

**Zsolt Péter: Médiaetika.***EU – Synergon Kft., Budapest – Vác, 2001.*

A sajtó szabadsága egy demokratikus államban nem politikai, hanem etikai kérdés. Ma Magyarországon nincs olyan hatalom, amely kívülről korlátozná a különböző médiumokat, éppen ezért a sajtó működésének szabályait nem külső, hanem belső igényeknek kell megteremteniük. Az önszabályozás belső szükségét pedig alapvetően etikainak kell tekintenünk, még akkor is, ha ennek gyakran jogi vetületei is vannak.

Igen ám, de a honi sajtóviszonyokat szemlélve okkal merülhet föl bennünk a gyanú, hogy nem föltétlenül tisztázottak azok a szempontok, amelyek alapján az önszabályozás gyakorlattá válhatott volna, sőt akár azt is hihetjük, hogy ma hazánkban a sajtó legtöbb szereplője nem is követ erkölcsi megfontolásokat. Csupán néhány médiaműhely alkalmazza magára az önmaga által fölállított regulákat, és még ezek a műhelyek is gyakran egymástól eltérő elvek alapján dolgoznak.

Éppen ezért különösen fontos, hogy Zsolt Péter *Médiaetika* című könyve napvilágot látott. Ez a munka tudományos igénnyel készült, és az újságírók képzésében játszhat különösen fontos szerepet, hiszen az ifjú tanoncok fejében tehet rendet akkor, amikor a mindennapi életet szemlélve rendtelenséggel találkozhatnak. A könyvet olvasva éppen ezért arra a kérdésre kell keresnünk a választ, hogy vajon rendet tud-e teremteni a könyv az újságíró hallgatók előtt a médiumok erkölcsében. Képes-e olyan elveket megfogalmazni, amelyeket követve a diákok későbbi munkájuk során mindig világosan tudhatják, hogy mikor cselekszenek helyesen, és mikor helytelenül? Bizony a kérdés rendkívül szigorú és talán méltánytalan feltételeket támaszt a könyvvel szemben: komolyan veszi ugyanis a címet, és etikai munkaként olvassa, holott nem föltétlenül annak szánták.

Egységes etikai rendszert kevés bölcselő volt képes létrehozni, ezeknek a működtethetősége fölül pedig napjainkban okkal merülhetnek föl kételyek. Mégis sajnálatos, hogy

Zsolt Péter könyve a klasszikus etikai munkák átfogó ismerete nélkül fog bele média és erkölcs viszonyának vizsgálatába, csupán erkölcspszichológiai előtanulmányokat végezve. Szempontjai tehát főleg szociológiai jellegűek, aminek egyaránt van negatív és pozitív következménye. Negatívumként említhető az, hogy nem tud olyan *a priori* elveket meghatározni, amelyek az újságírók számára szolgálhatnak később vezéreszmeként, ugyanakkor pozitívumként, hogy képes a jelenségeket tudományos rendszerességgel tárgyalni.

Zsolt Péter könyve megértő és leíró magatartást követ, ami alkalmassá teszi arra, hogy az oktatói munkában is használhatóvá váljon. A szerző világosan fölépített, logikusan érvelő írásművet tett asztalunkra, amely Niklas Luhmann mezőelméletét követve szépen tagolja a média gyakran tagolatlan ható, szövevényes világát. Ez a tagolás lehetővé teszi, hogy az, amit médiaetikának hív, összevethető legyen más „szakmai etikákkal” is. A mezőelmélet alkalmazásának igazi erénye mégsem itt mutatkozik meg – sőt itt olykor éppenséggel esetlegesen bizonyul, például orvosesetika és politikuserköles párhuzamos tárgyalása során –, hanem ott, ahol médiajelenségeket árnyal. Lehetővé teszi például azt, hogy a reklámot minél többféle távlatból szemügyre vehessük.

A reklám Zsolt Péternek régi, kedves témája – korábban is szívesen írt róla –, könyvében pedig két – egymástól nem túl messze eső – fejezet is a *Reklámetika* címet viseli. A két rész tartalmában és szempontjaiban is eltér, ami indokoltá teszi azt, hogy máshol szerepeljenek, zavarónak csupán azt tekinthetjük, hogy ez a különbség a címadásban nem jelenik meg.

