

ÚTIKÖNYV A MÉDIATUDATOSSÁGHOZ

Tóth Loretta

loretta.toth@gmail.com

Antal Zsolt – Gaszó Tibor – Kubinyi Tamás – Pelle Veronika (szerk.) *Médiabefolyásolás – Az új kislexion. Századvég Kiadó, Budapest, 2015.*

A média befolyásolási szerepe nem áll meg a reklámok világánál. Napjainkban ezerszámra zúdulnak a médiafogyasztóra az eltérő – pártállástól függő – értelmi struktúrába beágyazott cikkek, tudósítások és hírösszefoglalók, amelyek mind a saját logikájuknak megfelelő jelentéstartalommal foglalják keretbe (kódolják, vö. Hall 1980) az eseményeket. A média és a közönség viszonyára vonatkozó kérdéssel éppen ezért már nem úgy hangzik, hogy a tömegkommunikációs eszközök befolyásolják-e a fogyasztókat, hanem hogy a médiatartalmak hogyan és milyen hatással képesek befolyásolni az emberek gondolkodását és viselkedését. A hírszerkesztők és egyéb tartalomelőállítók, a PR-szakemberek és spin doctorok ugyanis kedvük és persze érdekük szerint szelektálják és hozzák létre a tartalmakat, a média tehát már a működéséből adódóan sem lehet képes arra, hogy üzeneteit objektíven – politikai, gazdasági preferenciák figyelembe vétele nélkül – közvetítse (lásd bővebben Bajomi-Lázár 2006). A média közösségre és egyénre gyakorolt hatásait azonban nem elsősorban a befolyásolás maga, hanem a mögötte álló szándék és az annak megfelelően formált tartalom eredményezi – a többnyire rejtve maradó intenció felismeréséhez pedig jártasságra van szükség. Ebben, illetve a befolyásolás és a manipuláció közötti különbség felismerésében igyekszik segítséget nyújtani a *Médiabefolyásolás – Az új kislexikon* című, a Századvég Kiadó gondozásában megjelent négyeszerzős kötet.

A szerzők, Antal Zsolt, Gaszó Tibor, Kubinyi Tamás és Pelle Veronika maguk is elismerik: az újonnan megjelent lexikon nem egyszerűen a tíz évvel ezelőtti kötet¹ ismételt kiadása, sokkal inkább a fogalomtár kiegészítése a kornak megfelelő új ismeretekkel, módszerekkel, hatásokkal és technikákkal. Erre szükség is van, hiszen az elmúlt egy évtized alatt a globális változásokkal párhuzamosan gyökeres átalakulások következtek be mind a médiatechnológiában, mind pedig a kommunikáció színtereiben. Az újmédia megjelenésével ugyanis a tartalomkészítés és -közlés olyan új módozatai terjedtek el, amelyek alapjaiban forgatták fel a média feletti uralom és ellenőrzés hagyományos formáit (vö. Aczél 2014). A mainstream kereskedelmi és közszolgálati média mellett „harmadik lábként” jelentek meg az úgynevezett felhasználók által generált tartalmak, amelyekkel bár színesedett a médiavilág, előállítói között sokakból hiányzik a médiatudatosság, a médiafelelősség és a szükséges felkészültség (vö.

¹ Az első kiadás 2015-ben jelent meg *Médiabefolyásolási technikák kislexikona* címmel (Antal Zsolt – Gaszó Tibor – Kubinyi Tamás).

Aczél–Andok–Bokor 2015). Az információs társadalomban ugyanis a közlő és a befogadó közötti jól bejáratott szerephatárok eltűnnek, a médiaszövegek már nem a nyilvánosság eszközei és szimbolikus objektumai, hanem önmagukban nyilvánosságok. A 240 oldalas, 800 fogalmat tisztázó kötet éppen ezért az újmédiáról szóló és az ahhoz kapcsolódó kurrens diskurzus azon újszerű kifejezéseivel is megismerteti a laikus olvasót, amelyek elősegítik a médiatartalmakhoz való reflexív viszonyulást. A jelen sorok szerzője nem véletlenül emeli ki, hogy a kislexikon elsősorban a laikus olvasóközönséget vagy a témával még csak ismerkedő egyetemi hallgatókat célozza: a meghatározások viszonylag rövidek és közérthetőek, ez azonban nem vesz el az értékükből, hiszen éppen ez a forma teszi jól áttekinthetővé és a definíciók között átjárhatóvá a kötetet. A kislexikon nyíltan vállalt célja is pontosan ezt tükrözi. Ahogy a szerzők fogalmaznak az előszóban: szándékunk a „báméskodó, szórakozó médiafogyasztóból” tudatos és jártas felhasználót nevelni és tájékozódásra ösztönözni a bemutatott – a hétköznapi médiafogyasztás során gyakran felmerülő – jelenségek, összefüggések és hatások ismertetésével. Ugyanakkor Antal, Gázsó, Kubínyi és Pelle azt is hangsúlyozza, hogy nem szándékuk negatív színben feltüntetni a mediabefolyásolást, sokkal inkább amellet érvelnek, hogy „azt jóra és rosszra is lehet használni”.

