

# *A társadalomtudományok médiában elfoglalt helyének újragondolása*

---

CYRIL LEMIEUX

Annak megértéséhez, hogy napjaink Franciaországában a különböző médiumok mennyire nyitottak a társadalomtudományok felől érkező tudásra, illetve milyen formában hajlandók használni és figyelembe venni azt, előzetesen állapotfelmérést kell végeznünk az újságírói gyakorlatokról. A diagnózis felállítására nézőpontjuknál és kutatómódszertanuknál fogva a társadalomtudományok igen alkalmasak. Ez az állapotfelmérés lehetővé teszi azt is, hogy olyan kutatói stratégiákat mérlegeljünk, amelyek megengedik, hogy egy tudományos eredmény a média közvetítésével anélkül jusson el a megszokott célközönségénél jóval szélesebb társadalmi rétegekhez, hogy fel kelljen áldozni tudományos hitelét, vagy, hogy szerzői leegyszerűsítő és felszínes kijelentésekre kényszerüljenek.

## **Diagnózis**

Az újságírói gyakorlatok és a médiavállalatok napjainkban zajló átalakulásáról szóló szociológiai kutatások közös megállapítása Franciaországban csakúgy, mint külföldön, hogy az észak-atlanti országokban az 1980-as évek közepe óta a kapitalizmus korábban sohasem tapasztalt mértékben bontakozott ki a média egész területén. Következésképpen a szerkesztőségekben addig ismeretlen termelékenységi és gazdaságossági normákat vezettek be.<sup>1</sup> A változás legalább három szinten mutatkozik meg.

Először is, tanúi lehettünk annak a folyamatnak, melynek során egyre erősebben tudatosodott, az újságírói tevékenység részeként, a médiavállalatok közötti verseny jelentősége. A célközönség, az eladások, a klikkelések, a reklámpiaci részesedés vagy a termelékenység egyre precízebb mérését lehetővé tevő eszközök elterjedésének köszönhetően az újságírás eredményeit mindinkább mennyiségi mutatókkal jellemzik. Mindez lehetővé teszi a konkurens vállalatok teljesítményének gyors és kifinomult

---

<sup>1</sup> Charron–de Bonneville 1996; Champagne (dir.) 2000; Neveu 2009; Lemieux (dir.) 2010.

összehasonlítását. Az új körülmények hatására az újságírói munka értékelésének és a szerkesztőségi döntéshozatali mechanizmusoknak alapvető szempontjává vált egyrészt a konkurencia által közölt információk másodközlésére szánt idő lecsökkenése („reaktivitás”), másrészt az elsőség biztosítása olyan hírek közlésében, amelyekről tudható, hogy a versenytársak aligha kerülhetik el az átvételét („buzz”). A jelenség terjedése az elmúlt években további lendületet vett a hírportálok és a folyamatosan információt közlő hírtelevíziók számának növekedésével. A társadalomtudósok és az újságírók közötti kapcsolat szempontjából mindennek az lett a legfőbb következménye, hogy előbbieik igyekeznek munkájuk ismeretközlő értékét az utóbbiak által definiált aktualitások mozgásaihoz igazítani. Amikor kutatókat kérnek fel, hogy sürgősen lépjenek fel vagy nyilvánuljanak meg egy adott kérdésben, munkájukat a kommunikáció szakértői annyiban ítélik „érdekesnek”, amennyiben a kutatók által tanulmányozott társadalmi probléma éppen a hirtelen támadt zszurnalisztikai érdeklődés – és médiafigyelem – középpontjában áll. Mások, kutatásaik tudományos értékétől teljes mértékben függetlenül, nagyon ritkán és nagyon kis nyilvánossághoz jutnak pusztán azért, mert kutatási témájuk nincs a média napirendjén.

Másodsorban a változás tetten érhető az újságírói munkamódszerek<sup>2</sup> szintjén is. E tekintetben meghatározó folyamat a szerkesztőségi dolgozók számának csökkenése, amely gyakran kiegészül az újságírók sokoldalúságának ösztönzésével, a hírgyártás szabadúszóknak való kiszervezésével. A magazinkiadók, online hírportálok és hírtelevíziók elmúlt évekbeli gazdasági modelljei rendszeresítették is mindezt. Az új munkamódszerek figyelemreméltó következménye egyfajta „ülő újságírás” kialakulása (szemben a terepre kiszálló újságírással), a zszurnalisztikai tevékenység ritmusának felgyorsulása, valamint az újságírók állandó mozgatása a különböző területek között. Bizonyos esetekben mindez azzal is járt, hogy kiszélesedett a nem szerkesztőségi feladatot végző részlegek (reklám és marketing) beavatkozási jogköre. Az újságírók kevésbé szakosodnak és gyorsabban, kisebb létszámú csapatokban, racionalizált eszközökkel dolgoznak, rövidebb határidőn belül kénytelenek lezárni egy témát. Ahelyett, hogy maguk mélyednének el egy-egy tárgykörben és hosszú, mélyreható kutatásokat végeznének, néhány perces, lehetőleg telefonos interjúkat készítenek „szakértőkkel” (például szociológusokkal, történészekkel vagy közgazdászokkal). Ez a rendszer időt és pénzt takarít meg a médiavállalatoknak, mivel a munka egy részét valójában olyan diplomával elismert szakemberek végzik el, akik állami

<sup>2</sup> *Formats de production* – a fogalom az emberi erőforrások és az idő előzetesen felállított beosztására utal, amely egy médiavállalatban meghatározza a hírgyártás mikéntjét. Lemieux (dir.) 2010.

alkalmazásban állnak (kutatók), és általában csupán szimbolikus javadal-mazást kérnek – nevük és foglalkoztató intézményük, esetleg utolsó pub-likációjuk említését. Ez a kialakult helyzet magyarázza, hogy a társadalom-tudós számára mindennapos tapasztalattá vált, hogy olykor akár kutatási területétől igen távol eső témákban is megkeresik az újságírók, függetlenül attól, hol tart éppen a karrierjében, vagy hogy milyen elismerésben részesül-nek munkái a saját tudományterületén.

A változások harmadik területe a sajtótermékek által preferált formá-tumok<sup>3</sup> átalakulása. E téren a közlés ritmusának felgyorsulását tapasztaljuk, mivel rövidül a riportok időtartama és csökken a szövegek terjedelme: adott idő alatt, illetve adott méretű felületen egyre több téma kerül egyszerre fel-dolgozásra, és e témák egyre gyakrabban különálló elemekre bontva jelen-nek meg, így például külön „ablakokban”, keretes írásokban. Szintén jellem-ző, hogy az információközlés egyre többször vizualizált formában történik, nyelvezete pedig közvetlenebb, „lazább”. Az új formátumok célja, hogy a tájékoztatás stílusát – aktuális televíziós kifejezéssel élve – „szexibbé”, „ütő-sebbe” tegyék, s így megragadják és a lehető legmagasabb szinten tartásák a célközönség figyelmét. Egy televíziós tudósítás eszerint egy perc tizenöt másodperccig tarthat (egy másodperccel sem tovább), s ebből a „hanganyag” (interjúrészlet) nem haladhatja meg a tíz másodpercet. (De hogyan adjon át a társadalomtudós tíz másodpercben egy összetett gondolatot?) Hasonló-képpen az írott sajtóban megjelenő interjúknak egy pontosan három (nem kettő, és nem is négy) kérdéses formátumhoz kell igazodniuk, és az is elvá-rás, hogy a válaszok gondosan lerövidítve és olyan módon újrafogalmazva (*rewrité*) jelenjenek meg, hogy a lehető leglényegretörőbbek legyenek, és a megcáfolhatatlanság látszatát keltsék. Ily módon válnak alkalmassá arra, hogy elpalástolják a nüanszokat vagy az esetlegesen felmerülő fenntartáso-kat, amelyek rontanának az állítás érthetőségén. Az újságírók e felfogásnak megfelelően a „jó ügyfeleket” keresik, vagyis azokat az interjúalanyokat, akik képesek a fenti formátumoknak megfelelően nyilatkozni. Azokat pedig, akik nem képesek sem egyszerűen, sem röviden fogalmazni, nem keresik meg újra.

