

TÖMEGKOMMUNIKÁCIÓ ÉS SZABADIDŐ

Amikor kiejtjük a tömegkommunikáció szót, akarva-nem akarva a szabadidő fogalmát is felidézzük vele. Fejünkben e kettő némileg összetartozik, mint az úszás és a víz, vagy mint a háború és a halál. A hasonlatok azonban sántítanak, hiszen a tömegkommunikációnak - vagy igénybevételének - nem feltétele és nem következménye a szabadidő. Egyrészt együttjárásuknak számtalan példája jut eszünkbe, tehát a fogalmi kapcsolódás kétségtelenül indokolt. Másrészt nyilvánvaló, hogy ez a kapcsolat nem feltétlenül szükségszerű, hanem történeti termék. A történetiség két dolgot jelent, amivel mondanivalóm első két tézisést is megfogalmazom:

- A tömegkommunikáció és a szabadidő szoros kapcsolatát feltételező közfelfogás egy polgári szabadidő-fogalomra és egy annak megfelelő tömegkommunikáció-értelmezésre épül. Ezzel nemcsak azért kell foglalkoznunk, mert bizonyos korhoz kötött - vagy mondjuk egyértelműbben: mert ma már túlhaladt -, hanem azért is, hogy megértsük ideológikus elemeit.

Korunkban, amit tömegkommunikációs kornak is szoktak nevezni, a tömegkommunikáció az életmód, a kultúra és az emberi viszonyok egyik központi elemévé vált, régen túlnőve a szabadidő szféráján, ám a szabadidő felhasználásának sokféle, részben egészen új lehetőségeit is hordozva.

Téziseim kifejtését rövid történeti vizsgálódással kezdem, egy jelenkori helyzetképpel folytatom, melyhez adatokat bőven lehet meríteni a hazai szaktudományi vizsgálatok gazdag empirikus anyagából. Végül az előző adatokra és a nemzetközi tömegkommunikációs fejlődés már jól körvonalazódó trendjeire támaszkodva felvázolom a jövőbeli veszélyeket és lehetősége-

ket, nem utolsó sorban a szabadidő felhasználása szempontjából.

1. Megjegyzések a szabadidő és a tömegkommunikáció kapcsolatának történetiségéhez

a/ A "szabadidő" az elidegenülés terméke?

Szabad, létfenntartási vagy társadalmi kötelezettségekkel le nem foglalt és előírásokkal nem szabályozott idővel alighanem minden kor emberei rendelkeztek. Az ókor s különösen a középkor mégsem ismeri azt a szabadidőt, amiről manapság általában beszélünk, mert a világot s a létet osztatlan egységként élte át és olyannak is értelmezte. Amíg nincs igazi individualitás és nincs igazi magánélet, addig sem igény, sem lehetőség nincs a szabadidőre. Az egységesnek és rendezettnek tartott világ szabályainak vagy kényszereinek ismétlődő átmeneti felfüggesztését a társadalom antiszociálisnak tartotta volna. A mindent átfogó, abszolút rend önkényes időleges hatályon kívül helyezése az egyént a rend urává - vagy ellenlábasává tette volna, démonná vagy ördöggé az isteni művel szemben.

Az osztatlan és hibátlan világ hitét nem a szabadidő, hanem a polgári fejlődés s ezen belül is a munka és a haszonelvűség öntörvényűvé válása, vagy másképpen megközelítve, az elidegenedés megjelenése ingatja és szakítja meg. Az elidegenedett munkaviszonyok nem férnek bele a tökéletes rendbe. Önállóak, amivel szemben egyének és társadalomnak védekeznie kell. A kapitalizmusbeli munka világának humanizálása is reménytelennek tűnik. A megoldást egy olyan szféra megteremtésében és társadalmi biztosításában keresik, ami ha szűkös is, de önállóságot és szabadságot biztosít. Egy pillanatig nem akarom kétségbe vonni a hajnaltól vakulásig tartó munkaidő elleni, majd a három nyolcasért folyó harc nemes indítékait és kézzelfogható értékeit. Kikerülhetetlen azonban az a megállapítás, hogy a szabadidőért, majd annak megnyújtá-

sáért folyó harc a világ megosztottságának és az elidegenedett munkának kimondatlan elismerésével zajlott.

b/ Tanulás, művelődés - a szabadidőben és azon kívül

A munka, a pihenés és a szabadidő önállósulása s a nap 24 vagy a hét 168 órájának háromfelé tagolódása nyitva hagyott egy számunkra fontos kérdést: a tanulás és az informálódás hovátartozása.

