

Iványi Márton

ÚJ MÉDIA – RÉGI ÜGYLETEK

**Az új médiatechnológiák történelme és
bírálati szempontjai, előnyei és árnyoldala**

2023

Tartalom

Bevezetés és az új média Janus-arca	11
1. Hatalom, tőke és innováció Borromeo-gyűrűje, avagy az új média történelmi röppályája	25
1.1. A telefontól az új médiáig – egyes médiatechnológiák történelmi röppályája infrastruktúra, profit és állam keresztmetszetében	25
1.2. Állam, tőke és innováció történelmi alakzatai és viszonyai, esetleges átfedésük	30
1.2.1. <i>Gyermek a marxi kádban: a tőke relevanciája a médiatörténeti és -ipari elemzések során</i>	30
1.2.2. <i>Rendszer, mióta világ a világ? A világrendszer-elmélet és egyéb értelmezések</i>	31
1.2.3. <i>A „teremtő pusztítás” világtörténelmi és nemzetközi politikai gazdaságtani jelentősége</i>	34
1.2.4. <i>Állami szuverenitás és vállalati formák: történelmi előzmények</i>	36
1.2.5. <i>Nemzetállami és/vagy transznacionális olvasatok?</i>	39
1.3. Globalizáció és a helyzetbe került új média gazdaság	44
1.3.1. <i>A globalizációs mozzanat történelmi előzménye és lefolyása</i>	44
1.4. (Új-) Médiainperializmus? A telekommunikációs terjeszkedés geo- és fejlesztéspolitikai összefüggései	51
1.4.1. <i>Működésben az unilateralizmus</i>	51
1.5. 5k: Az új médiaglobális értékkláncai napjainkban a konvergenciák, a konglomerátumok, a koncentráció, a klaszterek és a kooperáció tapasztalatai mentén	56
1.5.1. <i>„Mindennel is:” a médiainnovációk és a csúcstechnológiai konvergencia jelen tendenciái</i>	56
1.5.2. <i>Az új média-behemótok esettanulmányai: Alphabet-Google és Meta-Facebook</i>	61
1.5.3. <i>Új-e és média-e?</i>	63
1.5.4. <i>A régi és az új média Uroborosza: oda-vissza- és kölcsönhatások a „hagyományos” médiával</i>	65
1.5.5. <i>A növekedés forrásai: reklámbevételek és az ún. „fizetési falak”</i>	67
1.6. Külön vagy közös álmok és ágyak? Multipolaritás és az amerikai-kínai viszonyok	69
1.7. Mozaikszavakból összeálló mozaik? Az új média összefonódása a harmadik platform technológiákkal és az MI-vel	75

2. Az új média árnyoldala: a társadalmi kockázatok	83
2.1. A digitális pesszimizmus episztemológiája és ontológiája, avagy érvkészlete és tényszerűsége.....	83
2.1.1. <i>IKT-imperializmus, digitális kapitalizmus és elkereskedelmiesedés</i>	85
2.2. Visszhangkamrák és virtuális veszthelyek: Az új média radikalizáló és csoportpolarizációs hatásai?	86
2.2.1. <i>Visszhangkamrák és csoportpolarizáció</i>	86
2.2.2. <i>Politikai szélsőségek és fóbiák a kibertérben</i>	87
2.3. A Panoptikon: rémkép vagy realitás? Tömeges megfigyelés az új médiában	90
2.3.1. <i>Új média és orwelli disztópiák</i>	90
2.3.2. <i>Algoritmikus nyomkövetés a tőkekoncentráció szolgálatában</i>	93
2.3.3. <i>A közösségi hálózatok logikája és az algoritmikus hatalom</i>	95
2.3.4. <i>Big Data</i>	97
2.3.5. <i>Globális Panoptikon: nagyhatalmi, illetve állami kapcsolódások</i>	98
2.4. Hiba 404: Az új média cenzúrája	99
2.4.1. <i>Az online tartalomkontrollról általában</i>	99
2.4.2. <i>A hatalmi válaszok tipológiája</i>	102
2.4.3. <i>Technikai módszerek a világhálón és a valóságban</i>	102
2.4.4. <i>Nem technikai módszerek</i>	105
2.4.5. <i>Nem technikai módszerek a „valóságban”</i>	107
2.5. Az új média jelentette hatalmi-gazdasági napirend	109
2.5.1. <i>Az amerikai hegemonia és a geopolitikai hatókör</i>	111
2.5.2. <i>Ideológiai befolyás</i>	117
2.5.3. <i>A szilikonideológia történelmi hagyományai és gyökerei</i>	119
2.5.4. <i>A transznacionális „filantropkapitalizmus” és küldetésstudata</i>	121
2.5.5. <i>A digitális utópizmus ideológiája és a mindennapi kultúrába kiáramló közhelyei az új médiát illetően</i>	125
2.6. GAFAM és a határtalan adóoptimalizáció	127
2.7. További társadalmi tétek	129
2.7.1. <i>Általános és különleges rétegződés a digitalizálódó világban</i>	129
2.7.2. <i>Több értelemben vett egyenlőtlenség az új média tekintetében</i>	131
3. Az érme részvételi oldala: az új média társadalmi erényei	133
3.1. Az új média természete és az új nyilvánosság visszfénye – vagy álomképe?.....	134
3.1.1. <i>Habermas szelleme</i>	134
3.2. Az alternatív hálózati nyilvánosság érvényessége	135

3.3. „Sikertörténetek” az online elköteleződésről: a Kétnyelvű Dél-Szlovákia és Székelyföldért Társaság mozgalmak online jellemzői.....	138
3.3.1. Táblák és kiírások: Kétnyelvű Dél-Szlovákia	138
3.3.2. Online zászlóvivők: Székelyföldért Társaság	143
3.3.3. A KDSz és SzT jelentette empiria összegzése	147
3.4. Posztok posztmodern perspektívákból: A „véleményvezér”-modell korlátozott érvénye Magyarországon	149
3.4.1. Feltevések egyes neoliberalizmushoz társított elvek és eszmények reprezentációs túlsúlyára vonatkozóan	149
3.4.2. Régi és új statisztikák a fiatal népesség felhasználási sajátosságairól....	149
3.4.3. A hárompillérű kvantitatív és kvalitatív kutatás makro- és mikro-szkopikus eredményei	152
3.5. A digitális realizmus, avagy az új média dialektikus megközelítése	157
4. Végszó	161

Bevezetés és az új média Janus-arca¹

Honoré de BALZAC *Elveszett illúziók* című könyvében egy bizonyos Blondet újságíró Blücher porosz marsall párizsi bevonulását felidézve a következőképp érzékelteti a sajtó hagyományos hatalmát: „– ha akarjuk, elmondhatjuk és bebizonyíthatjuk egész Európának, hogy excellenciád ma este egy kígyót hányt ki, hogy majdnem megölte a kígyó mérgével Tullia kisasszonyt, legcsinosabb táncosnőnket, s mindezekkel kapcsolatban bölcselkedhetünk Éva anyánkról, a bibliáról, az eredendő és maradandó bűnről.”²

Bő egy évszázaddal később DÉRY Tibor *Felelet* című nagyregényének egyik jelenetében a fiktív karakter Ignác kultuszállamtitkár Selmeczy koronaügyésznek úgy vall a sajtóról, mint az egyik „reális erőtenyezőről,” amelynek érdekeire, „amíg az állam érdeke egybeesik [velük] [...] kénytelenek vagyunk egy rezonábilis határon belül tekintettel lenni...”³

E két, keletkezésük időrendi sorrendjében ismertetett, közép- és nyugat-európai szépirodalmi idézet – előbbi a XIX., utóbbi a XX. század derekáról – itt azt kívánja érzékeltetni, hogy a „rég” tömegkommunikációs eszközök milyen elképesztő befolyással bírnak olyan szférákra, mint amilyen a társadalom, a politika, illetve a közélet, mégpedig évszázadok óta.

Nyilvánvalóan számtalan további példával lehetne e már-már közhelyes – ám helyes! – állítást alátámasztani. E könyvnek nem ez a célja. Ehelyett annak a mélyére kíván tekinteni, hogy az említett társadalomtudományi területekhez miként társítható napjainkban ezen eszközök távoli „leszármazottja,”⁴ az egyébként igen változatosan definiált⁵ új média.

¹ E bevezető címében a Janus-arc fogalma kétféleképpen érthető. Egyrészt megragadja azt, hogy a múlt és a jelenre (jövőre?) irányuló vizsgálódásokról lesz szó e kötetben, másrészt az az új média már itt megelőlegezett, és a kötet során a későbbiekben egyaránt kirajzolódó (minimum) kettős megítélésének a referenciája kívánt lenni.

² Honoré de BALZAC: *Elveszett illúziók*. Budapest, Helikon, 1984. 354.

³ DÉRY Tibor: *Felelet*. Budapest, Szépirodalmi, 1973. 197.

⁴ E több (pl. infrastrukturális, politikai gazdaságtani és műszaki) értelemben vett „rokonság” nexusát az 1.1 alfejezetben tekintjük át.

⁵ A jelen sorok szerzőjével egyetemben szintén az Eötvös Loránd Tudományegyetemhez is kapcsolódó SZAKADÁT István szociológus az utóbbi fogalom, illetve általában a hálózati kommunikáció sajátosságait a következőképp interpretálja: „az új média a digitális hálózati kommunikáció révén létrejövő médiatípus átfogó neve. Az új média fogalma magába foglalja a multimédia és interaktív média jellegű tartalmakat, az újszerű egyéni és közösségi cselekvési formákat egyaránt.” Bővebben l. SZAKADÁT István: Új média, hálózati kommunikáció. *Bevezetés a szociológiába*. S. NAGY Katalin. Budapest, BME, 2006. 165-178.

E kifejezés azt sugallja, hogy itt a média egy újabb „nemzedékéről” van szó. Csakugyan arról – emellett többről is annál.

Arra a kérdésre, hogy tárgykörünk „főszereplői,” avagy az új média⁶ egyes platformjai miért médiumok, majd részletesebben az 1. fejezet igyekszik választ adni. Addig mindenesetre röviden, David CROTEAU és szerzőtársai szavaival már itt is előrebocsátjuk, hogy azért, mivel 1) az idesorolható platformok a médiafelhasználók hatalmas tömegeit fogadják. 2) Igen erőteljes hatást gyakorolnak a médiatartalmakra; és, szögezzük le: 3) a médiahirdetési dollárok hatalmas százalékát szedik be.⁷ Az olyan IKT-„behémótokra,” mint a Google & Társai, e szóban forgó kritériumok mindegyike igaz, még akkor is, ha ennek az egyéni fogyasztók éppenséggel nincsenek is feltétlenül a tudatában.⁸

Márpedig, ha e szerzők meggyőző érvelése alapján elismerjük e platformok médiavállalati mivoltát, akkor a brit kommunikációelmélet alkotó Denis MCQUAIL nyomán azzal is egyetérthetünk, hogy ezekre a technológiai újításokra is ugyanúgy hat az „elődjekre” befolyást gyakorló két alapvető erő⁹. Ezek közül az első a pénzszerzés, a másik a hatalomért folytatott küzdelem.

Fordítva is igaz lehet mindez, amennyiben figyelmet érdemelnek olyan magyar globalizációkritikus nézetek is, miszerint a média-, sőt: a reklámpiac, a maga elképesztő hirdetési apparátusával egyenesen a globális kapitalizmus fenntartásában működik közre.¹⁰

CROTEAU ÉS TÁRSAI médiatechnológia, -ipar, -tartalom és felhasználók¹¹ súlypontokkal közelítik meg e valójában végtelenül szerteágazó témát, legalábbis könyvük címe erről árulkodik. Mi mindenekelőtt a technológiai fejlődés iparági összefüggéseire fókuszálunk, ám természetesen mulasztást követnénk el, ha a másik három perspektívával nem foglalkoznánk. A továbbra is MCQUAIL szellemében megkü-

E könyv során „új” média alatt e fentieket, míg „régit” alatt pedig a máskülönben szintén tendenciózusan digitalizálódó, hagyományos médiatípusokat értem, miközben tudni vélem, hogy e distinkció annyira nem is találó. Annyi bizonyos, hogy részben ugyanúgy (és ugyanoda?) profitot termelő iparágakról van szó, főleg ha feltesszük, hogy előbbi csupán a hatalomkoncentráció téma egy újabb variációja.

⁶ Az új média szóösszetétel mellett e tanulmányban időről időre használni fogom a közösségi média fogalmat is, azon digitális hálózati kommunikáció révén létrejövő „internetes alkalmazások csoportjára, amely a felhasználó által létrehozott tartalom kialakítását és átalakítását elősegítő, ún. Web 2.0 ideológiai és technológiai alapjaira épül.” Bővebben l. Andreas M. KAPLAN – Michael HAENLEIN: *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons*, 2010. 60; IVÁNYI Márton: *A digitális média társadalmi erőterének politikai gazdaságtani és geopolitikai szerkezete, ideológiai következményei és szabad tartományai. Disszertáció*. Budapesti Corvinus Egyetem, Társadalomtudományi, 2018.

⁷ David R. CROTEAU – William D. HOYNES – Clayton CHILDRESS: *Media/Society: Technology, Industries, Content and Users*. Sage, 2021. 91.

⁸ vö. Ben BAGDIKIAN: *The New Media Monopoly: A Completely Revised and Updated Edition with Seven New Chapters*. Beacon Press, 2014. xii-x3.

⁹ Denis MCQUAIL: *Mass Communication Theory*, London, SAGE, 2010. 220.

¹⁰ SCHIFFER András: *Zöld jelzés*. Budapest, Pesti Kalligram, 2018. 359.

¹¹ CROTEAU ÉS TÁRSAI i.m. (7. l.)

lönbötetett média-anyagi, illetve társadalmi-anyagi megközelítésekkel élve¹² arra törekszünk, hogy körüljárjuk, hogy mit tud az internet- és web 2.0 alapú új média, illetve hogyan alkalmazza a változatos szereplők, és miként tekinteni rá (digitális optimizmus – pesszimizmus tengelyén haladva).

Említettük egy szó erejéig mindenesetre azt is, hogy többről is szó lehet, mint médiáról. Ez egy elképesztően messzevivő kérdés, hiszen az új média többféleképpen és több szinten is értelmezhető, aszerint, hogy például a tulajdonlásról, a használatról, vagy a tartalomelőállításról van-e szó. Hogy itt csak néhány dimenziót és értelmezési lehetőséget vessünk fel, a spektrum a merő hobbitól, vagy a banális társadalmi kapcsolattartás, szerepvállalás mindennapi eszközeitől kezdve egészen a GAFAM¹³ jelölte politikai gazdaságtani játszótérig terjed, amerre már a fentebbi szellemi ösvényeink is – némileg önkényesen és alkalmasint reduktívan – tartani igyekeznek. Netán éppen ellenkezőleg: hálózati nyilvánosságról beszélünk a nevét érdekes mód kisbetűvel író BOYDhoz és másokhoz¹⁴ hasonlóan? Vagy valami egészen másról, akár egyfajta modern templomról, gyülekezetről ahogyan a bölcseő Byung-Chul HAN¹⁵ fogalmaz? Hogy továbbra is csak néhány pólust említsünk, ahol értelmezésük horgonyoz?

Megragadhatók-e ezek a fogalmak, amelyek között valójában egetrengető különbségek vannak, a társadalomtudományok változatos horizontjain? Erre tesz jelen tanulmánykötet kísérletet.

Még mielőtt azonban továbblépnénk ezen ambiciózus vállalás felé (mindezt téve a „bölcsek köve” nélkül), álljunk meg egy szóra, jelesül egy ötbetűsre, amely a fenti értelmezési kavalkádhhoz némi eligazítást nyújthat. Ez nem más, mint a GAFAM (a.m.: Google (Alphabet), Apple, Facebook (Meta), Amazon, Microsoft).

Igaznak tűnik a többé-kevésbé e betűk (és mögöttes szereplők) afféle iniciáléja köré fonódó új médiára az is, amit az örmény-amerikai Ben BAGDIKIAN¹⁶ a „klasszikus” monopolhelyzetben lévő, médiabirodalmi „ötösfogatról”¹⁷ állapított meg annak

¹² McQUAIL, i.m. (9. lj.) 13. McQUAIL e mátrixában a médiaközpontú szemlélet szerint a médiumok a társadalmi változások elsődleges mozgatói, a szociocentrikus szemlélet ellenben azt állítja, a médiumokat a társadalmi változások alakítják. Vizsgálódásom e két elmélet metszete. Hiszen kétségtávol meghatározza a hírközlési innovációkat az állam és a tőke kölcsönhatása, miközben előbbieket vissza is hatnak utóbbiakra.

¹³ A később gyakran szereplő GAFAM egy öt meghatározó vállalat (Google – Alphabet, Apple, Facebook – Meta), Amazon, Microsoft) nevének kezdőbetűiből összetevődő mozaikszó, amely leegyszerűsítve világít rá bizonyos hatalmi-gazdasági koncentrációkra.

¹⁴ vö. Zizi PAPACHARISSI: *After Democracy. Imagining Our Political Future*. Yale University Press, 2021. 4; danah BOYD: *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press, 2014. 17. és 219.

¹⁵ Byung-Chul HAN: *Pszichopolitika. A neoliberalizmus és az új hatalomtechnika*. Budapest, Typotex. 2020. 22.

¹⁶ BAGDIKIAN, i.m. (8. lj.) 3. BAGDIKIAN megállapította a harmadik évezred elején, hogy a működésükben a kartellekre emlékeztető globális médiavállalat-konglomerátum cégek nevével fémjelzett tulajdonkoncentráció nagyobb kommunikációs hatalmat biztosít a felsorolt vállalatoknak és vezetőiknek, mint „amekkorát bármilyen zsarnok vagy diktátor gyakorolt a történelem folyamán”.

¹⁷ Emlékeztetőül: BAGDIKIAN nál ehhez a „kvintetthez” a Disney, News Corporation, Time Warner, Viacom, és a Bertelsmann médiavállalatok tartoznak.

idején. Ez így szól: „Ők amerikai és külföldi vállalkozók, akiknek vállalati birodalma minden olyan eszközt ellenőriz, amellyel a lakosság megismeri társadalmát.”¹⁸

Mennyiben és mihez kínál analógiákat a „rég” média, és mindez miben nyilvánul meg, milyen társadalmi-történelmi tétellel? E kérdésekre igyekszünk alább válaszolni, elsődlegesen elemzési, nem pedig polemikus oldalról.

Kifejezetten óriásvállalatokról beszéltünk idáig. Csakhogy ez homályban hagyja az új média-gazdaság egy roppant fontos színterét, amely nem más, mint az állam-, illetve nagyhatalmi porond.¹⁹ Ez utóbbi elvonatkoztatásban már-már magától értetődők témánk nemzetközi kapcsolati, politikai gazdaságtani és geopolitikai összefüggései. A magyar származású történész John LUKACS *A XX. század és az újkor vége* című könyve némi támpontot nyújt a nemzetköziség fogalmának tisztázásához csakúgy, mint később részletezett vizsgálati mezőnk egyes szereplőire nézve: „A »nemzetközi« jelzőt jelenleg pontatlanul használják. Olyan intézményeket és kapcsolatokat jelölnek vele, amelyek valójában nem nemzetköziek, hanem államköziek.” Lukacs azzal a következtetéssel zár, és ez itt talán a legfontosabb: „Korunkban [...] szerepe van a kormányközi kapcsolatoknak, de emellett sok más tényezőnek is.”²⁰

Új média, régi ügyletek. Rendben, de vajon kik között? E tanulmánykötet egyik alapvetése, hogy adott egy sajátos hibridszerkezet, ami az új média nemzetközi expanziójának egyszerre fő letéteményese és haszonélvezője. Ez egyaránt felvonultat nagyhatalmi és transznacionális jegyeket.²¹ Innen nézve látszólagos ellentmondásba

¹⁸ BAGDIKIAN, i.m. (8. lj.) 4.

¹⁹ A nagyhatalmiság, amilyen jelentőségteljesen hangzik, olyannyira az vitát is provokál, hogy mit is értünk ezalatt. E szó nemcsak méltóságot sugall, hanem kritikára is ösztönöz. Dr. CSIKI VARGA Tamás és munkatársai a hatalom fogalmát a következőképp helyezik el egyes társadalomtudományi diszciplínák középpontjában, alapvetésként tekintve az állami szerkezetekre: „A nemzetközi kapcsolatok, a nemzetközi politika és a külpolitika szorosan kötődnek a hatalomhoz, amely a nemzetközi viszonyok terén olyan eszköz [az államok kezében], amellyel más állam akaratát befolyásolhatják.” CSIKI VARGA, Tamás – TÁLAS, Péter – TÓTH, Norbert: *Közigazgatási szakvizsga. Kül- és biztonságpolitikai ágazat. 8. kiadás.* Budapest, Nemzeti Közzolgálati Egyetem, 2023. 7.

Már ez alapján is világos, hogy a hatalom fogalma elválaszthatatlan a nemzetközi kapcsolatoktól, melynek „összetett természetét” sejtette már John Lukacs történész fenti definíciója is. Ennek jelenkori sajátosságait pedig Sidney TARROW összehasonlító politológus, még komplexebben, vagy legalább is még több szereplővel kalkulálva, mint az idézett szerzők, a következőképpen összegezi: „ez nem egy laposan horizontális államrendszer, nem egy államfeletti struktúra, hanem egy háromszögletű lehetőségtér, amely belpolitikába is belenyúlik.” Bővebben l. Sidney TARROW: *The New Transnational Activism.* Cambridge, Cambridge University Press, 2005. 212. Ugyanő jut arra a következtetésre, hogy a transznacionális keretek sem elválaszthatatlanok az állami keretektől, fejlődésükben egészen biztosan nem, hiszen a nemzetközi intézmények és szerződések voltak azok, amelyek lehetőségeket nyitottak az egyes nem állami szereplők számára. Bővebben l. Sidney TARROW: *Power in Movement. Social Movements in Contentious Politics.* Cambridge, Cambridge University Press, 2022. 267. Bővebben szintén l. Fareed ZAKARIA: *A posztamerikai világ.* Budapest, Gondolat, 2009. 67.

²⁰ John LUKACS: *A XX. század és az újkor vége.* Európa, Budapest, 2006. 192.

²¹ Bármiféle messzemenő politikai gazdaságtani merítés célkitűzésétől mentesen bár, ám e fenti „felütesek” nyomán arra is keressük a választ az új médiát annak tágabb összefüggéseiben szemlélve,

ütközünk, melynek áthidalása és tisztázása érdekében jelentős terjedelemben foglalkozunk állam, tőke és innováció keresztmetszetével, mindezt vázlatosan a telefontól az úgynevezett harmadik platform technológiáig kísérve figyelemmel.²² A vonatkozó összjátékokat később, első nagyobb szerkezeti egységünk hét alfejezetében terjedelmesen tárgyaljuk. Előre szólunk, hogy ez egy alapvetően szárazabb szaktudományos szakasz, amelynek végigolvasására csakis az alaposabb elmélyülésre törekvőket biztatnánk. Addig is, alább néhány jelenkori fejlemény, illetve tanulságos eset előtérbe tolásával kívánjuk megvilágítani az előbb, és majd később is szóban forgó szerkezetek és viszonyok relevanciáját.

Az első ezek közül az, hogy 2022 októberében a Meta Platform (avagy a Facebook „anyacége”) globális ügyekért felelős elnöke, Nick CLEGG, egy, az amerikai Külkapcsolatok Tanácsával²³ (Council on Foreign Relations – CFR) folytatott kerekasztalbeszélgetésen – áttekintve a vállalat főbb fejlesztési irányait és stratégiáit – nem egyébről, mint egy „új számítástechnikai platformról” beszélt. Mindez a mögöttes logikával, lendületével és össz-iparági beruházásaival, illetve a maga kiterjesztett/virtuális valóságával úgyszólván az „internetet újjáépítését” jelentené. Ugyanezen diskusszió során beszélt még egyebek mellett arról is, hogy mindinkább hadrendbe állítják a mesterséges intelligenciát a fordítási-tolmácsolási tevékenységeikhez a Facebookon, amivel elérünk a majd külön is tárgyalt, úgynevezett harmadik platform technológiák paradigmához. Továbbá szót ejtett arról is, hogy az új média elősegítette azon viralitást, amely kedvez a politikai mozgalmaknak. „Vajon miért próbálják jelenleg az arab hatóságok megszorítani az Instagramot? – tette fel a kérdést e ponton Clegg, aki egyébként 2010 és 2015 között az Egyesült Királyság miniszterelnök-helyettese volt.

Sokkal, de sokkal többről van szó, mint médiáról.

Tegyük el a Clegg által megfogalmazott kérdést egyelőre további elmélkedésre. Nem is önmagában a „metaverzum” szolgáltatási spektruma, végképp nem annak önpromóciója az érdekes e ponton számunkra, hanem mindennek a történelmi,

időről időre kísérletező jelleggel, hogy széttéphetetlen, szerves szövet képződik-e állam és tőke között, érdekezérelt, közös manőverek dinamikájával? Főleg, hogy időszerűségéből mit sem veszít, idevág és kulcsfontosságú BIBÓ István azon, 1947-es akadémiai székfoglalójában tett megállapítása, miszerint „az állam feltételezett egysége és szuverenitása mögött a hatalmi góccok sokasága áll, főleg a gazdasági élet nagy érdekképviseleti szervezetei formájában.” Bővebben l. IVÁN Zoltán Dénes (sz.): *Bibó István összegyűjtött írásai. Az európai politikai fejlődés értelme*. Budapest, Kalligram, 2016. 181.

²² Itt adódnak persze kérdések, például, hogy, a hagyományos politikai gazdaságtani kritika egyáltalán mennyiben és milyen szempontokból érvényes az ennyire sokrétű, szerteágazó és bizonyos fokig akár paradigmaváltást megtestesítő IKT-gazdaság vonatkozásában, amely magában foglalja az új médiát. A törzsszövegben igyekszünk mindeerre válaszokat találni.

