

Kommunikáció II.

VÁLOGATOTT TANULMÁNYOK

A kommunikáció világa

Második, bővített és javított kiadás



GENERAL PRESS KIADÓ

zárul az akadályozott kommunikációhoz és az alsóbb osztályoknak a politika rendszerbe való integrálásához.

A politikai rendszer nem zárt, s a társadalom sem egydimenziós. A rendszer ereje azonban éppen abban áll, hogy zártnak és egydimenziósnak látszik. Az uralkodó értékrendszer továbbításában és magukban az értékekben is olyan elemzés tárhatja fel a hézagokat – lehetővé téve esetleg a megfelelő cselekvést is –, amely azt tisztázza, hogy milyenfajta szocializáció milyenfajta csoportok számára teszi lehetővé az akadályozott kommunikációtól és a társadalomba integrálódástól való megmenekülést. Ez az elemzés azonban nem választható el a nyelv tanulmányozásától, hiszen ez az a paraméter, amelyen belül az individualizációs folyamat lejátszódik.

HELLER MÁRIA–RÉNYI ÁGNES

A nyilvánosság kommunikációelméleti megközelítéseiről*

A nyilvánosságfogalom differenciálódása az új elméletekben, kommunikációkutatás és szociológia határán

Az új információs és kommunikációs technológiák (ICT) megjelenésének és gyors elterjedésének következtében jelentősen megváltozik az individuális kommunikációs gyakorlat, de a társadalmi kommunikációról alkotott laikus és tudományos reprezentáció is. A kommunikáció nemcsak a társadalmi élet egyik szférájaként, hanem egyre inkább társadalmi alapkategóriaként, társadalomintegrációs erőként jelenik meg az elméleti gondolkodásban (Habermas 1985). Az információs társadalomról szóló új elméletek (Machlup 1962, Bell 1973, Masuda 1980, Toffler 1990, Porat 1977, Webster 1995, Castells 1996–8) pedig már a szociológia és a kommunikációtudomány között, kettős elméleti keretben kezelik a kommunikációt, az információ társadalmi méretekben megváltozott helyét és súlyát, és vizsgálják az információs társadalom kialakulásának szociológiai és kommunikációelméleti feltételeit és következményeit (Heller–Nordenstreng, megjelenés alatt).

A gyorsan fejlődő új információs és kommunikációs technológiák következtében jelentős mértékben átalakul, kitágul a kommunikációs helyzet definíciója, megváltozik általában a kommunikáció társadalmi reprezentációja. Kialakul egy átfogóbb, általánosabb kép a kommunikációról, benne a közvetlen és a közvetett kommunikáció legkülönbözőbb fajtáival. Kialakulóban van tehát ismét egy, a kommunikáció különböző fajtáit (a közvetlen, interperszonális és a mediatizált tömegkommunikáció különböző fajtáit) egységes keretben kezelő elméleti vonulat, és a különböző kommunikációs típusok közötti kapcsolatok (hasonlóságok és eltérések) kutatása is egyre nagyobb szerephez jut.

A mediatizált kommunikáció éppen arra ad lehetőséget, hogy a teret és az időt kitágítva lehessen a kommunikációs eseményekhez hozzáférni. Eppen ezen eszközök egyre fejlődő használatának következtében tágul ki egyre jobban a nyilvánosság fogalma, létrehozva a hozzáférés absztrakt értelmezését és tömegméretű lehetőségét. A technikai eszközök rendkívül felgyorsult fejlődése sok kutató (Keane, Meyrowitz, Flichy, Schlesinger stb.) szerint éppen avval a következménnyel járt, hogy ismét átalakult a nyilvánosság szerkezete. John Keane szerint több, egymást átfedő szintű nyilvánosság (mikro, mezzo, makro) jön létre, amelyeket a kommunikációs eszközök sokfélesége hívott életre. Meyrowitz szerint az új kommunikációs eszközökkel megteremtett nyilvánosság lerombolta a privát és a köz közötti, korábban jobban stabilizálódott határokat. (Korábban privát, magánjellegű viselkedések és témák válnak nyilvánossá, elsősorban a televízió segítségével.) A tömegkommunikáció elterjedése következtében valóban megsokszorozódik a látható, hozzáférhető kommunikációs események köre, és valóban erősen kinyílik a magánszféra irányába. Ez a fejlődés elsősorban a nem személyes jelenlétet, a nem fizikai ottlétet jelen-

ti, vagyis a mediatizált, közvetett nyilvánosságot, tehát a tömegkommunikációt, ahol a közönség részvétele passzív.

Ez előtt a fejlődés előtt a privát kommunikációkhoz való hozzáférést vagy a fizikai jelenlét biztosította, a közvetlen face-to-face nyilvánosság, vagy az első mediatizált kommunikációs kapcsolat: az írás. A nyomtatás azután ugrásszerűen kibővítette a hozzáférhető kommunikációs aktusok körét és lehetővé tette a privát szféra egyfajta jellegzetes kitárulkozását a nyilvánosság közönsége előtt. Ide tartozik a művészi kommunikáció nagy része is, amely a nyilvános köztémájú kommunikációval párhuzamosan (Habermas szerint azt megelőzően) fejlődött ki. A nem vallásos témájú elbeszélő műfajok, a regény kialakulása, amely az általános emberi (köz) témák után hamarosan a magánélet eseményeit tematizálta (pikareszk regény, romantikus történetek, történeti regény köntösében jelentkező magánéletek rajza), jelentős mértékben hozzájárult a magán és a köz közötti új határvonalak felállításához, a közönség önreflexiójához és közönségként való kialakulásához. Ez a fajta kommunikáció azonban meglehetősen szimbolikus: a magánszféra szűrt, emelkedett, művészileg megformált (tehát transzformált formában) jelenik meg benne. A televízió által közvetített magánszférában, még ha ebben is nagy szerepet játszik a megformált magánszféra (művészi alkotások), de egyre nagyobb szerephez jut benne a kommercializált tömegművészet, az alacsony szimbolizációs fokon transzformált valóság (például a szappanoperák, a dinasztiasorozatok), ám ennél is újabb fejlemény a magánszféra, az anonim szereplők részvételének, a magánvélemények felerősödésének tendenciája. (Talk-show-k, vitaműsorok neves és anonim szereplőkkel, a hírműsorokban egyre gyakrabban megjelenő névtelen szereplők.) Ez a tendencia úgy tesz, mintha a közvéleményt közvetítené mediatizált formában, itt már nincs szó a normatív értelemben vett konszenzuális közvéleményről, még a közvélemény-kutatások által reprezentatív magánvélemények aggregátumaként előállított közvélemény fogalomról sem, csak a közvélemény egyfajta látszataról, helyettesítéséről, nem reprezentatív önkényes reprezentációjáról vagy a legjobb esetben a vélemények pluralitásának bemutatásáról.

Az új kommunikációs technológiák által átalakított nyilvánosságban egyre sürgetőbben merül fel a nyilvánosságban való aktív és passzív részvétel megkülönböztetésének szükségessége. Habermas nyilvánosságelméletében (1962) sem a nyilvánossághoz való aktív és passzív hozzáférés különbsége nincsen tematizálva, sem a személyközi, közvetlen interakció kapcsolata a közvetett, mediatizált kommunikációval, a tömegkommunikáció különböző fajtáival nincsen explicit módon tárgyalva. A Habermas által vizsgált 20. századi, kiüresedett nyilvánosságban a fogyasztó már csak passzív résztvevője a mediatizált kommunikációs rendszernek. Nem foglalkozik azonban Habermas a modern nyilvánosság időszakában a személyközi kommunikáció közvetlen csatornáival, mint ahogy a nyilvánosságban való aktív részvétel lehetőségeivel sem. A polgári nyilvánosság korában a kettő, az aktív és a passzív hozzáférés, Habermas elmélete szerint, egymással összefüggött, összefolyt. Számára az újságok és a beszélő, az okoskodó közönség vitája szervesen összetartozott, vagyis a tömegkommunikáció egyik első intézménye szorosan kapcsolódott egy interakció típusú, közvetlen kommunikáción alapuló nyilvánossághoz. Az aktív, beszélgető, okoskodó nyilvánosság (klub, szalon, asztaltársaság stb.) szoros kapcsolatban állt a sajtónyilvánossággal, megvitatta a politikai nyilvánosság témáit, és ezekről a témákról szóltak az újságok is. Ez az elképzelés azt feltételezi, hogy a politikai nyilvánosság témáihoz aktív, széles hozzáférés létezett, másrészt hogy e két típus, a közvetlen

interakciós és a közvetett, mediatizált egymással szorosan összefüggött, határaik átjárhatók voltak. Habermas a nyilvánosságban való megjelenés és aktív kommunikációs kompetencia kialakulását az irodalmi nyilvánosságban gyökerezteti, ahol kidolgozódnak az individuális autonómia tematikái és a róluk való beszédmodok a személyes, a pszichológiai viszonyok és problémák kezelésének kompetenciája. Ezért is tételezi Habermas azt, hogy az irodalmi nyilvánosság megelőzi a politikait, még ha ennek megnyugtató bizonyítékai hiányoznak is. Habermas nyilvánosságelméletében az irodalmi nyilvánosság és a politikai nyilvánosság közti kapcsolat kidolgozása sok szempontból implicit marad. Látható azonban, hogy ebben az elméletben a társadalom, a civil társadalom kommunikációs tevékenysége konstituálja a politikai nyilvánosságot, a kettő közti határok átjárhatók. Itt a habermasi nyilvánosságelmélet normatív aspektusára tapinthatunk rá.

Az új kommunikációs technológiák megjelenése és fejlődése már egy korai szakban megváltoztatta a nyilvánosság absztrakt reprezentációját, és döntő mértékben átalakította a nyilvánosság használóinak viselkedését, a nyilvánossághoz való hozzáférhetőség módjait. Az E. M. Noam (1996) által a tömegkommunikáció fejlődésében megkülönböztetett három stádium közül már az elsőben is (limitált tömegkommunikáció), de még inkább a másodikban, a sokcsatornás média korában jellemző a közönségnek a nyilvánosságban való passzív részvétele. A közvetett kommunikáció mediatizált eszközökkel működő nyilvánosságának történeti növekedése következtében ebben az időszakban egyre több az olyan kommunikációs esemény, amelyhez csak passzívan lehet hozzáférni. A nyilvánosságnak a médiák (akkor még gyér számú és általában állami rádió- és tévéállomások) által nyújtott témái iránti figyelemkoncentrációt, amely jellegzetesen az első szakaszra jellemző, a második szakaszban a megsokszorozódott és általában privatizált, magántulajdonú médiák által előidézett figyelemdecentralizáció és közönségfragmentálódás követte (Angelusz 1999). Mindez együtt járt a Habermas által leírt kiüresedési folyamattal, amikor is a médiákban a közt érintő lényeges ügyek tényleges megvitatása helyére a közönséget érdeklő témákat találó, konzumkulturális nyilvánosság került, amely a közönség elidegenedését, a passzív fogyasztói magatartás általánossá válását vonta maga után. Ebben a Noam által definiált második szakaszban – amely ma még elsődlegesen jellemző a világ médiaállapotára – az információk, a hírek, a valódi közügyek és a szórakoztató, a közönséget voyeur minőségében érdeklő, pusztán passzív fogyasztásra szánt témák végletes összekeveredése a jellemző („infotainment”).

