

KOMMUNIKÁCIÓELMÉLET

VI. el adás

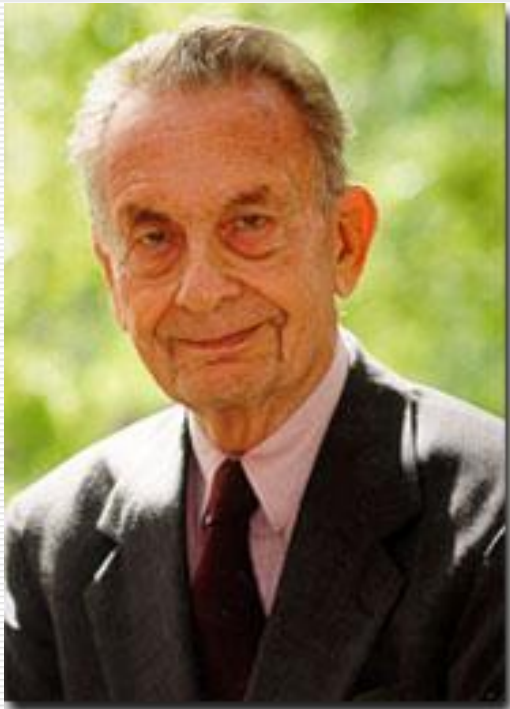
A kultivációs, a participációs és a rituális
modell

A kommunikációt mint folyamatot három nagy iskola vizsgálja, els sorban abból a szempontból, hogy milyen szerepet tölt be a kommunikáció az emberek életében.

Erre háromféle választ adnak:

- szocializációs szerepe van (**kultivációs modell**),
 - problémamegoldásra használjuk (**participációs modell**),
 - kultúrateremtésre és -fenntartásra használjuk (**rituális modell**).
-

I. A KULTIVÁCIÓS ISKOLA

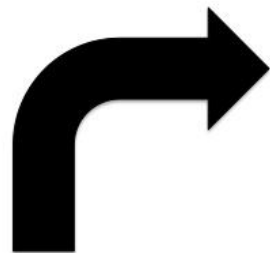


- a kultivációs elmélet megalkotója
George Gerbner
 - kifejezetten tömegkommunikációs elmélet
 - magyar származású médiaszociológus
 - 1919-ben született, 1939-ben az Egyesült Államokba emigrált
 - f m ve: **A média rejtett üzenete**
-

A KULTIVÁCIÓS ELMÉLET

George Gerbner kultivációs teóriája (*cultivation theory*) a média nagy társadalmi hatását látta igazoltnak.

Hátttere: ekkorra terjedt el a televízió, amelynek a közvéleményre gyakorolt hatása is nagyobbnak látszott, mint az addig egyeduralkodó nyomtatott sajtóé és a rádióé.



This dude. His
name is
George
Gerbner.



Két jelenséget vizsgált:

1. Miként veszi át a média a társadalom szocializációs szerepét? **(van-e a médiának szocializációs szerepe?)**
2. Befolyásolja-e és hogyan a televízió a nézők világképét?
(van-e akkulturációs szerepe?)

A MÉDIA SZOCIALIZÁCIÓS SZEREPE

- Gerbner azt vizsgálja, hogy **a szocializáció szerepét miként veszi át** a szülők, tanároktól a **média**, elsősorban a televízió
- A kisgyerekek manapság nem feltétlenül a szüleiktől tanulják meg a társadalmilag elfogadott és követendő értékrendet.
- Vizsgálataiban arra törekszik, hogy megmutassa azokat a területeket, ahol a televízió különösen sokat torzít, emellett erősen fellép a televíziót elárasztó erőszakkal szemben.

A MÉDIA SZOCIALIZÁCIÓS SZEREPE

Annak nagy részét, amit tudunk, vagy amiről azt hisszük, hogy tudjuk, sohasem tapasztaltuk meg személyesen. Olyan világban élünk, amely mesélt történetekből épül fel.

