

Széchenyi István Egyetem Deák Ferenc Állam-és Jogtudományi Kara
Jogelméleti Tanszék

Az információs termelési mód hatása a társadalomra

Konzulens:

DR. PONGRÁCZ ALEX
PhD hallgató

Készítette:

VÖRÖS DÁNIEL TIBOR

Győr

2014

TARTALOM

BEVEZETÉS	3
I. AZ EGYES MÉDIUMOK FEJLŐDÉSÉNEK TÖRTÉNETI ÁTTEKINTÉSE	4
II. AZ INFORMÁCIÓS TERMELÉSI MÓD ÉS ESZKÖZEI HATÁSA A TÁRSADALOM ÉLETÉRE	13
III. AZ INFORMÁCIÓS TERMELÉSI MÓD HATÁSAI A POLITIKAI ALRENDSZERBEN	22
IV. ÖSSZEGZÉS	29
IRODALOMJEGYZÉK	29

I. BEVEZETÉS

A médiumok, mint olyanok, funkciójuk jellege alapján mindig is üzenetek átadására, továbbítására szolgáltak. A Gutenberg-galaxis végéről elmélkedő közismert kanadai szerző, MARSHALL MCLUHAN lakonikusan foglalta össze a médiumok egyik alapvető jellemzőjét, amikor is rögzítette: „*a médium maga az üzenet.*”¹ A formától és működéstől függetlenül a médiumok alapvető rendeltetése, hogy közlést, információt, üzenetet vegyenek fel, tároljanak és adjanak át. Vitathatatlan tény, hogy a modern tömegkommunikációs rendszerek, illetve eszközök jelentős mértékben alakították át a társadalmi nyilvánosság gondolkodásmódját, illetve szemléletét és hatással voltak a különböző társadalmi alrendszerek közegére, illetve természetére is.² Miközben igaz marad az a klasszikus megállapítás, hogy a média végső soron a társadalomtól függ,³ köztudomású tényként rögzíthetjük, hogy a tömegsajtó megjelenésével a média - a frappáns „meghatározás” szerint - a „negyedik hatalmi ágga”⁴ nőtte ki magát.

A globalizáció és az információs társadalom jelenségeinek térnyerése kapcsán globális jelentőségre tett szert maga a *tömeginformációs alrendszer*⁵ is. Ennek kapcsán azt a tényt kell hangsúlyozni, hogy az ún. *borderless world* jelenségének,⁶ a határok nélküli világ „entitásának” gazdaságon kívüli tényezői is vannak. A szintén MCLUHAN által hangsúlyozott *global village* jelensége⁷ napjainkra átütő erővel érvényesül: a földrajzi helyek az elektronikus kommunikációs technológiák révén közelednek egymáshoz. Korunkra az ilyen technológiák mindinkább perifériára szorítják az írott és nyomtatott kommunikációs eszközöket. Ráadásul rendkívüli mértékben felértékelődött az ún. egyidejűség is: az elektronikus kommunikációs eszközök a világban zajló eseményekről éppen akkor juttatják el a befogadókhoz az információkat, amikor azok megtörténnek.⁸ A globális méreteket öltő kommunikációs forradalom meglehetősen gyors, rapid fejlődést eredményezett a telekommunikáció, a tömeg- és multimédia terrénumában. Ezen technológiák kulcsfontosságú szereppel bírnak az egész

¹ MARCHAND, PHILIP: *Marshall McLuhan: The Medium and the Messenger*. MIT Press, Toronto, 1998, 177. p.

² BAYER JÓZSEF: *A politikatudomány alapjai*. Napvilág Kiadó, Budapest, 1999, 386. p.

³ MCQUAIL, DENIS: *A tömegkommunikáció elmélete*. Osiris Kiadó, Budapest, 2003, 14. p.

⁴ KIERAN, MATTHEW: *Media Ethics. A Philosophical Approach*. Praeger Publishers, Westport, 1997, 25. p.

⁵ POKOL BÉLA: *Politikaelmélet*. Századvég Kiadó, Budapest, 2006, 180. p.

⁶ A terminus IAN CLARK munkájában jelenik meg: CLARK, IAN: *A „Borderless World?”*, in FRY, GREGG – O’HAGAN, JACINTA (Eds.): *Contending images of World Politics*. London, Macmillan, 2000, pp. 77-90.

⁷ MCLUHAN, MARSHALL: *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. University of Toronto Press, Toronto, 1962, 21. p.

⁸ CSÉFALVAY ZOLTÁN: *Globalizáció 1.0*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 2004, pp. 74-76.

glóbuszt összekapcsoló kommunikációs rendszer megteremtésében.⁹ A média szerepe a profitorientált szemléletmód, illetve a kirívóan társadalomra veszélyes, erőszakos magatartások „piedesztálra emelésében” vitathatatlan. MERTON már évtizedekkel ezelőtt megállapította, hogy a pénz mindenhatóságával összefüggő sikerpropaganda bizonyos rétegeket arra késztet, hogy a számukra legális módon el nem érhető státuszszimbólumokat illegális, normasértő módon szerezzék meg.¹⁰ A döntően békés viszonyok között élő, demokratikus államok polgárai szinte csak a médiának köszönhetően találkoznak komolyabb fizikai agresszióval. Ehhez kell még hozzátenni, hogy bizonyos csoportosulások azért folyamodnak erőszakos és agresszív eszközökhöz, hogy ennek révén magukra irányítsák a média figyelmét.¹¹

Az már a médián szféráján túlmutató és a gazdasági alrendszer kérdését érintő probléma, hogy a digitális technológiai forradalom, az információs termelési mód¹² térnyerése nyomán rendkívüli jelentőségre szert tevő pénzügyi világháló online felülete szó szerint nem ismer határokat: államhatároktól és nemzeti hatóságoktól függetlenül képes vezérelni a globális pénzügyi folyamatokat.¹³ Ennek káros következményei mára már széles körben váltak ismertté.

I. AZ EGYES MÉDIUMOK FEJLŐDÉSÉNEK TÖRTÉNETI ÁTTEKINTÉSE

Ahhoz, hogy eljussunk a dolgozat centrális témájaként tételezett globális tömegmédia koráig és elemezzük annak „szimptómáit”, célszerű egy rövid áttekintést tennünk a különböző médiumok fejlődéstörténetének főbb „stációiról.”

A személyek, a felhasználók, az üzemeltetők az adott információt, közlést fel- vagy beviszik az adott médiumba, majd maga a médium ezt az üzenetet megőrzi, illetve továbbadja. Megőrzi, mivel az információt eltárolja, legyen ennek a módja bármi, illetve továbbadja, aminek a célzott területe, személyek száma számos fejlődésen ment keresztül az évezredek során. E fejlődés „betetőzéseként” jutott el aztán addig a konstellációig, ahol az

⁹ RÓKA JOLÁN – HOCHÉL, SANDRA: *Interkulturális és nemzetközi kommunikáció a globalizálódó világban*. Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola, Budapest, 2009, 16. p.

¹⁰ Idézi: DOMOKOS ANDREA: *Az erőszakos bűnözés differenciálódása és a büntetőpolitika Magyarországon*, in Jog – Állam – Politika, 2011/3. szám, 146. p.

¹¹ STACHÓ LÁSZLÓ – MOLNÁR BÁLINT (Szerk.): *A médiaerőszak. Tények, mítoszok, viták*. Mathias Corvinus Collegium – Századvég Kiadó, Budapest, 2009, 12. p.

¹² CASTELLS, MANUEL: *A hálózati társadalom kialakulása. Az információ kora. Gazdaság, társadalom, kultúra*. Gondolat-Infonia, Kalocsa, 2005, 52. p.

¹³ FORGÁCS IMRE: *Európa elrablása 2.0 Adalékok a pénzügyi válságok politikai gazdaságtanához*. Gondolat Kiadó, Budapest, 2012, 14. p.

információ létrehozása, feldolgozása és továbbítása már a termelékenység és a hatalom fő forrásává és fundamentumává vált.¹⁴

Az evidenciaként kezelhető, hogy szinte minden felhasználható információ-tárolásra, illetve továbbításra, amely többnek bizonyul, mint a közvetlen élő szó. Ennek kapcsán megjegyezhető, hogy a legtagabb értelmezés alapján maga a levegő is médiummá válhat, amely analóg módon továbbítja a hangrezgésekbe kódolt információt partnereink hallószervébe (valamint a hangfelvevő képességgel bíró eszközökbe.)

Az emberiség történetének legkorábbi stádiumában az emberiségnek nem volt szüksége a „médiára”, vagy más közvetítő mezőre: a hordaközösségek ritkán találkoztak ugyanis más embercsoportokkal. A mai terminológia szerinti média, mint közvetítő mező lehetősége mindössze négy-ötezer évvel ezelőtt nyílt meg.¹⁵ Az ősközösségek viszonylatában, majd az ókorban már jellemzővé kezdett válni bizonyos médiumok használata, illetve gazdag kultúrája volt az információ továbbításának. Ekként szemlélve a kérdést, leszögezhetjük, hogy a média története gyakorlatilag egyidős az emberi civilizáció történetével.¹⁶ Tágra értelmezve akár azt is mondhatjuk, hogy az írás kialakulását megelőzően is aktívan használt az ember bizonyos felületeket az információ rögzítésére. Elég itt csupán a barlangrajzokra, festményekre gondolni, amelyek szándékos információrögzítést jeleznek. Ezek célja sokféle lehetett, akár az oktatás, akár a korai jellegű művészet, történetírás és így tovább.¹⁷

A politikai és gazdasági élet kialakulásával az információ-közlés is fejlődésnek indult, ennek legkiválóbb bizonyítéka az írás és az ABC, valamint egyéb rendezett jelrendszerek kialakulása. A gazdálkodás, kereskedelem és a korai társadalmak magukkal hozták a magasabb, komplexebb szervezési igényeket, így kialakultak a korai államok. Ez magával hozta a politikai élet megjelenését, melynek velejárója az üzenetek, érvek, nézetek átadása a tömegeknek. A politikai kommunikáció genezisének tekinthető, amikor a görög filozófia képviselői reflektálni kezdtek a hatalomra, az uralomra és a demokráciára. Ekkor lett első ízben vita tárgya a közösség tagjai közötti politikai viszonyok problémája, a poliszt alkotó tagok közötti, valamint a társadalmi rétegek közötti kommunikáció kérdése.¹⁸ Mindezek mellett egyre nagyobb igény mutatkozott a kultúra megjelenítésére, elég csak a görög

¹⁴ CASTELLS (2005), 57. p.

¹⁵ CSÁSZÁR ZOLTÁN: *Média és globalizáció*. Prospektus Nyomda, Budapest-Veszprém, 2005, 17. p.

¹⁶ BAJOMI-LÁZÁR PÉTER: *Média és társadalom*. Antenna Könyvek, Budapest, 2006, 11. p.

¹⁷ SRÁGLI MARIETTA: *Egy kép többet mond ezer szónál – Vizualitás a reklámokban*. Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi Főiskolai Kar, Budapest, 2009, pp. 8-9.

