

A szenátusi határozatoktól a konzervműsorokig

Wilhelm József

Gondoltak-e már arra, hogy az ókori feliratok a mai modern média első lépései voltak, sőt e tekintetben az ősemberek barlangrajzai még messzebb nyúlnak az időben, hiszen a média az információ rögzítésére és közvetítésére használt eszköz. A latin *medium* szó jelentése valaminek a közepe; köz; közjő; közvagy. A szó többes száma *media*.

A barlangrajzok, a feliratok információt hordoztak/nak azoknak, akik ezeket meg tudták/ják fejteni. Jussanak csak eszünkbe a híres delphoi jósa feliratai, hogy miről is tájékoztattak bennünket: "*Gnóthi szeauton!*" (Ismerd meg önmagad!), "*Méden agan*" (Semmit se túlságosan!/Tarts mértéket!), "*Metron ariszton!*" (Legszebb dolog a mérték/nyugalom!), vagy Szolón bölcs jelmondata „Akkor fogsz tudni uralkodni, ha megtanultál engedelmeskedni.”

Eddigi ismereteink szerint Európában az első rendszertelenül megjelenő írott tájékoztatót az ókori Rómában jelentették meg. A papírlapra kiakasztott *Acta Diurna* szenátusi, főpapi határozatokat tartalmazott, és a város fórumán függesztették közszemlére. Később már jelentősebb ütközetekről, politikai nagygyűlésekről írt, amit sokszorosítottak, majd a birodalomban más pontjain is terjesztettek. Az információk írásos terjesztését azonban messze megelőzte a szóbeli terjesztés, ami sokszor pletykálkodássá sülyedt. Az információt hordozó személy volt a közvetítő (mondhatnám médiumnak is!). Itt bizonyára beugrik mindenkinek a „közhírré tétetik” szövege, a kisbírók dobverése, az újságokat áruló rikkancsok kiáltozása. Ez utóbbi esetben megfigyelhetjük az átmenetet a szóbeli és írásbeli közlés között. Ez mindmáig megmaradt, hiszen a TV műsorokban, rádióadásokban is találhatunk lapszemlét, csemegézéseket bizonyos írásokból.

Visszaugorva az időben. Az írás megjelenésével párhuzamosan beindult a tájékozódás, tájékoztatás, de csak szűk körben terjedtek az információk, kevesen élvezhették ugyanis ekkoriban az írás-olvasás ezen előnyeit. Az ókori információtovábbításnak a módja a magánlevelezés, a hivatalos jelentés volt. Ezek is - mint ahogy a középkori újságlevelek - főleg a kiválasztottakhoz, a gazdagokhoz jutottak el leginkább, olykor egy-egy hírmorzsa persze a tömegekhez is eljutott, többnyire valamilyen manipulálási céllal.

Nekünk, Európa-centrikusok számára egyértelműen a Gutenberg galaxis kialakulása jelenti a média világának kitágulását. Ezt követően a XVII. században jelentek meg az első újságok. A felvilágosodás kora csak tovább lendített a tájékoztatás helyzetén. A gyorsulás mára olyan mértékű, hogy alig lehet lépést tartani vele. A még nemrég gyermekcipőben járó digitális világ mára szinte eluralta a médiák univerzumát. Ebben nagy jelentősége van az elkényelmesedésnek is, hiszen vizuálisan befogadni a világot kevésbé megerőltető, mint pl. olvasni.

A XVII. sz. egy mérföldkő az újkori média történetében. Az írni-olvasni tudók számának növekedése, és a tájékoztatás kiszélesedése a tömegek irányában meghozta az első komoly ellenőrzési kísérletet. Az angol parlament 1643-ban elfogadott törvénye kimondta, hogy minden nyomtatott kiadványt engedélyeztetni kell, azaz regisztráltatni a Cenzori Hivatalnál, feltüntetve a szerző, a kiadó és a nyomda nevét. Rendelkezett továbbá minden kormányt kritizáló mű elkobzásáról és megsemmisítéséről, továbbá kilátásba helyezte e törvény megszegő írók, kiadók elfogását, bebörtönzését.

A tájékoztatásnak azonban nem csak külső gátjai lettek a cenzori hivatalok, az öncenzúra, a meghozott szigorú törvények vagy a pénzügyi háttér által, hanem az információ továbbításnak örökös belső gyengéi voltak és vannak. Ezt már az ókori görögök is tudták, hiszen fennmaradt a következő „tanmese” Szókratészról.

Az ókori Görögországban Szókratészt nagy becsben tartották tudása miatt. Egy nap egyik ismerősével futott össze az utcán, aki ezt mondta:

- Szókratész, akarod tudni, hogy mit hallottam a legjobb barátodról?

