

## A média hatása a világproblémákra

(A tematizálás és a közvélemény alakulásának lehetséges viszonyrendszere)

### Szerzői információ:

#### **S z é k e l y   M ó z e s**

Fizikus, 1994-ben végzett az ELTE TTK-n, diplomamunkáját a statisztikus mechanika matematikai alapjai témából írta; 2003-ban az ELTE Szociálpszichológia szakán doktorált. 2003-tól az ELTE Tudományszervezési, Pályázati és Innovációs Központ vezetője és a MTA Kommunikációelméleti Kutatócsoport tudományos munkatársa.

Egyéb megbízások, választott funkciók és szakmai tevékenységek: 2004- Nemzeti Fejlesztési Hivatal (vezetési tanácsadó); 2003- Komfort Országos Egészségpénztár (az Igazgatótanács elnöke); 2002-Környezeti Nevelési és Kommunikációs Programiroda (felsőoktatási és vezetési tanácsadó); 2000- ELTE kutatásvezető (Világproblémák; 'Cultural Creative' Hungarian Survey); 1996- ELTE oktató (Társadalmi programok értékelése; Nemzetközi viszonyok pszichológiája; Világproblémák szociálpszichológiája; Gazdaságpszichológia).

Email mozes@ludens.elte.hu

### Így hivatkozzon erre a cikkre:

Székely Mózes. „A média hatása a világproblémákra”.

Információs Társadalom IV, 3–4. szám (2004): 88–97.

---

---

<https://dx.doi.org/10.22503/inftars.IV.2004.3-4.13>

---

---

*A folyóiratban közölt művek*

*a Creative Commons Nevezd meg! – Ne add el! – Így add tovább! 4.0*

*Nemzetközi Licenc feltételeinek megfelelően használhatók.*

S z é k e l y M ó z e s

## A média hatása a világprblémákra

### A tematizálás és a közvélemény alakulásának lehetséges viszonyrendszere

Elolvastva Sükösd Miklósnak az *Információs Társadalom* 2003/3-4. számában megjelent, „Totális mediatizáció és ökocídium. Mediatizáció és fogyasztói társadalom: ökológiai mediatizáció” című cikkét és a beérkezett összes reagálást, arra jutottam, hogy hozzájárulásként megrövidítve, átszerkesztve elküldöm a Jel-Kép egy korábbi számában megjelent, a tárgyhoz kapcsolódó munkámat.<sup>1</sup>

Kérdés, mi lehet ennek a hozzáadott értéke. Egyrészt kiegészítheti a témában felmerült hivatkozásokat azokkal a (szociál)pszichológiai megközelítésekkel, amelyeket a vitába bekapcsolódott szerzők nem említettek és kevésbé ismerhetnek. Másrészt a hitviták, az értékütközések, a paradigmatis meg nem értés és a zsigeri adokkapok mellett a résztvevők többsége számára feltehetőleg fontos kiindulási tények továbbgondolásának is teret adhat. Harmadrészt a kutatások folytatásához nyújthat támpontokat, amennyiben amennyiben – gondolom – többen szívesen továbbhaladnánk a jelenségkör megértésében. Remélem, írásom hozzájárulhat a vita előrehaladásához.

A média kulcsszerepet játszik abban, hogy mi kerülhet fel a közgondolkodás napirendjére, mely problémák fontosak, s a tömegkommunikációs iparban dolgozók határozzák meg, hogyan kell értelmezni az egyes eseményeket. Egyszerre gyakorol hatást a közvélemény számára elérhető témakörökre és a róluk kialakuló attitűdökre. Kiemelten igaz ez a világproblémák – köztük a környezeti problémák – észlelésére és felidőzésére, amelyek sokszor távoli helyekhez, emberekhez és eseményekhez kötődnek. Jelen tanulmányomban a média által közvetített problémakörök előfordulási gyakoriságait vetem össze a felnőtt magyar lakosság reprezentatív mintáján kapott kategóriacsoportok említési gyakoriságaival.