Ezek a történetek hiedelmek és tények óriási halmazát hozzák létre. A történetek révén sajátítjuk el nemzeti, életkori, életstílusbeli, foglalkozási, társadalmi szerepeinket. A történetek kínálják a beilleszkedési mintákat és a lázadás célpontjai is egyben.

A MÉDIA SZOCIALIZÁCIÓS SZEREPE

A történetmesélés *iparosítása* a g z gép feltalálásával kezd -
dőtt. Nem volt szükség személyes találkozásra ahhoz, hogy
hasonló módon gondolkozzunk a világról, elég volt ugyanazt
olvasni hozzá. Még ennél is jelent sebb változást hozott a
televízió.

A történetek egyre jobban hasonlítanak egymásra, mert a jól
bejáratott formulákat m ködtetik. Ezek a formulák pedig
azokat a hatalmi viszonyokat tükrözik, amelyek létrehozták
ket, és arra szolgálnak, hogy ezek a viszonyok érintetlenek
maradjanak, vagyis a kultúra f árama totális ellen rzés alá
került. A kultúra sokszín sége illúzió.

A MÉDIA SZOCIALIZÁCIÓS SZEREPE

Gerbner szerint a történetmesélés három funkciója:

- 1.** Megmutatják, hogy miként mennek a dolgok.
- 2.** Leírják, hogy mi micsoda a világban.
- 3.** Megtanítanak bennünket arra, hogy miként bánjunk a világ dolgaival.

A modern kommunikációs formákat jóval megelőzve is voltak olyan módszerek, amelyek nagy embercsoportokat értek el *egyház*

A MÉDIA SZOCIALIZÁCIÓS SZEREPE

1. „Megmutatják, hogy miként mennek a dolgok.”

„az emberi megértés épít kockái”

pl. *mítoszok, mesék, regények, színdarabok*

2. „Leírják, hogy mi micsoda a világban.”

A történetek második típusa a dolgokat a maguk valójában kívánja bemutatni (felhívják figyelmünket érdekeinkre és lehet ségeinkre, valamint figyelmeztetnek a fenyeget veszélyre), pl. *hírek, tudósítások, dokumentatív üzenetek*

A MÉDIA SZOCIALIZÁCIÓS SZEREPE

3. „Megtanítanak bennünket arra, hogy miként bánjunk a világ dolgaival.”

A történeteknek ez a típusa azt meséli el, hogy mi a teendőnk (kívánatos és nem kívánatos magatartásformákat, életmódokat) *törvények, javaslatok, prédikációk és reklámok!*

Gerbner szerint a harmadik felhasználja az előbbi két típust, szerinte manapság a harmadik típus uralma érvényesül.

A MÉDIA AKKULTURÁCIÓS SZEREPE

A **média szelektív**: a valóság bizonyos elemeit kultiválja (előnyben részesíti), míg másokat a háttérbe szorít.

A média Gerbner szerint **akkulturációs** – a kultúrát és a kultúrafelfogást befolyásoló – **szerepet** is játszik, azaz hatására mindazok, aki sok időt töltenek a képernyő előtt, fokozatosan elfogadják a valóság televízióban ábrázolt képét a „valóság” hiteles reprezentációjaként.

A MÉDIA AKKULTURÁCIÓS SZEREPE

A média hatása hosszú távon nyilvánul meg, tehát kumulatív módon érvényesül, mégpedig oly módon, hogy a társadalomban fellelhet **heterogén véleményeket homogenizálja.**

A MÉDIA AKKULTURÁCIÓS SZEREPE

A **televízió** – amely információforrásként fontosabbá vált, mint a személyes tapasztalat – nemcsak tükröt tart a „valóság” elé, de formálja is azt: a valóság képeit bizonyos szabályok mentén rakja újra össze, **új (virtuális) valóságot** teremtve.