Amíg a társadalom egyszerűen önmagát reprodukálja, addig a primé társadalomszervezet külön intézmények nélkül is el tudja látni a kultúraátadás feladatait. További tanulásra és informálódásra a társadalmi-gazdasági rendszernek nincs szüksége, tehát az luxusnak minősül, amit értelemszerűen nem mindenki engedhet meg magának. A bővített újratermelés, a kapitalista expanzió, a fokozódó mobilitás időszakában a társadalom intézményesíti ugyan az oktatást, majd a továbbképzést is - és ez azt is jelenti, hogy mindezt a munka szférájába sorolja -, ám ugyanakkor éppen a teljesítményelv és a teljesítmény érdekében kialakuló "világi aszkézis" /Max Weber/ a változás legaktívabb rétegeit arra indítja, hogy ne csak az intézményesen szabályozott mértékben, hanem önállóan s egyéni vállalkozásként is tanuljanak, művelődjenek. Az életmód kategóriáiban ez annyit jelent, hogy - bár a társadalom a kulturálódás és az informálódás egy részét a munkaidő /az élet-munkaidő/ terhére magára vállalta - a szabadidőn belül nem csökkent a tanulás időigénye.

Megjegyzendő azonban, hogy bármely szférában történt is mindez a művelődés, túlnyomórészt tanulást, megtanulást, tapasztalat átvételt jelent, azaz a társadalmi-gazdasági helyzet megjavítására, de nem megkérdőjelezésére irányul, tehát az adott rendszer koordinátái között funkcionális. A közvetlen haszontól függetlenedő informálódás és tájékozottság, a saját szocioökonómiai viszonyokon túltekintő érdeklődés továbbra is olyan luxus, ami e társadalmak legjobb-

jait jellemzi ugyan, de amire csak egyéni erőfeszítések árán s természetszerűen a szabadidő terhére /s többnyire csak jelentős anyagi és társadalmi hatalom birtokában/ volt mód.

A merev hatalmi struktúra, valamint a közélet és a beszélőlési lehetőségek hiánya egy további dilemmához vezetett. Az informálódás lehetőségeit a kulturpolitika és a rendszer zártsága korlátozta és irányította. Emiatt nehezen volt eldönthető, hogy ez a fajta tájékozódás a rendszer erősítésének vagy megkérdőjelezésének eszköze volt-e. A társadalomkritika lehetősége oldaláról nézve ennek megfelelően kérdéses volt, hogy az informálódás értelmes, célravezető dolog-e vagy sem.

A helyzet tehát röviden úgy jellemezhető, hogy a kései feudalizmus és a hazai feudálkapitalizmus történelmi-társadalmi szakaszában a tanulás és informálódás

- értéke a társadalmi rendszer minősítése szerint ambivalens,
- motívumai részben szubjektívák /kiváncsiság/ és csak részben társadalmiak,
- a szabad időt jelentősen terheli.

Gyakorlati példával élve, a XIX. században, majd a XX. század első harmadában - az olyan forradalmi időktől, mint 1848-49 vagy 1918-19 eltekintve - az újságolvasás úri passzió. Ha a dolgozó osztályok tagjai olvasnak, akkor vasárnap, pihenőidőben, mintegy ünnepélyesen celebrálva teszik, avagy mint pl. a cseléd- és ponyvaregények olvasása esetében, saját életük valóságából mintegy kilépve.

