

Opponensi vélemény

Császi Lajos: A mindennapi élet tabloidizációja a populáris médiában.
(A Mónika-jelenség kulturális szociológiai vizsgálata)
c. akadémiai doktori értekezéséről

Császi Lajos értekezése a média területén lezajló gyökeres változások értelmezésével foglalkozik egy konkrét témán keresztül, a tabloidizáció, a valóságshow típusú műsorok gyártása és recepciója empirikus vizsgálata révén. A szerző a szociológia több ágában már korábban kitűnt eredeti és koncepciózus kutatásaival, az utóbbi két évtizedben azonban kutatásai a médiavilág rohamos átalakulására koncentrálnak, számos tanulmánya és könyve is született ebben a tárgykörben. Közismert elméleti igényessége alapján már sejthető volt, hogy az értekezés tárgya lényegesen szélesebb lesz annál, mint amiről a témája szól. Akadémiai doktori disszertációként benyújtott művében a szerző nem kevesebbre vállalkozik, mint hogy nyomon kövesse és elemezze az új médiavilág szocio-kulturális közegét, és pedig a globalizáció hatásaival, a posztmodern kultúra újdonságával és a poszt-jóléti társadalmak válságjelenségeivel való összefüggésükben. A valóságshow műfajának részletes elemzése a nyugati és hazai példákon keresztül, ezen belül a Mónika-show hazai megszületésének és recepciójának részletes szociológiai vizsgálata gazdag elméleti irodalomra támaszkodik. Ezek beemelése a hazai szaktudományos vitába önmagában is elméleti ütközőfrontot teremt a hazai *mainstream* felfogással szemben. Annál fontosabbnak vélhette a szerző, hogy a televíziós valóságshowk-ról szóló esettanulmánnyal szolid empirikus bázist adjon a médiával kapcsolatos, korábban domináns intellektuális klisékkel való leszámolásnak. *Umberto Eco* találta egyszer leírni még a nyolcvanas évek elején, hogy a média világának átalakulása miatt a médiával kapcsolatos egész eddigi tudásunkat legjobb, ha elfelejtjük. A disszertáció megfelelő elméleti érveket nyújt és gazdag példatárat sorakoztat fel ahhoz, hogy a kreatív felejtés e nehéz lelki munkáját elvégezzük, egyben tudományos elemzési eszközöket adva és új társadalomelméleti kapaszkodókat is kínálva az újraértelmezés folyamatához.

Valóban, nem kevés régi beidegződést és előítéletet kell leküzdeni az új médiavilág adekvát értelmezéséhez. Mint Császi joggal hangsúlyozza, a hazai értelmiség médiafelfogása alapvetően máig a kultúrkritikai, elitista paradigma jegyében áll. Nem elítélően mondja ezt, hanem egyszerűen mint tényt szögezi le. Meg kell mondanom, az opponens is e tradíciót képviselte hosszú ideig, többek között mint a frankfurti iskola kultúripar-elméletének fordítója és interpretálója. Ugyanakkor, miközben máig fontosnak vélem egy nivós közmédia fenntartását, a nyolcvanas évek óta bennem is erősödött a kétely ennek az eredeti aufklérista szellemű kultúra-felfogásnak az érvényességét illetően. A kulturális elit az egész közművelődést a tömegek kulturális elit általi paternalista felemelése, művelése-nevelése jegyében tartotta fontosnak. A

