

Dányi Endre

## Démon? Miféle démon?

## Sükösd Miklós ökológiai mediakritikájának kritikája

## Bevezetés

Sükösd Miklós „Totális medialitás és ökocídium” című írása nagyszerű alkalmat ad arra, hogy átgondoljunk néhány (régi és új) jelenséget a médiával kapcsolatban. A témaválasztás nemcsak időszerű, de rendkívül merész is: a szerző két rengeteget vitatott témát kapcsol össze és behatóan elemzi a nyugati társadalmak mediatizációja és az ökológiai válság közötti kapcsolatokat. Kétségtelen, hogy az ökológiai válságok megszűntek elszigetelt környezetvédelmi érdekességek lenni (bár könnyen lehet, hogy sohasem voltak azok). Anthony Giddens (Giddens, 1994:189) az ökológiai kérdésekkel kapcsolatban úgy fogalmaz, hogy ami eddig az emberi társadalmi léthez képest külsődlegesnek tűnt, mára a társadalmi folyamatok eredményévé vált. És ez nemcsak helyi vagy nemzeti szinten van így. Csernobil óta Magyarországon mindenki tudja, hogy atomerőművek esetében nincsenek kizárólag belpolitikai kérdések. És nincsenek szakértők sem (vagy éppen mindenki szakértő), hiszen kockázati kérdésekben nem léteznek egyetemes mércék (Beck, 1994). Vannak, akik a kergemarhakórbán látják a világ pusztulását, mások a mobiltelefonok sugárzását ítélik végzetesnek.

A minket körülvevő veszélyek társadalmi konstruktumok. Elsősorban tőlünk, emberektől függ, hogy mit tekintünk „veszélyesnek”, „ártalmasnak” vagy „kórosnak”. A víz kemény, a levegő száraz, láthatatlan sugarak és kórokozók fenyegetnek minket, stb. – ezek az információk hallgatólagos tudássá váltak, s ebben vitathatatlanul komoly szerepe van a tömegkommunikációs eszközöknek. Sükösd Miklósnak tehát teljesen igaza van abban, hogy a mediatizáció és a globális ökológiai válság között kapcsolat áll fenn. „Totális medialitás és ökocídium” című írása azonban továbbmegy ennél a kijelentésnél, és azt állítja, hogy „a társadalom mediatizációja *hozzájárul az ökológiai válság elmélyüléséhez, vagyis tulajdonképpen oksági kapcsolatban állnak egymással*” (p. 2; kiemelés tőlem – D.E.).

Ebben a rövid dolgozatban azt állítom, hogy Sükösd Miklósnak erről az oksági kapcsolatról szóló ökocídium-tézise olyan feltevéseken nyugszik, amelyek nem tekinthetők realizztikusnak, s ezért az elemzés középpontjában levő két jelenség közötti viszony általa felvázolt természete is vitatható. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy a média – legyen szó akár hagyományos tömegkommunikációs eszközökről, akár információs és kommunikációs technológiákról – ökológiai kritikájának ne lenne létjogosultsága. A „Totális medialitás és ökocídium” című tanulmány figyelemre méltó kezdeményezés és jó kiindulópontja lehet egy roppant fontos, napról napra aktuálisabbá váló társadalomtudományi vitának.

## Az ökocídium-tézis öt pillére

Sükösd Miklós írása alapvetően öt feltevésre épül. Ezekből az első magasabbrendű, mint a másik négy – úgy is fogalmazhatok, hogy egyértelműen kijelöli a médiáról való gondolkodás kereteit. A többi a média adott kereteken belüli sajátossága-ira vonatkozik. Az ökocídium-tézis tehát röviden így foglalható össze: (1) Kiindulásként lehetséges és szükséges megkülönböztetni egymástól a „valóságos környezetet” és a „médiakörnyezetet”. (2) A médiakörnyezet intézményei jól körülhatárolhatók. (3) Hatásuk a közönségre (a fogyasztókra) egyértelmű és jelentős. (4) A közönség azonban alapvetően passzív. Mindebből az alábbi következtetés vonható le: (5) A média ökológiai kérdésekben nem csupán felelőtlen, hanem kifejezetten rosszindulatú is, hiszen érdekében áll az ökológiai problémák elhallgatása vagy másként történő bemutatása, mondván, ez szolgálja a kapitalista rend fennmaradását. Véleményem szerint ezen feltevések mindegyike vitatható, s így az ökocídium-tézis érvényessége is kétséges.