¹⁸ MAZZOLENI, GIANPIETRO: *Politikai kommunikáció*. Osiris Kiadó, Budapest, 2006, 14. p.

drámákra illetve történetekre gondolni. A gazdasági igények magukkal hozták a leltárak, levelek, jegyzékek igényét. Az állam pedig működéséhez, a törvények nép felé való közléséhez is egyre szélesebb körben alkalmazta az információ átadásának technikáit. A polgárok a dialektika, a retorika, a szofisztika eszközei révén ütköztették egymással álláspontjaikat és ez bizonyult a politizálás első számú bázisául is.¹⁹

A kőtáblákba vésett törvények a városok kapuinál, vagy a tereken megjelenítették a társadalom számára követendő szabályokat.²⁰ A piacok forgatagában pedig a kereskedelmi élet résztvevői is hirdették termékeiket. A kulturális, illetve tudományos élet művelői pedig az írással örökítették meg munkáikat. A kortárs világ számára ez a fejlődés és tudás széleskörű terjesztését szolgálta, a későbbi korok számára pedig megőrizte és továbbadta ezt az örökséget. Mindezen nagy társadalmi szférákon felül pedig kétségtelen a privát életben is megjelentek a levelek, naplók vezetése.

Mindezen jelenségekből leszűrhető, hogy az információközlés és a médiumok használata szinte egyidős az emberiséggel. A modern médiumok története mindenképpen a nyomtatott könyvvel, a Gutenberg-galaxis „konstituálásával” kezdődött el. ANDERSON a „nyomda-kapitalizmus”, azaz a Gutenberg-galaxis térnyerésében látta még a nacionalizmus genezisének is: *„a kapitalizmus és könyvnyomtatás technológiájának találkozása a nyelvi diverzitás sorszerűen adottságának talaján megteremtette annak lehetőségét, hogy kialakulhasson az imaginárius közösség egy új formája, amely alapmorfológiájában a modern nemzet számára készítette elő a terepet.”*²¹ Anderson ezzel összefüggésben még HEGELT is citálta, aki szerint a modern ember számára az újság a reggeli imát helyettesítő tényezővé vált.

A könyvnyomtatás térnyerésével tehát kezdődött az információs termelési mód korai fázisa. Az európai kultúrkörben a nyomtatott könyv megjelenésétől beszélhetünk modern tömegmédiáról. A modern, Gutenberg-féle nyomtatás volt tehát az első komoly technikai vívmány, ami erős impulzust szolgáltatott a könyvek elterjedésének, de ezt is vehetjük elsősorban az addigi formák mennyiségi-minőségi ugrásának. MCLUHAN szerint a *„nyomtatás, a pontos másolás eszközeként megerősítette és hangsúlyosabbá tette a vizualitást. Megteremtette a hordozható könyvet, amelyet az emberek magukban, másoktól*

¹⁹ MAZZOLENI (2006), 14. p.

²⁰ HARPER, ROBERT FRANCIS: *The Code of Hammurabi*. The Lawbook Exchange Ltd., New Jersey, 1999

²¹ ANDERSON, BENEDICT (2004): *Képzelt közösségek*. In: KÁNTOR ZOLTÁN (Szerk.): *Nacionalizmuselméletek (Szöveggyűjtemény)*. Rejtjel Kiadó, Budapest, 107. p. Idézi: PONGRÁCZ ALEX: *Fel-feldobott kő, avagy a nacionalizmus, a nemzetállam és a globalizáció összefüggéseinek recepciója*, in Jog- Állam - Politika, 2013/2. szám, 112. p.

elkülönülve olvashattak.”²² Kétségtelen tény, hogy a könyvnyomtatás hatalmas lökést adott az írás és olvasás fellendülésének, az ideák, ötletek, elméletek széleskörű terjesztésének. Hamarosan Európa-szerte megjelentek a nagy nyomdai vállalatok, megsokszorozva a kiadott könyvek számát.²³ Akár azt is nyugodtan kijelenthetjük, hogy a nyomdászat fejlődése elvezetett a modern polgári gondolkodás és felvilágosodás sikeres elterjedéséhez²⁴ és egy *sui generis* értelmezésben a könyv az első, modern tömegtermeléssel előállított ipari terméké vált.²⁵ A nagy otthoni könyvtár már a köznapi emberek számára is elérhetővé vált. A könyv és az újság valóságos polgári médiumoknak tekinthetők: megjelenésük, valamint elterjedésük előfeltétele a polgárság társadalmi osztályának megjelenése volt, illetve ezen médiumok a polgárság identitásának megerősödéséhez is hozzájárultak.²⁶

A média, mint „iparág” igazán azonban csak az újkor folyamán jelent meg. A modern nyomdatechnika nyújtotta áttörés nem csak a könyvek terén jelentett előrelépést. A sorozatgyártás lehetőségének köszönhetően jelent meg a kisebb cikkekből álló, a világ aktuális ügyeivel foglalkozó, véleményező írásokkal feltöltött új tömeges információközlési mód, az újság. Az újságok, időszaki kiadványok és világi pamfletek a XVII. század végén kezdtek megjelenni és gyorsan terjedtek el a XVIII. századtól.²⁷ A korai hírlap jellemzői a rendszeres megjelenés, a kereskedelmi és nyilvános jelleg, illetve a többcélúság: tájékoztatásra, krónikaként, reklámra, kikapcsolódásként is használták.²⁸ Ugyan a korai újságok még nagyon egyszerűek voltak, sokszor csupán egy vagy két oldalból álltak, de a mindennapi hírek, illetve a politikai kérdések terjesztésében mérföldkönek számítottak. A városi polgárság így már olcsón, rendszerezett formában és tartalommal juthatott hozzá a világ híreihez, a kultúra újdonságaihoz illetve a politika figyelemmel kíséréséhez. Ez utóbbit tekintve ez jelentősen új médiumnak bizonyult. Növuma tehát nem is annyira a terjesztési technológiában rejlik, sokkal inkább azon funkciókban, amelyeket egy meghatározott osztály számára töltött be egy változó és sokkalta liberálisabb társadalmi-politikai közegben.²⁹

²² MCLUHAN, MARSHALL – FIOPRE, QUENTIN: *The Medium Is The Message*. Random House, New York, 1967, 50. p.

²³ FEBVRE, LUCIEN – MARTIN, HENRI-JEAN: *The Coming of the Book. The Impact of Printing. 1450-1800*. Verso, London, 1997, 181. p.

²⁴ BAJOMI-LÁZÁR (2006), 18. p.

²⁵ MCLUHAN (1962), 125. p.

²⁶ BAJOMI-LÁZÁR (2006), 15. p.

²⁷ CRANFIELD, GEOFFREY ALAN: *The Development of the Provincial Newspaper, 1700-1760*. Oxford University Press, Oxford, 1962

²⁸ MCQUAIL (2003), 27. p.

²⁹ U. o.

Az ipari forradalom során feltalált és elterjedt számos technológiai újdonság és áttörés az információ világát sem hagyhatta érintetlenül. A technológiai és társadalmi átalakulás kiszélesítette a lehetőségeket, de nagymértékben növelte az igényeket is. A XVIII. század második felétől már bekövetkeztek az első gyökeres technikai „rendszerváltások”.³⁰ A XIX. század társadalmi és gazdasági átalakulásai kiterjesztették az információs termelés és a termékek felhasználását. A városi polgárság növekedése, a polgári átalakulás, a gazdasági modernizáció, a kapitalista rendszer megjelenése, az oktatáspolitikai reformok megalapoztak egy folyamatosan szélesebbé váló réteget, akik már aktív keresleti tényezőként kezdték hasznosítani a médiumokat. Az írni-olvasni tudás egyre szélesebbé válása, az írói és publicisztikai kultúra fejlődése, a napi politika elterjedése kialakította azt a társadalmi igényt, amely egyre aktívabban kivette a részét az információs kultúrából. Persze az olvasóközönség bővülése és a „kulturális integráció” felgyorsulása mellett is sokáig maradt hatályban a korábbi, alapvetően elitista karakterű gondolkodásmód.³¹

A parlamenti átmenet és a választójog szélesítése egyre jobban előtérbe helyezte az információs eszközök aktív politikai alkalmazását. Elsősorban a demokratikus társadalmakban – azaz ahol aktív parlamenti és politikai élet zajlott – egyre inkább felismerték a médiumok alkalmazhatóságát és erejét a tömegek felé való kommunikáció terén. A tömeges terjesztésű magazinok felemelkedésével a nyomtatás már nem csupán a tömeggyártási eszközök egyike, hanem új tömegtájékoztatási médiummá avanzsálódik, igazi közvetítő közeggé válik, ami egyúttal új csatornát biztosított a reklámtevékenységhez is.³²

Míg a XIX. század utolsó harmadáig az ún. honoráciopártok ágyazódtak be leginkább az univerzálisabb értelmiségi kommunikációba és az újságírás is döntően ennek szellemében működött,³³ a tömegpártok kialakulásával alapvetően változott meg ez a helyzet. A független orgánumok mellett megjelentek a centralizált működési keretet mutató pártújságok, akik az adott párt elveinek hű „tolmácsolóiként” próbálták meg befolyásolni a publikumot.

Nem véletlen, hogy minden politikai oldal kialakította a saját alkalmazási módozatát, méghozzá a célközönségre való tekintetre ahhoz, hogy üzenetét átadja, illetve terjessze. Elég csak végiggondolni, kik és hogyan éltek a különböző eszközökkel. A munkásmozgalmak, majd az abból kinövő szocialista eszme irányzatainak különböző változatai előszeretettel

³⁰ BARBIER, FRÉDÉRIC – LAVENIR, CATHERINE BERTHO: *A média története*. Osiris Kiadó, Budapest, 2004, 40. p.

³¹ BARBIER – LAVENIR (2004), 61. p.

³² BENIGER, JAMES R.: *Az irányítás forradalma. Az információs társadalom technológiai és gazdasági forrásai*. Gondolat-Infonia, Budapest, 2004, 576. p.

³³ POKOL (2006), 181. p.

választják az egyszerűbb üzenetekkel operáló lapokat, pamfleteket és nem utolsósorban a plakátokat. Ezek a módszerek kimondottan a nagy tömegekhez való szólás az egyszerű, de érthető üzeneteken keresztül. A másik oldal, a tőkés és a középosztály soraiban is kialakul a sajátos felhasználási mód. A politikai sajtó sajátos vonása – bármely „uralkodó eszme” orgánusáról is legyen szó –, hogy olvasói a párt iránti elhivatottságuk révén kötődnek hozzá, az meghatározott politikai érdekeket szolgál és a pártcélok érdekében mozgóskodik.³⁴

Az irodalom és a politika sokkal kézzelfoghatóbbá kezdett válni a művelt rétegek számára. Közéleti, gazdasági, kulturális lapok, magazinok jelentek meg, kialakult az újságírói szakma, amely profi szinten képes alakítani az információ leírását és közlését. A politikusok és a pártok pártlapokat vagy baráti újságokat tartottak maguk körül, egyre inkább létrejött a kampánytevékenység. Maga a politikai kampány az egyik leggyorsabb kiaknázási éllövása az új információs technológiáknak és módszereknek. Külön szakma alakul ki a kampányüzenetek, a propaganda, a politikai arculat kialakítására, amelynek az üzése folyamatosan tartja a lépést, képes mindig változni, újulni az évtizedek alatt, függetlenül akár attól is, hogy éppen demokratikus vagy diktatórikus környezetről van-e szó. A direkt és markáns politikai szerepvállalás „prototípusaiul” szolgáltak a totalitárius rezsimek, amelyek egy párt, kormányzat vagy egy állam szolgálatába állították a médiát. *„A totális rendszerek alapjául a demokráciától mindenben eltérő politikai filozófia szolgál: a minden apró tényért értelemmel felruházó világmagyarázat uralmán mindössze néhány, erre a célra kijelölt propagandista dolgozik. A média ellenőrzése és politikai célú felhasználása – a cenzúra és a propaganda – központi szerepet tölt be a rendszerben.”*³⁵

Kétségtelen viszont, hogy a másik nagy rendszer, amely hajtja és egyben fel is használja a technikai fejlődés nyújtotta információs lehetőségeket, az az újonnan kialakult kapitalista gazdasági szféra.³⁶ A modern információtechnológia ezen a rendszeren belül alakul ki, egyben itt is van a legszélesebb körű felhasználás, valamint az ellenőrzés is a legtöbb esetben. A kapitalista rendszer és a társadalmi átalakulás teret nyitott a technológia robbanásszerű fejlődéséhez és az ipari, valamint kereskedelmi folyamatok egyre kifinomultabb és pontosabb információközlési módszereket igényelnek, így mondhatni, öngerjesztő a folyamat.³⁷ Az új eszközöket pedig magába építik ezek a folyamatok, mert egyben sikerrel állnak helyt a

³⁴ MCQUAIL (2003), 28. p.