hazai szociológusok és média-elemzők egy része, mindenekelőtt Hankiss Elemér és a hozzá közel állók, akiknek realisabb képük volt a média fejlődési irányairól és az emberek életében játszott szerepéről, időben figyelmeztettek ennek a felfogásnak a korlátaira. A régi népművelői felfogás szerint a nép műveltségi színvonalát emelni kell; ez szép gondolat, de nehezen tagadható az elgondolás autoriter forrásvidéke. (A népművelés szó a német *Volksbildung* egyenes fordítása, amely nem volt idegen a *völkisch* eszmétől.) A kultúraközvetítők önironikus szlogenje, miszerint „a nép azé, aki megműveli”, már kifejezte az ellentmondás tudatát. Idehaza ugyan nem osztották a médiaelemzők a frankfurti iskola kultúripar-elméletének elitista arroganciáját, (amely megfogalmazódott pl. abban a mondatban, mely szerint a kultúripar ágensei „a közönség kívánságaira hivatkozva igazolják azt a szemetet, amit rájuk tukmálnak”), de azért széleskörűen elfogadott volt a manipuláció tézise, a kommerciális média lefelé nivelláló hatásával szembeni berzenkedés, és a tömegkultúra minden műfajának arisztokratikus lenézése.

A demokrácia körülményei között ez a műveltségközvetítő, népnevelő értelmiségi szerep, amelynek mély gyökerei vannak a kelet-közép-európai értelmiség szociális elkötelezettségében és érzékenységében, nyilvánvalóan nem tartható fenn változatlanul. A rendszerváltás ideje óta – sőt, némileg azt is megelőzve – a hazai média is követte, ha némi késéssel is, a nemzetközi trendet. A média globalizációja és az informatikai forradalom áldásai villámgyorsan terjedtek a világ legtöbb nyitott országában, és ez alaposan megváltoztatta a média temelésének, elosztásának a rendjét és fogyasztásának a szokásait. A tömegkultúra, a *mass media* kicsit leereszkedő hangsúlyából elmozdultunk a semlegesebb *tabloidizáció* felé. A médiának azt a korábbi szerepét, amely a valóságértelmezés és kollektív identitás-teremtés valamiféle monopóliumára tart igényt, csak a zárt politikai rendszerekben lehet fenntartani. De nincs is szükség arra, hogy a hanyatló régi vallási világkép pótlékeként, amely egy szilárd értékrendet, életvezetési normákat sugallt és tartott fenn az egyházi szervezet és annak politikai kiváltságai révén, most egy új szellemi hatalom tartsa bűvkörében a lelkeket. A modern társadalom differenciáltsága, az individualizáció, a szocializáció és a tájékozódás sokféle lehetősége, a szabad identitásválasztás emberi jogi igénye stb. egyaránt lehetetlenné is teszik, hogy egy egységes értékrend jegyében szinte kötelező érvénnyel integrálják a társadalom tagjait. Erről szól Habermasnak a társadalom egységes kollektív identitásának lehetetlenségéről szóló tézise a posztindusztriális korban, egy plurális demokrácia körülményei között.

Természetesen technikai fejlemények is meghatározzák a média forradalminak mondható átalakulását; így az info-kommunikációs eszközök széleskörű elérhetősége, pluralizmusa, hatókörük relatív korlátozhatatlansága. Társadalmilag pedig mindenekelőtt az individualizáció, a társadalmi differenciálódás, a demokratizálódás, a liberális tolerancia (a „multikulti”) terjedése, a nagyobb mobilitás és nyitottság említendő első helyen.

A disszertáció szerzője széles nemzetközi szakirodalom alapján alaposan körüljárta és elemezte ezeket a változásokat, amelyek befolyásolják a média egész rendszerének működését, funkcióját, kódrendszerét, használatának módját. Ha az értekezést mint írásművet kell értékelnem, akkor megállapíthatom, hogy egy gondolatmenetében jól felépített, áttekinthető szerkezetű, logikus, és hűvös tudományos tárgyilagossága mellett jó stílusban megírt, olvasmányos alkotással van dolgunk.

A dolgozat néhány fontosabb tartalmi újdonságát külön kiemelném. Az egyik a tabloidizáció fogalmának kifejtése, tartalmi jellemzése, folyamatának bemutatása és értelmezése, amely messze túlmutat a klasszikus újságíráson, és az elektronikus médiára is kiterjesztő érvényességgel bír. Ebben az angolszász országokban domináns felfogást követi a szerző, részletesen megindokolva a fogalom használatának célszerűségét.