### Valóságos környezet versus médiakörnyezet

Bruno Latour (Latour, 1999 [1993]) azt állítja, hogy a modern „Alkotmány” az emberi és a nem-emberi szétválasztására épül: az emberek képviselője a politikusok dolga, a tárgyakkal pedig foglalkozzanak a természettudósok. Latour szerint ez a szétválasztás sohasem sikerült igazán, de ma, amikor a hírek tele vannak ökokatasztófákkal és génmódosított élelmiszerekkel, a besorolhatatlan „hibridek” az Alkotmány széthullását valószínűsítik. Minden kísérlet a modern rend fenntartására szükségszerűen hiábavaló. A megoldás azonban nem a posztmodern elméletben van, mert az „a modern Alkotmány szerint él, de nem hisz már az általa kínált garanciákban. Érzékeli, hogy valami kudarcot vallott a modern kritikában, de semmi mást nem képes tenni, mint hogy meghosszabbítja a kritika életét, anélkül, hogy hinne a megalapozásában” (Latour, 1999:85). Latour szerint itt az ideje végre, hogy belássuk: sohasem voltunk modernek.

Sükösd Miklós javaslata, miszerint szét kell választani a „valóságos, közvetlen emberi érzékszervekkel tapasztalt környezetet” a „médiakörnyezettől”, a modern Alkotmány rendjét tükrözi. Azt feltételezi, hogy nem lehetünk jelen egyszerre mindkét környezetben, sőt, „tudatunk egyre inkább a médiavalóságba húzódik, egyre több időt tölt a médiatérben és a kibertérben, és egyre kevesebbet a valós tér-időben” (p. 3). Ez az állítás már csak azért is veszélyes, mert voltaképpen tagadja, hogy a médiafogyasztás a mindennapi élet része lenne (lásd: Certeau, 1984).

Lehetetlen vállalkozás időmérleg-elemzéssel (vagy egyéb módszerrel) kimutatni, hogy a hivatkozott két környezet közül éppen melyikben vagyunk. A médiafogyasztás a „valóságos környezet” része. Nem léteznek magányos, a társadalmi kontextusból végérvényesen kiszakított tévénézők, rádióhallgatók vagy internetezők. Sohasem lehet megfelelni arról, hogy a mozi, amiben a filmet nézzük, a város melyik pontján van, a nap melyik szakában ülünk ott, kívül mentünk oda, milyen film kedvéért, milyen céllal. Ami az egyik embernek moziban ücsörgés, az a másiknak udvarlás, a harmadiknak munka.

Nem létezik egyetlen médiavalóság. Soha nem is létezett. Benedict Anderson (Anderson, 1983) elképzelt közösségekről szóló kitűnő munkája pontosan meghatározott nemzetállamokról, illetve az azokon belül történő identitásformálódásról szól. Azt állítja, hogy bizonyos médiumoknak (elsősorban a nyomtatott sajtónak) különleges szerepük volt a nemzeti tudat kialakulásában. Anderson azonban nem állítja azt, hogy léteztek nemzeti szinten értelmezhető stabil „médiakörnyezetek”. Ma, amikor a nemzetállamokban való gondolkodás és a világos határokkal rendelkező médiaintézmények elemzése egyre kevesebb támpontot jelent a legfontosabb társadalmi és politikai változások megértésében, sokkal árnyaltabb modellekre van szükség. Egy lehetséges megközelítés lehet további dimenziók meghatározása. Arjun Appadurai (Appadurai, 1990) öt egymással összefüggő „tájról” (*landscape*) beszél: a *mediascape*-en belül történik a képek és az információk gyártása és globális elterjesztése, de emellett beszélhetünk még *ethnoscape*-ről, *technoscape*-ről, *finanscape*-ről, valamint *ideoscape*-ről is. (Ezek részletes elemzése túlmutat e kritikai hozzászólás keretein.) Appadurai szerint nem ritka, hogy a különböző tájakon zajló események értelmezései konfliktusba kerülnek egymással (elég csak a fősodró médiában időről-időre megjelenő iraki fényképeknek és mozgóképeknek a háborúban betöltött szerepére gondolni).

Összefoglalva: a „valóságos környezet” és a „médiakörnyezet” megkülönböztetése félrevezető és indokolatlanul leegyszerűsíti a médiafogyasztást befolyásoló társadalmi és politikai erők sajátosságairól való gondolkodást. A médiafogyasztás nem a valóságos környezetben kívül, azzal szemben történik, hanem a mindennapi valóság részeként értelmezendő. Ezért az az állítás, hogy „elvonjuk, kivonjuk magunkat a valóságos téridőből a médiavalóságba” (p.8), nem állja meg a helyét.