George Gerbner kvantitatív tartalomelemzéssel azt mutatta ki (*Toward 'cultural indicators'*, »Kulturális mutatók« felé), hogy a média mit kultivál, például milyen gyakran és milyen kontextusban jelennek meg benne a feketék.

GERBNER VIZSGÁLATAI

Gerbner empirikus kutatása során a mintáját alkotó embereket két csoportba – az erős, azaz napi négy óránál hosszabb ideig tévézők (**heavy viewers**) és a gyenge, azaz ennél rövidebb ideig tévézők (**light viewers**) csoportjába – osztotta.

Az erős (megrögzött) és a gyenge (átlagos) tévénézők világképét összevetve azt tapasztalta, hogy azoknak, aki sokat tévéznek, jobban hasonlít a világképük a tévében közvetített világképhez – hajlamosak például alulbecsülni a feketék számát, de túlbecsülni a fekete b nözök valóságos társadalmi arányát.

GERBNER VIZSGÁLATAI

A megrögzött tévénézések

- gyakrabban vallják a faji megkülönböztetés különböző változatait
 - messze felülbecsülik az orvosok, ügyvédek és sportolók számát
 - alacsonyabbnak gondolják a nők képességeit a férfiakénál
 - a valóságnál nagyobb szerepet tulajdonítanak társadalmukban az érteseknek
 - azt hiszik, hogy manapság kevesebb az idős ember és azok egészségi állapota rosszabb, mint húsz évvel ezelőtt
-

GERBNER VIZSGÁLATAI

- A tv m sorokban háromszor annyi férfi, mint amennyi n (és a n k mindig fiatalabbak voltak a férfiaknál, akikkel találkoznak)
- A színes b r ek, a gyerekek és az öregek jóval kevesebbszer szerepelnek annál, mint amekkora az arányszámuk a lakosság egészéhez képest
- az etnikai kisebbségek képvisel i általában csak kisebb szerepekben t ntek föl. Továbbá, a figurák zöme vezet vagy értelmi-ségi volt
- az USA-ban a munkaer 67 százaléka fizikai dolgozó, a képerny n viszont csupán a figurák 25 százaléka végez ilyen munkát

GERBNER VIZSGÁLATAI

- a b nözés a tévében 10-szer olyan gyakori, mint a valóságban (egy átlagos kamasz, tizenötödik születésnapjáig mintegy 13.000 emberölés szemtanúja volt a képerny n!!!)
- a tévében szerepl figurák több mint 50%-a valamilyen viharos és kegyetlen összecsapás alanya lesz, míg az FBI adatai szerint az USA lakosságának kevesebb, mint 1%-a lesz er szakos b ncselekmény áldozata
- *„Este nyolctól tizenegyig a tévéadás egyetlen épületes hazugság...”* (**David Rintel** forgatókönyvíró, Amerikai Írók Szervezetének elnöke)

GERBNER ELMÉLETÉNEK BÍRÁLATA

- 1.** A mai, sokcsatornássá és sokszín vé vált televíziós piacon – ahol az egyik csatorna állandóan akciófilmeket, a másik híreket, a harmadik szakácsm sort sugároz – nem beszélhetünk egységes televíziós világról. (3 500)
 - 2.** Nem mindenkinek azonosak a televíziónézési szokásai: az, aki inkább reggel néz tévét, más üzenetekkel szembesül, mint az, aki este.
-

3. Dönt módon kvantitatív – nem kvalitatív – mérési eszközöket használ, azaz nem veszi figyelembe sem az egyes üzenetek kontextusát, sem a nézők eltérő életútját és egyéni tapasztalatait, holott ezek is befolyásolják a látottak értelmezését.





Akkor tehát egyáltalán ne tévézzen a gyerekek?

II. A PARTICIPÁCIÓS ISKOLA

Horányi Özséb nevéhez köthet

Lényege: a kommunikációt az emberek arra használják, hogy felismerjék életükben a problémás helyzeteket, és közösen, segítséggel megoldják azokat.