²³ A szóban forgó CFR mozaikszó a Külkapcsolati Tanács (Council of Foreign Relations) befolyásos agytrösztii testületre utal, amelynek a világpolitika és témánk számára egyaránt releváns dokumentumaiból geopolitikai következtetések vonhatók le, l. 2.5.1. alfejezetet.

nemzetközi politikai gazdaságtani,²⁴ geopolitikai²⁵ és egyéb elágazásai. Mintha nemcsak e tudományágak, hanem maga az állam, a tőke és a technológiai innováció is éppen itt találkoznának egy sajátos Borromeo-gyűrűben?

Más is összefut e ponton: kifejezetten az óriásvállalat, avagy az új média, illetve platformjai és vállalkozásai, az előbbieket fejleszteni igyekvő állam napirendjével.²⁶ Voltaképp ezáltal itt egy pillanatra el is köszönhetünk a bagdikiani nézettől.

²⁴ A nemzetközi kapcsolatok korábban megvilágított horizontjait követően további diszciplínák és fogalmak is megjelennek itt, mint például a nemzetközi politikai gazdaságtan, vagy a geopolitika. Mit is értünk ezen, későbbi elemzésünk, horgonyaiul, iránytűjéül szolgáló fogalmak alatt? Ami a nemzetközi politikai gazdaságtant illeti: megfontolásra érdemes itt CsÁKI György közgazdász meghatározása e sokszor megnevezett tárgykört illetően, miszerint az az egyes gazdasági szereplők, például a vállalatok és az állam, „valamint a nemzetközi gazdasági szervezetek közötti, határokon átnyúló tevékenység (mint maga az internet) révén kialakult és tartósan érvényesülő kölcsönös kapcsolatok, viszonyrendszer vizsgálatával foglalkozik. Ez a sokoldalú kapcsolatrendszer magába foglalja az áruk és szolgáltatások nemzetközi mozgásán túl a termelési tényezők nemzetközi áramlását, s azokon belül a tőke pénzként való nemzetközi áramlását is.” CsÁKI György: *A nemzetközi gazdaságtan és a világgazdaságtan alapjai*. Budapest, Napvilág, 2011. 15. A politikai gazdaságtan jelentősége abban rejlik, hogy „a valódi világ megértését teszi lehetővé,” olyan interdiszciplináris megközelítésként, amely „hajlandó azon összefonódásokról tudomást venni,” hogy például a Mark Zuckerberghez, Elon Muskhoz vagy Jack Mahoz hasonló szupergazdagok befolyást vásárolnak maguknak, miközben a politikusok fordított utat járnak be, amennyiben tőkére váltják politikai hatalmukat. Bővebben l. POGÁTSA Zoltán: *A globális elit*. Kossuth, 2022. 297. Miért van mindennek jelentősége a kifejezetten a(z új)médiaipar szempontjából? Erre McQUAILhez igazodva a következő válasz adható: A politikai gazdaságtani médiaelmélet olyan társadalomkritikai szemléletet jelöl, amely elsősorban a gazdasági struktúra és a médiaiparágak dinamikája, illetve a média ideológiai tartalma közötti összefüggést vizsgálja. A kutató figyelmét a tulajdonosi struktúra és a médiaellenőrzés empirikus elemzésére, illetve arra irányítja, hogyan működnek a médiapiaci erők. Ebből a nézőpontból a médiarendszert a gazdasági rendszer részének kell tekinteni, amely szorosan kapcsolódik a politikai rendszerhez. A tulajdonosok és döntéshozók – megelőlegezhető – mögöttes gazdasági érdekei körébe tartozik, hogy a médiatevékenységnek profitot kell hoznia, és más kereskedelmi ágaknak a monopolisztikus tendenciák, illetve a vertikális és horizontális (pl. az olaj-, papír-, távközlési, szórakoztató- idegenforgalmi és ingatlanipar felé történő vagy abból induló) integráció eredményeképp viszonylagosan nyereségesnek kell lenniük. McQUAIL i.m. (9. lj.) 96.

²⁵ Továbbmenve a geopolitika irányába: 2018-as disszertációjában e sorok szerzője idézte az Université de Paris VIII Geopolitikai Francia Intézetének (IFG) professzorát, Frédéric DOUZET-t, aki a következőképp értékelte az új média bírálatának legnagyobb lendületet adó Edward Snowden nevével fémjelzett eseménysort: a „nyilvánosságra hozott titkos dokumentumok” az Egyesült Államok Nemzetbiztonsági Ügynökségének (NSA) teljes körű megfigyeléséről minden kétséget kizáróan mutatják, hogy a földrajzi tényezők továbbra is lényegesek, és a geopolitika még mindig segít a modern világ konfliktusainak megértésében” Frédéric DOUZET: Geopolitika a kibertér megértéséhez. In: DORNFIELD László – KELETI Arthur – BARSY Miklós – KILIN Józsefné – BERKI Gábor – DR. PINTÉR István: *A virtuális tér geopolitikája. Tanulmánykötet*. Budapest, Geopolitikai Tanács Közhasznú Alapítvány, 2016. 21.

Mindebben voltaképp persze semmi meglepő nincs, tekintve, hogy egy „stratégiai közös térről” a globális hegemoniáért vívott harc egyik színteréről van szó. Bővebben l. Zbigniew BRZEZINSKI: *Stratégiai vízió*. Budapest, AJTK, 2013. 165. E színteret, mint látni fogjuk, keresztül-kasul átfonják a különböző ütköző erők és érdekviszonyok. Bővebben l. IVÁNYI Márton i.m. (6. lj.) 2018. 99., 104–5.

²⁶ Dan SCHILLER: *Digital Capitalism. Networking the Global Market System*. Cambridge, MA., The MIT Press. 1999.; Dan SCHILLER: *Digital Depression: Information Technology and Economic Crisis*. University of Illinois Press. 2014.; Marianna MAZZUCATO: *The Value of Everything: Making and Taking in the Global Economy*. Penguin Books, 2018.

Tekintsünk is el egy időre mindettől, és pillantsunk valamelyest, földrajzilag, illetve időben is távolabbra. 2013-ban a nigériai Abudzsában a napjainkra egészen hihetetlen mértékben teret hódító ágazat, jelesül, a digitális média javarészt a centrumból kinőtt olyan infokommunikációs technológiai vállalatbehemótjai, mint a Facebook vagy a Google, társultak annak érdekében, hogy a világháló és globális értékláncai a periférián is terjeszkedhessenek. A kezdeményezéshez egyebek mellett amerikai és brit kormányzati és magán-, illetve nemzetközi pénzügyi és telekommunikációs szervezetek is csatlakoztak, világpolitikai és történelmi távlatokat nyitva. Amint az a szóban forgó Alliance for Affordable Internet nevű kezdeményezésnek a csatlakozók elé követendő például állított „legjobb gyakorlataiból” is kitűnik, mindez nem feltétlenül fogható fel a filantrópia és a felelősségtudat nemes megnyilvánulásaiént. Hanem felmerül, hogy az alapul szolgáló motiváció a (fél)periféria számára egy, a helyi internetes politikához és szabályozáshoz fűződő hatalmi gazdasági és ideológiai pozíció előírása is²⁷ a neoliberalizmus rezsimje által.²⁸ E feltételezések alátámasztása érdekében megvizsgáljuk a digitalizált közösségi technológiák és az ettől elválaszthatatlan internet történelmi pályafutását a globalizációra és az értéklánckra összpontosító hegemonikus és ellenhegemonikus szakirodalom áttekintésével karöltve.

Hiszen ezek a bemutatott esetek több okból is tanulságosak. Részint megmutatkoznak általuk az IKT-alapú²⁹ új média jelenségének helyi és globális elágazásai, többszörösen összetett konfliktusai és ellentmondásai, valamint a kapcsolódó erők és viszonyaik a jelenünkben.

Következzen a harmadik szerfelett szemléletes (és máskülönben igen bizarr) esetünk. Egy publicisztika³⁰ fél évtizede beszámolt arról, amint a hajdan kábelte-

²⁷ <https://gurstein.wordpress.com/2016/03/20/a4ai-who-could-oppose-a-more-affordable-internet-the-alliance-for-an-affordable-internet-a4ai-and-the-neo-liberal-stealth-campaign-to-control-the-internet-throughout-the-developing-world-and-make/>

²⁸ Márpedig ez összhangban állhat azon neoliberális szabályozási rezsimmal, és ennek háttérében azon nagyhatalmi (CSIKI ÉS TÁRSAI i.m. 19) – a.m. kormányzati és vállalati szereplők alkotta – napirenddel, amelynek szerkezete, működési hagyományai történelmi távlatokban és diszciplínakon átívelő vizsgálódás során érthetők meg csak igazán. Ezért indokolt az új médiát részben a vilárendszer-elmélet síkján, illetve egy több évtizedet, átfogó időhorizonton szemlélni. Kifejezetten összpontosítva a műszaki innovációkra és olyan nemzetközi intézményi mozzanatokra, mint a vitatott megítélésű fejlesztéspolitikák vagy a nagyhatalmi érdekek szerepére is.

Ami pedig a fejlesztéspolitikákat illeti, ezek egyetemben egyéb modernizációs célokkal, mintegy a nemzeti érdekek megkérdőjelezhetetlen megjelenítőiként tűnnek fel a posztkoloniális térben – ideértve a hazánknak is otthont adó posztkommunista térséget is –, miközben a valóság ennél azért jóval árnyaltabbnak bizonyult.

Ezek érintőleges tárgyalására szintén e könyv első szerkezeti egységeiben vállalkozunk.

²⁹ Az információs és kommunikációs technológiák (a továbbiakban: IKT-k) a lehető legtágabb fogalmi ernyő, amibe az új média beleérthető. Előbbi tartalmi vázát több pillér adja, amelyek külön-külön is roppant szerteágazóak, ezek közül az első kettő az informatika és a távközlés (telekommunikáció). Az előbbi az informatikai berendezéseket, szoftvereket és informatikai szolgáltatásokat foglalja magába, utóbbi alatt pedig a távközlési berendezéseket és szolgáltatásokat összességét értjük.

³⁰ <https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2018/10/brands-on-social-media/568300/>

levízióként indult telekommunikációs óriás Comcast a kérdéses cikk szerzőjének egy, a Twitter (helyesebben immár 2023. április 4. óta: X) mikrobloggoló szolgáltatáson közzétett bejegyzése folyamánként pizzát küldött, alighanem „szerethető brandépítési” szándéka jegyében. Ennek ezúttal azért van hangsúlyos jelentősége, mert egyfelől konvergenciákat³¹ és összefonódásokat jelenít meg. Utóbbiak egyik ismérve, hogy olyan „hagyományos” telekommunikációs konglomerátumok, mint a nevezett Comcast, maguk is elkezdtek használni az „új” médiumok körébe sorolható online közösségi hálózatokat. (Tegyük hozzá, ezen eszközöknek a nemzetközi kapcsolati, illetve politikai gazdaságtani aspektusait már eleve előrebocsátotta az A4A1 kezdeményezés fentebb.) Másfelől mindez azt is jelzi, hogy azok telített, demokratizációs és egyenjogúsító diskurzusa már csak azért is fennakadhat egy kritikai rostán, mert a „hagyományos” és az „új” média egyazon hatalmi-gazdasági és geopolitikai kontextusban találkozik. Mindez itt és most nem is elsősorban a máskülönbén témánk szempontjából sem érdektelen, később szintén részletekbe menően tárgyalt tömeges adatgyűjtési (ang.: „Big Data”) jelenség okán tesz szert jelentőségre, hanem azért, mert ismételten elképesztő mértékű érdekközösségeket is megjelenít a vizsgálandó szférában.

A negyedik emlékezetes és elgondolkodtató eset a dél-afrikai-amerikai üzletember Elon Muskhhoz kapcsolódik, aki a fentebb érintett CFR-kerekasztal évében (2022), sokadik érdekeltségként, megvásárolta a Twitter (X) közösségi hálózatot. POGÁTSA Zoltán közgazdász ugyanebben az évben *A globális elit* címmel megjelent könyvében felhívja néhány érdekességre e szereplővel kapcsolatban a figyelmet. Egyrészt, hogy ugyanúgy egy weboldalakra szakosodott start-up vállalkozással indított, mint a kínai Jack Ma, másrészt, hogy egyéb érdekeltségek mellett kínaiakkal is bír („Giga Shanghai”).³²

E Muskhhoz kapcsolódó aktualitással egy olyan magaslati ponthoz érünk, ahonnan ismételten számos tudományos horizont nyílik. Megelevenednek itt a jelenkori tőkemozgások és erők transznacionális keretei csakúgy, mint az ellentmondásos államhatalmi, illetve kifejezetten az amerikai-kínai viszonyok.

Úgy vélem, egyetlen, az új média közeli múltjának, jelenének és jövőjének megértésére irányuló kortárs elemzés sem teheti meg, hogy nem ejt szót Kínáról. Afféle „racionális minimumnak” tűnik ugyanis, hogy az elmúlt évtizedekben az egyre közelebbi távol-keleti ország robbanásszerű digitális technológiai fejlődésének tapasztalatait is áttekintsük. Miként bármely 2020-as években írott, e témához kapcsolódó szellemi erőfeszítés, komolyságát megőrzendő, kénytelen utalni arra is ennek megfelelően, hogy e változások kéz a kézben jártak a hegemonia általános, az elmúlt másfél évtizedben lejátszódó átrendeződésével. Ugyanis az amerikai médiagazdasági

³¹ McQUAIL i.m. (9. lj.) 41., 81., és 138.; CROTEAU-HOYNES i.m. (7. lj.) 67; 90. és 127.

³² POGÁTSA, i.m (lj. 25.) 260, 275.

fölényt, amelyről még sok szó lesz a kötetben, azóta úgy tűnik, jelentős mértékben árnyalta a történelem, mint majd látni fogjuk.³³

A kínai szál jelentőségét mutatják napjaink, illetve a közelmúlt statisztikai is. Ugyanis, noha az élen 2023 januárjában a Statista globális közösségi hálózati rangsorában elviekben továbbra is amerikai platformok álltak,³⁴ ez az amerikai és kínai gyártmányú „olló” záródik. A Tencent által létrehozott WeChat immár a negyedik (1.309 milliárd fős tagsággal), a – különösen a fiatalok körében – itthon is kiugróan népszerű³⁵ TikTok pedig az ötödik (1.051 milliárd felhasználóval). Utóbbi kínai megfelelője, a Douyin (magyar tudományos átírással: Tou-jin) a hetedik (715 millió) helyen található, de a nagyon hasonló profilú Kuaishou (K’uai-su) is épp befért (10. (626 millió) az első tízbe.

E négy közelmúltbeli mozzanat együttes felvonultatása annak szemléltetésére szolgált, hogy milyen elképesztő erők találkoznak, mihelyst a politika, a gazdaság és a technológiai apparátus kölcsönhatásba lépnek. Ezekből az esetekből szépen kirajzolódik egy elementáris erejű politikai gazdaságtani hatalom, a maga érdekeltiségeivel, konvergenciáival, konglomerátumaival, koncentrációival, klasztereivel és kooperációjával, amelyet innentől időről időre az egyszerűség kedvéért „5k”-nak nevezünk.

Ezeknek, illetve a kapcsolódó dinamikáknak, illetve együttthatásaiknak, összeütkezésüknek nem is feltétlenül vagyunk tudatában, amikor e mindennapjainkban lassan már-már magától értetődően jelenlevő eszközöket és alkalmazásokat, vagyis az új médiát használjuk változatos célokra. Annak sem feltétlenül, hogy amikor a helyi „fára” koncentrálunk, könnyen szem elől téveszthetjük ezeknek az I. fejezetben bemutatandó *hatalmi-gazdasági*³⁶ összefüggéseknek az „erdejét.”

Igen feltűnő és köztudomású ugyanis, hogy mind jobban elmerülünk a digitális és hálózat alapú technológiák világába. Nem kell ahhoz különösebben körülnézni – legalább is főként, ám távolról sem kizárólag – a centrumbeli tapasztalatok közepette, hogy észleljük, hogy a mindennapokban ezek az eszközök immár valósággal elárasztanak bennünket.³⁷

³³ IVÁNYI Márton: A számítógép-alapú kommunikáció nagyhatalmi és nagyvállalati perspektívái, geopolitikai és nemzetközi politikai gazdasági dimenziói. *Információs Társadalom*. 2019. 42.

³⁴ Az első eszerint a Facebook 2.958 milliárd felhasználóval, a második az Alphabet (Google) birtokolta YouTube 2.514 milliárd fővel, a képzeletbeli „bronzérmes” a Whatsapp és a Meta (Facebook) tulajdonában lévő Instagram osztozik egyaránt kétmilliárd felhasználóval. A két nagyhatalom mellett az orosz Telegramot találjuk még az első tíz között a 8. helyen (700 millió felhasználóval). Bővebben l. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

³⁵ https://nmhh.hu/cikk/235583/Aggaszto_a_helyzet_mar_tizevesen_tiktokoznak_a_gyerekek

³⁶ E szóösszetételt VERESS József közgazdász nyomán használom. Bővebben l. *Gazdaságpolitika a globalizált világban*. Budapest, Typotex, 2009.

³⁷ PAPACHARISSI (2021) i.m. (14. l.) xv.; Jay D. BOLTER – Richard GRUSIN: *Remediation: Understanding the New Media*. Massachusetts, MIT Press, 2000. 12.

Éppen e mindennapiság és „magától értetődőség” az, ami miatt gyakran nehéz a maga távlataiban lát(tat)ni a tömegkommunikáció tér(?)hódítását és fejlődési³⁸ röppályáját. Miként a régiek, úgy az új médiumok sem valamiféle „légüres térben,” a semmiből keletkeznek, hanem hatalmi-gazdasági szempontok látómezőjében. Ezen alapokat figyelembe véve nemcsak azt határozzuk meg, hogy *mi* az új média, hanem azt is, hogy *miért* nőtt ekkorára, és *milyen keretekben* gondolkodni róla.³⁹

Hiszen nem pusztán annak van jelentősége, hogy miként ívelt fel ily mértékben az új média pályafutása, hanem legalább ennyire annak is, hogy mik annak társadalmi előnyei és hátrányai, illetve ezzel összefonódásban annak, hogy miként értelmezik és beszélnek róla, nemkülönben. Ezért egyes hegemon optimista és pesszimista megközelítési tendenciák is fontosak, ahogy egy lehetséges „középút” bemutatása is, alkalmasint mindennemű normativitás nélkül.

A borúlátó olvasatok – szögezzük le: érthetően és joggal – egyebek mellett a következő esetünkből is sokat meríthetnek. 2023. január 3-án Írország független, az Európai Unióban (EU) az egyének személyes adataik védelméhez való alapvető jogának védelméért felelős nemzeti hatósága, az adatvédelmi Bizottság (DPC) hivatalosan bejelentette, hogy meghozta végleges határozatait, amelyek 210 millió euróra (a Facebook szolgáltatásával kapcsolatos GDPR megsértése miatt) és 180 millió euróra (az Instagram szolgáltatásával kapcsolatos jogsértések miatt) bírságotlák a Meta írországi leányvállalatát. Itt talán az eredménynél is érdekesebbek az előzmények: ugyanis a vállalat ellen panaszt nyújtottak be, mondván, egy korábbi változtatás arra kényszerítette a felhasználókat, hogy a platformok használatáért cserébe elfogadják adataik feldolgozását célzott hirdetések számára.⁴⁰

E ponton felvillan egy pillanatra az úgynevezett Panoptikon lát- vagy lidércképe, vagyis azon tömeges megfigyelési potenciál a maga számtalan problémás és éredekfeszítő elágazásával, ami egy hovatovább érzékenyebb téma világszerte. Ha az új médiáról, illetve kimondottan annak árnyoldaláról beszélünk, amint ez jelen tanulmánykötet 2. fejezetében történik, nem tehetjük meg, hogy mellőzzük e kérdéskör megvilágítását.

Voltaképpen egyes új média platformok, mint a Facebook az emberiség történetének legnagyobb, megfigyelésen alapuló vállalkozásai. Sokkal, de sokkal többet tudnak az emberről, mint amennyit a „legkotnyelesebb” állam valaha is tudott a polgáraitól.

³⁸ E fejlődés szót a kommunikációelmélet társadalomkritikai hagyományainak alapjain, valamint történelmi okokból e helyen és ezután semleges értelemben használom.

³⁹ Annak meghatározására, hogy *miként kellene* beszélünk róla, e könyv normatív igény híján nem vállalkozik.

⁴⁰ <https://dataprotection.ie/en/news-media/data-protection-commission-announces-conclusion-two-inquiries-meta-ireland>

Az új média jelentette számtalan társadalmi kockázat közül pusztán néhányat emelünk ki és tárgyalunk kimerítőbben e tanulmánykötet második nagyobb szerkezeti egységében: a Big Data megfigyelési „Panoptikont,” a Sunstein-féle „visszhangkamrákat,” valamint a radikalizált, virtualizált „vesztőhelyeket.” Idesorolhatjuk továbbá azon ideologikus befolyást is, amelyen visszatükröződni véljük a fentiek szerinti politikai gazdaságtani szerkezeteket és erőket, illetve amely némileg el is vonja a figyelmet e fenti bírálati szempontokról. Az adóoptimalizációról, a technológia nyomán is kieleződő társadalmi egyenlőtlenségekről, valamint a neoliberais szubjektívációról⁴¹, bár jóval rövidebb terjedelemben, szintén itt lesz szó.

A hatodik esetünk a fentieknek afféle „kontrája,” az esetlegesen egyoldalú, „egyz-az-öthöz” aránytalanság közepette is. Ez a következő lesz: 2023. március 10-én, ahogy minden évben, több ezer résztvevőt vártak Sepsiszentgyörgyről, Kézdivásárhelyről, Székelyudvarhelyről, Makkfalváról, illetve Katalóniából a Marosvásárhelyre, megemlékezni a Postaréten 1854-ben kivégzett székely vértanúkról, illetve felhívni a figyelmet a székely autonómia megvalósításának szükségességére.⁴² E párhuzamos események szervezésében, a jelenlévők toborzásában, illetve egyáltalán a nemzeti identitás „gondozásában” nagy szerep hárult egyes Facebook-csoportokra, ami szintén nem elhanyagolható jelentőségű következtetések levonását teszi lehetővé.

Noha a többnyire kritikus megközelítéseink ennek ellenkezőjét is sugalmazhatják, nagyon is maradnak szabad tartományok e keretekben az új média alapú online állampolgári aktivizmus számára.

Úgy véljük, magáért beszél a digitális médiában rejlő mozgósítási potenciál, ennek belátásához talán e könyv által hozott empiriára nem is igazán lenne szükség. Hiszen az új média nyilvánvaló tulajdonságai – azon tendenciái mellett, amelyek indokolják a szerkezetük és a vonatkozó mechanizmusok megértésének történelmi, geopolitikai, társadalmi és politikai gazdasági kritikáját –, bizonyos körülmények között valóban az állampolgári részvétel érdekében történő hatékony online mobilizáció jegyeit is mutatják. Az *audiatur et altera pars* elv szellemében a 3. fejezet két esettanulmányt mutat be a digitális médiában rejlő mobilizációs potenciál bemutatására az etnikai identitással kapcsolatos (szub)politikai szerepvállalás összefüggésében.

A Székelyföldért Társaság, miként korábban a Kétnyelvű Dél-Szlovákia FB-csoport, és e szerző által a kezdetektől vizsgált arab tavasz eseménysorai a maguk korlátaival egyaránt azt szemléltetik, hogy – hangsúlyozzuk: bizonyos körülmekintő kritikai kitételekkel – az új média teret adhat a nyilvánosság számára is.

⁴¹ Michel FOUCAULT: *Les mailles du pouvoir. Dits et écrits*. Párizs, Gallimard, 1994.

Iványi Márton: A neoliberalizmus pszichopolitikája: az IKT mint a szubjektíváció és a felügyeleti kapitalizmus katalizátora. *Jel-Kép*, 2021. 77–89.; Iványi Márton: Social Media as the Accelerator of Neoliberal Subjectivation and an Entrepreneurial Influencer Self among Youth? – The Hungarian Theater. *Journalism and Media*. 2023. 648–664.

⁴² <https://midio.hu/marcius-10-a-szekely-szabadsag-napja-emlekrendezveny-a-diosdi-orszagaszlonal/>

Következőleg a kockázatok körében tárgyalt, új médiát középpontba állító digitális utópizmusnak csakugyan azonosíthatók a tárgyszerű alapjai, vagyis abban rejlenek részgazságok.

Ennek apropóján is, e bevezető szakasz vége felé idézném a 2023-ban százéves magyar–lengyel származású, kanadai nemzetiségű közgazdász Kari POLANYI LEVITT egyik megállapítását, amely megragadja az új média vázát alkotó infokommunikációs technológia kétarcúságát. Eszerint az egyfelől „betolakodó jellegével, a maga megfigyelési mintázataival korlátozhatja szabadságunkat,” másfelől „ki is terjesztheti azt szociális hálózatok formájában.”⁴³

Sokáig játszottunk el ennek megfelelően azon gondolattal, hogy az új média vétkei vs. erényei, sőt, az „átok vagy áldás” fogalompár adja e tanulmánykötet címét, annak érzékeltetése végett, hogy milyen ambivalenciát kelthet mindez. Úgy véljük, e vázlatosan áttekintett, majdani szerkezeti tagolás és alább kibontakozó terjedelem teszi csupán lehetővé azt, hogy az efféle kétségkívül hangzatos és provokatív, ám leegyszerűsítő dualizmusban való gondolkodás helyett elmélyedjünk egy olyannyira szerteágazó jelenségegyüttesben, mint amilyen az új média. Ezen a talapzaton állhat (elő) a digitális realizmus⁴⁴ körültekintő modellje is, amely több-kevesebb tárgyla-gosságra törekedve kívánja taglalni tárgyunkat.

Az elmúlt években hazánkban leírták már e témát etikai-szabályozási oldalról, történelmi és műszaki, marketingfelhasználási perspektívákból, társadalomszemléleti aspektusaira, vélt vagy valós antropológiai-pszichológiai következményeire fókuszálva, felhasználási sajátosságai mentén és még egy sor egyéb szempontból.