## A média intézményei

Sükösd Miklós pontosan meghatározza azon szereplők körét, amelyeket a „médiakörnyezet” fő intézményeinek tekint: „Média alatt itt elsősorban a népszerű, kereskedelmi alapon működő tévék, rádiók, újságok, internetes tartalomszolgáltatók sokaságát (a fősodró médiát) és a közmédia nagy részét, valamint a bennük megjelenő uralkodó médiumfajokat, kánonokat, reprezentáció-típusokat értem” (p.5). A részletes felsorolás során azonban nem derül ki, hogy helyi, országos vagy nemzetközi (esetleg földrajzi helyhez nem köthető) médiumokról van-e szó. Nem világos, hogy az ökokóidium-tézis csak Magyarországra vonatkozik-e, esetleg Európára vagy az egész nyugati világra.

Az ökológiai válságok – mint arról a bevezetőben szó esett – elsősorban globális szinten értelmezhetők. Az egyetemes jogok, globális válságok és a területi alapon meghatározott identitások között egyre növekszik a feszültség (Urry, 2000). Íme egy számunkra hirtelen aktuálissá vált példa, az európai nyilvánosság fogalma. Nem véletlen, hogy a „*European public*” vita komoly fejtörést okoz a társadalomtudósoknak. Vajon európai médiumnak tekinthető-e a Financial Times, vagy a Frankfurter Allgemeine Zeitung? Lehetséges-e európai nyilvánosságról beszélni közös nyelv, közös tévécsatornák, közös újságok nélkül? Hogyan fér bele ebbe a keretbe az a rengeteg politikai website, amit a világ számtalan pontján olvasnak? (Ezekről a kérdésekről lásd: Kunelius and Sparks, 2001; Schlesinger, 1999)

A nemzeti szinten értelmesebbnek tűnő médiakutatás rettenetesen nehezen birkózik meg az országhatárokon túlnyúló jelenségekkel. Az európai nyilvánosságra összpontosító, jellemzően tartalomelemzésen alapuló kutatások (például Van de Steeg, 2002) sorra kudarcot vallanak – pontosan azért, amiért az időmérleg-kutatások képtelenek a médiafogyasztás meggyőző mérésére. Ezek a kutatások nem hajlandók elfeledkezni a modern Alkotmányról. Teljes erővel tiltakoznak az emberi és nem-emberi szereplők szimmetrikus elemzése ellen.

Azt állítom, hogy a média intézményeinek listája Sükösd Miklós tanulmányában pontatlan. Nem azért, mert hiányos, hanem azért, mert egy ilyen lista összeállítása képtelenség. Nem lehet eldönteni, hogy melyik website, rádióállomás, újság tartozik az elemzésbe és melyiket lehet figyelmen kívül hagyni. A médiafogyasztás – éppen a médiakörnyezet és a valóságos környezet elválaszthatatlansága miatt – csak úgy válhat érthetővé, ha a társadalmi kontextust, az embert és a technológiát egyszerre, azonos szinten vizsgáljuk.

## A média hatása

Az ökokóidium-tézis egyik legfontosabb állítása, hogy a médiának (akármilyen tartozzon is ebbe a kategóriába) egyértelmű és jelentős hatása van a közönségre. A média hatásairól szóló tudományos viták azonban évtizedek óta képtelenek egyezsége jutni ebben a kérdésben (Livingstone, 1996). A főként laboratóriumi körülmények között végzett pszichológiai kísérletek következtetései rendre ellentmondanak egymásnak. Egyesek jelentős oksági kapcsolatot vélnek felfedezni a média (elsősorban a televízió) és a közönség viselkedése között, mások a médiahatás teljes hiányáról számolnak be.

Nem tudjuk, a médiának milyen hatása van a nézőkre, olvasókra, hallgatókra. Annyi azonban megállapítható, hogy a médiahatással foglalkozó kutatások többségének dekontextualizált kérdései nem sokat segítenek a médiafogyasztás sajátosságainak megértésében. Olyan vizsgálatokra van tehát szükség, amelyek nem abból indulnak ki, hogy a média a társadalmi léten kívüli, azt automatikusan befolyásolni képes szereplő, hanem az összetett társadalmi folyamatok részeként tekintenek a kommunikációs technológiákra.