A harmadik stádiumban, a – napjainkban alakuló – kibermédia korában azonban ismét előtérbe kerül az aktív részvétel lehetősége. Az új információs és kommunikációs technológiák elterjedésétől számos elemző a kommunikációs cselekvések gyökeres megváltozását, a nyilvánosság erodálódásának visszafordulását, a széles közönség aktív részvételét involváló demokratikus nyilvánosság újramegjelenését, egy magasabb szinten való intézményesülését reméli (Castells 1996–98, Webster 1999). Az új információs és kommunikációs technológiák a kommunikáció számos új formáját és műfaját honosítják meg és gerjesztik roppant nagy sebességgel, átalakítják a kommunikációs szokásokat és ugrásszerűen megnövelik a kommunikációs lehetőségeket.

Közbevetés a nyilvánosság állapotáról a „három stádiumban”

A limitált tömegkommunikáció időszakában kevés tömegkommunikációs eszköz van jelen a nyilvánosságban, de a klasszikus polgári korszakhoz képest mégis megnőtt a médiák jelentősége, a nyilvánosságon belül megnövekedett súlyuk és jelentőségük. Ebben az időszakban a közönség nagy része számára ugyanazok a tömegkommunikációs aktusok a hozzáférhetőek, és a közönség nagy része valóban vevőjévé is válik ezeknek a tömegkommunikációs aktusoknak. Ezt az időszakot elsősorban a közös élményben való részesedés, az egységes nyilvánosságban való közös részvétel integráló élménye jellemzi. A tömegkommunikáció által szolgáltatott témák vonzása igen erős, az emberek számára közös élményt, könnyen hozzáférhető kommunikációs témát jelentenek az így megszerzett élmények (Luhmann 1971). A tömegkommunikációs eszközök által így létrehozott nyilvánosság ebben az időszakban azért is erős és egységes, mert ezen eszközökön keresztül mindenki, az egész társadalom elérhető. Ebben a korszakban tehát igen erős a médiák figyelemkoncentráció és figyelemfókuszáló hatása (Angelusz 1999).

A médiapiac változása, vagyis az a tendencia, hogy a médiapiacon egyre több, egymással erős konkurenciában álló szereplő jelenik meg, már a második korszakban, a sokcsatornás média időszakában radikálisan megváltoztatja a nyilvánosságot, annak tömegkommunikációs szeletét. A legjellemzőbb változás a különböző területek között meglévő, korábban stabilan kicövekelt határok megváltozása, eltolódása, relativizálódása. (Ez a határeltolódási folyamat a harmadik fázisban még tovább fokozódik.) A közönség erőteljesen fragmentálódik (Angelusz 1999), figyelme jelentős mértékben megoszlik a különböző médiák között. Ezáltal megszűnik a közös médiaélmény társadalomintegratív szerepe.

A következő változások jelentősen befolyásolják a köz és a magán érvényes definícióit és megváltoztatják, eltolják a közöttük lévő határvonalakat. Ez a határeltolódási jelenség több különböző folyamat eredményeként jön létre.

a) A szakirodalomban legtöbbet tárgyalt kérdéskör evvel kapcsolatban a médiapiacon jelen lévő különböző szereplők eltérő tulajdonviszonyai. Igen színes a médiapiaci résztvevők összetétele, a médiákat a legváltozatosabb tulajdonviszonyok jellemzik: a köz- és a magántulajdon, illetve a kettő közötti szürke zóna számos változata létezik. A kialakult helyzetet csak tovább bonyolítja, hogy – a törvényi szabályozással és a normatív elvárásokkal ellentétben – mind az állami, közszolgálati média, mind pedig a magántulajdonú, kereskedelmi média ki van téve a tulajdonos által gyakorolt (más és más jellegű) befolyásnak. Az állami médiára a hatalom különböző szféráiból gyakorolt politikai nyomás ellensúlyozását, különösen a kelet-európai nyilvánosságban, az elemzők és a közvélemény a privatizált kereskedelmi médiától várták.¹ Ezzel szemben a nyugat-európai nyilvánosságra a köztulajdonú médiák presztízsének magas értéke a jellemző, ami ezen médiáknak a magántulajdonú médiák gazdasági befolyásoltságát kiegyensúlyozó szerepének, vagy legalábbis e szerep iránti elvárásnak köszönhető.

b) A köz/magán határvonal összezavarodása azonban nemcsak a tulajdonviszonyok tekintetében jellemző, hanem a feladatokat, funkciókat tekintve is. A különböző médiák közötti egyre élesedő konkurenciaharc következtében előtérbe kerül a média szórakoztató funkciója, és egyre csökken, erodálódik a közügyek nyilvános megvitatása a tömegkommunikációban. A közügyek tárgyalása elsősorban a köztulajdonú, állami médiák feladataként van kijelölve, mind a jogi szabályozást,

mind pedig az elvárásokat illetően. A szabályozás azonban szinte mindenhol tartalmaz kikötéseket a kereskedelmi érdekeltségű, magántulajdonú médiák esetében is bizonyos közszolgálati feladatok ellátására, különböző arányokban. (Ez elsősorban az elektronikus médiákra érvényes, a nyomtatott sajtótermékek esetében, már a műfaji jellegből következően is, kevésbé éles ennek a funkciónak a törvényi szabályozása.) Az éles verseny következtében a közügyek is elsősorban fogyasztásra és nem aktív részvételre, megvitatásra szánt módon jelennek meg a médiákban, ez a politikai, a közt érintő ügyeknek is szórakoztató jelleget kölcsönöz.

Ez a jelenség jól megfigyelhető a politikai témákat szórakoztatással, csupán fogyasztásra szánt produkciókkal keverő műsorok esetében. Ilyenek például a különböző talk-show-k (Vitray hajdani *Csak ülök és mesélek* vagy *Ötszemközt* című műsorától mára már a Fábri Sándor-féle *Esti showder* vagy a Friderikusz-féle műsorok – *Friderikusz-show*, *Szubjektív* stb. – felé mozdult el a médiaipar). De megemlíthetjük a különböző politikai témákról szóló vitaműsorok terének berendezésében is megfigyelhető szórakoztatóipari tendenciát: gondoljunk csak az *Össztűz*, *Szauna*, *Beszélő*, *Kinnpadon*, *Perpatvar* stb. műsorok televíziós környezetére, megrendezett helyszínére. A berendezés itt azt jelzi, hogy nem „elég” az igazi vita maga, abból megrendezett, show-jellegű szórakoztató műsort kell csinálni.

A normatív értékek érvényességének fennállását mutatja az a tény, hogy az igazi nyilvános vita kommercializálódásának fent vázolt tendenciáját a médiák különböző módszerekkel palástolni igyekeznek. A közszel, a közönséggel, az állampolgárral való állandó kapcsolat bizonyítására, annak bemutatására, hogy a média a „közt”, az állampolgárt képviseli, az állampolgár, az egyszerű ember szerepe a médiában felnagyíttatik. Ez a tendencia elsősorban a közszolgálati médiákra jellemző és a kereskedelmi médiáknak a közszolgálati penzumot letudó részére.

Ez a tendencia mutatkozik meg például a nyugat-európai közszolgálati híradókban, amikor különböző események kapcsán nem(csak) a szakembert, a hatóságot stb. szólaltatják meg, hanem a „névtelen kisember”, a közönség képviselőinek véleményét is kikérik (utcai interjúk, laikus tanúk stb.).

A köz és magán megkülönböztetés, amely a modern korban a társadalmi rend alapját képező egyik legfontosabb elv², a nyilvánosságot e két szféra közé helyezte. A kettő közötti határvonal eltolódása a nyilvánosság tekintetében is döntő változásokat hozott. Habermas modelljéből az következik, hogy a nyilvánosság működtetéséhez szükség van egy olyan fórumra, amely mindenki számára hozzáférhető, és ahol a különböző társadalmi tapasztalatok kifejezhetők és kicserélhetők. Ezen a téren, a nyilvánosságban a különböző nézeteket racionális diszkurzusban konfrontálják. Ebből következik a nyilvánosság normatív tételezése, az, hogy tisztán bemutatja a különböző alternatívákat, nem korlátozza a részvételt, és teret enged a kormányzati politika kritikai ellenőrzésének. A sokcsatornás média időszakában elsősorban a médiák feladatának tekintik e fórum megteremtését, hiszen a médiákon keresztül érhető el a társadalom. Ezért a médiák feladata lenne az, hogy megteremtsék e racionális diszkurzus feltételeit, és hogy bemutassák a legkülönbözőbb interpretációs sémákat. Ám éppen az előbbi megfontolások arra a következtetésre vezetnek, hogy a nyilvánosság nem lehet azonos a közszolgálati médiával. A kormány által finanszírozott közszolgálati média esetében nem lehet kizárni, hogy a

hatalom korlátozza vagy ellenőrzi a nyilvánosságot. De a kommercializálódott kereskedelmi média, az eluralkodott szórakoztató funkcióval sem látja el a normatív elvből következő feladatokat.

c) A habermasi modell szerinti nyilvánosság fogalma a köz/magán elválasztáson alapszik. Eszerint a nyilvánosságba legitim módon csak a közügyek, a közérdekek tartoznak, a csoportérdekek, a magánügyek stb. a magánszféra részei. A nyilvánosság ideáltipikus fogalma egy olyan semleges szférát tételez, ahol racionális vita során igazi konszenzus érhető el, az egyéni és csoportérdekek a magánszférában maradtak. A nyilvánosság ilyen reprezentációja statikus és apolitikus elképzelés, és ellentmond a valóságos tapasztalatoknak. Nem számol a nyilvánosság változásaival, a köz és a magán változó definícióival és a társadalom valódi működésével, vagyis az érdekviszonyok erősségével. A valódi nyilvánosság inkább állandó hegemónikus harc a kategóriák és a definíciók legitimitása felett. Nem ideális terep, és nem semleges.

A normatív modellt sok kritika érte, többek között feminista kutatók is kritizálták. Nancy Fraser feminista filozófus szerint abból, hogy a nyilvánosság a közügyek fóruma, még nem következik, hogy csak közérdeket lehet nyilvánosan megvitatni. Nézetük szerint a dolog éppen ellentétesen működik: a közérdek keresése akkor kezdődhet, ha a társadalmi csoportok meghatározták saját csoportérdekeiket, és azt manifestálták a nyilvánosságban. (Nézetünk szerint a nyilvánosság résztvevői valóban érdekeik szerint konstruálják az általuk a nyilvánosságban megjelenített témákat. A feminista diszkurzus számos olyan témát vezetett be a nyilvánosságba, amelyek korábban magántémáknak számítottak, és nyilvános megvitatásuk nem volt lehetséges. Ilyenek például a házasságon belüli erőszak témája és számos más, pszichológiai, jogi stb. kérdés, amelyek éppen annak következtében váltak nyilvános témákká, hogy voltak olyan nyilvános szereplők, akik ezeket nem magántémaként, általános érvennyel, univerzalisztikusan képesek voltak megalkotni.) A feminista diszkurzus valóban sokat változtatott a nyilvánosság állapotán, és sikeresen módosította a köz/magán határvonalat. Ennek tipikus szimbóluma a *Women's Lib* jelszava: „personal affairs are also political” [a személyes viszonyok is politikaiak]. A köz/magán dichotómiát a nyilvánosság szereplői tehát stratégiai módon tudják felhasználni, a megkülönböztetés hatékony politikai-ideológiai eszköz ügyek (de)legitimálására is. A szociológiai nyilvánosságelméletnek figyelmet kell fordítania a köz és a magán közti, állandóan változó határvonalra, az ezt alakító politikai erők harcaira. A köz és a magán határán álló médiáknak ebben a szimbolikus harcban nagy szerepük van.

