normaszegések szemlélése, átélése által (és a főszereplők elutasításával) teremti újjá saját, a műsorban megkérdőjelezett normáit.

14 A morális kommunikáció újkori előtérbe kerüléséről lásd részletesebben Luhmann és Nassehi ez irányú elemzéseit (Luhmann 2008; Nassehi 2003).

15 A korábban említett Győzike-show esetében ez az integráció a normaszegéssel azonosított kisebbségi csoport kirekesztésével valósul meg. Miközben tehát a többség a normaszegésre való reflexióban megerősíti a normák iránti explicit elköteleződését, addig a negatív sztereotipizáció nemcsak a műsor főszereplőit, hanem az általuk megjelenített társadalmi csoportot (a romákat) is érinti.

16 A tömegmédiá poliszemikussá válásának hosszú története van. Az újkori polgári nyilvánosság korszaka után a 19. század közepén jelenik meg Nyugaton az az olcsó napi sajtó, amely egyszerűsítő szemantikájával a polgári műveltséggel nem rendelkező csoportokat is képes bevonni. Napjaink sokféle tartalmú médiaüzenete pedig a legkülönbözőbb, társadalmi szemantikájában legélesebben elváló csoportok (vö. Schulze 1992) bevonására is képes.

17 A tömegmédiá egyszerűsítő sémaképzésének az is oka, hogy a nagy erővel és óriási túlkínálatban a médiából érkező optikai és akusztikai impulzusok sokszor feldolgozhatatlan mennyiségű információt közvetítenek a befogadó számára. Erre a túlkínálatra nagyon gyakran a korlátos figyelem és a tompaság a pszichológiai válasz.

A tömegmédiá modern mítosza ezáltal teremti meg a szociális emlékezetet is. Olyan több-kevésbé mindenki számára elérhető világot generál, amely vitatott, de mégis közös viszonyítási pontot jelent a hétköznapi tájékozódás számára. Ez a közös világ azonban üzeneteiben felettebb poliszemikus, ezért nem hat kényszerítőerővel a személy számára. A tömegmédiá közös világa viszonylag tág teret ad a miliőstrukturális eltérések számára, és (bizonyos társadalmi értékektől eltekintve) nem igényel konszenzust. Nagy dinamikájú és poliszemikus üzenete a kommunikáció szabadságfokát növeli, ebben fontos és kikerülhetetlen impulzusokat ad a modern társadalom sok részterületre bomló kommunikációjának. A Luhmann által különösen kedvelt paradoxonokat használva úgy is fogalmazhatnánk, hogy a tömegmédiá működése során az áttekinthetőségen keresztül valósul meg az áttekinthetetlenség reprodukciója, a tudás áttekinthetetlenségén keresztül pedig a hatások áttekinthetetlenségének reprodukciója (Luhmann 2008 [1996]: 114). Mindez pedig azt a jövőre irányultságot fejezi ki, amely a modern társadalmi szemantikában egyre inkább kitüntetett pozícióba kerül.

Hierarchia és heterarchia a világtársadalom kommunikációjában

A kérdés már csak az, hogy az elterjesztő médiumok hozta változás, a világtársadalom bonyolult szövettű rendszerének kialakulása miképpen rendezte át a kommunikáció hierarchikus és heterarchikus szerveződését. Láttuk, hogy az elektronikus médiumok megjelenésének fontos szerepe volt abban, hogy a rétegzett társadalom hierarchikus szerveződése helyett a modern társadalom funkcionálisan tagolódo szerkezete jöjjön létre. A kommunikációnak ez az új szerkezete kétségtelenül nagyobb teret adott a heterarchikus szerveződéseknek, mivel a részrendszerek modern struktúrája potenciálisan minden személy számára nyitottak, és immár nem a születéstől rögzített vagy alapvetően meghatározott társadalmi pozíciók függvénye. Noha a modern társadalom potenciálisan minden személy számára biztosítja a részrendszerek kommunikációjában való részvételt, a részrendszerek ezen „inklúziója” azonban nem tünteti el az erőforrásokhoz jutás egyenlőtlenségeit.