³⁵ BARBIER – LAVENIR (2004), 182. p.; BAYER (1999), 385. p.

³⁶ HUGILL, PETER J.: *World Trade Since 1431: Geography, Technology, and Capitalism*. The John Hopkins University Press, Harrisonburg, Virginia, 1993

³⁷ KOMENCZI BERTALAN: *Információ és társadalom*. Eszterházy Károly Főiskola, Eger, 2011, pp. 40-41.

termelési folyamatok szervezésében, ugyanúgy a kereskedelemben is magas hatékonysággal felhasználhatóak.

Az ipari forradalom során a legjelentősebb áttörést az információtechnológiában az azonnali üzenetküldésre alkalmas eszközök kifejlesztése jelentette. Az elektrotechnikai fejlődés eredményeképpen az elektromos jelek azonnali átküldésére képes távíró megjelenése forradalmasított számos területet, és ez még csak a kezdet volt.³⁸ A távíró segítségével összefüggőbb ment a gazdasági világ. A vasútépítéseket felgyorsította valamint a vasúti közlekedés koordinálásában is igen hatékonynak bizonyult ez az eszköz. Hamar kiépültek az országos majd kontinentális összeköttetésekkel bíró hálózatok,³⁹ amelyeken keresztül a közlekedés felügyeletén túl a távirati szolgáltatás nagyban felgyorsította az üzenetek átküldését. Lehetőség nyílt a gyors táviratok küldésére, fontos információkat akár egy nap alatt hatalmas távokon keresztül lehetett eljuttatni. A következő fontos lépés a telefon kifejlesztése, ugyanis itt már egyrészt közvetlen hangot lehet továbbítani, azonnal, oda-vissza alapon, továbbá mindezt személyes felhasználásra alkalmas kiserelésben. A távíró irodákkal ellentétben a telefonokat a központ kötötte össze, így a lakásokban, irodákban már elég volt egy készüléket tartani a használathoz.⁴⁰

További jelentős terület a hang-, illetve később a filmtechnika, valamint ezek vegyítése, amely a hangos film megjelenését hozta magával.⁴¹ Ezen két lehetőség kulturális hatása igen jelentős, egyrészt lehetővé teszi a modern és klasszikus kultúra széles körben való terjesztését, alakulását, továbbá reklámjellegű alkalmazása sem hagyható figyelmen kívül. A vállalatok nagyon hatásosan fel tudták és tudják használni az ezen technológiában rejlő lehetőségeket, elég csak a hanglemezek elhelyezett hirdetésekre, vagy a mozikban megjelenő reklámra gondolni.

A XX. század során a technológia olyan mértékű fejlődésen ment keresztül, mely már gyakorlatilag évtizedes különbségekkel forradalmasította az információs termelés felhasználását. A rádió, televízió megjelenése sosem látott mértékben változtatta meg a gazdaság, a politika és a magánélet viszonyait, számos esetben összemosva eme területek határait. A szerkesztett üzenetek és az ezekre épülő hatalmas hálózatok pillanatok alatt beszórták a világot, gyakorlatilag a nappaliba engedve be azt. A modern értelemben vett

³⁸ BENIGER (2004), 48. p.

³⁹ NOLL, MICHAEL A.: *The Evolution of Media*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc. , Lanham, Maryland, 2007, pp. 20-21.

⁴⁰ BARBIER – LAVENIR (2004), pp. 155-158.

⁴¹ BAJOMI-LÁZÁR (2006), pp. 27-42., BARBIER – LAVENIR (2004), pp. 188-254.; POKOL (2006), pp. 186-191.

média ezen eszközök és az őket működtető csoportok tevékenységét jelenti, nem véletlen, hogy ma már tudományágnak számít, rengeteg hivatást felölelve, hatásai pedig azonnal éreztetik magukat, amint történik valami politikai vagy társadalmi változás. Korunk világában sokszor a média maga okozza vagy segíti azon folyamatokat vagy változásokat, amiknek bekövetkezéséről maga is tudósít.⁴² Elég csak a televíziós közvetítésekre gondolni, amelyek jelölti vitákat adnak, élőben közvetítenek jelentős eseményeket a világban, valamint a globalizáció során gyakorlatilag a modern vállalatok átgondoltan megszerkesztett szócsöveivé váltak.

Legvégül mindenképpen szót kell ejteni egy vélelmezhetően rendkívül fontos technológiai áttörésről, a modern számítástechnika megjelenéséről. Robert Stevenson ekként ír ennek relevanciájáról: *„az információs korszak döntő tényezője három fontos technológia: a számítógép, a műhold és a digitalizáció. Ezek együttese egy globális kommunikációs hálót alakított ki, amely az atmoszférához hasonlóan teljesen lefedi a Földet. Ezzel párhuzamosan a nemzetközi nyomtatott sajtó, a globális televíziózás és rádiózás, a nagy sebességű adatátviteli technológiák és – egyre növekvő mértékben – az internet, a hírek és megbízható információk (...) állandó áramlását biztosítják.”*⁴³ Ezen fejlődési pont véleményem szerint igen fontos lépés az információ, mint termelési elem létezésében. Azon kívül, hogy irányítástechnikai, szervezési előnyei vitathatatlanok, mindenképpen jelentős elem, hogy a modern gépek polgári felhasználásra tökéletesen alkalmasak, gyakorlatilag egy modern terminálként funkcionálva az otthonokban. Így jelentős oktatási, gazdasági, kulturálódási, üzleti és egyéb tevékenységet lehet folytatni gyakorlatilag bárhol, különösen a mobil számítógépek elterjedésével. Mindezen felül az internet megjelenésével olyan szintű interaktív kommunikációs lehetőségek jelennek meg, ahol azonnali a visszacsatolás, a vélemények áramlása szabad, a felhasználó maga válik a „műsor” szerkesztőjévé, - elméleti szinten legalábbis - ő dönti el, hogy mit fogyaszt a globális információs tömegből.

A vélemények azonnali és szabad áramlása elképesztő új lehetőségeket teremtett a gazdasági és politikai világ figyelemmel kísérésére, a gondolatok szabad kifejezése útján. Már minden eseményt élőben követhet bárki, azt megoszthatja az interneten, arra más felhasználók reflektálhatnak - ugyanez igaz a termékek, illetve szolgáltatások felhasználói megítélésére is. Ezen lehetőségek folyamatosan bővülnek a fejlett mobileszközök megjelenésével, amely

⁴² Ld. pl. SOWERS, JEANNIE – TOENSING, CHRIS (Eds.): *The Journey to Tahrir: Revolution, Protest, and Social Change in Egypt*. Verson, London, 2012

⁴³ JOHNSTON, DONALD H. (Ed.): *Encyclopedia of international media and communications*. San Diego (CA), 2003. Academic, 266. p.

során már a zsebekben is mini számítógépek lapulnak, interneteléréssel. Az infokommunikációs technológiák ráadásul sokszor „csőre töltött fegyverként” használhatók az állampolgárok kezében. 2001. január 20-án JOSEPH ESTRADA, a Fülöp-szigetek elnöke a történelem első olyan kormányfőjévé vált, akit egy „*smart mob fosztott meg hatalmától. Több mint egymillió, körsms-eken keresztül mozgósított és szervezett manilai lakos gyűlt össze az 1986-os, a Marcos rezsimet megdöntő People Power demonstrációk helyszínén*”⁴⁴, kikényszerítve az elnök távozását. Tíz esztendővel később, 2011 tavaszán pedig az „arab tavaszhoz” vezető hatalmas tüntetéssorozat résztvevőit a Facebook-on és a Twitteren kezdték verbuválni – a kibontakozó eseménysorozat következményeként a több évtizede regnáló rezsimek hosszabb-rövidebb ellenállási időt követően megbuktak.

Az írás rögzítésére alkalmas pergamenektől kezdve gyakorlatilag eljutottunk egy olyan korba, ahol bármely természetes személy, gyakorlatilag idő-és területi korlátozás nélkül kapcsolatba léphet a zsebében lapuló eszköz segítségével más személyekkel, azaz az információs gyümölcsös fáról bárki leakaszthatja a neki éppen szükséges gyümölcsöt. CHURCHILL után szabadon azonban kijelenthetjük: ami mérhetetlen áldást hozhat az emberiségnek, az „teljes pusztulást” is okozhat: az internetet használó és a kirekesztődött csoportok között digitális vasfüggöny ereszkedhet le. Ahogy GILLES PAQUET fogalmazott: az információs technológia ambivalens: egyszerre generál rendezett és kaotikus világot.⁴⁵

⁴⁴ HALÁCSY PÉTER – VÁLYI GÁBOR – BARRY WELLMANN (Szerk.): *Hatalom a mobiltömegek kezében*. Typotex Elektronikus Kiadó Kft., Budapest, 2007, 214. p.

⁴⁵ Idézi: UGRIN EMESE – VARGA CSABA: *Új demokrácia-és államelmélet*. Századvég Kiadó, Budapest, 2007, 203. p.

II. AZ INFORMÁCIÓS TERMELESI MÓD ÉS ESZKÖZEI HATÁSA A TÁRSADALOM ÉLETÉRE

Az előző fejezetben láthattuk, hogy a technológiai fejlődés és az iparosodás során végbemenő társadalmi változások mekkora mértékben változtatták meg az ember mindennapi életét. Mint azt leszögeztük, ez a változás nem csupán egyetlen ugrásból áll, hanem sokkal inkább folyamatosan zajlik. Egyfajta folytatólagos társadalmi metamorfózis megy végbe: apró lépésekkel, de szinte generációnként új jelenségek bukkannak fel. Amíg a középkorban a társadalmi berendezkedés akár több száz évre is statikussá válhatott, addig a mai világban állandó dinamizmus jellemzi ezen területet. Az iparosodás és polgárosodás óta eltelt időben egyre rövidebb időintervallumokban, akár tíz vagy még kevesebb évente jelennek meg új, forradalmi technológiák, amelyek teljesen új viselkedési mintákat eredményeznek és egy lépéssel tovább bővítik a véleménynyilvánítás szabadságát, az interkonnektivitást, társadalmi aktivizálódást.⁴⁶

Vizsgálódásom során két időszak változásait és hatásait tekinteném át részletesebben. Az egyik a XX. század közepén végbemenő gyors telekommunikációs és műsorszórási változás, amelynek során a televíziózás és egyéb műsorszerkesztési szakmák átalakították a mindennapi életet. A másik, tárgyalandó időszak az elmúlt húsz év számítástechnikai forradalma, mely korábban sosem látott globális összekapcsolódást eredményezett. Ezen két nagy lépés először megteremtette az információk multimédiás szerkeszthetőségét és átadását, méghozzá tudatosan felépített műsorok, programok keretében, míg a következő nagy lépés minden egyes felhasználót szerkesztővé változtatott, kezeikbe, otthonaikba juttatva el azt a műsorok szerkesztéséhez szükséges minden eszközzel együtt. Mindezen jelenségek szoros és egyre szimbiotikusabb kapcsolatban állnak a globalizáció egyre erősödő folyamatával, mind társadalmi, mind gazdasági területen - tegyük hozzá, hogy ezen vizsgálódás során a globális politikát sem szabad figyelmen kívül hagyni. A helyi kommunikációs szint először regionálissá, majd országossá, végül globálissá vált. Korunk információs áramlása tehát lényegében egy globális, multilingvális, szabadon áramló információfolyam,⁴⁷ amelyben a nemzeti elem ugyan részt vesz, több esetben kontroll alá is szeretné venni, azonban számos

⁴⁶ CASTELLS (2005), pp. 103-106.