- Várj egy pillanatot! - válaszolt Szókratész. - Mielőtt bármit mondanál, szeretném, ha megfelelne három kérdésre. Ezt hívják a tripla szűrőnek. Az első szűrő az Igazság. Teljesen megbizonyosodtál arról, hogy amit mondani akarsz igaz?

- Nem. - Válaszolta az ember. - Éppenséggel csak hallottam róla, és ...

- Rendben, szóval nem igazán vagy biztos benne, hogy igaz-e vagy nem. Most próbáljuk meg a második szűrőt, a Jóság szűrőjét: az, amit mondani akarsz a barátomról, valami jó dolog?

- Nem, épp ellenkezőleg...

- Szóval - folytatta Szókratész -, valami rosszat akarsz mondani róla, de nem vagy benne biztos, hogy igaz. Semmi baj, a harmadik szűrő még vissza van: a Hasznosság. Amit mondani akarsz a barátomról, az hasznos lesz neked?

- Nem igazán.

- Nos - vonta le a következtetést Szókratész -, ha mondani akarsz nekem valamit, ami nem igaz, nem jó és nem is hasznos, miért mondanád el egyáltalán?

A tájékoztatás egy igen összetett és érzékeny feladat, mely során figyelembe kellene venni a különböző érdekeket. Egy információ továbbításának esetében ugyanis 3 különféle érdek áll egymással összefüggésben. Először azoknak az érdeke, aki tájékoztatnak, másodsor azoknak az érdeke, akiket a hír érint, és harmadszor a kívülállók érdekei.

A XX. sz. végén az emberiség a hírözön világába lépett. Ez új kérdések megvitatását hozza magával. Bár bővült a médiák száma, és megsokszorozódott a lehetősége annak, hogy az ember saját maga jusson minél pontosabb információkhoz, az emberek többsége a korábbi szokásainak rabja maradt. Bár több a csatorna, több a program, különböző nyelvű, beállítottágú műsorokat lehet nézni, hallgatni stb. a több nem hozott lényeges objektív, tartalmilag minőségibb változást. Ez még egyelőre előttünk áll!

A nagy tömegek a mainstream hírcsatornák vagy a konzervműsorok rabjai lettek. Ez utóbbiak közé tartoznak azok a műsorok, adók, újságok, amelyek egy-egy adott témára álltak rá, pl. sport, zene, természet, utazás, főzés, TV-shop adások stb. Mindkettő rettentően beszűkíti a látókört.

A mainstream média kisajátítja, átértelmezi, felhívítja, kommentálja és kommercializálja a különböző aktuális politikai, gazdasági, kulturális, de még a sport, egészségügyi és egyéb tartalmakat is. Bizonyos híreket felkap, másokat agyonhallgat. A mainstream média háttérében álló médiaházak befolyása néhol már meghaladja egy-egy adott állam befolyását is. A mindinkább globalizálódó médiabirodalmak megnehezítik az alternatív, független, új szemléletű tájékoztatás fennmaradását vagy betörését a piacra.

Érdekes egy belső ember, egy újságíró véleményét elolvasni a mainstream média befolyásáról. Dan Rather, a CBS korábbi műsorvezetője, még 2009-ben egy beszéde során a következőket mondta: „Az én koromban és helyzetemben végre elértem oda, hogy nem kell hízelegnem senkinek,” – mondta. – „Csodálatos érzés.” Ettől függetlenül kihangsúlyozta, hogy az újságírás integritását tönkretette a pénz, a politika és a hírek lebutítása. Dan szerint ez a három tényező a felelős „a hírek butulásáért és a híres amerikai sajtó hanyatlásáért.” A média konszolidációját a bankiparhoz hasonlítva kijelentette, hogy a média „hozzávetőlegesen 80 százalékát” nem több mint 6, de talán még ennél is kevesebb társaság tartja kézben.”¹

A média beépült az életünkbe. Egyre több ember információ- vagy konzervműsorfüggő. Egy ma élő átlagember havonta kb. 120-150 órát tölt a TV nevű családtagjával. Ezen kívül az internet nevű barátjával is naponta tartja a kapcsolatot,

mellékesen rádiózik, magazinokat lapozgat. Nem tudom, mennyi ideje marad tényleges családjára és önmagára? De gondoljunk csak bele: mekkora befolyása van a 150-180 órás havi média-programozásnak? Miért vagyunk mindinkább a vágyakozás rabjai?

¹<http://idokjelei.hu/2012/07/a-new-york-times-elismerte-hogy-a-fovonalas-mediaban-egyeshireket-a-kormany-jovahagyasa-utan-tesznek-csak-kozze/comment-page-1/>