

BÍRÓ MÁRIA*

AUDIOVIZUÁLIS POLITIKA ÉS MÉDIAOKTATÁS AZ EURÓPAI UNIÓ IRÁNYELVEINEK TÜKRÉBEN¹

BEVEZETŐ

Az Európai Közösség intézményein belül hosszasan zajló egyeztetés és vita után 1989-ben elfogadták – a területre vonatkozó legfontosabb jogszabályként – a határok nélküli televíziózásról szóló 89/552 EKG Irányelvet. Az Irányelv mindazonokon a területeken összehangolta a tagállamok rendelkezéseit, ahol azok között olyan lényegi különbségek álltak fenn, hogy a későbbiekben esetleges jogi akadályt jelenthettek a televíziózás szabad áramlása szempontjából. (A határidő a tagállamok számára 1991 volt, amely folyamat azonban egészen 1994-ig húzódtott.)

1993-ban az előző, alapvető kérdéseket meghatározó irányelvet egy másik irányelv elfogadása követte: a szerzői jogról és a szerzői joggal kapcsolatos jogokról a műholdas sugárással és a kábelen történő továbbítással kapcsolatban. A két irányelv együttesen szolgálja egy olyan szabályozási környezet kialakítását, amely az egész Közösség területén egyrészt harmonizálja a televíziós műsorszórással illetve a televíziós műsorjogokkal kapcsolatos kérdéseket, másrészt a műsorsugárási ipar növekedését is nagymértékben elősegíti.

* Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi Főiskolai Kar, Nemzetközi Kommunikáció Intézet igazgatója, főiskolai tanár.

¹ A BGF Külkereskedelmi Főiskolai Kar Európai Tanulmányi Központja által 2000. május 18-án rendezett, „Magyarország és az EU gazdasági-kereskedelmi kapcsolatai” c. workshopon elhangzott előadás kibővített változata.

Hasonló területet érint az Európa Tanács Európai „Egyezménye a Határokon túli Televíziózásról”. Ez az Egyezmény egyben azt is jelenti, hogy azoknak a közép- és kelet-európai országoknak, amelyek csatlakoztak az Európa Tanács Egyezményéhez, csak bizonyos vonatkozásokban kell megváltoztatniuk a jogszabályaikat. Magyarország 1996-ban csatlakozott az egyezményhez.

1. AUDIOVIZUÁLIS POLITIKA ÉS KULTÚRA

1.1. Az Irányelv elfogadása és kötelező érvénye

Mit is jelent az Irányelv elfogadása az Európai Unió tagországai számára?

- Az Irányelv elfogadása és a közös szabályok bevezetése azt jelenti, hogy a különböző televíziós adások szabadon foghatók és tovább sugározhatók az Európai Közösség egész területén, amennyiben a tagállamban üzemelő műsorszóró megfelel az illető állam hatályos jogszabályainak. (Az EU a „minimális szabályozás” elvét követi, a konkrét szabályozás nemzeti szinten történik)
- A szabályozás kiterjed a joghatóság, a szponzorálás, a reklám, (jól azonosítható elkülönítettség) a kiskorúak védelme (tilalmi listák) kérdéseire is. Ugyanitt fogalmazódnak meg a helyreigazítással kapcsolatos kérdések is.
- A tagállamok nagy részében a médiapolitikai kérdésekről a nemzeti vagy regionális szabályozó testületek döntenek. Ezek a testületek a következők:
 - ⇒ ellenőrző, felügyeleti vagy szabályozó funkciót ellátó felügyelet, testületek vagy szervezetek;
 - ⇒ szakmákat, illetve az audiovizuális szolgáltatás ágazatait érintő mesterséget szervező vagy képviselő testületek;
 - ⇒ nemzetközi egyezményeket is magában foglaló jogi infrastruktúra kidolgozására létrehozott testületek.
- Az irányelv jogilag kötelező a tagállamok számára, míg az Európa Tanács Egyezménye csak azokra az államokra nézve kötelező, amelyek aláírták és ratifikálták a dokumentumot.
- Az irányelv meghatározza – a műsorszórási szolgáltatások szabad áramlását biztosítandó – a nemzeti jogalkotás közösségi koordinálását számos területen. Az adott területeken a televíziós sugárzásra vonatkozó jogszabályok egységesítését irányozza elő. A szabályozás főbb területei:
 - ⇒ európai alkotások készítésének és terjesztésének elősegítése;
 - ⇒ filmszínházi alkotások televíziós adásának jogharmonizációja;
 - ⇒ televíziós reklám és szponzorálás szabályozásának egységesítése;
 - ⇒ a kiskorúak védelmével kapcsolatos szabályozások;
 - ⇒ helyreigazítással kapcsolatos jogi szabályozás.

A jogharmonizált területeken túl az irányelv számos általános szabályt is megfogalmaz, amelyek egyes eseteiben a tagállamok szabadon illetve kötelező jelleggel rendelkeznek.

1.2. Magyarországi audiovizuális szabályozás

Magyarország európai integrációjának egyik alapvető feltétele, hogy az ország jelenlegi és jövőbeni jogszabályai egyre jobban megfeleljenek az Európai Közösség jogszabályainak. Ez a jogharmonizáció vonatkozik kötelező érvénnyel a rádiózásra és televíziózásra illetve az audiovizuális szolgáltatások egyéb műfajaira is

A rádiózásról és a televíziózásról szóló 1996. évi I. tv. (médiatörvény) megalkotása során a törvény előkészítői messzemenően figyelembe vették az Irányelvek rendelkezéseit, s maga a médiatörvény, lényegét tekintve, megfelel az Irányelvekben és Egyezményben foglalt előírásoknak. A törvény életbe lépésekor az EU Bizottság álláspontja szerint is a magyarországi audiovizuális szektort szabályozó jogszabályok lényegében megfeleltek az Európai Unió elvárásainak.

A médiatörvény jelenleg hatályos rendelkezései – a törvény minden hiányossága ellenére – lehetővé teszik, hogy Magyarország már most bekapcsolódhasson az Európai Közösség audiovizuális szektort érintő nemzetközi programjaiba. Ezt fejezte ki az a szerteágazó tevékenység, amelynek Magyarország is részese volt már 1992-től.