d) Meggondolandó az a nézet is, amely szerint a racionális nyilvánosság túl szűk értelmezése csak a média informatív oldalát érinti, holott a média – egyre növekvő arányú – szórakoztató oldala is fontos szerepet játszik a nyilvánosság átalakulásában. Egyes témák nyilvánosság előtt való diszkurzív kidolgozása nem a racionális diszkurzus, hanem a nyilvánosság szórakoztató műfajaiban történik (például a szolidaritás a *Telethon*, az *Aid for Africa* stb. típusú műsorokban, vagy az erőszak, a pedofília témái egyes szórakoztató filmekben stb.). A szórakoztató funkció eluralkodása következtében felmerül a racionális diszkurzus nyilvános témákat kidolgozó és legitimáló erejének kérdése, és elképzelhető, hogy a racionális diszkurzusnak a nyilvánosság fórumain játszott konstituáló szerepét új, emocionális vagy más típusú diszkurzusok, beszédmodok fogják megtörni³.

e) A köz/magán határvonal megváltozását jelenti a nyilvánosság által gyakorolt

szociális kontroll növekedése is. (Ez a folyamat hallatlanul felerősödik a harmadik időkorszakban, a kibermédia korában, amikor a hálózatokban való részvétel és a technikai fejlődés következtében egyre növekvő ütemben felgyorsul a média regisztrációs potenciálja, vagyis az a lehetőség, hogy a kibermédiák használata során a használatokról számos, különböző információ válik hozzáférhetővé, tárolhatóvá és különböző célokra – kereskedelmi, politikai stb. – felhasználhatóvá.)

f) Míg Habermas a nyilvánosságnak emancipatorikus funkciót tulajdonított, Foucault szerint a nyilvánosság nem felszabadít, de egyre hatékonyabb szociális kontrollt, megrendszabályozást vezet be (Foucault 1996). Így a nyilvánosságba bevont, a nyilvánosan megvitatott területek többé nem a magánszféra részét képezik, és a magán szabadságok többé nem terjednek ki e nyilvánossá tett területekre. A nyilvánosság kizáró/bennfoglaló ideológiai játszmája fontos mechanizmus a bennlétük ellenőrzésére és a kintlétük kizárására.

g) A Noam által megkülönböztetett második korszakban a médiák technikai-technológiai fejlődése erőteljesen befolyásolja a nyilvánosságot: a nyilvánosság szerkezetét, de működési módjait, a nyilvános beszéd szabályait is. A korábbi nyilvánosság erősen függött a nyomtatott sajtótól: a sajtó témadefiníciói, agendameghatározásai és kommunikációs viselkedési szabályai határozták meg döntően a nyilvánosságot.⁴ A telekommunikáció fejlődése és elterjedése nem elsősorban csak a tartalmak változását, hanem a kommunikációs módok, a nyilvános kommunikációs viselkedési szabályok megváltozását is okozta. Ezekkel a változásokkal foglalkozik Joshua Meyrowitz *No Sense of Place* című, méltán híres munkája (Meyrowitz 1985).

J. Meyrowitz a tömegkommunikáció által a köz- és magánszféra között indukált radikális változásra, a két viselkedési mód összemosódásának folyamatára hívja fel a figyelmet. Elméletében H. Innis (Innis 1951) és M. McLuhan (McLuhan 1962, 1964) elméletének a percepció és a kódok technológiai determináltságára vonatkozó tételét kombinálja E. Goffmannnak az egyes ember által birtokolt különböző kommunikációs szerepekre vonatkozó tételével. Goffman elmélete szerint mindenkinek több különböző szerepe van, amelyeket különböző társadalmi szituációkban használ. A különböző szerepek nem zavarják egymást, részét képezik az egyén repertoárjának, amelyek eltérő társadalmi környezetek, szituációk az egyén által átélt korlátozott halmazában jelennek meg és kerülnek felhasználásra.⁵ Meyrowitz szerint Goffmann elmélete nagyon kevés lehetőséget hagy a szerepviselkedések megváltozására. McLuhan ugyan előre jelzi a változásokat, azt, hogy az elektronikus média megváltoztatja az emberi viselkedést és kommunikációt, de nem magyarázza meg a változások okait és mikéntjét.

Meyrowitz szerint a telekommunikáció nemcsak új technikai eszközöket jelent, amelyek lehetővé teszik több, addig szeparált „szituációs környezet” kommunikációját, hanem olyan új médiumokat hoz létre, amelyek radikálisan megváltoztatják magát a társadalmi szituációt. A társadalmi identitás, a szocializáció és a társadalomban érvényes tekintély és hierarchiák rendszere is a társadalmi helyzeteken keresztül épül ki. Korábban ezeket a szituációkat és észlelésüket meghatározták a tér-idő viszonyok. A társadalmi élet erősen a szegregációra, a megkülönböztetésre, a ki- és bezárásra épült. A mindenkori társadalmi szituáció befolyásolja az emberek szerepvállalásait és ezek kivitelezéseit, miközben működteti az „on-stage” és „off-stage” viselkedések közötti megkülönböztetést. Korábban a saját csoporton belül off-stage viselkedésre volt lehetőség, amikor illetéktelenek, kívülállók nem látták, nem követhették a bent történő eseményeket, és nem kísérhették figyelemmel a

bent alkalmazott viselkedésmódokat. A nyilvánosságban, tehát amikor láthatóvá váltak a szerepek és a viselkedések, akkor on-stage viselkedést kellett kivitelezni. A nyilvánosság ilyen módon elsősorban a különböző társadalmi szereplők on-stage, tehát hivatalos, formális, megformált viselkedéséből állt. Goffman és mások a társadalmi szerepeket a „helyek” fogalmaiban gondolták el, Meyrowitz szerint az elektronikus média aláasta a fizikai helyek és a társadalmi szituációk közötti hagyományos kapcsolatokat. Az írott média korában még nagy társadalmi különbségek voltak az üzenetekhez, a kommunikációs helyzetekhez való hozzáférésben. A telekommunikációs infrastruktúrára nemcsak a tér-idő korlátok meghaladása jellemző, hanem a hozzáférhetőség minden eddiginél szélesebb kiterjesztése is. A sokcsatornás média szélesebb hozzáférést tesz lehetővé az audiovizuális világhoz, mert nyelve, szemben az eddigi írott nyilvánossággal, könnyen elsajátítható és alkalmazható. Az írott, nyomtatott nyilvánosság univerzalisztikusabb, formálisabb, személytelenebb, míg az elektronikus tömegkommunikáció a partikuláris, az informális és a személyes tematikához és viselkedéséhez, nyelvhasználathoz áll közelebb.

A tömegkommunikáció olyan szituációkat tesz hozzáférhetővé a széles közönség számára (még hozzá annak magánterében, otthon, a lakásában), amely szituációktól, csoportoktól, szereplőktől addig el volt vága. Olyan magánhelyzetekbe lát bele a megnövekedett közönség, amelyekbe azelőtt nem volt betekintése, olyan viselkedési és kommunikációs formákhoz fér hozzá, amelyek azelőtt rejtve maradtak előle.⁶ Meyrowitz Goffmantól eltérően nem a tér-idő korlátokra, hanem a percepció akadályokra helyezi a hangsúlyt, és úgy látja, hogy az új telekommunikáció éppen ezek feloldásában jelent radikális változást.

Az elektronikus média elterjedése a fenti változások következtében megváltoztatja a közönségeket is. Kinyílnak az addig zárt vagy csak szűkebb csoportok számára hozzáférhető szituációk. A különböző közönségek és így a különböző szintű, különböző közönségek számára nyitott nyilvánosságok összekeverednek. A telekommunikáció által megnövelt hozzáférés következtében egyre több lehetőség van belelátni más csoportok off-stage viselkedésbe. Ez befolyásolja a csoportok egymással szemben való viselkedését. A nyilvánosság ezáltal dinamikusabbá válik, mert már nem csak egy (on-stage) viselkedésre alapul. Ezáltal megváltoznak a privát és a publikus viselkedések. Már nem lehet olyan élesen elválasztani az on-stage és az off-stage szituációkat és viselkedéseket. Mindennek következtében megváltozik az adekvát viselkedés fogalma. Az elektronikus média kombinálta a korábban elválasztott társadalmi szituációkat, a köz és a magán közötti határvonalat a magán felé tolta el, és gyengítette a viszonyt a társadalmi helyzetek és a fizikai terek között. Következésképpen teljesen szétrombolódott az a logika, amely a nyomtatásorientált társadalomban a viselkedés szituációs mintáit jellemezte.⁷

Meyrowitz a társadalmi szituációk új koncepcióját alkotja meg, amely magába foglalja a fizikai tereket, de a média „információs setting”-jét is. A szituációkat információs rendszerekként definiálja. Miközben a telekommunikáció technikai lehetőséget kínál a tér-idő korlátok meghaladására, a bekövetkező határeltolódások miatt radikális változásokat okoz a résztvevők társadalmi helyzeteiben. A sajtóval ellentétben nem fenntartja a társadalmi szegregációt, hanem aláasta, azáltal, hogy olyan infrastruktúrát hoz létre, amely lehetővé teszi a különböző társadalmi csoportok számára „közös információs környezet” kialakítását. Az elektronikus tömegkommunikáció Meyrowitz szerint lerombolja a fizikai helyek és a társadalmi tér közötti addig érvényes megfelelést. A fizikai tér hozzáférhetőségét is megváltoztatja,

azáltal, hogy szemléletes, színes, mozgó képeken olyan távoli helyeket és ott zajló történeteket mutat meg a közönségnek, amelyhez az egyébként soha nem férhetne hozzá. Ezáltal létrehoz új, a valódihoz, élőhöz hasonló, azzal szinte összetéveszthető élményeket és tapasztalatokat. Mivel a közönségek és a nyilvánosságok összekeverednek, a szerepek is elkezdnek egyre jobban hasonlítani egymáshoz. A társadalmi identitást már nemcsak egy tér-idő setting fogja meghatározni (a saját szociokulturális csoport), hanem erőteljes befolyással lesz rá más csoportok nyilvánosságából „elcsúszott” identitása, amelyet a tömegkommunikáció perszonalizált, aktualizált, érzelmekkel, egyéni példákkal szőtt át, vagyis könnyen elsajátíthatóvá, átélhetővé tett. A folyamat következménye az identitásdecentralizáció. Meyrowitz mind az identitások megváltozásának, mind a szocializációs folyamatok megváltozásának, mind pedig a kisimuló hierarchiák megváltozásának terén kimutatja az elektronikus média jelentős hatását. Mindezek a változások a nyilvánosságot más perspektívába helyezik. A köz/magán határ feloldódása a nyilvánosságban az egész nyilvánosságot egyre inkább a magánszféra felé tolja el. A mediatizált kommunikációk egyre jobban hasonlítanak a face-to-face interakciókra, és a különböző szituációkban, a különböző szélességű nyilvánosságokban adekvát viselkedés szabályai összekeverednek.

A sokcsatornás tömegkommunikáció elterjedésében Meyrowitz a nyilvánosság kiszélesedését, ténylegesen publikussá válását látja „...Az információ sok típusa, amely technikailag publikus volt a nyomtatott kultúrában, ám gyakorlatilag nagyrészt hozzáférhetetlen a lakosság széles rétegei számára, most valóban hozzáférhetővé vált az emberek nagy része számára az elektronikus médiákon keresztül” (Meyrowitz 1998, 8).⁸ Itt a nyilvánosságnak egy, a Habermas által vizsgált demokratizálódási, kiterjedési folyamathoz hasonló, újabb demokratizálódási, kiterjedési folyamatát ragadja meg Meyrowitz, amely a Habermas által leírthoz hasonló struktúrális változást indukál.⁹

A köz/magán határvonal eltolódása és az erőteljes konkurencia hatására a nyilvánosság már a sokcsatornás média korszakában jelentős változásokon megy keresztül, ezek közül a legfontosabbak a közönség fragmentálódása, a magántémák megszorodása, a szórákizáló funkció eluralkodása, a kritikai funkció gyengülése. Már ebben az időszakban felvetődik a nyilvánosság reprezentációjának átalakulása, vagyis az a kérdés, hogy vajon egy nyilvánosság létezik-e, fenntartható-e az egyetlen és egységes nyilvánosság tételezése. A tömegkommunikációs média harmadik szakaszában, a kibermedia elterjedésekor ez a kérdés még határozottabban előtérbe kerül.