Úgy gondoljuk, nem kell ahhoz semmiféle „konteó,” hogy lássuk, hogy mennyi-re többdimenziós problémához érünk, valahányszor szóba kerül ez a téma. Amire itt vállalkozunk, egy inkább horizontális áttekintése mindennek a teljesség igénye nélkül. Noha többször tárgyaljuk az innovációkat e könyvben, mégsem támasztunk igényt a „spanyolviaszra.” Amiben e kötet újszerű lehet – vagy legalábbis szerzője ebben reménykedik –, az a kritikai megközelítés sokrétű összetettsége.

Végül e könyv időzítéséről is néhány szót, egyszersmind visszautalva a címére is. E kötet, noha ettől jóval hosszabb időhorizontot vizsgál, nem feledkezhet meg arról, hogy a kézirat véglegesítésekor kereken félévszázados múltra tekint vissza egy további fontos mozzanat. 1973-ban a Louis Pouzin francia informatikus tervezte CYCLADES hálózat volt az első, amely a csomagkapcsolt hálózaton a hosztokat bízta meg a biztonságos adatküldéssel, ahelyett, hogy ez a hálózat központi szolgáltatása lett volna. A Cyclades egyike azon öt hálózatnak, amelyből a ma már-már megkerül-

⁴³ Kari POLANYI LEVITT: *From the Great Transformation to the Great Financialization: On Karl Polanyi and Other Essays*. Bloomsbury Academic, 2013. 256.

⁴⁴ IVÁNYI Márton: *Digital Realism: A Dialectic Approach To Understanding Digital Media's Social Functions In View Of Ethnic-Identity Related Online Activism*. KOMÉ, 2017. 1–18.

hetetlen internet előállt, amint erre Szűts Zoltán média- és digitális pedagógiakutató⁴⁵ felhívta a figyelmet. E történelmi mozzanat, úgy véljük, egyszerre jeleníti meg szűkebben, műszaki értelemben a kölcsönös függőség, illetve tágabban, elvontabban a multipolaritás igényét.

Ezen utóbbi horizontok ösztönzőleg hatottak a könyv megírására, azzal együtt is, hogy nem eme innovációktól és találmányoktól indulunk, és nem kívánunk mélyrehatóbban a műszaki szintérre sem fókuszálni.

Pouzin eljárása azt jelzi ugyanis, hogy tágabban az internet, illetve szűkebben az új média nemcsak erőkről, hatalmi-gazdasági érdekekről, koncentrációkról, hanem – és ezt itt és most mindennemű didaktika szándéka nélkül kockáztatjuk meg – a párbeszédéről, az összefogásról és a szinergiákról is szólhat.

⁴⁵ <https://www.historyofdomains.com/cyclades/>; https://mediakutato.hu/cikk/2012_01_tavasz/01_internetes_kommunikacio_tortenete/
Szűts Zoltán: Online: *Az internetes kommunikáció és média története, elmélete és jelenségei*. Budapest, Wolters Kluwer, 2018.

1. Hatalom, tőke és innováció Borromeo-gyűrűje, avagy az új média történelmi röppályája

1.1. A telefontól az új médiáig – egyes médiatechnológiák történelmi röppályája infrastruktúra, profit és állam keresztmetszetében

A legegyszerűbben talán indításképp azt mondhatnánk, hogy a témánktól jó-szerivel elválaszthatatlan technológia infrastrukturális alapjai tekintetében úgy-szólván teljesen egyenes út vezetett a telefontól az új médiáig. Mivel a 20. század közepére a telefonvonal szinte mindenhová elért, fontos információs csatorna-ként szolgálhatott az más technológiai irányok, például az egyéb médiumok szá-mára is. A rádió- és televíziós műsorszóró hálózatok telefonvonalakat használtak arra, hogy nemzeti műsoraikat helyi sugárzásra továbbíthassák. Később a korai „betárcsázós” modemek és a nagy sáv szélességű digitális előfizetői vonal (DSL) szolgáltatás ugyancsak e vezetékeket alkalmazta a felhasználók internethez való csatlakoztatására,⁴⁶ hiszen maga az internet is a távközlési infrastruktúrára helyeződött.⁴⁷

Ezen eszközállományi folytonosság mellett érdemes mérlegre tenni egy másik jellegű kontinuitást is az egyes médiumtípusok tekintetében. Ez nem is elsősorban a kommunikáció iránya vagy felhasználás egyes módjai vonatkozásában jelentke-zik, mint majd látni fogjuk alább. Hanem abban az értelemben, hogy a hatalmi-gazdasági erőket és érdekeket mindvégig, vagy legalábbis emberemlékezet óta ott találjuk a(z új)médiatechnológiákhoz vezető innovációs út mérföldköveinél.

Hibát követnénk el, ha azt feltételeznénk, hogy a médiára nehezedő, bevezető-ben megelőlegezett profitekényszer valamiféle vadonatúj, vagy akár csak közelmúlt-beli fejlemény. Az ilyen nyomás legkésőbb a népszerű kereskedelmi sajtó 19. századi

⁴⁶ A megfoghatatlannak gondolt internet esetében réz- vagy üvegszálak kábeleken továbbítják az „adat-csomagokat,” hogy aztán azok képernyőkön jelenjenek meg. Az internetet nagy teljesítményű lézerek által előállított fényimpulzusok alkotják, amelyeket (túlnyomórészt) jelöletlen épületekben elhelyezett acéldobozokban tárolnak. Az internet létezik, és konkrét fizikai valósággal, alapvető infrastruktúrával rendelkezik. Bővebben CROTEAU ÉS TÁRSAI i.m. (7. lj.) 46.; vö. MÍRYAM AOURAGH – PAULA CHAKRA-VARTTY: *Infrastructures of Empire: Towards a Critical Geopolitics of Media and Information Studies. Media, Culture & Society*, 2016. 563.

⁴⁷ SCHILLER (1999) i.m. (26. lj.) 29.

kialakulása óta alakítja a tömegmédiát, amint azt CROTEAU-HOYNES⁴⁸ egy korábbi, ám érvényességéből azóta mit sem vett munkájában megállapította.⁴⁹

Ezt szemlélteti egyébként BALZAC már e könyv elején is idézett *Elveszett illúziók* című művének elején az a jelenet is, amikor a főhős Julien barátja, a nyomdász-laptulajdonos David Séchard „komoly vetélytársakba ütközik,” mivel e „mohó” riválisok „második hirdető újságot alapítottak.” Utóbbiak, jelesül a Cointet-cég, „tekintélyes nyereségre” támaszkodva, „nemsokára felajánlotta Séchard-éknak, hogy megvásárolja az újságjukat.”⁵⁰

A tajvani-amerikai származású internetjogász Tim Wu a rádió körül véli felfedezni az átállási folyamat kezdőpontját, mondván, innentől kezdve minden új médium kereskedelmi életképességre az „ingyenes” tartalomért cserébe elnyerhető figyelem továbbértékesítésével tett szert. „A győztes stratégia kezdettől fogva a kereskedelmi hasznosítás elől korábban elzárt idő és tér megszállása, valamint az emberi figyelem lekötése volt.”⁵¹ (Ebben az összefüggésben a szerző túltekint a médián, megállapítva, hogy a huszadik század új (média)iparágai egyfajta valutává alakították az emberi figyelmet, amelyet „veretni” tudnak.)

E teljesség igénye nélküli vázlatos, médiumspecifikus áttekintésben továbblépve a televízióhoz érünk. Ezzel összefüggésben vallják CROTEAU ÉS TÁRSAI, hogy az az állítás, hogy „a televíziónak, mint technológiának, a szórakoztatásról, a vonzó képekről és egy gondolattól a másikig való gyors ugrálásról kell szólnia, nem valamiféle technológiai természeti törvény.” Hanem mindezt egy, az emberek és a piaci erők vezette iparág eredményezi, amelyben a termékadási és a profitszerzési igény a meghatározó. Újfént továbbhaladván a hírközlő eszközök láncolatán, megérkezünk napjaink internetéhez, amely „az elfoglaltság és a szórakozás teljesen új szintjét hozta el. Azonban ezek az erőfeszítések nem véletlen- vagy sorsszerűek. A figyelmünket folyamatosan kereső kereskedelmi erők alakítják őket.”⁵² Sőt, hozzátehetjük – ismételten Wu nyomán – mindehhez, hogy ez az általános iparági figyelemkeresés

⁴⁸ E hegemon, CROTEAU ÉS TÁRSAI és egyéb, például Dan SCHILLER, George FRIEDMAN, Tim Wu nevével fémjelzett nézetekkel kapcsolatosan mindvégig fontosnak tekintetem azt, hogy poszt- (pl. AMIN, SALEH) vagy dekolonialis (MIGNOLO, ESCOBAR) szerzők történelmi, antropológia és/vagy nemzetközi politikai gazdaságtani okfejtéseire is támaszkodjunk, hiszen – újrafogalmazva John LUKACS amerikai idealizmusról alkotott állítását – még a leginkább kritikus, amerikai hatalmat bírálati szempontból megközelítő tengerentúli szerzőkben (pl. SCHILLER 1999; 2014) is lehet némi kivételességtudat. Bővebben l. John LUKACS: *A XX. század és az újkor vége*. Budapest, Európa, 2006. 93.

⁴⁹ David CROTEAU – William HOYNES: *A média mint üzlet. Nagyvállalati média és közérdek*. Budapest, Complex, 2013. 67.

⁵⁰ BALZAC, i.m. 25.

⁵¹ Tim Wu: *The Attention Merchants: The Epic Struggle to Get Inside Our Heads*. The Atlantic Books, 2017. 11.

⁵² CROTEAU ÉS TÁRSAI (2021) i.m. (7. l.) 40.

éppenséggel alig, hogy elkezdődött. Az internet és az új média lehetőségek tárházát tartogatja a jövőben.⁵³

Ennyiből is világossá válik, hogy témánk elválaszthatatlan a tőke és az innováció szempontjainak keresztmetszetétől. A fentebb utoljára említett internet⁵⁴ több értelemben is fordulatot képez. Ezek egyike, hogy ez az első médium a fenti módosulásokon túl, amely megtestesíti a digitalizációt – avagy az analóg médiáról a digitális médiára való áttérést –, illetve ezen felül a napjaink új média-gazdaságának megértését szolgáló „5k” egyikét, a konvergenciát⁵⁵ is. Ez utóbbi a média-típusok közötti határok elmosódását jelenti. A digitalizáció lehetővé teszi, hogy a nyomtatást, a hangot, a képeket és a videót egyetlen univerzális nyelven rögzítsék, másolják, tárolják és továbbítsák, méghozzá a számítógépes kódok 1 és 0 számjegyein. Ezzel a közös digitális alappal pedig az válik lehetővé, hogy a számítógép, a televízió vagy az okostelefon hozzáférjen a szöveghez, a képekhez,

⁵³ Wu i.m. (47. l.) 73.

⁵⁴ Bár ezen új médiára összpontosuló könyv, noha viszonylag terjedelmesen foglalkozik az internet jelenlétével, ezt nem a McLuhan technológiai determinizmus szellemében teszi és nem önmagukban nézi őket. Ehelyett egyéb történelmi-társadalmi alakzatokkal való találkozásukat, együtt hatásukat kíséri figyelemmel. Ennél fogva noha gyakran lesz szó „régiről” és „új” médiáról, azonban nem úgy, ahogyan azt egyesek, például BOLTER – GRUSIN i.m. (37. l.) teszik. Tehát nem folytonos médiumgenealógia kontextusában tárgyaljuk őket, azt kutatva, hogy mennyit kölcsönöznek ezek a médiumok egymástól, vélt vagy valós elődeiktől, pl. a daguerrotípiát a festészetől vagy a tv-t a mozitól és így tovább. E könyv ezen felül olyan, a digitális szórakoztatás viszonylag új fajtáit képviselő iparágakra, mint a több milliárd dolláros profitot termelő pornó médiaiparágra és a szintén hatalmas politikai gazdasági erőket felvonultató, szinten digitális alapú online játékipari szerkezetekre terjedelmi okokból nem tér ki.

⁵⁵ A régi/új vitában fontos adalék, hogy az új médiatechnológiák továbbra is megjelenítenek tömegkommunikációs tevékenységeket. Egyes elképzelések szerint a tömegmédia és a személyes média közötti különbségtétel nem szűnt meg, ám bizonytalanná vált. Ennek ellenére az új média térhódítását a tömegkommunikáció elleni lázadásnak is szokás tekinteni, amely gondolat a kritikai elméletben hosszú múltra tekint vissza. A változás két fő hajtóereje kezdetben a műholdas kommunikáció és a számítógépek hasznosítása volt. A számítógép mint kommunikációs gépezet hatalmas erejének kulcsa a digitalizáció folyamatában rejlik, amely lehetővé teszi, hogy mindenféle információt minden formátumban, azonos hatékonysággal lehessen szállítani, és össze is lehessen keverni. Elvileg nincs többé szükség az eddig leírt különböző médiumokra, mivel mindegyiket be lehet vonni ugyanabba a számítógépes kommunikációs hálózatba és befogadóközpontba (például az otthonokban). McQUAIL már két évtizede is joggal állapíthatta meg, hogy sok jelét látni annak, hogy az újságok átállnak az online működésre. A számítógépes technológiák mellett természetesen vannak más innovációk is, amelyek bizonyos mértékben megváltoztatták a tömegkommunikáció egyes aspektusait. A kábel, műholdon és rádióon keresztül új átviteli módok óriási mértékben megnövelték az átviteli kapacitást. A tárolás és a visszakeresés új eszközei, beleértve a CD-ROM-ot, a DVD-t, az iPodot stb. szintén bővítették a lehetőségek körét. Érdekességképp jegyezzük meg, hogy McQUAIL még a távirányító eszköznek (!) is szerepet tulajdonít ebben. Bár közvetlenül nem támogatta a tömegkommunikációt, a magánjellegű „médiakészítés” számos új lehetősége (videokamerák, PC-k, nyomtatók, fényképezőgépek, mobiltelefonok stb.) kibővítette a média világát, és hidat vert a nyilvános és a magánjellegű kommunikáció, valamint a hivatásos és az amatőr szféra között. Bővebben l. McQUAIL i.m. (9. l.) 39.

a videóhoz és a hanghoz, vagyis azt, hogy előbbieket más digitális eszközökkel lépjenek kölcsönhatásba.⁵⁶

Ahogy az ezredforduló előestéjén az internet egyre nagyobb teret nyert a társadalomban, hovatovább nagyobb hangsúlyt kapott a tartalom testreszabása, létrehozása és megosztása a felhasználók által.

Itt nyílik egy elágazás e könyv tartalmi spektrumának összetettségét is előkészítve. Természetesen ezerféleképp lehet szemlélni a médiumokat, valamint egymáshoz fűződő viszonyukat, nemcsak fejlődési idővonalukra fókuszálva vagy politikai gazdaságtani bírálati szempontok szerint. Eredendően már az ezredforduló időszakában megállapította McQUAIL, hogy megkülönböztethetőségük lehetőségei egy további dimenzióval is bővültek. Ez nem más, mint az interaktivitás mértéke.⁵⁷ A nagyobb kölcsönhatást biztosító médiumok azok, amelyek lehetővé teszik a felhasználók számára a folyamatos motivált választást és reagálást. Mialatt a videojáték és az azóta már nem is igen létező CD-ROM mellett az internetben és a telefonos chatvonalban is annak egyértelmű példáit látta a brit kommunikációkutató, hogy a kölcsönhatás a norma, a többszatsornás kábel- vagy műholdas televízióknak is fokozott interaktív potenciált tulajdonít. Eladdig az interaktivitás ugyanis legfeljebb az egyszerű reakció lehetőségét jelentette, ám ezen túl a tartalom létrehozásának és szolgáltatásának lehetőségévé avanszált, mint például egyes közösségi oldalak esetében.⁵⁸ Mint majd ezt a II. nagyobb fejezetben látni fogjuk, nagyon nem mindegy, hogy milyen kölcsönhatásokról van szó és kik között mennek azok végbe, illetve milyen tartalmakról.

Visszatérve e rövid kitérő után fővonalunkra: a Web 2.0 – az interaktív képességek összességének kiemelésére adott egyik népszerű megnevezés – olyan címke volt, amely a hagyományos” internethez képest technológiai változást is sugallt. (Az ember persze eljátszik a gondolattal, hogy itt ténylegesen új képességekről vagy inherens technológiai tulajdonságok marketingcélú promóciójáról van-e szó...)

Indokolt szkepszis ide vagy oda: az új technológiák kétségkívül lehetővé tették a blogok, a közösségi oldalak, a YouTube-hoz hasonló tartalmi platformok, a Wikipédiához hasonló közösségi alkalmazások, és egyéb, immár napjainkban kifejezetten a harmadik platformhoz sorolt, úgynevezett közösségi technológiák megjelenését.⁵⁹

⁵⁶ CROTEAU ÉS TÁRSAI (2021) i.m. (7. lj.) 27-30.

⁵⁷ A nemsokkal az ezredforduló után teret nyert Web 2.0 fogalmát tárgyalva idézi SzűtsZoltán média- és digitális pedagógiakutató GELEGONYA Edinát, aki szintén megállapítja, hogy a hangsúly a közzétételről a megosztásra, a passzív jelenléttől a részvétel felé tolódott. Majd arra a következtetésre jut, hogy a Web 2.0 olyan jelenségek megnevezésére szolgál, melyek az interakció, a közösség által létrehozott tartalmak, illetve online médiatartalmak és kommunikációs folyamatok köre épültek. Bővebben l. Szűts i.m. (47. lj.) 306-7. Ez csakugyan igaz, ám vannak a jóhiszemű olvasatoknak korlátai is, mégpedig az algoritmikus szűrések és az általános felhasználói egyenlőtlenségek tekintetében, mint majd később látni fogjuk.

⁵⁸ McQUAIL i.m. (9. lj.) 45.

⁵⁹ CROTEAU ÉS TÁRSAI (2021) i.m. (7. lj.) 65.

Az internetkapcsolat világát a mobil eszközök, köztük a laptopok, a táblagépek és különösen az ún. „okostelefonok” elterjedésével továbbfejlesztették. Az a könnyedség, amellyel a felhasználók hozzáférhettek ezekhez az eszközökhöz – és az internethez –, azt jelentette, hogy, mint már fentebb elárultuk, azok a mindennapi élet jószerivel mindenütt jelenlévő elemeivé válhattak. Ezzel pedig a közösségi technológiák után a harmadik platform egy további „tartóoszlopához,” a hordozható számítástechnikai eszközökhöz érkezünk meg. Sőt, a „viselhető” technológiák és a Dolgok Internetje (IoT) terén megjelenő innovációk azt sugallják, hogy az internetnek a mindennapi életbe való integrációja jelenünkben illetve az elkövetkező években csak fokozódni fog.⁶⁰

Egy pillanatra visszalépve némileg az idővonalunkon: nagyjából itt, az internettel és a hálózati technológiákkal, illetve a vonatkozó definícióikkal érkezünk meg ahhoz a kereszteződéshez Manuel CASTELLS nyomdokain, ahol elkülönül a tömegkommunikációtól az immár „tömeges önkommunikáció.”⁶¹ Már javában tartott a Web 2.0 fogalom és a vonatkozó apparátus használata, egyszersmind a köztudatba való beágyazódása, illetve ennek köszönhetően az önrányított üzenetfeldolgozás és küldés, az üzenetfogadásnak, és a kommunikációs tér kialakításának is az önállósítása, amikor „felülírott” ezt megállapította.⁶²

CASTELLS e megfigyelésének tágabb, médiaipari kontextusában körüljárta a tíz főbb, globális nagyvállalat (multimédia-hálózat) – jelesül, az Apple, a Bertelsmann, a CBS, a Disney, a Google, a Microsoft, az NBC Universal, a News Corporation, a Time Warner és a Yahoo! – működését és e multimédia-konglomerátumok politikai gazdaságtani jellemzőit is. Az eredményei egy növekvő gazdasági koncentrációt, a platformok változatos használatát, a közönség testre szabását és szegmentálását, valamint a gazdaságok szinergiáját tükrözik. E nagyvállalati hálózatok ellentmondásos viszonyban állnak a tömeges „önkommunikációval”, amely javarészt éppen általuk történik.⁶³

Éppen most említettük egyrészt a médiumok generációváltását, másrészt, még korábban azt is CROTEAU ÉS TÁRSAI nyomán, hogy néhány konglomerátum esetében kifejezetten médiavállalatokról van szó. Ez az ellentmondás többféleképpen is feloldható. Az egyik mód annak megértése mások, például az adatvédelmi szak-

⁶⁰ CROTEAU ÉS TÁRSAI (2021) i.m. (7. lj.) 66.

⁶¹ „az utóbbi évek legfontosabb kommunikációs átalakulása a tömegkommunikációra való áttérése volt.” Bővebben l. Manuel CASTELLS: *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press, 2013. xix.

⁶² Szintén érdekes, hogy az elképesztő dinamikákat ebben az ágazatban szemlélteti, hogy mire az információs társadalom vezérlőszellem kutatója, CASTELLS könyvének e második kiadása, amelyben továbbra is meghatározó szereplőként tekint a Yahoo-ra, megjelent, „újfiú” behemót, a Google már évek óta elkezdte kiszorítani vetélytársát, mint azt BARABÁSI Albert László erdélyi magyar-amerikai hálózatkutató láttelele már 2003-ban előrevetítette. Bővebben l. BARABÁSI Albert-László: *Behálóztatva. A hálózatok új tudománya*. Magyar Könyvklub, Budapest, 2003. 119-120.

⁶³ CASTELLS i.m. (61. lj.) 73-92.; IVÁNYI (2018) i.m. (4. lj.) 54.

értő Ellen P. GOODMAN és szerzőtársa, Julia POWLES⁶⁴ kínálta támpontok mentén, hogy ez a bizonyos aspektusaiban csakugyan újszerű, tömeges önkommunikáció nagyon is a hagyományos médiumokra emlékeztető algoritmikus szűrésen, a.m. „szerkesztési” mechanizmusokon keresztül folyik, mint majd ezt részletesen bemutatjuk alább.

Csakhogy megállapít itt e szerzőpáros valami mást is – mégpedig egyes új média-óriások mibenlétének sokrétűségét és horderejét. „Platformoknak, hálózatoknak vagy kapuőröknek nevezzük őket, ám ezek a címkék aligha illenek rájuk.” A megfelelő metafora keresése eltereli a figyelmünket: „még ha hatalmas birodalmaknak is nevezzük őket, azok nem hasonlítanak az általunk valaha ismertekhez.”

Innovációk, viszonyítások a „hagyományos” médiaiparhoz, birodalmiság – az utóbbi fogalommal már önmagában is, óhatatlanul is hatalmi-gazdasági szempontokhoz érünk. E készakarva provokatívan kiválasztott idézettel egy angolszász szerzőpáros részéről olyan problémaegyüttes tárul fel, amelynek oldalrajzával át is lépünk az új média tőkéhez és államhoz való kapcsolódásaihoz.

1.2. Állam, tőke és innováció történelmi⁶⁵ alakzatai és viszonyai, esetleges átfedésük⁶⁶

1.2.1. *Gyermek a marxi kádban: a tőke relevanciája a médiatörténeti és -ipari elemzések során*

Denis McQUAIL nyomán említettük már a bevezetőben egy szó erejéig, hogy a hírközlési formák három fő erő metszeteiben, illetve középpontjában jeleníthetők meg, melyek a szerző meghatározásában⁶⁷ a gazdaság, a politika és a technológia. Többé-kevésbé egyetértve e máskülönb helytálló tipológiával, a vonatkozó fogalmak alternatíváiként itt a tőkét, az államot és az innovációt használjuk

⁶⁴ Ellen P. GOODMAN – Julia POWLES: Facebook and Google: most powerful and secretive empires we've ever known. *The Guardian*, 2016. szeptember 28.

⁶⁵ E rövid történeti áttekintés, amelyet átszőnek a tőke és innováció szempontjai terjedelmi okokból ezúttal nem kíván olyan egyéb elektronikai ágazatokkal, melyek meghatározó változásai máskülönb nagyon is egybeesnek időben (és akár térben), foglalkozni.

⁶⁶ E szerkezeti egység alapjait főként két korábbi tanulmányom helyezi le, melyek: IVÁNYI, Márton: Digitális tőkefelhalmozás és médiainnováció. Történelmi áttekintés állam és nagytőke viszonyáról. *Jel-Kép*, 2019 (1): 129-148.; és IVÁNYI, Márton: A számítógép-alapú kommunikáció és a digitális médiagazdaság állami és nagyvállalati perspektívái. *Információs Társadalom*, 19 (2): 35-51.

⁶⁷ McQUAIL i.m. (9. l.) 219.

versenyképes alternatívát nyújtanak a felhasználóknak a hagyományos távközlési cégek sms- és hangszolgáltatásaival szemben. Hasonlóképpen, az online streaming szolgáltatások szintén választási lehetőséget kínálnak a hagyományos műsorszórávagy kábeltelvíziós médiával szemben. Ezek az internetalapú alkalmazások és szolgáltatások – amelyeket gyakorta „over-the-top” vagy OTT szolgáltatásoknak neveznek – nagyrészt szabályozatlanok, ellentétben hagyományos „társaikkal,” amelyek gyakran adó- vagy engedélykötelesek és szabályozások hatálya alá esnek. Bizonyára nem véletlen az sem, hogy napjainkban az olyan fejlődő országok kormányai, mint India, Thaiföld és Indonézia, új szabályozások létrehozására törekednek, például megkövetelik, hogy az ilyen szolgáltatásokat nyújtó vállalatoknak helyi irodákkal és alkalmazottakkal kelljen rendelkezniük, és előírják, hogy helyi hálózati szolgáltatókkal dolgozzanak együtt, valamint helyi IP-címeket és fizetési szolgáltatásokat használjanak. Egyes esetekben a szolgáltatókat sávszélességi díjak fizetésére köteleznék, és „fojtásnak” (ang.: throttling) – a szolgáltatásuk forgalmának lassításának – vetnék alá őket, ha nem felelnének meg a szabályoknak. E törekvések egy része, tegyük hozzá, a helyi hagyományos távközlési vállalatokat kívánja megvédeni a globális versenytől, hasonlóan ahhoz, ahogyan a helyi tartalomra vonatkozó követelmények a helyi médiatermelők védelmét célozzák. Egyes továbbiak viszont alig leplezett erőfeszítéseknek tűnnek az internethasználat cenzúrázására, mivel biztosítják, hogy a forgalom szükség esetén nyomon követhető és ellenőrizhető legyen, mint majd a II. fejezetben látni fogjuk. Bárhogyan is legyen, összességében ezek az intézkedések utalnak a globális internet szabályozása által támasztott kihívásokra.¹⁷⁴

1.5. 5k: Az új médiaglobális értékláncai napjainkban a konvergenciák, a konglomerátumok, a koncentráció, a klaszterek és a kooperáció tapasztalatai mentén

1.5.1. „Mindennel is:” a médiainnovációk és a csúcstechnológiai konvergencia jelen tendenciái

Miközben meggyőződésünk, hogy a globalizáció felerősíti mindennek az „akusztikáját,” úgy véljük, joggal mutatnak rá CROTEAU ÉS TÁRSAI, hogy egy olyan „hármass forradalommal” van dolgunk az internettől a mobilkommunikáción át a közösségi hálózatok terjedéséig, amelytől az egész mindennapi élet visszhangzik.¹⁷⁵

¹⁷⁴ CROTEAU ÉS TÁRSAI (2021) i.m. (7. lj.) 130.