<sup>3</sup> *Formats de diffusion* – a kifejezés nem csupán a cikkek hosszára vagy a repor-tok időtartamára vonatkozik, hanem nézőpontjukra, ritmusukra, hangvételükre, narratív sémáikra, szerkezetükre, a jellemző szófordulatok megjelenítési módjára vagy arra a kisebb-nagyobb távolságra, amelyet a szöveg és főszereplője közé ik-tatnak. Az „egyszerű” újságíró számára éppen ezeknek – az általában nem általa, hanem marketingszakértők és feletteseik által meghatározott – sajátosságoknak az érvényesítésén keresztül jelennek meg azok a korlátok, amelyeket a kereske-delmi szempontok állítanak az újságírás elé.

## Három kísérlet

Gyakorta fájlaljuk ezeket a fejleményeket. Valóban igen sokszor gátolják az újságírókat abban, hogy tiszteletben tartsa a szakma eredeti szabályait.<sup>4</sup> Nem hagyhatjuk figyelmen kívül ugyanakkor, hogy ugyanezek a fejlemények bizonyos, ritkábban előforduló esetekben éppen a szakmaiságot erősíthetik. És kiváltképp azt szeretnénk hangsúlyozni, hogy e fejleményeknek a szociológiai kutatás módszereivel történő szisztematikus elemzése arra hívja fel a figyelmet, hogy a kommunikáció tévútjai feletti erkölcsi megbotránkozásokon túllépve, a politikai gondolkodás eszköztárában keressük a helyzet kiigazításának lehetőségeit. Ez minden bizonnyal elsődlegesen szervezeti és jogi szabályozásokkal lehetséges, hiszen ezek a legalkalmasabb eszközök az újságírók autonómiájának óvására és növelésére, és már önmagában ezáltal is a tömegtájékoztató színvonalának javítására. A helyzet javítására törekedve ne feledkezzünk meg az iméntiekkel szoros összefüggésben azokról az eszközökről sem, amelyek a médiával való együttműködés másfajta módjainak kidolgozásában állnak a kutatók rendelkezésére. Olyan új együttműködésről lehet szó, amely nem csupán azt teszi lehetővé, hogy a társadalomtudományok eredményei a mostaninál kevésbé torzult formában jussanak el a befogadókhoz, hanem azt is, hogy az újságírók munkájuk során többet használják ezeket az eredményeket módszertani és konceptuális forrásokként egyaránt.<sup>5</sup> Ez az erőfeszítés nem maradhat a politikai gondolkodás szintjén, a közös cselekvés szintjére kell emelkednie, hatékony együttműködésre tett kezdeményezések és kísérletek segítségével. Ebben a keretben értelmezendő az a három kísérlet is, amelyekben részt vettem, és amelyeket eredetileg a *Tracés* című folyóirat felkérésére mutattam be.<sup>6</sup> Mindhárom kísérlet olyan lehetőségek felkutatására irányult, amelyek egyfelől lehetővé tennék a kutatók számára a média által megkövetelt formátumokon belüli tevékenységet, másfelől azonban a kutató hatáskörében hagynák a létrehozott szövegek tartalma fölötti ellenőrzést és a társadalmi kérdések felvetését és elemzését. Szögezzük azonban le mielőbb: ha e kísérletek eredményesnek mondhatóak is, az részben annak köszönhető, hogy az érintett médiumok nem tartoznak a legszélesebb közönséget megcélzók közé, és hogy fogyasztóik – az értelmiségi (felső) középosztály tagjai – meglehetősen nyitottak a társadalomtudományok eredményei iránt.

<sup>4</sup> Lemieux 2000.

<sup>5</sup> Az ezekről a kérdésekről folytatott vitához lásd: Lemieux–Mucchielli–Neveu 2010.

<sup>6</sup> Lemieux, Cyril 2012: Penser autrement la place des sciences sociales dans les médias. *Tracés. Revue de Sciences humaines* 12. 151–166. <http://traces.revues.org/5527>; Doi: 10.4000/traces.5527 – utolsó letöltés: 2014. december 30. (A Szerk.)

Az első kísérlet 2006 végén kezdődött. Ekkoriban kerestek meg a *Le Monde* napilap online kiadásának szerkesztői azzal a javaslatlaltal, hogy írjak számukra „vendégblogot” a 2007. májusi elnökválasztásig hátralevő néhány hónapban. Létre kívántak hozni egy olyan szakértői gárdát, amelynek tagjai napról napra kommentálták volna a választási kampány alakulását. Mindebben rám a média munkamódszereinek elemzésében, illetve annak tanulmányozásában számítottak, hogy milyen szerepet játszik a sajtó a jelöltek közötti versengés dinamikájának alakításában. Az alapkoncepció megfelelt a szokásos munkakiszervezési eljárásnak: kutatókat kértek fel arra, hogy ingyenesen kínálják fel „szakvéleményüket”, és arra számítottak, hogy általában olyan figyelemfelkeltő tartalmat fognak létrehozni, amely a portált előnyösen különbözteti meg a konkurens oldalak kínálatától. A megkeresett kutatók közül azonban egyedül én fogadtam el a felkérést, mivel számomra valóban érdekesnek tűnt a kísérlet. Döntésemben nem a pénz vezetett, hiszen nem kaptam fizetést. Sokkal inkább az vonzott, hogy teljes technikai és szerkesztési önállóságot kaptam, valamint lehetőséget arra, hogy egy viszonylag széles, teljesen „laikus” publikumhoz, a *monde.fr* [[www.lemonde.fr](http://www.lemonde.fr)] látogatóihoz szólhassak, akik társadalmi hovatartozásukat tekintve nem teljesen feleltek meg a szokásos egyetemi hallgatóságomnak. „Vendégblogom” összesen 380 000 látogatót számlált. A számos kommentnek köszönhetően felmérhettem, milyen élénk érdeklődést képesek kiváltani a társadalomtudományi elmélkedések és eredmények egy részben nem szakmai közönségből. A visszajelzések ugyanakkor megmutatták ennek az érdeklődésnek a korlátait is, azokat a félreértéseket, amelyeket ez a figyelem kitermelt. Így például az egyik internetező személyes szabadságának megsértéseként értelmezte, hogy felidéztem, léteznek a voksolásnak társadalmi determinációi; míg egy másik naivitással vádolt, amiért azt állítottam, hogy haszontalan a politikusok magatartásában folyamatos cinizmust feltételezni (goffmani értelemben) csupán azért, hogy cselekedeteik magyarázhatóak és megjósolhatóak legyenek.<sup>7</sup>

Részlet a *lemonde.fr* oldalon vezetett vendégblogból – 2007. március 14.