A harmadik, a kibermedia korszakára az új információs és kommunikációs technológiák, az új médiák gyors térhódítása a jellemző. A fejlődés minden korábbi korszakhoz képest felgyorsul és teljesen új távlatokat nyit. Új rögzítési és adatkezelési technikák jelennek meg, új kommunikációs eszközök terjednek el (fax, mobiltelefon, DVD, interaktív televízió, elektronikus levelezés és internet). Megjelenik a digitális információkezelés technológiája, amely sok szempontból forradalmasítja a kommunikációt, azonos típusúvá téve a kommunikációs eseményeket, függetlenül attól, hogy milyen tartalmakat, milyen műfajokat érintenek. A hálózati kommunikáció pedig soha nem látott gyorsasággal teszi lehetővé mindenfajta tömeges és nagy távolságot áthidaló kommunikációs esemény lefolytatását. Ennek a változásnak a következményeképpen az információs társadalom teoretikusainak többsége nagy reményekkel tekint az új információs és kommunikációs technológiák által

megváltoztatott nyilvánosságra. Az interaktivitás technológiai lehetőségének megjelenésétől sokan a közönség aktivitásának megnövekedését, egy új minőségű, tömeges aktivitásra épülő nyilvános kommunikációs szféra megjelenését várják.

Milyen a társadalmi kommunikáció a kébermédia korszakában? Az új információs és kommunikációs technológiák által létrehozott változások jelentőségét számos kutató a nagy történelmi változásokhoz méri (Horányi 1997).¹⁰ Erőteljesen felértékelődik a tudás és az információ értéke a társadalomban. Ezt a fejlődési szakaszt a szakirodalomban információs társadalomként definiálják, annak elismeréseképpen, hogy az információ fontossága a társadalmi valóság minden területére jellemző.

Yonej Masuda (Masuda 1980) utópiától sem mentes elemzése szerint az információs társadalomra az elektronikus hálózatok kiterjedt használata a jellemző. A gazdaságban jelentősen megnő az információs szektor mérete és jelentősége, felértékelődik a tudás, és a korábbi társadalmak hierarchiai helyett az információs társadalmakat a horizontálisan felépülő intézmények jellemzik. A témával foglalkozó kutatók egy része a részvételi demokrácia új megjelenésének esélyét látja az információs társadalomban. Mások, például Frank Webster (Webster 1995) vagy Krishan Kumar (Kumar 1995) szerint a technológiai változások nem hoznak létre új társadalmi formát, csak a működő ipari társadalmak alkalmazkodásának új feltételeit teremtik meg.

Az információs társadalomról az eddigi legteljesebb elemzést Manuel Castells híres munkájában találhatjuk (Castells 1996–98). Castells abban látja a társadalmi változások jelentőségét, hogy megváltozik a termelékenység forrása: az információs társadalomban az információ és a rá épülő tudás válik a legfontosabb erőforrássá. Így a tudás termelése, az információ előállításának és továbbításának technológiája válik a termelés legfontosabb elemévé, a további fejlődést kiváltó mozgatórugóvá. Castells szerint ezt a változást a globalizáció és a digitális forradalom követelte ki és tette lehetővé. A hálózat egyre fontosabb szerepet kap a társadalmi kapcsolatok szerveződésében, a társadalmi tevékenységek egyre szélesebb köre épül rá a hálóra és válik a háló által szervezetté. A hálózati kommunikációban részt vevő közönség azonban Castells szerint egyre jobban diverzifikálódik és szegmentálódik, hiszen az individuális kommunikációs aktusait, médiafogyasztásukat, a háléhoz való kötődésüket egyéni szükségleteik szerint alakítják. De Castells ebben a folyamatban két radikálisan elváló közönségcsoport kialakulását feltételezi. Az individuális választás, az aktív részvétel csak a közönség kompetens, privilegizált csoportjainak tagjait jellemzi, ők élnek az új technológiák adta szabadsággal, a *komputer közvetítette kommunikáció*, a *computer mediated communication* (CMC) lehetőségeivel. Őket nevezi Castells interaktívoknak. A területileg, társadalmilag, kulturálisan stb. hátrányos helyzetű másik csoport, a nem interaktív csak az egyre kommercializálódó, fogyasztásra orientáló, szórakoztató médiák által nyújtott, egyéni kreativitást, részvételt nem igénylő kommunikációs események befogadójává válik.

Bár az információs társadalommal foglalkozó kutatók által rajzolt képek a jövő – a közeljövő – társadalmáról nagyon eltérőek, mint ahogy az említett néhány szerző felfogása alapján is látható, a változások jelentőségének értékelésében, a tendenciák azonosításában általában egyetértenek. Az új információs és kommunikációs technológiák fejlődése, a komputer által szervezett kommunikáció elterjedése, a digitális kommunikáció és a háló megjelenése folyamánként a társadalmi kommunikáció diverzifikálódik, súlya és jelentősége megnő.

Az információ felértékelődéséből és az új információs és kommunikációs technikák elterjedéséből következően jelentős változások várhatók, illetve jelentek már meg mind makroszociológiai szinten (a társadalmi szerkezet átalakulása a foglalkozási szerkezetben létrejött eltolódások miatt, a centrum-periféria viszony átalakulása mind nemzetközi, mind pedig társadalmi méretekben, a szükséges tudás mennyiségének megnövekedése és szerkezeti és tartalmi átalakulása), mind pedig a kultúra fogalma és a nyilvánosság felfogása tekintetében. A nyilvánosság fogalma egyre inkább differenciálódik, a korábbi nemzeti-társadalmi szint fölött kiterjed a globálisokra is, mivel jelentősen, nagyságrendileg megnő a korábban elsődleges érvényességgel rendelkező (nemzeti, regionális, lokális) vonatkoztatási kereteken túllépő kommunikációs események lehetősége és aránya.

Az elektronikus hálózatokon folyó kommunikáció által megváltoztatott kommunikációs világban több kutató egy új, demokratikus, aktív nyilvánosság lehetőségét látja, mert erre a nyilvánosságra számos olyan kritérium jellemző, amelyeket a korlátozatlan nyilvánosság feltételeiként tartanak számon. Jellemző a hálózati kommunikációra, hogy nincs központja, és nincs olyan irányító, szabályozó testülete vagy intézményei, amelyek bármilyen módon is korlátozni tudnák a tartalmat vagy a hozzáférést. Bár létezik egy szakemberekből álló, önkéntes bizottságok szaktanácsai alapján dolgozó szövetség (az Internet Society), amely a felmerülő problémákat, szabványügyi kérdéseket megvitatja, de nincsen egy kötelező, formális szabványrendszere. Az internethez való hozzáférés szabad, a benne való közlekedés, a bejárható utak, az elérhető és közölhető információk meglehetősen szabadok és korlátozatlanok, és a viselkedési mód, a nyelvhasználati szabályok is rendkívül liberálisak, „ön szabályozók”.

Az így kialakuló új nyilvánosságban hallatlanul megváltozik a kommunikációs események hozzáférhetőségét korlátozó térbeli elhelyezkedés súlya, a kommunikációs helyzet térben való lokalizáltsága. Ha a korábbi korszakokat vesszük figyelembe, a lokalizáltság, a térhez kötöttség folyamatosan csökkent: a szóbeliség kultúráinak korszakában térben nagyon kötött volt a kommunikáció, ott kellett lenni a helyszínen, részt kellett venni a kommunikációs szituációban ahhoz, hogy hozzá lehessen férni a kommunikációhoz. Az írás elterjedésével a lokalizáció, a térbeli kötöttség jelentősen csökkent. Az írott szöveg, bár korlátozottan, de szállítható, másolható. Ezáltal térben és időben kiterjed, kitolódik a kommunikációs szituáció. Adónak és vevőnek már nem kell ugyanabban a *hic et nunc* interakciós helyzetben lennie. A nyomtatás ezt a kötöttséget még jobban feloldotta. Az elektronikus kommunikáció időszakában a térbeli kötöttségek a korábbiaknál is jobban lazulnak, a fotó, a hangfelvétel, a film, a videó sokszorosítása, szállítása, sugárzása stb. technológiailag még korlátozatlanabb és egyszerűbb. A hálózaton keresztül pedig egészen lecsökken a kommunikáció és az információ térbeli elhelyezkedésének jelentősége. (Be lehet lépni a nagy könyvtárakba vagy adatbázisokba, a világon bárhol létező, a hálózaton lévő üzenet hozzáférhetővé válik.)

Ugyanez a tendencia mondható el a kommunikációs események időbeli elérhetőségéről. Míg az orális kommunikáció idejében az idő, a térhez hasonlóan meghatározó tényező volt a hozzáférés tekintetében (kötve volt az információhoz való hozzáférés a kommunikációs szituáció *hic et nunc* paramétereire), már az írás, majd még inkább a nyomtatás által lecsökkent az idő meghatározó ereje, azt is mondhatnánk, hogy a kommunikációs szituáció időben elnyúlik, időhatárai feloldódnak, mint ahogy a tér korlátai is. Az elektronikus kommunikációs eszközök el-

terjedésével, a rögzítési technikák erősödésével az időtől való függetlenedés tendenciája felerősödött. A hálózat még könnyebben feloldhatóvá tette az időbeli korlátokat. Hallatlanul lecsökkent az információhoz való hozzáférés, a kommunikációs aktusok elérésére fordított idő mennyisége is.

Az előbbi változásokkal egyidejűleg jelentős mértékben megnőtt az információt elérő felhasználók száma. Már az írásbeliség megjelenése is a közönség nagymértékű kiterjedését jelentette, még inkább erősödött ez a tendencia a nyomtatás, majd az elektronikus kommunikációs eszközök megjelenésével. A hálózat még jobban megnövelheti az egyes kommunikációs aktusokhoz hozzáférő közönség kiterjedését, miközben azt is lehetővé teszi, hogy a legpontosabban, a legszemélyre szabottabban juthassanak hozzá a résztvevők az egyes információkhoz vagy kommunikációkhoz¹¹. Mint ahogy az eddigi kommunikációs forradalmak esetében, a hálónál is lehetőség van mind a nyilvános, tömegnek szóló kommunikációs események egyre gyorsabban és pontosabban történő elérésére, mind pedig a személyes, nem nyilvános üzenetek egyre gyorsabb és pontosabb eljuttatására vagy elérésére.¹²

A hálózati kommunikáció következtében annyira megnövekedtek a hozzáférés lehetőségei, hogy éppen a hozzáférés esetenkénti korlátozására, vagyis a magánszféra, a *privacy* védelmében mesterséges gátakat kell az elérhetőség elé állítani, például jelszavak, titkosítási eljárások formájában.