Ezek az egyenlőtlenségek a tömegmédiá részrendszerének is sajátjai, amennyiben a részrendszer racionalitása különböző hozzáférést, csatlakozási lehetőségeket kínál a társadalom eltérő pozíciójú tagjai számára. Magának az olvasás és írás képességének korlátossága az elektronikus médiák elterjedésének időszakában is alapvetően kijelölte azt, hogy az egyes társadalmi csoportok tagjai milyen eséllyel és milyen pozícióban kapcsolódhattak be a kialakuló részrendszerek kommunikációjába. Az egyes részrendszerek kommunikációjában való sikeres részvétel ebben a korszakban is többnyire csak a privilegizált társadalmi helyzetű csoportoknak adatott meg. A tömegmédiához való hozzáférés ezen túl a csoportok gazdasági és kulturális lehetőségeinek is függvénye. Különösen a rétegzett társadalom lassú eróziójának évszázadaiban határozta meg ezek a strukturális jegyek alapvetően a tömegmédiá kínálatából való részesedés lehetőségeit és örökítették tovább a hierarchikus szerkezet szerepét a társadalmi kommunikációban.¹⁸

18 Tegyük hozzá, hogy a polgári nyilvánosság is alapvetően magán viselte ennek a hierarchikus kommunikációnak a jegyeit, mivel az ebben a diskurzusban való részvétel gazdasági és kulturális feltételei csak a társadalom egy szűk csoportjai számára kínálták az egyenrangú kapcsolódás esélyét. A polgári nyilvánosság demokratikussága azt jelentette, hogy a polgárság saját világlátása képezte a társadalmilag releváns, „általános” nézőpont alapját, és csak ennek elsajátítása tette lehetővé azt az „egyenrangú” párbeszédet, ami az „általános emberi” fogalma alatt valójában a polgárság társadalmi szemantikáját tükrözte.

Minden bizonnyal ezekkel az összefüggésekkel is magyarázható, hogy a médiakutatás 20. századi hagyományában a nyilvánvaló társadalmi egyenlőtlenségek tudatában születő elemzések is az osztályellentéteket, és különösképpen a tömegmédiának ennek fenntartásában, továbbörökítésében játszott szerepét emelték ki. Ezzel szorosán összefüggött az is, hogy a tömegmédiáról szóló elemzések a manipuláció kérdése köré szerveződtek, mint egy olyan kutatási terület köré, amely magyarázatot kíván szolgáltatni arra, hogy a demokratikus politikai jogok ellenére miért maradtak meg a „burzsoá osztályhatalom” feltételei (Adorno 1991; Gramsci 2000; Hall és Whannel 1966; Hall et al. 1980; Marcuse 1990 [1964]).¹⁹

Lényegesen más összefüggésekre mutathatunk rá azonban, ha az elterjesztő médiumok által is létrehozott változásokat inkább a történeti változás folyamatában és annak strukturális meghatározottságai mentén értelmezzük. A történeti változások a tömegmédiához való hozzáférés egyértelmű növekedését mutatják. Az általános közoktatás hozta átalakulás olyan csoportok számára is lehetőséget nyitott a tömegmédiához való kapcsolódáshoz, akik a korábbi társadalmi struktúrákban el voltak zárva a társadalom szintű tájékozódástól. Ez a bekapcsolódás nyilvánvalóan nyomott hagyott a tömegmédiában is. A napi sajtó 19–20. századi elterjedése olyan szerkezeti változást eredményez, amely a korábbi polgári nyilvánosság szűk körű szemantikája mellett az eddig negatívan privilegizált csoportok szemantikájához is illeszkedő információáramlás lehetőségét is megnyitja (vö. Briggs és Burke 2004 [2002]: 180–209). Tekintettel arra, hogy a tömegmédiának egyre inkább döntő szerepe van a társadalom önléírásában, ez a bevonódás nyilvánvalóan a társadalomleírás pluralizmusát, és ekképpen a kommunikáció heterarchikus tendenciáit erősíti.