*Pierre Bourdieu/Ségolène Royal: ugyanaz a küzdelem?*

A politikai élet személyközpontúvá tétele nem jelenti feltétlenül annak pszichologizálását. Bizonyítja ezt az eheti<sup>8</sup> *Les Inrockuptibles* Ségolène Royal-interjúja, amely „szociologizáló”

<sup>7</sup> E kísérlet és korlátai elemzéséhez, illetve az internetezőkkel folytatott online kommunikáció jellegének vizsgálatához lásd: Dagiral–Parasie 2009. A blogot mára törölték a *lemonde.fr* oldal szerkesztői. Tartalmát viszont időközben publikáltam: Lemieux 2010a.

<sup>8</sup> A *Les Inrockuptibles* 2007 márciusában az 589. számában közölte a hivatkozott Ségolène Royal-interjút. (A Szerk.)

jellegével keltett feltűnést. (Jó példa a „pszichologizáló” módszerre, amikor az újságírók a jelöltek „személyiségére” kíváncsiak, lásd Estelle Denis múlt vasárnapi [2007. március 11-i] beszélgetését ugyancsak Ségolène Royallal az M6 tévécsatornán.) Az olyan újból és újból felmerülő kérdések helyett, mint hogy „Ki hozza a döntéseket az Ön kapcsolatában?” vagy „Voltak-e olyan pillanatok, amikor úgy érezte, nem bírja tovább?”, olyan váratlan kérdések merültek fel, mint: „Gyermekkorában voltak-e könyvek az otthonában?” vagy „Jártak-e moziba, múzeumba gyermekkorában?”; ami jól hangzik a Bourdieu–Passeron-on<sup>9</sup> edződött szociológus számára.

Néhány hónappal ezelőtt egy a 2000-es évek elején forgatott videó keringett az interneten, amelyben Pierre Bourdieu<sup>10</sup> úgy ítélte meg „Hollande asszonyát”,<sup>11</sup> mint aki magát ugyan baloldalinak deklarálja, habitusában azonban valójában javíthatatlanul „jobboldali”. A filmrészlet és ennek terjedése a világhálón meglehetősen lesújtó képét mutatta a bourdieu-i szociológia politikai felhasználásának. Bourdieu megközeletésének előnyei azonban szerencsére ennél jelentősebbek. A bourdieu-i szociológia az általa nyújtott fogalmi eszközök segítségével egy teljesen más felhasználást adhatna például a *Les Inrockuptibles* interjú értelmezésének is.

Ennek alapján meg kell állapítanunk, hogy Royal válaszai az *Inrocks* újságíróinak kérdéseire arról árulkodnak, hogy még ha tagadhatatlanul a polgársághoz tartozik is – ezt világosan jelzi öröksége, amelyről nemrégiben a *Le Canard Enchaîné* számolt be –, semmi esetre sem egy „örökösno”: egy vidéki, anyagi és kulturális tőkét tekintve is szerény kispolgári családból származik – az édesanyjának például nincs érettségije. Családját ugyanakkor az ilyen típusú társadalmi miliókben megszokott „kulturális nyitottság” jellemezte – apjának zsebkönyv-,<sup>12</sup> anyjának növénygyűjteménye volt –, ő maga pedig a mai napig megőrizte kissé iskolás – tehát társadalmi előmenetelét kevésbé segítő – viszonyulását a magas kultúrához; kedvenc zenedarabjai: Bach hat *Brandenburgi versenye* és Mozart *Requiemje*. Az ösztöndíjasként tanuló Royal, aki egész gyermekkorát vidéki környezetben töltötte, és családi közegétől a köztársasági iskolának<sup>13</sup> köszönhe-

<sup>9</sup> Utalás egy a francia szociológiai oktatásban kézikönyvként használt műre, amelyben a kulturális tőke reprodukciójának elmélete fogalmazódott meg: Bourdieu, Pierre – Passeron, Jean-Claude 1964: *Les héritiers: les étudiants et la culture*. Minuit, Paris. (A Ford.)

<sup>10</sup> Pierre Bourdieu (1930–2002) francia szociológus, antropológus, filozófus, a II. világháború utáni francia szociológia egyik legfontosabb teoretikusa. A blogban munkásságából a tőkeelméletre hivatkozik a szerző, eszerint az egyén társadalmi helyzetét a gazdasági, kulturális és társadalmi tőkével való ellátottsága határozza meg. Lásd például Pierre Bourdieu 2008: *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése. Tanulmányok*. (Vál. Ferge Zsuzsa, Léderer Pál.) General Press, Budapest. (A Szerk.)

<sup>11</sup> Ségolène Royal 2007-ig François Hollande élettársa volt. (A Szerk.)

<sup>12</sup> A „livres de poches” magyar megfelelője lehetett például a Szépirodalmi Kiadó Olcsó Könyvtár sorozata (1954–1991), mindkettő célja, hogy bárki számára elérhetővé tegye a „klasszikusokat”. (A Ford.)

<sup>13</sup> Az „école républicaine” (általános iskola) intézménye Jules Ferry miniszterelnök kezdeményezése nyomán jött létre 1881–1882-ben. A polgári jogegyenlőség és

tően fokozatosan szakadt el, és aki végül az École nationale d'administrationban (Közgazgatási Egyetem) „az iskola öregdiákjainak és vezető tisztségeket betöltő funkcionáriusoknak a gyerekei között találta magát”, kezdetben „nem igazán volt tudatában, hogy jelenléte mennyire nem illik ebbe a milióbe.” Azokat, akiknek ismerős Pierre Bourdieu életútja, mindez emlékeztetheti valamire.

A Pierre Bourdieu és Ségolène Royal között lévő társadalmi különbség valójában jóval kisebb, mint ahogy az az elhíresült videóból kitűnik: esetükben két polgárról van szó (és ehelyütt a szakkifejezésben nincs semmi pejoratív), még ha „tőkeszerkezetük” különbözik is: Royalnak a gazdasági, Bourdieu-nek a kulturális tőkéje volt jelentősebb. Íme, két jól fejlett *libido dominandíval* bíró ember (egyikük a legmagasabb politikai, másikuk a legmagasabb akadémiai pozícióra aspirált); és abból a tényből fakadóan, hogy látványos felemelkedésük tejséggel sikeresnek mondható, közös bennük nemcsak a fennálló társadalmi rend ismerete (amelyhez felemelkedésük során alkalmazkodniuk kellett), de az a törekvés is, hogy ne csupán újratermeljék azt (amire éppen a felemelkedés útján elszenvedett igazságtalanságok emléke ösztönzi/ösztönözte őket).

*Hivatkozás:* Bourdieu, Pierre 1979: *La distinction*. Minuit, Paris.