## A média és a közvélemény: a témaválasztás és a megfogalmazás

A közvélekedés alakulásában a médiumok hatása a régóta ismert és vizsgált jelenségek közé tartozik. Nyolcvan évvel ezelőtt Walter Lippmann az elsők között hívta fel a figyelmet arra, hogy a sajtószabadság társadalmában az újságíróknak meghatározó szerep jut a közvélemény homlokterébe kerülő témák kiválasztásában. Különösen igaz ez a mindennapok megszokott közegétől és gondjaitól távol eső témakörök, például a világproblémák esetében. Az emberiség egészét érintő kérdéskörök megismerése éppúgy a médián keresztül képzelhető el, mint ahogy az összetett jelenségek értelmezése is többnyire a tömegtájékoztatás feladata és felelőssége. Ez utób-

<sup>1</sup> A jelen írás eredeti változata a Jel-Kép 2003/4. számában (27-45.o.) jelent meg.

bit szinte létrejötté óta számonkérlik a médiumoktól, ahogy Lippmann fogalmaz a a sajtó szerinte kifejezetten szeszélyes tematizálásáról: „olyan, mint a fényszóró nyugtalanul imbolygó sugara, amely hol az egyik, hol pedig a másik eseményt emeli ki a sötétből” (Lippmann, 1922).

Az utóbbi évtizedekben egyre nő a média által felvállalt témák és a közvélekedés összefüggéseivel foglalkozó kutatások száma. A kezdetek óta nyilvánvaló, hogy bár a szerkesztők elhitethetik magukkal, hogy csupán a közönség igényeinek igyekeznek megfelelni, valójában irányítják a közvélemény figyelmét, és meghatározzák, miről gondolkodjanak és beszéljenek az emberek (Cohen, 1963). Már az első empirikus vizsgálatokban részletesen elemezték a tematizálás funkcióit (McCombs – Shaw, 1972), a vezető hírek és a világról alkotott nézetrendszerek kapcsolatát (Erbring – Goldenberg – Miller, 1980). A tömegkommunikáció napirendet meghatározó szerepének alapeseteitől (Rogers – Dearing, 1988), a közgondolkodás intenzitástól és változatosságtól függő témaészlelésének ingerküszöbén át (Neuman, 1990; Brosius – Kepplinger, 1990) jutunk el a média közvélekedést érintő torzításainak részletes összefoglalásáig (lásd pl. Kinder – Sears, 1985). A legradikálisabb nézőpontok pedig – miközben nem kérdőjelezik meg a magasan képzett, kiválóan teljesítő és becsületes újságírók professzionalizmusát – úgy vélik, hogy elsősorban a médiumok tulajdonosai között meghatározó nagyvállalatok és állami szereplők érdekei határozzák meg, mi látható, hallható vagy olvasható a nagyközönség számára (Chomsky, 1989; 1999).

A közvélemény formálásában a közbeszéd napirendjével azonos jelentőségűek az egyes témakörök megfogalmazásai, és fogalmi keretei. Ahogy a tömegkommunikációban elsőrendű a tárgyalt esemény megszövegezése, ez éppúgy központi fontosságú a jelenség megítélésében is, miként azt a választás pszichológiáját elemezve Tversky és Kahneman több mint két évtizede részletesen kifejtette. A megfogalmazás egyaránt kiemeli a lényegét és meghatározza a társadalmi viták lehetséges dimenzióit (Gamson – Modigliani, 1987), miközben leegyszerűsíti a bonyolult és sokrétű problémákat. Például egy politikai vita lefordítása a feketék és fehérek közötti megkülönböztetés, a faji diszkrimináció nyelvére teljesen más véleményeket vált ki, mintha ugyanezt pusztán gazdasági kérdésként kezelnék (Kinder – Sanders, 1990). Az egyre növekvő számú empirikus vizsgálat igazolja, hogy a közvélemény alakulása nyilvánvalóan és szisztematikusan függ a véleményformálók által használt fogalmi keretektől, a hangsúlyozott és a figyelmen kívül hagyott megközelítésmódoktól (lásd pl. Nelson – Kinder, 1996). A közgondolkodásban tárgyalt témakörök megfogalmazásai így az elitsoportok retorikai fegyverének tekinthetők, amelyekkel érdekeiket és ideológiájukat támaszthatják alá (Kinder, 1998).

### Világproblémák és média: mediatizált kommunikáció és kiterjesztett szolidaritás

A világproblémák, mint távoli jelenségek elsősorban mediatizált csatornákon keresztül ismerhetők meg. A személyes tapasztalati keretekbe a tömegkommunikáción keresztül illeszkednek be, így kap értelmet a globális világ, így tudatosodnak és válnak érzelmileg felfoghatóvá a világesemények (Giddens, 1991). A globális problémák tudatosulása a médiának köszönhetően tudatosulása segítheti elő a világgondok meg-



oldásáért érzett morális felelősségvállalás kialakulását, a távoli népek sorsa iránti érzékenység, a tág értelemben vett „szolidáris individuum” megjelenését a mindennapokban (Beck, 1992; Thompson, 1995; Berking, 1996). Miközben egyre növekvő számú kutatás foglalkozik a médiumok által közvetített, főként a hírműsorokból megszerezhető „közös tudás” fogyasztásával, addig viszonylag kevés szó esik a kommunikációnak a befogadóra gyakorolt hatásáról (Cottle, 1998).