Az EU audiovizuális szektorban elfogadott szabályozását két alapvető ok is motiválta. Egyrészt az európai szektor általános válsága, az a folytonosan hátráló helyzet, amely jellemzi /jellemzte az európai médiát az amerikai versennyel szemben, s amely állandósuló és fokozódó visszaesést okoz(ott). Ennek érdekében foglalták bele az Irányelvbe az európai gyártású műsorok preferálására vonatkozó szabályokat, amely ha teljességében megvalósul, talán lélegzetvételhez juttatja az európai médiaipart. A másik ok az egységes piac kiépítésének követelménye, azaz a szolgáltatások és termékek szabad áramlásának biztosítása azonos versenyfeltételek mellett az audiovizuális „iparban” is.

Annak ellenére, hogy történelmi jelentőségűnek tekinthető és nélküle még bonyolultabbak és áttekinthetlenebbek lennének a médiaviszonyok, a jelenleg hatályos médiatörvény az irányelvekben megfogalmazott jogi előírásoknak még nem tesz maradéktalanul eleget. Többek között megoldásra és harmonizálásra vár az a probléma, hogy a magyar audiovizuális termékek hazai preferálása miként egyeztethető össze a szabad áramlás eszméjével, illetve hogyan valósítható meg, és milyen szempontok alapján érvényesíthető nemzetközi környezetben a magyar nemzeti kultúra érdeke és hogyan képzelhető el a magyar audiovizuális kultúra fejlesztése szempontjából is nélkülözhetetlen magyar kultúra megjelenítésének előtérbe helyezése. Nehéz feladat hárul az alkalmazókra, mivel az Európai Unió szabályozása szerint nem tartható fenn a médiatörvény azon hatályos rendelkezése sem, amely a magyar gyártású műsorok kötelező arányáról szól.

1.3. Kultúra és piac

A Maastrichti Szerződés a makro- és mikrogazdasági aspektusok mellett új ágazattal gazdagította az Európai Unió tevékenységét. Formába öntötte, megfogalmazta és új elemekkel gyarapította az európai kultúrát érintő kérdéseket. E kérdéskörök alapvetően befolyásolják az európai kultúra alakulását és segítik elő a kultúrák – többek között az audiovizuális kultúra – megismerését és cseréjét.

E kérdéskört meghatározó kérdések a következőkben foglalhatók össze:

- közreműködés a minőségi oktatás és képzés megvalósításában, az európai és nemzeti kultúra és a kulturális örökség megóvása,
 - közreműködés a tagállamok kultúrájának kibontakoztatásában, tiszteletben tartva azok nemzeti és regionális különbözőségét,
 - a tagállamok közötti együttműködés előmozdítása az alább felsorolt területeken:
 - ⇒ az európai népek kultúrája és történelme ismeretének és terjesztésének fejlesztése,
 - ⇒ az európai jelentőségű kulturális örökség megőrzése és védelme,
 - ⇒ a nem kereskedelmi jellegű kulturális csere,
 - ⇒ a művészi és irodalmi alkotások terjesztése, fejlesztése és cseréje, beleértve az audiovizuális szektort,
 - együttműködés harmadik országokkal és a kultúra területén illetékes nemzetközi szervezetekkel, különös tekintettel az Európa Tanácsra,
 - a Szerződés egyéb rendelkezéseinek végrehajtása során is messzemenően figyelembe kell venni a kultúra és kulturális együttműködés szempontjait.
- A Szerződés a szubszidiaritás elvére épül. Az Európai Unió kultúrpolitikai tevékenysége a tagállamok közötti kulturális együttműködés minden formájának előmozdítására, anyagi támogatására és technikai segítésére kiterjed.

1.4. Magyarország és a kulturális piac

Magyarország kulturális életének, örökségének, kulturális tradícióinak megismertetése, továbbadása minden kormányzat elsőrendű felelőssége és kötelessége. A magyarországi színes és szerteágazó kultúra és kulturális élet európai terjesztése elősegítheti nem csupán az adott kulturális szféra iránti érdeklődés megerősödését az EU országaiban, hanem az egyes kulturális területek fejlesztésének regionális lehetőségét is.

A belső határok eltörlésével kapcsolatban azonban szólni kell egy elgondolkoztató momentumról is. E határok tényleges eltörlése ellenőrizhetetlenné teszi a kulturális örökséghez tartozó tárgyak áramlását is, ezért az EU a tagállamok számára előírja nem csak saját, hanem a többi tagállam nemzeti kulturális örökségének védelmét.

Külön kérdéskör a magyarországi általános kultúrkörön belül a magyar nyelv és a magyar nyelv szerepe a csatlakozási folyamatban. Ezzel kapcsolatban három dolgot kell feltétlenül megemlíteni és megkülönböztetni:

- a magyar nyelvet, mint az Európai Unió jövőbeni hivatalos nyelvének egyikét; Az Európai Unió minden korábbi bővülési körében a csatlakozó országok hivatalos nyelve (az ír kivételével) az EU hivatalos nyelve lett. Joggal számítani lehet tehát arra, hogy Magyarország és a többi, esetlegesen az első körben csatlakozó ország felvételekor is ez a gyakorlat folytatódik. Az Európai Unió kisebbségi nyelvek támogatását célzó programjába (LINGUA) való bekapcsolódással nemcsak a magyarországi idegennyelv-kutatás fejlesztésére, hanem a magyar nyelv határainkon túli európai jelenlétének megerősítésére is lehetőség nyílik.
- a magyar nyelv jelenlétét és terjesztésének kérdését a tagállamokban;

A magyar nyelv és kultúra külföldi jelenléte mind mennyiségileg mind minőségileg elmarad a sikeres EU csatlakozáshoz kívánatos szinttől. A magyar nyelv Európai Unión belüli jelenléte hozzájárulhat nem csupán a Magyarországhoz kapcsolódó ismeretanyag bővítéséhez, hanem a Magyarország európai csatlakozását támogató európai elit véleményének hatékony alakításához és a széles közvélemény megnyeréséhez. Mindez nagyban elősegítheti a csatlakozás ratifikálásnak felgyorsítását a tagországok parlamentjeiben.

- a magyarországi és a szomszédos országok kisebbségi nyelvhasználatának az EU-tagsággal kapcsolatban felmerülő kérdését. Amennyiben a magyar nyelv is hivatalos lesz az Európai Unióban, ezáltal jelentősége növekszik az egész európai térségben.