Valamivel általánosabb szintre lépve mindezt kiinduló tételünk szemléltetésének tarthatjuk, éspedig hogy a tanulás, az informálódás és a tömegkommunikációs fogyasztás elhelyezkedése a társadalmi-kulturális rendszerben; vagy más megközelítésben az életmódban egyaránt függ

- a társadalmi-történelmi szakasztól,
- a társadalmi-gazdasági fejlődés dinamikájától,

- a hatalmi rendszer zártságától vagy nyíltságától, és mindezek kifejeződéseként
- az osztályhelyzettől.

Még egy következtetést levonhatunk. A kapitalizálódás kikényszeríti a képzés és továbbképzés integrálását a termelés, a munka szférájába. Ennek megfelelően a tanulás joggá válik /noha korántsem mindenki számára egyforma joggá/. A tanulás terheinek egy részét a társadalom magára vállalja. Ezzel szemben a tájékozottságra való jog a korai kapitalizmusban jóformán el sem hangzik; a kései s fejlett kapitalizmusban pedig esetenként a baloldali és munkáspártok követelései közé tartozik ugyan, de egyetemes elfogadásra nem talál. A tájékozódás, informálódás, tömegkommunikáció-fogyasztás ennek megfelelően megmarad

- az egyéni belátásra bízott és egyéni elhatározásból végzett,
- egyéni erőfeszítést igénylő, illetve annak költségeit és terheit /legalább túlnyomórészt/ egyénileg viselni kénytelen és
- az egyén szabad rendelkezésére időmennyiségben végezhető, azaz szabadidő-tevékenységnek.

A helyzet természetes folyománya azután, hogy a tömegkommunikációs fogyasztásban egyenlőség nem érvényesül.

A "tömegkommunikáció" kifejezés által sugallt össztársadalmi jelleg úgy értelmezhető, hogy a tömegkommunikáció igénybevétele a társadalom hatalmi szerkezetének erővonalait követi.

2. A tömegkommunikáció és az életmód kapcsolatának néhány eleme

Az eddigiek értelmében tehát a tömegkommunikációs fogyasztás a szabadidőre esik. Pedig valójában ez csak elektronikus tömegkommunikációt megelőző kor, vagy talán a XIX. századnak és a XX. század első felének sajátossága. Azóta -

tehát a rádió megjelenése vagy legkésebb a rádió és a televízió általános elterjedése óta - a tömegkommunikáció betört a munkaidő és a pihenőidő területére is. A munkaidőbe: a munkabautazás közbeni újságolvasás, rádiózás, magnózás és a munkahelyen szóló rádió formájában. A pihenőidőbe: amikor valóban háttérként szól a rádió, noha a kikapcsolódás a cél, vagy amikor a tévéműsort nem is olyan kevesen félig alva ülik végig, azaz amikor a tévének van - elég kétes - háttér-funkciója.

A változás a legkevésbé sem függetleníthető a szabadidő felhasználásától. Eközben ugyanis az egyes tömegkommunikációs eszközök életmódbeli szerepe is hatalmasat változott. Az újságolvasás, mi előbb ünnepi, de legalábbis szabadidős tevékenység volt, elvesztette elsőhír-közlő jelentőségét - pontosabban: átadta azt a rádiónak, tévének -, megtartotta azonban magyarázó, részletező szerepét. Ez részben egyéb hírközlők függvényévé tette, részben ösztönözte fogyasztását, hiszen alkalmazkodnia kell a rádió és tévé által pergőbb ritmusúvá vált tájékoztatáshoz. Megnőtt és folyamatosan újraélesztődik az írott és tetszés szerinti helyen és időben újra felidézhető információ iránti igény. Viszont semmi sem indokolja már az ünnepélyes külsőséget /vagy kevésbé költőien mondva: az otthoni károsszéket/ és az erre a célra fenntartott időt. Az újságolvasás szétaprózódott és a "maradék", vagy a bár lekötött, de ilymódon tovább hasznosítható időszakaszok egyik elterjedt tevékenységévé vált.