A környezeti problémakör esetében találunk néhány kivételt. Allan Mazur tartalomelemzést végzett az Egyesült Államokban elsődleges hírforrásnak tekintett *The New York Times* 1987-1996 közötti környezeti vonatkozású híryanagyaiban. Egyik meglepő következtetése, hogy a média által felvetett globális témák gyakoriságai alig kötődnek az adott terület tudományos felismeréseihez, vagy a környezet tényleges fizikai állapotának változásaihoz. Másrészt úgy véli, hogy a híradások mennyisége, s főként azok leegyszerűsített képeinek ismételési meghatározó befolyást gyakorolnak a közgondolkodásban kimutatható hangsúlyokra. Amikor a 80-as évek végén az ökológiai kérdésekről növekvő számú információt juttatott a média az emberekhez, akkor a közvéleménykutatásokban is többen számoltak be ezek fontosságáról, míg a 90-es évek elején egy éppen fordított tendencia írható lefigyelhető meg (Mazur, 1998). Hasonló összefüggést állapítottak meg Hongkongban is. Az írott sajtó környezeti problémákkal foglalkozó cikkeinek száma és a hongkongiak környezeti tudatosodása (a szervezeti közreműködés, a híradásokra fordított figyelem és a kormányzattal szembeni elvárások) az 1983-1995 közötti időszak elején együtt emelkedtek, majd folyamatosan vesztek jelentőségükből (Chan, 1999).

Egy másik például Louise Phillips diskurzus-elemzése szolgál. Fiatal párokkal Dániában felvett interjúi alapján három különböző közlési keretet különített el. Az ökológikus ökológiai diskurzusban a vizsgálati személyek felelős környezetkímélő viselkedést mutattak. A tipikus fogyasztói diskurzus arra ösztönöz, hogy minden cselekvési szándék fogyasztói magatartásban öltön testet. A mindennapok kényszereinek diskurzusai az idő szorításáról, az anyagi korlátokról és a személyes készségek hiányáról szólnak. A média-tapasztalatokból építkező ökológikus ökológiai elköteleződés a mindennapok közlésvilágába ágyazódva többnyire fogyasztói döntésekben ölt testet. A globális problémák közvetett, kizárólag a médiumokon át feltárolt valósága egyértelműen elkülönül a megtapasztalt hétköznapi létezésről, s így az egyes ember csak korlátozott szerepet érez magáénak a súlyos társadalmi gondok kezelésében (Phillips, 2000).

## Közvélemény és világproblémák: környezet, szegénység és háborúk

A világproblémákkal kapcsolatos vélekedéseket 2000 januárjában mértük fel az ország felnőtt lakosságát reprezentáló 1000 fős mintán. A vizsgálat itt elemzendő első szakaszában előstrukturálás nélküli, nyitott kérdéseket tettünk fel, amelyekben a világ legátfogóbb problémáit kerestük, rangsorolás és a válasszámok korlátozása nélkül. Az eredmények azt igazolták, hogy az ezredfordulón a mindennapok gondjai mellett jut időnk foglalkozni az emberiség nagy gondjaival is. A megkérdezettek 95,1%-a önállóan meg tud nevezni globális problémákat – kétharmaduk egynél többet is –, s

a válaszok szokatlan tartalmi gazdagságot mutatnak, a témakörök megkapóan széles körét ölelik fel. (A tartalomelemzés és a statisztikai feldolgozás részleteiről, illetve a környezettel kapcsolatos eredményekről lásd Székely 2002a és 2002b.)

A teljes mintán a környezet (35,0%), a szegénység (32,4%) és a háborúk (30,6%) problémakategóriáit említették a legtöbben, amit a megélhetési problémák és a munkanélküliség (21,1%), majd a betegségek és az éhezés (16,1% és 14,3%) kérdéskörei követtek. Az egyes rétegek gyakorisági rangsorai (néhány túlzottan kis elemszámú részmintától eltekintve) gyakorisági rangsorai – a szignifikánsan különböző csoportokra vonatkoztatva – megegyeznek egymással, azaz az egyes problémaköröket lényegében azonos arányban hangzottak elemlítették a nők és férfiak, az idősebbek és fiatalabbak, a különbözőképpen iskolázottak és az eltérő lakóhelyű válaszolók között. Példaként a *Környezetszennyezés és pusztítás*, illetve a *Politikai és gazdasági problémák* kategóriacsoportjainak legfontosabb jellemzőit mutatjuk be a rétegzettségben fellelhető – az egységes képet néhány ponton megbontó – szignifikáns differenciákon keresztül.