A magyar jelenlét erősítését már eddig is szolgálták a különböző országokban működő magyar nyelvi központok, az európai egyetemeken működő magyar tanzsékek, a különböző lektorátusok. Ezek jelentősége a jövőben még erőteljesebb lesz és még jobban fogja szolgálni a magyar nyelv és kultúra terjesztését és megismertetését egész Európában.

1.5. Kulturális turizmus

A turizmus a világ számos országában jelentősen hozzájárul nem csak az adott ország bevételeinek növekedéséhez, hanem ahhoz is, hogy felismerjék és elismerjék annak értékeit, jellegzetességeit és kölcsönhatását a többi országra. Az Európai Unió is felismerte a kulturális turizmus hatását és szükségességét az Unión belül és megfogalmazta és deklarálta az ezzel kapcsolatos fejlesztési prioritásokat is.

Már az Európa Tanács 1992-es Határozatában is részletesen kifejtették a turizmus és kultúra, ezen belül is a turizmus és kulturális örökség közötti szoros kapcsolatot. A kulturális turizmus rendkívül fontos gazdasági és szociális előnyöket is jelent a tagállamok számára, ezen túl a kulturális turizmus a „*European citizenship*” fogalomkörének kiteljesítésében is fontos szerepet játszik.

Magyarországon a kultúra és a könyvkiadás terén a piac teljes liberalizálódásáról beszélhetünk. Nincsenek jogszabályi keretek sem jogszabályok által garantált kizárólagos jogok. A teljes vállalkozás alapú kulturális paletta, a kulturális vállalkozások megannyi változatai mind a versenytörvény hatálya alá tartoznak (A versenytörvény csak külön törvényben meghatározott eltéréseket engedélyez a verseny korlátozására, mint pl. a médiumok összevásárlásának korlátozása a médiatörvényben. Az iszonyatos technikai fejlődés következtében azonban az ennek ellenére kialakuló összefonódások kezelése ma már az EU számára is megoldásra váró problémák sorát jelenti.)

1.6. Az EU kulturális közösségi programjai

Az Európai Unió tagállamai kulturális életének támogatására, ösztönzésére és gazdagítására az első periódusban három programot indított útjára: a *Kaleidoscope*, a *Raphael* és az *Ariane* programot.

Az audiovizuális interkulturális cserék támogatására és koordinálására 1992-ben elindult a MEDIA program, melynek jelenlegi folytatása a MEDIA II.

- Kaleidoscope program (1996-1998)

A művészeti és kulturális együttműködés területén ez a program jelentette az egyik legfontosabb (képző- és előadóművészet, fesztiválok, művészképzés, konferenciák stb.) támogatási rendszert. Magyarország külső együttműködőként vehetett részt a különféle pályázati programokban, melyek költségeinek 25%-át finanszírozta minden esetben az Európai Unió.

- Raphael program (1997-1998)
A kulturális örökség védelmét szolgáló programot 1997-ben fogadta el az Európai Tanács és az Európai Parlament. Magyarország a kötelezően meghatározott számú EU tagországgal közösen kidolgozott és finanszírozott projektekben vehetett részt. Számos sikeres magyar pályázat is született, amelyek főként műemlékek restaurálásához kötődtek.
- Ariane program (1996-1998)
Az irodalmi művek fordítását, a könyv- és olvasáskultúra előmozdítását célzó program ténylegesen csak 1997-ban indult. Egy-egy sikeres projekt 60%-át finanszírozta az Európai Unió. A programhoz csatlakozás egyben részvételi díjhoz is kötődik.
- MEDIA II. program
A program az audiovizuális szolgáltatások cseréjére és fejlesztésének kölcsönös támogatására jött létre. A támogatás fontosabb területei:
⇒ szakemberképzés
⇒ filmgyártás
⇒ terjesztés (mozihálózatok, videokultúra)
A program célja az európai film védelme/előmozdítása az amerikai kihívással szemben, s mindezt úgy, hogy az európai kulturális különbözőségek megőrzésén is örködjének. Magyarország 1994-től teljes jogú tagja volt a MEDIA programnak. A Magyar Filmunió gondozásában létrejött a magyar Media Desk, (pályázati iroda) amely a pályázatok koordinálásával kapcsolatos feladatokat látta el. A MEDIA II program megvalósításában Magyarország nem vesz részt. A programban való teljes jogú részvétel előfeltétele ugyanis az audiovizuális politika terén végzett jogharmonizációs munka sikeres befejezése.

A 2000 és a 2005 közötti időszakra az Európai Unió új kulturális keretprogramokat hoz(ott) létre, amelyekben Magyarország újabb közreműködése is várható.

2. A MÉDIAOKTATÁS ÉS A MÉDIAKUTATÁS ELVEI ÉS GYAKORLATA AZ EU FELSŐOKTATÁSÁBAN

2.1. *A médiatudományok általános fogalma (media studies)*

A média – a különböző médiumok által közvetített információhalmaz birtoklása – mint negyedik hatalmi ág, szignifikáns társadalomalakító elemként jelenik meg a XX. század második felében. Az információközvetítés technológiája és e technológia elérhetőségének mennyisége és minősége határozza meg azt a médiakörnye-

zetet, amely által egy régió, egy ország vagy akár egy etnikai közösség mediatisált állapota jellemezhető.

A médiával foglalkozó stúdiók vizsgálatánál így két alapvető princípiumból kell kiindulnunk:

- a média, mint társadalomalakító és formáló tényező
- a média, mint technikai és technológiai fejlődési folyamat

A médiatudományok fogalma ebből a kettős megközelítésből határozható meg és e kettős paraméterből vonhatók le egyes mediális jelenségek konzekvenciái.

A médiatudományok egyrészt a média ontogenetikus fejlődésrendszerének állomásait, az állomások (fejlődési szakaszok és pontok) legjellegzetesebb ismérveit, hatásait, szociolingvisztikai és szociálpszichológiai elemzését foglalják magukban. Ugyancsak ide tartoznak azok a részdiszciplínák, amelyek a média társadalmi meghatározottságát írják le (makro- és mikrokörnyezetben), valamint mindazok a hatásvizsgálatok, amelyek a médiát, mint idol alakító illetve értékközvetítő társadalmi tényezőt járják körül. Tehát mindazon jelenségek együttesének vizsgálata, amelyek a mediális információ közvetítésével, annak módozataival és befogadásának törvényszerűségével foglalkoznak.