(Engedtetsek meg, hogy itt egy gyanakvásomnak is hangot adjak. Az elmúlt 10-15 év időmérlegeinek összevetése az újságolvasás igen jelentős visszaszorulására enged következtetni. Ennek ellenben nemcsak a mindennapi tapasztalat, hanem a sajtó igen nagymérvű expanziója is ellent mond éppúgy, mint a sajtó kutatás eredményei. Kérdés: nem csap-e be minket az időmérleg? Talán a dolog magyarázata, hogy az újságolvasás jelenleg általában

- kis, néhány perces időtartamokból áll össze, amit

az időmérlegek köztudottan a legkevésbé képesek kimutatni és

- túlnyomórészt egy vagy akár több egyéb tevékenységgel egyidejű /mint pl. az étkezéssel és közben beszélgetéssel, vagy az időmérlegben egyidejűként megjelenő: utazással és a gyerekeknek a bölcsődéből, óvodából hazahozatalával egyidejű/ tevékenység, tehát könnyebben előfordulhat, hogy a tevékenységeket regisztráló eszköz, az időmérleg figyelembe sem veszi.

Lehetséges tehát, hogy nem az újságolvasás hossza csökken - sőt sok adat szól amellett, hogy az nő -, hanem a napirenden belüli helye változik meg, és emiatt kevésbé van szem előtt s nehezebben mérhető.)

A rádiózás esetében némileg másfajta a lezajlott változás. Az elmúlt évtizedekben a rádió egy első szakaszban általánosan elterjedt és domináns tömegkommunikációs eszközzé vált, lefoglalva egyebek között - 1963 táján - a szabadidőnek kb. egyheted részét, mintegy 25 percet. A televízió megjelenésével, majd gyakorlatilag minden családba való bevonulásával párhuzamosan a rádiózás néhány - a KSH 1976-77-es időmérlege szerint országos átlagban 5, a TK adatai szerint 10-12 - percre rövidült. Ezzel szemben napi 103-104 perc az olyan rádióhallgatás hossza, amivel egyidőben az emberek mással is foglalkoznak.

A rádiózás jellegzetesen másodlagos tevékenységgé vált. Ennek számos fontos következménye van:

- a más elfoglaltságokkal párhuzamosan történő rádióhallgatás révén a tömegkommunikáció végigkíséri az egész napot;
- a korábbi, elszigetelt, egyéni elfoglaltságok - mint a felkelés, mosakodás stb. - összekapcsolódnak a társadalmi vagy közéleti informálódással és érdeklődéssel;
- az elidegenedett munka és a hozzá tartozó fárasztó és szüntűgy minden személyes jelleg nélküli utazás

monotonitását feloldja /talán azt is mondhatjuk humanizálja/ az azzal egyidejű rádióhallgatás, esetenként még azt is kérdésessé téve, hogy mi a fontosabb: a munka vagy a rádiózás; az elidegenedett vagy az eredeti természete szerint "szabadidős" tevékenység; végül,

- mivel az informálódás egésznap folyamattá vált, a szabad időben történő tömegkommunikáció-használat sokkal céltudatosabb lehet, sőt annak kell lennie, hiszen az információigény részben már ki van elégítve, s ugyanakkor a szabadidő eltöltésének egyéb lehetőségeivel kell versenyeznie. A háttérrádiózás tehát mintegy tehermentesíti a szabadidőt.

A televíziózás pillanatnyilag a legáltalánosabb és leginkább időigényes szabadidős elfoglaltság: a KSH adatai szerint országos átlagban napi 84 percnyi, a TK adatai szerint kétórányi terjedelemben /amihez további 14 percnyi, más elfoglaltsággal - mint terítéssel, étkezéssel stb. - egyidejű tévézés társul/. A TV-készülékkel való ellátottság hasonló ütemben terjedt, mint ahogyan a szabadidő hossza nőtt, azzal az eredménnyel, hogy a hetvenes évek végéig - a nyolcvanas évek elejéig a felszabaduló idő fő, sőt a legtöbb társadalmi csoportban szinte egyedüli hasznélvezője a televízió volt. Ma is változatlanul érvényes tény, hogy a legidőigényesebb, saját döntés alapján végzett tevékenység minden rétegben és csoportban a tévézés.