Az elnökválasztás végeztével az oldal szerkesztői úgy ítélték meg, hogy blogom „nagyon jól teljesített”, így felajánlották a folytatást. Az ajánlatot visszautasítottam, mivel a kezdetektől nyilvánvaló volt, hogy a kísérletnek számomra kizárólag a választási kampány időtartama alatt van értelme. Egyszerűen nem tudtam elképzelni, hogy ennyi időt szánjak erre a tevékenységre. Csakhogy nem sokkal később megkeresett Sylvain Bourmeau újságíró azzal a felvetéssel, hogy bloggerként szerzett tapasztalataimat ültessem át a rádiózás területére. Az újságírónak a France Culture rádióadón hetente jelentkező, *La suite dans les idées* (Gondolatmenet) című, társadalomtudományos újdonságoknak szentelt műsorában kaptam egy tárcát. A kijelölt cél az volt, hogy próbáljak meg egy adott hírt négy percben elemezni egy szociológiai tanulmány, elgondolás vagy elmélet fényében. A műsor gyártói ezzel a megoldással – a hangnemváltás, illetve a „kitekintés” beékelésével – élénkebb, lendületesebb formát kívántak adni a műsornak. A *lemonde.fr*-en vezetett blogomhoz képest a tárgyalásra javasolt társadalmi jelenségek köre a rádióban számottevően kiszélesedett: a politikán és a médián túl ezúttal a gazdaság, a művészetek, a kultúra, a nemzetközi kapcsolatok, a sport, az oktatás, a vallás, az egészségügy és a környezetvédelem is megjelent. Mindebben arra láttam lehetőséget, hogy a szociológiát és társtudományait, elsősorban az antropológiát és a történettudományt teljes gazdagságukban felidézsem,

---

tankötelezettség alapján álló oktatási reform lényege az volt, hogy a köztársasági iskolán keresztül mindenki azonos színvonalú, ingyenes és nem egyházi oktatáshoz jusson. (A Ford.)



és bemutassam szoros kapcsolódásukat a kortárs világ változásaihoz és leg-hétköznapibb gondjainkhoz. Munkámat anyagilag is honorálták: körülbelül 100 euró járt tárcánként. S ami a legfontosabb, teljes szerkesztői szabadságot kaptam. Teljes egészében magam határozhattam meg a tárgyaló témát éppúgy, mint a tárgyalás módját. Noha a nyilvánvaló technikai okok miatt a visszajelzések nem voltak azonnaliak és számszerűleg is kevesebb érkezett belőlük, mint a *lemonde.fr* esetében, nem volt elhanyagolható azoknak a hallgatónak a száma, akik tollat ragadtak és elkérték egyes tárcáim szövegét. Többek között középiskolai tanárok tettek így, akik pedagógiai segédanyagként kívánták használni munkáimat. Ez indított arra, hogy a kísérlet végeztével összegyűjtssem és írásban is kiadjam e tárcák szövegét.<sup>14</sup>

A 2009–2010-es tanév kezdetén a kísérlet a végéhez ért. A *La suite dans les idées* ekkortól sokkal jobb hallgatottságú időszávba került: kedd délelőtt helyett szombat délben sugározták. A változás ára ugyanakkor a műsorszerkezet alapos módosítása volt: a műsoridő felére csökkent – egy óráról fél órára –, a hozzászólók és a rovatvezetők pedig eltűntek – a szándék az volt, hogy a hangvételt személyesebbé tegyék, bensőségebb hangulatot teremtsenek azáltal, hogy a műsorszerkesztő, Sylvain Bourmeau egyedül beszélget vendégével. Közreműködésem megszűnte számomra ugyanakkor nemcsak negatív következményekkel járt, hiszen lehetőségem volt lazítani szigorú időbeosztásomon. Hamarosan megkeresett azonban az *Alternatives économiques* című havilap főszerkesztősége, és azt ajánlotta, vezessek tárcát a lap hasábjain, még hozzá ugyanolyan keretek között, mint ahogy a France Culture-nél tettem. A magazin egy teljes oldalát kínálták fel, ami egy körülbelül 3500 karakteres, illusztrációval ellátott szöveg elkészítését jelentette. Honoráriumom a megszokott árszabás szerint nettó 92 euró volt tárcánként. Elfogadtam a javaslatot. A feladatot többek között azért találtam érdekesnek, mert a tőlem elvárt munkatempó jóval kevésbé volt sürgető, mint a France Culture-nél vezetett rovatom esetében. Mindazonáltal itt a korábbinál kisebb szabadságot kaptam, hiszen a témaválasztásaimat előzetesen egyeztetnem kellett a főszerkesztőséggel – elkerülendő az esetleges ismétlődéseket egyazon lapszámon belül –, és a „saját” oldalam bizonyos elemeit nem magam szerkesztettem – elsősorban a felvezető leadet és az illusztrációt.<sup>15</sup>

<sup>14</sup> Lemieux 2010b.

<sup>15</sup> Az *Alternatives économiques*-ban megjelent cikkeim elérhetőek a [www.cairn.info](http://www.cairn.info) internetes oldalon.



## Négy kérdésfeltevés

Az érzékelhető különbségek ellenére a médiában való rendszeres szereplésre tett kísérleteim azonos kérdéseket vetnek fel. Az első bizonyosan az, vajon sikerül-e megcáfolni azt – a közönség egy része és egyes újságírók által megfogalmazott – előítéletet, hogy a társadalomtudományok eredményei a hétköznapi valóságtól elszigetelten, csupán az egyetemeken és szakkönyvek lapjain jelennek meg. Ennek az elképzelésnek a cáfolataként felmutatható, hogy ezek a tudományok milyen mértékig képesek feltárni azoknak a gyakorlati problémáknak a lényegét, amelyek meghatározzák egyéni és közösségi létünk szerkezetét. Fontos világossá tenni, hogy gyakran megdöbbenően közvetlen a társadalomtudományok hatása a minket foglalkoztató kérdésekre és az általunk megélt tapasztalatokra, legyen szó a gazdasági válság vagy a globális felmelegedés mögött álló társadalmi mechanizmusokról; a keresztneveinkről, amelyeket szüleink választanak számunkra; az egészségügyi ellátás egyenlőtlenségéről; munkahelyi rossz bánásmódról vagy faji diszkriminációról. És a sor folytatható: a doppingolás vagy a kínai emberi jogi helyzet miatti felháborodásunk, a brókerek mértéktelen javadalmazása, a hozzátartozóink körében elszorított vagy gyakorolt férfidominancia, nyaralásaink helyszínének, egy üveg bornak vagy épp kisállatunknak a kiválasztása – mind-mind ilyen jelenségek. Vagyis érdemes emlékeztetni arra, hogy a társadalom nem csupán az életünk bizonyos, jól körülhatárolható területeire gyakorol befolyást, hanem az életünk minden egyes szegmense szociálisan is determinált.