Ehhez a tudományos körhöz kapcsolódik a médiával kapcsolatos szakismeretei tudás: az újságírás, a médiamenedzsment irányítástechnikai és stratégiai megközelítései, a médiával kapcsolatos kereskedelmi tevékenységek, a média technológiájának és gazdálkodásának ismeretei, jogi meghatározottságai, a tájékoztatás etikai és jogi problémáinak ismerete és kezelése.

2.2. A médiaoktatás elvei és gyakorlata

A médiával kapcsolatos tanulmányok az EU tagállamainak (és az USA, Kanada, illetve Dél-Amerika egyetemének) egyetemi és főiskolai curriculumában több síkon jelennek meg. Az egyik tantárgy- és tananyagcsomag a média társadalompolitikai funkcióit, aspektusait, szociálpszichológiai és szociológiai megközelítését tartja szem előtt. A média, mint önálló diszciplína, az említett régiókban a társadalomtudományok kosarában kap helyet, míg az újságírás – sokszor külön kiemelve – a kommunikációval kapcsolatos képzési műfajok egyik szegmensét alkotja. Az Európai Unió XII. direktorátusának felügyelete alatt működő állandó „Média, kommunikáció és kultúra” albizottság hivatalos szakértőjeként alkalmam volt megfigyelni, hogy az utóbbi 2 évben milyen hatásokra és milyen módon változtak az EU felsőoktatási intézményeiben – az EU mind jobban kialakuló és egységesülő trendjeinek hatása nyomán – azok a prioritások, amelyek a felsőoktatásban is sorra megjelennek. A korábbi, jórészt elkülönülten tárgyalt médiatanulmányi egységek (ld. médiaismeret, médiaműfajok, médiagazdaság) lassan olyan egységes, többsikű tanegységekké vonódnak össze, amelyek lehetőséget nyújtanak a média, mint meghatározó gazdasági, kulturális és politikai interdiszciplína tárgyalására. Ez az egységes személet mindenképpen az Európai Unió média (illetve audiovizuális kultúra és politika) szabályozási rendszeréhez idomul, és annak általános irányelveit és gyakorlatát támogatja. (Az EU bizottsága által támogatandónak ítélt felsőoktatási projektek már az ilyen komplex, informatikai alapú médiatanulmányok és vizsgálódások több éves megvalósítási programjaiba tartoznak.)

A médiatudományok egyetemi és főiskolai szintű tárgyalásának társadalomelméleti szempontból három alapvető kritériuma van:

- a média(a különböző médiumok) gazdasági (mikro- és makro) jellemzői és mutatói egy adott ország egész gazdaságának tükrében
- a média gazdaságpolitikai jelentőségének társadalompolitikai hatásai. (A média szocializációs, érték közvetítő, etnikai, szociolingvisztikai, szociológiai stb. aspektusai)
- a médiához kapcsolódó szakismeret és technológiai háttér társadalmi vonatkozásai, képzési rendszerei és jogi formációi

A média szerepének gazdasági, gazdaságpolitikai tanulmányozásakor elsőrendű szempont, hogy az adott régió (ország) gazdasági mutatóinak kialakulásában milyen szerepet játszik a média, mint tőke extrapolációs, fogyasztói és fogyasztási, valamint promóciós tényező. Ezért nélkülözhetetlen a stúdiók gazdasági háttere, amely nélkül a jelenségek okainak vizsgálata egyáltalán nem vagy csak kis részben valósulhat meg, s csupán az okozat lesz az, ami a tanulmányozás tárgyát képezni fogja. A média hatásvizsgálatának alapos elemzése ezért elképzelhetetlen a gazdasági környezet állapotának és tendenciáinak vizsgálata nélkül. A gazdasági és gazdaságpolitikai háttér megjelenítése a hasonlóságok és különbségek felmutatásában is rendkívüli szerepet játszik. Az a lehetőség, hogy a határok nélküli média (írott és elektronikus egyaránt) a különböző gazdasági paramétereket felmutató országok esetében is az információcsere egyenjogúsítását (és ezzel együtt, sajnos az uniformizálódását) hozza magával, mindenképpen olyan alapelv, amely ma már számtalan helyen a gyakorlatban is megvalósulni látszik. Más kérdés, hogy az egyes esetekben a globális vagy lokális információ befolyásolása milyen szinten és milyen módon történik, valamint hogy a befolyásolás veszélyére milyen módon és hatékonysággal hívják fel a befogadó közeg figyelmét. A technológiai fejlődés, tehát, olyan helyzetbe hozza/hozhatja az információ befogadját és felhasználóját, amely az elmaradottabb vagy éppen felzárkózó régiók számára is ugyanazt a technikai üzenetet és információt képes közvetíteni és szolgáltatni, függetlenül a gazdaság tényleges teljesítőkéességétől és állapotától. Az Európai Unió szakbizottságához benyújtott felsőoktatási projektek ezért a kommunikáció, az interkulturális kommunikáció illetve médiatudományok témájában megpróbálják vagy kiegészítő vagy tényleges közreműködőként bekapcsolni a csatlakozni kívánó országok egyetemeit, főiskoláit is. (Ahogy a tengerentúli felsőoktatási intézmények is számtalan esetben „besegítenek”, illetve színezik az európai palettát. Sajnos, ezidáig sem egyetemi szintű projekt, sem egyéni kutatási ösztöndíj [Marie Curie Fellowship] keretében nem találkoztam még olyan pályázattal, amelyben valamelyik magyarországi egyetem kapcsolódott volna egy-egy nagy, médiával kapcsolatos oktatási-kutatási projekthez.) Ennek egyik oka részben az, hogy a médiatudományok oktatása és kutatása sokszor elkülönítetten, a média egyes aspektusaira koncentrál (vagy szakmai vagy társadalompolitikai vagy – a legritkábban – gazdaságpolitikai), vagy leragad a médiagazdaság, média- és sajtóismeret stb. unalomig ismert és igazán nem adekvát módszerű lerágott csontjánál. Nem a médiaismeret vagy médiaműfajok stb. tematika a baj, hanem az, hogy az oktatás folyamata teljesen különböző (társadalomelméleti, illetve ismeretelméleti, -technológiai) háttérrel feltételezne, amelyek egységes összekapcsolása nem minden oktatási formációban valósul meg. Ugyancsak nem jelenik meg az

oktatásban – ez egyébként nem hazai sajátosság – az a szerep, amit a média akarva-akaratlanul is átvesz és közvetít. Ez a szerep a társadalmi „szocializációs moderátor” szerepe. Annak az elvágódási és virtuális mintának az állandó kivetítése, amely nem csupán a szappanoperák lélektani habverését jelenti, hanem a mindenkori tájékoztatás „szappanoperásítását” – tehát a környező valóság teleologikus leegyszerűsítését – is.