## A közönség

Az előző témához szorosan kapcsolódik a közönségről alkotott kép kérdése. Sükösd Miklós tanulmányában borús képet fest korunk médiafogyasztóiról, akik lustaságból, nemtörődömségből vagy tudatlanságból nem foglalkoznak a (pusztuló) környezettel, hanem inkább belemerülnek a médiavilágba. Aktív szerepből passzívba menekülnek.

Jóllehet a nyolcvanas évek végére, kilencvenes évek elejére jellemző cyberutópiák kora lejárt, hiba lenne megfeledkezni arról, hogy a médiafogyasztás mintái a digitális környezetben jelentősen átalakulnak. És nem csak a blogokra, vagy az aktivista website-okra kell gondolni. Az új média megváltoztatja a régi médiát is. Akár internetezik valaki, akár nem, jól látható, hogy a BBC híradója ma nem ugyanazon logika mentén épül fel, mint tíz évvel ezelőtt. A televíziós adás „internetesedett” – a

szerkesztők és műsorkészítők közönségképe átalakult (Deuze, 2003). Nem arról van szó, hogy a közönség aktívabbá vált, hanem annak belátásáról, hogy sohasem volt passzív.

## A kapitalista rendet őrző média

A „Totális medialitás és ökocídium” feltevései közül az utolsó egységbe rendezi az előzőeket. Sükösd Miklós azt írja, hogy „a hagyományos tömegkommunikáció és az új, interaktív média egyaránt a kereskedelmi reklám fő eszköze” (p.5). Az így gerjesztett fogyasztás – folytatódik az érvelés – ökológiai katasztrófák sorához vezet. A média pontosan tisztában van szerepével és hatásával, és elemi érdekében áll tevékenységének folytatása. Minden okunk megvan tehát a média démonizálására – szól az ökocídium-tézis.

Andrew Feenberg (Feenberg, 1999) a környezetvédelem és a technológiák politikájáról való gondolkodás viszonyát a zöld mozgalom egyik jelentős vitáján keresztül tárgyalja. Paul Ehrlich és Barry Commoner évtizedeken át tartó párharca a technológiának a környezet-rombolásban betöltött szerepéről szól. Ehrlich populációbombáról mint fő veszélyről, illetve zéró gazdasági növekedésről és fogyasztásellenességről mint kézenfekvő lehetőségekről beszél. Commoner inkább új technológiai szabványok bevezetését, a meglévő gyakorlatok újragondolását szorgalmazza. Íme két jellemző idézet:1

„A hanyatlás szokványos okozati lánc könnyen nyomon követhető. Túl sok autó, túl sok gyár, túl sok rovarirtó szer, ... túl kevés víz, túl sok széndioxid – mindez könnyen visszavezethető arra, hogy *túl sokan vagyunk*” (Ehrlich, 1968:66-67 – idézi Feenberg, 1999:46. Kiemelés az eredetiben).

„A környezeti pusztulás nem egyszerűen az általános terjeszkedés, a népességnövekedés, vagy a kereslet eredménye, hanem az egyes javak bizonyos előállítási módjaiban bekövetkezett változásoké, amelyeket jelentős gazdasági és politikai tényezők vezérelnek” (Commoner, 1973:53 – idézi Feenberg, 1999:46).

A két különböző megközelítés a technológiák szerepét is eltérően látja. Míg az előbbi alapvetően pesszimistán tekint a technológiák tömeges használatára és egy korábbi társadalmi (gazdasági, környezeti) állapot visszaállításán munkálkodik, addig az utóbbi azt feltételezi, hogy bizonyos technológiák alkalmasak lehetnek a környezeti pusztulás megfékezésére, a negatív folyamatok megfordítására.

Ha a technológiák egy szűkebb csoportjára összpontosítunk, nem nehéz az ökocídium-tézisben felfedeznünk az Ehrlich-féle logikát: „túl sokan vagyunk, akik médiát fogyasztunk!” Sükösd Miklós gyakorlatilag egy kalap alá veszi a szennyező gyárakat, a bűdös gépeket és a (tömeg)mediát. Azt sugallja, jobb lenne a világ, ha ezek a dolgok mind nem lennének. A fogyasztás (és a tömegmedia) démonizálása azonban nem számol azzal, hogy a környezettudatosság is a fogyasztói kultúra része. Az organikus élelmiszerektől az újrahasznosítható anyagokon át a zöld kampányokig rengeteg dolog támogatja az „öko-fogyasztói identitás” létrejöttét. Ez nem a tömegkultúrával szemben, éppen annak logikája mentén történik.

