

A MÉDIA MINT AZ ÚJ NYILVÁNOSSÁG TERE

Roger Silverstone: *Médiaerkölcs. A médiapolisz felemelkedése*

■ Roger Silverstone annak a brit média- és kommunikációtudományi irányzatnak a képviselője, mely a birminghami iskola kutatásaiból kiindulva a médiára a mindennapok tapasztalatát jelentősen befolyásoló tényezőként tekint. Ilyen értelemben kapcsolódik azokhoz a korábbi írásokhoz, melyek a média és társadalom egymásra gyakorolt hatásával foglalkoznak. 2007-ben megjelent és magyarra frissen lefordított könyve, a *Médiaerkölcs* legutóbbi műve. A tematikához szorosan kapcsolódó kötetek magyarul korábban is olvashatók voltak, Jostein Gripsrud *Médiakultúra, médiatársadalom*¹ című írásában a média valóságábrázolásának és a hétköznapi életben való jelenlétének problémáját veti fel, Bajomi-Lázár Péter *Média és társadalom*² című könyve pedig inkább a média hatásával és a köznapi ember médiabefolyásoló képességével foglalkozik. A *Médiaerkölcs* bizonyos értelemben továbblép az említett kötetek problémafelvetésén, hiszen már nem csak a média befolyásoló hatását firtatja, hanem azt bizonyosnak tekintve a világ kommunikációs válságát, annak előidézőit és lehetséges megoldásait elemzi, körbejárva morális, etikai és politikai vonzatait is.

Előszavában a szerző megjegyzi, hogy ez a könyve a *Miért van szükség a média tanulmányozására?*³ című korábbi műve folytatásának tekinthető. A kötetet egy afgán patkolókovácsról szóló példázat vezet be, és ugyanez a kép zárja keretes szerkezetbe mondanivalóját az összefoglalásban. 2001. szeptember 11-ét követően a brit médiában többször közvetítettek egy olyan felvételt, melyen megkérdezték egy afgán kovácsot arról, miért éri annyi bombatámadás faluja környékét, mire ő azt válaszolta: „az Al-Kaida sok amerikai megölt szamarakkal együtt, és lerombolta a váraikat”. (11.). Ez a példa egyszerre

szól az afgán kovácsról mint mediatisált alakról és a valódi hangról, mely számunkra, nyugatiak számára, az idegen hangja. Az afgán kovács egyszerre jeleníti meg önmagát, saját reprezentációit az amerikai társadalomról, ugyanakkor viszont éppen kontextusból való kiragadottsága, egy másik kontextusba való radikális áthelyezése miatt annyira emlékezetes. A szerző célkitűzése ezeknek a kontextusoknak és a körjük épülő médianarratíváknak a vizsgálatát.

Silverstone kötetének központi kérdése az, hogy a kortárs médiapoliszban – mely fogalomra a későbbiekben kitérek – hogyan alakul át a moralitás fogalma. A médiapolisz meghatározásában a központi szerepet a kozmopolitizmus játssza. Ulrich Beck fogalmából kiindulva Silverstone azt állítja, hogy a kozmopolita egyszerre él a természetben és a poliszban, azaz az urbánus térben; a kozmopolitizmus olyanfajta beállítódást jelent, melynek köszönhetően a másikban és önmagunkban is képesek vagyunk az idegen felismerésére. A modern polgár mindenütt otthon érzi magát, mégsem tartozik sehova. A médiának köszönhetően azonban egy olyan világmodell alakul ki, melyben nem tudunk nem beavatkozni a másik életébe, hiszen „[a] média olyan technológia, amely összekapcsol és szétválaszt egyszerre, de mindenekelőtt úgy működik, mint egy híd vagy kapu, amely nyitva is áll a világ előtt, meg zárva is”. (29.) A szerző a környezet részének tekinti a médiát, mely alapvető forrásokat nyújt számunkra a mindennapi élethez. Egy olyan kétszeresen etikus médiamodell tart kívánatosnak, melyben nemcsak a média felelős tartalmiért, hanem mi magunk is felelősek vagyunk a médiáért: ez a médiapolisz, vagyis a megjelenés tere.