Mind a növekvő szabadidő, mind a fokozódó anyagi-technikai lehetőségek társadalmi fejlődésünk pozitív alkotóelemei. Tévedés lenne azonban túl szoros kapcsolatos feltételezni a bővülő tévézés és a társadalmi haladás között. Nemzetközi adatok inkább az ezzel ellenkező nézetet támasztják alá. Kompromisszumként két megállapítást rögzítsünk. Egyrészt a tévé varázsa a megjelenését követő egy-két évtizedben különösen nagy. Később kialakul vele szemben a kritikus, mérlegelő beállítottság, ami a válogató - s ez azt is jelenti, hogy

esetenként rövidebb - tévézésben fejeződik ki. Másrészt hosszú tévézés nemcsak a televízió értékét, hanem az azonos rangú versenytársak hiányát is jelentheti. Ha nincs megfelelő mód és alkalom értékesebb kulturálódásra, közösségi életre, egyéb szórakozásra, egyéni alkotó tevékenységre, vagy ha mindez olyan nagy energiát igényelne, ami a napi munka után hiányzik, akkor a televízió csupán jobb híján köti magához a nézőt. Minden esetre meggondolkoztatják az embert a Szalai Sándor által vezetett 1965. évi nemzetközi időmérleg-vizsgálat adatai. Ezidőtájt a nyugat-európai országokban a városi családok 70-90, a szocialista országok városi családjainak 30-70 százalékában volt TV-készülék. Ennek ellenére a tévézéssel töltött átlagos - azaz tulajdonosokat és készülékekkel nem rendelkezőket egyaránt figyelembe vevő - hossza

- Belgiumban 16,
- Franciaországban 41,
- NSZK-ban 42-54,
- USA-ben 74-84 perc, ezzel szemben
- Bulgáriában 37,
- Csehszlovákiában 43,
- Jugoszláviában 92-101,
- Lengyelországban 66,
- Magyarországon 58,
- NDK-ban 70,
- Szovjetunióban 81 perc.

Időközben a nyugat-európai tévézési adatok nem változtak, noha az adóhálózat korszerűsödött, a szocialista országokban ellenben a tévé előtt töltött társadalmi átlagidő hossza két-háromszorosára nőtt. Jelenleg a szocialista országokban mintegy kétszer annyi ideig néznek az emberek TV-t, mint Nyugat-Európában /bár talán nem többet, mint az USA-ban és kevesebbet, mint Japánban/.

3. Technikai változások hatása a szabadidőben történő tömegkommunikációs fogyasztásra

Legalább hét olyan technikai változással kell számolni, amelyek a közelmúltban vagy a legközelebbi jövőben valóssággá válva alaposan befolyásolják a tömegkommunikációs eszközök használatát:

- a helyi stúdiók és adók számának és jelentőségének növekedése,
- a nagyközönségi antennarendszerek terjedése,
- a kábeltelvízió megjelenése,
- a műbolygó segítségével történő műsorközvetítés /előbb nagyközönségi antennák közbeiktatásával, majd közvetlen vétel számára is/,
- a hanghordozó eszközök további tökéletesedése és terjedése /az autóba épített magnó után a nyakba vagy övre akasztható walkman/,
- a video rendszerek elterjedése /a fényképezés technikát forradalmasító konkurenciája/,
- a képűjság és a televízió keresztül történő egyéb írásos információközvetítés bevezetése.

A technikai feltételek fejlődéséből közvetlenül következik a tömegkommunikáció használatának mind mennyiségi, mind minőségi átalakulása. Ennek is több szintjét érdemes megkülönböztetni.