Mindebből azonban kár lenne túl messzemenő következtetéseket levonnunk: Zsolt Péter munkája világosan átgondolt menetet követ. A könyv egységes elméleti kereteit csupán a játékelméletről szóló résznél lépi át, ám ez inkább erényének tekinthető, ugyanis

nagyon szellemesen tárgyalja a szakmában is megfigyelhető „fogolydilemmát”.

A fent vázolt okokból éppen ezért Zsolt Péter munkáját nem bírálhatom. Szociológiai munkaként határozottan izgalmas, és valóban hozzásegít bennünket a médiajelenségek megértéséhez. Kétségeim afelől vannak, hogy egy *Médiaetika* címet viselő könyvnek csupán ennyi volna a feladata.

Zsolt Péter könyve ugyanis föltárja azt, hogy a fiatal újságírótanoncok milyen erkölcsi problémákkal találkozhatnak ma a média világában, rendet is teremt ebben a rendetlenségben, de arra nem ad választ, hogy mit kell ezekkel a problémákkal kezdeni. Ennek legfőbb oka az, hogy nem határoz meg olyan világos erkölcsi elveket, amelyeket azután az

ifjú hallgatók újságíróként később követhetnének. Zsolt Péter valójában médiaszociológiai munkát írt, amely erkölcszociológiai távlatokat is megnyit, ez azonban nagyon távol áll a médiaetikától. Előkészületnek tekinthető, és nem befejezett műnek. A könyvben rendszerezett jelenségeket egy későbbi munkának kell bevonnia az etika világába, méghozzá olyan munkának, amelyik világos erkölcsi alapvetések megfogalmazására is képes. Csak ez teszi majd lehetővé, hogy a sajtószabadság valóban működhessen hazánkban, és a szakma olyan szabályokat alkothasson önmaga számára, amelyek világos kereteket szabnak működésének.

KOVÁCS BÉLA LÓRÁNT

---

### **Bajomi-Lázár Péter: Média és társadalom**

*Antenna Könyvek, Budapest, 2007.*

---

„Megváltoztatja-e a média az emberek gondolkodását és viselkedését? Manipulálja-e őket? Ki vannak-e szolgáltatva a média 'hatalmának'? Általában milyen hatást gyakorol a média a társadalomra? Miként igyekszik a média megfelelni a nagyközönség változó igényeinek? Hogyan követi és tükrözi a sajtó a társadalmi változásokat?” Elgondolkodtató kérdések sorát teszi fel a szerző új kötete fülszövegében. A válasza Györffy Miklós tesz kísérletet ajánlójában. „A társadalomba ágyazódott médiavilág a 21. század egyik nagy kihívása. Komplex ismereteket vár el a médiahatás-vizsgálatot végzőktől. A társadalom és a tömegkommunikáció kölcsönhatásának értelmezése teoretikus és empirikus kutatások talaján nyugszik.”

És valóban. A rendszerváltozás utáni Magyarország egyik alappillére a nyilvánosság. A média egyszerre segítője és kockázati tényezője a társadalmi mozgásoknak. A sajtó és szólásszabadság, a tájékoztatási kötelezettség és az információhoz való jog ma még gyermekcipőben jár. Ugyanakkor az emberek

gondolkodásában és viselkedésének formálásában elengedhetetlen. Mediatizálódott társadalmunkban a sajtó irányítúként szolgál. A médiakutató szerző az erkölcsi és a jogi normák érvényesítését szorgalmazza könyvében. Rendkívül gazdag nemzetközi szakirodalmi áttekintésbe igyekszik integrálni a hazai médiaviszonyokat.

A kötet írója alapvetően a médiatörténetre, a politikai kommunikációra és a mediaszabályozásra összpontosít. Nem is tehetne másként. Ez a három alappillér képes a mai viszonyok tükröztetésére. A média, ezen belül az újságírás történetében áttekintést kaphatunk a sajtóágak egymásra épüléséről, ám nem hierarchikus rendjéről. A szerző sokkal inkább a komplementer hatásra fekteti a hangsúlyt. A tömegkommunikáció „kezdetleges” formájából, a könyvnyomtatás, majd az újságok megjelenéséből indul ki. A Gutenberg-galaxis és a nyomtatott sajtó világából évszázadokat ugorva, az elektronikus médiumok felé fordítja figyelmét. Ennek kezdetleges formájaként fogja fel a mozt, előbb a