⁴⁷ BORGMAN, CHRISTINE L.: *From Gutenberg to the Global Information Infrastructure: Access to Information in the Global Networked World*. MIT Press, London, 2000, pp. 215-216.

kísérlet után az eddigi törekvések vagy kudarcot vallottak, vagy csak részleges sikert értek el.⁴⁸

A mindennapi életben a médiumok és az információs termékek felhasználása látványosan megsokszorozódott az elmúlt évszázadok során. A hétköznapi polgárok számára fokozatosan kinyílt a világ, melyre hatalmas igényt is mutattak a modern kor társadalmi. A felgyorsuló társadalmi folyamatok, a gazdaság és politika nyomon követése a háztartások napi tevékenységévé vált. Jellegzetes jelenet a XX. század első felében a reggeli készülődés során újságot olvasó ember, a buszokon, vonatokon olvasó tömegek, az este során a rádióhallgatás a vacsora mellett. Azonban a fejlődés itt nem állt meg. Az 1930-as években már kísérleti stádiumban volt a televízió fejlesztése, Angliában már kísérleti adásokat is végeztek, de a világháború megtörte ezt a folyamatot.⁴⁹ Ez a törés azonban nem a fejlesztések megállását jelentette, csupán a hadászati célból történő kutatás és alkalmazás priorizálását. A világháború – mint minden egyes nagyobb háborús időszak – a műszaki előrehaladás ugrópontja volt, a kommunikációs eszközök – az egyéb technikai területek mellett – hatalmas fejlődésen mentek keresztül. Ezen fejlesztések pedig a háború utáni békeidőszakban – pontosabban a kialakuló hidegháborúban, ami csak fokozta a műszaki fejlődést – újfajta média-felhasználási folyamatokat hoztak magukkal.⁵⁰

A XX. század második felétől kezdett egyre szélesebb körben – elsősorban a nyugati világban, később azonban más régiókban is – megjelenni a televízió, valamint a vele járó gondolkodás-és fogyasztásbeli attitűdváltozások. Kiemelkedő újdonságnak számított az, hogy a hang mellé ezentúl már kép is társult és az addig csak a mozikra jellemző mozgóképes technológia már a nappalikban is elérhetővé vált. Mindez pedig együtt járt a jellemzővel, hogy a műsorstruktúra folyamatos jelleggel lett megszerkesztve, tehát nem csupán egy-egy műsorra tudott a fogyasztó leülni a televízió elé – mint például a mozik esetében –, hanem mondhatni egész nap, amikor műsoridő volt, figyelemmel tudta az adást kísérni. A készülékek egyre elterjedtebbé váltak, az 1980-1990-es esztendőkre már természetes tartozékokká váltak az otthonokban, üzletekben és vendéglátóipari egységekben. Ez azt jelentette, hogy a sugárzott műsorszámok lakossági felhasználása permanenssé vált, a maradék piaci rést pedig a nyomtatott lapok, magazinok töltötték ki. A családok életét

⁴⁸ CASTELLS (2005), pp. 38-41.

⁴⁹ BENIGER (2004), pp. 573-590.

⁵⁰ WALLACE, WILLIAM McDONALD: *Techno-cultural Evolution: Cycles of Creation and Conflict*. Potomac Books, Inc., Washington, DC, 2007, pp. 161-167.

meghatározta a televíziózás, az információk nagy részét már ezen a csatornán szerezték be, nem beszélve ezen felül a szórakoztató műsorokról, illetve filmekről.⁵¹

Az újdonsült technológia új műsorszerkesztői struktúrákat is igényelt, amely a század derekán elsősorban két irányban alakult ki. Az európai modell főként az állami televíziós társaságok felállításának irányába mozdult el, előtérbe helyezve a közszolgálati jelleget. Ez persze nem zárta ki a piaci alapú társaságok megjelenését, ám eleinte nagyobb hangsúlyt fektettek az állam által felügyelt csatornákra. Ezzel szemben az Egyesült Államokban tisztán piaci elven érvényesültek a televíziózással foglalkozó csoportok. Ugyan itt is tapasztalható volt a különböző politikai oldalakhoz történő idomulás, de ezt mégis kellő távolságtartással tették.⁵² Az idő előrehaladtával, illetve a kábeles és műholdas műsorszórás elterjedésével a csatornák száma megsokszorozódott. Az információs kosár hatalmasra nőtt, így a fogyasztók már csak részleteket tudtak figyelemmel kísérni, az egész rendszer követése lehetetlenné vált.

A szélesedés erős differenciálódással is járt, a különböző társaságok csatornacsaládokat alakítottak ki, lényegében terméké téve a televíziózást. A különböző területek – a hírtevékenység, szórakoztatás, ismeretterjesztés, zene, divat és így tovább – különböző csatornákon kaptak helyet, amelyet egy nagy anyavállalat fogott egybe. Ez a folyamat egy idő után már Európában is azt eredményezte, hogy sokkal erősebbé vált a piac hatása. Maga a televízió, mint médium is kiveszi a részét a globalizáció folyamatából, így világszerte minden otthonban elérhetővé válnak a nagy globális televíziós termékcsaládok. Az egész glóbuszon, de különösen a fejlettebb államokban egy termékalapú uniformizálódás zajlik le. Szemléletes példával élve még az 1960-as, illetve 1970-es években a legtöbb államban a helyi adók domináltak – így Angliában a BBC csoport, Németországban az RTL, vagy az Egyesült Államokban a CBS-NBC páros és az egyéb helyi és országos televíziós csoportok –, ám az ezt követő 1980-as évtized során, a műsorszórási technológia fejlődésével bekövetkezett egy televíziós paradigmaváltás.⁵³ Ekkor jelennek meg a nagy hírcsatornák, valamint a kereskedelmi jellegű tematizált adók, amely folyamat elvezetett a mai üzleti formákhoz.⁵⁴

A globális kapitalizmus fogyasztói polgára számára ma már a média, illetve az információ termékként jelenik meg. Ezen termékeknek megvan a maga piaca és ezen piac

⁵¹ BARBIER-LAVENIR (2004), pp. 260-265.

⁵² BARBIER-LAVENIR (2004), pp. 266-276.

⁵³ BARBIER-LAVENIR (2004), pp. 337-339.

⁵⁴ BARBIER-LAVENIR (2004), pp. 277-301.

kommunikációs szférán belül kialakult értékmérője a nézettség, ez alapján minősülnek egyes műsorstruktúrák eladhatónak, vagy pedig szanálásra ítéltetettnek⁵⁵. Érdekes jelenség, hogy ebben a folyamatban maga a hírtevékenység is háttérbe szorul, illetve átalakul. Ugyanis számos televíziós adó, különösen a kereskedelmiek arra törekednek, hogy a híradások is „bulvárosabbá” váljanak, kerülve a kényesebb témákat, esetleg idomulva a vélt nézői csoportok feltehető – azaz marketing és közvéleménykutatásokkal alátámasztott – igényeihez. Ugyanis egy-egy rossz döntés nézettségvesztéshez és a piaci részesedés csökkenéséhez vezethet. A fenti folyamatra adott válasz a pusztán hírtevékenységgel foglalkozó adók megjelenése, melyek professzionális módon végzik a televíziós riporter munkát. Ekként – hasonlóan a nyomtatott sajtó világához –, riportokból, tudósításokból, oknyomozásokból áll, illetve ehhez még tematikus vita- és magazinműsorok társulna. Számos esetben a hírcsatornák markánsan vagy kevésbé markánsan, de elhelyezkednek a politikai erő és irányvonalak mentén is, jellemzően az adott állam jobb- bal- illetve centrumhoz tartozó fókuszpontjaihoz közeledve.⁵⁶

Korunkban a televíziózás is betagozódik a társadalom különböző rétegzódéseibe, a legtöbb fontosabb csoport megtalálja igényeit a műsorstruktúrában, azonban a piaci jelleg igen erősen dominál a manapság sugárzott műsorszámokban. Érdemes megfigyelni, hogy emellett a nyomtatott sajtó tradicionálisan megtartja a pozícióit a működése során kialakult érdekeltségi körei mellett. A nyomtatott médiumok jellemzően ma már főleg piaci részterületeket és célközönségeket céloznak meg, azonban ez az olvasói bázis többé-kevésbé – ugyanis a piaci részesedés a különböző médiumok között átalakult, a nyomtatott sajtó rovására – kitart a preferált termékei mellett. Fontos jelenség azonban, hogy az internet megjelenése nem feltétlenül okozza a nyomtatott sajtó „halálát”, azaz a McLuhan által hangsúlyozott Gutenberg-galaxis alkonyát, ugyanis az igaz, hogy a nyomdászati úton elállított papíralapú újságforma egyre erősebben a háttérbe szorul, az azt üzemeltető ügynökség, szerkesztőség azonban mégsem szűnik meg. A technológiai trendeket követve, jellemzően formát váltanak, reagálva a megváltozott olvasói szokásokhoz. A mai világban ugyanis egyre többen váltanak online felületre, amely elsősorban az internet alapú olvasásra való reagálás volt – értve itt az elsősorban lapon, asztali gépen történő olvasást. Ennek következményeként a nyomtatott sajtó számottevően sikerebben érvényesül a mobilpiacon, különös tekintettel a tabletekre. Ezen gépek ugyanis teljesen alkalmasak a nyomtatott sajtó

⁵⁵ SIAPERA, EUGENIA: *Cultural Diversity and Global Media: The Mediation of Difference*. Wiley-Blackwell, Oxford – Malden, 2010, pp. 81-84.

⁵⁶ POKOL (2006), pp. 189-191.