A másik fontos újdonság a nyilvánosság szerkezeti átalakulásának nyomon követése, amely újra csak a frankfurti iskola (ezúttal a második generációs Habermas) felfogásának kritikájával indít, és bemutatja a változás összefüggését a társadalomszerkezeti változásokkal, amelyek a „paleo-televízió”, a posztmodern kulturális fordulatot jelző „*new media*” és a mai „*hyper-media*” megjelenése mögött állnak; ezek mindegyike jól definiált, egyben egyfajta korszakhatárt is jelez a média fejlődésében.

A harmadik a mai nyugati vitákon is áthúzódó módszertani vita részletes ismertetése a hagyományos, „modernista” szociológiai és a kultúranropológiai ihletésű *cultural studies* (az angol „birminghami iskola”) felfogása között. Ez igen termékeny tudományos vita, amely segít tisztázni az eszmék és a társadalmi értékrendek determinált vagy konstruált voltának mértékét. Termékenynek tartom a „késő-modernitás” vagy másképpen „reflexív modernitás” kategóriájának átvételét és felhasználását a média társadalmi környezetének az elemzésében. A téma szempontjából különösen fontosnak tartom a kulturális állampolgárság („*cultural citizenship*”) koncepciójának és a demokráciával való összefüggésének az ismertetését. A médiakutatás nemzetközi kurrens trendjeinek alapos áttekintése és kritikai interpretálása nagyon értékes része a dolgozatnak, amely remélhetőleg hatással lesz a hazai médiakutatásokra is.

Negyedszer, a dolgozat empirikus része a talkshow és a valóságtelevíziózás műfaj-történetének és nemzetközi gyakorlatának a részletes feltárását és elemzését tartalmazza. Ez a része a dolgozatnak nemcsak nagyon informatív, de helyenként szórakoztató is, ha szabad ilyet egy tudományos dolgozatról mondani. A talkshow-k és később a valóságtelevíziózás tipizálása, műfaji sajátosságaik részletes vizsgálata, eltérő társadalmi funkciójuk értékelése, mindez nagyon tanulságos stúdium mindenki számára, aki a médiával foglalkozik. Itt is kiemelném a gazdag szakirodalmi interpretációkat, amelyek nagyon termékeny kiindulópontokat kínálhatnak a további hazai kutatások számára.

Az elemzés során a szerző mély társadalomfilozófiai és szociológiai kérdéseket is feszeget, többek között a mindennapiság szerepének és a társadalmi identitás formálódásának a kérdését. A talkshow-t végeredményben az alsó- és középosztályi társadalom egyfajta nyilvános csoportterápiájaként mutatja be, amelynek során egyéni történetek, olykor drámai sorsok tárulnak fel, olykor nyílt konfliktusokban, a magánélet és a nyilvánosság kereszteződési pontjait felvillantva. A tartalom, a témák és a stílus változnak, de még a legjobb esetre is, amikor az élet nehézségeivel való egyéni megküzdésre biztatnak, áll a szerző észrevétele, hogy a talkshow „a mindennapiság felerősítése, felfokozása, anélkül, hogy a mindennapi élet határait meghaladnánk” (73.) E mondatban a visszajáról fogalmazza meg azt, ami jogos hiányérzetet kelt, és nemcsak a műveltebb befogadókban: a katarzis hiányát ezekben a nyilvános melodramákban, ellentétben azzal, amit a valódi műalkotások nyújtani képesek. Ez a kérdés megérdemelt volna némi reflexiót. Ugyanakkor a szerző nagyon empátiákkal érzékelteti, hogy a társadalmi elfogadás és individuális befogadás tekintetében mégis milyen fontos szerepet tölthet be a posztmodern, individualizált társadalomban élő emberek közös világának reprodukciójában és identitásuk konstrukciójában a valóságtelevíziózás.