A megfelelő „háttérinformációk” nélkül, a médiával kapcsolatos technológiát ismerő, üzemeltető és kiszolgáló, különböző szintű szakemberképzés képzelhető csak el – bár a kreativitás lehetőségétől, az összefüggések kibontásától megfosztott csupasz tantárgyak is csupán lexikai ismereteket adnak, semmi mást.

Az Európai Unió felsőoktatási trendjében a média gazdasági, gazdaságpolitikai hatásainak, szükségyszerűségeinek és e hatás megnyilvánulásainak tanulmányozása is a cél. A média leendő szakemberei és munkatársai nem végezhetik komolyan munkájukat a körülöttük állandó változásban és átalakulásban lévő piac hatásmechanizmusainak, gazdasági elvárásainak, az esetleges radikális fúziók és tulajdonosváltások válságmenedzselésének ismeretei nélkül. Mindezt nem csupán az adott ország belső és külső környezetére vonatkoztatva, hanem az egész Európai Unió médiapolitikai irányvonalához igazítva.

A médiaoktatás komplex diszciplínáinak másik nagy egysége a média, az információ szocializációja. Az a hatalmas kérdéskör, amely azt tárgyalja, hogy a média által közvetített információ miként befolyásolja a szocializációs folyamatokat, a médiaüzenetek volumene és minősége milyen életminőség(ek)hez kapcsolódik és milyen értékeket közvetít. Ide sorolhatók azok a lingvisztikai, szociolingvisztikai stúdiumok, amelyek a média nyelvi hatásaival, a társadalmi rétegnyelvek és az ún. „elit” nyelvezet kialakulásával és terjedésével illetve a közérdek és közérthetőség problémájával foglalkoznak. Ebbe a tárgykörbe tartozik a nemzeti nyelv, mint a nemzeti identitás őrzője és tükröje, a nemzeti és kisebbségi nyelv megjelenési formái az adott ország médiastruktúrájában. Feltétlenül megemlítenendő a kisebbségek (minden szempontból!) reprezentációja, pozicionálása az írott és elektronikus médiumokban. Az oktatás és képzés folyamatába tehát beletartoznak mindazok a társadalmi, társadalompolitikai kérdéskörök, amelyeket a média, a különböző médiumok képviselnek az adott régió, ország, országrész tudatállapotában.

A média, mint a tömegkommunikáció tárgya és eszköze, a média által közvetített kommunikációs műfajok összefüggései, a kommunikációs célcsoportok és a marketing kommunikáció különböző formáinak mediális műfajai, a tömegkommunikáció kommunikációelméleti vonatkozásai, a tömegkommunikációval kapcsolatos műfaji kutatások és eredmények, a kommunikációs csatornák tömegkommunikációs jellegzetességei mind, mind részét képezik annak az elméleti alapnak, amely elengedhetetlen a média tanulmányozása szempontjából.

Nagyon tanulságos megfigyelni, ahogy a média a komparatív tudományok mezsgyéjét átlépte az EU felsőoktatási média koncepciójában. Sorra jelennek meg a spanyolországi (cigány, más etnikumok), a délszláv régió (albán, kisebbségi szerb, kisebbségi horvát), a németországi (török, volt jugoszláviai) kisebbségek, a franciaországi (marokkói bevándorlók) médiaspecifikus (nyelvhasználat, hozzáférés, műsorszórás, műsoridő) projektelképzelései. (Ez a kitüntetett figyelem a „*new media*”, az internet kapcsán is felmerül az egyetemi-főiskolai oktatásban. Erről l.

később.) Ezek a tanulmányok nem csupán antropológiai, szociológiai, szociálpszichológiai vagy kommunikációs alapismereteket feltételeznek, hanem komoly nyelvészeti, interkulturális kommunikációs és történelmi, kultúrtörténeti rész tanulmányokat is (ennek köszönhető a média erősen humán besorolása). Mindez persze nem az egyes diszciplínák legalaposabb és legmélyebb szintjén, hanem annyira, amennyire a jövő média szakembereinek ismerniük kell a média kulturális, etnikai, kommunikációs környezetét és gazdasági meghatározottságát, valamint azt is, hogy ez a környezet hol és milyen módon kapcsolódik/kapcsolódhat az Európai Unió médiakörnyezetéhez.

Ugyanehhez a társadalompolitikai „csomaghoz” tartozik a média szerepének, az általa közvetített információ szerepének elemzése és hatásának vizsgálata. Az „infotainment” fogalma és jelentése, azaz annak a funkciónak a feltárása, amely az információ közvetítését az információs szórakoztatás (legkülönbözőbb szintű) műfaján át is véghez viszi és folyamatában meghatározza (közvetítői és befogadói oldalról egyaránt.)

A média társadalmi szerepeinek és funkcióinak meghatározásával és ezek hatásaival a médiakutatások jó része foglalkozik (médiakutatás, kommunikációkutatás, közvélemény-kutatások stb.). Az értékközvetítés és értékorientáció – a médiával kapcsolatban – a szociológiai kutatások tárgykörében jelentkezik. Az egyetemi (főiskolai) oktatásban a mediaszociológia, illetve médiapszichológia tantárgyak (tanegységek) keretében folyik a tárgyalásuk. Azért is érdekes tanulmányozni a nemzetközi felsőoktatásban jelentkező jellegzetesebb irányzatokat, mert azok már az „európai polgár” („*european citizen*”) létfeltételeihez kötődő, virtuális európai média globális környezetére és mediális kultúrájára vonatkoznak, amelyhez előbb vagy utóbb felzárkózhatunk mi is.