Nem feledkezhetünk meg azonban arról sem, hogy a tömegmédiának kínálta valóságkép nem csupán a világban való tájékozódás lehetőségét bővíti, hanem a korábban meglévő csatornákat is viszonylagossá teszi. A tömegmédiában ebben az időszakban megerősödő hatása, majd dominanciája háttérbe szorítja a kommunikáció korábbi személyes, az interakció rendszerszintjéhez kötődő formáit. Az átalakulás tehát az itt kialakult valóságstruktúrák relativizálódását is magával hozza. A modernitás egyik kikerülhetetlen hatása ugyanis éppen az volt, hogy az alapvetően a lokális kiterjedésű premodern közösségek világlátását a társadalom szintjén megszerveződő kommunikációs struktúra írta felül. Ennek a lokális jelentésen túllépő, egységesítő szemantikának pedig hosszú időszakon keresztül a tömegmédiának a legfőbb közvetítője. A centrumból végrehajtott egységesítés racionalitásához ráadásul az elektronikus médiumok korszakában a technológia is illeszkedett. Ezek a többnyire központi államhatalom kezében lévő, jogi normákkal körülbástyázott médiaszervezetek határozták meg a társadalom egészére kiterjedő kommunikáció jegeit. A központból történő egyirányú kommunikáció során a visszacsatolás technikai lehetőségei (és szándéka is) csak nagyon korlátos volt. Mindez a társadalmi kommunikáció hierarchikus szerveződéséről tanúskodik.

¹⁹ Sőt ezekben a kritikai értelmezésekben egyre nagyobb jelentőséget tulajdonítottak a tömegmédiának az osztályhatalom fenntartásában. A tudományos igényű médiakutatás lényegében annak megfogalmazásával kezdődik (és határozza meg majd egy évszázadra a tudományterület fő diskurzusát), hogy az antagonisztikus ellentétekkel jellemzett kapitalizmus azért nem omlik össze a Marx által meghatározott gazdasági ellentmondások miatt, mert a tömegmédiának manipulációja lehetetlenné tette a kiszolgáltatott, kizsákmányolt proletariátus számára a „helyes tudatot”, ami feltétele lett volna annak, hogy megdöntse a burzsoázia végtelenül igazságtalan osztályhatalmát (Adorno, Gramsci, Marcuse).

Az elektronikus médiumok korszakának másrészt az is sajátossága, hogy a médiaszervezetek egyirányú kommunikációja egyre növekvő érdeklődést mutatott a pluralizálódó társadalom különböző csoportjainak valóságképe és értékrendje iránt. A tömegmédiá intézményei a befogadók megnyeréséért folytatott versenyben egyre inkább illeszkedtek ahhoz a sokféle világlátáshoz, amely az egyes nemzeti kultúrák mögött megmutatkozott. Nem véletlen tehát, hogy a műholdas csatornák elterjedése idején az egységesítő tendenciák egyértelműen visszaszorultak, s teret adtak annak a sokféle műsorkínálatnak, amelyek egyre inkább lemondtak az emberek azonos kultúra szerinti neveléséről, és sokkal inkább a megcélzott társadalmi csoportokhoz illeszkedő (vagy illeszkedni akaró) műsorpolitikával igyekeztek megszólítani a közönséget (vö. Briggs és Burke 2004 [2002]: 281–298; Barbier és Lavenir 2004 [1996]: 335–351).²⁰