Reprezentatív mintánkban a világ problémáinak tárgyalása a válaszok relatív többségéből a környezet közismert problémaköréit hívta elő (bár a szegénységtől és háborúktól szignifikánsan nem különböző mértékben). A nem és a lakóhely szerinti szociológiai rétegekben rétegekben gyakorlatilag egyforma arányban vetődik vetődött fel ez a problémakör. Az életkorral viszont függvényszerű (lineáris) kapcsolat volt kimutatható ki: a fiatalabbak lényegesen többször említik említették a környezet ügyét világproblémaként, mint az idősebbek. A 60 év felettiek átlaga 27,6%, a 40 év alattiaké 41,3% (a két csoport eltérése a náluk fiatalabbaktól, illetve idősebbektől szignifikáns). Hasonlóképp szoros, és a szociológiai változók esetében kiemelkedően erős a lineáris összefüggés a környezetszennyezés és az iskolázottság között (a változó variációjának 3,8%-át magyarázza a tanultság). A gyakoriságok közötti különbségeket jól jellemzi a legfeljebb alapfokon iskolázottaknál mért 22,4%-os előfordulási arány szembeállítása a diplomások 53,3%-os hasonló arányszámával. Összefoglalva az 1960 után született fiatalabbak, és a minél magasabb (de kiemelten a felsőfokú) végzettségűek számára jelentenek egyet a világ problémái a környezeti problémákkal.

A megkérdezettek egytizede általános politikai és gazdasági természetű gondokat nevezett meg világproblémaként. Nem és iskolázottság szerint nincsenek jelentős különbségek. A városiak számára ez kis mértékben jelentősebbnek tűnik: 11,7%-os arányban említették, míg a községekben lakók csupán 7,1%-ban – mintha az utóbbiak árnyalatnyival nagyobb távolságot tudnának tartani a politikai jellegű témáktól. Az életkori csoportok között a 40 év alattiak némileg ritkábban említik ezt (7,2%-uk, szemben a többiek 12,2%-ával), míg a legtöbbször a 40-60 év közöttiek vetik fel (átlagosan 13,8%-ban). A 18-19 évesek 10,0%-os aránya viszont közel kétszerese a huszonévesek 5,3%-os arányának, ami ugyan a kis elemszám és a legfiatalabbak kis létszámú mintája miatt nem szignifikáns, de jelzés értékű az általános politikai-gazdasági kérdéskörök életkori dinamizmusát illetően jelzésértékű. Összességében tehát a politikai és gazdasági problémák esetében a nagyjából azonos eloszlást mutató szociológiai rétegek közül finoman kiemelkednek ki a középkorú és város lakó felnőttek.



## A hírműsorokban megjelenő problémakörök: politika, gazdaság és bűnözés

A világproblémák asszociatív említéseit elemezve joggal vetődik fel a kérdés, hogy vajon a társadalmi rétegeken átívelő egyöntetű gyakoriságok – s a mindemellett még durva eszközökkel is kitapintható, egyszersmind a felszínességre rácsfoló árnyalatnyi különbözőségek – milyen közös forrás(ok)ból táplálkozhatnak. Vajon nem egy lényegében azonos információforrás határozza meg az alacsonyan és magasan képzetek, a fővárosiak és vidékiek, a fiatalok és idősök számára lényegében egyforma választmintázatokat? Számos vizsgálat igazolta például, hogy a népesség minél nagyobb aránya minél több időt tölt a televízió képernyője előtt, a valóságról alkotott felfogásuk annál inkább azonossá válik, legyőzve minden más réteg- vagy csoportspecifikus hatást (Gerbner et al., 1986). A fentebb bemutatott vizsgálatban nem volt módunk a megkérdezettek véleményének háttéréről tudakozódni, így csak utólagosan kísérelhettük meg a lehetséges okok feltárását. A legvalószínűbb közös befolyásoló tényezőként szinte természetes módon a média adódik, hiszen sem az oktatásban, sem a hétköznapiakban, illetve a munkahelyeken nem találunk a lakosság többsége számára elérhető információkat, s amit mégis, azok döntő többségükben szintén a médiából erednek.