Nagyon radikális változások zajlottak le maguknak az üzeneteknek a szerkezetében, jellegében. A korábbi kommunikációs forradalmak során a nyelvi formában kódolt üzenetek legjellemzőbb struktúrája a lineáris szerkezet volt, ám a fejlődés különböző szakaszaiban a linearitás egyre komplexebbé és differenciáltabbá vált. Az új kommunikációs technológiák által meghatározott kommunikációs szférára azonban a lineáris jelleg feloldása a jellemző. Bár már az írott és a nyomtatott kommunikációs korszakban is volt lehetőség nem lineáris üzenetek létrehozására¹³ (például egy szótár, enciklopédia stb.), és ez a tendencia csak erősödött az elektronikus kommunikációs eszközök megjelenésével, a radikális változást ebből a szempontból a hypertext¹⁴ (Bush 1945, Nelson 1964) és ismét csak a háló megjelenése jelenti.¹⁵ Itt már olyan kommunikációs aktusok, szövegek, diszkurzusok jöhetnek létre, amelyek bonyolult mélystruktúrákkal rendelkeznek, hivatkozások szerteágazó rendszerét használják, és a felhasználónak igényei szerinti elsajátítást, bejárást tesznek lehetővé. Ez a strukturális komplexitás a korábbinál sokkal nagyobb kommunikációs szabadságfokot enged meg. Az új információs és kommunikációs technológiák nagymértékben megváltoztatják a közönség, a felhasználók befogadói attitűdjét is. Míg a szóbeli, az írott és a nyomtatott kommunikáció korszakában a kommunikáció aktív befogadást tételezett a közönség részéről, elsősorban az elektronikus kommunikációs eszközök idején háttérbe szorult az aktív befogadás és gyengült az alkotó fantázia szerepe. Az új kommunikációs eszközök által létrehozott virtuális valóság ezt a tendenciát megváltoztatja, az aktivitás, a fantázia mind a befogadásban, mind pedig, és különösen, az üzenetek létrehozásában előtérbe kerül. A kibermédia korszakban létrejövő egyik legfontosabb változás éppen az aktív részvétel, a sokcsatornás tömegkommunikáció által háttérbe szorított interaktív kommunikáció újra növekvő arányban való megjelenése, a visszabeszélés, a szabad véleménykifejtés és a kreativitás súlyának megnövekedése.

A digitális és a hálózati kommunikáció megjelenése több szempontból is megváltoztatja a nyilvánosság szerkezetét. A kommunikáció eddigi összes formáját integrálja a legkisebb interakciós kommunikációs helyzettől a legerőteljesebben me-

diatizált, tömegkommunikációs helyzetekig. A hálózati kommunikációt egyes jellemzői a nem nyilvános kommunikációs szférához kötik (például az a tény, hogy a levelezéshez vagy a telefonbeszélgetéshez hasonló, korlátozott hozzáférésű magán kommunikációs események folytathatók benne, hogy interaktív, hogy különböző témák köré rendeződő kis, nem nyilvános csoportok szerveződhetnek benne), míg más ismérvei alapján azonban a tömegkommunikációhoz sorolódik (a weben szinte nincs korlátozás a hozzáférést illetően, a rendszer nyitott, mediatizált stb.). A háló használatának terjedése folytán egyre nagyobb a nyílt kommunikációs rendszerek súlya, sőt a régi kommunikációs eszközök is belépnek egy integráltabb rendszerbe (multimédia). A digitális kommunikáció és a háló a legkülönbözőbb információforrásokról és -továbbító technológiákat egyesíti: hang-, kép-, adat- és mozgófilm-technológiák egyszerre kezelhetők, egy közös integrált médián belül. Ennek alapján várható, hogy átalakulnak, újrendeződnek a társadalom kommunikációs szokásai, és átstrukturálódik a nyilvánosság. Megváltozik a kultúra fogyasztásának, befogadásának módja, mivel a kultúra hozzáférhetősége is átalakul. A különböző kulturális műfajok és formák egy közös integrált kommunikációs rendszerbe foglalva egymással is új típusú viszonyba kerülnek.

Radikálisan megváltozhatnak az egyes emberek, illetve különböző társadalmi csoportok közötti kapcsolatok, és mivel az új információs és kommunikációs technológiák elterjedése következtében a hálózat kommunikációs nyitottsága jelentősen megnövelheti a kapcsolattartás és -teremtés esélyeit (mind az erős, mind pedig a gyenge kötések értelmében, Angelusz 1999), létrejöhetnek új típusú, a hálóra jellemző kapcsolati formák, és megnövekedhet általában a különböző típusú kommunikációs események nagyságrendje, sűrűsége. Kialakulhatnak egy-egy témához, ügyhöz kapcsolódó, többé-kevésbé stabil, szűk vagy széles kommunikációs közösségek (Luhmann 1971), amelyekben a téma iránti érdeklődés kapcsolja össze a kommunikációban egyaránt aktív partnereket.¹⁶ Mindez egy nyitottabb, aktívabb, a konzenzusteremtés kommunikatív módjai iránt fogékonyabb társadalom lehetőségét vetíti előre, és megteremti az esélyt a közös jelentések és interpretációk állandóan működő, folyton finomodó kidolgozásának.

A helyhez kötöttség fokozódó gyengülésének, a lokalizálatlanságnak a következtében ismét megváltozhat, megváltozik a *publikus/privát* oppozíció. A háló egyre növekvő arányokban teszi lehetővé a távmunkát, és ez meg fogja változtatni a munkahely/otthon viszonyt is, hatni fog a különböző társadalmi csoportok életmódjára, napi időbeosztására, a város és a vidék viszonyára. A hálózati kommunikáció fejlődése előreláthatólag az ipar és a kereskedelem szerkezetét és működési módját is megváltoztatja, és átalakulhat, új fázisba léphet az a radikális strukturális változás, amely a tömegtermelés, a tömegkultúra, a kultúripar fejlődésében korábban megjelent (Horkheimer–Adorno 1990).¹⁷

Az információ és a tudás egyre növekvő szerepe következtében megváltoznak a társadalmi egyenlőtlenségi viszonyok, mivel átstrukturálódnak a források is. Egyre inkább elmondható, hogy a társadalmi hatalom az információ feletti hatalomtól függ. A tudás és a kommunikációs eszközök gyors változása következtében megváltozik az analfabetizmus jelentése, tartalma is. A szükséges minimális társadalmi tudás kategóriája gyorsan bővül, és egyre inkább kiterjed az új kommunikációs eszközök használatának ismeretére is. Tovább differenciálódhat az egyes társadalmi csoportok kompetenciakülönbsége. Mindez jelentős változásokat idézhet elő a társadalmi struktúrában. Átrendeződhet a különböző társadalmi csoportok egymáshoz

viszonyított helye és súlya, és nőhet a szakadék a kommunikációhoz hozzáférők és az abból kizártak között egy adott társadalmon belül. Hasonló módon átrendeződés várható az egyes országok között is a centrum/periféria viszonyban. A korábban már meglévő hátrány még növekedhet is azáltal, hogy egész társadalmak, teljes régiók lesznek vagy lehetnek kizárva a globális kommunikációból. Am az a helyzet is előállhat, hogy a periférián lévő társadalmaknak csak az elítje fog csatlakozni és felzárkózni a globális nyilvánossághoz, evvel még mélyebb szakadásokat teremtve az adott társadalomban.

Az információs társadalom kialakulása, a globális kommunikáció erősödése, a nyilvánosság szerkezeti átalakulása számos új kérdést vetnek fel, melyeket csak mostanában kezdenek vizsgálni a kutatók. E korszakos változásoknak egyelőre csak a tendenciáit tudják felvázolni. Az már most egyértelműnek látszik, hogy várható a horizontális kommunikációs kapcsolatok számának és arányának növekedése. Sokan jelzik előre a nyilvánosság demokratizálódását, amelyet az információkhoz való gyorsabb és könnyebb hozzáféréssel, valamint a háló által kiváltott aktív kommunikációs attitűdök újraelterjedésével magyaráznak. Ugyanakkor számos problémát is felvet a megváltozott helyzet (etikai problémák, új viselkedési és kommunikációs minták, a köz és a magán határainak újradefiniálása, mindkettő jogilag megalapozott védelme stb.). Újra kell definiálni és szabályozni, méghozzá nemzetközi méretekben, a szerzői jog, az adatvédelem, az információhoz való jog, a személyiségi jogok egész kérdéskörét.

A digitális, a hálón elérhető, integrált kommunikációs rendszerbe szerveződő kultúra megjelenése is számos új elméleti és gyakorlati problémát vet fel. A háló erőteljesen hozzájárul a kultúra dematerializálódásához. A digitális tárolás és hozzáférhetőség következtében a kultúra egésze egyetlen multimédia-szöveggéént fogható fel. Megváltozik a befejezettség fogalma is: egy hálón lévő mű nyitott és védtelen minden átalakítással szemben. Bárki átírhatja, átfestheti, retusálhatja, felhasználhatja stb. az eddig már befejezettnek tekintett szövegeket, műalkotásokat. A multimédiás „szöveg” ennél fogva ezentúl egy eseménytörténeti kategóriákkal leírható egységgé válik egy intertextuális térben, amellyel szemben állandóan felvetődnek szerzőségi problémák is. Az írott és a nyomtatott, de még az elektronikus kommunikáció világában is éles különbség volt a szerző (auctor) és a felhasználó, interpretáló (commentator) közt. Ez a különbség elhalványul a digitális technológia által létrehozott új aktív hozzáférési szabadság következtében.¹⁸

A kulturális alkotásokra, a létrejött szövegekre, diszkurzusokra egyre jellemzőbb lesz a hypertextstruktúra, vagyis az utalások, vendégszövegek stb. labirintusszerű építkezése. A szövegek belső struktúrája jóval komplexebbé és bonyolultabbá válik. Gyökeresen megváltozik a kontextus fogalma is, annak a széles nyelvi környezetnek a fogalma, amely az egyes szövegeknek, diszkurzusoknak a keretét, környezetét alkotja. Általánossá válik a nem lineáris szerkezet, amely a befogadó egyéni aktivitását hívja elő, hiszen nincs egy kitüntetett út a teljes szöveg bejárására. Ezáltal új megismerési stratégiák jöhetnek létre.

Az új információs és kommunikációs technológiák várhatóan átalakítják a kommunikációs lehetőségeket és szokásokat, és megváltoztatják a nyilvánosságot. Am a változások több irányba mutatnak, és ma még nehezen megítélhető az eredményük. Már ma látható, hogy a társadalmi kommunikáció lehetőségei javulnak és sűrűsödnek, az aktív kommunikációs attitűdök erősödnek, és ezek a változások egy nyitottabb, szélesebb nyilvánosság képét vetítik előre. A kommunikációs csatornák szapo-

rodalom, a kommunikációs kapcsolatok számának növekedése, az egyénileg választható elérési és befogadási utak lehetősége egy jobban informált, megbízhatóbb adatokkal dolgozó, aktívabb közönség kialakulását teheti lehetővé. Megerősödhet a civil társadalom, megnövekedhet a társadalom különböző csoportjai közötti kommunikáció, csökkentve a szegregációt, a kizárás, az előítéletek előfordulását. Lehetővé válik a széles közönség aktív részvétele a közös értelmezések, interpretációk, a konvenciók kidolgozásában. Hozzáférhetővé válnak olyan intézmények, amelyeknek civil kontrollja csak nehezen képzelhető el a nyitott kommunikációs rendszer nélkül. Az a tény, hogy könnyebben és gyorsabban elérhetők az információk, növelheti a civil társadalom kritikai potenciálját, a hatalom, az intézmények kontrolljának a lehetőségét. A téma egyes kutatói által prognosztizált változás egyik iránya tehát a nyitottabb, demokratikusabb társadalom, informált és aktív, a döntéshozatalban részt vevő állampolgárokkal.

