



Kommunikáció és politika

A politikai kommunikáció kutatásának a
története

2. lecke

Tanulási útmutató



- Lecke hossza: **11** dia
- Tartalom:
 - Kiindulópontunk
 - Az első kutatók
 - Fontosabb kutatási irányok
- Áttekintésre szánt javasolt minimum időtartam: 30 perc
- Tanulásra szánt javasolt minimum időtartam: 1,5 óra
- A tananyag elsajátítását név- és fogalomtár segíti, emellett videólecké és önellenőrző kérdések egészítik ki ezt a leckét.
- A tanegység elsajátítására szánt javasolt minimum időtartam: 2 óra

Kiindulópontunk

- Hosszú távú, jól körülhatárolható kutatási halmazt jelent a politikai kommunikáció, mintsem egy, mindent átható elméletet.
- Egyik visszatérő eleme a kutatásoknak a **kommunikáció hatásával kapcsolatos aggodalom.**



Kiindulópontunk

- A politikai kommunikáció, mint tudományág a nyomtatott média és a rádió választókra gyakorolt hatásának vizsgálatával indult.
 - (Megjegyzés: A napi rendszerességgű nyomtatott sajtó az 1800-as években indult, a rádió az 1930-as években terjedt el.)
- A választók viselkedése ma is fontos eleme a politikai kommunikációnak, azzal a kitétellel, hogy a kommunikációtudomány és a politikai magatartás vizsgálatoknak is fontos része.

Az első kutatók

Walter Lippmann (1889-1974)

- 1922: *A közvélemény* c. könyve nagy hatást fejt ki a kor tudományos kutatásaira.
- Harold Lasswell-lel a kor legfontosabb személyiségei az alakuló tudományágnak.
- Lippmann az I. vh. alatt a szövetséges erők franciaországi „propagandistája” volt – ott figyelte meg, hogy miképpen használja az Antant a kommunikációt, amit felhasznált

A közvéleményben.

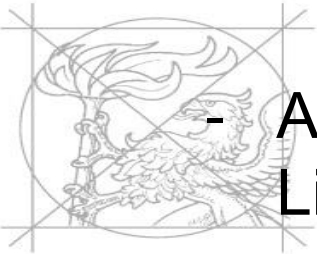
- 1920-as, '30-as évektől az '50-es, '60-as évekig meghatározó kutató – „propaganda kutatások”.



Walter Lippmann (1889-1974)

Megállapításai:

- Az I. vh-ban mindkét fél sokat használta a propagandát, ami a polgárok előtt veszélyesen erős kommunikációs technikaként jelent meg.
- A közönség nem képes értelmes véleményt kialakítani a mindennapok fontos ügyéről, ha nem plurális a médiarendszer.
- *Lippmannhoz köthető, hogy a politikai kommunikáció a demokrácia alapkövetelményének tekinti a szabad médiát, illetve a jól informált polgárokat.*
- Amit később „tömegkommunikáció” néven ismertünk meg, azt Lippmann és Lasswell ‘közvélemény’ vagy ‘propaganda’ néven ismert.



Harold Lasswell (1902-1978)



- Politológus a Chicagói Egyetemen.
- Propaganda analízisnek nevezi azt, amivel foglalkozik.
- (Tanítványai rá hivatkozva vezetik be a politikai kommunikáció kifejezést az 1960-as évektől.)
- PhD disszertációjában az I. vh-ban tapasztalt német – francia, brit, amerikai propaganda *üzenetek tartalomelemzésén keresztül* vizsgálta az üzenetek hatását.
- **Ötkérdéses modell:*** ki mondja? mit mond? milyen csatornán? kinek mondja? és milyen hatással?
- *Formalizálta a tartalomelemzés módszertanát.* Korábban az ilyen kutatások csupán a mit mond? kérdésre keresték a választ és azon keresztül vizsgálták az üzenetátadás sikerességét.



*Középpontban az a feltételezés áll, hogy a kommunikáció meghatározott mennyiségű információ átvitelének a folyamata.

Paul F. Lazarsfeld (1901-1976)



- Ausztriából vándorolt ki USA-ba,
- A Columbia Egyetem tanára.
- Végzettségét tekintve matematikus.
- A Rockefeller Alapítvány Rádió kutatási projekt (Radio Research Project) vezetője volt (1937). A projekt a rádió hallgatókra gyakorolt hatását vizsgálta.
- Lazarsfeldnek köszönhető a fókusz csoportos interjú, illetve adatgyűjtési technikák modernizálása – (ma úgy mondanánk, hogy közvélemény-kutatás).
- A választási magatartás első kvantitatív kutatása is hozzá kötődik, amely **‘1940 Erie County Study’** ([Videólecke!](#)) néven híresült el.
- Addig azt hitték, hogy a médiának (propagandának) erős a hatása – Lazarsfeld és társai ezt cáfolták: kétlépcsős hatás modellje.