Az Országos Rádió és Televízió Testület Irodája a vizsgálatunk időszakában is folyamatos tartalomelemzést végzett az elektronikus média hírműsoraiban. Tekintettel arra, hogy a távoli világ problémáinak problémáiról a legszélesebb rétegekhez eljutó ismeretei ismeretek feltehetően leginkább ezen ezekből a forrásokból származhatnak, így a legnézettebb és leghallgatottabb híradások témaköreit véltük célszerűnek összevetni saját eredményeinkkel. A hírek kiválasztását indokolja továbbá, hogy főműsoridőben – néhány kivételtől eltekintve – csak ezek tekinthetők „komoly aktuális” programoknak, még a közszolgálati csatornákon is sokan látják ezeket, ha pedig a nézettségi mutatókban élenjáró kereskedelmi médiákat vizsgáljuk, ott ebben az időszámban a híradásokon kívül szinte minden program a könnyű szórakozás kategóriájába tartozik (Terestyéni, 2001). Feltételeztük, hogy a média tematizálása hatással van a megkérdezettek asszociatív véleményére, leegyszerűsítve: minél gyakrabban foglalkozik a televízió vagy a rádió főműsoridőben egy-egy problémakörrel, az annál nagyobb valószínűséggel hívható elő az egyébként többségében tévét néző és híreket hallgató interjúalanyokból egy kérdőíves felmérés során.

Az ORTT Műsorelemző Osztálya rendelkezésünkre bocsátotta a világproblémákról szóló kérdőívünk felvételét megelőző 3 három átlagosnak tekinthető hónap, 1999 szeptember, október ése és novembere közötti időszak adatait. A tartalomelemzés eredeti szempontjai természetesen nem egyeztek pontosan az általunk kitűzött célokkal. A műsorfolyam tartalmi feldolgozása elsősorban a magyar vonatkozású eseményekre koncentrált, így a minket érdeklő nemzetközi hírek többsége sajnálatosan kimaradt a részletes témakörök szerinti besorolásból. A Magyarországot érintő műsoregységekben megjelenő témák gyakoriságai azonban durva közelítésben támogatni szolgálhatnak az összevetéshez. Ez részben a szerkesztők általános (a bemutatni kívánt jelenségkörökre, és nem azok specifikus vonatkoztatási környezetére jellemző, ezáltal a nemzetközi és a hazai hírekre egyaránt érvényes) témaválasztási szempontjaival indokolható, részben azzal, hogy a kérdőíves vizsgálat interjúalanyai

számára sem választódnak el mindenkor élesen a múltbeli, gyakran hallott témakörök konkrét keretei.

Elemzésünkbe a közszolgálati csatornák közül az MTV1 esti (19.15) Híradóját, a Kossuth Rádió Reggeli (6.00-7.00), Déli (12.00) és Esti (18.00) Krónikáját, a kereskedelmi adásokból a TV2 Tények (18.30), az RTL Klub Híradó (18.30), valamint a Danubius, illetve a Sláger Rádió Reggeli hírek (kb. 6.30) c. műsorait vontuk be. A hazai vonatkozású hírekre leszűkített minta – egységes kódutasítás alapján csaknem száz előre megadott témalista alapján beazonosított és kódolt – 6855 műsoregységének 10.604 témakörét soroltuk be a felmérésünkben alkalmazotthoz igazított kategóriarendszerbe. Bár az egyes csatornák kódolt műsoregységeinek száma, továbbá a műsoregységenként megkülönböztethető témakörök mennyisége némileg eltérő, azonban ez a témák gyakorisági sorrendjét – végső soron – nem befolyásolja.

Feltűnő, hogy mind a televízió, mind a rádió közszolgálati és kereskedelmi csatornáinak hírműsoraiban lényegében azonos gyakorisággal fordulnak elő az egyes témakörök. A témacsoportok gyakorisági sorrendjeinek szignifikáns korrelációs együtthatói minden egyes csatorna, illetve médiumtípus összevetésében rendkívül magasak, 0,862 és 0,995 közé esnek. Az ezredforduló hazai elektronikus tömegtájékoztatásában magasan kiemelkedve minden második hírben szerepet kap a politika (52,5%), s a hírek több mint harmada gazdasági vonatkozású információkról szól (35,9%). Ehhez képest jelentősen lemaradva a híregységek ötöde kapcsolódik a bűnözéshez (20,4%), s némileg kevesebb esetben tárgyalnak a megélhetéssel (árakkal, bérekkel, munkanélküliséggel) foglalkozó jelenségeket (14,0)). Számottevő még az oktatás, a tudomány, és a kultúra megjelenése (8,5%), de a többi tématerület (pl. szociálpolitika, környezetvédelem, kábítószeresek, egészségügy) egyike sem gyakoribb a hírműsorokban 5%-nál.