Ugyanakkor fennáll az ellenkező irányú változások esélye is. A köz/magán határvonal erodálódása következtében radikálisan összekeveredhetnek a lényeges közügyek a közérdeklődésre számot tartó, de a magánszféra kiterjedéséből származó ügyekkel. A média szórakoztató funkciója elnyomhatja, háttérbe szoríthatja az információs, az aktív kommunikációs funkciót (hiszen a szabadidő nem növekszik jelentős mértékben, így az időkorlátok szorítása erősödik), vagy azt csak szűk rétegek számára tarthatja fenn, ezzel is növelve a társadalmi törésvonalakat. A megnövekedett kompetenciaszükséglet ugyanezt a hatást erősítheti, nincsen bizonyos az, hogy az új kompetenciák és az új, kétségtelenül megnövekedett szintű jártasságok, amelyekre az új kommunikációs eszközök aktív használatában szükség van, egyenlően vagy valamennyire is igazságosan oszlanának meg a társadalomban, csökkentve a társadalmi különbségeket.

Nem elhanyagolható szempont az új média regisztrációs kapacitása sem. Az információs technológia fejlődése következtében az állampolgár mindennapi cselekvése folyamán egyre több regisztrálható személyes nyomot hagy hátra, amit felvesznek, tárolnak és kezelnek, osztályoznak, és amelyekből fontos adatbázisokat építenek fel. Ez a fajta információ régen a magánélet része volt, a média nem rendelkezett megfelelő regisztrációs eszközökkel, most ezek az adatok hozzáférhetővé válnak kommerciális és politikai célokra. Látszólag az egyénnek egyre növekvő autonómiája és növekvő szelekciós szabadsága van, miközben egyre erősödő kontrollnak van kitéve. Egyelőre nincs hatékony védelem az új információs és kommunikációs technológia által létrehozott regisztrációs lehetőségek ellen, nincs civil kontroll az így összegyűjtött információk tárolása, terjesztése és felhasználása fölött, a magánszféra határai rendkívül átjárhatókká, sérülékennyé válnak.

A hierarchikus nyilvánosságok elmélete (John Keane)

A nyilvánosságról szóló legújabb kutatások, a Habermas normatív elméletével foglalkozó kritikai irodalom és az új információs és kommunikációs technológiák által megváltoztatott kommunikációs szférában szerzett tapasztalatok alapján egyre általánosabbá és elfogadottabbá válik a nyilvánosság egy új reprezentációja. Egyre több kutató, elméletalkotó látja úgy, hogy az államilag strukturált és területileg meghatározott nyilvánosságok ideje lejárt, átalakulóban van a nyilvánosság fogalma, a nyilvánosság szerkezete. Kialakulóban van egy területhez és államhoz nem kötött, erő-

sen fragmentált és hierarchizálódott nyilvánosságszerkezet. A megváltozott média-helyzetben háttérbe szorult a nyilvánosság hagyományos ideálja, a nyelvileg és területileg meghatározott kritériumok által behatárolt „állampolgárok republikája”, ahol a „közjó” érdekében cselekszenek. Az egységes nyilvánosság fogalma helyett a nyilvánosságról alkotott kép egyre inkább nyilvánosságok egymást átfedő, különböző kiterjedésű mozaikja vagy hierarchikus szerkezete.

A különböző kiterjedésű nyilvánosságok kialakulását John Keane történeti folyamatnak tekinti (Keane 1995), amelynek első három fázisa során alakult ki a nyilvánosság Habermas által kifejlesztett fogalma, ám ez a fejlődés később egy mély válságba torkollott, amelynek során a korábbi nyilvánosságfogalom tarthatatlanná vált és átalakult az újabb fejlődés következményeképpen.

Keane három, egymásba érő fázist különböztet meg a klasszikus nyilvánosság és partnerfogalmainak kialakítása, finomítása és popularizálása során.

(a) A fogalom kialakulásában jelentős szerepet játszott az emancipálódó polgárság harca az európai despotikus uralkodók ellen. A nyilvánosság fegyver a sajtószabadság és a köz által birtokolt különböző szabadságok kiharcolásakor. Az így létrejövő nyilvánosság normatív ideálja: lehetőség az állampolgárok számára identitásuk megteremtésére az állam hatalmának árnyékában. Keane egyetért Habermasszal abban, hogy az így kialakuló nyilvánosság a római (és görög) modellre alapozódik. Jövőképe egy hadsereg, erőszak, klerikalizmus és önző hatalmi érdekek nélküli világ. A nyilvánosság ebben a fázisban republikánus és kritikai, a „public virtue” (Anglia) és az „opinion publique” (Franciaország) fogalmára alapozódik, ideáljai a közszellem, a jog uralma, a közös kormányzás, valamint a párt és a frakció véleményuralma alól való felszabadulás. Funkciója a közérdek védelme az uralkodók magánérdek vezérelte döntései ellen.

(b) Keane szerint a második fázisban a nyilvánosság a modern kapitalista gazdaság egyre növekvő befolyása és dinamizmusa miatt kritikai élet a gazdasági monopóliumnak a termelés és fogyasztás fölött gyakorolt egyre nagyobb hatalma ellen fordítja. Ebben a fázisban a döntő cél, hogy a gazdasági befolyással szemben védeni kell az élet olyan területeit, amelyek nem profitorientáltak. Keane például a 20. századi német fejlődésben mutatja ki a nyilvános szféra védelmének fontosságát, amikor a különböző testületek a „közvéleményt” a saját érdekükben használják ki¹⁹ (Keane 1984). Keane egyetért H. Arendtrel (Arendt 1960²⁰) és J. Habermasszal (Habermas 1962) is abban, hogy a gazdasági érdek, a konsumerizmus által erodált nyilvánosságban elveszett a nyilvános élet, amely addig lehetőséget adott az állampolgároknak, hogy egymással beszéljenek és meghatározzák együttélésük szabályait. A második fejlődési szakaszban a kultúrát kritikusan vitató olvasó közönséget felváltja a kultúrafogyasztó tömegközönség.

(c) Az első két fázis az állampolgárok számára elérhetetlen, territoriálisan definiált államhatalom, illetve a szervezett piaci kapitalizmus érdekvezéreltségének problémáját veti fel. A harmadik fázisban ezek mellé újabb problémaként megjelenik a nyilvános szférának a közszolgáltatóság fogalmához kapcsolódása. Keane Nicolas Garnham és a kommunikációkutatók Westminster iskolájának más tagjai (P. Scannel stb.) nézeteivel vitatkozik, akik szerint a nyilvánosság az állam és piac között lévő „public sphere”, olyan hely a racionális és univerzális politika számára, amely elkülönül mind az államtól, mind a gazdaságtól. Ennek a normatív funkciójú térnek a garanciája a közszolgálati médiamodell, amely közvetíti és kiegyensúlyozza az állami és a korporatív hatalmat, és amelyet sem profitmaximalizálás, sem

hatalommaximalizálás nem vezethet. A közszolgálati média teoretikusai szerint ennek mai megvalósulása nem tökéletesen követi Habermas ideálját, de lehetővé teszi minden állampolgár számára a hozzáférést a magas szintű kultúrához, és megakadályozza, hogy a médiaipar csak bizonyos szükségleteket elégítsen ki. Szertartottuk a piaci logikájú média lecsökkenti a nyilvánosan mondható dolgok skáláját. Hatására a nyilvánosságot ellenőrző intézmények száma csökken, és a társadalomban teljesen egyenlőtlen hatalmi viszonyok alakulnak ki. A média kultúratermelési mechanizmusai úgy működnek, hogy a társadalomban domináns csoportokat képviselő és ráadásul elsősorban anyaországi vállalatok állítják elő a fogyasztható kultúrát, és az alárendelt, perifériális identitásokkal rendelkező közönség meg van fosztva attól, hogy kritikailag nyilvánuljon meg e folyamatokkal szemben. Ezért tartja fontosnak számos teoretikus a Westminster iskolán kívül is a közszolgálati médiák védelmét, és a közszolgáltatóság állami adókból történő központi finanszírozásának garantálását.

Keane a Westminster iskola tagjaival vitatkozva elismeri ugyan a közszolgálati média által nyújtott előnyöket: azt, hogy plasztikusan bemutatja a piaci retorika és gyakorlat korlátait, hogy fél évszázadon keresztül a közszolgáltatóság fogalma csökkentette a média konsumerizmusát, és gátját szabta a szórakoztatás és a kiüresedés extrém megvalósulásának. Bár a mindenki számára elérhető, kevert programú közszolgálati médiáról szóló elképzelések súlyos technikai és finansziális problémákkal járnak, de ez a modell fenntartotta a közszellemet, kitágította az állampolgárok világlátását és fenntartott egyfajta közéletet. A különböző nemzeti szabályozások bevezetése lehetővé tette a kiegyensúlyozást a reklámmennyiség, a politikai hozzáférés, a kiegyensúlyozott hírszolgálat és a szórakoztatás témájában. Keane elismeri, hogy a közszolgálati média legitímálta egyszerű állampolgárok megjelenítését, a vernakuláris stílust, az állampolgárok vetélkedését és bizonyos magáncselekedeteik, életmódjuk és szórakozási formáik megjelenítését. Ugyanakkor éles kritikával illeti Garnham elméletét, mert egy 17–18. századi ideált próbál egy 20. századi gyakorlattal ötvözni, miközben az sem bizonyítható, hogy a közszolgálati média a fénykorában valóban a racionális és univerzalisztikus politika célját és gyakorlatát valósította meg. Keane szerint a közszolgáltatóságot zászlajukra tűző kutatók nem veszik figyelembe azt a tényt, hogy a nyilvános vita fennmaradt a piac által dominált médiában is. Véleménye szerint a jelenkori közszolgálati média súlyos problémákkal terhes és ezért vesztes stratégia a nyilvánosság ideálját egy krízisben levő intézményhez kötni. A krízis okát a közszolgálati média identitásválságában látja. Amerikában már régóta bizonytalanság uralkodik a finanszírozás, a legális státus és a közszerep fogalma tekintetében, ám Európában még szélesebb a válság, mert a régi demokráciákban a reprezentáció problémája is felmerül a közszolgálati médiákkal szemben.

Keane különösen három alapvető tényezőt emel ki a közszolgálati média válságának okai közül.

– Az előfizetési díjakból származó és központilag szabályozott, egyre gyengülő finanszírozás gyengíti egy erős közszolgálati média kilátásait, szemben a deregulációt támogató kritikusokkal, akik számára a sajtószabadság a reklám és a piaci verseny által valósul meg, és felszabadítja a magán-médiatulajdonosokat az állami felügyelet alól. Ugyanez a finanszírozási gyengeség lehetetlenné tette, hogy a közszolgálati média részt vegyen az új technológiák kidolgozásában és bevezetésében (teletext, szatelit), tehát kívül rekedt a gyorsan fejlődő telekommunikációs versenyből. Mindez behajszolta a közszolgálati médiát a

koprodukciónak, önprivatizálásba és más hasonló helyzetekbe, amelyek csak tovább erősítették a deregulációs érveket.