Fontosabb kutatási irányok*

Média hatások vizsgálata

- A kezdetektől jelen vannak a média és hatásaival kapcsolatos vizsgálatok.
- *Az 1960-as évekre a hangsúly átkerül a rádióról a televízióra:*
 - A politikai híreket tekintve az amerikaiak 56%-a állítja azt, hogy a televízió a fő információs forrása, míg 24% az újságokat, 14% a rádiót említi.
- Ebben az időben a tömegkommunikáció politikai tárgyú vizsgálata egyet jelent a politikai kommunikáció vizsgálatával.



* Négy, rendkívül termény irányt mutatok be, de tartsuk észben, hogy a politikai kommunikáció ennél sokkal több irányzatból áll. A retorikát pl. már említettem, de más irányokról is teszek említést a félév folyamán!

Média hatások vizsgálata - önállósodás

- A politikai kommunikáció önállósodása abból fakad, hogy a médiahatásokon túli területek felé nyitottak a kutatók.
- A legnagyobb kommunikációtudományi társaságban, az International Communication Associationben (ICA), 1973-ban a politikai kommunikációval foglalkozó szakosztály kiválik a tömegkommunikációs szakosztályból.
(Ma az Amerikai Politikatudományi Társaság és az ICA közös szakosztálya.)
- Erre az időre válik világossá, hogy a média hatása nem olyan erős és meghatározó, mint azt korábban gondolták – a politikai kommunikáció más irányba fordul.



Agenda-Setting (napirend befolyásolás)

- Bernard Cohen (1963): *A sajtó nem abban sikeres, hogy megmondja az embereknek, hogy mit gondoljanak, de elképesztően sikeres abban, hogy megmondja az olvasóinak miről gondolkodjanak.*
- Maxwell McCombs és Donald Shaw tisztában voltak ezzel. (Tanulmányaik mellett újságíróként dolgoztak.)
- **Chapel Hill tanulmány** (McCombs & Shaw, 1972): **egyik ágon** interjúztatás zajlott. 100 bizonytalan szavazót kérdeztek, hogy mit gondoltak legfontosabb információnak, hírnek az 1968-as elnökválasztáskor (public agenda). **Másik ágon** tartalomelemzés módszerével elemezték a média által felkapott híreket, hogy megállapítsák az öt legtöbbet emlegetett hírt (media-agenda).
 - Az eredményeket összevetették.
 - Komoly átfedést fedeztek fel a két lista között – **a média igenis megmondja, hogy miről beszéljenek az emberek.** Az agenda-setting első empirikus kutatása.

A hírterjedés modellje

- Hírterjedés – az a folyamat, melynek során a média által begyűjtött és bemutatott információk eljutnak az adott népesség egyes tagjaihoz. A hírterjedés ütemét órákban és napokban mérik.
- Technikai újdonságok terjedéséhez hasonló utat jár be egy-egy hír.
- Mára elkopott ez a téma, mivel a választ kaptak a feltett kérdésekre.
- Új irány. A politikai/demokratikus tudás terjedése a társadalomban. A politikai szocializáció politikai kommunikáció területéhez tartozó kutatásokat fedi. Fontosabb kérdések. **Miképpen lesznek tájékozottak az állampolgárok, hogyan terjed a politikai tudás közösségekben vagy a társadalomban?**
- Első ilyen jellegű kutatás: Michael McDevitt és Steven H. Chaffee (2002): KidsVoting USA.

Új kommunikációs technológiák

- Public Electronic Network (PEN) Project a kaliforniai Santa Monicában (1989-1995).
- 5.300 regisztrált felhasználó a 90.000 lakosból. A kilencvenes évek elején ez hatalmasnak számított, amikor az otthoni számítógépek éppencsak elkezdtek terjedni.
- Rengeteg kutatás született, ami azt mutatta meg, hogy miként képes egy közösség úgy megszervezni a közös ügyeit, hogy tagjai csak *online* találkoznak.
- A projektet és sok róla szóló kutatást áthatotta az internettel kapcsolatos kezdeti optimizmus (digitális athéni demokrácia eljövetelét látták bele).
- Mások már ekkor felhívják a figyelmet a digital divide (*digitális szakadék*) problémájára.



A tananyagról



- A tananyagban felhasznált képek online megtalálhatók és szabadon hozzáférhetők.
- A tananyag kizárólag oktatási célból készült.
- A tananyag a Szerző saját szellemi terméke, forrásként az adott tárgyhoz megjelölt kötelező és ajánlott irodalmi források kerültek felhasználásra.



**JELEN TANANYAG A SZEGEDI
TUDOMÁNYEGYETEMEN KÉSZÜLT AZ EURÓPAI UNIÓ
TÁMOGATÁSÁVAL.**

PROJEKT AZONOSÍTÓ: EFOP-3.4.3-16-2016-00014

SZÉCHENYI  2020



MAGYARORSZÁG
KORMÁNYA

Európai Unió
Európai Szociális
Alap



BEFEKTETÉS A JÖVŐBE