A médiaoktatás harmadik nagy egysége a médiához kapcsolódó szakmák, illetve a médiatechnika és médiatechnológia ismeretanyaga. Ebben az oktatási körben máig megoszlik a besorolás a humán diszciplínák és a reál tudományok szempontjából. Az újságíróképzés (írott és elektronikus média) szakmai ismeretanyagának alapjai az EU felsőoktatási rendszerében hasonlóak – és akkreditációjuk feltételrendszere is hasonló –, mint amelyek a magyarországi graduális, posztgraduális, illetve a közép- és felsőfokú szakképzésben meghatározásra kerültek. Itt is külön ki kell emelnünk, hogy a szakmai képzés elsődleges szempontja a profizmussal párosuló sokoldalúság.

A sajtóismeret, sajtótörténet, műfajelmélet stb. alapdiszciplínáin kívül alap tárgyként sorolódik a kultúrtörténet, az esztétika, az irodalomtörténet (irodalomelmélet). Ebben a kontextusban jelenik meg a nyelvi kommunikáció illetve az interkulturális kommunikáció számtalan kérdésköre és megközelítése, beleágyazva abba a mediális környezetbe, amelyhez az adott médiummal kapcsolatos szakma működik. Az újságírás műfajelméleti kérdéseiben a történetiségnél nagyobb hangsúlyt kap természetesen az írni tudás megtanulása, az írás felelősségének és lingvisztikai, szociálpszichológiai, stíluspolitikai hatásainak tanulmányozásával együtt. Jó példa a fentiekre a *The Times English Style and Usage Guide*, amelyben ez áll: „A *The Times*nek olvasói nyelvezetén kell íródnia, még hozzá e nyelv legjobb, legáttekinthetőbb és legtömörebb formájában.”¹ Tudjuk azonban, hogy a

1 A szerző fordítása.

The Times (vagy bármely más újság) egy elképzelt olvasói réteg stílusához igazodik, és az önmaga által így preferált vagy formált stílushoz illeszti az olvasók igényét és tagolását. Ahogy az embernél az esetleges akcentus vagy beszédforma, a sajtónál (elektronikus vagy nyomtatottnál egyaránt) a stílus a sajtótermék egyik személyiségjegye. Ezt a személyiségjegy-megkülönböztető funkciót és képességet nevezi D. CAMERON, a Strachclyde Egyetem professzora, stíluspolitikának. Az angol újságok stíluspolitikai polarizációjával kapcsolatban D. CAMERON a következő stíluspárosításokat állapította meg:

- Informatív – érzelmekre ható: mindkét esetben a tényekre koncentráló közlés-stílus a lényeg, ám utóbbinál ezt erős érzelmi töltés is kíséri.
- Hivatalos – köznapi: a szintaktikai különbségeken kívül (hosszadalmas, illetve tömör mondatok) az ellentétpár stílusára a teljesen eltérő szóhasználat is jellemző.
- Címisztelő – familiáris: az előbbi még a megszólításoknál is csak a vezetéknevet használja, míg az utóbbi a bece- vagy gúnynevek használatától sem riad vissza.
- Tradicionális – modern: bár nagyjából minden angol újság stílusa a „*standard English*” hagyományos írásmódját tartja szem előtt, mégis vannak sajtótermékek, amelyek bátrabban élnek az újszerű megoldásokkal akár az egyszerűsített betűzést, akár az új megnevezéseket, illetve kifejezéseket tekintve.
- Etnocentrikus – internacionális: ez a szembeállítás abból a különbözőségből fakad, hogy vannak sajtótermékek, amelyek szinte kizárólag lokális (adott esetben brit) nézőpontból szemlélik és elemzik a világot (ahogyan azt olvasóik is teszik), és vannak olyanok, amelyek nem lokális összefüggésekkel kapcsolatban még a más helyesírást is hajlandók adoptálni (külföldi földrajzi nevek elnevezése stb.).

A különböző médiumokhoz kapcsolódó újságírói képzési tematikák és maga a curriculum egésze a kornak megfelelő információcsere (adás-vétel) szabályszerűségeinek megfelelő tanegységekben manifesztálódnak. Semmi esetre sem korlátozódnak lexikális, ezoterikus ismeretekre, és a gyakorlat megszerzésének alapkövei a legfontosabb követendő cél. Az újságírás és újságkészítés fázisaihoz kapcsolódó pontos szakmai szegmentálás a gyakorlati szemléletű oktatás (a tökéletes technológiai jártasság mellett a szerkesztés, a nyomdai előkészítés fázisai stb.) egyik alapeleme. A különböző szintű és színterű újságírói tevékenységek a különböző médiumok esetén pontosan körülhatároltak és szintenként lezárhatók. (A honi újságírói szakképzés is követi ezt a többlépcsős gyakorlatot.) A sajtó műfajelméletének ortodox követése helyett az EU felsőoktatásában – az egyetemi és főiskolai oktatásban – egyik legfontosabb kritérium a kreativitás. Ez vonatkozik mind a stilisztikai jegyekre, mind a képi megoldásokra, a műfaji keveredésekre egyaránt. Intuíció és innovatív elképzelések nélkül csupán üres csupor a szó, amiből hiányzik a lélek.

Az EU felsőoktatási preferenciái nem jelentik az egységes újságírás vagy újságíró képzés kényszerét. A szakmai irányzatok, próbálkozások mutathatnak bár hasonlóságot, a kultúra, kulturális háttér minden országban vagy régióban kifejleszti azokat a műfajokat, megnyilvánulási formákat, amelyek az adott társadalom legkülönbözőbb rétegei számára adekvát módon tudják közvetíteni a média üzeneteit.

Más kérdés az etika kérdése. Ebből a szempontból egységesek az európai normák. Ezt az egységes (vagy egységesítendő) normarendszert és szabályozási folyamatot oktatják az Európai Unió felsőoktatási intézményeiben is. Ugyanez vonatkozik a médiakörnyezetre, azaz a felügyeletre, a műsorszórásra, a média jogi környezetére és szabályozására is. Ezeket az elveket és ajánlásokat az újságíró képzésben megtanítják és a későbbiekben számon is kérik.

Összegezve tehát, az újságírással kapcsolatos szakmai képzés a megfelelő elméleti alapozás mellett kifejezetten gyakorlati jellegű is, és minden szempontból figyelembe veszi az EU médiával kapcsolatos ajánlásait és irányelveit. (Audiovizuális kultúra és politika.)