A **participációs felfogás** a kommunikációt egyfajta **állapot**nak tekinti.

„A kommunikáció voltaképpen a probléma felismeréséhez és a probléma megoldáshoz szükséges releváns felkészültség elérhetőségét jelenti egy (problémamegoldó) ágens számára. Ez egy **állapot**: az ágens világának egy lehetséges állapota.”

A PARTICIPÁCIÓS ELMÉLET ELEMEI

1. Ágens

minden olyan rendszer, amely problémát (vagy konfliktust vagy feladatot) old meg



A PARTICIPÁCIÓS ELMÉLET ELEMEI

Az **ágens** terminus használata a szerz nél nem csak (él) **individuum**ra (illet leg egyedre) vonatkozhat, hanem minden olyan (akárcsak relatíve önálló vagy éppen környezetét l alig elválasztható, beágyazott) **rendszerre** is, mint egységre, amely problémát képes felismerni és/vagy megoldani.

A PARTICIPÁCIÓS ELMÉLET ELEMEI

2. Probléma

az ágens számára az a **kritikus különbség**, ami az adott ágens valamely alkalommal való **állapota** és egy számára ugyanakkor **kívánatos állapot** között esetleg fennáll

A probléma akkor tekinthet megoldottnak, ha a (problematikus) különbség az adott esetben kritikusnak számító különbség alá esett vagy éppen megszűnt.

A PARTICIPÁCIÓS ELMÉLET ELEMEI

3. Elérhet ség, releváns felkészültség

Akkor tekinthet a problémamegoldáshoz releváns felkészültség *elérhet* nek (*hozzáférhet* nek), ha akkor, amikor az ágensnek szüksége van rá, képes használni a szükséges felkészültséget a probléma megoldása érdekében.

Vizsgán nem elég tudni az anyagot, el is kell tudni mondani...

A PARTICIPÁCIÓS ELMÉLET ELEMEI

Az elérhet ség (hozzáférhet ség) voltaképpen tekinthet sajátos relációnak az ágens és egy olyan *hely* között, ahol az éppen szükséges releváns felkészültség ténylegesen található

- egy könyvben
- egy ábrán
- valaki mozdulataiban
- valaki fejében (pl. az ágens saját fejében)

Az elérhet ség (hozzáférhet ség) voltaképpen *részesedésként* (***participáció***ként) is tekinthet .

A PARTICIPÁCIÓS ELMÉLET ELEMEI

4. Konfliktus

Minden célorientált törekvés, amely megvalósulása során ütközik más hasonló törekvésekkel, *konfliktus* forrásává válik. Ezek során legtöbb esetben az egyik résztvevő nyereségre tehet szert, miközben a másik egyed kárt szenved el, azaz hátrányba kerül.

Ez történhet

- közvetlenül: állatoknál - elveszíti táplálékát, búvóhelyét, territóriumát stb.
 - közvetve: a „nyomulósabb” munkatárs kapja meg az elléptetést
-

III. A RITUÁLIS MODELL

Az elmélet megalkotója **James W. Carey**

Úgy véli, hogy a valóságra nem mint valami eleve adottra kell tekintenünk, hanem *éppen a kommunikáció által létrehozott társadalmi jelenségre.*



Kiemeli, hogy nemcsak a valóság létrehozására, de annak folyamatos fenntartására is szolgál a kommunikáció.

A RITUÁLIS MODELL

A rituális modell elmélete szerint hírt írni vagy olvasni egyfajta rituális cselekvés, drámai aktus.

Vagyis nem az információ megszerzésére összpontosít, hanem *arra a drámai cselekvésre, hogy a hírekben az olvasó találkozik a világgal, csatlakozik a világhoz.*



Az elmélet nem csupán az egyszeri információátadás aktusára koncentrál.