Az eredmények több ponton egybeesengenek a televíziós hírműsorok korábbi – hasonló tartalomelemzéseken alapuló, de átfogó kategóriák helyett egyes kiemelt témakörökre koncentráló – vizsgálatainak eredményeivel. Egyrészt a közszolgálati és a kereskedelmi programfolyamok egészének különbözőségei ellenére a hírsztruktúrákban globálisan hasonló képet kaptak valamennyi csatorna napirendre vett témaköreit illetően. Másrészt – legalábbis a kereskedelmi tévék elindulását követően, így már 1997 végén is – a konkrét politikai tartalmak (pl. pártok versengése, NATO- vagy EU-csatlakozás, korrupció stb.) a bűnözés és közbiztonság, illetve a megélhetéssel és gazdasági kérdésekkel foglalkozó műsoregységek uralták a televíziók hírműsorait (Térestyén, 1998). A közszolgálati és kereskedelmi csatornák témastruktúrájának – vizsgálatunkkal lényegében azonos időszakban végzett – részletesebb összehasonlításai is hasonló következtetésekre jutottak: az egyes témakörök arányai különbözőek, de gyakorisági sorrendjeik megegyeznek, s mindkét médiumtípusnál a „katasztrófa-tematika” mindkét médiumtípusnál megelőzi a politikai, illetve a gazdasági híreket, miként mindhárom lényegesen többször fordul elő, mint az egyes társadalompolitikai témák – az oktatás, az egészségügy, a szociálpolitika vagy a környezet (Nyilas, 2000).



## Média – világprobléma – közvélemény

A felnőtt magyar lakosság által legfontosabbnak tartott problémakategóriák és az elektronikus tömegtájékoztatás „kedvenc” témakörei meglehetősen távol esnek egymástól. Az alábbi táblázat első két oszlopában egymás mellé helyeztük az összehasonlítható kategóriacsoportok gyakorisági sorrendjeit, s látható, hogy az első három helyen a társadalmi kérdések teljesen eltérő jelenségeköréit találhatjuk. Talán a megélhetés (az árak, a bérek és a munkanélküliség) az egyetlen nagyjából azonos súllyal kezelt terület a médiában és a közgondolkodásban. Különösen figyelemre méltó, hogy az itt nem elemzett nemzetközi vonatkozású hírekben is túlsúlyos politikai és gazdasági témák (kiegészülve a bűnözéssel, terrorizmussal és katasztrófákkal) szinte mindent átható előfordulási aránya ellenére a közvélemény ettől teljesen eltérő prioritásokat fogalmaz meg: a hazai médiában szinte meg sem jelenő éhezés és népesedés (!) problémakörei mellett a környezet, a szegénység, a háborúk és a betegségek ügyeit.

A világproblémák, a médiatémák és a hazai gondok összehasonlítható kategóriacsoportjainak gyakorisági rangsorai

Világproblémák gyakorisági sora (nyitott kérdések)	Hírműsorok témagyakoriságai (hazai vonatkozású hírek)	Hazai problémák rangsora (zárt kérdések)
Környezetszennyezés	Politika és gazdaság	Alkohol, cigaretta, kábítószer
Szegénység és egyenlőtlenségek	Bűnözés	Szegénység és egyenlőtlenségek
Háborúk, fegyverkezés	Megélhetés, munkanélküliség	Környezetszennyezés és pusztítás
Megélhetési problémák, munkanélküliség	Oktatás, kultúra, tudomány	Egészségtelen életmód, elkényelmesedés
Betegségek	Katasztrófák, balesetek	Járványok, gyógyíthatatlan betegségek
Erőszak, bűnözés	Szociálpolitika	Etnikai és vallási fanatizmus
Politikai és gazdasági problémák	Honvédelem, NATO	Háborúk és fegyverkezés
Etnikai és vallási fanatizmus	Drogkérdés	Túlzott fogyasztás, értelmetlen túltermelés
Alkohol, cigaretta, kábítószer	Környezetvédelem	Kulturális elszigetelődés, analfabetizmus
Egészségtelen életmód	Kisebbségek, menekültek	
	Sport	
	Egészségügy	

Kontrasztosabbá teszi a képet, ha mindezek mellé állítjuk az ugyanezen reprezentatív minta válaszai alapján felállított legjelentősebb hazai problémák fontossági sorát. Kiderül, hogy például a már említettekén kívül például az itthon legnagyobb társadalmi veszélynek tartott „alkohol, cigaretta és kábítószeres” kérdéskörei alig-alig jelennek meg a média központi helyein (a perifériákon se túl gyakran), vagy a szintén joggal jelentősnek tartott betegségek és az egészségtelen életmód ügye a média egyik legmostohábban kezelt témája. (A hírműsorok témáinak gyakorisági sorrendjei sem a világproblémák említésével, sem a hazai rangsorral nem mutatnak szignifikáns korrelációt.)