## Összegzés

Sükösd Miklós azt írja, hogy „a történelem anygala az elmúlt kétszáz évben, s az elmúlt évtizedekben egyre inkább a technológia, a techné démonává változott.” (p.13). Rövid kritikámban arra próbáltam felhívni a figyelmet, hogy ez a technológiai determinizmusba hajló megközelítés számos indokolatlan és veszélyes leegyszerűsítés forrása lehet. Az ökocídium-tézis olyan feltevéseken alapszik, amelyek megalapozottsága sorra megkérdőjelezhető. Miközben annak felismerése, hogy az információs társadalom sajátosságai és az ökológiai válságfolyamatok között fontos összefüggés van, kifinomult problémaérzékenységről árulkodik, a szerző elhamarkodottan keres (és szükségszerűen talál) démonizálható okot: a technológiát.

A technológia (különösen az új kommunikációs eszközök) társadalmi és politikai szerepéről való gondolkodás általában jól tükrözi egy adott társadalom reményeit és félelmeit. Ha valaki meg van győződve arról, hogy az új és a régi média fogyasztása a meglevő emberi kapcsolatok rovására megy, felgyorsítja a nyilvános szféra szétapródását és a természeti környezet hanyatlását, akkor nem kell sokat keresnie, hogy borús elképzeléseihez meggyőző példákat vagy statisztikákat találjon. A baj ezekkel a megközelítésekkel nem csupán az, hogy a történések kis szeletére összpontosítanak. Sokkal komolyabb probléma, hogy önbeteljesítő jóslatként valóban befolyásolják az új kommunikációs technológiák adott közösségen belüli használatát.

Biztos vagyok benne, hogy a Sükösd Miklós által választott téma rendkívül fontos és aktuális. Hálás vagyok neki azért, hogy elindított egy olyan vitát, amelynek már sokkal korábban meg kellett volna jelennie a hazai információs társadalomról szóló diskurzusban. Bízom benne, hogy írása és a kapcsolódó kritikai megjegyzések számos értékes kutatást ösztönöznek.

## IRODALOM

- Anderson, Benedict R. O'G. (1983):** *Imagined communities: reflections on the origin and spread of nationalism*. London,; Verso: NLB.
- Appadurai, Arjun (1990):** „Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy.” in M. Featherstone (ed.) *Global Culture*. London, Sage, pp. 295-310.
- Beck, Ulrich (1994):** „The reinvention of politics: towards a theory of reflexive modernization.” in U. Beck, A. Giddens, and S. Lash (eds.) *Reflexive modernization: politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Cambridge, Polity Press. pp. 1-55
- Certeau, Michel de. (1984):** *The practice of everyday life*. Berkeley, University of California Press.
- Deuze, Mark (2003):** „A web és újságírásfajtái: a különböző típusú online hírmédia jelentőségének átgondolása.” *Médiakutató* 2003 nyár
- Feenberg, Andrew (1999):** *Questioning technology*. London, Routledge.

- Giddens, Anthony (1994):** „Living in a post-traditional society” in U. Beck, A. Giddens, and S. Lash (eds.) *Reflexive modernization: politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Cambridge, Polity Press. pp. 56-109
- Kunelius, Risto – Colin Sparks (2001):** “Problems with a European public sphere.” *Javnost - The Public* 8 (1):5-20.
- Latour, Bruno (1999 [1993]):** *Sohasem voltunk modernek*. Budapest, Osiris Kiadó.
- Livingstone, Sonia (1996):** “On the continuing problem of media effects.” in J. Curran and M. Gurevitch (eds.) *Mass media and society*. Second Edition. London: Edward Arnold.
- Schlesinger, Philip (1999):** “Changing Spaces for Political Communication: The Case of the European Union.” *Political Communication* (16):263-279.
- Urry, John (2000):** *Sociology beyond societies: mobilities for the twenty-first century*. London, Routledge.
- Van de Steeg, Marianne (2002):** “Rethinking the conditions for a public sphere in the European Union.” *European Journal of Social Theory* 5 (4):499-519.

## Dányi Endre

Szociológus, diplomáit az Eötvös Loránd Tudományegyetemen, a Közép-európai Egyetemen és a London School of Economics and Political Science-n szerezte. Jelenleg a Közép-európai Egyetem Kommunikáció- és Médiakutatási Központjának ösztöndíjasa, az Információs Társadalom- és Hálózatkutató központ (ELTE-Ithaka) alapító tagja, a Médiakutató folyóirat szerkesztője.

Kutatási területei: politikai kommunikáció, információs technológiák politikai használatai, információs társadalom elméletek.

E-mail: danyic@ceu.hu