Adódik tehát a második kérdésfeltevés: hogyan tudjuk kimutatni a társadalomtudományok emancipációs hatását? E hatás először is abban áll, hogy a társadalomtudományok lehetővé teszik számunkra, hogy bizonyos távolságot tartsunk azzal a metódussal szemben, ahogyan a média gyártja és interpretálja a híreket. A média formálói ugyanis a tudomásukra jutott jelenségeket a végtelenségig individualizálják, pszichológiai tartalommal töltik fel és magától értetődővé teszik. Megnyilvánul továbbá a társadalomtudományok formáló ereje abban, hogy lehetővé teszi számunkra a sajtóhírekkel és a hétköznapi életünkben felmerülő eseményekkel szembeni reakcióink reflexív elemzését. E tekintetben döntő fontosságú hangsúlyozni a szakirodalom állásfoglalásai és beszédmódja, illetve a sajtó-megnyilvánulások közötti jelentős különbséget. Amennyiben a kutató felismeri a társadalomtudományok emancipációs funkcióját – amellyel a tudományos munkák éppen hogy nem rendelkeznek –, le kell mondania arról, hogy szakmai hozzáértésének tekintélyével hasson a „laikus” közönségre. Ugyanígy elveszti annak lehetőségét, hogy bizonyos állításait megcáfolhatatlanként tüntesse fel, ami egyébként a kutatók gyakori célkitűzése. Ellenkezőleg: a kutatói

ambíció esetünkben éppen abban áll, hogy olyan területeken, ahol ez korábban nem volt jellemző, közös gondolkodásra ösztönözzön, illetve önmaga és mások esetében is ismételten bizonyos távolságtartásra sarkalljon. A fentebb bemutatott három különböző típusú médiaszereplésben éppen ez a közös: céljuk nem megkérdőjelezhetetlen igazságok lefektetése volt, hanem tapasztalataim közrebocsátása. Ezek során az internetező, rádióhallgató vagy újság-olvasó közönségnek lehetősége nyílt arra, hogy a társadalmi élet jelenségeit a szerzővel egy időben a társadalomtudományok szemüvegén át szemlélje, s mindezt azért, hogy közösen lássuk be, változtat-e ez valamit azon, ahogy a világ dolgait látjuk.

Tárca a France Culture rádióban elhangzottak közül – 2008. július 15.

*Sajnáljuk a gazdagokat!*

Vannak olyan francia állampolgárok, akik idén nyáron nem mennek nyaralni. Sem idén nyáron, sem idén télen. Valójában az év egyetlen időszakában sem utaznak el. Ők „azok a franciák, akik nem mennek nyaralni”. Ez az a csoport, amelyről alig beszélünk, pedig végül is a lakosság több mint 35%-át képviseli – mintegy húszmillió embert –, ha hihetünk az INSEE<sup>16</sup> adatainak. Ha ön elmúlt hetven éves, nagyobb eséllyel képezi részét ennek a csoportnak, mint mások. De van valami, ami meghatározóbb, mint az ön életkora, és ez az ön társadalmi helyzete. Ha például ön mezőgazdasági dolgozó vagy ipari munkás, önnek 50% esélye van arra, hogy e csoportba tartozék. Ha viszont köztisztviselő vagy a vezető értelmiség tagja, az esélye már csak egy a tízhez! Általánosabban fogalmazva, ha ön a társadalom legtöbbit kereső negyedéhez tartozik, akkor mindössze egy a héthez annak az esélye, hogy „a franciák, akik nem mennek nyaralni” csoport tagja legyen, míg ha a legrosszabbul kereső egynegyedben foglal helyet, esélyei 50% fölöttiek.

Hozzátehetjük, hogy a szerényebb költségvetésű családok, még ha el is utaznak, egészen más módon teszik ezt, mint a tehetősebb háztartások tagjai. Először is, rövidebb időtartamra mennek: átlagosan kevesebb, mint 11 napot maradnak távol, szemben a leggazdagabbak 26 napos szabadságával. Egy másik különbség, hogy a legrosszabb anyagi körülmények között élőknek mindössze egytizede utazik el nyáron is és télen is, míg ez a tehetősebbek felére igaz. Végül, a tehetősebbek gyakrabban utaznak külföldre és szállnak meg hotelben vagy turisztikai létesítményekben, már ha nincs saját tulajdonú nyaralójuk. A szerényebb költségvetésű családok az esetek kétharmadában családtagoknál vagy barátoknál éjszakáznak.

A számok beszédesek, és arra hívják fel a figyelmet, hogy a fizetett szabadság nem jelenti automatikusan azt, hogy azonosak a lehetőségeink a szabadidőnk eltöltésében. Ez az, amit tökéletesen megértett Thorstein Veblen amerikai közgazdász és szociológus, amikor 1899-ben szenzációs könyvet publikált *Theory of the Leisure Class: An Econo-*

<sup>16</sup> Institut nationale de la statistique et des études économiques – a francia állam központi statisztikai hivatala. (A Ford.)

*mic Study of Institutions* címmel.<sup>17</sup> Ebben a munkában a társadalmi elitet nem marxista nézőpontból, a termelőeszközök birtoklása mentén definiálja Veblen, hanem az alapján, hogy milyen mértékben képesek megszakítani a munkát, és átadni magukat a különböző költséges, szabadidős tevékenységeknek. Veblen számára a társadalomban elfoglalt vezető szerep a szabadidőn keresztül mutatkozik meg, mivel az az anyagi és szociális hatalomgyakorlás metaforájává válik. Például minél jobban nyaralunk, és főként, minél többet költünk a szabadságainkra, annál jobban megerősítjük szociális felsőbbrendűségünket azokkal szemben, akik kénytelenek dolgozni, illetve takarékoskodni akkor is, amikor elmenniük nyaralni. Veblen szerint ez magyarázza, miért szán ennyi időt és gondot a „szabadidő osztálya” arra, hogy egyre újabb, fölösleges és extravagáns kiadásokra, a legutolsó divat szerinti és a legdrágább tárgyakra, illetve költséges partikra pazarolja vagyonát. A gazdaságilag irracionális magatartást a szociális funkciója igazolja, arra szolgál, hogy mások számára egyértelművé tegyük: valóban a „szabadidő osztályához” tartozunk, vagyis megfelelő anyagi eszközökkel rendelkezünk ahhoz, hogy költséges szabadidős tevékenységeknek szenteljük magunkat. Ez az, amit Veblen „hivalkodó fogyasztásnak” nevez. Veblen azt is kifejti, hogy a milliárdosok nyaralásai gyakran úgymond az unalom és az elvárások kálváriájává válnak, és tulajdonképpen semmilyen örömet nem okoznak a nyaralónak. De nem is ez a cél, hiszen a hivalkodó fogyasztásban az a fontos, amit ezek a nyaralások képviselnek, vagyis hogy mindenki számára egyértelművé váljék, a nyaralók mindezt megengedhetik maguknak.

Veblen ugyanakkor tovább megy, és azt állítja, hogy a szerényebb körülmények között élők el is várják a gazdagabbaktól ezt a hivalkodó fogyasztást. Nem bocsátanak meg nekik, ha az átlagember fürdőhelyén, hétköznapi módon üdülnek, és megpróbálnak spórolni, amin csak lehet. Veblen szerint a szegények azt várják a gazdagoktól, hogy életre keltsék álmaik nyaralását, azt, ami számukra elérhetetlen. Éppen ezért tesz ki a gazdagok olyan szívesen *tömegszórakoztatás* tárgyává a pihenőidejüket. Így volt ez már Veblen korában is, ma pedig az olyan magazinoknak köszönhetően, mint a *Voici* vagy a *Gala*, még inkább igaz. Általuk az átlagember mindent megtudhat arról, milyen körülmények között kapcsolódnak ki a gazdagok, milyen partikat adnak, miféle túlzásokba esnek. Költséges szórakozásainak a nyilvánosságra hozatala által és a lenyűgözés erejével a „szabadidő osztálya” egyfajta hatalmat gyakorol az átlagember felett. Ebben áll, Veblen szerint, a sajtó hangsúlyosan politikai szerepe: beszámol az elitek szabadidős tevékenységeiről, és így fenntartja a társadalmi dominanciát.