Nő a tömegkommunikációs kínálat. Az eddigi 2, vagy hátramenti területen 4-5 televíziós műsor helyére 6-8 vagy annál több egymással versenyző tévéprogram kerül. A sajtónak a képűjság jelent konkurenciát. A friss szórakoztató műsороknak /de a könyvnek és a sajtónak is/ a hang- és képkazetákon tárolt anyag a konkurrense. A mennyiségi kínálat növekedése a fogyasztás fokozódása irányába hat. Ezután olyan körülmények között is igénybe lehet venni a tömegkommunikációt, ahol az eddig lehetetlen vagy korlátozott volt

/pl. a tömegközlekedésben/. Ezután a több közlemény olyan anyagok elérését is lehetővé teszi, ami az eddigi néhány műsorba nem fért bele. Ezután az elektronikus tömegkommunikáció - a képűjság és a feliratos műsorok révén - a marginális csoportokat is jobban eléri.

A mennyiségi növekedés strukturális változással is jár. Az elektronikus tömegkommunikáció újabb nehézségeket okoz a sajtónak, nemcsak a műsorok növekvő számával, hanem saját írott híryanagával /s minden egyéb, a képűjsághoz hasonlóan írásos formában kínált vagy lehívható közleményével/. A másik szerkezeti változás - a tárolt kép- és hanganyag jelentőségének növekedése - főleg a képmagnó magas ára miatt hazánkban az elkövetkező években még kisebb jelentőségű.

A kínálat bővülése a választási lehetőség fokozódását is jelenti. A választás ráadásul nem csupán azonos helyen, szellemben és színvonalon szerkesztett 1. és 2. műsor közötti választást jelent, hanem helyi vagy országos; hazai vagy külföldi kínálat közötti válogatást.

A közönség választási lehetősége versenyhelyzetet teremt olyan eszközök között, amelyeket eddig a távolság, vagy a politikai rendszer vagy más valami elszigetelt egymástól. A világ ismét kisebbedik valamennyivel. A tömegkommunikáció új pozíciókat nyer a kulturaközvetítésben. A közönség pedig az eddiginél jobban tud majd - sőt, talán kényszerül - ön-maga dönteni, választani.

A hazai tömegkommunikáció egyik rákfenéje évtizedeken át az alig feloldható centralizmus volt. Ezt csökkentette az elmúlt tíz évben a helyi lapok megerősödése. Igazi változást ellenben csak a helyi stúdiók és helyi adók rendszerének kialakulása hozhat, aminek egyszerűbb technikai megoldásai közé tartozik a nagyközösségi antennarendszerek vagy a kábel segítségével történő közvetítés. A központosított tömegkommunikáció nem tudott semmilyen társadalmi-kulturális

kisebbség vagy nemzetiség vagy érdekcsoport ügyeivel huzamosan foglalkozni, hanem arra kényszerült, hogy valamilyen "átlaghoz" igazodjon. A központi tömegkommunikáció tehát elkerülhetetlenül egyszínű és sematizáló, sőt mindazok számára, akik nem az "átlagot" vagy nem a mérvadó legnagyobb csoportot képviselik, bosszantó. A decentralizáció eddigi lépései közé tartozik pl. a nemzetiségi rádiózás kiterjesztése vagy a pécsi kísérleti saját tévéműsor. A jövőben a helyi stúdiók és műsorok egész hálózatára számíthatunk, ami az eddigiekénél sokkal nagyobb mértékben életközelségre hozza majd a tömegkommunikációt, hiszen általa nemcsak helyi kulturális műsorokra s helyi vezetők beszélgetéseire lesz mód, hanem helyi piaci hírekre, helyi közlekedési útmutatóra, s minden, helyben fontos dolog említésére.

A decentralizálással és a saját közreműködést is lehetővé tevő, a tömegkommunikációt mintegy kiegészítő eszközök, mint a magnó és a képmagnó terjedésével a tömegkommunikációban növekvő súlyt kap a személyes aktivitás. Noha minden külföldi tapasztalat azt mutatja, hogy ez az aktivitás egy kezdeti fellendülés után visszaesik, mégsem tűnik el egészen. A helyi stúdiók helyi emberek bevonását teszik szükségessé. A helyi kulturális termékek értékesítése a korábbinál sokkal nagyobb teret kap. Ezzel a helyi tömegkommunikáció a részvételre ösztönöz. A dolog egy speciális vetülete, hogy ilymódon a tömegkommunikáció a helyi közélet és a helyi öntudat, a pozitív értelemben vett lokálpatriotizmus egyik élesztőjévé válik.