A digitális médiumok megjelenése ehhez a strukturális változáshoz kapcsolódik. Ez a technikai újítás tovább csökkenti a centrumból küldött egyirányú kommunikáció jelentőségét. A digitális médiumok kommunikációelméleti jelentősége az, hogy először biztosítják a társadalom rendszerszintjén az egyénhez illeszkedő kommunikáció feltételeit. Az elektronikus médiumok időszakában a személynek a tömegmédiá szervezetei által mindenkinek küldött (újság, TV- és rádióműsorok stb.) üzeneteiből volt alkalma szelektálni. A digitális médiumok (világháló, mobil- és okostelefonok stb.) először kínálnak arra lehetőséget, hogy a tömegmédiából jövő üzenetek teljesen személyre szabottan, és nem kapuőrök által előszelektálva juthassanak el a befogadóhoz. A digitális médiumok kínálta információáramlás ebben az értelemben sokkal nagyobb teret biztosít a személy saját preferenciái szerinti tájékozódásra. Ebből adódóan a központilag irányított információáramlás befolyása is csökken, ami együtt jár a hierarchikus szerveződések szerepének gyengülésével és a heterarchikus viszonyok előtérbe kerülésével.

A digitális médiumok hozta változás tendenciái ugyan előtérbe helyezik a személyes tájékozódás lehetőségét, de emellett több vonatkozásban megjelennek a többségi társadalom, illetve a személy csoport-hovatartozásának hatásai is a médiatartalom kiválasztásában. Előbbire példa a Google keresőfunkciója, amely a korábbi keresési, látogatottsági preferenciák alapján előszelektálja a személy által potenciálisan felkeresendő oldalakat.²¹ Ebben a vonatkozásban tehát többnyire a többségi társadalom preferenciái jelennek meg,²² amelyek óhatatlanul orientálják, befolyásolják az egyén választásait. A személyes preferenciák mögött meghúzódó csoporttagságok szerepére mutat rá az internetes közösségi oldalak által konstruált valóság. Ezek az oldalak (Facebook, Twitter stb.) a saját és az ismerősök preferenciái szerint, illetve a like-olt események, cikkek, hozzászólások szerint jelenítik meg az

20 A társadalmi poliszémia mielőstrukturális jegyeiről és a tömegmédiá kínálatáról lásd részletesebben: Bog-nár (2011).

21 A legfőbb tájékozódást jelentő Google keresőfunkciójának az a sajátossága, hogy egy név, fogalom stb. beírásakor nem az eddigi összes keresés alapján, hanem csak az utóbbi időszak alapján rangsorolja és kínálja fel a keresett dologhoz kapcsolódó tartalmakat. Ez a beállítási algoritmus is azt mutatja, hogy a tömegmédiá racionalitása kizárólag a társadalmi dinamikát működtető újdonságra fókuszál.

22 Teljesen biztosat nem lehet állítani a Google keresőfunkciójáról, mivel keresési algoritmusai nem nyilvánosak, ahogy az sem, hogy milyen algoritmus szerint találja a találatokat. A felhasználói tapasztalatok azonban azt mutatják, hogy amikor kereséskor elkezdünk írni a Google keresési mezőjébe, akkor a Google a keresési kifejezést a többiek által leggyakrabban beírt kifejezésekkel próbálja kiegészíteni, vagy aszerint rangsorolja magát a keresési kifejezést. Viszont amikor a keresésre adott találatokat rendezzi sorba, akkor abban a kereső személy korábbi egyéni preferenciái is nagy valószínűséggel megjelennek.

egyén számára a hozzáférhető médiatartalmakat. Ezzel pedig azt a hatást keltik a személy számára, mintha a társadalmi világ csupa haszonszűrő véleményformálóval, és legfőképpen azonos csoport- és/vagy miliőhelyzetű cselekvővel lenne tele. Ezek a jellegzetességek egyfelől azt ábrázolják, hogy a digitális médiumok – sokak számára a társadalom atomizálódását eredményező működésével szemben – olyan technikai mechanizmusokat működtetnek, amelyek individuális használat esetén is társas kontextust teremtenek, ráadásul az egyén csoportkötődéseit is hatékonyan megjelenítik. Másrészt ezek a mechanizmusok arra is ráirányítják a figyelmet, hogy a személyes tájékozódást a társadalomszerkezetben elfoglalt pozíció is meghatározza.