¹⁷⁵ CROTEAU ÉS TÁRSAI (2021) i.m. (7. lj.) 364.

Említettük az eddigiekben, és a társadalmi tapasztalatok is annak belátására ösztönzik a kutatót, hogy a digitalizáció utat nyit a konvergenciáknak, amennyiben a média korábbi, egymástól elkülönülő formái összetartanak. Az elmúlt néhány év-tizedben a digitális média növekedése, az internet térhódítása és a mobil eszközök elterjedése együttesen a média jelentésének drasztikus megváltozásához vezetett. Eközben újfent leszögezzük ezeken az alapon, beleágazva a korábbi alfejezetek geopolitikai és nemzetközi politikai gazdaságtani okfejtésébe is, hogy a hatalmi-gazdasági szereplőket mindvégig ott találjuk az új média technológiákhoz vezető innovációs út mérföldköveinél a maguk szolgáltatási kínálatával és egyéb napirendjeivel.

Mára már a szóban forgó új média társadalompolitikai rangját, illetve jelentőségét a jelen jogalkalmazásban is egy sor jogszabály állapítja meg, illetve szemlélteti, kifejezetten utalva mindennek a gazdasági értékteremtésben játszott szerepére – akár a legtágabb értelemben véve – az úgynevezett kritikai infrastruktúra szövegösszefüggéseiben is.¹⁷⁶ Hasonlóképp, a törvény szerinti, hálózati és információs rendszerek biztonságának az egész Unióban egységesen magas szintjét biztosító intézkedésekről szóló, 2022. december 14-i (EU) 2022/2055 európai parlamenti és tanácsi irányelv nemzetek feletti (uniós) szinten mondja ki a hálózati és információs rendszerek létfontosságú társadalmi (és áruforgalomhoz kapcsolódó) szerepét, mindezeket kifejezetten kibervédelmi összefüggésekbe helyezve. E jogszabály a digitális szolgáltatók ágazatának három szervezeti típusát különbözteti meg, melyek az online piactér, az online keresőprogram és a felhőalapú számítástechnikai szolgáltatás, ezáltal volta-képpen nem mást kapcsolva össze a jogalkalmazás szintjén, mint államot, tőkét és innovációt.¹⁷⁷

Ha nem is használja, sem az új média, sem a harmadik platform technológiák kifejezéseket, azt, hogy a vonatkozó folyamatok önnön horderejüknel fogva nem meglepő módon a nemzetek feletti jogalkotást is erősen foglalkoztatják, szintén jelzi egyebek mellett az Európai Parlament és Tanács (EU) 2022/2065. 2022. október 19-i rendelete is a digitális szolgáltatások egységes piacáról az alábbiak szerint: „2000 óta olyan új technológiák jelentek meg, amelyek fokozzák az adatok online átvitelére, megtalálhatóságára és tárolására szolgáló rendszerek elérhetőségét, hatékonyságát, sebességét, megbízhatóságát, kapacitását és biztonságát, ami fokozottan összetett online ökoszisztémát eredményez [...] Az ilyen szolgáltatások adott esetben magukban foglalják a vezeték nélküli helyi hálózatokat, a DNS (domain name system)-szolgáltatásokat, a doménnév-nyilvántartókat, a regisztrátorokat, a digitális tanúsítványokat kiállító hatóságokat, a virtuális magánhálózatokat, az online keresőprogramokat, a felhőalapú infrastruktúra-szolgáltatásokat, illetve a tartalomszolgáltató hálózatokat, amelyek lehetővé teszik vagy javítják az egyéb közvetítő szolgáltatók funkcióit,

¹⁷⁶ GyÖRGY i.m. (74. lj.) 129.; CSIKI i.m. (19. lj.) 84–85.

¹⁷⁷ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022L2555>

vagy meghatározzák azok helyét. Hasonlóképpen, a kommunikációs célra használt szolgáltatások és a biztosításukra szolgáló technikai megoldások is jelentős fejlődésen mentek át, és olyan online szolgáltatások jelentek meg, mint az internetes hangvitel, az üzenetküldő szolgáltatások és a webes e-mail-szolgáltatások, amikor is a kommunikációra internethozzáférési szolgáltatások révén kerül sor.¹⁷⁸

E szerteágazó téma kapcsán beszélhetünk termékekről, platformokról és „csatornákról”, mely alább tárgyalt fogalmak mind a konvergencia, mind a politikai gazdaságtan mentén összefűződnek.

A kortárs, releváns profilú vállalatok tehát három kulcsfontosságú irányba tájolódnak tendenciózusan, méghozzá a következő súlypontokkal:

1) Termékek – a tartalom, amit nézünk, olvasunk és hallgatunk, például filmek vagy zenei felvételek.

2) Platformok – a tartalmak befogadására, megjelenítésére és megtalálására szolgáló oldalak és szolgáltatások, mint például a Facebook, a Youtube és a Google. Emellett a streaming szolgáltatások – ilyen a Netflix, a Hulu, az Amazon, a TikTok a videótartalmak, illetve a Spotify, az Apple Music és a Pandora a zenei tartalmak esetében – médiaspecifikus platformokat kínálnak az előfizetőknek a tartalom eléréséhez.

3) „Csatornák” – amelyeken keresztül a termékekhez és platformokhoz férni hozzá, mint például a vezeték nélküli, kábeles, DSL és optikai szálak, amelyek a telefon- (ilyen akár a Magyarországon is jelenlevő AT&T vagy Verizon), kábel- (Comcast és Charter Communications) és műholdas vállalatok (AT&T, Dish Network) színterei.

Bár a médiaipar működésének jobb megértése érdekében hasznos szétválasztani ezeket a funkciókat, a valóságban ezek az elemek átfednek egymással. Valójában a mai médiavállalatok egyik meghatározó jellemzője, hogy az internetnek köszönhetően gyakran mindhárom iparági ágazatban – termékek, platformok és csatornák – részt vesznek.¹⁷⁹

A telekommunikáció integrációja egyébként korántsem újkeletű. Ugyancsak a technológiai innovációknak köszönhetően a médiavállalatok már évtizedekkel ezelőtt hozzáláttak ahhoz, hogy az általuk előállított mediatermékek skáláját változatosabbá tegyék. Mindez idővel a különálló médiaágazatok (például kiadói, televíziós, rádiós, videojátékok stb.) hanyatlásához és közvetetten egy integráltabb, többféle médiumot magába foglaló iparág felemelkedéséhez vezetett. Néhány médiavállalat konglomerátumok részévé vált. Ezek közül egyesek érdekeltségeket szereztek üzleti vállalkozásoknak egy, a médián jóval túlnyúló spektrumán is (példa erre az immár az ingatlanok és vidámparkok tulajdonjogával is rendelkező, hajdani filmágazati szereplő The Walt Disney Company). Ez fordítva is igaz: az eredeti

¹⁷⁸ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:32022R2065>

¹⁷⁹ CROTEAU-HOYNES (2021) i.m. (7. lj.) 75.

(vagy fő-) profiljuk szerint nem közvetlenül a médiával foglalkozó vállalatok is „be- vagy visszavásárolják” magukat a tömegtájékoztatásba (szemléletesek e tekintetben akár a Vivendi vagy Telemundo tömegmédiá vállalatok General Electric általi felvásárlásai is annak idején).

E „hagyományos” konvergenciák kiegészíthetők azzal, ami egyben segít megérteni is az ezredforduló utáni években kibontakozó új technológiák spektrumának jelenkori kiterjedtségét. Ezt majd a későbbiekben részletekbe menően tárgyaljuk, mindenesetre már e ponton beszédes az AT&T példája. Az amerikai cég magyarországi leányvállalata ugyanis a honlapján azzal hirdeti magát, hogy ügyfelei „a mobilitás, hálózat, hálózatbiztonság, felhő, hosting, hang, egyesített kommunikáció és alkalmazás szolgáltatások iparágvezető portfóliójából profitálhatnak.”¹⁸⁰

Hatalmi-gazdasági szereplőkről lévén szó, említést kell tenni arról, hogy a médiaipar folyamatos változása ellenére is a tulajdonosi kör a 2020-as években is erősen koncentrált. A médiaipar minden egyes ágazatában néhány nagyvállalat emelkedik ki kisebb versenytársaik közül. Az internetes és a távközlési cégek uralják ágazatukat, eközben a termékek, platformok és csatornák kínálata csupán néhány cégnél összpontosul.¹⁸¹

Az IKT-k globális térnyerésének és a mindezt kísérő konvergencia, koncentráció, konglomerátumok, kooperáció és klaszterek nemzetközi politikai gazdaságtani dimenzióinak kimerítő tárgyalása igen érdekes tanulmány volna akár külön-külön is. Ehelyett inkább vessünk egy pillantást az immár a digitalizált világra és a világhálóra is szakosodott médiagazdaság szolgáltatási spektrumának egyes jelenkori adataira, amelyek igen tanulságosak a monopóliumok kialakulásával csakúgy, mint a nemzetközi erőviszonyokkal kapcsolatban.

Az elképesztő növekedési tendenciákat a Nemzetközi Távközlési Unió távközlési fejlesztési ágazati *Tények és számok 2022* című jelentésének következő számai érzékeltetik: 2022-ben a Föld 8 milliárd lakosából becslések szerint 5,3 milliárd ember használja az internetet, ami a világ népességének majdnem pontosan kétharmada (66 százaléka). Hasonlóképp meghökkentő adat az, hogy a tízévesnél idősebb lakosság háromnegyedének van mobiltelefonja.¹⁸²

E számszerűsíthető folyamatoknak és halmazoknak számos kedvezményezettje volt és van. Az érdekelt digitális és IKT-„behemótok”, beleértve a Google-t, az Apple-t vagy a Facebookot, a maguk versengése közepette nagyon is együttműködnek egy sor területen, és időnként „amennyire illékony, annyira átláthatatlan” szövetségekbe tömörülnek. Ráadásul alkalmasint előfordul, hogy közös kezdeményezésekre

¹⁸⁰ <https://www.corp.att.com/worldwide/att-you-hungary/>

¹⁸¹ CROTEAU-HOYNES (2021) i.m. (7. lj.) 75.

¹⁸² https://www.itu.int/hub/publication/d-ind-ict_mdd-2022/

vállalkoznak egyéb ágazati szereplőkkel, például bankcsoportokkal¹⁸³ vagy olyan hitelkártya-vállalatokkal, mint a Visa és a Mastercard.¹⁸⁴

Itt kínálkozik a visszatérés a nemzet(köz)i napirend kérdésköréhez. Említettük, első ránézésre talán némileg ellentmondásosan, mind az amerikai főlényt, mind annak kibontakozó átlényegülését. Előbbit alább egy-egy becenévvel, illetve betűszóval érzekeltetnénk, amit majd a későbbiekben egy árnyaltabb leíró szakasz követ.

Szemlélteti e fentebb taglalt tengeren túli technológiai térnyerést, egyben képet ad a szóban forgó három évtized ágazati átrendeződéseiről is, hogy a Google akkori vezérigazgatója, későbbi elnöke, Eric Schmidt 2011. május 31-én a kaliforniai Rancho Palos Verdesben tartott D9 konferencián nagyvonalakban beszélt a jelenkor gyorsan változó, tech-központú gazdasági környezetéről. Az általánosságokon túl Schmidt azt is megjegyezte, hogy a vállalatok egy kis csoportja soha nem látott ütemben növekszik, és olyan méreteket ölt, amelyeket csakis rendkívülinek lehet nevezni. Ráadásul ez a növekedés „korábban nem volt lehetséges.” Schmidt négy olyan vállalatot nevezett meg, amelyek kiemelkedtek a tömegből: Apple, Amazon, Facebook és Google. Ezeket a vállalatokat együttesen a Négyek Bandájának nevezte.¹⁸⁵

A „Négyek Bandájával” időről időre együtt említi a szakirodalom a szintén amerikai Microsoftot, együttesen a GAFAM betűszóval utalva ezekre a cégekre. 2017-ben a GAFAM – a.m. a Google, az Amazon, a Facebook (Meta), az Apple és a Microsoft – rekordévet zárt az értékesítés, a nyereség és a piaci tőkeértékük tekintetében. Innovációs bevételeik garantálta vezető pozíciójuknak köszönhetően az öt legendás nyugat-amerikai cég (Szilícium-völgy, Seattle) még mindig magasan uralja az internet világát. A GAFAM piaci kapitalizációja 2010 januárja és 2019 decembere között csaknem hatszorosára emelkedett, elérve ezzel a 4,756 billió dolláros szintet. A fenti vállalatoknak a pandémia sem szabott gátat a növekedésben, sőt a várakozásokat meghaladó rekordbevételre tehettek szert akkoriban.¹⁸⁶

Végeredményben e cégek egy olyan nemzetközi politikai gazdaságtani tér részei – amelyben a hajtóerők, az ösztönzők, a kényszerek, korlátok és ellentétes tendenciák keresztirányban hatnak, vagyis miközben egymással versengenek, időnként együtt is működnek.¹⁸⁷

¹⁸³ A „transznacionális tőkés osztály” jelentette, neoliberais liberalizáció ventillálta pénzügyi összefonódásokról bővebben I. William I. ROBINSON: *The Global Police*. Pluto Press. 2020. 79.; AOURAGH – CHAKRAVARTTY i.m. (46. lj.) 564.

¹⁸⁴ IVÁNYI (2018) i.m. (6. lj.) 52.

¹⁸⁵ <https://www.wsj.com/video/d9-video-google-eric-schmidt/6AFBC272-916E-4D10-BB96-9131CD-0FE745.html>; Simon PHIL: *The Age of the Platform. How Amazon Apple Facebook and Google Have Redefined Business*. Motion Publishing, Nevada, 2011. 18.

¹⁸⁶ BOST ÉS TÁRSAI i.m. (114. lj.) 97.

¹⁸⁷ vö. SZABÓ – HÁMORI i.m. (88. lj.) 347–352.

E szóban forgó jelenség lényegében egy együttműködő verseny, más szóval kooperáció. Mint láttuk fentebb, Kalifornia multimédia-ipara remek példát szolgáltat minderre, hiszen számos olyan társadalmi-gazdasági jellemzővel rendelkezik, amelyek nélkülözhetetlenek egy sikeres kooperatív hálózat, illetve klaszter kialakulásához. Helyileg Kalifornia déli részén, San Francisco körül, az úgynevezett Bay Area-ban található, ahol olyan számítógépes hardver-, szoftver- és szórakoztatóiparágak alakultak ki, amelyek képzett munkaerővel rendelkeztek, valamint az egyes cégek közötti összefonódások lehetőségeivel. A kapcsolat a terület csúcstechnológiai ágazati és az újonnan megjelenő multimédia-szektor között különösen szorossá válik – a képességek, a kreativitás, az innováció és a technológia követelményeinek e két ágazat közötti keresztezésével.¹⁸⁸

Mindez nem jelenti természetesen azt, hogy a versengés mintázatai ne érvényesülnének ezen amerikai cégek viszonyaiban, ugyanakkor az együttműködés nagyon is megfigyelhető, akár például egyes innovatív megoldások és az ún. termékspecializációs jelenségek kapcsán is.¹⁸⁹ Az okostelefonok és a táblagépek különösen fontos hatással voltak a világhálós termékláncok e vállalatok nevével fémjelzett szerveződéseire. „Vállalkozáshálózatok” [enterprise networks] születtek, amelyek javarészt kiszervezték termelési műveleteiket a fejlődő országokba.

1.5.2. Az új média-behemótok esettanulmányai: Alphabet-Google és Meta-Facebook

Elgondolkodtatók a „Négyek Bandája” által megjelenített ágazati konvergenciák, például az, hogy egy-egy internetes oldal, mint amilyen az olykor a többirányú tájékozódás letéteményeseként ünnepelt Google, vagy az alternatív nyilvánosságot megtestesíteni vélt, online közösségi hálózat, a Facebook, milyen mértékben nőtt túl a saját „eredeti” játszóterén.

Az, hogy az alábbiakban ekkora figyelemmel fordulunk feléjük, nem azért van, mert ne tudnánk, hogy már más platformok adott esetben népszerűbbek, főleg egyes „fogyasztói” szegmensekben, hanem mert úgy véljük, hogy tízéves időhorizonton továbbra is a legbefolyásosabb szereplők az új média „palettáján.”

Az amerikai Google uralta az elmúlt években az internetes böngészés döntő többségét. A szintén amerikai Apple-ön keresztül bonyolítják a felhasználók az úgynevezett „okostelefonok” internetes forgalmának zömét, a Facebookon folyik az online közösségi hálózati élet javarésze, az Amazon pedig az online kiskereskedelemről részesedik jelentős mértékben. Miközben az okostelefonok elterjedése és a hozzájuk tartozó alkal-

¹⁸⁸ SZABÓ – HÁMORI i.m. (88. lj.) 349–351.; BARABÁSI i.m. (62. lj.) 262–263.

¹⁸⁹ SZABÓ – HÁMORI i.m. (88. lj.) 347–351.

lehagyja az összes, kevésbé alkalmas pontot. A Google erre a legjobb bizonyíték: egy későn jövő, aki nagyszerű keresőtechnológiával versenytársainál gyorsabban gyűjtött linkeket, és végül túlszárnyalta mindet. Nem a kor számít.” Még érdekesebb következtetésekkel él ezt követően a szerző, egy szemléletes analógiára hegyezve ki mindezt: „A skálafüggetlen modell mögötti dinamikus kép hasonlít egy zsúfolt egy-sávú országútra, amelyen minden kocsinak az előtte lévő autót kell követnie. Elkerülhetetlenül a pályára elsőként belépő autó lesz a győztes, a kor legyőzi a sebességet. Az alkalmassági modellben, ahol a pontok különböző alkalmasságúak és különböző sebességgel gyűjtik a kapcsolatokat, a versenyzésre sokkal több lehetőség van. Ez egy széles, többsávú országúton folyó versenyre hasonlít, amelyben különféle gyártmányú és márkájú autók versenyeznek. Az autók egymás után szállnak be a versenybe, a motorháztető alatt mindegyikben különböző motor van, és a kormány mögött különböző tehetségű vezetők. Elkerülhetetlen, hogy a versenyautók lekörözzék a mikrobuszokat és a sportjárműveket.”²¹⁰

A kérdés, ami itt fakad, egyúttal hátra is marad, az, ha továbbra is BARABÁSI fogalomalkotásaival élünk, hogy maga a hálózat egy „skálafüggetlen” hegemon hálózat-e, amelyen legfeljebb az amerikai „alkalmasak” előzhetik egymást, vagy, egyéb, például távol-keleti szereplők „alkalmasak” lehetnek-e annyira, hogy magát a hálózatot tegyék az alkalmassági modell tartományává?

1.6. Külön vagy közös ágyak és álmok? Multipolaritás és az amerikai-kínai viszonyok

A fentebb áttekintett infokommunikációs technológiai, szűkebben új médiát illető fejlemények javarészában ténylegesen közös, hogy azok zöme (kezdetben) az amerikai hatalmi-gazdasági monopóliumok kontextusához kapcsolódott, legalábbis évtizedeken át. Csakhogy abban az esetben, ha kizárólag az amerikai dominanciára fókuszálunk, könnyen szem elől téveszthetnénk a jelenlegi, viszonylagos többközpontúság²¹¹ összetett valóságát. Ugyanis már fentebb is szóba kerültek más szereplők, például kifejezetten Kína, Jack Ma vagy India, ami máris a multipolaritás felé mozdítja az elemzés fókuszait.

²¹⁰ BARABÁSI i.m. (62. l.) 137.

²¹¹ Egy sor hegemonikus és ellen-hegemonikus szerző a posztmarxista HARDT – NEGRITől (2009) a közgazdaságtani Nobel-díjas Joseph STIGLITZEN (2010), az argentin gyarmat-mentesítő Walter MIGNOLO-n (2011), a nyugattalan modernizáció mellett elkötelezett szingapúri diplomata Kishore MAHBUBANI-n (2018) és a geopolitikai témákkal foglalkozó brit Tim MARSHALL-on (2018) keresztül az amerikai hegemonia fenntartásában bevallottan érdekelt BRZEZINSKIig (2019) igazolt az elmúlt években tudományos hitellességgel egy új, napjainkban kibontakozó globális hatalmi-gazdasági átrendeződést.

Ettől is fontosabb napjaink kapcsán az, hogy bármely, a témával foglalkozó kutató csakis egyetérthet a tapasztalatok és statisztikák nyomán a SOBIESKI INTÉZET azon közelmúltbeli megállapításával, hogy jelenleg a digitális térben az amerikai, kínai és dél-koreai szereplők a „legbefolyásosabbak.”²¹² E folyamatokat és multipolaritást alább konkrét szektorai szereplők bemutatásával fogjuk szemléltetni.

Olyan, a bevezetőben szóbahozott esetek, mint a Clegg, Musk, A4A1 vagy Comcast nevekkel fémjelzettek, után újabb szépirodalmi illusztrációval élénk. Bár mind e jellegénél fogva, mind szerkezetileg távol esik a bevezető korábban szóba került többi mozzanattól, feltétlenül szót érdemel Zhang Jiajia (2017: 228) kínai blogger beszámolója *A révész* c. elbeszéléséből. A kínai szerző leírja ugyanis, hogy egyik ismerőse, bizonyos Kis Jáde a Baidu (magyar átírásban: Pajtu) online enciklopédiában keresett és talált meg egy öt foglalkoztató tartalmat. E talán váratlanul, ám e mű során nem először alapul vett prózai idézetből azon profán igazság is kiolvasható, hogy a harmadik évezredben gyökeresen megváltozott a fentebb bemutatott helyzet. E szóban forgó internet-alapú szolgáltatásokra szakosodott nagyvállalat világunk egyik legnagyobb „IKT-behemótja” lett többé-kevésbé ugyanazon években, amikor a Google, a Facebook és az Amazon használata már-már napi rutin lett a „fejlett” világban.

A hegemon, illetve amerikai fölény fenntartásában felvállaltan érdekelt BRZEZINSKI-SNOWCROFT szerzőpáros szerint a globális hatalom középpontjának a Távol-Kelet felé való eltolódása egyike a XXI. század három fő változásának (az egyéb módosulásokként az emberiség politikailag aktívvá válását, és olyan közös problémák előtérbe kerülését azonosítják, mint például a klímaváltozás, a környezetvédelem, vagy a szegénység).²¹³

E folyamat régóta tart. A fejlődő világ indiai kutatója, Ravi SUNDARAM retrospekcióban, már 2015-ben úgy látta, hogy mind a tömegmédiá-árucikkek termelésének Ázsiába történő hatalmas terjeszkedése, mind az 1990-es évek turbulenciája, amely milliárdokat vonzott a pénz, a fogyasztás és a mediatizáció körforgásába, immár egy átalakult világra utalt. A médiaipar „hardver” termékeit Kínában és Kelet-Ázsiában állították elő, és az olcsó infrastruktúrák (fényképezőgépek, videomagnók, mobiltelefonok, mikroprocesszorok és számítógépes hardverek) a bazártól a kalózhálózatokig terjedő körökön keresztül a perifériára (Afrika, Ázsia, Latin-Amerika) is eljutottak.²¹⁴

Figyelemre méltó GILPIN azon megállapítása jóval korábbról, még 1987-ből, hogy a „relatív hatékonyság” helyszíne Nyugat-Európából és az Egyesült Államokból áthelyeződően van feltörekvő ázsiai és fejlődő gazdasági hatalmakhoz.²¹⁵

²¹² INSTYTUT SOBIESKIEGO (magy.: Sobieski Intézet): „Voice of Civil Society in the Debate.” *Conference on the Future of Europe*. 2022. 51.

²¹³ BRZEZINSKI-SNOWCROFT i.m. (126. lj.) 14.

²¹⁴ Ravi SUNDARAM: Intellectual Property. In: Immanuel Wallerstein: *The World is Out of Joint. World-Historical Interpretations of Continuing Polarizations*. 2015. 95.

²¹⁵ GILPIN i.m. (112. lj.) 20.