„helyettesítésére”, mivel használati módozatuk erősen hasonló az újságokéhoz. Így a statisztikákon belül a nyomtatott sajtót háttérbe szorítja az internetes információfogyasztás, de valójában inkább beleolvad, beépül az internetes környezetbe.⁵⁷

A társadalmon belüli személyes információs fogyasztás egyik legjelentősebb mérföldköve az internet megjelenése volt, amely azóta töretlenül halad előre a technikai és felhasználói fejlődési pályán. Technikai értelemben arra kell gondolni elsősorban, hogy egyre szélesebb körű a globális lefedettség és hozzáférés, mind földrajzi aspektusból, mind elérési lehetőségek tekintetében. Utóbbit jobban megvizsgálva ugyanis látható, hogy amíg az 1990-es és a korai 2000-es években elsősorban még a tradicionális számítógépek jelentették az alapvető terminált, addig mára egyre erősebb trend a mobil eszközök térnyerése, gyakorlatilag elérési ponttá alakítva minden telefont, táblagépet, gépjárműbe épített terminált, azaz szinte bármit. Mindehhez nagy segítséget jelent a sebesség és átviteli technológiák rohamos fejlődése. Ez a haladási irány egyre szélesebb internethasználatot eredményez, gyakorlatilag a teljes társadalom hozzáfér az internethez és a szabadságból eredően mindenki képes megtalálni, illetve akár közzétenni a számára érdekes tartalmakat.⁵⁸

Az egyik leginkább fontos jelenség, hogy a teljes társadalom hozzáférhet az internethez. Az internet egyik legalapvetőbb és egyben legfontosabb tulajdonsága, hogy lényegében teljes szabadságot biztosít a felhasználóknak. Gyakorlatilag mindenki arra használhatja fel, amire szeretné – ez magába foglalja tehát azt, hogy bárki tetszése szerint kereshet tartalmat, le-, illetve feltölthet, szerkeszthet, szabadon közzétehet, valamint nem utolsósorban reagálhat is. Ezen tulajdonság révén minden egyes internet-felhasználó/fogyasztó személy megtestesíthet egy teljes szerkesztőséget egymagában, szöveg-, kép- és hangrögzítési lehetőségekkel. Gyakorlatilag az igényesség teljes spektrumában bárki képes terméket előállítani. Igen széles és gazdag a jelenkor internetes kultúrája ilyen téren, a részvétel pedig szinte teljes. Minden területen lehet személyes internetes naplót, ún. blogokat találni, írni, követni. Számos videómegosztó oldal található, melyeknek összes adattartalma hatalmas szerverparkokat tölt meg. A személyes részvételt és a közösségi érzést erősíti a szociális hálózatok, illetve személyes fotómegosztók illetve mikroblogok széleskörű térnyerése. Ezen oldalakon gyakorlatilag a felhasználók a személyes területet terjesztik ki, gondolataikat, érzéseiket osztják meg. Fontos azonban megjegyezni azt is, hogy ezen a területen igen fontos kérdés a felhasználási szocializáció kérdése, mely egyre nagyobb kihívás

⁵⁷ BARBIER-LAVENIR (2004), pp. 372-376.; CASTELLS (2005), 431. p. 6.1 táblázat

⁵⁸ CASTELLS (2005), pp. 86-96

a modern társadalmakban. Ugyanis ez a jelenség és nyilvánosság számos negatív jelenséget is magában hordoz, gyakorlatilag háttérbe szorítva a valós privát életet.⁵⁹

Az internetes éra és az információs szupersztráda következő, rendkívül fontos eleme, hogy döntési lehetőséget nyújt a felhasználónak. Amíg a televíziós, rádiós formák műsorstruktúrája erősen lineáris – hiszen a digitális televíziós szolgáltatások is legfeljebb kiszélesített felvételi, visszajátszási, illetve kölcsönzési lehetőségeket nyújtanak – és szerkesztett, a nyomtatott sajtó pedig szerkesztőségi kontroll alatt áll, addig az internetes felületen nem feltétlenül érvényesül ilyen korlátoltság. Gyakorlatilag bármikor előkereshető bármilyen információ és tartalom, visszakereshető formában, emellett egyszerre több oldal és anyag is követhető. Ez a fajta szabadság azon lehetőséget adja a felhasználó kezébe, hogy saját maga állíthatja össze a műsorstruktúrát, azt az információs szeletet, amely kifejezetten érdekli őt, így személyre szabottan tudja követni és keresni a tartalmakat. Ez a lehetőség erősen kedvez a kifejezetten speciális tartalmakkal bíró érdeklődési köröknek és az azokkal foglalkozó csoportoknak, legyen az hobby, politikai irányzat, földrajzi közösség, kulturális érdeklődés és így tovább.

További fontos komponens a reagálás lehetősége. A modern internetes oldalak szinte mindegyike biztosít lehetőséget arra, hogy az olvasói reagáljanak a tartalomra, egymás véleményére, széleskörű és szabad véleményt alkossanak, megvitassák az adott kérdést. Egyik alapvető lehetőség a tartalmak kommentálása, elsősorban bejegyzések, cikkek, videók esetében, ahol közvetlenül a tartalmilag releváns rész alatt lehet megosztani a gondolatokat. A gondolat kinyilvánításának, illetve a diskurzus folytatásának egy másik, széles körű lehetősége a fórum jellegű oldalak működése. Ezen oldalakból is számos változat létezik, lehet kimondottan egy vállalat vagy szolgáltató saját témaköreit, termékeit vitató fórum, vagy akár egy bizonyos csoport, közösség belső használatra kialakított vitafelülete. De lehet adott esetben teljesen szabadon kezelhető, generális fórum is, ahol számos témában és személynek biztosított a véleményalkotás, majd az azt követő diskurzus.

Az akció-reakció párosítás a közösségi oldalak sajátossága is, ahol szintén gyakori jelenség a különböző gondolatok véleményezése, megosztása, a felhasználók számára tetsző, illetve nem tetsző tartalmak eszerint való osztályozása. Érdekes kulturális elem, hogy a közösségi oldalakon kimondottan a pozitív véleménynyilvánítás – azaz a like-olás – az irányadó, ennek indoka pedig az, hogy a közösség életében a pozitív gondolatok

⁵⁹ BARBIER-LAVENIR (2004), pp. 369-372., illetve 376-379.

megosztásának és az arra adott megerősítő véleményeknek van elsődlegesen helye. Nem kizárt, sőt, kifejezetten gyakori jelenség viszont, hogy a felhasználók ezt figyelmen kívül hagyva mégis elmozdulnak a másik irányba, negatív célból alkalmazva ezen lehetőségeket. Tovább erősíti a névtelenség és/vagy távolság, közvetettség illúziója ezt a tendenciát, valamint a félreértéseket, kapott vagy adott érzelmi reakciókat és akár a társadalmi elidegenedést is. Ez utóbbi jelenség különösen égető velejárója az internetes „kiszolgáltatottságnak”, feltárulkozó jelenlétnek. Ugyanis kulturális, technikai előképzettség nélkül, sokszor már kora tizenéves korban is már belépnek a felhasználók a közösségi térbe. Ennek következményeként az otthoni szocializáltságtól függetlenül, teljes egészében kiszolgáltatja az adott személyt a teljes közösség összes pozitív és negatív tevékenységének, véleményének. Ezen jelenségek a modern társadalom számára még a tapasztalás fázisában leledzenek, de már elkezdődtek az ezt vizsgáló, kiértékelő megfigyelések és kutatások. Az elkövetkezendő néhány esztendőben erősen valószínűsíthető, hogy oktatás és neveléspolitikai programok aktív szerepet fognak vállalni az internetes felhasználói magatartás és tudatosság növelésében.⁶⁰

Mindezen járulékos jelenségektől eltekintve kétségtelen tény azonban, hogy az internet léte és működése gyökeresen megváltoztatta a kor emberének hozzáállását és véleményét a világról, növelve a közvetlen kapcsolatot a globális térrel. Sokan látják a szólásszabadság kiteljesedését, a vélemények kiterjedt pluralitását az ebben rejlő lehetőségekben. Egyre erősödő tendencia a személyek, a politika és a gazdaság elemeinek jelenléte a globális információs térben. Ez a szintű társadalmi interkonnektivitás mára átszövi a világ működését.⁶¹ Az internet gyakorlatilag egy mindent átszövő második, virtuális Föld, amely mindent körülvesz körülöttünk, mindennel kapcsolatban áll és a legjobb jellemző rá az, hogy az embereknek a legszélesebben kiterjesztett érzékelési és cselekvési lehetőségét alkotja.

Érdemes figyelembe venni, hogy a nyomtatott és a sugárzott médiumok szabályozása nemzeti és regionális szinten lehetséges és kívánatos egy bizonyos fokig. Fontos a különböző tartalmak és célcsoportok alapján szelektálni a különböző lapokat, műsorokat és adássávokat, csatornákat. Mindez alapvetően védi a felhasználókat, bár nem egy esetben visszaélésekhez vezethet, illetve könnyen ki is játszható a globális környezetben, ám ezen információs közvetítők szabályozása általában elfogadott. Az internet szabályozása hasonlóképpen történik, bár sokkal nehezebb feladat az erősebb globális jelleg és az összekapcsolódások

⁶⁰ CASTELLS (2005), pp. 116-124.

⁶¹ RANTANEN, TERHI: *The Media and Globalization*. Sage Publication Ltd., London, 2005, 8. p.

folytán. Lehet ugyan szintén helyi, nemzeti szabályzást megvalósítani – ez az érzékeny tartalmak, pl. a minősített személyes adatok vagy a különböző korcsoportok védelme, illegális tartalmak korlátozása esetében kívánatos is –, de az alapjogi védelemhez képest sokkal erősebben jelenik meg egyes államok részéről a szólásszabadsággal szembeni védekezés a netes környezetben. Ez elsősorban a diktatúrákra, valamint az autoriter kormányokra jellemző. Ilyenként lehet említeni a kínai korlátozásokat, vagy a legutóbbi évek törökországi botrányait, amelyek több videómegosztó, illetve mikroblog oldalt érintettek. Érdekes példa még Észak-Korea is, amelyben internetelérése csupán a legfelsőbb pártvezetésnek van, a lakosság elektronikus termékekhez hozzáférő rétege – kb. a lakosság 5%-a – pedig az államon belül működtetett intranetes rendszerhez fér hozzá.⁶²

Az internet erős és gyors térnyerése amúgy kiválóan leképezi azon igényt a társadalom részéről, hogy növelje virtuális jelenlétét, valamint azt, hogy kapcsolatban álljon a globális tér többi résztvevőjével, legyen az természetes személy, vállalat, intézet, csoport, irányzat, kulturális elem, vagy más aktor. Mindehhez hozzá kell tenni azt is, hogy a mobil eszközökről is egyre egyszerűbb a hozzáférés. Ez azt eredményezi, hogy a virtuális térben való részvétel gyakorlatilag a teljes napi időbeosztásban, bármely élethelyzetben lehetővé vált. Azzal, hogy a modern mobil eszközök gyakorlatilag mini számítógépekké váltak, teret kapott az a jelenség, hogy ma már szinte minden fogyasztói igény kapott valamilyen virtuális off- vagy online segédprogramot, kiegészítő eszközt vagy egyéb, a mindennapi életet és kommunikációt egyszerűbbé tevő alkalmazást.⁶³ Ma már gyakorlatilag bárholnan lehet szemlélni az időjárást, a menetrendet, a híreket, de a fénykép és videómegosztási lehetőségeken keresztül akár maga a lakosság is élő tudósítónak válhat az egyes események kapcsán, sokszor előzve meg a helyi média kiérkezését.

Mindezen változásokon keresztül jól látható az a folyamat, amelynek eredményeként – a modern tömegkommunikációs eszközökön és az ezt üzemeltető módszereken keresztül – jelentősen megváltozott a társadalom gondolkodása, látásmódja, viselkedése a XX. század elejétől a XXI. század hajnaláig. Eme időintervallumban hihetetlen volumenű változások következtek be az információközlési és kapcsolattartási rendszerekben, a műsorszerkesztési struktúrákban, valamint a médiumok fogyasztási szokásaiban. Még akár a tíz vagy húsz évvel ezelőtti állapotokban sem merték volna azt gondolni, hogy minden egyes ember képessé

⁶² HASSIG, RALPH – OH, KONGDAN: *The Hidden People of North Korea: Everyday life in the Hermit Kingdom*. Rowman & Littlefield, Publishers, Inc., Plymouth, 2009, 145. p.