Sajnáljuk hát a gazdagokat, hogy idén nyáron is kénytelenek lesznek borzalmas nyaralások során fölösleges termékeket fogyasztani, és magukat közszemlére tenni

<sup>17</sup> Magyarul 1975-ben *A dolgoztalan osztály elmélete* címmel jelent meg először válogatás Veblen írásaiból. A *leisure class* korabeli fordítása eleve ideológiai tartalmú volt, hiszen a *leisure time* (szabadidő) helyett a *dologtalanságot* helyezte előtérbe. Az 1970-es francia fordítás címe az eredeti angolnak felelt meg: *Théorie de la classe de loisir*. A keretes írásban a francia és angol verzió szerinti fordítás szerepel a társadalmi csoport megjelölésére. (A Szerk.)

pusztán azért, hogy gazdagságukat bizonygassák önmaguk előtt, a kevésbé tehetősek pedig továbbra is irigyelhessék a számukra elérhetetlen, vágyott szabadidőt. Mint az a húszmillió ember, aki idén sem jut el nyaralni, de akinek a *Gala* vagy a *Voici* ezúttal is nagyvonalúan felajánlja majd, hogy látogasson el egy milliárdos jachtjára, esetleg ismerkedjen meg a saint-tropez-i luxuséletmód titkaival.

*Hivatkozás:* Veblen, Thorstein 1970 [1899]: *Théorie de la classe loisir*. Gallimard, Paris.

A kísérletek harmadik tétje is említésre méltó. Igyekeztem bemutatni a szociológia, illetve tágabban a társadalomtudományok sokszínűségét és egyben alapvető egységét is. Lényeges volt e tekintetben, hogy a lehető legtöbb szerzőt említsem meg – természetesen szociológusokat, de történészeket is (Philippe Ariès, Georges Duby, Bronisław Geremek, Christopher Lloyd, Geoffrey W. S. Barrows, Charles Tilly, Stéphane Audoin-Rouzeau stb.), valamint antropológusokat (Bronisław Malinowski, Louis Dumont, Claude Lévi-Strauss, Roger Caillois, Max Gluckman, Georges Balandier, Clifford Geertz, Mary Douglas, Victor Turner, Maurice Godelier, Frederick G. Bailey stb.). Szintén fontosnak tartottam megidézni a francia tudományosság képviselői (így például Marcel Mauss, Maurice Halbwachs, Raymond Aron, Michel Crozier, Henri Mendras, Raymond Boudon, Pierre Bourdieu) mellett más nemzeti hagyományokból érkező szerzőket is (így Németországból Georg Simmelt, Norbert Eliast, Theodor Adornót vagy Jürgen Habermast, az Egyesült Államokból pedig Everett C. Hughes, Paul F. Lazarsfeldet, Robert Mertont, Charles Wright Millst, Erving Goffmant, Howard S. Beckert, Joseph Gusfieldet, Mancur Olson, vagy Albert O. Hirschmant). Értelemszerűen idéztem a szociológia alapító atyáit (Karl Marxtól Max Weberig, Émile Durkheimen, Georg Simmelen, Gabriel Tarde-on vagy Thorstein Veblenen át), de kortárs szerzőket is emlegettem, legyenek bár ismertek (mint Anthony Giddens, Ulrich Beck, Luc Boltanski, Michel Callon, Ronald S. Burt vagy Bruno Latour) vagy kevésbé híresek (mint az a számos fiatal szerző, akinek a munkáit volt szerencsém megemlíteni). A hivatkozások e széles palettája révén értékes gondolatok jelentek meg, nagyon különböző és néha egymásnak akár élesen ellentmondó elméletek is. Az említett szerzők együttesen más-más szempontból és eltérő léptékű elemzésekkel világítják meg a társadalmi jelenségeket, így arról tanúskodnak, hogy nem csupán hiányzik egy, a társadalomtudományokat összefogó egységes nyelvezet, illetve elméleti keret, de nem is lehetséges ilyet létrehozni. Kétségtelen, hogy szükséges volt elfogadtatni ezt a sokszínűséget és kiemelni az értékét. Mindazonáltal ez a sokszínűség nem feledtetheti a társadalomtudományok egységes és kumulatív jellegét, hiszen eljárásaik legalább egy vonatkozásban közösnek bizonyulnak: abban, hogy visszautasítják, hogy az egyének gondolkodása és életmódja adekvát módon leírható lenne az individualizmus

fogalmaival. Tárcáimban ezt az elutasítást szándékoztam időről időre megjeleníteni, annak érdekében, hogy emlékeztessenek a társadalomtudományok szükségszerűen idegen, sőt olykor egyenesen sokkoló jellegére egy olyan, az individualista ideológia által uralt társadalomban, mint a miénk.<sup>18</sup>

E tekintetben felmerül egy utolsó kérdés is: milyen módon tudnánk jobban megismertetni és meg is szerettetni a társadalomtudományokat azokkal, akiket az ilyen tudományos okfejtések kényelmetlenül érintenek vagy hidegen hagynak? E ponton alapvető fontosságúnak bizonyul az írás kérdése, és világossá válik, hogy a kutatók érdekeit szolgálja, ha megtanulják mondandójukat a média által elvárt formátumokba rendezni, amennyiben ezek nem korlátozzák szélsőségesen a lehetőségeiket. Hasznos lehet például 3500 karakterben vagy négy perces műsoridőben megnyilvánulni, s elgondolkodni azokon a követelményeken, amelyeket általában a szakmai szövegek írása és annak konvenciói támasztanak a kutatóval szemben. Lehetséges, hogy egyúttal meg is szeghetjük ezeket az előírásokat, hogy egyszer kipróbáljuk magunkat egy élénkebb, figyelemfelkeltőbb, világosabb stílusban – ami közelebb áll azokhoz az olvasókhoz, akiket az akadémiizmus elijeszt vagy nyomaszt. Nyilvánvaló, hogy a szociológiai eredményeknek a nagyközönség számára történő kifejezési formái nem arra hivatottak, hogy felváltsák a kollégák közötti tudományos kommunikációt, hiszen ez megkívánja bizonyos elvek szigorú tiszteletben tartását.<sup>19</sup> A média által preferált formák időnkénti használata ugyanakkor megújíthatja a szakmában használatos tudományos írásmódot azáltal, hogy világossá teszi, mely stíluselemek tartoznak a precizitás és a szükséges szakmaiság készletébe, és melyek azok, amelyek bonyolulttá és homályossá teszik a szöveget. Utóbbiak nem csupán fölöslegesek, de valójában ellent is mondanak a tudományos fejtegetésekkel szemben támasztott követelménynek, a világos fogalmazásnak.

Egy tárcám az *Alternatives économiques* című lapból – 2011. november  
*Steve Jobs: egy „magányos” feltaláló halála?*

Ki merné tagadni? Steve Jobs zseniális feltaláló volt. Nem biztos azonban, hogy a kizárólag személyes érdemeit hangsúlyozó posztumusz méltatások lehetővé teszik számunkra e zsenialitás háttérének a megértését.

*Utánzás* – Gabriel Tarde munkája e tekintetben értékes segítséget nyújthat. A szerző szerint – aki a 19. század végén elsőként dolgozott ki szociológiai elméletet a találékony-ságról –, ha mindannyiunkat az újítások felé terelnek is, ez éppen annak mentén történik, hogy megállás nélkül utánoznunk kell (szüleinket, tanárainkat, később barátainkat, kollégáinkat, versenytársainkat stb.). A személyes találékony-ság tehát nemhogy ellentétes

<sup>18</sup> Erről részletesebben lásd Lemieux 2010b: 309–310.