Mikortól beszélhetünk az átrendeződés kezdeteiről? E kérdés önnön sokrétűsége, multidimenzionalitása miatt aligha válaszolható meg pontosan. Mindazonáltal amikor a történészek visszatekintenek a XX. század utolsó két évtizedére, jogosan ítélik vízválasztónak az 1979-es évet. Ebben az évben indította be Kína gazdasági reformjait. Ez utóbbi eseményt egy szokatlan összejövétel, a Kínai Kommunista Párt 11. Központi Bizottságának harmadik plenáris ülése jelezte előre 1978-ban. Ezt a formális ülést megelőzően az egyik munkacsoportban egy újonnan kinevezett pártvezető, jelesül Teng Hsziao-ping tartott egy beszédet, mely a modern kínai történelem legfontosabb beszédévé vált. Arra buzdította a vezetőséget, hogy a gazdasági fejlődésre koncentráljon, és hogy az ideológia helyett inkább a tényeket tekintse irányadónak: „Nem számít, hogy fekete vagy fehér az a macska. Ha képes egeret fogni, akkor jó macska” – mondta Teng. Azóta Kína mást sem tesz, mint járja a könnyörtelenül pragmatikus modernizáció útját. Nem véletlen e dátumok kijelölése és azok megkülönböztetett presztízse. Teng Hsziao-ping ipari és politikai forradalmával, illetve „kínai sajátosságokkal felvértezett szocializmusának” – vagy Csaba László közgazdász szavaival élve „központilag irányított piacgazdaságának” – a kiépítésével párhuzamosan ugyanis nem más indult meg 1978-cal kezdődően, mint Kína globalizációba való fokozatos bekapcsolódása, illetve Frankopan brit történész szavaival az ország „elindulása a világ élvonalába.”²¹⁶

A jelenlegi generáció a 2013 óta regnáló Hszi Csin-ping elnökletével az összes megelőző szellemi és politikai előd örökségéből merít, a maga pragmatizmusával úgymond azoknak amolyan eddigi betetőzése. Az izraeli történész Yuval Noah Harari szerint a növekvő kínai szuperhatalom, noha továbbra is óvatos és körültekintő a belpolitikai liberalizációval kapcsolatban, a világ többi részével szemben már sokkal szabadelvűbb megközelítést alkalmaz. „Valójában, amikor a szabad kereskedelemről és a nemzetközi együttműködésről van szó, Hszi Csin-ping Obama igazi utódjának tűnik” – hangzik Harari elgondolkodtató megállapítása.²¹⁷

Vajon mit mondanak egyes világrendszer-elméleti variációk a kínai felemelkedésről? Egy ezek „vezérlő szelleméhez,” a néhai Immanuel Wallersteinhez fűződő, utóbbi életének talán utolsó tanulmánykötetében megállapítják a társszerzők, hogy a „második helyet” gyakorlatilag már az évezred második évtizedének az elejére beállította Kína, illetve állami cégei. Az Egyesült Államokban székhellyel rendelkező transznacionális vállalatok megőrizték hegemoniájukat, ám Kína már a második helyre került a világ legnagyobb TNV-inek a rangsorában.²¹⁸

Időszerűbb és messzebb visz a kínai nemzetközi kapcsolati szakértő szerzőpáros Xing Li és Shengjun Zhang meggyőző érvelése, miszerint a feltörekvő hatal-

²¹⁶ ZAKARIA i.m. (19. l.) 120.; CSABA i.m. (78. l.) 52.; FRANKOPAN i.m. (88. l.) 475.

²¹⁷ Yuval Noah HARARI: *21 Lessons for the 21st Century*. Jonathan Cape, 2018. 12.

²¹⁸ FONSECA i.m. (125. l.) 79.

mak sajátosságai jelenleg általában és kimondottan Kínáéi a vilárendszer ütemes felemelkedési ciklusainak részeként foghatók fel, hiszen az ázsiai ország továbbra is követi a kapitalista vilárendszer alapvető jellemzőit. Így Kínát a rendszer termelési módjába és a tőkefelhalmozásba való gazdasági integrációja és piaci függősége vélhetően arra készíti, hogy a rendszer egy új politikai és gazdasági letéteményeseként lépjen fel. Mindazonáltal Kína (és az esetleges egyéb feltörekvő hatalmak), nemcsak a rendszer meglévő domináns garanciavállalójaként, hanem más centrumbeli hatalmak kihívóiként is értelmezhetők, mivel eltérő politikai és gazdasági kormányzási kultúrával rendelkeznek. A kínai szerzőpáros konklúziója roppant fontos: miközben Kína sikeresen halad a mag felé, még mindig szüksége van a perifériára, sőt, egyre inkább szüksége van a perifériára.²¹⁹ Az efféle értékelések, megkockáztatom, jelen állás szerint talán a fenti, skálafüggetlen/alkalmassági modellek szerinti elsőség kérdése is választ kínálnak távoli analógiaként, amennyiben az abszolút elsősége a kínai cégeknek egyelőre még várat magára – már ha ennyire ragaszkodunk az egymással versengő államhatalmi keretekhez. Sok szerző ugyanis taktikailag, vagy a személyi kört illetően hovatovább összekapcsolódó szerkezetekről értekeznek. Ezekben szintén sok igazság lehet, ami visszavisz a korábbi alfejezeteknek az állam és tőke közti nexust boncolgató gondolatköreihez.²²⁰

Mindenesetre a fősdor két világpolitikailag, illetve ideológiailag mereven elkülönült nyugati és kínai fél ontológiai szembeállításában gondolkodik. Ilyen szerzők például a holland médiakutató José VAN DIJCK és társai. Geopolitikai szempontú értékelésük az új médiát egy nagyobb kategóriába, a „platformok ökoszisztémájába” helyezi. Ennek az amerikai „Big Five” uralta infrastrukturális magjának a hatalmát véleményük szerint kizárólag egy kínai alapú „ökoszisztéma” ellensúlyozza, amelyet egy maroknyi szereplő, nevezetesen a közösségi és üzenetküldő alkalmazásokra szakosodott Tencent, a „kínai Google-ként” emlegetett, internetes szolgáltatások sokaságát kínáló Baidu (magyar átírással: Pajtu), illetve olyan online kereskedőcégek, mint a JD.com és az Alibaba Group működtet. Ezért a szerzők szerint az online geopolitika világa nagyjából két politikai-ideológiai féltekére oszlik, amelyek mind-egyikét a saját ökoszisztémája irányítja, ellentétes gazdasági modellekbe ágyazva. A világ online társadalmi és gazdasági forgalmát becsatornázó sikeres infrastrukturális platformok többsége vagy amerikai, vagy kínai. Az alapvető platformok közül kevés származik Nyugat-Európából vagy Oroszországból, és alig néhányat építettek ki Afrikában, Latin-Amerikában, Ausztráliában vagy Délkelet-Ázsiában. Ugyanők megállapítják továbbá, hogy a kínai térfelelven vagy „féltekén” olyan vállalatokat találni,

²¹⁹ Xing LI–Shengjun ZHANG: Interdependent Hegemony China's Rise Under the Emerging New World Order. In: *China Quarterly of International Strategic Studies*. 2018. 159–175.

²²⁰ ARRIGHI i.m. (80. lj.) 9.; MAHBUBANI, Kishore: *Has the West Lost It? A Provocation*. UK, Penguin, 2018. 82.; POGÁTSA (2022) i.m. (24. lj.) 266.

amelyek termékei és vállalkozásai jelentős részben közvetett állami ellenőrzés alatt állhatnak, amelyet a szerzők az „államkapitalizmus egy formaként” értékelnek.²²¹ (Jegyezzük azért meg, kifejezetten a szűkebb új médiakontextusunkban, hogy az orosz Telegram példája fontos, afféle kivétele lehet az az amerikai-kínai szabálynak.)

Kari POLANYI LEVITT nemcsak a kínai gazdasági modell lényegét, hanem egyben annak sikerét is az állami irányítás és az állami vállalatok, illetve a magánszektor produktív energiáinak a kombinációjában látja, a maga esetleges törékenységével együtt is.²²² POGÁ TSA szintén tudni véli, hogy az Alibaba felhőalapú-, navigációs és mesterséges intelligencia szakágai aktívan együttműködnek a kínai rezsimmel. A teljes kép kedvéért ugyanakkor érdemes azt is hozzátenni ugyanitt, hogy amerikai tech-cégek, az Apple, a Google, a Palantir és a többiek szintén együttműködnek az amerikai állammal, hadsereggel és a titkosszolgálatokkal.²²³ Mindez egyben a következő főbb szerkezeti egységünk panoptikus árnyait is előrevetíti...

Akármiben is rejlik annak eredményessége, a kínai IKT-előretörés²²⁴ egyik eklatáns – távolról sem egyedüli, ám a közösségi technológiák kontextusában talán leglátványosabb – példája a már a bevezetőben érintett TikTok tartalom (videó) megosztó oldal. A TikTok a Douyin nemzetközi változata, amely 2016 szeptemberében jelent meg a kínai piacon. 2017-ben indult iOS és Android rendszerre szabva a legtöbb szárazföldi Kínán kívüli piacon, azonban világszerte csak azután vált elérhetővé, hogy 2018. augusztus 2-án egyesült egy másik kínai közösségi média-szolgáltatással, a Musical.ly-val. Indulása óta a TikTok villámgyorsan globális népszerűsége tette szert. Sőt, 2021-ben a Cloudflare a TikTOK-t a legnépszerűbb weboldalnak minősítette, amely megelőzi immár a Google-t is.²²⁵

Az alábbi táblázat CROTEAU ÉS TÁRSAI²²⁶ nyomán egy egy évvel korábbi helyzetet jelenít meg a világ leglátogatottabb weboldalait ábrázolva. Ezen első ránézésre talán meglepő eredményeket is láthatunk, különösen annak fényében, hogy terjedelmesen foglalkoztunk az amerikai fölénnyel. Egy ilyen felfogás korlátaira világít rá Milan BRANKOVIC megállapítása, miszerint „Kína globális hatalommá válása mindent relativizál. A Nyugat hozzászólt ahhoz az elképzeléshez, hogy a világ az ő világa; hogy a nemzetközi közösség az ő közössége, hogy a nemzetközi intézmények az ő intézményei....” Ezt akár úgy is kiegészíthetnénk, hogy a Nyugat hajlamos azt hinni,

²²¹ JOSÉ VAN DIJCK – THOMAS POELL – MARTIJN DE WAAL, *The Platform Society. Public Values in a Connected World*. Oxford University Press, 2018. 26–27.

²²² POLANYI LEVITT i.m. (43. l.) 250.

²²³ POGÁ TSA (2022) i.m. (24. l.) 281.

²²⁴ IVÁNYI, Márton: papírtól az 5G-ig – Történelmi áttekintés Kína útjáról a kezdetektől a globális világ-gazdaságba. *Külügyi Műhely*, 2022, 124–152.

²²⁵ <https://www.forbes.com/sites/johannmoreno/2021/12/29/tiktok-surpasses-google-facebook-as-worlds-most-popular-web-destination/>

²²⁶ CROTEAU ÉS TÁRSAI (2021) i.m. (7. l.) 393.

hogy a vezető weboldalak az övéi. A szerb-amerikai közgazdász jóslata szerint „ez többé nem lesz így.”²²⁷

Rang	Weboldal	Profil	Székhely	Tulajdonos
1	Google.com	Keresés	Amerikai Egyesült Államok	Alphabet
2	YouTube	Videó	Amerikai Egyesült Államok	Alphabet
3	Tmall.com	Online kereskedelem	Kína	AliBaba Csoport
4	Facebook.com	Közösségi	Amerikai Egyesült Államok	Meta
5	Baidu.com	Keresés	Kína	Baidu
6	QQ.com (WeChat)	Integrált appok	Kína	TenCent Holdings
7	Sohu.com	Integrált appok	Kína	Sohu, Inc.
8	Taobao.com	Online kereskedelem	Kína	AliBaba Csoport
9	360.cn	Internetbiztonság	Kína	Qihoo 360
10	Yahoo.com	Keresés	Amerikai Egyesült Államok	Verizon

E tíz legnépszerűbb oldal közül négy – a YouTube, a Facebook, a Wikipedia és a Reddit – főként a felhasználók által generált tartalmakra támaszkodik. Fontos megállapítani, bár az olvasót aligha fogja meglepni, hogy csak a Wikipedia nem profitorientált.²²⁸

Kína gyors fejlődése nemcsak a közösségi technológia terén, hanem az olyan egyéb új generációs területeken, mint az 5G, a mobilfizetés, az e-kereskedelem és a mesterséges intelligencia sem maradt észrevétlen a nemzetközi közösség számára. A nemzetközi porondon egyre nagyobb figyelem fordul a kínai informatikai cégek már-már „meteorszerű” felemelkedésére. Egyes országok igyekeznek megvédeni saját hazai csúcstechnológiai iparukat Kína növekvő versenyképességétől, mások ellenben próbálják bevonítani a kínai behemótokat reexport vagy a harmadik országok tekintetében folytatandó bilaterális együttműködések reményében.²²⁹

²²⁷ BRANKOVIC i.m. (158. lj.) 216.

²²⁸ CROTEAU ÉS TÁRSAI (2021) i.m. (7. lj.) 393.

²²⁹ Tim MARSHALL: *A földrajz hatalma. Tíz térkép, amely rávilágít világunk jövőjére.* Budapest, Park, 2022. 50.

2. Az új média árnyoldala: a társadalmi kockázatok

Mielőtt a címbe jelzettekbe precízebben belemennénk, érdemes leszögezni, hogy már a „hagyományos” tömegmédiával kapcsolatban is felmerülnek évtizedek óta bírálati szempontok. Utóbbiak szintén kritikailag vizsgálándók és ideológiai telítettségüknek könyvtárnyi irodalma van.

Itt mindössze egyetlen példát hozva minderre globális kitekintésünk szellemében, a hagyományos médiának a nemzeti szuverenitás számára is kihívásokat tartogató, kulturális imperialista, illetve homogenizáló trendjeiről Herbert SCHILLER²⁵⁹ rántotta le a leplet. Aligha véletlenül tapogatózott fia, Dan már 1999-ben abban a tekintetben, hogy a „hagyományos” [established] média – kiadói, film-, zenei felvétel, televízió – társadalmi és erkölcsi visszasságai vajon kilehelik-e lelküket egy utópisztikus felhangok kísérette „kiber-bőségszaru” tekintetében?²⁶⁰ Mindez meglegezte egyrészt, hogy a média új nemzedékét éppenséggel a régivel szembeállításakor jelentős bizalom övezte, másrészt, hogy alternatívája messze nem volt tökéletes.

Az alábbiakban arra vállalkozunk, hogy az új média bírálati horizontjait és mindenekelőtt, társadalmi kockázatait azonosítsuk.

2.1. A digitális pesszimizmus episztemológiája és ontológiája, avagy érvkészlete és tényszerűsége

Amint azt már a bevezetőben is jeleztük, az új média ezerféleképpen szemlélhető. Nem gondoljuk, hogy véletlen az, hogy nagyon sok kritikai aspektus merült és merül fel e platformokkal kapcsolatban. E fejezet ez utóbbiak egy részét kívánja mérlegre tenni, illeszkedve a fentebb, az I. fejezetben kibontakoztatott bírálati irányhoz, amely során az internet elkereskedelmiesedését,²⁶¹ valamint az állam és a nagyvállalatok transznacionális együttműködését és egyéb különféle negatív vagy hatásokat és következményeket már érintőlegesen taglaltuk.

²⁵⁹ Herbert Schiller szerint az Egyesült Államok a második világháborút követően egy újfajta birodalomként jött létre, formális területi gyarmatok nélkül. Inkább a tömegkommunikációs rendszereit használta arra, hogy befolyását világszerte érvényesítse. Ráadásul az amerikai média kereskedelmi termék és az amerikanizálódás eszköze, amely más országok műsorszórait, mozijait és kultúráját uralja anélkül, hogy azok viszonz(hat)nák e befolyást. Bővebben l. SCHILLER, Herbert: *Mass Communication and American Empire*. Boston, Beacon Press. 1969.

²⁶⁰ SCHILLER (1999) i.m. (26. l.) x.

²⁶¹ SCHILLER (1999) i.m. (26. l.)

Az egyéb kritikus álláspontok többek között a szociálpszichológiai ihlettségű csoportpolarizáció²⁶² és a radikalizálódás, a cenzúra, a tömeges megfigyelés (panopticitás) reáliáira, tapasztalataira irányulnak. Ezen felül itt tárgyaljuk a geopolitikai agendák közvetítését, az új média-vállalatoknak önnön politikai gazdaságtani súlyból fakadó társadalmi-közéleti fölényét és adóoptimalizálási stratégiáit is.

Egyéb közéleti vagy akadémiai aggályokról, amilyen az eltúlzott használat a fiatalok körében;²⁶³ a vélt vagy valós személyiségromboló hatások, amelyek a „beépített,” szerencsejátékokra jellemző jutalmazó mechanizmusokra is emlékeztetve eredményeznek függőséget;²⁶⁴ vagy az, hogy a közösségi média afféle kapcsolati „placebóként” valójában abban működik közre, hogy végtelen mennyiségű mikroteret létrehozva ássa alá a kollektív tudatosság és a társadalmi cselekvés formáinak fejlődését;²⁶⁵ és így tovább, külön nem lesz szó.

Leszögezzük viszont, hogy a bírálatok végtelenül szerteágazó tárházának interdiszciplináris összterfogata úgyszólván beláthatatlan – ennek összesítésére már csak ezért sem vállalkozunk e helyen. Pusztán a lélektani vagy szociológiai szakirodalom áttekintése már önmagában egy monográfiát követelne meg ugyanis! Azért sem kívánunk továbbá a teljesség irreális igényével itt fellépni, mert a hazai (szak)irodalom kiváló okfejtésekkel már megtette ezt helyettünk.

Már az összes fentebb azonosított súlypont átfogó elemzése meghaladná e fejezet, illetve könyv kereteit, ezért a következő rész inkább a vonatkozó elképzelések főbb állításainak csupán vázlatos katalógusa lesz.

Hangsúlyozni kell, hogy a vonatkozó szerzők egy része nem feltétlenül vagy kizárólag pesszimista következtetéseket von le. Miközben például egy Evgeny MOROZOV, vagy Miriyam AOURAGH, bár valóban túlnyomórészt az internet „sötét oldalára”, illetve az „IKT-imperializmusra” összpontosítanak, valójában figyelembe vesznek számos kontextuális variabilitást és árnyalatot. Hasonlóképp nem érdemes megfélekedni arról, hogy a kiberbalkanizáció eseteiről, illetve a „visszhangkamrák” létéről elsőként beszámolt Cass SUNSTEIN magát kifejezetten optimistának írja le az új technológiai fejleményeket illetően.²⁶⁶

Nagyon sokan és sokféleképpen ragadják meg ezt a vélt vagy valós „árnyoldalt.” Annál a kérdésnél, hogy miként látják a meghatározó gondolkodók az új médiát, már csak az a fontosabb, hogy vajon igazuk van-e? Ennek a kérdéseknek a megválaszolására nem itt válaszolunk, inkább következzenek a főbb bírálati szempontok alább, afféle gondolatébresztőként.

²⁶² Cass SUNSTEIN: *Conformity: The Power of Social Influences*. New York: NYU Press. 2021.

²⁶³ https://nmhh.hu/dokumentum/237510/nmhh_internetes_felmeres_2022.pdf

²⁶⁴ <https://www.theguardian.com/technology/2018/may/08/social-media-copies-gambling-methods-to-create-psychological-cravings>

²⁶⁵ ROBINSON i.m. (183. lj.) 61.

²⁶⁶ Cass SUNSTEIN: *Republic.com 2.0*. Princeton: Princeton University Press. 2009. 7.

2.1.1. IKT-imperializmus, digitális kapitalizmus és elkereskedelmiesedés

Természetesen nem könnyen „gyömöszölhető” az új média az előnyök vs. hátrányok binaritásba (bár talán inkább tendál az utóbbiak felé, mint ezt e könyv terjedelmi arányai is sugalmazni fogják). Mindenesetre a hazai (szak)irodalomban nagyon is elkélnek ekkora terjedelemmel, valamint részletezettséggel a nemzetközi kapcsolati, illetve politikai gazdaságtani bírálati kérdésfeltevések és problémamegfogalmazások.

Az új média politikai gazdaságtanát ennek egyes következményeivel a főbb jelenkori események és szakirodalmi beszámolók nyomán áttekintettük. E helyen röviden csak annyit mondanánk, hogy Dan SCHILLER információs és kommunikációs történész már 1999-ben közzétette azon tézisét, amely szerint egyrészt a kibertérben található hálózatokat eredetileg kormányzati szervek, katonai vállalkozók és szövetséges oktatási intézmények megbízásából hozták létre. Másrészt a közelmúltban egyre több ilyen hálózat kezdett kifejezetten vállalati célokat szolgálni. A terjeszkedő piaci logika hatására az internet politikai gazdaságtani elmozdulása már évtizedek óta a Dan SCHILLER által digitális kapitalizmusnak nevezett irányba tart.

Ugorva egyet az időben, napjainknak a fentebb részletesen áttekintett 5k fémjelezte politikai gazdaságtani viszonyai értelemszerűen nem pusztán önmagukban adnak fejtöresre okot, hanem olyan társadalmi kockázatokkal összefonódva is, mint például a felügyelet (a továbbiakban: Panoptikon). Figyelemre méltó továbbá az a politikai agenda, ami közvetetten akár olyan nagyszabású eseményekben is testet ölthetett, mint a már a bevezetőben bemutatott A4AI-kezdeményezés. Innen nem esnek túlzottan távol az adóoptimalizálás problémái sem, amelyeknek szintén jelentős irodalma²⁶⁷ van.

Ami a nemzetközi kapcsolati, politikai gazdaságtani vagy geopolitikai bírálati mezőket illeti: nem feltétlenül volt célunk egyetlen nemzetközi kapcsolati szereplőt, ideértve a jelenkorban és főként az elmúlt évtizedekben kivételes nemzetközi befolyással bíró Egyesült Államokat, Kínát vagy más nagyhatalmat, politikai gazdasági szereplőt, például az időnként nyílt politikai napirendet felvonultató IKT-óriásokat kedvezőtlen színben feltüntetni, végképp nem elfogultsággal vagy túlzásokba esve téve ezt. E könyv továbbra is elsősorban meg kívánja érteni e szerkezeteket és dinamikákat, azok intenzitását, mindezt egyszerre szemlélve hegemon, illetve kritikai ellenpólusokból.

Ugyanakkor tudatosan ellensúlyozni kívántunk egyes szellemáramlatokat, illetve az amerikai unilateralizmussal karöltve és a globalizáció farvizén, különösen a kilencvenes és a kétezres években, a hazai közgondolkodásban is megjelent normatív nézeteket. Ez utóbbiak időnként talán egy neoliberais technokrata korszellem sugallatára, „végzetszerűségként” közelítették meg e hálózatokat, amelyek ezeken az alapokon tettek szert nimbuszra.

²⁶⁷ SCHILLER (2014) i.m. (26. lj.); GYÖRGY 2017 (74. lj.)

Csakhogy, visszatekintve x év távlatából már látjuk, hogy korai volt az öröm, a média, a telekommunikáció és a számítógépes rendszerek grandiózus fúziója (nevezzük ismét 5k-nak) tekintetében.

Ahogy azt is láttuk, hogy ez a növekedés erőteljesen kapcsolódik a neoliberális terjeszkedési stratégiákhoz a globalizáció oldaláról. Az új média végül is pusztán egy új réteggel látta el a korábbi globális média hegemon erőfölényét egyazon milióból származván.

Összességében talán azt mondhatjuk, hogy a konglomerátumok, a koncentráció, a konvergencia, a klaszterek és kooperáció uralta tömegkommunikációs eszközök alternatívájából egy immár az előbbieket is elhomályosító, vagy legalábbis azokhoz hasonló mértékben problémás tőkekoncentráció szemtanúi lehetünk.

2.2. Visszhangkamrák és virtuális vesztőhelyek: Az új média radikalizáló és csoportpolarizációs hatásai?

2.2.1 Visszhangkamrák és csoportpolarizáció

Cass SUNSTEIN amerikai jogtudós már egészen korán, 2009-ben hangot azon véleményének, hogy az új média képes elősegíteni a hasonlóan gondolkodó vélemények „kiberkaszkádjainak” a kialakulását, hozzájárul az „információs selyemgubók” keletkezéséhez, és akár a gyűlöletcsoportok megjelenéséhez is. A szerző beszámol arról a jelenségről ebben a szellemben, amikor a felhasználók „saját maguk által kialakított visszhangkamrákban élnek.” Minthogy előfordulhat, hogy az ilyen „(új-) média-enklávék” alig érintkeznek egymással, ez a csoportos polarizáció a demokrácia hanyatlásába és az egyezkedő (ang.: deliberative) mechanizmusok kisiklásába torkollhat.²⁶⁸

Egy jóval későbbi, pár évvel ezelőtt *Conformity* címmel megjelent könyvében SUNSTEIN ismét eljátszik a gondolattal, „hogy ha a modern technológiák lehetővé teszik az emberek számára, hogy visszhangkamrákba tömörüljenek, fennáll a veszélye annak, hogy az emberek elszigetelődnek a versengő nézetektől.”²⁶⁹ Már itt jelezzük, hogy ez az érvelés „megkontrázható”, amelyre a 3.2-ben kívánunk sort keríteni.

²⁶⁸ SUNSTEIN (2009) i.m. (264. lj.) 94.

²⁶⁹ SUNSTEIN (2021) i.m. (260. lj.) 120.

A Vörös Hadsereg Frakcióhoz (Rote Armee Fraktion) vagy a Vörös Brigádokhoz (Brigate Rosse) hasonló zárt csoportok az érdeklődők csupán párszáz fős Facebook-fórumai (ha gondoljuk: enklávéi), viszont olyan, a „hagyományos” politikai elittől erőteljesen balra álló szervezetek követői, mint az indiai kommunista párt, több mint félmillió nagyságrendű tábor előtt hirdetik a világhálón is antikapitalista, antifasiszta, imperialistaellenes napirendjüket és a forradalom ethoszát. Szélsőséges esetekben ezeken az oldalakon olyan osztályellenes kirohanásokkal is találkozni lehet, mint például „halál a burzsoáziára!” – ahogyan ez a bizonyos szubkultúrákban ikonikus Lenin portrét profilképként beállító „Communism” Facebook-oldal felületen olykor-olykor megjelenik hozzászólásokban. Globális hatósugarat jeleznek ugyanitt a kubai, sri lankai tapasztalatokra történt utalások, vagy a Gázai-övezettel vállalt szuverenitást tükröző megosztások. Korántsem állítható tehát, hogy a világháló csupán a szélsőjobb oldali eszmék találkahelye lenne.