A médiaoktatás szakmai gyakorlatának másik csodálatos eleme a médiatechnika és technológia megismerése és elsajátítása. A multimédiás kultúra előretörésével, a digitális technológia térnyerésével olyan lehetőség került a média szakembereinek kezébe, amely egyben a sajtóhoz, újságíráshoz kapcsolódó szakmák teljes átalakulását is maga után vonta. Az elektronikus hang- és képgyártás térhódításával nem kizárólag az emberi képzelőerő, tehetség és ezeknek kézzelfogható manifesztálódásából, hanem mások által előre gyártott, készen kapott panelekből is előállítható bárki által, bármilyen nyomtatott termék. Az üzleti élet promóciós világához tartozó (PR, reklám) nyomdai termékek, kiadványok millióit állítják elő kisebb-nagyobb ügynökségek, irodák, magánemberek. A különböző médiumok technológiai alapjainak tanulmányozását megelőzi minden esetben a technológiák nem-médiapiaci bevezetése és gyakorlása. A reklám (és bizonyos PR) technikák és megoldások segítik a prezentációs jártasság, a technika kezelésének elsajátítását. A multimédia, a videó, a digitális fotótechnika stb. a médiaoktatáshoz felszerelt stúdiókban és szakmai laboratóriumokban folyik (az integrált technikai bázisok ezt lehetővé teszik), s ezekben zajlik az első megmérettetés és gyakorlás is.

Az alapismeretek és készségek elsajátítása után következik a tulajdonképpeni technológiai szakosodás: a *desktop publishing* különböző iskolai és műfajaitól kezdve az operatóri szakképzés alapjain keresztül a produceri és gyártásvezetői valamint a médiamenedzsment és médiavállalkozási ismeretekig bezárólag. Mindez, természetesen graduálisan tervezhető és oktatható tantárgystruktúrában jelenik meg. (a különféle médiumok rendezőinek oktatása és képzése majdnem mindenütt a művészeti felsőoktatási képzés integráns része.) A főiskolai rendszerű alapképzés és posztgraduális képzés időtartama nem engedi meg, hogy mind az újságírástechnikai, mind pedig a műszaki-technológiai képzés teljes vertikumát felvállalja. (Az is igaz, hogy az egyetemi és főiskolai curriculumban a médiatudományok sokszor külön szakként szerepelnek: azaz az alaptárgyaktól kezdve a szak oktatási programja(i)nak végéig – a gazdaságtani és vállalkozástani ismereteken túl- minden tanegység és tantárgycsoport a média valamilyen aspektusát bontja ki és tanítja meg.) Ezért is fontos – és ez megjelenik az Európai Unió felsőoktatási projektjeinek támogatási prioritásaiban is –, hogy az azonos technológia azonos, EU-konform tudással és szemlélettel párosuljon, mert talán ez teszi majd lehetővé az igazi átjárhatóságot és az agyonmediatizált civil világ valamilyen emberszabású, értékmegeőrző információcseréjét is.

2.3. Médiakutatás

A médiakutatás az európai egyetemek egyik alapvető civilizációs programja. A főiskolai képzésben alternatív lehetőségként jelenik csak meg, kiegészítésül vagy csatlakozva a nagyobb, integrált programokhoz. A médiakutatás (és különböző manifesztálódásai: kommunikáció kutatás, médiaüzenet és társadalmi befogadás, nézettség és mérési módszerek kutatása, pozicionálás stb.) alapvető jellegzetessége (ez ma már a szociológiai, szociálpszichológiai, kulturális antropológiai, lingvisztikai stb. kutatásoknál is így van) a számítógépes alapú megközelítés (CMR). Ma már – a magyarországi kutatások besorolhatósága szempontjából inkább humán szakterületeket érintőknél sem! – semmilyen kutatási terv és bizonyítási eljárás nem létezhet számítástechnikai alapok nélkül, hiszen akár a befogadói szokások modellezéséről, akár az üzleti nyelv bilingvális munkaerőt és munkaalkalmat érintő kutatásáról van szó, az adatbázis, a lehetséges trendek számítógépes szimulációja és modellezése minden komoly kutatás velejárója.

A médiakutatás részterületei követik a médiaoktatás tematikáit, tehát azok a diszciplínák, amelyek megjelennek a médiaoktatásban, a kutatásban élnek tovább, csupán mélységi dimenziójuk illetve szegmentálásuk eltérő. A kutatások fő irányait a különböző egyetemeken oktató, médiakutatással foglalkozó professzorok, vezető oktatók határozzák meg. Egy-egy kutatási program EU támogatása, amelyben a téma vezetőjén kívül beosztott tanárok, doktoranduszok és egyetemi hallgatók is részt vesznek, általában 3-4 évre szól. A pályázati projekteket vagy integrált egyetemi kiírásra nyújtják be, vagy egyéni pályázatként, amelynek megvalósíthatóságát és financiális megalapozottságát az Európai Unió tudományos bizottságai bírálják el. Az integrált, több országot is érintő (gyakran 10-12 felsőoktatási intézményben vagy kutatóhelyen folyó) kutatások támogatásáról is konszenzus alapján döntenek az EU bizottságai – a prioritások felállítását követően.

A médiakutatás (és oktatás) jelenlegi preferenciái alapján a következő összefoglaló tárgyköröket lehet megjelölni:

- Médiapolitika: a közszolgálatosság definíciója és megvalósíthatósága, a közszolgálati médiumok műsorpolitikája, a média társadalmi szocializációs funkciója, kisebbségi médiapolitika, reklám és információ.
- Médiagazdaság, médiapiac: reklámszabályozás, a médiapiac újrafelosztása, médiabirodalmak és hatásuk az EU médiagazdaságára.
- Médiajog, médiaetika: jogharmonizációs törekvések, reklám- és médiaetika szabályozása az EU médiában, a törvényi szabályozás lehetőségei és határai.
- Média és kultúra: az Európai Unió kulturális örökségének megóvása és ismereteinek terjesztése, az EU kulturális örökség védelme, a különböző országok és etnikai közösségek kulturális identitásának megőrzése és védelmének lehetőségei az integrált, „határok nélküli” Európában.