⁶³ CASTELLS (2005), pp. 375-379.

válhat az egymással történő interakcióra – méghozzá az egész a glóbuszon, ahol adottak a megfelelő technikai feltételek és paraméterek, ráadásul mindegyik akár a zsebünkben megbúvó eszközökön keresztül nyílik lehetőségünk. Ezen időszakot először a modern nyomtatott sajtó forradalmasította. Ezt követte a rádió térnyerése, valamint a mozgókép fejlődése, majd végül bekövetkezett a televíziózás elterjedése mind fogyasztói, mind szolgáltatói oldalon. Ezt követően az internet megjelenése bírt forradalmi hatással. Ennek a súlyához azóta is igazodni próbál a társadalom összes szférája. Még a felgyorsult életvitelünk sem mindig képes tartani a lépést eme információáramlási tempóval. Maga az információ pénzzel és hatalommal kifejezhető értékévé vált, erre tekintettel akár azt is lehet mondani, hogy a modern világot az információs túltermelés sújtja. A társadalom már generációnként más és más eszközökhöz és módszerekhez alkalmazkodik, azonban ez technokulturális fragmentációhoz is vezetett.⁶⁴

Arról van szó, hogy a különböző korosztályok már nem tudják nyomon követni a kicsit talán már elszabadult fejlődést. Az állami törvényhozások feladata ezen a téren úgy lenne a legoptimálisabb, ha a felhasználói, fogyasztóvédelmi tudatosságot növelve egyben védelmi hálót és szemléletbeli, alkalmazási oktatást, támogatást nyújtana, tájékoztatást adna a modern információs korszak jelenségeiről, veszélyeiről, előnyeiről. Oktatáspolitikai eszközökkel kellene emelni a fogyasztói tudatosságot, a visszaélésekből származó legális és egális elemeket tartalmazó veszélyekkel szemben. Emellett főként a fiatalok védelmére kellene koncentrálni, hiszen ez a fogyasztói kultúra egyre erősödő jellegére és a valós/virtuális kiszolgáltatottságra való tekintettel iránymutatást nyújthat számukra. A felnőttkorban lévő információs fogyasztók részére pedig biztosítani kell a lehetőséget a modern technológiákkal kapcsolatos ismereteik bővítésére, ezzel kissé hátrébb szorítva a vállalati szabályalkotásból és malíciózus csoportok tevékenységéből eredő káros helyzeteket. Felismerhetővé kell tenni, valamint segítséget kell nyújtani a károsultaknak. A virtuális erőterben ugyanis rengeteg a szabadság, de ennél fogva a veszélyforrások száma is ugyanolyan arányban van jelen. Korlátozás helyett azonban hangsúlyosabbá kell tenni a felelős használat ösztönzését.

⁶⁴ DENNIS, KINGSLEY L.: *The Struggle for Your Mind: Conscious Evolution and the Battle to Control How We Think*. Inner Traditions, Rochester, Vermont, 2012

III. AZ INFORMÁCIÓS TERMELESI MÓD HATÁSAI A POLITIKAI ALRENDSZERBEN

A következő nagy társadalmi alrendszer a politikáé, hiszen ezen szféra is erősen kapcsolódik az információs termelés világához, illetve a tömegművelődés eszközeihez. Eme kapcsolat szorossága több aspektusból is értelmezhető. Részben igen szorosan összefüggenek, azonban számos esetben tapasztalható, hogy mégis a távolságtartás a jellemző. Akként is lehet ezt értelmezni, hogy a média és a politika főbb vonalait tekintve külön-külön, önmagában is létezhet. De ha a politika belép a média világába, akkor utóbbi bizonyos értelemben átszővi azt, ekként függési viszony alakul ki: a politikai rendszer teljesen átszővi magát a média hálójával. Nem szabad azonban elfelejteni, hogy a média az alapvető piaci helyzetéből fakadóan függetlenedni képes a politikától. A modern politikai erőterben működő pártok - még a diktatórikus rendszerek is - erősen függenek a nyilvános jelenléttől. Különösképpen az utóbbiak igénylik a sokszor önmaguk erősségének és elfogadottságának tudatát növelő propagandagépezet működtetését, de a demokratikus rendszerek pártjai is a választási eredményekben mérik a sikerességüket, így lényegében számukra is fontos a jelenlét és a marketing.⁶⁵

A politika nem működhet nyilvános jelenlét nélkül, különösen igaz ez a demokrácia esetében, ugyanis a különböző pártok és csoportosulások elsődleges érdeke, ekként feladata a saját nézeteik, programjuk, elképzeléseik közvetítése a választók irányába. Kiemelten fontos az adott érdekcsoport, párt számára, hogy az üzenetüket, képviselőik tárgyát tolmácsolják a polgárok fele. Lételem, hogy a választópolgárok felfigyeljenek az adott pártra, csoportra, ennek egyik különösen fontos eleme a jelenlét kiépítése, valamint az üzenet megfogalmazása és átadása. Egy hasonlattal élve akként is lehet ezt írni, hogy a modern demokratikus berendezkedés piaca a választás, értékmérője pedig a szavazat. A pártok ezért hasonlóképpen működnek, mint a vállalatok, ha a választásra való felkészülést és versengést vizsgáljuk.⁶⁶

⁶⁵ CASTELLS, MANUEL: *Az identitás hatalma. Az információ kora. Gazdaság, társadalom és kultúra. II. kötet.* Gondolat-Infonia, Budapest, 2006, pp. 432-435.

⁶⁶ Ezen a ponton érdemes felidézni SCHUMPETER osztrák közgazdász téziseit, aki szerint a gazdasági terminusokat, illetve folyamatokat alapvetően a politikai alrendszerre nézve is érdemes felhasználni-adaptálni. Szerinte ugyanis ahogyan a gazdaság térképében is létezik a piaci verseny, úgy a társadalmi szféra egészében is nyílt versengés zajlik az elitek között a státuszok és a pozíciók megszerzéséért. Schumpeter álláspontja, hogy a modern társadalomban ezt a küzdelmet – egy kissé eufemisztikusabban: kompetitív összeütközést – a politikai piac törvényei igazítják. A politikában ugyanis az elit egyes csoportjai ugyanúgy vetekednek a választópolgárok támogatásáért és ugyanúgy igyekeznek híveket rekrutálni, ahogyan a termelők és a szolgáltatók versengenek a piacon a vevőkért. Ekként a piacgazdaság keretei között a politika nem más, mint a szavazatokért folytatott szabad verseny. SCHUMPETER, JOSEPH: *Capitalism, Socialism and Democracy.* Harper, New York, 1952, (Eredeti kiadás: 1942), pp. 263-282.

Saját magukat ajánlják fel quasi termékként, mégpedig azzal a céllal, hogy bejussanak a képviselőházba, adott esetben pedig kormányra is kerüljenek. Ezen termék propagálása a választók irányába tolmácsolt üzenet, szlogen, program. Az aukciós terület maga a választás, az arra való felkészülés pedig kemény marketingmunka. A pártok különösen a modern plurális demokratikus rendszer kialakulása óta kedvelik kifejezetten a profi szervezettséget. Ez a szisztéma leginkább a vállalati szereplők tevékenységét utánozza, amely annak a leképeződése, hogy a politika is alkalmazkodott a fogyasztói társadalom működési elveihez.

Ennek égisze alatt professzionális kampánycsapatokat tartanak fent, amelyek az információszerzés teljes palettáját alkalmazzák. Közvéleménykutatásokat végeznek, fókuszcsoportokat alakítanak ki, folyamatos jelleggel mérik a népszerűséget, a társadalom véleményeit, illetve visszajelzéseit. Ezen adatokat alapos analízisnek vetik alá, szakszerű elemzői csapatokkal. Az elemzés függvényében alakítják ki programjukat, arculatukat, a kulcsfigurákat, erős embereiket, illetve a párt és a jelöltek imázsát. Ez az arculat különösen fontos annak fényében, hogy összeegyeztethetőnek kell lennie az adott párt elveivel, irányultságával, továbbá a választói célcsoportok különböző preferenciáival.⁶⁷

Jelentős elemmé vált az érzelmi, valamint a negatív, személyeskedő kampány, az üzengetés, nyílt vagy burkolt csaták és harcok folytatása. Számos esetben az egész küzdelem olyan képet fest le, hogy a kampány lényege már nem feltétlenül a program, hanem a személy, illetve az átadott hangulatiság. Választásonként teljesen különböző arculattal, programmal, hangulattal térhetnek vissza a korábbi vagy újonnan belépő résztvevők, attól függően, hogy negatív vagy pozitív kampányt terveznek, mennyire akarnak reagálni az előző ciklus eseményeire és mennyire tekintenek inkább a jövőbeli feladatokra. Erősödő szerepet kap a botránypolitizálás, amely a televíziós ipárhoz hasonlóan részben figyelemfelkeltést céloz meg, részben az ellenfél gyengítését szolgálja – legalábbis arra apellál. Előfordulhat azonban az is, hogy ennek eredménye ellenkező, és a túlzott botránykeltés inkább antipátiát vált ki a választókból.⁶⁸

Történelmi tekintetben azt lehet észrevenni, hogy a politikai fokozatosan kilépett az urizáló társadalmi osztályok szivarterméiből a széles társadalmi nyilvánosság elé. Amint a választójogi lefedettség szélesedett, egyre több társadalmi réteg került be a politikai spektrumba és egyre fontosabbá vált az, hogy a lehető legszélesebb tömegeket szólítsák meg

⁶⁷ POLSBY, NELSON W. – WILDAVSKY, AARON: *Presidential Elections: Strategies and Structures of American Politics*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc, Plymouth, 2008

⁶⁸ CASTELLS (2006), pp. 435-442.

és ennek járulékos elemeként növeljék az egyes pártok a jelenlétüket. Jellemző példa a nyilvánosságra THEODORE ROOSEVELT híres országjáró körutazása a XX. század elején, ő ugyanis személyesen utazott el a polgárokhoz, úton-útfélen beszédeket tartva.⁶⁹ Szintén közkedvelt „műfaj” volt a rádióbeszéd tartása, miután minden háztartás természetes kellékévé vált a rádió. Híres beszédeket tartottak például a második világháború alatt olyan államférfiak, mint WINSTON CHURCHILL, vagy FRANKLIN D. ROOSEVELT.⁷⁰

Ám nem szabad elfelejteni a politikai hisztériakeltés mellékes eseményeit sem. Ennek „mellékhatása” volt a paranoid tömegpszichózis, mint például ORSON WELLES híres 1938-as rádiójátéka, amely a H. G. WELLS-féle Világok Háborúja című regényt dolgozta fel kortárs tudósításként feldolgozva, melynek eredményeként a lakosság valóban pánikba esett és az idegenek támadásától tartva az utcára vonult.⁷¹ Ez az attitűd valójában annak az eredménye volt, hogy a politika által előzetesen éreztetett háborús veszélytől való félelem már előre áthatotta az amerikai társadalmat.

A háború után egy fokozatos átalakulás következett be a politikai viselkedésben és stratégiában. Ez részben a televízió megjelenéséhez, részben a kialakuló újfajta kampánytevékenység és gondolkodás kiépüléséhez kapcsolódik. JOHN F. KENNEDY 1960-as elnökválasztási kampánytevékenysége volt az első olyan kampány, amely egyértelműen ezen az újító úton indult el. Elsőként építette ugyanis kampányát a közvéleménykutatásokon alapuló programkialakításra, a választói hangulat monitorozására, valamint a televízióra. Számításai beigazolódtak, ugyanis a híres televíziós vita alkalmával a megnyerő stílusával legyőzte vitapartnerét és választási riválisát, RICHARD NIXONT.⁷² Innentől kezdve, az eredményeket látva egyértelművé vált, hogy ezen újfajta hozzáállás jóval hatásosabb és eredményesebb, mint a korábbi kampánytechnikák, sikerrel emelve át a demokratikus politizálást az új technológiák nyújtotta új világba. Érdekes fordulat, hogy később, amikor NIXON már elnöki ciklusát töltötte, szintén a médianak köszönhetette a hírhedt *Watergate-botrányt*, amely végül a lemondását is eredményezte.⁷³ A lehallgatási ügyet, melyben maga is érintett volt, a sajtó felkapta, az ellenzék pedig médiahadjáratot folytatott ellene.