A kommunikáció során nem a valóságból lesz új információkat adjuk tovább beszélpartnerünknek, hanem **magában a beszélgetésben fogjuk megteremteni a valóságot!**

A RITUÁLIS MODELL

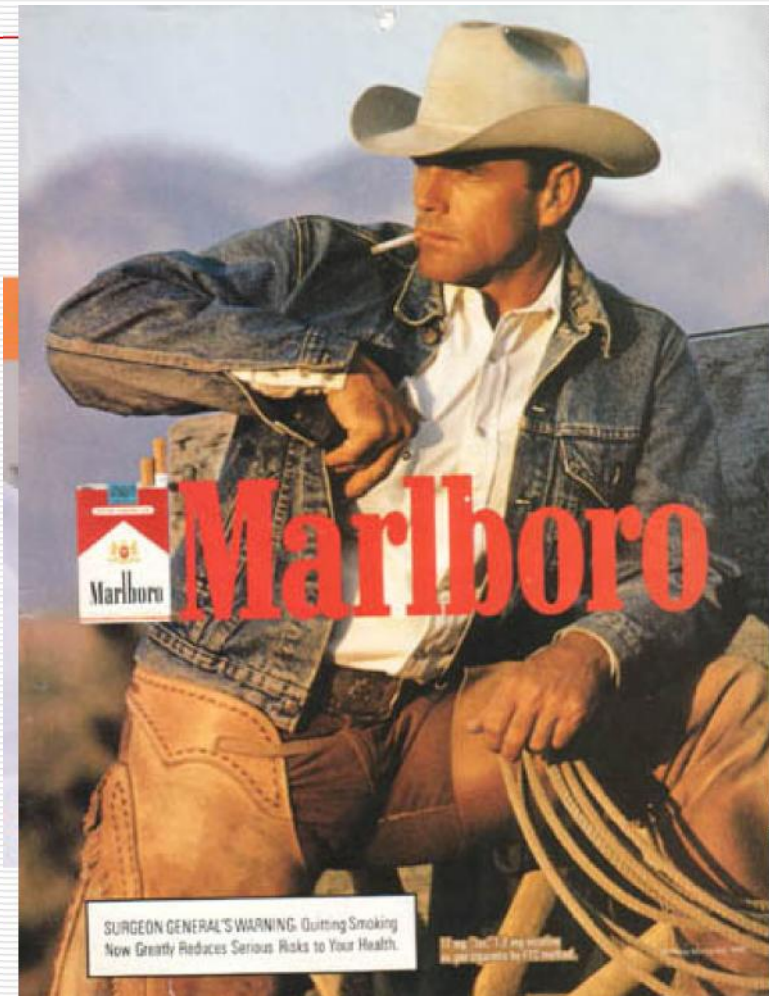
A rituális modell olyan kommunikációt ír le, amely egy közösség által elfogadott szemléleten alapul. A cél maga a kommunikációs aktus, amikor is a befogadás éppannyira fontos, mint maga az üzenet. Ezt szolgálják a hatásos szimbólumok, a **értékekre, hagyományra mint referenciákra** alapuló kommunikációs aktusok.



rituális

Egyes megtervezett kommunikációs kampányokban (pl. politikában vagy reklámban) gyakran átveszik és hasznosítják a rituális kommunikáció elveit:

- erős jelképek használata
- kulturális értékek rejtett vonzereje
- összetartozástudat kifejezése
- mítoszok
- hagyomány





A HÍR MINT M FAJ A RITUÁLIS MODELL TÜKRÉBEN

Ahír tulajdonképpen egy történelmi realitás

Carey úgy véli, pontosan meg lehet határozni annak időpontját is, amikor létrejött:

- a 18-ik századra teszi
- a középosztályhoz köti

Szerinte ebben az időben a középosztály átalakuló életmódja, gazdasági körülményei hívtak létre egyfajta **átélés éhséget**, **átélés igényt** (hunger for experience) mindazzal kapcsolatban ami új, általános vagy egyedi, heroikus stb.

A HÍR MINT M FAJ A RITUÁLIS MODELL TÜKRÉBEN

„... a hír nem információ, hanem dráma. Nem leírja a világot, hanem képet ad drámai er k és tettek küzd terér l.”