2.3. A Panoptikon: rémkép vagy realitás? Tömeges megfigyelés az új médiában

2.3.1. Új média és orwelli disztópiák

Érzékelve azok előretörését az elmúlt évtizedekben, egyesek²⁷⁶ üdvrivalgással fogadták világszerte és hazánkban is az új számítógépes hálózati technológiákat. Mások ugyan jóval óvatosabban, ám nem titkolták abbéli meggyőződésüket (pl. SZABÓ–HÁMORI),²⁷⁷ hogy e technológiák pozitív hatásai túlsúlyban vannak. Azóta bebizonyosodott, hogy az infokommunikációs technológia csakugyan lehetőségeket biztosít a társadalmi kölcsönhatások új alakzataihoz, új módszereket kínálva az idő és a tér korlátainak leküzdéséhez, és adott esetben azok befolyásolásához is. Csakhogy az is egyértelművé vált, hogy az internethasználat terjedésével nyilvánvaló aggályok merülnek fel mind (állam)biztonsági, mind adatvédelmi szempontból, mely utóbbiak egy új panoptikumot körvonalaznak. Ennek megfelelően a kilencvenes–kétezres években már számos figyelemfelhívás övezte a technológiák vélt vagy valós invazivitását és e problémamegfogalmazások nem vesztettek indokoltságukból azóta sem. Manuel CASTELLS spanyol szociológus dialektikus megközelítése egyszerre méltatta az internetet és általánosságban az információs technológiát a benne rejlő demokratikus potenciál miatt, és vetette fel a vonatkozó kihívásokat, ha nem is oly mértékben, mint egyes, bevezetőben nevesített

²⁷⁶ <https://www.foreignaffairs.com/political-power-social-media?page=show>

²⁷⁷ SZABÓ – HÁMORI i.m. (88. l.) 87.

2.3.4. Big Data

Itt meg is érkezünk ahhoz a „Big Data-hoz,” amelyről már hosszasan értekeztünk fentebb, legalábbis hallgatólagosan. Többször is, ugyanis ez nem csak az úgynevezett harmadik platform technológiák eszmei és gyakorlati váza, hanem a Panoptikon velejárója és megnyilvánulási terepe, egyben az IKT-politikai gazdaságtan – számítógépes analógiával élve – működtető tápegysége, sőt, szó szerinti értelemben vett „memóriája” is.

Köztudomású egyfelől, hogy a megfigyelés általános realitás, másfelől annak éppen emiatt is felbecsülhetetlen társadalmi és szociálpszichológiai tétjei is vannak. Létéből adódóan a világ kiszámíthatóvá válik egyes hatalmi-gazdasági szereplők, például az IKT-ágazat szereplői vagy előbbieik klientúrája számára. Byung-Chul HAN is azt a tanulságot vonja le, hogy az előrelátás képessége önmagában is hatalmat jelent: „A jövő nyitottsága része a cselekvés szabadságának. A Big Data azonban lehetővé teszi az emberi viselkedés előre látását. A jövő ezáltal kiszámíthatóvá és irányíthatóvá válik.”²⁹⁶ Nem túlzás azt mondani, hogy napjainkra állandósult a világhálós hirdetések személyre szabásának gyakorlata, köszönhetően a felhasználói tevékenységek számítógépekkel és adatbázisokkal történő megfigyelésének, adattárolásának és kiértékelésének. Egy, a társadalmi hálózatokon, kereső szolgáltatásokon, hordozható készülékeken, érzékelő berendezéseken, adatközpontokon nyugvó több milliárd dolláros ipar irányul big data marketingcélú gyűjtésére és kezelésére. Egyes IKT-óriások, mint a Facebook és a Google folyamatos erőfeszítéseket tesznek a nyomon követési technológiák fejlesztésére. Az adatok harmadik fél számára történő közvetítése, majd az igényeik szerinti célzott hirdetésekből is táplálkozó tőkekoncentráció a világháló-alapú termékláncok, illetve az IKT-növekedés hajtóerejét adják. A megosztott tartalmak fogyasztója világhálós tevékenységének nagy részében tulajdonképpen profitot termel a Google, az Instagramot birtokló Facebook, a MySpace-t birtokló News Corp., vagy a Flickr-tulajdonos YouTube stb. és egyéb IKT-vállalatok számára. Végeredményben a gazdasági megfigyelés összességében egy olyan mechanizmus, amely a Web 2.0/3.0-s tőkefelhalmozás alapjául szolgál.

Egyszerre szemléletesek és elgondolkodtatók HAN azon további megállapításai is ebben az összefüggésben, hogy „az Axiom adatcég kerekén 300 millió személy, azaz majdnem az összes amerikai állampolgár adataival kereskedik.” Az Axiom, miközben vásárlóerő szerint tipizálja őket, „többet tud az amerikai állampolgárokról, mint az FBI.”²⁹⁷ Abbéli aggálya is megalapozottnak tűnik a koreai-német bölcseledeknek, hogy a Web 2.0 digitális ellenőrzési társadalma a személyek internetének Web

²⁹⁶ Byung-Chul HAN i.m. (15. lj.) 21.

²⁹⁷ Byung-Chul HAN i.m. (15. lj.) 87.

3.0-vá, a tárgyak (dolgok) internetévé való folyamatos kiterjesztése teszi teljessé.²⁹⁸ Mindezt a pszichébe történő beavatkozásról alkotott absztrakt gondolatmenet követi a szerző részéről, melynek ismertetésétől azonban egyéb fókuszaink miatt ezúttal eltekintünk.

2.3.5. Globális Panoptikon: nagyhatalmi, illetve állami kapcsolódások

Az eddigiek már önmagukban is meglevenítenek egy olyan elrendezést, amelyben „szem előtt” vannak a felhasználók. Ha mindez nem is feltétlenül az orwelli Nagy Testvér mértékével zajlik, nyilvánvaló, hogy mind az államhatalmi, mind a kereskedelmi célú adatgyűjtés és -tárolás jelentős. A továbbiakban bemutatom e gyakorlatok világméretű kiterjedését, avagy a globális Panoptikont, aminek egyik ismérve a transznacionális IKT-vállalati együttműködés a politikai napirendjüket a nemzetközi porondon is érvényesíteni kész államokkal. Paradox helyzetet eredményez, hogy az internet-cégek – retorikájukban a „szabadság bajnokai” – hozták létre és alkalmazták először a netes levelezők anonimitását feltörő technológiákat, behatolva a privát szférába. Ezáltal utat nyitottak a kormányzati megfigyelésnek is, visszaélve a megszerzett személyes adatokkal.

Már a korábban idézett CASTELLS megállapította az ezredforduló időszakában, hogy 5000 dollárért bárki nevét meg lehet tudni, és százával akadnak, akik hajlandók fizetni ilyen információkért. Mint azt ironizálva megállapítja: „a kormányok nem bíznak az állampolgárokbán – ők tudják. És a polgárok bizalmatlanok a kormányuk iránt – ők meg eleget tudnak.”²⁹⁹

A közel-keleti konfliktussal kapcsolatos Facebook-politikák digitális prizmáján keresztül mind az államhatalmi, mind a politikai gazdaságtani motivációk által vezérelt panoptikus jellemvonások megmutatkoznak. SIDDIQUI – SULEYMANOVA egy 2021-es cikkben beszámolt arról, hogy számos felhasználó jelentette, hogy a kelet-jeruzsálemi Sheikh Jarrah negyed lakosai iránti szolidaritásukat kifejező Facebook- vagy Instagram-bejegyzéseiket tiltották, elrejtették vagy eltávolították. Vagyis eszerint állítólag „a Facebook, az Instagram és a Twitter (X), valamint más közösségi médiavállalatok részéről erőteljes fellépés történt a Sheikh Jarrah-val kapcsolatos posztok ellen” – árulta el Nadim NASHIF, a 7amleh palesztin digitális jogvédő csoport igazgatója az Al Jazeera egy riportjában.³⁰⁰

²⁹⁸ Byung-Chul HAN i.m. (15. lj.) 83.

²⁹⁹ BAYER i.m. (88. lj.) 43.

³⁰⁰ <https://www.aljazeera.com/news/2021/5/21/close-cooperation-between-israel-and-social-media-companies-ngo>

A leghátborzongatóbb rémképet mindenestre talán William I. ROBINSON szociológus tárja elének, jelezve egyszerűen, hogy nemcsak az összeesküvés-elméletek híveit, hanem magát a tudományos életet egyaránt élénken foglalkoztatja e téma. Érvéle szerint ugyanazokat a platformokat és szolgáltatásokat, amelyeket a Google az emberek életének nyomon követésére és adatgyűjtésére használ, nemkülönb „alkalmazza az amerikai hadsereg, a kémügynökségek és a rendőrség, valamint a katonai-ipari-biztonsági komplexum vállalatai.” A Google-lel pusztán elkezdődik e sor. Hiszen – folytatja ROBINSON – „az internetes óriások közül az Amazon, a Paypal, a Facebook, az eBay, valamint számos kisebb cég is több milliárd dollár értékű szerződést kötött a CIA-val, az NSA-val, a Pentagonnal, a helyi rendőrkapitányságokkal és így tovább. Az Amazon vezérigazgatója, Jeff Bezos, a világ egyik leggazdagabb embere, tagja a védelmi tárca alárendelt védelmi innovációs tanácsadó testületnek (DIB), a Pentagon 2016-ban indított kezdeményezésének, amelynek célja, hogy az amerikai hadsereghez magas rangú tisztviselőket „igazoljon” a Szilícium-völgy vezető vállalataitól. A Geofeedia és más CIA által támogatta cégek pedig a Facebooknak, a Google-nek és a Twitternek (X) a közösségi médiaadatokhoz való különleges hozzáféréstért fizettek – ezzel egy újabb jövedelmező bevételi forrást biztosítva a Szilícium-völgynek.”³⁰¹ E „robinsoni” problémamegfogalmazáshoz hozzátehetjük, hiszen azt a szerző akkoriban még nem tudhatta, hogy 2022 őszén a DIB tagjai között találjuk (egykori) politikusok, katonai és hírszerző tisztviselők mellett a kockázati tőkebefektető Reid Hoffmant is, aki a világ legnagyobb üzleti közösségi hálózatának számító, kaliforniai LinkedIn korábbi társalapítója és ügyvezető elnöke.³⁰²

2.4. Hiba 404: Az új média cenzúrája

2.4.1. Az online tartalomkontrollról általában

„Három napig próbálták a Jadwigá-t, amelynek Kurpiński írta a zenéjét és Niemcewicz a szövegét, aztán le kellett állítaniuk a próbákat, mert valaki rájött, hogy a darabban szó esik a lengyel-litván unióról, és az most nem időszerű. Ugyancsak néhány próba után abba hagyták az Othelló-t és a Macbeth-et: az egyikben fojtogatás, a másikban királygyilkosság fordul elő”³⁰³ – ez az egyik olyan alkalom, amikor Spiró György magyar író áltörténelmi regényében, *Az Ikszek* címűben – amely maga is egy diktatórikus időszak terméke – megjelenik a cenzúra, vagy tartalomkontroll

³⁰¹ ROBINSON i.m. (183. lj.) 89.

³⁰² <https://www.defense.gov/News/Releases/Release/Article/3190277/secretary-of-defense-welcomes-defense-innovation-board-to-the-pentagon/>

³⁰³ SPIRÓ György: *Az Ikszek*. Budapest, Magvető, 2018. 61.

a harmadjára felosztott Lengyelország 19. század eleji orosz megszállását tárgyalván. Miközben tekinthettünk volna régebbre is, ezzel az újkori példával vezetnénk be a következő alfejezetet, utalva, hogy olyan jelenségről van szó, amelynek az alkotások, médiumok „emberemlékezet óta” ki vannak téve.

Hagyományos cenzúra,³⁰⁴ vagyis a Magyar Értelmező Kéziszótár meghatározásában az „önkényeskedő ellenőrzés, bírálat” egyes „írásbeli vagy szóbeli megnyilatkozásokkal kapcsolatban”³⁰⁵ időtlen idők óta létezik.

Ami az internet cenzúráját magát illeti, ez a világhálón hozzáférhető– újfent szóbeli vagy írásbeli, ám digitalizált – tartalom ellenőrzése és adott esetben elfojtása. Érdekes lehet már itt utalni arra, hogy mindez nem kizárólag az autoriter rendszerek sajátossága, hiszen demokratikus kormányok, befolyásos gazdasági érdekcsoportok és magánszervezetek is élhetnek ilyen módszerekkel.

A tartalomkontroll módszerei, motívumai, kiterjedése és hatékonysága országonként nagy eltéréseket mutat; nemkívánatos, tehát politikailag nem korrekt, szerzői jogokat sértő, rágalmozó, felségsértő, hittérítő, zaklató, obszcén stb. tartalmak esetében is érvényt nyerhet az adott térben és időben érvényben lévő konvencióknak megfelelően. Amíg egyes országokban a korlátozással tulajdonképpen csak speciális esetekben találkozni (lásd lentebb), addig más országokban már az egyes hírforrásokhoz való hozzáférés is el van lehetetlenítve, csakúgy, mint az állampolgárok közötti véleménycsere.³⁰⁶

Az internetes cenzúra motívumai négy nagyobb halmazba csoportosíthatók, lehetnek 1) a politikával és a hatalommal; 2) a társadalmi normákkal és erkölccsel; 3) biztonsági megfontolásokkal és 4) a létező gazdasági érdekeltségekkel kapcsolatosak.³⁰⁷ Ezúttal elsősorban az első halmazba sorolt ösztönzőket vizsgáljuk a nem sokára kifejtendő választéchnikák háttérben, amelyek azonban erőteljesen konvergálhatnak a többi motívummal is.

³⁰⁴ A cenzúra információk hozzáférhetőségének és terjesztésének a felügyelete, elsősorban politikai és morális alapokon. Szűkebb értelemben csak az államilag gyakorolt, külön erre a feladatra alakult szervek által végzett információszűrést nevezzük cenzúranak (amely elsősorban a hírlapok és a műalkotások megcsonkítását vagy betiltását eredményezheti), tágabb értelemben azonban az információknak a szélesebb nyilvánosság előli mindenfajta elzárását szokás (sokszor vitatható helyességgel) cenzúranak nevezni.

³⁰⁵ <https://www.arcanum.com/hu/online-kiadvanyok/Lexikonok-a-magyar-nyelv-ertelmezo-szotara-1BE8B/c-2232B/cenzura-2253F/?list=eyJmaWx0ZXJzIjogeyJNVSI6IFsiTkZPX0xFWF9MZjhpa29ub2tfMUJFOEliXX0sICJxdWVyeSI6ICJjZW56XHUwMGZhcmlEifQ>

³⁰⁶ William. H. DUTTON – Anna DOPATKA – Ginette LAW – Victoria NASH (2011): *Freedom of connection, freedom of expression: the changing legal and regulatory ecology shaping the Internet*. Division for Freedom of Expression, Democracy and Peace, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO), Párizs, 2011.

³⁰⁷ https://opennet.net/sites/opennet.net/files/Deibert_02_Ch01_005-028.pdf

lyének” nevezve. Hasonló esetek időről időre előfordulnak az országban: egy vezető egyházi személy, Ali al-Maliki sejk már 2008-ban úgy vélte, hogy a Facebook „a vágy kapuja” a nők számára, és arra szólított fel, hogy blokkolják azt a „társadalmi viszállyok” megakadályozásának érdekében.³²⁶

Ha nem erkölcstelenséget hordozó, a szellemi épséget veszélyeztető vagy éppen valamilyen természetfeletti alkalmazásokról van szó, a lejárató szándékú bírálatok nagyon is lehetnek evilági színezetűek, amelyek a háttérben külföldi szálakat sejtetnek. Az idegen kezek „leleplezése” természetesen, hogy ismét egyiptomi példával éljünk, az ottani forradalmi időkben sem maradhatott el: amikor a Khálid Szaíd-nak dedikált Facebook-csoport hozzálátott a Csendes Kiállítás szervezéséhez, Váil GHONEIM szavaival élve „...a kormány is készült már a válasszal. Az állami napilapok megtámadták a Facebookot, mondván, a CIA tulajdona, és sok kém, ellenség használja név nélkül, hogy átmossa az egyiptomi fiatalok agyát. A rezsim gyűlölte, mert az emberek túlságosan egyszerűen tudtak hangot adni az ellenzékiességüknek és elégedetlenségüknek.”³²⁷

2.5. Az új média jelentette hatalmi-gazdasági napirend

Az első nagyobb fejezetben tárgyalt szerkezeti sajátosságokból következően az új médiaplatformok, a maguk kétségbevonhatatlan társadalmi szervező, ismeretterjesztő és egyéb funkcióival együtt is olyan hatalmi-gazdasági szereplőknek tekinthetők, amelyek időnként nyílt politikai napirenddel operálnak.³²⁸

Akár azt is mondhatnánk, hogy ahol az állami keretek, mint láttuk fentebb, véget érnek, ott kezdődik a globális napirend. Vagy épp konvergálnak e vonalak. Hiszen, az jószerivel „általános szabály,” hogy a demokratikus országokból származó globális nagyvállalatok „előszeretettel vesznek részt a helyi elitiek korrumpálásában, jövedelmező szerződésekért cserében,”³²⁹ alighanem mindez *a fortiori* a globális új médiára is igaz lehet. Ezzel csupán egy szeletét bocsátjuk előre a politikai napirendeknek, amolyan hangulatkeltésnek ezen alfejezet elején.

Adódik a kérdés: miként fordul át az új média tulajdonlása politikai hatalommá? Az, hogy a médiabirodalmak építői kirendeltségeiket egy nagyon is konkrét és kézzelfogható politikai napirend előmozdítására is felhasználhatják, régi igazság. Hogyan áll a dolog az „új nemzedékkel?”

³²⁶ <https://www.dailymail.co.uk/news/article-550569/Facebook-girl-beaten-shot-dead-father-talking-online.html#ixzz-0rchOf7H8Q>

³²⁷ GHONEIM i.m. (309. lj.) 93.

³²⁸ CROTEAU ÉS TÁRSAI (2021) i.m. (7. lj.) 98.; AOURAGH – CHAKRAVARTTY (2016) i.m. (46. lj.) 565.

³²⁹ POGÁ TSA i.m. (25. lj.) 296.

Vizsgáltuk már a digitális médiának a geopolitikai érdekvizonyokba és -összeütközésekbe való mély beágyazottságát (1.2–1.7 fejezet), ahogy az is nyilvánvaló, hogy a szabad információáramlás egy sajátos hibridszerkezetnek megfelelően felvállalt kormányzati, illetve transznacionális prioritás évtizedek óta (l. A4A1 esetét). Most tekintsük át e szerkezetek egyes funkcióit.

Az új média vállalatok felsővezetőinek azon hangzatos retorikai fordulatai ellenére, hogy az internethozzáférés hangot ad és hatalmat biztosít, akár a kevésbé tehető vidéki lakosságot is a gigantikus transznacionális vállalatok szintjére emelve, a tényleges hatalom az amerikai tőke szilárdan kifejezendő érdekei, illetve az amerikai kormányzat kezében összpontosul.

A technológia, illetve az internet népszerűsítés általános trendjei tükrében markáns és felvállalt nagyhatalmi célok tűnhetnek szembe, ily módon akár az Egyesült Államok határozott, és időnként agresszív erőfeszítése is az általa fenntartott digitális kapitalizmus megújítására és kiterjesztésére.³³⁰

Egyebek mellett efféle stratégiák könnyűszerrel kiolvashatók a Biden-vezetés 2023. március 1-én közzétett nemzeti kiberbiztonsági stratégiájának elnöki előszavából: „Kormányzatom 65 milliárd eurót fektet be annak biztosítására, hogy minden amerikai megbízható, nagy sebességű internethez férhessen hozzá. Ha kézbe vesszük az okostelefonunkat, hogy tartsuk a kapcsolatot szeretteinkkel, bejelentkezzünk a közösségi médiába, megosszuk egymással ötleteinket, csatlakozzunk az internetre, hogy vállalkozásokat működtessünk, vagy alapvető szükségleteinkről gondoskodjunk, akkor bízunk kell abban, hogy a mögöttes digitális ökoszisztéma biztonságos, megbízható és védett. E nemzeti kiberbiztonsági stratégia [...] biztosítja, hogy az Egyesült Államok a lehető legerősebb helyzetben legyen ahhoz, hogy minden, a digitális jövőnkben rejlő előnyt és lehetőséget kiaknázzon.”³³¹

Nemcsak egy jóhiszeműsége apelláló nyelvezet, miszerint a mindennapi, banális társadalmi kapcsolattartás az, ami „kockán forog” itt, hacsak nincsenek annak kormányzati garanciái, hanem egy roppant cél- és öntudatos napirend is kibontakozik, látszólag éppenséggel előbbiek védelmében.

Ezen túlmenően a harmadik platform technológiákkal való, átfogó összefonódások (l. 1.7) legmagasabb kormányzati szintre emelt támogatását mondja ki a nemzeti kiberbiztonsági stratégia 4.2 alfejezete a következőképp: „A minisztériumok és ügynökségek kutatási, fejlesztési és demonstrációs projekteket fognak irányítani a kiberbiztonság és a rugalmasság előmozdítása érdekében olyan területeken, mint a mesterséges intelligencia, az operatív technológiák, az ipari irányítási rendszerek, a felhőalapú szoftverek, a távközlés, a titkosítás, a rendszer átláthatósága és a kritikus infrastruktúrák által használt adatelemzés. Ezeket az erőfeszítéseket [...]

³³⁰ SCHILLER (2014) i.m. (26. l.) 191.; IVÁNYI (2018) i.m. (6. l.) 125–128.

³³¹ National-Cybersecurity-Strategy-2023.pdf (whitehouse.gov)

az akadémiai körökkel, gyártókkal, technológiai vállalatokkal, valamint tulajdonosokkal és üzemeltetőkkel való partnerségek révén fogják támogatni.³³² Igazán ez a hangzatos szakasz akkor ad fejtöresre okot, ha felidézzük ROBINSON sejtéseit a „katonai-ipari-biztonsági komplexumról.”³³³

Eme elnöki elhivatottság korántsem újkeletű.

2.5.1. Az amerikai hegemonia és a geopolitikai hatókör

Említettük az 1.2–4. alfejezetben, hogy a világgazdaságot szabályozó nemzetközi intézmények fokról fokra, tudatosan építették le a kapitalizmus és általában a modern társadalmi viszonyok globális terjedésének útjában álló jogi és politikai akadályokat. Ebben az Egyesült Államok érdekei játszották a döntő szerepet. Az Egyesült Államok gazdasági és politikai hegemoniája a világrendszerben az úgynevezett washingtoni konszenzus által nyilvánult meg. Ennek a konszenzusnak a fő elveit a dereguláció, a privatizáció, az alacsony adók, valamint a pénz, a tőke, az áruk és a szolgáltatások szabad áramlása képezték.³³⁴

A palesztin-amerikai történész Joseph MASSAD³³⁵ a szabad világ kommunizmus feletti győzelmében a neoliberális rend térhódítását látja, amely az Egyesült Államok és Nyugat-Európa által az ENSZ-en keresztül a világ többi részére rákényszerített nemzetközi normákkal párhuzamosan megy végbe. Úgy véljük, a szerzőnek igaza van abban, hogy a nemzetközi szervek hatalmas hálózatait így vagy úgy az Egyesült Államok hegemoniájához kapcsolja, mivel – tudatosan vagy öntudatlanul – közvetlenül vagy közvetve a hegemoniát szolgálják, vagy legalábbis hozzájárulnak annak fenntartásához. Megalapozottnak tűnik azon feltevés, hogy bizonyos szempontból az amerikai hegemon projektet és intézményi hátterük operatív szempontból átfedésben lehetnek a transznacionális vállalatokkal, és a két szféra kiegészítheti egymást.

Sokat változott a világ azóta, hogy Walter MIGNOLO³³⁶ a neoliberális globalizációt teljes joggal kapcsolhatta össze az amerikanizációval: „az 1990-es években tetőfokára hágott angol-amerikai piaci ideológia [...] elválaszthatatlanul összekapcsolódott a világ egyetlen megmaradt szuperhatalmának neoliberális politikai erőinek felemelkedésével.”³³⁷ Az új szereplők fémjelezte átrendeződés

³³² National-Cybersecurity-Strategy-2023.pdf (whitehouse.gov)

³³³ ROBINSON i.m. (183. lj.) 89.

³³⁴ Henry Kissinger: *Korszakváltás az amerikai külpolitikában? A 21. századi Amerika diplomáciai kérdései*. Budapest, Panem–Grafo, 2002. 16.

³³⁵ MASSAD i.m. (165. lj.) 112.

³³⁶ Walter MIGNOLO i.m. (73. lj.) 281.

³³⁷ Tegyük hozzá, hogy noha elsősorban az akadémiai és közélet figyelve, illetve kritikája a pénzügyi válság nyomán irányult (Globalizers, Sri Lanka stb.) rá, azt, hogy a neoliberalizmus paradigmájának

a „palettán,” amelyet az első nagyobb fejezetben érintettünk, már jelentős mértékben felülírja ugyanis mindezt.

Azt is megkockáztattuk már fentebb, hogy állam és tőke a nemzetközi térben egyfajta taktikai szövetségbe tömörül. Ennek az egyik következménye a hegemonia-harc a maga változatos politikai és ideológiai következményeivel egy immár átrendeződőben levő világban, új szereplőkkel, régi téttel.

Már az olasz bölcseő Antonio GRAMSCI megjegyezte, hogy a hatalom a kultúra vagy az ideológia szintjén is gyakorolható, nem csak erőszak alkalmazása révén. Utóbbi helyett azt sugallja, hogy a hatalmat egy másik porondon, jelesül, a kultúráén, a mindennapi élet birodalmában gyakorolják, ahol az emberek lényegében beleegyeznek az aktuális szociális konvenciókba, vagyis: konszenzus révén. Mindez lehetőséget kínál arra, hogy lássuk az értelmiséggel összeolvadt hatalmi pozíciók társadalmi súlyát, és megragadjuk azok szerepét a domináns eszmeáramlatok létrejöttében és fennmaradásában. A konszenzus, illetve egyetértés kulcsfontosságú ahhoz, hogy megértjük GRAMSCINÁL a hegemonia fogalmát, amelyet egy bizonyos „kulturális irányítás” által gyakorolnak. A beleegyezés elnyerhető; a társadalom domináns csoportjai arra törekednek, hogy világnézetüket a társadalom minden tagja elfogadja, mint egyetemes gondolkodásmódot. Az olyan intézmények pedig, mint a(z új)média, eleve segít a hatalmon lévőknek a kulturális irányítás gyakorlásában, mint azon szféra, ahol ki-termeljük és reprodukáljuk a társadalom gondolkodásmódját.³³⁸

A hegemonia értelemszerűen képlékeny kategória, és a nemzetközi erőviszonyoknak megfelelően mindig vitatott. A megfelelő érdekek azonban úgy tűnik, állandósultak. E törekvések láthatóak, a hatalmi-gazdasági elit tagjainak nyilatkozatait pedig ideologikus felhang hatja át az elmúlt évtizedekben, és ha távolról sem kizárólagosan, ám különösen igaz ez az amerikai megnyilvánulásokra.