A digitális médiumok hozta átalakulás mindezért értelemszerűen nem hozhatja magával azt, hogy kizárólag heterarchikus szerveződések jellemezzék a tömegmédiá működését. A társadalom változatlanul egymással alá- és fölérendeltségi viszonyban lévő csoportokra oszlik. Ennek abból a szempontból van jelentősége, hogy a tömegmédiá kínálatától való választás elsősorban nem individuálisan, hanem a szociokulturális környezet által kijelölt. Hogy a befogadó milyen médiatartalmakat preferál és melyeket utasít el, az nem az individuális választás, hanem a társadalmi hovatartozás függvénye. A személyes választás mögött megbújó csoporttagságok pedig nem csupán a médiafogyasztó preferenciáit, hanem a társadalmi sikeresség esélyét is kijelölik. Mivel a tömegmédiá egyre inkább fontossá válik kulturális szempontból és szocializációs ágensként is, a média csoportstajátos felhasználása a társadalmi mobilitás lehetőségeit is képes befolyásolni.²³

A hatások és ellenhatások mechanizmusainak eredményeképpen kettős folyamattal állunk szemben. A digitális médiumok kínálta személyre szabott információáramlás lehetősége tág teret nyújt a nem privilegizált társadalmi csoportok számára a saját valóságkonstrukciójukhoz illeszkedő médiatartalmak kiválasztására. A médiumok ebben az összefüggésben jelentősen hozzájárulnak ahhoz, hogy a társadalom heterarchikus jegyeit erősítsék, és a felülről oktrojált jelentésekkel szemben a nép szemiotikáját (vagy annak szemiotikai hatalmát [vö. Fiske 1990, 2011]) megjelenítsék. Ez a nyilvánvalóan demokratikus jellegzetesség azonban azzal a következménnyel is együtt jár, hogy ezek a társadalmi csoportok egyre inkább csak saját csoport- vagy miliő-hovatartozásuk szerinti médiaüzenetekkel találkoznak. Ez a média által közvetített, saját miliőjének valóságkonstrukciójába fordult világlátás azt a veszélyt rejt magában, hogy nem kondicionál olyan készségeket, amelyek segítségével más, társadalmi hierarchiában jobban pozicionált társadalmi csoportok világlátását is elsajátíthatják. A digitális médiumok ebben az értelemben abban is szerepet játszhatnak, hogy a társadalmi egyenlőtlenségeket és a hierarchikus szerkezetet továbbörökítsék.

A digitális médiumok eredményezte változások heterarchikus jellege és a korábbi monolit, hierarchikus formákat lebontó, megkérdőjelező jellege azonban ezen összefüggések ismeretében is vitán felül áll. A jelenségeket történeti perspektívában szemlélve ugyanis elő-

23 A Gerhard Schulze által leírt szórakozásmiliő (Schulze 1992) fiatal, alacsonyan képzett tagjai számára a digitális médiumok széles körű lehetőséget kínálnak az akciófilmek és pornótartalmak letöltésére. Nem kétséges az sem, hogy a férfiaság ekképpen kondicionált ismérvei sikeres cselekvésstratégiákká válhatnak a más szórakozásmiliős személyekkel folytatott kommunikációban. Erősen kérdéses azonban, hogy a médiafogyasztás fentiekben jelzett tartalmai a társadalmi mobilitás esélyét is képesek-e megnövelni. Ennek valószínűsége abból adódik, hogy ezek a tömeges befogadói preferenciák épp nem azokat a képességeket kondicionálják, amelyek differenciált szemantikához, kompetenciához és komplex megközelítéshez, vagyis azokhoz a készségekhez vezetnek, amelyek a magasabb társadalmi pozíciók eléréséhez szükségesek.