<sup>19</sup> Ezeket az elveket igyekeztem megvizsgálni itt: Lemieux 2010c.

mások utánzásával, hanem éppen annak közvetlen folyamánya: annak eredményeképpen jön létre, hogy az egyén valamilyen módon magáévá igyekszik tenni mindazt, amit mások csinálnak és kitalálnak. Ily módon, állítja Tarde, „szociológiai értelemben minden csak újítás vagy utánzás lehet”.<sup>20</sup> Hogy megértsük tehát, miért volt Steve Jobs olyan kreatív, először azzal kell foglalkoznunk, ami másolásra készítette őt: így például ügyes ezermester nevelőapja, akit egész fiatalon igyekezett utánozni, később Bill Helwett informatikus a Helwett-Packard csoportból, akit csodált, vagy a barátja, Steve Wozniak, akinek az elektronika és Bob Dylan iránti szenvedélyét köszönhette.

*Egyéni újítás* – A 20. században André Leroi-Gourhan antropológus és őstörténész<sup>21</sup> Tarde nyomdokain haladva azt állította, hogy elvi okokból ki kell zárni „az egyéni újítás lehetőségét abban a formában, ahogy szokványosan beállítják, vagyis egy bizonyos tárgy megalkotását egyetlen embernek tulajdonítva.” Ebből a nézőpontból számunkra az a fontos, hogy Jobs nem *egymaga* találta föl 1984-ben az első grafikus felhasználó felülettel rendelkező személyi számítógépet, a híres Macintosht. Hiszen, amint Leroi-Gourhan állítja, minden találmány keletkezésénél ott találjuk „a korábban már létező anyagot vagy csoporthagyományt (esetleg egy szomszéd csoportét) mint kiinduló elemeket.” (Ismeretes például, hogy Jobs a Xerox informatikai tudástárából halászta ki az „egeret”, amellyel aztán az ő ötlete alapján szerelték fel a Macintosh számítógépet.) Szintén Leroi-Gourhant idézve: „az egyén teljesítménye nem kisebbedik azáltal, hogy tudja mire alapozni kreatív gondolatait.” Valóban, egyetlen kiemelkedő elme sem születetne meg, ha nem volna örököse egy olyan technikai kultúrának és miliőnek, ami túlmutat rajta, és amelynek nem ő a megalkotója.

Az 1980-as évektől fogva Bruno Latour<sup>22</sup> és Michel Callon szociológus lépett Tarde nyomdokaiba. Számos empirikus kutatásra támaszkodva kimutatták, hogy nem elég technikai téren tehetséges feltalálónak lenni ahhoz, hogy a találmány sikeres legyen. Arra is szükség van, hogy a találmányt utánózzák (az ő kifejezésükkel „lefordítsák”), vagyis olyan új felhasználási módokat találjanak neki, amelyeket a feltaláló nem látott előre, és amelyek a felhasználók találekonyágáról árulkodnak. Azok a találmányok, amelyek nem képesek további újítást, és ezáltal utánzást stimulálni, elbuknak. Steve Jobs

<sup>20</sup> Gabriel Tarde-tól még 1908-ban jelent meg magyarul egy válogatott tanulmánykötet: *Összehasonlító tanulmányok a kriminológia köréből* címmel (Vál. Lengyel Aurél. Athenaeum, Budapest). *Az utánzás törvényei* azóta sem olvasható magyarul. (A Szerk.)

<sup>21</sup> André Leroi-Gourhantól a hivatkozott mű ugyan nem érhető el magyarul, de egy 1964-es műve (*Les religions de la Préhistoire*. PUF, Paris, 1964.) igen: *Az őstörténet kultuszai* (Az én világom) Kosmosz Könyvek, Budapest, 1985. (A Szerk.)

<sup>22</sup> Bruno Latourtól több fordítás jelent már meg és jelenik meg napjainkban is folyóiratokban. Az 1991-es munkája (*Nous n'avons jamais été modernes – essai d'anthropologie symétrique*. La Découverte, Paris.) magyarul is olvasható: *Sohasem voltunk modernek. Szimmetrikus antropológiai tanulmány*. Osiris-Gondolat, Budapest, 1999. Az itt hivatkozott kötet magyarul még nem jelent meg, de angolul 1996-ban igen (*Aramis or the Love of Technology*. Harvard University Press, Cambridge, Mass.). (A Szerk.)

valódi zsenialitása talán éppen ezen a téren mutatkozott meg: újításait nem kizárólag technikai paraméterekben fogalmazta meg, hanem szocio-technikai keretben – más szóval igyekezett megkönnyíteni a felhasználók számára újításainak befogadását, és szabad utat engedett egyéni leleményességüknek.

*Hivatkozások:* Tarde, Gabriel 1993 [1890]: *Les lois de l'imitation*. Kimé, Paris.

Leroi-Gourhan, André 2002: *Milieu et techniques*. Albin Michel, Paris.

Latour, Bruno 1992: *Aramis ou l'amour des techniques*. La Découverte, Paris.

## Hogyan tovább?

A három említett kísérlet nyilvánvaló korlátokba ütközik. A legszembetűnőbb közülük abból a tényből fakad, hogy a kísérleteknek helyet adó médiumokban közös volt, hogy fogyasztóik kizárólag az értelmiségi (felső) középosztályból verbuválódtak, ami bizonyos szabadságot biztosított a kutatónak. Még ha a hírgyártás kiszervezése *minden médiumban* általános és kedvelt eljárásá vált is, a társadalomtudósok és munkáik felhasználási formái, a kutatók megnyilatkozásainak módozatai és a nekik juttatott szerepkörök igen változatosak maradtak. A leginkább kereskedelmi jellegű médiumokban a kutatókat leggyakrabban egy-egy jól meghatározott téma „szakértőjeként”, „specialistájaként” hívják meg. Megnyilvánulásait kimondottan olyan korlátozott keretekbe kell beilleszteniük, amelyeket nem ők határoznak meg. Ezzel szemben az „elitistább”, aránylag kis közönségű orgánumokban a társadalomtudósok könnyebben jelenhetnek meg egy adott mű vagy egyéni kutatás „szerzőjeként”. Ezekben az esetekben a megkívánt formátumok is kevésbé korlátozóak, illetve bizonyos aspektusaikról maga a kutató dönthet – ez történt a három említett kísérlet során is. Igen nehéz ennél fogva e három tapasztalat tanulságait kiterjeszteni, és általuk a kereskedelmibb jellegű orgánumok kereteiben is érvényes stratégiákat kidolgozni arra, hogy jobban és autonóm módon hallassuk a társadalomtudományok hangját. Noha egész biztos, hogy politikai szempontból is hasznos volna ebben az irányban továbblépni.