2.4. *New Media*

A KENNETH L. HACKER által CMC-nek (computer mediated communication systems)¹ definiált kommunikációs világrendszer kétféle társadalmi utópiát indított útjára a new media kommunikációját illetően:

- Az egyik szerint az új kommunikáció a technológia térnyerésével az információ demokratizálódását vonja maga után („*electronic democracy*”). Nagyobb lehetőség nyílik ez által a váltásra az „*infopoor*”-ból az „*inforich*”-be.
- A másik szerint az elnyomás, az ellenőrzés és beleszólás új módozatait testesíti meg az amúgy is kiszolgáltatott társadalmakban.

A K. L. HACKER által említett két lehetőség erősen szimplifikálja a „*new media*” megjelenését és elterjedését követő információs állapotok végső kimenetelét. A világ, és így Európa számos országa még nincs abban a mediális állapotban, hogy a média által közvetített információhalmaz akár demokratizálja, akár demonizálja ezeket a folyamatokat.

Az internet megjelenése minőségi változást hozott a mediális kommunikáció rendszerében, tehát az a lehetőség, hogy azonnali, interaktív kapcsolat létesíthető az üzenet küldője és befogadója között a média segítségével, újfajta közösségek és virtuális közös terek létezését vonta maga után. Mindez komoly kommunikáció kutatást jelent a médiatudományok alakulása és további fejlődése szempontjából. A „háló” és környezete a mediális viszonyok új dimenzióját alakítja ki, a tradicionális és megszokott kommunikációs csatornák helyett mátrix-rendszerű, egyidejű kapcsolódásokat is lehetővé tesz. Az internet egyrészt mint közösségteremtő médium lép a különböző szocializációs funkciók és eszközök közé, másrészt mint információközvetítő eszköz, átveszi és egyesíti a film, a televíziós programok, a videózás stb. tömegkommunikációs ismérveit. Mindezt egyénre szabottan teszi és anélkül a kényszer nélkül, hogy bizonyos információk megszerzéséhez számtalan egyéb, a befogadó szempontjából közömbös vagy fölösleges műsor- vagy reklám-özönt kellene végigélnie. (Az internetes kereskedelem és pénzügyi megnyilvánulások aspektusait most nem érintjük.)

Az Európai Unió felsőoktatási rendszereinek és intézményeinek közvetlen és közvetett kommunikációs rendszerében állandóan jelen van és él az internetes hozzáférhetőség. Szinte alanyi jogon kapcsolódik a felsőoktatáshoz, hiszen nem csupán az integrált működési rendszerek elképzelhetetlenek hálózati összeköttetés nélkül, hanem az egyes intézményi kutatóhelyek belső és külső híradásai és felhívásai is állandóan követhetők. Az EU felsőoktatási pályázatainak projektjeiben (amelyekre a kiírások egyébként állandóan olvashatók és letölthetők az interneten) egyik legfontosabb szempont annak a weboldalnak a létrehozása, ahol szemmel kísérhető a kutatás minden fázisa és eredménye – nem is az ellenőrzés, hanem az állandó kapcsolattartás miatt, hiszen a projektekben közösen dolgozó intézmények és kutatók sokszor egymástól több ezer kilométerre vannak. Hazai felsőoktatási internetes állapotaink – bár még messze van az áhított, mindenki számára egyenlő elérhetőség – tükrözik legjobban azt az igényt, amellyel a hallgatók a felsőoktatást, mint szolgáltató közeget ostromolják.

¹ Kenneth L. Hacker: Missing links in the evolution of electronic democratization (New Mexico State University, 1996).

Az internet, mint média, az EU felsőoktatási gyakorlatának kulcsfontosságú médiaterülete. Mint minden, nem túl távoli jövőre vonatkozó, még nem teljesen felderített, még nem teljes vertikumban kihasznált és azonosított lehetőség, az internet technológiai fejlesztésétől kezdve az internetes információcsere és interaktív megnyilvánulások feltérképezéséig számtalan aspektusban tanulmányozzák, vizsgálják és mérik a háló mediális megnyilvánulásait. (a kommunikáció stílusa, az anonimitás okai és következményei, a cenzúra és ellenőrzés szükségessége, tagadása, lehetősége és problémái, az internetes „szenvédélybetegség” oka és kezelhetősége stb.) Ugyanígy tanulmányozzák és elemzik, hogy a szakképzés és a felsőfokú képzés távoktatásos formáiba hogyan és milyen formában integrálható az internetes oktatás – annak minden (tananyag, hozzáférés, interaktív módszerek, ellenőrzés stb.) vonatkozásával együtt.

Az információhoz jutás demokratizálódás- és kommunikációelmélete egyaránt azt az ideális célt tűzte maga elé, hogy egymáshoz közelítésükkel a társadalmi demokrácia megnyilvánulásait és az emberek környezetükbe való beleszólási lehetőségeit tágítsa. Az utóbbi 10 év fejlődése Magyarországot is bekapcsolta – egyes szektorait és a népesség egyes rétegeit kitüntető módon – az internetes kommunikációba. Ezt a médiumot, a kommunikáció interaktív lehetőségeit használni kell és érdemes, mert általa nem csupán másoktól és másokról kapunk információt, hanem saját magunkat is jobban el tudjuk helyezni a kialakult világ-kommunikációs rendszer számunkra elérhető és azonosítható helyére.

IRODALOM

- Public Broadcasting System (1993) FCC Commissioner E.S. Duggan elected President and CEO of PBS (Press Release) Washington DC.
- CAMERON, D.: Style policy and style politics: a neglected aspect of the language of the news (in: Media, Culture and Society, London, SAGE, 1997).
- HARTAI L., MUHI K.: Mozgóképkultúra és médiaismeret, Korona Kiadó, Budapest, 1998.
- Human Potential Prigramme- Economic, Social and Human Sciences (CALL RTN-1- 1999) European Commission.
- Managing Change in Education (Nigel Bennett, Megan Crawford, Colin Riches, PCP Publishing Ltd. 1992.
- Marie Curie Fellowships - Science Research Development - European Commission, April 2000.
- CSEH G., ÉNYEDI NAGY M., SOLTÉNSZKY T. (szerk.): Médiakönyv 1999, ENAMIKE Budapest, 1999.
- PRICE, M. R. E.: A televízió, a nyilvános szféra és a nemzeti identitás, Magvető Kiadó, Budapest, 1998.
- The development and distribution of European audiovisual works (Media II.) Official journal of the European Communities 1995
- SPROULL, L., KIESLER, S.: Connections: New ways of working in the Networked Organization, Cambridge, MA: MIT Press, 1999.