Tankönyvek, kutatások és összegző tanulmányok sora igazolta már a fogyasztási szokások és a tömegkommunikáció szoros kapcsolatát (lásd pl. Székely, 2003). A marketing, s azon belül a reklámozás ma is egyik leghatékonyabb alkotóeleme az ismételtség, az információk (termékek és márkák) sulykolása. A média komoly (nem kizárólag a szórákóztatást szolgáló) műsorai közül a híradásokat sugározzák egyedül főidőben, s az emberek döntő többsége valóban figyeli is ezeket az adásokat. Az itt leggyakoribb témák alapján a politikának és a gazdasági kérdéseknek kellene az vezető helyeket elfoglalniuk a társadalom problémáinak sorában vezető helyeit elfoglalnia. Egyik irányból a média befolyása miatt, másik irányból pedig azon sokat hangoztatott szerkesztői állítás alapján, miszerint a műsorstruktúrát a „köz igényei” alapján állítják össze. Ezzel szemben – egy média-konform, zárt problémalista helyett önálló, nyitott, asszociatív problémafelvetési szituációban – a megkérdőjelezett a szegénység, a környezet, a háborúk és a betegségek kezelését vélik legfontosabbnak.

Az egyik oldalon tehát a közvélemény a létezés hosszú távon (is) legfontosabb alapkérdéseit – környezet, szegénység, háborúk, éhezések, betegségek – veti fel, a másik oldalon a média a rövid távú politikai és gazdasági problémákat helyezi előtérbe. Röviden: az adóforintokból és hirdetési bevételekből fenntartott tömegtájékoztatás az ügyek jelentőségétől és súlyosságától teljesen eltérő szempontok szerint tematizál. Gerbner szerint a nézettségi mutatók növeléséért folyó hajszák, a veszteségesség fenyegetésének elkerülése olyan mértékben leszűkíti a televíziós műsorok lehetséges tartalmait, hogy a fogyasztónak lényegében nem maradnak „valódi” alternatívák. Miközben a választható csatornák száma többszörösére nőtt, a programok változatossága drasztikusan csökkent: „az átfogó tartalmi sémák nagy része, mint például a cselekmény szerkezete, a szereposztás, a társadalmi típusok és a szereplők sorsa közös a legtöbb műsorféleségben és a hírekben is” (Gerbner, 2000: 23). A hírtér pénzben mért maximalizálása kizárja az igazságosságot, a szociális, az etikai, és az esztétikai értékek figyelembe vételét. Nem a közfigyelem a kérdés, hanem a hirdetőknél való megfelelés, vagyis annak elérése, hogy a néző azt, annyit és úgy fogyasszon, ahogyan azt a reklámok sulykolják.

Az ellentmondások feloldása és megértése további, lényegesen mélyebb és összetettebb kutatások megvalósítását elvégzését igényli. Egyrészt érdemes megvizsgálni, hogy a sajtó „önálló hatalmi ág” szerepében egyáltalán elkerülheti-e a hatalomhoz szorosan kötődő politika és gazdaság ennyire túlzottnak tűnő tárgyalását, vagy erről lemondva épp e kontrolláló funkcióját kényszerülne feladni. Másrészt az is kérdéses, hogy az olyan „felszíni” hatások, mint amit az emberek által kevésbé fontosnak tartott témák napról napra való tárgyalása jelent, vajon milyen mértékben befolyásolják a tömegtájékoztatás fogyasztóinak értékrendjét, attitűdjét, vélekedéseit és viselkedését a problémakörök felvetésének és rangsorolásának absztrakt területén. Erőforrásaink felhasználása és újraelosztása mindazonáltal épp a keveset tárgyalt témakörökben (egészségügy, környezet, szociálpolitika stb.) jelentős, s itt egyszerre lenne szükség a társadalom minél hitelesebb tájékoztatására, az egyik oldalon, illetve a „köz véleményének” figyelembe vételére a másikon.