Remek **illusztrációi** ennek a katasztrófákról: árvizekr l, t zvésekr l, földrengésekr l szóló hírek. Ezekben a hírekben az olvasó szembesül a világban lév drámai er kkel, amelyeket nem tud befolyásolni.

A hír beépülhet az életükbe: sokszor kapcsolódik hozzá jótékonysági felhívás, amihez csatlakoznak.

*Pompeji-effektus: A járvány, katasztrófa,
b nözés mindig érdekl dést vált ki.
Ld. a bulvársajtó és a kereskedelmi
tévék híradóit*



A tranzakciós modell

1. A hír információ, tudást ad át.
2. Az olvasó a hírek segítségével információt szerez.
3. A hírek vagy hűen leírják vagy eltorzítják, milyen a valóság.
4. Azt vizsgálja, mi az egyszeri hír(adás) funkciója.
5. Vizsgálja a hír hatását a befogadó attitűdjére.

Shannon-Weaver

A rituális modell

1. A hír dráma.
2. Az olvasó a hírek által találkozik a világgal
3. A hír nem a világ bemutatása, hanem annak leírása, hogyan működnek a világ drámai erői
4. Azt vizsgálja, mi a reprezentáció szerepe az olvasó életében
5. Azt vizsgálja, hogy épül be az olvasó életébe a hír

James Carey

A személyes, a csoport- és tömegkommunikáció eltér jellegzetességeket mutat, azaz **társadalmi méretek szerint eltér** .

A tömegkommunikáció (rádió, tévé) jellemzője, hogy bár a befogadó (címezett) fel is ismeri egy-egy sor funkcionális jellegét, *hajlamos arra, hogy a fikciós valóság egyes elemeit a primér valóságról alkotott képébe beépítse.*

A két valóság közötti különbség elmosásának leghíresebb példája a médiatörténetben Orson Welles *Támadás a Marsról* című rádiójátéka a tömegpánikkeltés iskolapéldája.

1938. október 30.: Orson Welles *Támadás a Marsról*

Az egyesült államokbeli CBS rádióadó beszámolt róla, hogy egy Marsról érkezett űrhajó landolt New Jersey állam egyik farmján, és megkezdte a Föld leigázását. A bejelentés valójában az Orson Welles-féle **Mercury Társulat** halloweeni műsorának része volt, a hallgatóság egy része azonban pánikba esett, és hamarosan fejevesztve hagyta el otthonát.

A Grovers Mills mellett leszállt űrlények lézerfegyvereikkel előbb a környék lakosságát, majd a Nemzeti Gárda 7000 fős különítményét is megsemmisítették, hogy aztán tripodjaikkal és csészealjjaik fedélzetén az amerikai nagyvárosok ellen induljanak.

A látszólag friss hírekből álló 55 perces előadás során helyszíni tudósítók, csillagászok, politikusok és a marslakók ellen vezényelt katonák is „nyilatkoztak”, a New York, Chicago és más metropolisok felé igyekvő – fiktív – inváziós erők ezért hamarosan általános pánikot eredményeztek.



<http://planetyesteryearotr.blogspot.hu/2011/07/1938-radio-broadcast-of-orson-welles.html>

„Szent ég, valami el teker-
g zik az árnyékból. Mint egy
szürke kígyó! Most még egy
és még egy. Csápszer ségek
kúsznak. És itt van már an-
nak a valaminek a teste. Ak-
kora, mint egy medve, és
nedvesen csillog a b re.”



2001. szeptember 11-én a Világok harca-pániknak éppen a fordítottja valósult meg. A World Trade Centerbe csapódó repülő gépek láttán sok tévé néző unottan legyintett: „Már megint egy katasztrófafilm!”

http://www.rubicon.hu/magyar/oldalak/1938_oktober_30_marslakok_tamadjak_meg_az_egyesult_allamokat