⁶⁹ LORANT, STEFAN: *The Life and Times of Theodore Roosevelt*. Doubleday, New York, 1959, 204. p.

⁷⁰ SARTORI, CARLO: *Hű társunk a rádió*, in GIOVANNI, G. (Szerk.): *A kovakőtől a szilíciumig. A tömegkommunikációs eszközök története*. Püski, Budapest, 1987, 182. p.

⁷¹ GALLOP, ALLAN: *The Martians Are Coming! The True Story of Orson Welles' 1938 Panic Broadcast*. Amberley Publishing, 2011

⁷² JACOBS, LAWRENCE R. – SHAPIRO, ROBERT Y.: *The rise of presidential polling: the Nixon White House in historical perspective*, in *Public Opinion Quarterly*, 59. (1995), pp. 163-195.

⁷³ CASTELLS (2006), 441. p.

A botránypolitizálás és a negatív kampány is új eszköznek minősültek a háború utáni demokráciákban. Ez a két eszköz és attitűd még a nevével sem próbálja leplezni rendeltetését, ami a másik fél imázsrombolását célozza meg. Kimondottan fontos szerepet kap azonban a médiumok bevonása, ugyanis a hírszerkesztési tevékenység értékmérőjét, a hírértéket, valamint a médiumok másik fontos elemét, a nézettséget, olvasottságot igen hatékonyan emeli. Ez alapvetően ama tendenciából indul ki, hogy a különböző műsorok a hírértéket és a nézettséget, érdeklődést kiváltó eseményeket úgy kezelik, hogy főleg a negatív tartalmúak keltsenek fel kellő érdeklődést a keresletben.

Innentől kezdve, politikai szemmel nézve, amint összefonódik a két nagy rendszer, kéz a kézben termelik egymás számára a „profitot”, mivel a hírügynökség és az adott médiaszereplő úgymond hírértékű eseményt szolgáltat, és a felkeltett közhangulattól az adott politikai érdekcsoport remélhet eredményt. A negatív hangvételű kampányolás is az Egyesült Államokból indult ki, mivel itt kap igen nagy hangsúlyt a jelöltorientált választási hadjárat. Lényegében személyek, felépített brandek csatároznak egymással, számos esetben akár párton belül is, erre kiváló példa a 2008-as demokrata elnökjelölti verseny, amely több hónapig elhúzódott, több „erős ember” vett részt benne, míg végül a két főszereplő véghajtását a későbbi elnökséget is elnyerő BARACK OBAMA nyerte meg párt- és versenytársa, HILLARY CLINTON ellenében.⁷⁴ Eme választási szezonon egyébként kifejezetten jól megfigyelhető volt a letisztult show-szerű, már-már szórakoztatóipari jegyekkel felruházott imázs-építés. A jelöltek többsége, különösen az új arcnak számító OBAMA és CLINTON szinte már popsztárokat övező rajongással és stílussal, fényűzéssel vette magát körbe.

Számos jelölti beszéd emlékeztetett egy könnyűzenei koncertre, hatalmas stadionokban, nagy tömeg előtt megszervezve és profi módon végrehajtva. Szintén a médiakampány és hírérték növelés erős kihasználása volt mindkettejük esetében az „újdonság varázsa” eszköz bevetése, ugyanis míg BARACK OBAMA az első afro-amerikai, addig HILLARY CLINTON az első női elnökjelölt volt. Ez a pártstratégia kifejezetten figyelemre méltó módon használta és használja ki a tömegkommunikációs háttéreszközöket, az érdeklődés fenntartásával és a széleskörű tömegekre való hatással operálva. A kettejük között zajló, történelminek beállított versenyt bármelyikük is nyeri, nagy eséllyel indulhat az amúgy meglehetősen szürke-konzervatívnak számító republikánus JOHN MCCAIN ellen.

⁷⁴ LIU, BAODONG: *The Election of Barack Obama. How He Won*. Palgrave Macmillan, New York, 2010

A médiumok nyújtotta háttérrel egyébként figyelemre méltóan jobban használja ki a Demokrata Párt az Egyesült Államokban. Több esetben voltak képesek jóval megnyerőbb jelölteket felállítani, fényűzőbb, nyíltságot sugalló rendezvényeiken, amely több esetben győzelmet illetve a ciklus pozitívabb megítélését tudta kiváltani. Híres-hírhedt politikai túlélése volt BILL CLINTON botránya a második ciklusa alatt,⁷⁵ amelytől többen a lemondását remélték, azonban mégis sikeresen vészelte át azt és pozitív népszerűségi mérleggel zárta elnöki terminusát. Ezt többek között azzal érte el, hogy tudatosan kiemelték a pozitív eredménnyel záródó bel- és külpolitikai tevékenységét, valamint erős hazai népszerűségét, mindezek mellett az egyik legmegnyerőbb politikusként tartják számon KENNEDY után.

Ezen események erősen kötődnek az amerikai társadalom azon tulajdonságához, hogy markáns a médiajelenlét, a lakosság - az ország nagy terjedelme révén - számos esetben a médiumokon keresztül – televízió, internet, napilapok stb. – lép kapcsolatba a központi kormányzattal, amely lehet akár az államon belüli, vagy a szövetségi adminisztráció is. Mindezt erősíti a tudatosan kiépített televíziós kultúra és médiafogyasztói réteg. A szenzációhajhászás és látványos fényűzés mindig is a műsorok részét képezte, így amikor a politikai rendszer belépett ebbe a struktúrába, igazából nem volt nehéz feladat igazodni a piaci trendekhez. A választók számos esetben nem a valós politikai program vagy munka alapján ítélik meg a ciklusokat, hanem a tudatosan kialakított személyiségekre, ideálképekre szavaznak.

Kérdés, hogy Európában is kialakult-e a politikai élet eme új típusú megközelítése, vagy tradicionálisabb módon reagált az új technikai elemekre. Mindenképpen kihatottak az új technológiák, kampánystratégiák és az új médiumok megjelenése az európai politikai pártokra. Azonban sokkal kifinomultabban jelentek meg az újfajta elemek, ennek háttere több alapvető eltérésben is kereshető. Európában sokkal erősebb hagyományai vannak a pártoknak, azok szokásaiknak, emellett a társadalmak is más etikett és tradíciók alapján működnek. A különböző technikák, agresszívabb eszközök az öreg kontinensen egyáltalán nem működnének ugyanolyan eredménnyel, mint az Egyesült Államokban. Az ott elfogadhatónak minősülő személyeskedést és agresszív fellépést, médiahadjáratot nem minden esetben fogadnák pozitívan a társadalom részéről. Sőt, számos esetben a magánélet és a politika szétválasztása is jóval szigorúbb.

⁷⁵KALB, MARVIN: *One Scandalous Story: Clinton Lewinsky and Thirteen Days That Tarnished American Journalism*. The Free Press. A Division of Simon & Schuster, Inc, 2001

Amíg az Egyesült Államokban a személyes imázs képezi az alapját a politikai hitelességnek és ezzel úgymond eladja magát az adott szereplő, az ezen esett csorba akár a politikai hitelesség és jelöltség végét is jelentheti, addig Európában maga a politikai tevékenység és karrier jobban különvlik a személytől. Ugyan többször előfordul, hogy egy erősebb botrány vagy médiahír megtörhet egyes pályákat, akár kormányokat is, de sokkal gyakoribb, hogy ezek a botrányok is inkább magához a kormányzáshoz kötődnek. Ilyennek minősülnek például a korrupciós ügyek, illetve a program/ígéretellentétes tevékenységek. Szemléletes eset MITTERAND elnök házasságtörő viszonya, amit azonban mégsem használtak fel ellene a politikában sosem. Franciaországra különösen jellemző a privát szféra szentségének tiszteletben tartása és ez a közügyek terén sincs másként.⁷⁶

Érdemes megemlíteni azt is, hogy a televízió Európában az 1990-es évekig a legtöbb esetben közszolgálati jellegű volt, így erős volt a kormányzati ellenőrzés is. A televíziós liberalizálást követően sem változott meg számottevően ez a médiabeli erőter. A politikai csoportok számos eszközt vettek át az amerikaiaktól, de felhasználásuk visszafogottabban jelentkezik az európai kontinensen. Emellett azonban tény, hogy a fő jelenségek itt is megjelennek. A közvéleményre alapozó stratégia, imázsépítés, negatív kampány, egyszerűsödő üzenetek mind megjelennek, továbbá szintén a média az egyik fontos hírforrás a lakosság számára.

A média feletti ellenőrzés európai modelljei különbözően alakultak az egyes államokban. Anglia esetében monopolhelyzet alakult ki a kezdetektől, a BBC közintézményként való kialakítása következményeként.⁷⁷ Ez a kialakítás erős állami kontrollt eredményezett, azonban a közvetlen befolyást számos ponton korlátozták. Franciaországban és Olaszországban jóval közvetlenebbül alakult ki az állami televíziós társaság, erősebb központi kontroll alatt működtek, jellemzően kormánypárti műsorstruktúrával. Ez a kialakítás kifejezetten a kormányoldal javára döntötte el a médiumokban való megjelenés mérlegét. Németországban, valamint az egyéb német nyelvterületeken is hasonló modell alakult ki, azonban óvatosabb ellenőrzési mechanizmusok kiépítésével, ahol az összes politikai résztvevő esélyt kap a megjelenésre a kuratóriumi helyeken keresztül és egyéb ellenőrzési lehetőségeken keresztül.⁷⁸ Lényegében ez a rendszer a középutas megoldás a semlegesebb jellegű angol és a kormánypártibb kötődésű olasz és francia megoldások között. Mindezekből

⁷⁶ CASTELLS (2006), 442. p.

⁷⁷ BIHARI MIHÁLY – POKOL BÉLA: *Politológia*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 2009, 473. p.

⁷⁸ SARTORI, CARLO: *Az univerzális szem: a televízió*, in GIOVANNI, G. (Szerk.): *A kovakőtől a szilíciumig. A tömegkommunikációs eszközök története*. Püski, Budapest, 1987, 212. p.

látszik az is, hogy az erősen piaci jellegű amerikai rendszer helyett Európán belül erősebb központi politikai ellenőrzés alatt alakultak ki és működtek a különböző rádiós-televíziós szervezetek. Ez a megoldás ugyan kicsit visszafogta a véleményszabadságot a médiumokon belül – természetesen nem diktatórikus szinten, csupán erősebb kormánypárti hangoknak teret adva –, de egyben biztosította a tiszta politizálást és a negatív, személyeskedő hadjáratok és szenzációhajhász hírszerkesztés enyhébb fokú megjelenését. A kereskedelmi csatornák elterjedése és jelentős kiszélesedése azonban fordulatot hozott a kontinens médiafogyasztói életébe a politika terrénumában is. Egyrészt a kereskedelmi médiumok két irányba mozdultak el: vagy távolságtartás jellemezte a műsorstruktúrájukat, vagy szintén a kormányoldalhoz kezdtek idomulni, bár itt is a kellő lépést megtartva, mivel üzletpolitikájukat alapvetően a nézettség magasán tartása jellemzi. A másik tendencia a pártkötődésű csatornák létrehozása, melyek nyíltan valamely politikai oldal vagy szereplő ellenőrzési szférájába tartoznak. Ilyen például Berlusconi médiabirodalma.