Míndez a technikai fejlődés tehát abba az irányba vonz, hogy a tömegkommunikáció szerepe tovább fokozódjon az életünkben, a szabadidőnk még nagyobb részét töltsse ki. Ahhoz, hogy a változás mérlegét meghúzhassuk, át kell még tekintetnünk a tömegkommunikációhasználat veszélyeit és lehetőségeit.

4. Szabadidő és tömegkommunikáció - pro és kontra

A tömegkommunikáció veszélyei

A marxi mondás átfogalmazásával nem egy szerző mondja ki keserűen, hogy a tömegkommunikáció, s mindenek előtt a televízió ópium a nép számára, ami álmegoldásokat ad, elbódít, megtöri az ember erejét. Az ilyen kritika félig jogtalan, hiszen a televízió egy gép vagy egy szerkezet, nem cselekvő alany, hanem eszköz. Félig jogos azonban a kritika, ha a társadalom vagy annak egy része ezzel s csak ezzel az eszközzel tud bizonyos hatást elérni. Tehát maga az ok másutt keresendő, de azért az eszközzel is érdemes foglalkozni.

A tömegkommunikáció jelen formájában egyirányú információfolyam, ami inkább közöl, oktató, szemléletet nyújt /vagy kritikusi megfogalmazásában: ráérőszakolja információit és nézeteit a nézőre, olvasóra, hallgatóra/, semmint hogy lehetővé tenné az egyéni mérlegelést, gondolkodást, döntést. Az egyén védtelenül áll szemben a tömegkommunikáció irdatlan mennyiségű és megszakítás nélkül jövő közléseivel - örülhet ha egyáltalán lépést tud tartani vele, de vitára még akkor sincs módja, ha a közlés módját vagy akár tartalmát ellenkezéssel, gyanakvással, bírálóan fogadja.

A tömegkommunikáció /ismét elsősorban a televízió/ helyhez köt, a fizikai aktivitással ellentétben áll, otthonülővé tesz. Ezzel a szabadidő eltöltés típusát is meghatározza. Bizonyos tevékenységeket kizár, másokat elősegít.

Annak ellenére, hogy vannak csoportosan végzett tömegkommunikációs tevékenységek, az inkább a külső formát jellemzi, s nem ott létrejövő vagy valamiképpen megnyilvánuló emberi-társadalmi kapcsolatokat. A tömegkommunikációs fogyasztás alapvetően individuális tevékenység, ami nem teremt, nem tart fenn, s feltehetően nem is erősít semmilyen közösséget. Tár-

sadalmi komponense legfeljebb a tömegkommunikációs közlés utólagos közös megbeszélésében mutatkozik. Amennyiben ellenben maga a tömegkommunikációs fogyasztás egyéni dolog, ezzel el is veszi a társas-kapcsolatok ápolására rendelkezésre álló időt, nehezíti, zavarja a közösségi életet, szinte elszigeteli egymástól az embereket.

Rendszeres társadalmi-politikai beszámolóival a tömegkommunikáció - a valósággal nem szükségszerűen ellentétben, de attól függetlenül - azt a benyomást kelti, hogy van közélet és hogy a rádióhallgató, tévénező stb. részt is vesz abban. A látszat némi kielégülést is hoz, s ezáltal nem csak nem növeli, hanem egyenesen csökkenti a közéletben való részvétel iránti igényt. Hasonló a dolog valamivel általánosabban a társadalmi érdeklődéssel. A tömegkommunikáció lehetővé teszi a kívülálló szemlélődést és ezzel le is csapolja az érdeklődést. A tömegkommunikáció egyszerre közvetíti a részleges / és megtévesztő/ részvétel érzését és a teljes elszigeteltség bizonyosságát. Egyik oldalon van a tömegkommunikációt használó ember, a másik oldalon a bemutatott világ. A kettő között a tömegkommunikáció eszköz kapocs is, de korlát vagy fal is, ami áthághatatlan. Csak a modern mesében tud a néző belépni a képernyőbe, s részt venni az ott zajló életben.