ször történik meg, hogy a média többségi üzenete a nem privilegizált társadalmi csoportok világlátását közvetíti. A nagyobb mértékű heterarchia mellett jelen lévő hierarchikus jegyek szerepére másrészt azért is fontos kitérni, mivel a korábbi korszakok hierarchikus szerveződései továbbélnek, és adott társadalmi feltételek mentén újragenerálódnának a digitális médiumok korszakában is. Az elterjesztő médiumok története mégis arról tanúskodik, hogy általuk a társadalom kommunikációjának szabadságfoka növekedett, és ezáltal fontos szerepe volt abban, hogy a társadalom komplexitásnövekedése mellett annak heterarchikus szerveződését is megerősítette. Legalábbis az európai társadalomfejlődés talaján kialakuló modern társadalomban. Más kérdés, hogy a távol-keleti gazdasági és politikai hatalmak által átalakuló világtársadalomban ezt a heterarchikus szerkezetet nem írják-e majd idővel felül új tendenciák a kommunikáció folyamatában.

Hivatkozott irodalom

- Adorno, Theodor W. (1991): *Culture Industry. Selected Essays on Mass Culture*. London: Routledge.
- Barbier, Frédéric és Catherine Bertho Lavenir (2004 [1996]): *A média története. Diderot-tól az internetig*. Budapest: Osiris.
- Bognár Bulcsu (2009): Miképpen lehetséges szociális rend? A modernitás rendszerelméleti integrációja. *Replika* (66): 65–91.
- Bognár Bulcsu (2011): A tömegmédia és a közéleti diskurzus. A manipulációs tézistől a miliőstrukturális változásokig. *Jel-Kép (Kommunikáció, Közvélemény, Média)* (2–3): 3–29.
- Bognár Bulcsu (2014): A tömegmédia és a funkcionálisan differenciálódó modern társadalom kapcsolata. In *Se vele, se nélküle? Tanulmányok a médiáról*. Lányi András és László Miklós (szerk.). Budapest: Wolters Kluwer, 143–165.
- Bognár Bulcsu (2015a): A kommunikációs médiumok és a társadalom differenciálódása. A nyelv és az írás szerepe a szocialitás evolúciójában. *Szociológiai Szemle* 25(1): 39–65.
- Bognár Bulcsu (2015b): A könyvnyomtatás és a nyilvánosság szerepe a modern társadalom kialakulásában. *Replika* (95): 13–30.
- Bourdieu, Pierre (1997 [1971]): A közvélemény nem létezik. *Szociológiai Figyelő* (1–2): 136–145. Interneten: <http://www.c3.hu/~szf/Szofi97/Sz97-03/Sz97-03-Area-8.htm>.
- Bourdieu, Pierre (2001 [1996]): *Előadások a televízióról*. Budapest: Osiris.
- Briggs, Asa és Peter Burke (2004 [2002]): *A média társadalomtörténete. Gutenbergtől az internetig*. Budapest: Napvilág.
- Fiske, John (1990): *Understanding popular Culture*. London: Unwin-Hyman.
- Fiske, John (2011): *Television culture*. London – New York: Routledge.
- Gerbner, George (2000): *A média rejtett üzenete*. Budapest: Osiris – MTA ELTE Kommunikációelméleti Kutató Csoport.
- Gramsci, Antonio (2000): *Selected Writings 1916–1935*. David Forgacs (szerk.). New York: New York University Press.
- Habermas, Jürgen (1993 [1962]): *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Budapest: Századvég-Osiris.
- Habermas, Jürgen (2011 [1981]): *A kommunikatív cselekvés elmélete*. Budapest: Gondolat.
- Hall, Stuart és Paddy Whannel (1966): *The Popular Arts. A Critical Guide to the Mass Media*. London: Hutchinson.
- Hall, Stuart, Dorothy Hobson, Andrew Lowe és Paul Willis (szerk.) (1980): *Culture, Media, Language. Working Papers in Cultural Studies 1972–1979*. London: Hutchinson.
- Horkheimer, Max és Theodor W. Adorno (1990 [1947]): *A felvilágosodás dialektikája*. Budapest: Atlantisz.
- Le Bon, Gustave (2012 [1895]): *A tömegek lélektana*. Onga: Belső Egész-ség.
- Luhmann, Niklas (1990): *Die Wissenschaft der Gesellschaft*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (1991): *Die Weltgesellschaft*. In *uő Soziologische Aufklärung 2. Aufsätze zur Theorie der Gesellschaft*. Opladen: Westdeutscher, 51–71.
- Luhmann, Niklas (1993): *Gesellschaftliche Struktur und semantische Tradition*. In *uő Gesellschaftsstruktur und Semantik. Studien zur Wissenssoziologie der modernen Gesellschaft. Band 1*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 9–71.
- Luhmann, Niklas (1995): *Was ist Kommunikation?* In *uő Soziologische Aufklärung. Band 6. Der Mensch*. Opladen:

- Westdeutscher, 109–120.
- Luhmann, Niklas (1998): *Die Gesellschaft der Gesellschaft I–II*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (2005a): *Einführung in die Theorie der Gesellschaft*. Dirk Baecker (szerk.). Heidelberg: Carl-Auer.
- Luhmann, Niklas (2005b): Az írás formája. In *Intézményesség és kulturális közvetítés*. Bónus Tibor, Kelemen Pál és Molnár Gábor Tamás (szerk.). Budapest: Ráció, 431–454.
- Luhmann, Niklas (2008 [1996]): *A tömegmédiá valósága*. Budapest: Gondolat – AKTI.
- Luhmann, Niklas (2008): *Die Moral der Gesellschaft*. Detlef Horster (szerk.). Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Luhmann, Niklas (2009a): Veränderungen im System gesellschaftlicher Kommunikation und die Massenmedien. In *uő Soziologische Aufklärung 3. Soziales System, Gesellschaft, Organisation*. Wiesbaden: VS Verlag, 355–368.
- Luhmann, Niklas (2009b): Gesellschaftliche Komplexität und öffentliche Meinung. In *uő Soziologische Aufklärung 5. Konstruktivistische Perspektiven*. Wiesbaden: VS Verlag, 163–175.
- Marcuse, Herbert (1990 [1964]): *Az egydimenziós ember*. Budapest: Kossuth.
- McLuhan, Marshall (1995 [1964]): *Understanding Media. The Extensions of Man*. Cambridge, London: MIT Press.
- McLuhan, Marshall (2001 [1962]): *A Gutenberg-galaxis. A tipográfiai ember létrejötte*. Budapest: Trezor.
- Nassehi, Armin (2003): Die Paradoxie der Unsichtbarkeit und die „Unbedingtheiten“ von Religion und Moral. In *uő Geschlossenheit und Offenheit. Studien zur Theorie der modernen Gesellschaft*. Suhrkamp: Frankfurt am Main, 258–283.
- Ong, Walter J. (2010 [1982]): *Szóbeliség és írásbeliség. A szó technológizálása*. Budapest: AKTI – Gondolat.
- Ortega y Gasset, José (2003 [1930]): *A tömegek lázadása*. Budapest: Nagyvilág.
- Schulze, Gerhard (1992): *Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart*. Frankfurt am Main: Campus.
- (Magyarul részletek: Élménytársadalom. A Jelenkor kultúrszociológiája. A hétköznapi élet esztétizálódása. *Szociológiai Figyelő* [2000/1–2]: 135–157; A Német Szövetségi köztársaság kulturális átalakulása. In *A kultúra szociológiája*. Wessely Anna (szerk.). Budapest: Osiris, 1998, 186–204.)