A szócikkek között egyébként található olyan, amely a média világában kevésbé jártas olvasók számára sem hordoz újdonságot (mint például a poszt vagy a hashtag), de olyan meghatározások is a kötetbe kerültek, amelyek előfeltételeznek bizonyos elméleti tudást és háttérismeretet (mint például a kapcsolati dialektika). Ezen felül a kötet számos olyan definíciót is rejt, amely egyelőre a magyar professzionális diskurzusban sem honosodott meg (például, hogy mit jelent a stand up egy televíziós riportban). További változás a 2005-ös kiadáshoz képest, hogy míg abban többnyire a világban elterjedt latin, angol vagy egyéb nyelvű terminus szerepel, addig az új kislexikon a legtöbb esetben igyekszik magyarosítani a kifejezéseket: ez némileg megnehezíti az ábécé sorrendbe rendezett fogalmak felkeresését, hiszen – például – a szakavatott olvasónak kevésbé egyértelmű, hogy a „spin doctor” definíciót a „médiamágus” szócikk alatt keresse. Az ízléses grafikai elemekkel és esztétikailag letisztult tördelési megoldásokkal operáló lexikon ugyanakkor jól áttekinthető struktúrával rendelkezik, a médiatudománnyal kapcsolatos diszciplínák elméleti eredményeit és gyakorlati példáit, szakkifejezéseit egyaránt felvillantva. Külön kiemelendő a vizuális kommunikációval kapcsolatos szócikkek magasan reprezentált aránya, a legtöbb esetben pedig a definícióhoz tartozó fotók is segítik a fogalom megértését.

Köztudott, hogy a médiaszövegek megfelelő interpretálásához és a média működésének sokszínű megértéséhez a befogadónak rendelkeznie kell egyfajta *műveltséggel*, bizonyos társadalmi és kulturális kódok ismeretével, hogy képes legyen a rázúduló információáradat kritikus fogyasztására és reflexív felhasználására. Az új kislexikon teljesíti is azon célját, hogy felvértezze médiaműveltséggel (media literacy, l. bővebben Aczél 2015) az olvasót, mégis megjegyzendő, hogy éppen a médiaműveltség fogalma maradt ki az egyébként sokszínű és alapos felsorolásból, hiszen annak definiálásával a szerzők magát a könyv célját határozták volna meg.

A teljesség igényét természetesen nem lehet elvárni egy olyan kötettől, amely egy a médiához hasonló interdiszciplináris tudományterület kulcsfogalmainak összegzésére vállalkozik, a változatos területeket felvonultató szócikkek mindazonáltal a négy szerző sokrétűségéről és eltérő paradigmaháttéréről árulkodnak. A kötetet szerkesztő Antal Zsolt a közszolgálati tájékoztatási rendszerek (lásd. Antal 2011) és a public relation területén egyaránt több évtizedes szakmai tapasztalattal és elméleti ismerettel rendelkezik, Gázsó Tibor pedig a közéleti és a politikai kommunikáció területén bizonyította témában való jártasságát. Az egykori Duna Televízió szerkesztő-műsorvezetőjeként ismertté vált Kubínyi Tamás a hírgyártásban és a média működésében szerzett tapasztalatai szintén visszaköszönnék a kötet soraiban, míg Pelle Veronika az újmédia megjelenésével előtérbe kerülő vívmányok mélyreható ismeretét közvetítette az olvasók felé.

Az új kislexikon tehát nem hiányozhat senkinek a polcáról, aki tudatosan szeretné használni a médiát és szeretné megérteni a kommunikáció és a társadalomban bekövetkező változások közötti interdependens kapcsolatot. Ennek napjainkban különösen nagy jelentősége van, hiszen egyre gyakrabban éri támadás a médiát a befolyásolási képességei, illetve vélt vagy valós törekvései miatt, sőt, a médiatermékek és a média aktorai minden korábbinál intenzívebben fogalmazznak meg egymással szembeni kritikát, amelyek értelmezéséhez elengedhetetlen az elemzői – távolságot tartó – attitűd elsajátítása.

IRODALOM

- Antal Zsolt – Gázsó Tibor – Kubinyi Tamás (2005) *Médiabefolyásolási technikák kislexikona*. Budapest, Századvég Kiadó.
- Aczél Petra (2014) *Az új. Média, kultúra, Műveltség*. In: Lányi András – László Miklós (szerk.) *Se vele, se nélküle? Tanulmányok a médiáról*. Budapest, Wolters Kluwer Kiadó, 28–29.
- Aczél Petra – Andok Mónika – Bokor Tamás (2015) *Műveljük a médiát!* Aczél Petra (szerk.) Budapest, Wolters Kluwer Kiadó.
- Antal Zsolt (2011) *Közszolgálati média Európában – Az állami részvétel koncepciói a tájékoztatásban*. Szeged, Gerhardus Kiadó.
- Bajomi-Lázár Péter (2006) Manipulál-e a média? *Médiakutató*, 7/2: 77–95.
- Hall, Stuart (1980) Encoding/decoding. In: Hall, Stuart – Hobson, Dooty – Lowe, Andrew – Willis, Paul (eds.) *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972–79*. London, Hutchinson, 128–138.