Milyen szempontból illeszkedik az új média mindehhez? Barack Obama elnök már szűk másfél évtizede is, 2009 novemberben Sanghajban tett látogatása során markánsan támogatta a korlátlan internet-hozzáférést, helytelenítve a cenzúra vélt vagy valós gyakorlatát. Kijelentette, hogy „a véleménynyilvánítás, a vallásgyakorlás, az információhoz való hozzáférés és a politikai részvétel szabadsága – úgy véljük, hogy ezek egyetemes jogok.” Külügyminisztere, Hillary Clinton alig pár hónappal később, a Newseumban tartott beszédében azt állította, hogy az Egyesült Államoknak kötelessége megvédeni a véleménynyilvánítás szabadságát és az internethez való hozzáférést. Márpedig ezzel a véleménynyilvánítás védelmének amerikai történel-

bírálata a maig napig meghatározó, jelzi, hogy a latin-amerikai irodalom még az úgynevezett rózsaszín hullám jelenség után is megkülönböztetett figyelemmel fordul felé. Bővebben l. Arturo ESCOBAR: *Pluriversal Politics. The Real and the Possible*. Duke University Press, 2020.; Daniela ANDRADE: Neoliberal extractivism: Brazil in the twenty-first century. *The Journal of Peasant Studies*, 2022. 793–816.

³³⁸ IVÁNYI (2018) i.m. (4. l.) 112.

mi hagyományait terjesztette ki – külföldön. Ugyanis figyelmeztetett arra, hogy az internet és más „új technológiák” nem hordoznak valamiféle eredendő jószágot, ám hasznos, „felszabadító” eszközök lehetnek, ha a jóindulatú amerikai hatalom alakítja őket: „Önmagukban az új technológiák nem foglalnak állást a szabadságért és a haladásért folytatott küzdelemben, de az Egyesült Államok igen. Mi egy olyan egységes internet mellett állunk ki, ahol az egész emberiség egyenlő hozzáféréssel rendelkezik a tudáshoz és az eszmékhez. Felismerjük továbbá, hogy a világ információs infrastruktúrája azzá válik, amivé mi és mások azt tesszük.”

Az, hogy kormányzatokon átívelő napirenddel és hatalmi-gazdasági reflexekkel van dolgunk, jelezte Trump³³⁹ elnök vehemens, „az-én-borom-jobb-mint-a-tiétek” tiltakozása a francia GAFA-adóval szemben 2019 júliusában³⁴⁰ csakúgy, mint napjainkban az, amikor 2023. március 30-án Antony Blinken amerikai külügyminiszter szintén kijelentette, hogy az Egyesült Államoknak és demokratikus partnereinek szabályokat és normákat kell felállítaniuk a nyílt, szabad és biztonságos internet előmozdítása érdekében.³⁴¹

Sőt, talán éppen napjainkban járátódik mindez történelmi csúcra? A Biden-Harris-adminisztráció felvállalt kormányzati prioritásai között találunk egy igen tág meghatározást: „Amerika globális rangjának helyreállítása.” Ennek szellemében „Biden elnök lépéseket fog tenni Amerika tekintélyének helyreállítására a világban, összpontosítva az amerikai nemzetbiztonsági erőforrásokra, újjáépítve a demokratikus szövetségeket szerte a világon, kiállva az amerikai értékek és emberi jogok mellett, és felkészítve az amerikai középosztályt a globális gazdaságban való érvényesülésre.”³⁴²

Nem kell különösebben nagy képzelőerő ahhoz, hogy ebben a keretben elhelyezzük az új médiatechnológiákat is. Főleg, hogy az elnök már 2021. február 4-én kifejezetten utalt rá amerikai külpolitikai iránykijelölő beszédében, hogy „kormányzatunkon belül emeltük a kiberügyek státuszát, többek között kineveztük az első nemzeti, kiber- és új technológiákért felelős helyettes nemzetbiztonsági tanácsadót. Sürgős kezdeményezést indítunk a kibertérben meglévő képességeink, felkészültségünk és ellenálló képességünk javítása érdekében.”³⁴³

³³⁹ A Trump-kormányzat 2017 decemberében közzétett nemzetbiztonsági stratégiájában szintén kimutatható az értékalapú, ideológiai telítettség is a világhálóhoz is kapcsolódó, tehát konkrét gyakorlati célok kontextusában: „az internet egy amerikai találmány, és tükröznie kell értékeinket, mivel továbbra is minden nemzet és minden generáció számára átalakítja a jövőt. Az erős, védhető kiberinfrastruktúra elősegíti a gazdasági növekedést, védi szabadságainkat” Bővebben l. <https://trumpwhitehouse.archives.gov/wp-content/uploads/2017/12/NSS-Final-12-18-2017-0905.pdf> 17.

³⁴⁰ <https://www.rfi.fr/en/economy/20190727-my-wines-better-your-trump-furious-over-france-gafa-tax-trump-usa>

³⁴¹ <https://www.voanews.com/a/blinken-urges-democracies-to-use-technology-to-help-citizens-/7029475.html>

³⁴² <https://www.whitehouse.gov/priorities/>

³⁴³ <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/speeches-remarks/2021/02/04/remarks-by-president-biden-on-americas-place-in-the-world/>

A legtágabban azt mondhatnánk, egyetértésben az amerikai szociológus William I. ROBINSONnal, hogy a huszadik század végére egy új korszak küszöbére léptünk, mégpedig a globális kapitalizmuséhoz, amelyet a globálisan integrált termelési és pénzügyi rendszer és a transznacionális tőkésosztály (TTO) felemelkedése jellemez.³⁵⁷ Egy már fentebb idézett frissebb könyvében ugyanő azt is megállapítja, hogy ez a TTO „a tőke hegemon frakciója világméreteken, illetve ezt „a globális gazdaságot irányító óriás transznacionális vállalatok, azaz TNV-k és pénzügyi intézmények tulajdonosai és vezetői alkotják.”³⁵⁸

E kereteket, illetve a számos alkalommal idézett, társadalmi mozgalmakra szakosodott politológus Sidney TARROW szűkebb globalizáció-fogalmát, „amely a tőke és az áruk, az információ és az eszmék, az emberek és az erők áramlásának növekvő volumenére és sebességére összpontosít, és összekapcsolja az országok közötti szereplőket,”³⁵⁹ kulcsfontosságúnak tartom az új média által közvetített transznacionális civilizációs küldetés körüli játszótér megértéséhez. Hiszen nem kell ahhoz a marxista nézetek talapzatán vagy pártján állni, hogy belássuk, hogy mindennek komoly ideológiai hozadékai is vannak.

Ez a civilizációs küldetés jól visszhangozza a kaliforniai (ahol a Szilícium-völgy is fekszik) utópizmus hagyományait és a „polgároknak a kormányzásban való részvételhez, mint a zsarnokság elleni pajzshoz” való ragaszkodását, valamint az „Appalache-i önkifejezés” és felfedezés iránti vágyat.³⁶⁰

Ezen a ponton a Szilícium-völgy korábban leírt piaci – azaz politikai gazdaságtani – érdekeltségei újfent felmerülnek, amennyiben az új médiára fogékony transznacionális civil társadalom kialakítási szándéka megelőlegezhető előbbieknél. Főleg, ha valószínűsítjük azt is, hogy egy Amerika-centrikus, modernista és digitális utópikus vonásokkal rendelkező ideológia jött létre, amely kölcsönhatásba kerül a piacközpontú vállalati célokkal és a fogyasztói magatartás egyes mintáival.³⁶¹ Ugyanilyen fontos, hogy ezt a tapasztalatot a neoliberális geostratégiai napirendhez, illetve annak modernista és univerzalista ideológiai gyökereihez kapcsoljuk,³⁶² mivel ezek egybecsengenek mind a transznacionális elit globális kapitalista napirendjével, mind az amerikai hegemon projektekkel kapcsolatos célkitűzésekkel.

Mind az online aktivizmus, mind annak ideológiai befolyása különleges kapcsolatban áll mind az IKT-ágazat mögött meghúzódó politikai gazdaságtannal, mind

³⁵⁷ William I. ROBINSON: *Into the Tempest. Essays on the New Global Capitalism*. Chicago, Haymarket Books, 2019. 55.

³⁵⁸ ROBINSON (2020) i.m. (183. lj.) 18.

³⁵⁹ TARROW (2005) i.m. (19. lj.) 5.

³⁶⁰ WOODARD, Colin: *American Character. A History of the Epic Struggle Between Individual Liberty and the Common Good*. Viking, 2016. 79.

³⁶¹ vö. Schiller (1999) i.m. (26. lj.) 80–83.

³⁶² vö. MASSAD i.m. (165. lj.). 20, 112.

A már fentebb idézett BASSETT egy korábbi, 2007-es könyvében megragadta a Dél-Kaliforniából indult, majd a Yahoo által később bekebelezett és 2009-ben megszűnt GeoCities webtárhely fejlődéstörténetének ambivalens példáján keresztül azt, hogy a „szabad netpolgárok” eszménye fogalom miként rendelődhet alá az internet általános kereskedelmi logikájának a gyakorlatban. A felhasználók és a tulajdonosok közötti, a szóban forgó oldal indulásakor kötött alapvető, hallgatólagos megállapodás nyilvánvalóvá teszi a kereskedelmi gondolkodásmódot, és megérdemli, hogy közelebbről megvizsgáljuk. A GeoCities eredendően és látszólag azt tűzte ki ugyanis célul, hogy a felhasználóknak „ingyenes” helyet biztosít, hogy létrehozassák oldalait és csatlakozhassanak a világhálón publikáló közösséghez. Az oldalakat a GeoCities szerverein tárolták, amelyek a városok virtuális közösségében, gyakran egy adott városrészen belül helyezkedtek el. Mindez a felhasználás helyén ingyenes volt, de a GeoCities számára jelentős jogokat biztosított, először is a felhasználók által előállított anyagok, másodsor pedig a felhasználók által készített anyagok felett. Valójában a GeoCities bevételeinek nagy része mindig is a tagok oldalain elhelyezett bannerhirdetéseken keresztül történő reklámeladásból származott, amint azt a vállalat maga a folyamat egy pontján be is jelentette. Vagyis, voltaképp a GeoCities szolgáltatása soha nem volt ingyenes, hanem a legjobb esetben is afféle csere volt, mivel a felhasználók voltak azok, akik a tartalom túlnyomó többségét létrehozták, amely ellenében a hirdetéseket eladták. Végeredményben, noha a GeoCities azt hangoztatta, miszerint a virtuális közösségek a csere szabad „terének,” valamint a rokonság és a kapcsolatok helyének számít, a „netizen” értékek, vagyis a „hagyományosan” a virtuális közösséghez társított erények a szerző szerint egyre inkább a kereskedelmi logikának lettek alárendelve.³⁶⁸

2.5.4. A transznacionális „filantropkapitalizmus” és küldetéstudata

Mark Zuckerberg, aki 2004-ben indította közösségi oldalát Harvard egyetemi kollégiumi szobájából, befolyását jelzi, hogy a Time már 2010-ben az év emberének választotta.³⁶⁹ Azonban azóta is, kétségtelenül meghatározza a fejlesztési irányokat³⁷⁰ – ahogyan a közösségi média diskurzusát is.

³⁶⁸ Caroline BASSETT: *The Arc and the Machine. Narrative and the New Media*. Manchester, Manchester University Press. 2007. 148.; 154. Ugyanitt Bassett szerint arra is vállalkozott, hogy meghatározza, hogy ez az elvont fogalom az interneten túl milyen értékek köré fonódik. Ezek a szólásszabadság, a cenzúráról való mentesség és a szabad egyesülés köré összpontosulnak. A netpolgárok továbbá a kölcsönös segítségnyújtásra és kölcsönös támogatásra is fókuszálnak egy közös környezetben. 163. o.

³⁶⁹ Szűts i.m. (47. l.) 317.

³⁷⁰ Szűts i.m. (47. l.) 317.

Hiszen a Facebook alapítója és vezérigazgatója rendszeres megnyilvánulásain a civilizációs misszió új, 21. századi, elviekben jóindulatú formája és az amerikai hegemón érdekek előmozdítását célzó geopolitikai menetrend egyaránt kimutatható.

A Facebook mint entitás és küldetésének meghatározása Zuckerberg diskurzusában az online közösségi hálózat terjeszkedésével együtt fejlődött, mégpedig egy három szakaszban tetten érhető evolúcióval: „Hasznos könyvtár az emberekről szóló információk gyors megtalálására.” „Egy közösségi hálózat, amely összekapcsolja és lehetővé teszi az emberek közötti információmegosztást.” „A világháló és a világ kritikus társadalmi infrastruktúrája.”³⁷¹

Felmerül, hogy Zuckerberg nagyratörő posztjai – akár az őszinte jóindulatot és a filantrópiát, akár a profitorientáltságot és a globális piacokra való betörésre irányuló szándékot tükrözik – ideológiailag átfednek és kölcsönhatásban vannak a transznacionális kapitalizmus napirendjével, emellett az amerikai nagyhatalmi elköteleződéssel és hitvallással is.³⁷²

Pár releváns nyilvános állásfoglalás kivonatainak vázaltszerű katalógusa következik alább:

„Tájékozott társadalomra van szükségünk. Csak akkor lehet közös diskurzusunk, ha van közös alapunk. Ha mindenkinek hangot adunk, az növeli a nézőpontok sokszínűségét, de többet tehetünk a közös nézőpont kialakításáért – a polarizáció, a szenzációhajhászás és a félretájékoztatás csökkentése érdekében. Ez egy fontos társadalmi funkció, amely lehetővé teszi, hogy az emberek találkozzanak.”

„Polgári szerepvállalásra van szükségünk. Társadalmunk és kormányaink akkor tükrözik értékeinket, ha mindannyian részt veszünk ebben a folyamatban. Ez egy fontos intézmény, amely összehozza az embereket, hogy közösen dönthessünk arról, mit fogunk tenni. Közösségünk emberek millióinak segített szavazni, kapcsolatba lépni a választott vezetőkkel, és felvonulni, hogy demonstrálják értékeiket. Segíthetünk még több embernek összefogni.”

„Ami meghatároz bennünket [... az] nem a nemzetiség, a vallás vagy az etnikai hovatartozás, hanem az a tény, hogy világpolgárok vagyunk [...] A haladáshoz ma már nem csak nemzetként, hanem globális közösségként is konvergenciára van szükség. Ez korunk küzdelme.”

„A legfontosabb dolog, amit a Facebookon tehetünk, hogy olyan szociális infrastruktúrát fejlesztünk, amely lehetővé teszi az emberek számára, hogy olyan globális közösséget építsenek, amely mindannyiunk számára működik.”

³⁷¹ Samah Abdelsabour ABDELHAEY: Bringing the Individual Back in Private Entrepreneurs as Actors in International Relations – The Case of Mark Zuckerberg. *Review of Economics and Political Science*. 2019. 312.

³⁷² MASSAD i.m. (165. lj.) 31.

Értelmezésünk szerint ezt a szóban forgó, megfoghatatlan, de meglehetősen átható transznacionális „gondolatkollektívát” olyan „tech-úttörők”³⁹⁰ képviselik, akik, noha transznacionálisan működnek,³⁹¹ bizonyos szempontból akár fizikálisan is, ám elsősorban ideológiailag elválaszthatatlanok a Szilícium-völgy informatikai szubkultúrájától.

Következésképpen a nagyhatalmi stratégiai elképzelések „az internet szabadságának fenntartásáról”³⁹² és a piaci terjeszkedés vállalati céljai itt kart karba öltének. Ha egyrészt hangsúlyozzuk a vállalatok neoliberalizmushoz való kapcsolódását és a piaci terjeszkedés játszóterének kialakításából származó előnyeit, másrészt elismerjük a transznacionális vállalatok képességét a civil társadalmak, illetve például az „emberi potenciál és egyenlőség” Chan-Zuckerberg házaspár állítólagosan pártfogolta globális előmozdítására,³⁹³ akkor érdemes megvizsgálni, hogy utóbbiak miként kapcsolódnak közvetlenül vagy közvetetten az amerikai hegemón projektekhez.

Talán az efféle nézetek ellenhatásaként is szökkentek szárba ellentétes felfogások, melyeket nevezünk az egyszerűség kedvéért itt digitális pesszimizmusnak. Ezek szerint az új média, összefonódásban más társadalmi, politikai és gazdasági tényezőkkel, úgymond „kompromittálódik,” mivel – mint azt láttuk a 2.1 szerkezeti egységben is fentebb –egyértelműen megfigyelhetők az információs ellenőrzés és felügyelet tendenciái, vagy a cenzúra és propaganda, és/vagy a digitális kapitalizmus politikai gazdaságtani befolyása.

Miközben bizonyos digitális optimista érveket értelemszerűen nem tekinthetünk teljesen érvénytelennek, nem győzzük hangsúlyozni, hogy a korábbi szerkezeti egységben ismertetett geopolitikai és/vagy társadalompolitikai tényezők, realitások sem hagyhatók figyelmen kívül. Összességében akkor is relevánsak utóbbiak, amikor arról beszélünk, hogy mi az új média, és abból a szempontból is, ahogyan tesszük mindezt.

2.6. GAFAM és a határtalan adóoptimalizáció

Az 1. fejezetben terjedelmesen érintett gazdasági globalizáció egyik hátrányos következménye, hogy a szabályoknak a neoliberalizmus okozta fellazulásával, illetve a pénzügyi liberalizáció nyomán a vállalatok nem ott adóznak, ahol hozzáadott értékük keletkezik. Ezt a folyamatot tetézi, hogy az országhatárokon átívelő transzna-

³⁹⁰ vö. POGÁTSÁ (2022) i.m. (25. lj.) 103.

³⁹¹ vö. TARROW (2005) i.m. (19. lj.) 20.

³⁹² BRZEZINSKI (2013) i.m. (27. lj.) 165.

³⁹³ <https://www2.fundsforngos.org/cat/chan-zuckerberg-initiative-advancing-human-potential-promoting-equality/>

2.7. További társadalmi tétek

2.7.1. Általános és különleges rétegződés a digitalizálódó világban

Az olasz bölcsező Bifo BERARDI, a maga absztrakt és provokatív módján, elgondolkodtatóan értékelt egy másik tekintetben tucatnyi évvel ezelőtt, amely mintegy felütésként mutathat rá az új média jelentette egyéb kockázatokra: „a virtuális osztály egy része belépett a műszaki-katonai komplexumba; egy másik része (a nagy többség) kiszorult a vállalkozásból, és a kifejezett »proletarizálódás« peremére szorult. Kulturális síkon a kognitariátus társadalmi tudatának kialakulásának feltételei kialakulóban vannak, és ez lehet az elkövetkező évek legfontosabb jelensége, az egyetlen kulcs, amely megoldást kínálhat a katasztrófára.” Majd a „virtuális osztály” helyett inkább „kognitív proletariátusról” („kognitariátusról”) beszél a szerző, hogy hangsúlyozza „a net-gazdaságban résztvevő munkavállalók anyagi (mármint fizikai, pszichológiai, neurológiai) kórságait.”³⁹⁷

Ha minderről lefejtjük az elvont bölcseleti-teleologikus utópiát, emellett elvonatkoztatunk a helyenként elavultként ható fogalomhasználatától is, megragadhatóvá válik a netpolgárság jelentette kettős rétegződés. Egyfelől e csoport szétválaszthatósága elitre és a többiekre, amelyet már pedzegettünk fentebb (2.5. alfejezetben), másfelől a csoport különbsége az egyéb kívüllevőktől.

Az, hogy a népesség leggazdagabb 1%-ának (bátran idesorolhatjuk Zukcerberget, Muskot, Jack Ma-t és még sokakat az új média szűkebb vagy tágabb területeiről), szédítő ütemben növekszik a jövedelme, nem újdonság. Eme általános érvényű, az új médián többnyire túlmutató folyamat, mint arra többen, például a közgazdasági Nobel-emlékdíjas Joseph STIGLITZ mellett a gazdaságstatisztikus Thomas PIKETTY is rámutattak, az 1970–80-as évek óta tart. Sőt, utóbbi szerző egyenesen arra a következtetésre jutott, hogy „ha a tőke hozama tartósan meghaladja a kibocsátás és a jövedelem növekedését – ahogy ez a 19. században is történt, és nagy valószínűséggel a 21. századra is jellemző lesz –, a kapitalizmus automatikusan olyan önkényes és fenntarthatatlan egyenlőtlenségeket teremt, amelyek aláássák a demokratikus társadalmak alapját képező meritokratikus értékeket.”³⁹⁸ E jóslat társadalompolitikai következményeivel ezúttal nem kívánunk mélyrehatóbban foglalkozni, ugyanakkor annak kétségtelenül jelentősége van, hogy „a növekvő egyenlőtlenség még a fejlett kapitalizmus tehetősebb szívében is teret nyert, amikor a vállalati részvényesek sikeresen elnyerték egy nemzedék termelékenységének oroszlánrészét.

³⁹⁷ Franco Bifo BERARDI: *After the Future*. AK Press, 2011. 82.

³⁹⁸ PIKETTY i.m. (71. l.) 7.; 11.

3. Az érme részvételi oldala: az új média társadalmi erényei

Egyetlen, az új média megértését célul kitűző vállalás sem lehet teljes anélkül, hogy számításba ne vegye, akár pusztán az *audiatur et altera pars*-elv szellemében is, az új média esetlegesen kedvező társadalmi hatásait.

Miközben korántsem véletlen az, hogy ekkora terjedelemben időztünk a kockázatoknál, veszélyeknél, meg kell állnunk néhány szóra az előnyöknél is, hiszen a valóság lényegesen bonyolultabb annál, hogy pusztán előbbiekre figyelemmel szemléljük tárgyunkat.

Ugyanis, amint ezt már több ízben elárultuk fentebb, az új média – a maga korlátja ellenére – kétségtelenül teret biztosít a közösségi, részvételi tevékenységekhez, amely szerep felértékelődik egyes társadalompolitikai közegekben – amennyiben úgy hozza a történelem, illetve egyes társadalmi alakzatok és viszonyok összessége.

Függetlenül a fentebb több ízben idézett GHONEIM esetleges ideologikus terheltségétől, illetve közvetlen munkaköri kötődéseitől a Google-höz, e soroknak az arab tavasz néven elhíresült jelenségegyüttest többé-kevésbé azok kezdeteitől tanulmányozott szerzője maga is arra a következtetésre jutott, hogy az új média fontos szerepet is játszhat a társadalmi mozgalmakban. Annál is inkább megfontolandó ez, mivel igen változatos felhasználást tesz lehetővé. Nemcsak egy-egy rendszer hívei, hanem annak ellenlábasai is alkalmazhatják e platformokat mozgósítási célokból.⁴⁰⁷

Ezt példázza egyebek mellett Tunézia is, ahol is a közösségi média és a mobiltelefon-technológia, amely eladdig, 2010-re az egész országban elterjedt, a „jázmin forradalom” néven elhíresült eseménysor idején segített a tüntetőknek felülkerekedni a rezsिम médiakorlátozásain. Hozzájárult továbbá az országos megmozdulások megszervezéséhez, mivel elviekben lehetővé tette egy párhuzamos „kiber-civil társadalom” kiépítését a rezsिम hatókörén és információfeldolgozási határain kívül. Éppenséggel a blogoszféra egyéb szereplői mellett a Nawaat-csoport (jelentése: mag, szándék) az online közösségi hálózat Facebookot és a Twitter (X) mikroblogger-szolgáltatást használta arra, hogy olyan aktivista platformokat hozzon létre, követőkkel és a polgári újságírási sajátosságaival, általában: társadalmi interakciókkal, amelyek részben helyettesíthették a korábbi államfő Ben Ali vezette rezsिम által ellehetetlenített civil társadalmi közeget. Ezt híven szemlélteti, hogy 2010. december 17.

⁴⁰⁷ Bővebben l. IVÁNYI Márton: A közösségi média és a társadalmi mozgalmak. *Iskolakultúra*. 2014. 66–76.

és 2011. január 14. között több mint 500 tunéziai tüntetésről készült videó került fel a Facebookra, a különböző blogokra, a Twitterre és a YouTube-ra.⁴⁰⁸

Ami pedig Egyiptomot illeti: ott némileg hasonló keretek között született meg az Április 6. nevű mozgalom. A közösségi média – mindenekelőtt kifejezetten a Facebook, a Twitter és az ugyancsak amerikai fényképmegosztó *weboldal*, web 2.0-s web-szolgáltatás és online közösségi platform Flickr – kollektív használatának csoportosíthatása sok egyiptomit, elsősorban a fiatalokat és az iskolázottakat, arra sarkallt, hogy részt vegyen a politikában, talán életében először.⁴⁰⁹

Mit jelentenek olyan, az efféle súlyos és sommás megállapításokban visszaköszönő fogalmak, mint a nyilvánosság, a civil társadalom, a politikai részvétel? Milyen szempontok szerint ítéelhetjük meg a fentiekhez hasonló ítéletek érvényét?