- A létező közszolgálati médiáknak szembe kell nézniük legitimációs problémákkal is. A közönség nem érzi reprezentatívának a kiegyensúlyozás, a minőség, az univerzalitás standardjait, amelyeket a közszolgálati médiák védeni és képviselni akarnak. A közszolgálati média alkalmazottai azért kerülnek válságba, mert fokozatosan felismerték a közönségizlés fragmentáltságát, és érzik, hogy nem lehet kielégíteni a közvéleményt és a közízlést teljes szélességében. A kielezített konkurenciaharcban a közszolgálati médiaszereplők elkezdnek úgy működni, mint a „public experience” akkreditált képviselői, ám mindezek a problémák csökkentik a közszolgálati média legitimitását, még kiszámíthatatlanabbá teszik a közönség ízlését, és egyre jobban elfogadtatják a közönség fragmentálódó csoportjaival a kommersziális médiaformákat.
- A technológiai fejlődés megszüntette azt az érvet, hogy a létező spektrum szűkössége folytán a közszolgálati média az adott nemzetállamon belül természetes monopóliummal bír. A közszolgálati média most már a sokcsatornás környezetben a magánmédiákkal van versenyben. Eközben a közszolgálati médiában mélyen gyökerező térmetafora is megkérdőjeleződik: az integrált „public sphere”-ben aktívan cselekvő állampolgárok egy szuverén nemzetállam által őrzött és definiált területhez tartoztak, amely maga is hasonló területiális módon definiált nemzetállamok rendszerébe tartozott. Ez a korábban stabilnak látszó rendszer bomlott fel a globalizáció hatására.

Meggyengültek tehát mindazok a korábban biztosan megalapozott érvek, amelyek megalapozták a média funkcióját a parlamenti demokráciákban: hogy felkelti és fenntartja egy adott területen belül a közéletet, az egész nemzetet szolgálja, megteremti a nemzeti egységet csoportok, régiók, osztályok stb. között, lehetőséget ad nekik a részvételre, átélhetik a nagy nemzeti eseményeket és élményeket, az országhoz, a közösséghez tartozást. A média által biztosított nyilvános térben az egész nemzet beszélhet saját magával, evvel is megteremtve a kohéziót, a közös identitást. Ezek a funkciók alapozták meg azt a széles körben elterjedt médiareprezentációt, hogy a köz által finanszírozott média elsősorban a köz iránt elkötelezett.

Keane szerint ez a dogmává vált tétel ma már meglehetősen támadható, különösen azért, mert az ezt a nézetet megalapozó térmetafora már nem érvényes. Kialakultak network alapú kommunikációs terek, amelyek már nem kötődnek valódi, fizikailag földrajzilag meghatározott területekhez. Elhalványult az egységes nyilvánosság és a hozzá tartozó, területileg meghatározott állampolgárok respublikájának korábbi ideálja, ahol a közjóról folyó vita zajlik. Ehelyett a közélet ma „nyilvánosságok különböző méretű, egymást átfedő és egymásba kapcsolódó komplex mozaikjává vált” (Keane 1995, 8).²¹ Bár e nyilvánosságok az államok és társadalmak különböző szintű és méretű közegeiben jönnek létre, mindegyikük színtere hatalom- és érdekevezérelt cselekvéseknek és a nyilvánosságra vonatkozó többi ismérvnek is megfelelnek. A Keane által használt nyilvánosságfogalom visszatér a kommunikációtudomány korábbi felfogásához, ahol a személyközi kommunikációt és a tömegkommunikációt egy közös elméleti keretben kezelték (Winkin 1996), abból a megfontolásból kiindulva, hogy közöttük csupán fokozati különbségek vannak. A nyilvánosság mai „totális fordulata”²² több elméleti megfontolásnak köszönhető. Saját nyilvánosságmodellünkben is ezt a széles keretet preferáltuk (Heller-Némedi-Rényi 1990a, Heller-Rényi 1996a, 1997). A személyközi, közvetlen face-to-face in-

terektől a legszélesebb mediatisztált nyilvánosságig terjedő kommunikációs mező egy elméleti keretben való kezelését meglátásunk szerint több alapvető elméleti megfontolás is alátámasztja.

- A nyilvánosság operációs elvként való definíciója. Ez az elv azt a transzformációs folyamatot irányítja, amelynek során szelekciós és szimbolikus műveletek végrehajtásával a beszélők nem nyilvános létezőből nyilvános létezőt hoznak létre. Ez a folyamat a prezentáció és a reprezentáció állandóan összefonódó aktusain keresztül hozza létre a különböző szintű kommunikatív aktusokat (nyilvános és nem nyilvános, interperszonális, tömegkommunikációs stb.).
- A különböző szintű kommunikációs aktusok, tevékenységek alapvető társadalmi szervező, társadalomintegráló funkciót látnak el a társadalmi kapcsolatok létrehozásában és fenntartásában, végső soron a társadalom konstituálásában.
- Egy integrált elmélet lehetővé teszi, hogy a különböző szintű kommunikációs aktusokat azonos szempontok szerint, azonos eszközök segítségével vizsgáljuk, aminek következtében a hasonlóságok és különbségek szisztematikusan elemezhetőkké és bemutathatókká válnak. Így egységes keretben kezelhetők a különböző kommunikációs aktusok létrehozásában szerepet játszó normák és stratégiák, a befogadás mechanizmusai, a jelentéstulajdonítás, az interpretáció folyamatai stb. (van Dijk-Kintsch 1995).

Keane tehát a különböző szinteken konstituálódó nyilvánosságokat a következő módon definiálja: „A nyilvános szféra rendszerint a kommunikáció bizonyos eszközeivel (televízió, rádió, műhold, fax, telefon stb.) összekapcsolt két vagy több ember közötti térbeli viszonyoknak egy típusa. E viszonyt rövidebb-hosszabb időszakokra kiterjedő nem erőszakos szembenállások jellemzik, amelyek a vitázó felek adott interakciós miliójében és/vagy tágabb társadalmi és politikai struktúráiban fennálló hatalmi viszonyokat érintik.”²³ E definíció alapján a nyilvánosságok három absztrakciós szintjét különbözteti el:

Mikronyilvánosság: szubnacionális szinten emberek tucatjai-ezrei lépnek kapcsolatba.

Mezzonyilvánosság: nemzetállami keretben emberek millióinak kommunikációs terepe.

Makronyilvánosság: nemzetek feletti és globális szinten emberek milliárdjai számára teremti meg a kommunikációs lehetőségeket.

A Keane által tételezett különböző nyilvánosságok ideáltípusos leírás tárgyai, soha nem jelennek meg tiszta formában, és nem is tökéletesen izoláltak vagy izolálhatók. Bár networkök kötik össze őket, és egymáshoz kapcsolódnak, a különböző szintű nyilvánosságok töredezettek, amit semmilyen integrált, nagy, egységes, nyilvánosság felé mutató trend nem győz le. A különböző szintű nyilvánosságok heterogének és különböző kiterjedésűek.

A mikronyilvánosságok: a régi kávéházi, irodalmi klub stb. típusú nyilvánosság számtalan mai lokális megfelelői, ahol helyi ügyekről, hatalmi kérdésekről cserélnek véleményt. Keane a mikronyilvánosságok kapcsán J. Fiske *Power Plays, Power Works* (Fiske 1993) című művére hivatkozik, ahol alulról építkező kisméretű csoportok kommunikációban formálódnak az állampolgárok identitása. Ezek fontosabb szerepet játszanak, mint a felülről jövő imperializáló hatalmak, amelyek felülről akarják szabályozni a helyi szinteket. Ezek a helyi szintek kihasználják azt, hogy a felsők is csak az alsók kooperációjára alapozva tudnak működni, és hogy az alsó szinteken létrejövő változások ezért befolyásolják a felsőket. De Keane szerint

Fiske alulértékeli a viták szerepét ezeken az alsó szinteken: bár hangsúlyozza a helyi szinteknek a fentiekkel szembeni vitatkozó kapcsolatát, de nem látja ennek jelentőségét a nyilvánosságelmélet számára.

A mikroszint alapvető a társadalmi mozgalmak számára. Ma ezek kevésbé foglalkoznak a termelés és az elosztás harcaival, mint inkább azzal, hogy a poszt-indusztriális társadalmak hogyan generálják és tartják vissza az információt, illetve hogyan hoznak létre és tartanak fenn jelentéseket. Például a nőmozgalmak nem csak a nők által elszenvedett sérelmekről szólnak, hanem a domináns „hím” kódokat kérdőjelezzik meg és a szimbolikus különbségek elismertetéséért harcolnak. A nyilvánosság e mikroszintjei úgy működnek, mint kis networkök, lokális kapcsolatok, amelyek a szolidaritás elvére, az egyéni szükségletekre épülve, önkéntes és alkalmi részvétel alapján működnek. Felfoghatók úgy is, mint a társadalom kis laboratóriumai, amelyekben új tapasztalatok születnek. A kommunikációs eszközök nagy számát használják. Megkérdőjelezzik és átalakítják a mindennapi élet domináns kódjait, alternatív idő-, tér-, személyközi kapcsolatok tapasztalatait hozzák létre. Nagy az innovációs kapacitásuk mind a témák, ügyek, mind pedig a kommunikációs eszközök, a használt nyelvek és kódok tekintetében.²⁴ Néha a szélesebb nyilvánosságokban (mezzo, makro) is láthatóvá válnak. Erejük latensségükből származik. Privátnak látszanak, mert a hivatalos közélettől és a médiától távol működnek. A civil társadalom léte és működése szorosan kapcsolódik a nyilvánosság e mikroköréhez.

A mezzonyilvánosságok alkotják a nyilvánosság legismertebb, legtöbbet tárgyalt típusát. Ezek a nyilvánosságok a hatalomról szóló társadalmi kommunikáció olyan terepei, amelyben nagy távolságokat áthidalva emberek milliói vesznek részt. Határai gyakran egybeesnek a nemzetállaméval, de lehet annál szűkebb (például a baszk nyilvánosság) vagy annál tágabb (Németország és Ausztria²⁵). A mezzoszinthez tartozik a hagyományos tömegkommunikáció, az újságok és az elektronikus média nagy része.

A mezzonyilvánosságok meglehetősen állandóak, bár a mikronyilvánosságok is alakítják, befolyásolják őket. Viszonyukra az jellemző, hogy nincs 0 összegű játszma közöttük, egyrészt azért, mert az egymás közti feszültség táplálja őket, másrészt azért, mert a mezzonyilvánosságnak szüksége van a mikronyilvánosságokra. A mezzonyilvánosságok fenntartásához a felhalmozott társadalmi presztízs és a létező finanszírozási és elosztási rendszer is hozzájárul. Az is a fennmaradásuk mellett szól, hogy a hatalomról szóló vitát a privát médiák megkönnyítik. Ahogy a közszolgálati média egyre inkább a piac hatása alá kerül, evvel párhuzamosan a privát média politizálódik.²⁶ Itt csak röviden visszaülhetünk a korábban már vázolt köz/magán határvonal elmosódására, mint jellegzetes következményre.

A makronyilvánosságok hirtelen növekedése (globális és regionális) ellentmond a korábbi nyilvánosságelméleteknek. Ez a nemzetközi médiakoncentráció (nem szándékolt) következményének tekinthető. Korábban a nyilvánosság, a társadalmi kommunikáció nemzeti szinten szerveződött. A médiapiacra létrejött konkurenciaharc következtében létrejött koncentráció azonban azt eredményezte, hogy a nagy nemzetek és a nagy cégek sokkal szélesebb területi befolyásra tesznek szert, mint korábban. Létrejön egy globális médiapiac, miközben az eredeti szándék nem a nemzetközi közönség megteremtése volt. Ám a gyorsan fejlődő, decentralizált ipari és kereskedelmi beruházások, az ebből következő szükséglet a könnyen mozgatható szakemberek és eszközök iránt hamar kialakított egy jól megtérülő nemzetközi in-

formációs és kommunikációs piacot. A kialakuló multinacionális vállalatok ráadásul sikerrel tudják kikerülni a nemzeti szabályozásokat is. Ezek az okok játszanak szerepet a nem szándékolt következmény, a nemzetközi közönség kialakulásában. A nemzetközi közönségnek szóló globális kommunikáció új, jellegzetes jegyeket hordoz. A nemzetközi események erőteljes szimbolikus erővel jelennek meg a makronyilvánosságban egy fiktív nemzetközi közönségnek közvetítve (Dayan–Katz 1992). Mindez új nyilvános vitákat generál a mezzonyilvánosság határain túllépő hatalomról, és ezáltal jelentősen megváltoztatja a nyilvánosság korábbi szerkezetét.