Ez a legutóbbi megjegyzés arra int, hogy ne tévesszük szem elől a tényt: előfordulhat, hogy nem éri el a célját a társadalomtudományok ismeretterjesztő funkciójáról folytatott elmélkedés, ha kizárólag a média kérdésébe ágyazottan jelenik meg. Az ismeretterjesztés ugyanis – pontosabban a „laikusok” megnyerése a társadalomtudományos látásmód befogadására – csak akkor válhat általánossá a médiában, s így a kevésbé „elitista” orgánumokban is, ha a tágabb közönség részéről igény mutatkozik a szociológiai nézőpontra. A feladat nagy része minden bizonnyal a középfokú oktatásra hárul, a kérdés pontosabban az, milyen szerephez jutnak a társadalomtudományok a középiskolai tananyagban. Minél több lesz a jövőben a szociológia,



az antropológia vagy a történelem iránt érdeklődő ember, a kiadóvállalatok és az újságírók annál inkább lesznek készek beépíteni e tudományterületek okfejtéseit és eredményeit a hírközlési stratégiáikba. Ezért nem szabad megfeledkezni arról, hogy a társadalomtudományok ügyének előmozdítása a médiában nem csupán a kutatók és az újságírók magánügye, ez a folyamat e tudományok „demonstrátorain”, a középiskolai tanárokon is, ha nem első-sorban rajtuk múlik. Lehetséges, hogy a társadalomtudományok politikai befolyása és társadalmi presztízse sokkal inkább függ a tantervek felépítésétől, mint a televíziós csatornák kiemelten kezelt témáitól.

A három bemutatott kísérlet kapcsán felmerül egy további aggály: mindössze egyetlen kutató bevonásával valósultak meg. Következésképpen felfoghatóak úgy is, mint egyéni megoldások, sokkal inkább, mint egy közös fellépés eredményei. Ahhoz, hogy az ilyen típusú egyéni kísérleteknek több súlya legyen, kétségtelenül szükség van kutatói közösségek bevonására, arra, hogy e kérdések közös kutatások tárgyát képezzék. Mikor fog például létrejönni egy szociológiai sajtóügynökség, amely magyarázatokat fűzne a hírekhez, de, ismétlem, nem megkérdőjelezhetetlen szakvélemény formájában, hanem tudományos elméletek, gondolatok és viták felemlítésével, vita tárgyává téve a valóságot.

A kollektív dimenziót érdemes volna az újságírókkal való intenzívebb együttműködésben is szorgalmazni. Voltaképpen amilyen kevésbé hatékony és testhezálló szerep a kutató számára tíz másodperces interjúkban megnyilatkozni nem szociológiai nézőpontú (sőt, időnként kifejezetten anti-szociológiai) műsorokban, épp annyira képesek ezek a szereplések hasznos módon hozzájárulni saját szakterületük fejlődéséhez. Hiszen amikor a kutatók igyekeznek kiigazítani azt, ahogyan az újságírók a társadalmi jelenségeket felvezetik és tematizálják, arra biztatják őket, hogy a jelenségeket inkább a szociológia fogalmaival ragadják meg, semmint egyéni, lélektani és magától értetődő történésekként. Ebben a szellemben tartottam 2011-ben Sylvain Bourmeau újságíróval együtt egy szemináriumot az EHESS-en (École des Hautes Études en Sciences Sociales) „Kutatás a zszurnalisztikában és a társadalomtudományokban” címmel.<sup>23</sup> A szeminárium lényege abban állt, hogy igyekeztünk párbeszédet generálni olyan kutatói és újságírói tényfeltáró gyakorlatok között, amelyek ugyanarra a tárgyra irányulnak, legyen az a korrupció, a tunéziai forradalom, a professzionális politikusok vagy a „külvárosok” kérdése. A közös munka további tétje az volt, hogy megvizsgáltuk, a tudósok és a sajtó munkatársai hogyan meríthetnek ihletet

<sup>23</sup> A szeminárium leírása elérhető az EHESS internetes oldalán: „L'enquête en journalisme et en sciences sociales: regards croisés”: <http://www.ehess.fr/fr/enseignement/enseignements/2010/ue/322> – utolsó letöltés: 2014. december 20.

egymás módszereiből, beszéljünk akár a társadalomba való beilleszkedésről, a digitális adatbázisok újfajta felhasználásáról (például a *data journalism* esetében) vagy a kutatás eredményeinek újszerű bemutatásáról (konkrétan a multimédia nyújtotta lehetőségekről). 2012-ben megpróbáltam tovább vinni ezt a fajta kísérletezést, és szemináriumot hirdettem az elnökválasztási kampány sajtóbeli feldolgozásáról. Ebben a keretben több beszélgetést is szerveztem politikai újságírók és társadalomtudósok között, illetve ezzel párhuzamosan fiatal kollégákkal és mintegy húsz hallgatóval kutatást végeztünk öt szerkesztőségben, amelynek az eredményeit a közeljövőben vitatjuk meg az érintett újságírókkal.<sup>24</sup>

Az utópia, ami e gyerekcipőben járó kísérletekben megfogalmazódik, a chicagói iskola kezdeteit idézi. A chicagói iskola és az emblematis Robert Ezra Park korában a zszurnalisztika sarkallta megújulásra a szociológiai módszereket, a szociológiai látásmód pedig hatást gyakorolt az újságírókra, arra, ahogyan ők értelmezték a társadalmi jelenségeket.<sup>25</sup>

*Fordította: Eszik Veronika*

## Hivatkozott irodalom

- Bourmeau, Sylvain 1988: Robert Park, journaliste et sociologue. *Politix* 3. 50–61.
- Champagne, Patrick (dir.) 2000: Le journalisme et l'économie. *Actes de la recherche en sciences sociales* 131–132.
- Charron, Jean – de Bonville, Jean 1996: Le paradigme du journalisme de communication. *Communication* (17.) 2. 51–98.
- Dagiral, Éric – Parasio, Sylvain 2009: Intervenir autrement: Cyril Lemieux, sociologue-blogueur pendant la campagne présidentielle de 2007. *Terrains & Travaux* 15. 51–79.
- Lemieux, Cyril 2000: *Mauvaise presse. Une sociologie compréhensive du travail journalistique et de ses critiques*. Métailié, Paris.
- Lemieux, Cyril 2010a: *Un président élu par les médias? Regard sociologique sur la présidentielle de 2007*. Presses des Mines, Paris.

<sup>24</sup> A két szeminárium célkitűzései és programja elérhető az EHESS internetes oldalán: „Les formes du jugement journalistique à l'épreuve de l'élection présidentielle,” <http://www.ehess.fr/fr/enseignement/enseignements/2011/ue/494> – utolsó letöltés: 2014. december 20.; „Présidentielle 2012: les médias font-ils l'élection?” <http://www.ehess.fr/fr/enseignement/enseignements/2011/ue/555> – utolsó letöltés 2014. december 20.

<sup>25</sup> Bourmeau 1988.

- Lemieux, Cyril 2010b: *La sociologie sur le vif*. Presses des Mines, Paris.
- Lemieux, Cyril 2010c: L'écriture sociologique. In: Paugam, Serge (dir.): *L'enquête sociologique*. PUF, Paris, 379–402.
- Lemieux, Cyril (dir.) 2010: *La subjectivité journalistique. Onze leçons sur le rôle de l'individualité dans la production de l'information*. Éditions de l'EHESS, Paris.
- Lemieux, Cyril – Mucchielli, Laurent – Neveu, Érik 2010: Le sociologue dans le champ médiatique: diffuser ou déformer? *Sociologie* 2. 287–299.
- Neveu, Erik 2009: *Sociologie du journalisme*. La Découverte, Paris.