3.1. Az új média természete és az új nyilvánosság visszfénye – vagy álmképe?

3.1.1. Habermas szelleme

Az új média hívei hajlamosak ezekre a kérdéses alkalmazásokra és szolgáltatásokra nemcsak új online felületekként tekinteni, hanem azokban egyenesen a Jürgen HABERMAS által elképzelt alternatív nyilvánosság *conditiones sine quibus non*ját felfedezni vélni. Az ilyen elképzések szellemi forrása „felülírott” német filozófus opus magnumából, nevezetesen az eredetileg 1962-ben megjelent *Strukturwandel der Öffentlichkeit*ből ered, noha igazság szerint a szerző aligha alapozhatta volna tézisét kifejezetten az akkoriban még „magzatkorában” lévő internetre, amikor a könyvet írta. Mégis, a Habermas által alkalmazott normatív fogalom, amely a nyilvánosságot „kritikai nyilvános vitát folytató társadalomként”⁴¹⁰ értelmezi, azóta is az internetre vetül.

Ennek megfelelően ebben a „poszt-habermasi” hagyományban (túl) gyakran adódik a feltételezés, hogy az internet önmagában szabad teret ad a közbeszédnek, ilyenformán utat nyitva az egyenlőség és a demokrácia előtt is.⁴¹¹

⁴⁰⁸ KING i.m. (311. lj.) 36–38.

⁴⁰⁹ Courtney RADSCH: Core to commonplace: The evolution of Egypt's blogosphere. *Arab Media & Society*. 2012. 1–14.; KING i.m. (311. lj.) 99.

⁴¹⁰ Jürgen HABERMAS: *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Ed.: Thomas Burger. Cambridge (MA), The MIT Press. 1989. 52.

⁴¹¹ Christian FUCHS: Social Media and the Public Sphere. *TripleC*. 2014. 57–101.

a 2. fejezetben azonosított káros tulajdonságokat; és 2) az ilyen online aktivizmus a közönség fragmentálódását és elszigetelődését jelenti-e, előkészítve az utat visszhangkamráknak, virtuális vesztőhelyeknek.

Ennek szellemében e fejezet amellettt érvelt, hogy az új médiát életképes eszközként ismerjük el az önkategorizáción alapuló etnikai identitás kifejezését illetően, anélkül, hogy feltétlenül mindezt sunsteini „kiberbalkanizálódásnak” vennénk, vagy, POGÁ TSA Zoltán szavaival a „körkörös kivégzőosztagok” terepeinek tekinténénk a maguk „gyűlölködő, agresszív kommentjeivel.”⁴³¹ Bár a csoportpolarizációs tendenciák szociálpszichológiai okai általában relevánsak lehetnek, amikor e Facebook-csoportok tagjainak lehetséges attitűdjeit tárgyaljuk, a következmények jelentősen eltérnek. Ugyanis sem a Székelyföldért Társaság, sem a Kétnyelvű Dél-Szlovákia csoport tagjai nem hajlanak látszólag a gyűlöletbeszédre vagy a sovinszta álláspontok felé.

Ezen felül lehetőségessé vált, hogy a közösségi szerepvállalásra szolgáló eszközként tekintsünk az online közösségi hálózatokra anélkül, hogy az feltétlenül és minden esetben a cenzúra, az elnyomás meglehetősen borúlátó vagy szkeptikus diskurzusai által leírt tényezőknél lenne kitéve. Mindent egybevetve, az új médiát jó eséllyel korlátozott nyilvánosságként is értékelhetjük, miközben fenntartjuk annak egyéb bírálati szempontjait.

Ez a fejezet tehát azt vizsgálta, amit alapvetőnek tartunk az új média társadalmi dinamikájának megértését illetően is, nevezetesen a közvetlen hatalmi-gazdasági kötődésektől mentes hálózati csoporttevékenységeket. Ilyen metszet lehet például egy olyan tényleges mozgalom online dimenziója (gyakorlatilag: egy online csoportot egy közösségi oldalon) is, amely a kétnyelvű nyelvhasználat elérését tűzte ki célul Dél-Szlovákia közterületein, vagy a Székelyföldért Társaság, amely nemzeti, illetve szubnacionális identitás hordozója, megjelenítője.

Mindkét platform fontos online társadalmi fórummá vált Magyarországon és a külhoni területeken, így számos következtetés levonását teszi lehetővé. Kifejezetten olyan, csoportos fellépések kerültek mikroszkópunk alá, amelyek kimondottan az etnikai identitással összefüggő állampolgári részvételhez kapcsolódnak, ami bizonyos értelemben politikai aktivitásnak minősül, de általában független a nagyszabású hatalmi-gazdasági struktúráktól és napirendektől. Ugyanis ez az elképzelés reményt ad arra, hogy az új médiában rejlő mozgósító potenciált anélkül vegye védelmébe az ember, hogy társadalmi funkcióinak megvitatásakor figyelmen kívül hagynánk a politikai gazdaságtani bírálat, illetve társadalomkritika általános érvényességét.

⁴³¹ POGÁ TSA (2022) i.m. (25. l.) 104.

Részben az ilyen korábbi nyomdokokon haladva, DARDOT-LAVAL abbéli erőteljes kísérletük részeként, hogy a neoliberalizmust nem a piac uralmának ideológiájaként, hanem a világ új módjaként, a.m. „globálrezonként” bírálják, túltekintenek a régi foucault-i nézeteken, és azt vizsgálják, hogy miként formálódik egy új „vállalkozó szubjektum”.⁴³⁵

A hovatovább bővülő szakirodalom a „vállalkozói én” fogalmát alkalmazta a gazdaság és kultúra különböző, befolyást gyakorló aspektusainak vizsgálatára. Az ennek megfelelő tanulmányok az úgynevezett „influenzszereket” egyszerre tekintik termelőnek és fogyasztónak a neoliberális piaci erők munkálkodása közepette.⁴³⁶ Azért is láttuk indokoltnak meghaladni mindezt, mert az új média és kifejezetten a fiatal „vállalkozói szubjektumok” kialakulása közötti kölcsönhatás többé-kevésbé figyelmen kívül marad az influenzszerek kultúráját a nyugati magországok kontextusán túl vizsgáló tanulmányokban.⁴³⁷

Az új média, mint fentebb láthattuk, valóban általánosságban új lehetőségeket nyitott meg a társadalmi élet különböző formáiba való bekapcsolódásra. Kiindulópontunk az volt, hogy elviekben emellett az új média a maga rengeteg funkciója mellett a neoliberális szubjektíváció játszóterét is kínálhatja a vállalkozói „véleményvezér” (idegen szókölcönzéssel élve: influenzszer) – én felé való elmozdulással. Gondoltuk, ebben a keretben a közösségi oldalak a versenyképesség szellemének, az élvezet és a fogyasztói eszmény mint viselkedési, illetve felhasználói modell egyéni vagy kollektív elsajátításának felületeiként is működhetnek. Ez az állandó önfejlesztés révén történő kiválóságkeresésben nyilvánulhat meg,⁴³⁸ amely az online tartalmak olyan megosztási mintáiban ölt alakot, amelyek az önmagunk „optimalizálására” vagy „megvalósítására” irányuló belső megfelelési készletet tükrözhetik. Vagyis, a versenyteljesítmény, az élvezet és a fogyasztás elveit jeleníthetik meg és juttathatják mindinkább érvényre.

Továbbmelve, úgy véltük tehát, hogy előbbiekre való tekintettel a digitális „véleményvezér”-modell előretörése mélyen érintheti az ifjúsági online kultúrát is, beleértve a fiatalok megmutatkozását is az új médiában hazánkban is, hasonlóan egyes nyugati magországok tapasztalataival.

E törekvés célja annak feltárása volt, hogy olyan, egymással összefüggő diskurzusok, mint például 1) a vállalkozói szellem (a.m. a teljesítmény és a verseny eszménye), 2) az élmény (avagy a pozitivitás megjelenítése) és végül 3) a fogyasztás

⁴³⁵ DARDOT – LAVAL i.m. (85. lj.)

⁴³⁶ Hussam AL HALBUSI – Pedro SOTO-ACOSTA – Simona POPA. Entrepreneurial Passion, Role Models and Self-perceived Creativity as Antecedents of E-Entrepreneurial Intention in an Emerging Asian Economy: The Moderating Effect of Social Media. *Asia Pacific Journal of Management*, 2022. o. n.

⁴³⁷ Ju RAN: Producing Entrepreneurial Citizens: Governmentality Over and Through Hong Kong Influencers on Xiaohongshu (Red). *Policy Internet* 2022. 619.

⁴³⁸ Byung-Chul HAN: *Neoliberalism and New Technologies of Power*. New York: Verso Books, 2017. 30.

Budapesti Fiatalok – 5,1k taggal:

A 2023. január 1. és 2023. január 25. közötti időszakban számolt 47 bejegyzés között találunk híreket (41 alkalommal) és egy közvélemény-kutatást (1), amelyek közvetlenül a társadalmi élettel függenek össze (tömegközlekedés, városrendezés, egyetemi események); nemzetközi hivatkozásokat mint követendő vagy nem követendő példákat (4); és egy hasznos alkalmazást (interaktív térkép, egy alkalommal).

Magyar Egyetemisták – 5,9k taggal:

A 2023. január 1. és 2023. január 25. közötti időszakban közzétett 73 bejegyzés között megtalálhatók a tagok magyar egyetemi vagy képzési kurzusokkal, konferenciákkal kapcsolatos érdeklődései vagy hirdetései (49); magántanárok keresése vagy hirdetései (8); diáktáborok hirdetései (3); gyakornoki és diákmunka lehetőségek (6); kérdőívek (5); pályázati felhívások (2).

A fent részletesen tárgyalt megállapításainkon túlmenően a kutatásunk kvalitatív aspektusainak keretében pontosan egy hónap alatt, azaz február 27. és március 27. között három, „kézileg kiválasztott,” kifejezetten az egyetemi szférához kötődő „influenzéri” tartalmat is vizsgáltunk. Ennek megfelelően a több mint 96 ezer követővel rendelkező „Jocó bácsi világa” influenzszer tanár személyes blogján osztott meg, illetve népszerűsített a közülethez kapcsolódó tartalmakat (8); anekdotákat, erkölcsöt tartalmazó történeteket (4); személyes vallomásokat (3); pedagógiafilozófia témájú cikket (1); valamint közéleti eseményekhez (2); online kurzushoz (1) és (sportközponú) életmódhoz kapcsolódó tartalmat (1).

Az „SzM’ART – Alkalmazott Rendhagyó Tanítás” (azaz SzM’ART – Alkalmazott Rendhagyó Tanítás) című oldal 4,5k követővel digitális képrejtvényeket osztott meg (3 alkalommal); továbbá általános javaslatot fogalmazott meg az érdeklődőknek (egy alkalommal).

A harmadik kiválasztott fórum a „TanTáv – Tanárszakosok a távoktatásért” (kb.: Tele-Edu – Diákok a távoktatásért) volt. Ez a 4,6 ezer tagot számláló, pedagógusnak készülő egyetemi hallgatókból álló nyilvános csoport megosztott a tudatos jelenléti stratégiákról szóló podcastot (egy alkalommal); ezen felül a gyermekeknek szóló civil tevékenységet, illetve idegen nyelvi képzést (szintén egy-egy alkalommal) népszerűsített.

Általánosságban már e ponton elmondhattuk, hogy ezek az influenzerek egyáltalán nem képviselték a neoliberalizmushoz egyes poszt-foucault-i értelmezések nyomán társítható elveket és eszményeket (teljesítmény és élvezet, versenyképesség vagy fogyasztás). Minthogy azonban ekkor még továbbra sem volt tisztázott, hogy maguk az egyetemi hallgatók hogyan, milyen feltételekkel és milyen mértékben érvényesítik ugyanezeket a releváns felhasználói mintákat, ha egyáltalán teszik, még egy további kvalitatív kutatásra is szükség volt.

Amint arra fentebb rámutattunk, a szakirodalom alapján az OKH-k általánosságban „az önoptimalizálás neoliberais ideológiáját”⁴⁴⁹ nyilváníthatják meg, miközben „az önrendelkezés erősebb fokát” is biztosíthatják.

Ezért az eredmények fényében elviekben az új média bizonyos típusai – bár árnyaltan és a vártnál (sokkal) kisebb mértékben – csakugyan értelmezhetők a neoliberalizmus értékrendjére, eszményeire hajlamosító szolgáltatásokként, amennyiben arra ösztönzik a felhasználókat, hogy módosítsák identitásukat, és „énjeiket kompetens online márkákká” változtassák.⁴⁵⁰ A válaszadók viszonylag jelentős hányada részéről a személyes eredmények demonstrálása érdekében történő tartalommegosztás és/vagy a vállalkozói lét propagálása és/vagy a fogyasztói trendek nyilvánvalóan figyelmet érdemelnek.

Ami azonban kifejezetten a vállalkozói, illetve „influenzser-én” jóval szűkebb értelmezését illeti: bár logikusnak tűnhet, minden olyan posztmodern komplex modellt, amely a versengő, fogyasztást ösztönző és élmény/teljesítményvezérelt minták szinkron és átfogó tendenciáit feltételezi, erősen korlátozott érvényességűnek kell tekinteni. Legalábbis így érdemes tenni a magyar egyetemisták kontextusában, és csupán a felhasználók egy bizonyos szegmensét illetően.

Ezt támasztja alá, hogy az adatok többé-kevésbé itthon cáfolják vagy legalábbis árnyalják a vállalkozó egyéneként történő „önérték maximalizálás” állandó és explicit tendenciáira⁴⁵¹ vonatkozó, máskülönben egyéb szociológiai környezetek vonatkozásában bizonyára megalapozott elméleti kiindulópontokat.

3.5. A digitális realizmus, avagy az új média dialektikus megközelítése

Nem kérdés, hogy az új média hatással van-e a társadalmi folyamatokra. Ami elenben erősen kétséges, az az, hogy a tapasztalatokat kizárólag pozitív vagy negatív értelemben lehet értelmezni.

Amint az az eddigiekből is következik, és ahogyan azt az új média kortárs diskurzusaiban tett első tapogatózásaink óta sejteni véljük magunk is,⁴⁵² az új média társadalmi hatásai körüli vita ellentétes felfogások között horgonyzódott le, mégpedig egymástól igen távol. Ennek megfelelően az új médiát immár évtizedek óta szo-

⁴⁴⁹ Byung-Chul HAN (2017) i.m. (438. lj.) 30.

⁴⁵⁰ vö. ROBERTS i.m. (432. lj.) 93.

⁴⁵¹ Jason R. WEIDNER: Governmentality, capitalism and subjectivity. *Global Society*.2009. 406; Salman TÜRKEN: *Explorations of Neoliberal Influence on Subjectivity in Norwegian and Turkish Societies. Disszertáció*. Oslo. 2017. 12.

⁴⁵² IVÁNYI, Márton: Technológia és kiber-utópianizmus. *Információs Társadalom*, 2015. 68–80.

értelmet nyerjenek, miközben komolyan vesszük a társadalmi változókat bizonyos szociálpszichológiai és egyéb szempontok tekintetében.

Egy ilyen dialektikus megközelítés, amelyet digitális realizmusnak bátorkodunk nevezni, egyáltalán nem tagadja, hogy a politikai-gazdasági, (geo)politikai alapú és társadalmi kritika és az ennek megfelelő pesszimista érvek relevánsak a digitális média megvitatásakor. Inkább megpróbálja megérteni a digitális optimista előfelteteleket, ahol lehet, hogy árnyalt értékelések születhessenek. Konklúzióink szerint ugyanis bizonyos feltételek mellett az új média valóban olyan társadalmi-politikai kereteket alkot, amelyekben az alternatív nyilvánosság megértésének NEUMAN ÉS TÁRSAI által megfogalmazott kritériumai feltehetően teljesülnek, miközben a nagyszabású politikai-gazdasági és nemzetközi hatalmi struktúrák és napirendek realitásaival is számolni vagyunk kénytelenek.

Számos szerző, sok-sok irányból írja le az új média és „fetisizálásának” korláta- it elfogultságtól mentesen. Az akadémiai szféra részéről többen is járnak hasonló nyomon, például Zizi PAPACHARISSI, aki az arab-muszlim tér tapasztalataival kapcsolatban évekkal később állapította meg, hogy „a technológia egyszerre hívhat fel optimizmusra és aggodalomra,²⁴⁵⁴ szintén igyekezve a digitális médiát körültekintőbben értelmezni, mint a „klasszikus” digitális optimizmus időnként elvakult nézeteit vallók.

Egy Christian FUCHS által levont tanulság is figyelemre méltó, miszerint „ideáltipikus kommunikáció [...] csakis a kizsákmányolástól és elnyomástól mentes társadalmi kapcsolatok összefüggésében létezik.”²⁴⁵⁵

Mások, így a „hagyományos” média „képviselőjében” az újságíró David IGNATIUS is, igyekeznek jóhiszeműen, ám körültekintően megközelíteni az új médiát, óvatosabban és feltételes módon fogalmazva: „ebben a jelen világban úgy tűnik, mintha az internet valós idejű kommunikációs hálózata véleménygyorsítóként működne.” Majd ezt követően ugyanő megkísérli empiriával is alátámasztani mindezt: „a dán karikatúrák feletti harag igen gyorsan szétterjedt a muszlim világban.”²⁴⁵⁶

Eközben abban is van igazság, ahogyan megint mások, például a vezetéknevét érdekes mód kisbetűvel író danah BOYD is, látják: „könnyű a technológiát reményeink és aggodalmaink célpontjává tenni. Az újdonság tökéletes pofozógéppé teszi. Ám az egyik legnehezebb – és mégis legfontosabb – dolog, amin nekünk, mint társadalomnak el kell gondolkodnunk a technológiai változások tekintetében, hogy mi az ami megváltozott valójában, és mi az, ami nem.”²⁴⁵⁷ Anélkül, hogy

²⁴⁵⁴ PAPACHARISSI (2021) i.m. (14. lj.) 4.

²⁴⁵⁵ Christian FUCHS: *Communication and Capitalism: A Critical Theory*. London: University of Westminster Press, 2020. 368.

²⁴⁵⁶ BRZEZINSKI – SNOWCROFT (2019) i.m. (126. lj.) 260.

²⁴⁵⁷ BOYD (2014) i.m. (15. lj.) 211.

védelmébe venné az új médiát, itt azt sugallja a szerző, hogy az nem más, mint társadalmunk tükörképe.

A digitális realizmus e sajátos modellje sokat köszönhet ezeknek az árnyalt és összetett megközelítéseknek egy inspiratív környezet kialakításáért.

Ezek támogatása szellemében itt egy középút mellett törtünk lándzsát, valahol – ha nem is félúton, amint ezt a bírálati szempontjaink túlsúlya is érzékeltethette – ezen az értelmezési spektrumon a két felfogás között.

4. Végszó

Anélkül, hogy bármikor is szándékunkban állt volna e könyv megírásakor „demonizálni” az új médiát, vagy általánosságban a technológiát, hiszen annak kétségtelenül találkozni az erényeivel is, elgondolkodtató összefüggésekre tapinthatunk rá az innováció, a hatalom, a tőke, illetve a társadalom horizontjain.

Noha egyértelmű, hogy a médiagazdaság piaca nem demokratikus, újratermeli az egyenlőtlenséget, nem feltétlenül elégíti ki sem a társadalmi, sem a demokratikus szükségleteket, e könyv mégsem kívánt vádiratként szolgálni e hiányosságok alapjain. Elsődleges célja az volt, hogy leíró és analitikus, nem pedig polemikus és normatív érveléssel boncolgassa e robosztus képződményt és létrejöttét, illetve működése közben szemlélje azt.

Ennél fogva mindvégig távol állt tőlünk, hogy eszmefuttatásunk valamiféle szűklátókörű új média-”csepülés” legyen. Ettől távolabbra kívántunk tekinteni: jelesül egy olyan dialektikus viszonyra, amelynek értelmében látni az új média politikai gazdaságtani és egyéb bírálati aspektusait, miközben azon kétségbevonhatatlan potenciált sem hagyjuk figyelmen kívül, amellyel akár a közösségi részvétel előtt is tér nyílhat.

Azonban, e jelen, eredendően jóhiszemű vizsgálódások pusztán megerősítettek abban, hogy sem az új média alapját képező Web 2.0, sem az internet nem csodaszere, ahogyan a mindezeket megelőző technológiák sem voltak azok. A netalapú platformok lehetnek épp kiváló szabadidő- és játékeszközök, de nem képesek e jelen időben olyan szabad „játsszóteret” teremteni ott, ahol az eleve nem is létezett, illetve ami mentes lenne a politikai gazdaságtani és geopolitikai érdekeltségektől (l. 1.2–4 és 2.1). Hiszen utóbbiak mindig is voltak, jelenleg is adottak, és alighanem létezni is fognak.

Amint láttuk, a globalizáció farvizén példátlan kiterjedéssel és kíméletlen befolyással emelkedett fel az „5k” a maga kísérőjelenségeivel (emlékeztetőül, ezek: konvergencia, koncentráció, konglomerátumok, klaszterek, kooperáció). Hangsúlyozzuk, a(z új)média e vonatkozó térnyerését általában kereskedelmi érdekek (1.2–4.), nem pedig például ismeretterjesztő megfontolások, és nem feltétlenül önzetlen indítékok táplálták és táplálják. Márpedig ez akkor is tény, ha az ember máskülönben „miért is ne?-alapon” akár meg is próbálhatna bizalmat szavazni az olyan filantróp retorikának, mint a Chan-Zuckerberg-féle kezdeményezés (2.5.). Csakhogy nem teheti teljes mellszélességgel.

Már csak azért sem, mert az új média felerősít ugyan, de nem egyenlősít. A technológia hangot ad, de nem mindenki számára egyenlő feltételek mellett (2.6.), és nem rendelkezik olyan „mágikus” hatalommal, hogy – és ebben nyugodtan egyetértünk Zizi PAPACHARISSIVEL –, megszüntessen összetett társadalmi problémákat.⁴⁵⁸

⁴⁵⁸ PAPACHARISSI (2021) i.m. (14. l.) 4.

A platformok megerősítik és reprodukálják a meglévő hatalmi hierarchiákat (2.1. és 2.6.), olyan egyenlőtlenségek révén, amelyek áthatják mind a kialakításukat, mind a használatukat. Noha a net önzetlen terjesztése önzetlen emberbaráti célokat is szolgálhat, megéri-e mindez, ha egyszer az IKT-behemótók hatalmi-gazdasági pozícióval való esetleges visszaélése, és az ideológiai befolyásolás előtt egyaránt teret nyitnak (2.2., 2.5., 3.4.)?

A Facebook, a Twitter (X) & Társaik nyilvános fórumot biztosítanak a beszélgetésekhez, de nem zárják ki, hogy azokat gyűlölet itassa át, sem a szélsőséges csoportpolarizációt (II/2). Ironikus és paradox módon az internet szegmentálódása azt is jelenti, hogy az emberek gyakran elszigeteltek maradnak e hatalmas kommunikációs hálózatok közepette (2.1).

Miközben akár a „hagyományos” tömegmédiá „ellenszerét” is jelenthetné, olykor nem mediál hagyományos konfliktusokban sem (2.2.), kivéve, ahol asszertív használat mutatkozik, például amint azt a KDSz esetében láttuk, hogy az eddigi „kontrák” után egy „rekontrával” éljünk.

Ezek az alkalmazások összekötik az embereket, és lehetőséget kínálnak nekik arra, hogy kifejezzék magukat. Viszont nem nyújtanak garanciát arra, hogy ez a kommunikáció ne ütközzön a cenzúra falaiba (2.4.).

Mint minden nyilvános tér, az új média is összekapcsol minket új emberekkel, de egyben kiszolgáltatottá is tesz a voltaképpen a történelem valaha látott legkomolyabb, rendszerszintű megfigyelésének (2.3.).

Láttuk a múltban, különösen hazánkban és térségünkben. hogy mekkora tétellel bír az, hogy az új média korlátozottan teret ad a nyilvánosságnak. Azonban az is nyilvánvaló, hogy az emberek algoritmikus profilozása révén egyes hatalmi-gazdasági szereplők számára tervezhetővé és kalkulálhatóvá válhat a jövő – hogy parafrázzuk Hussein DERAKHSHAN iráni blogger meglátását.⁴⁵⁹

Az új média valóban fokozza a véleménynyilvánítás szabadságát és a társadalmi kapcsolatokat (2.3.), csak hogy nem feltétlenül demokratizál. Ígéretesek a KDSz és az SzT példái, de hiába kötik össze az alulreprezentált és marginalizált személyeket, ha eközben máskor a gyűlöletbeszédnek is szócsövet adnak. Utóbbiakat nem az internet hozza létre, hanem maguk az emberek. Mégis, a közösségi médiaplatformok azok, amelyek jól láthatóan amolyan „virtuális vesztőhelyekké” is válnak, még inkább láthatóbbá téve az egyén- vagy csoportközi gyűlölködést (2.2.). Márpedig ilyen áron van-e értelme az egésznek?

Összességében az internet, az új média, az adatok, a mesterséges intelligencia, a digitális automatizálás és más digitális technológiák önmagukban nem rosszak, ugyanakkor nem is eredményeznek automatikusan jobb társadalmat.

⁴⁵⁹ DERAKHSHAN, Hossein (2015) Mawt al-Internet: 'an aš-Šabikat allatī yağību 'alaynā 'inqāḍihā. In: 7iber.com. http://www.7iber.com/wireless_research/death-of-the-web/

Igaza van a szerzőpáros GOODMAN–POWLES-nek:⁴⁶⁰ alig kezdtük el érezni ezeknek a platformoknak a horderejét, a maga algoritmikus és pszichológiai ellenáramlataival. Nehéz egyáltalán felfogni is a mértékét mindennek: a hatalmas szerverfarmokat, a mono- vagy oligopol-szerkezetek okozta belépési korlátokat, az átláthatatlan köz- és magánszféra partnerségeket, alkalmasint az MI-vel hovatovább összefonódva a munkahelyek leépítését, a tömeges adatgyártást és -tárolást, a márkázott ént, az algoritmikusokat kiszolgáló, önkéntes, daloló kitarulkozást, melyek közül néhányról nem is emlékeztünk meg itt részletesebben. Mindez a jövő vizsgálódásaira vár. Gyanítjuk, hogy itt, amiről szó volt, csupán a jéghegy reális és tapasztalatilag igazolható csúcsát képezi, a túlzottan optimisták és a pesszimisták számára egyaránt.

Óbuda, 2023. június 9.

Iványi Márton Pál

⁴⁶⁰ GOODMAN – POWLES i.m. (64. lj.)