A magyar talkshow-történet egy fejezetének vizsgálata ezen előkészületek után érdekes megvilágításba helyezi ezeket a sok értetlenségtől kísért televíziós újításokat. A Mónika-show részletes leírása és elemzése, valamint a rá való reakciók kérdőíves és fókusz-csoportos vizsgálata egyrészt nagyon szemléletesen tárja elénk azt, hogy hol tart ma a magyar média és a befogadói közeg fejlődése nemzetközi összehasonlításban. Másrészt rámutat arra, hogy az ilyen műsorokra való végletes reagálások mennyire inadekvátak a helyzet megértésére. Ebből a konkrét esettanulmányból csak annyi hiányérzetem van, hogy a plurális média és a kereskedelmi televíziózás hazai megjelenését éppen csak felvázolta, és nem a nemzetközi trendekhez hasonló részletességgel elemezte. Lehet, hogy a hazai médiavilág politikai aláaknázottsága miatt így sikerült egy veszélyes csapdát elkerülnie, de a témáról való széles tudása és az eddig is méltatott tárgyilagossága alapján nagy nyereség lett volna, ha ezzel a kérdéssel is foglalkozik.

Befejezésül szeretném leszögezni, hogy nagyra értékelem azt az üdvös realizmust, amivel a szerző az új média világát, műfajainak gazdagságát, változó társadalmi funkcióit elemzi. Elfogadom a kritikát is, amely az elitista kultúrafelfogás képviselőit érinti. Szeretném mégis a figyelmét felhívni néhány olyan kérdésre, amely szerintem mélyebb megfontolást érdemelne, és amiről talán jó volna szélesebb körben vitát nyitni.

Az egyik probléma, hogy ha nem is értékelhető a kereskedelmi média kizárólag ideológiakritikai szempontból, azért nem érvényesül-e mégis némi manipuláció a kommerciális médiában? Részben a globális médiabirodalmak terjeszkedése teszi, de mégis van igazság abban, hogy a kereskedelmi média

ignorálja a *homo politicust*, és befogadóit kizárólag univerzális fogyasztókként szólítja meg, akik valamilyen absztrakt fogyasztói társadalomban élnek.

Ezzel függ össze, hogy vajon a közmédia szerepe, amely állampolgárokként, egyenlő polgárokként szólítja meg az embereket, nem érdemel-e mégis több figyelmet? (Nemcsak a hatalomét! Az megvan.) A demokrácia egy politikai közösség létformája, amelynek kollektív identitással kell rendelkeznie, ahhoz, hogy azonosulni lehessen vele.

További észrevétel, hogy a hipertelevízió vajon nem csak látszat-részvételt kínál-e? Nyújt ugyan esélyt a kirekesztetteknek a megjelenésre és szempontjaik, értékeik megmutatására, de nagyjából a lottó-nyeremény esélyesek arányában, viszont nem tesz semmit azért, hogy aktív és kritikus médiahasználatra szoktassa őket. Ez fontos feladata marad minden progresszív médiamozgalomnak, beleértve az internetes közösségeket és a közösségi média-vállalkozásokat is.

Végül egy arisztokratikusnak tetsző szempont: a katarzis hiányát, kimondatlanul bár, a valóságshow típusú műsorok jellemző vonásának tekinti a szerző is. A „változtasd meg életed” jegyében álló morális felszólításnak, amelyet csak a művészet nyújthat, talán mégis van többletértéke a „fogadd el a valóságot úgy, ahogy van” típusú hozzáállással szemben.

E kérdésekben lehet, hogy nem is olyan nagy a nézetkülönbség a szerző és az opponens között, mindenesetre ezek vitára ingerlő, figyelmet érdemlő kérdések.

Opponensként megállapíthatom, hogy Császi Lajos mind eddigi munkái, mind a jelen dolgozat alapján feltétlenül teljesíti az akadémiai doktori cím odaítéléséhez megkívánt követelményeket. Ezért is, fejtegetéseim lezárásaként, a magam részéről szeretném ezt a kitűnő munkát a tisztelt Bíráló Bizottságnak elfogadásra javasolni.

Budapest, 2011. aug. 31.

Bayer József