A XXI. század új jelensége az internetes felület egyre fokozottabb igénybevétele a politikai szféra által. Az internetes közlési szabadság mértékét és az általa biztosított széles elérhetőséget hamar felismerték a különböző pártok és egyéni politikusok. Néhány év alatt számos különböző eszköz alakult ki a netes felületen, amelyet a tudatos pártok előszeretettel alkalmaznak kampánycélokra, imázs-építésre és fenntartásra valamint a fokozatos jelenlét elősegítésére és működtetésére. Elterjedt jelenség az internetes politikai jellegű naplók, cikkek és véleményoldalak fenntartása, amelyek számos esetben kötődnek valamelyik nagy politikai irányzathoz, ezek között vannak függetlenebbek is, de kimondottan nyers pártkötődéssel rendelkező szerzők is. A közösségi hálón, illetve médiában is rendre jelennek meg a különböző politikai szereplők, pártok. Ezen felületen elterjedt a személyesebb hangvétel, a személyesség mélyítése a különböző politikusok által, egyes esetekben külön telefonos miniprogram létrehozásával is, amely által közvetlenül a felhasználókhoz tud üzenni az adott közszereplő. Ezeken felül természetesen a hivatalos kampánystáb által közzétett anyagokat is nyomon lehet követni, így a hivatalos események, hírek, üzenetek is közvetlenül jutnak el az olvasókhoz, akik követni is tudják ezen oldalakat, profilokat, sőt, reagálni is tudnak rájuk. Fontos azonban szem előtt tartani azt a tényt, hogy a netes felület egyik tulajdonsága, a felhasználó általi tartalomkiválasztás miatt sokszor egyoldalú lehet ez a jelenlét, mely oda vezethet, hogy fals realitáskép alakul ki mind a potenciális választóban, mind az adott politikai szereplőben is. Mivel adott esetben akár csak az egyik politikai oldalt követése is lehetséges opció, mód nyílik az erőviszonyok felülreprezentálására, így nem minden esetben

mérvadó adat az internetes támogatottság. Viszont a demokratikus folyamatban fontos elem az internetes jelenlét, mert korábban kevésbé tapasztalható közvetlen kapcsolatot eredményez a politika világa és a választópolgárok között. Amíg korábban hivatalos rendezvényeken, nagygyűléseken, fórumokon találkozott egymással a „két világ”, addig az internet folyamatos, akár napi kapcsolatot és követési lehetőséget biztosít közöttük.

IV. ZÁRÓ GONDOLATOK

Dolgozatomban megkíséreltem egy átfogóbb jellegű bemutatást adni az információs módozatok hatásairól az általam választott alrendszereken belül. Véleményem szerint fontos figyelemmel kísérni eme termelési módozatot, területet, ugyanis egyre mélyebben hatja át a mindennapi életet. Dolgozatommal megpróbáltam felhívni a figyelmet a modern információs és kommunikációs technológia fontosságára, illetve különböző jelenségeire. Különösen fontosnak tartom azt, hogy a társadalom különböző szereplői a megfelelő és tudatos felhasználási ismeretek, valamint cselekvési minták birtokában legyenek. Ezt a megfelelően igazított oktatáspolitikával és tájékoztatással lehetne elérni, gazdasági-politikai oldalon pedig a megfelelő ellenőrzési szabályzatok és szervek kialakításával lehetne kialakítani egy a modern igényekre reagáló viselkedéskultúrát, illetve ellensúlyokat a szoros összekapcsolódásokból adódó visszaélések korlátozása és elkerülése céljából.

IRODALOMJEGYZÉK

- [1] BAJOMI-LÁZÁR PÉTER: *Média és társadalom*. Antenna Könyvek, Budapest, 2006
- [2] BARBIER, FRÉDÉRIC – LAVENIR, CATHERINE BERTHO: *A média története*. Osiris Kiadó, Budapest, 2004
- [3] BAYER JÓZSEF: *A politikatudomány alapjai*. Napvilág Kiadó, Budapest, 1999
- [4] BENIGER, JAMES R.: *Az irányítás forradalma. Az információs társadalom technológiai és gazdasági forrásai*. Gondolat-Infonia, Budapest, 2004
- [5] BIHARI MIHÁLY – POKOL BÉLA: *Politológia*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 2009
- [6] BORGMAN, CHRISTINE L.: *From Gutenberg to the Global Information Infrastructure: Access to Information in the Global Networked World*. MIT Press, London, 2000
- [7] CASTELLS, MANUEL: *A hálózati társadalom kialakulása. Az információ kora. Gazdaság, társadalom, kultúra*. Gondolat-Infonia, Kalocsa, 2005
- [8] CASTELLS, MANUEL: *Az identitás hatalma. Az információ kora. Gazdaság, társadalom és kultúra. II. kötet*. Gondolat-Infonia, Budapest, 2006
- [9] CLARK, IAN: *A „Borderless World?”*, in FRY, GREGG – O’ HAGAN, JACINTA (Eds.): *Contending images of World Politics*. London, Macmillan, 2000

- [10] CRANFIELD, GEOFFREY ALAN: *The Development of the Provincial Newspaper, 1700-1760*. Oxford University Press, Oxford, 1962
- [11] CSÁSZÁR ZOLTÁN: *Média és globalizáció*. Prospektus Nyomda, Budapest-Veszprém, 2005
- [12] CSÉFALVAY ZOLTÁN: *Globalizáció 1.0*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest, 2004
- [13] DENNIS, KINGSLEY L.: *The Struggle for Your Mind: Conscious Evolution and the Battle to Control How We Think*. Inner Traditions, Rochester, Vermont, 2012
- [14] DOMOKOS ANDREA: *Az erőszakos bűnözés differenciálódása és a büntetőpolitika Magyarországon*, in Jog – Állam – Politika, 2011/3. szám. pp. 137-151.
- [15] FEBVRE, LUCIEN – MARTIN, HENRI-JEAN: *The Coming of the Book. The Impact of Printing. 1450-1800*. Verso, London, 1997
- [16] FORGÁCS IMRE: *Európa elrablása 2.0 Adalékok a pénzügyi válságok politikai gazdaságtanához*. Gondolat Kiadó, Budapest, 2012
- [17] GALLOP, ALLAN: *The Martians Are Coming! The True Story of Orson Welles' 1938 Panic Broadcast*. Amberley Publishing, 2011
- [18] HALÁCSY PÉTER – VÁLYI GÁBOR – BARRY WELLMANN (Szerk.): *Hatalom a mobiltömegek kezében*. Typotex Elektronikus Kiadó Kft., Budapest, 2007
- [19] HARPER, ROBERT FRANCIS: *The Code of Hammurabi*. The Lawbook Exchange Ltd., New Jersey, 1999
- [20] HASSIG, RALPH – OH, KONGDAN: *The Hidden People of North Korea: Everyday life in the Hermit Kingdom*. Rowman & Littlefield, Publishers, Inc., Plymouth, 2009
- [21] HUGILL, PETER J.: *World Trade Since 1431: Geography, Technology, and Capitalism*. The John Hopkins University Press, Harrisonburg, Virginia, 1993
- [22] JACOBS, LAWRENCE R. – SHAPIRO, ROBERT Y.: *The rise of presidential polling: the Nixon White House in historical perspective*, in Public Opinion Quarterly, 59. (1995), pp. 163-195.
- [23] JOHNSTON, DONALD H. (Ed.): *Encyclopedia of international media and communications*. San Diego (CA), 2003. Academic
- [24] KALB, MARVIN: *One Scandalous Story: Clinton Lewinsky and Thirteen Days That Tarnished American Journalism*. The Free Press. A Division of Simon & Schuster, Inc, 2001
- [25] KIERAN, MATTHEW: *Media Ethics. A Philosophical Approach*. Praeger Publishers, Westport, 1997
- [26] KOMENCZI BERTALAN: *Információ és társadalom*. Eszterházy Károly Főiskola, Eger, 2011
- [27] LIU, BAODONG: *The Election of Barack Obama. How He Won*. Palgrave Macmillan, New York, 2010
- [28] LORANT, STEFAN: *The Life and Times of Theodore Roosevelt*. Doubleday, New York, 1959
- [29] MARCHAND, PHILIP: *Marshall McLuhan: The Medium and the Messenger*. MIT Press, Toronto, 1998
- [30] MAZZOLENI, GIANPIETRO: *Politikai kommunikáció*. Osiris Kiadó, Budapest, 2006

- [31] MCLUHAN, MARSHALL: *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. University of Toronto Press, Toronto, 1962
- [32] MCLUHAN, MARSHALL – FIOPRE, QUENTIN: *The Medium Is The Message*. Random House, New York, 1967
- [33] MCQUAIL, DENIS: *A tömegkommunikáció elmélete*. Osiris Kiadó, Budapest, 2003
- [34] NOLL, MICHAEL A.: *The Evolution of Media*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc. , Lanham, Maryland, 2007
- [35] POKOL BÉLA: *Politikaelmélet*. Századvég Kiadó, Budapest, 2006
- [36] POLSBY, NELSON W. – WILDAVSKY, AARON: *Presidential Elections: Strategies and Structures of American Politics*. Rowman & Littlefield Publishers, Inc, Plymouth, 2008
- [37] PONGRÁCZ ALEX: *Fel-feldobott kő, avagy a nacionalizmus, a nemzetállam és a globalizáció összefüggéseinek recepciója*, in Jog- Állam - Politika, 2013/2. szám, pp. 105-125.
- [38] RANTANEN, TERHI: *The Media and Globalization*. Sage Publication Ltd., London, 2005
- [39] RÓKA JOLÁN – HOCHÉL, SANDRA: *Interkulturális és nemzetközi kommunikáció a globalizálódó világban*. Budapesti Kommunikációs és Üzleti Főiskola, Budapest, 2009
- [40] SARTORI, CARLO: *Az univerzális szem: a televízió*, in GIOVANNI, G. (Szerk.): *A kovakőtől a szilíciumig. A tömegkommunikációs eszközök története*. Püski, Budapest, 1987, pp. 197-226.
- [41] SARTORI, CARLO: *Hű társunk a rádió*, in GIOVANNI, G. (Szerk.): *A kovakőtől a szilíciumig. A tömegkommunikációs eszközök története*. Püski, Budapest, 1987, pp. 169-196.
- [42] SCHUMPETER, JOSEPH: *Capitalism, Socialism and Democracy*. Harper, New York, 1952
- [43] SIAPER, EUGENIA: *Cultural Diversity and Global Media: The Mediation of Difference*. Wiley-Blackwell, Oxford – Malden, 2010
- [44] SOWERS, JEANNIE – TOENSING, CHRIS (Eds.): *The Journey to Tahrir: Revolution, Protest, and Social Change in Egypt*. Verson, London, 2012
- [45] SRÁGLI MARIETTA: *Egy kép többet mond ezer szónál – Vizualitás a reklámokban*. Budapesti Gazdasági Főiskola Külkereskedelmi Főiskolai Kar, Budapest, 2009
- [46] STACHÓ LÁSZLÓ – MOLNÁR BÁLINT (Szerk.): *A médiaerőszak. Tények, mítoszok, viták*. Mathias Corvinus Collegium – Századvég Kiadó, Budapest, 2009
- [47] UGRIN EMESE – VARGA CSABA: *Új demokrácia-és államelmélet*. Századvég Kiadó, Budapest, 2007
- [48] WALLACE, WILLIAM McDONALD: *Techno-cultural Evolution: Cycles of Creation and Conflict*. Potomac Books, Inc., Washington, DC, 2007