A tömegkommunikáció lehetőségei

Ismételjük meg: a tömegkommunikáció gyakran olyan fekete bárány, akit azért szidunk, hogy ne kelljen azzal foglalkozni, mi társadalmi problémáink igazi oka. A tömegkommunikáció, mint mondtuk, nem ok, hanem eszköz. Ez az eszköz ellenben és különösen az új technikák által megteremtett formában sok mindenre használható. Ez azt jelenti, hogy az imént említett veszélyek helyett a tömegkommunikáció társadalmi és humanizációs tényező is lehet.

A helyi, illetve a decentralizált tömegkommunikáció ösztönzést ad a tömegkommunikáción keresztül történő társa-

dalmi részvételnek, fokozza a helyi közéleti érzékenységet, és bázist kínál minden helyi kulturális és műkedvelő tevékenységnek. Ugyanez a tevékenység némi közösségi kötődést is jelent, bár inkább az alkotók mint a használók számára. A tömegkommunikáció jelenleg is kihívást jelent oktatási rendszerünk számára. A bővülő tömegkommunikáció méginkább az lehet, megakadályozva a kulturális leállást.

Társadalmi törekvések, társadalmi nyomás

Azt, hogy a tömegkommunikáció milyen nagymértékben csupán függő változó a társadalmi-gazdasági helyzettel szemben, az elmúlt évek hazai változásai mutatják a legszebben. Ezekben az években ugyanis hirtelen megnőttek az egyéni önállóság, a magánvállalkozások, az egyéni egzisztencia kiépítésének és mindenféle kis közösség kialakításának a lehetőségei. Minden bizonnyal ennek hatására, de legalább is azonos időben az emberek a megrövidülő munkaidőből /itt a szabad szombat bevezetésére, a 42, majd a 40 órás munkahétre való átérésre gondolok/ adódó időtöbbletet a korábbi idővel szemben nem egyszerűen kiegészítő jövedelem szerzésére fordítják, hanem

- mellékmunkáikban az önállóságot nyújtó formákat keresik,
- jelentős időt fordítanak saját életük minőségének javítására,
- különösen a megnyúlt hét végét előszeretettel hétvégi házban vagy telken vagy háztáji és kerti munkával töltik és
- növekvőben van a családdal és társasági kapcsolatokkal töltött idő iránti igény.

Mindezekben az esetekben természetesen változatlanul érvényesül az idő és a pénz részleges átválthatósága. Mind a közvélemény-kutatások, mind a tényleges cselekvést vizsgáló kutatások szerint azonban olyan erős

- az alkotó, önálló cselekvés és

- /a korábbi években különösképpen elhanyagolt/ emberi kapcsolatok iránti igény,
hogy azok érdekében a közvetlen forintbevételek korlátozása is szóbajön. Még sokkal inkább korlátozódik a tömegkommunikációra fordított idő. Nemcsak arról van szó, hogy ez a tömegkommunikációs technika csábításait és nyomását kiegyensúlyozza, hanem arról is, hogy 3-4-5 év óta mintha a kizárólagos tevékenységként történő tévézés /és újságolvasás és rádiózás/ időtartama - legalább is bizonyos társadalmi csoportokban - csökkenne.

Ez persze igazán nem jelenti a tömegkommunikáció valamiféle vereségét, azt azonban feltehetően igen, hogy szabadidőnk eltöltésében bizonyos önállóságot nyertünk vele szemben. Társadalmi-politikai fejlődésünk ezt az önállóságot előreláthatóan az elkövetkező években tovább fogja fokozni.