Ez a jelenségnek legjellemzőbb képviselője a CNN és az a mód, ahogy a világ eseményei közül kiválasztja és bemutatja azt, amit közvetítésre méltónak ítél. Számos példát lehetne említeni: a Gorbacsov–Reagan találkozók médiaeseményé tiziprozását, a Falkland-háborút vagy az Öböl-háborút, ahol mindkét esetben súlyosan cenzúrázott, sőt néha kifejezetten a média számára meghangszorított vagy „eljátszott” események képezték a média tudósításait, egy szimbolikus hatalmasra stilizált médiaglorifikáció közepette. Itt az üzenet nem is annyira a politikai történesek bemutatása volt, mint a „háborút élő, egyenes adásban közvetítő média” felmagasztosítása, mint ahogy ez utóbb kiderült. A Tiananmen téri diáktüntetés élő közvetítése volt az első olyan eset, amikor egy globális médiaesemény több százmillió ember részvételével zajlott és nyilvános globális vitát generált a hatalom és a szabadság kérdéséről. Ezáltal hozzájárult egy szupranacionális ellenzéki nyilvánosság kialakításához. A tüntető diákok felismerték a nyilvánosság jelentőségét, és ennek figyelembevételével szervezték meg a tiltakozást, nemzetközi elismertségüket maximalizálандó. Ám hamarosan a hatalom is tanult a történekből. A durva katonai beavatkozásra, a diáktüntetés vérbe fojtására akkor került sor, amikor a kamerák ki voltak kapcsolva, és az élő adás éppen szünetelt. Az élőben közvetítő média, a CNN maga is részvevője lett a történeéseknek, hiszen befolyásolta az eseményeket.

Az új információs és kommunikációs technológiák következtében gyorsan fejlődik a makronyilvánosság. De nemcsak a média fejlődése hat ebbe az irányba, hanem a gazdasági folyamatok is erősítik a globalizációt (Schienstock 1999). A multinacionális vállalatok állandó térnyerése következtében mind az áruk, mind a termelési folyamatok és az azokat irányító vezetői rétegek is globalizálódnak. Az így megtapasztalt szubjektív távolságcsökkenés emberek, csoportok, helyek és terek között, a nemzetközi gazdasági és politikai kapcsolatok erősödése a kommunikáció globalizálódását eredményezik. Az internet a makronyilvánosság fontos terepévé vált, gyors terjedését mind a globális fejlődésben érdekelt gazdasági szereplők, mind pedig az állami támogatást nyújtó közhatalmak szorgalmazzák. Az interneten zajló kommunikáció jelentős mértékben megváltoztatja a hagyományos kommunikációs szokásokat és megnöveli a kapcsolatok esélyét és arányát. Az internetkommunikáció következtében, melyre elsősorban a korlátatlanság, az informalitás, a globalitás a jellemző, számottevően megnő a horizontális kommunikációs aktusok részaránya, növekszik a kortárs befolyás, és erősödik, erősödhet a civil társadalmi szerveződés szövete.

Sok vita folyik elméleti és gyakorlati szakemberek között arról, hogy milyen reprezentációkkal lehet legpontosabban leírni a zajló választásokat. A korábbi „út” metaforával szemben most elterjedt a világhálón való „szörfözés” metaforája, má-

sok a „labirintus” metaforáival próbálták plasztikusan ábrázolni a létrejött új nyilvánosság működését, ahol az olvasó, a befogadó keresztutak és választási lehetőségek általa választott egyedi útvesztőjét járja be. Keane optimista a háló által nyújtott demokratizálódási lehetőségek tekintetében, véleménye szerint az internetet használók „hálopolgárok”, akik egy új, képzelt közösségben vitatkoznak hatalomról és elvekről.

Keane a nyilvánosság feltételeit a következő kritériumok által definiálja:

- szimmetrikus, reciprok kapcsolatoknak kell lenniük a beszélő aktorok között, ahol egyik csoportnak sincs monopóliuma a kommunikációs eszközök fölött;
- a nyilvánosság nem vezethet uniformizációhoz: ösztönöznie kell az individualizáció mechanizmusait és a diverzifikáció elismerését;
- a nyilvánosságnak elsősorban a kritikai diszkurzust kell felkeltenie és támogatnia, és nem lehet feladata a résztvevők ellenőrzése vagy bármilyen regisztrációja.

Keane szerint tehát radikálisan újra kell gondolni a nyilvánosságelméletet. Legfontosabb implikációnak azt tartja, hogy a nyilvánosságot sem empirikus, sem normatív okok miatt nem lehet az államilag védett közszolgálati médiához kötni. A nyilvánosságelméletnek számot kell adnia a legkülönbözőbb-féle nyilvános fórumokról (újság, elektronikus média, network stb.). A nyilvánosságról szóló kutatásnak meg kell vizsgálnia, hogy létezik-e olyan hosszú távú modern tendencia, miszerint a nyilvánosságok behatolnak az élet olyan területeire, amelyek addig védve voltak a hatalomról szóló vitáktól. Keane Habermashoz és Foucault-hoz hasonlóan érzékeli azt a folyamatot, amelynek során a nyilvános viták behatolnak az élet addig nem nyilvános, nem látható, kevésbé szabályozott területeire, és ennek következtében várható, hogy nem maradnak a társadalmi és a politikai életnek olyan területei, amelyek érintetlenek maradnának a hatalom megosztásáról szóló vitáktól. Semmilyen téma nem marad „természetes”. Megszűnik a néma *oikos*-ra épülő állampolgári részvételt involváló nyilvánosság tétele is. Ahogy kiterjed a mediatisztált nyilvánosság, a privát jelenségek is a nyilvános szférákra jellemző alkudozó vita²⁷ hatálya alá vonódnak. Megszűnik a *privacy* világa. Keane állítása szerint a politizálódási folyamat elmosza a korábbi határvonalat köz (ahol a hatalomviták mások legitim ügyei) és privát (ahol ilyen viták illegitímek az intimitás, az individuális választás, az istenadta vagy biológiai természetesség trónja előtt) között. Ez a folyamat jól jelzi a privát hagyományos definícióinak önkényességét, ami egyre nehezebbé teszi egyes ügyek magánügyekként való igazolását. Paradox módon, a nyilvánosság kiterjedésének és a politika eluralkodásának folyamata ugyanakkor új típusú politikai vitát gerjeszt arról, hogy a politikai élet egyes zónáit privátként újra kell definiálni.²⁸

Keane (Keane 1991) már kifejtette, hogy a közéletet konstituáló kommunikáció különböző formáinak pluralista értelmezése a demokrácia nem fundamentalista értelmezését támogatja, mint olyan rezsime, amely lehetővé teszi, hogy egyének és csoportok részvételével működő plurális nyilvánosságokban bárki, bármely csoport kifejtthesse egyetértését vagy ellenvéleményét mások ideáljaival vagy életformájával kapcsolatban. Keane szerint nincsenek történelem feletti igazságok és ideálok, így nincs arra támpont, hogy eldönthessük, melyik típusú közvita a kívánatos. Normatív csakis azt lehet mondani, hogy egy egészséges demokráciában több nyilvános szféra verseng, és egyiknek sincs monopóliuma a hatalomelosztás megvitásában. De az megállapítható, hogy egy kommersz nyilvánosság biztosan csökkenti a polgárok integritását.

A különböző szintű nyilvánosságokat tételező elmélet megváltoztatja a demokráciáról való korábbi felfogást is. A politikai gondolkodás republikánus hagyományában a hatalmat leginkább a területileg meghatározott nemzetállam kereteiben folyó vita segítségével gondolták ellenőrizni. A republikánus hagyomány szerint a közszelendő állampolgárok legjobban egy integrált, politikailag megkonstruált terepen (space) képesek együttműködni, amely végül is az államhatalom által elfoglalt fizikai területen (place) gyökerezik. Ez a tétel tovább már nem tartható, mert a nyilvánosságok egyre növekvő száma állt elő, amelyek már nincsenek közvetlen kapcsolatban a fizikai térrel (territory). A közélet működése egy deterritorializációs folyamatnak rendelődik alá. Az állampolgárok közös térfogalma (proximity) egyre kevesebb kapcsolatban van magánéletük tereivel (születés, házasságkötés, otthon stb.)

Keane hivatkozik arra, hogy már Dewey *The Public and Its Problems* (Dewey 1927) című művében panaszkodik a közélet fragmentáltságára. Ma ez a folyamat már visszafordíthatatlan. Nem egyetlen nyilvánosság létezik, hanem több. A republikánizmus észre sem veszi, hogy mennyire nem demokratikus az egyetlen nyilvánosság tételezése, hiszen ez a nemzetállam építés időszakának fogalmaira alapoz. Az, hogy egyszerre több nyilvánosság létezik, megnöveli az állampolgár szabadságát, és lehetővé teszi, hogy egyszerre több nézőpontból legyen folytatható az ellenőrzés. Az új információs és kommunikációs technológiák által megnövelt kommunikációs fórumok a nyilvánosság növekedését eredményezhetik, ahol a nyilvánosság különböző szintjein az informált és aktív résztvevők szabadon és korlátozások nélkül cserélhetnek véleményt, szerezhetnek információkat, léphetnek kapcsolatba egymással a hálózatokon létező számos nyilvános vagy nem nyilvános kommunikációs fórumon. Ez a komplex szerkezet megnehezíti, hogy bárki bitorolhassa a hatalmat, mert lehetővé teszi, hogy az jobban hozzáférhető, ellenőrizhető és megvitatható legyen azok számára, akiket érint. Ez az új helyzet különböző szintű társadalmi viták számának megnövekedését eredményezheti aktív, informált és felelős polgárok (lokális, állam-, regionális és globális polgárok) között. Megnövekedhet az egyén aktivitása nemcsak a különböző kommunikációs és kulturális műfajok fogyasztása, de azok létrehozása területén is.²⁹ Az új információs és kommunikációs technológiák a tudásgenerálás új módjait hozzák létre. Ugyanakkor az egyre növekvő nyilvános fórumok hierarchiája nehezebbé is teheti a nyilvánosság áttekinthetőségét, és a technológiai mediatisztáció által megkövetelt tudások és jártasságok csökkenthetik az esélyét annak, hogy mindenki azonos vagy hasonló mértékben vegyen részt az egyre sokasodó különböző nyilvánosságokban. Emellett növekszik a verseny nemcsak az információs és kommunikációs technológiai szolgáltatások mezején, hanem a megsokszorozódott csatornákon a tartalomszolgáltatás területén is. Ez a tendencia a szabad, korlátozatlan kommunikáció és vele szemben az állami, hatalmi eszközökkel létrehozott és ellenőrzött, illetve a gazdasági, kereskedelmi, profitorientált érdekek által előállított és kontrollált tartalmi szolgáltatások közötti versenyt fogja felerősíteni. Az esélyegyenlőség kérdése ezen a területen is felmerül, különösen egy olyan időszakban, ahol még nincs érvényes szabályozás.