## IRODALOM

- Beck, Ulrich (1991): *The risk society*. London, Sage.
- Berking, H. (1996): Solidary individualism. The moral impact of cultural modernization in late modernity. In Lash, S. – Szerszinsky, B. – Wynne, B. (eds.): *Risk, environment and modernity. Towards a new ecology*. London, Sage.
- Brosius, H. B. – Kepplinger, H. M. (1990): The agenda-setting function of television news. Static and dynamic views. *Communication Research*, 17: 183-211.
- Chan, Kara (1999 summer): The media and environmental issues in Hong Kong 1983-95. *International Journal of Public Opinion*, 11(2): 135-151.
- Chapman, Graham – Kumar, Keval – Fraser, Caroline – Gaber, Ivor (1997): *Environmentalism and the mass media. The North-South divide*. London, Routledge
- Chomsky, Noam (1989): *Necessary illusions. Thought control in democratic societies*. London, Pluto Press.
- Chomsky, Noam (1999): *Profit over people. Neoliberalism and global order*. New York, Seven Stories Press
- Cohen, B. (1963): *The press and foreign policy*. Princeton, Princeton University Press.
- Cottle, S. (1998): Ulrich Beck, „Risk society” and the media. A catastrophic view? *European Journal of Communication*, 13(1): 5-32.
- Erbring, L. – Goldenberg, E. – Miller, A. H. (1980): Frontpage news and real-world cues. Another look at agenda-setting by the media. *American Political Science Review*, 24: 16-49.
- Gamson, W. A. – Modigliani, A. (1987): The changing culture of affirmative action. In Braumgart, R. A. (ed.): *Research in political sociology*. Greenwich, JAI Press, Vol. 3.: 137-177.
- Gerbner, George (2000): *A média rejtett üzenete*. Budapest: Osiris.
- Gerbner, George – Gross, Larry – Morgan, Michael – Signorelli, Nancy (1986): Living with television. The dynamics of the cultivation process. In: Jennings, Bryant – Zillman, Dolf (eds.): *Perspectives on media effects*. New York: Lawrence Erlbaum.
- Giddens, Anthony (1991): *Modernity and self-identity*. Cambridge, Polity Press.
- Kinder, Donald R. (1998): Opinion and action in the realm of politics. In Gilbert, Daniel T. – Fiske, Susan T. – Lindzey, Gardner (eds.): *The handbook of social psychology*. 4th ed. New York, McGraw-Hill, pp. 778-867.
- Kinder, Donald R. – Sanders, L. M. (1990): Mimicking political debate with survey questions. The case of white opinion on affirmative action for blacks. *Social Cognition*, 8: 73-103.
- Kinder, Donald R. – Sears, David O. (1985): Public opinion and political action. In Lindzey, Gardner – Aronson, Elliot (eds.): *The handbook of social psychology*. 3rd ed. New York, Random House, pp. 659-741.
- Lippmann, Walter (1922): *Public opinion*. New York, Macmillan.
- Mazur, Allan (1998 Dec.): Global Environmental Change in the News: 1987-90 vs 1992-6. *International Sociology*, 13(4): 457-472.
- McCombs, M. E. – Shaw, D. L. (1972): The agenda-setting function of the media. *Public Opinion Quarterly*, 36: 176-187.



- Nelson, T. E. – Kinder, D. R. (1996): Issue frames and group-centrism in American public opinion. *Journal of Politics*, 58: 1055-1078.
- Neuman, W. R. (1990): The threshold of public attention. *Public Opinion Quarterly*, 54: 159-176.
- Nyilas György (2000): Összehasonlító elemzés az MTV1 és a TV2 esti, főműsoridős híradójáról. *Jel-Kép*, (4): 59-86
- Phillips, Louise (2000 Jun.): Mediated communication and the privatization of public problems. Discourse on ecological risks and political action. *European Journal of Communication*, 15(2): 171-207.
- Rogers, E. M. – Dearing, J. W. (1988): Agenda-setting research. Where has it been, where is it going? In Anderson, J. (ed.): *Communication yearbook*. Newbury Park, Sage, pp. 555-594.
- Székely Mózes (2002a): Világproblémák tükröződése világképünkben. *Alkalmazott Pszichológia*, 4 (2): 5-27.
- Székely Mózes (2002b): Globális problémák és a környezet. *Szociológiai Szemle*, 12 (3): 116-134.
- Székely Mózes (2003): A fogyasztói magatartás alapjai. A lélek- és a gazdaságtan alapfeltevései a fogyasztásról. In: Hunyady Gy. – Székely M. (szerk.): *Gazdaságpszichológia*. Budapest, Osiris.
- Terestyéni Tamás (1998): A tévéhíradók kínálata és a közönség. *Jel-Kép*, (2): 57-67
- Terestyéni Tamás (2001): A magyarországi televíziós műsorkínálat 2000-ben. *Jel-Kép*, (1): 42-65.
- Thompson, J. (1995): *The media and modernity. A social theory of the media*. Cambridge, Polity Press.