De lássuk csak, mit ért pontosan a szerző a médiapolisz fogalmán. Silverstone szerint „az a tér, amelyet a média teremt, a mindenütt jelen lévő, pillanatnyi, könnyörtelen, töredezett, bennünket körülölelő, toladó mediatisztált tér maga a nyilvánosság, és talán az egyetlen életképes nyilvános tér, amely elérhető számunkra a globális politika és a globális összefüggések világában” (37., kiemelés az eredetiben). A globális média olyan erkölcsi tér, ahol megjelenhet az állampolgárok kultúrája, és ami a média által közvetített valóságoknak is teret ad. Napjaink médiája tehát a görög poliszhoz hasonlít, mivel lehetőséget ad a szemtől szembeni kommunikációra, olyan mediatisztált tér, „melyben megjelenik a világ”. (42.) Silverstone mellett érvel, hogy ez a tér ma még csak kezdetleges formájában van jelen, s megfelelő stratégiák kialakításával a jövőben képes lehet biztosítani a globális polgári szféra létrejöttét. Ez a tér több és kevesebb is egyszerre Habermas nyilvánosságfogalmánál, mivel a többszörös kommunikáció lehetőségét adja, ugyanakkor számos korlátozó tényező alakítja (a kölcsönös felelősségvállalás, a reflexivitás és a különbségek [felismerése). A médiapolisz létrejöttéhez elengedhetetlen az emberek aktív részvétele, továbbá a megítélés, a megfelelő távolságtartás és a felelősség kérdésének tisztázása. Ezek a tényezők azonban mind igen kényes területnek tekinthetők, melyek sok esetben nehezen körülírhatók vagy meghatározhatók, így megoldásuk is problematikusá válik.

A könyv a mediatisztált kultúra ellentétes oldalait mutatja be két gyakorlati példán keresztül. Az egyik a gonosz retorikájának elemzése az Egyesült Államokban, mely hosszú tradícióra tekint vissza, gyakorlati haszna pedig abban rejlik, hogy felkészít a belátható fenyegetések kezelésére. A populáris és vallási szint egybeépülésével olyan egyveleg jön létre, melynek segítségével könnyű azonosítani a másikban a gonoszt és erőszakkal fellépni ellene. Ugyanakkor a mediatisztáció másik árnyoldala az, hogy a média nehezen függetleníthető a történelmi és politikai nyomástól, ami további problémákat vet fel. A másik gyakorlati példa, mely a pozitív oldalt erősíti, az európai kisebbségi médiával kapcsolatos empirikus kutatás. Ez az elemzés ennek a médiának a befolyásával foglalkozik a kisebbségek életé-

ben, illetve azzal, hogy az egyéb médiuumok befolyásolják-e a kisebbségi identitás kialakítását. Mindez azért fontos, mert kiderül belőle, hogy a médiában mindenki szóhoz juthat, és meghallgatásra talál, ami a médiapolisz kialakulásának alapvető feltétele. A történet így nem fekete vagy fehér: egyszerre kap helyet benne a fenyegetés eshetősége, de jelen van a lehetőségek tárháza is, ami az elnyomott hangok felerősítését szolgálja.

A médiapolisz további pozitívuma, hogy a befogadó egyszerre nemcsak egy szerepben tűnhet fel, hanem lehet használó, fogyasztó, gyártó (csak hogy néhányat említsünk); a szerző ezzel azt hangsúlyozza, hogy a médiapoliszban a részvétel aktív tevékenység, mely nélkül a megjelenés tere nem működhet. Silverstone véleménye szerint – éppen ezeknek az átjárásoknak köszönhetően – a késő modernitás korában is lehetséges egy újfajta nyilvánosság létrehozása, ehhez viszont a mindennapi élet etikájának vizsgálata szükséges. A gond azonban inkább azzal van, hogy a médiapolisz morális működésének és működtetésének intenciója általában csak egyik fél esetében jelentkezik. Íme, egy példa: szó esik a bizalom problémájáról, mely nehézkes és aszimmetrikus, mert a közönségnek bízania kell a médiában, abban, hogy a valóságot mutatja nekünk, de a média oldaláról ugyanez a bizalom nem fedezhető fel. Akkor pedig mi módon oldhatóak fel ezek az ellentmondások?

A megoldásban fontos szerepet kap a vendégszeretet fogalma, vagyis a meghallgatás és meghallgatás kötelessége, mely a médiapolisz legnagyobb erénye és a moralitás alapvető eleme, vagyis annak a gyakorlatnak a kialakítása, hogy a kirekesztett csoportok is szóhoz jussanak és szót kaphassanak. A másik kardinális kérdés a médiaigazságosságé, melynek kialakításában csakis az egész világ fölötti hatáskörrel rendelkező intézmények vehetnek részt.

A kötet által felvetett probléma megoldása a felelősségteljes és elszámoltatható mediakultúra létrehozása, mely a mediakritikán és a magasszintű médiaműveltségen alapszik. A szükséges műveltség kialakítása az oktatás feladata, s erre számos ország oktatáspolitikájában találhatunk példát. Ez azonban még nem garancia a kérdés megoldására: a megfelelő médiaműveltséget a média szabályozásá-