

Az állampolgárok az új politikai kommunikációban

A széles körben elfogadott felfogás szerint három szereplője van a politikai kommunikációnak: a médiarendszer, a politikai rendszer és az állampolgárok. Amíg az előző két szereplő hosszú ideje meghatározza a politikai kommunikációban zajló folyamatokat, addig az állampolgároknak viszonylag kevés szerep jutott. Ebben hozott változást az „új” vagy „információ kori” politikai kommunikáció, ahol az új információs és kommunikációs technológiáknak köszönhetően az állampolgárok csoportja már nem elszenvedője a folyamatoknak, hanem aktív befolyásolója is. Az állampolgárokat nehéz egyetlen entitásként vizsgálni, hiszen egy-egy társadalom heterogén csoportokból áll, amelyek igen sokszor ellentmondanak egymásnak. Ez a tanulmány nem is vállalkozik erre. Elsősorban, de nem kizárólag az Y generáció új kommunikációs technológiák használatának szokásaiból indul ki, példaként a közelmúlt főbb történéseit használja. Egyebek mellett az „arab tavasz” és az Anonymous hackercsoport jelenségein keresztül jut el oda, hogy két főcsoportot állít fel az új technológiák használatának tekintetében: az inaktív és az aktív hálózatokat. A fő különbség abban ragadható meg a két hálózat között, hogy amíg az előbbi eszközként tekint az új technológiára, addig az utóbbi az eszközt és a célt is az új technológiákon találja. Mindkettőnek vannak látványos megnyilvánulásai, amelyek hatással vannak a politikai kommunikációban zajló folyamatokra, megdöntve ezzel a médiarendszer és a politikai rendszer hegemoniáját.

Kulcsszavak: új politikai kommunikáció, polgárok és az új IKT-k, hálózatosodás, smart mob, netokrácia

Szerzői információ:

Merkovity Norbert Politológus, a politikai kommunikáció kutatója, a Magyar Politikatudományi Társaság és az International Communication Association tagja. A Szegedi Tudományegyetemen oktat politikai kommunikációval, információs társadalommal és amerikai politikai rendszerrel kapcsolatos tárgyakat. Kutatási területe az új politikai kommunikáció elmélete, különös tekintettel a digitalizációra, az e-demokráciara és az e-részvételre. Jelenleg ausztrál, magyar és lett kutatókkal együttműködve a politikusok újmédia használatát vizsgálja. Első monográfiája várhatóan 2012-ben jelenik meg, melynek címe Bevezetés a hagyományos és az új politikai kommunikáció elméletébe.

Így hivatkozzon erre a cikkre:

Merkovity Norbert. „Az állampolgárok az új politikai kommunikációban”.

Információs Társadalom XII, 1. szám (2012): 64–79.

<https://dx.doi.org/10.22503/inftars.XII.2012.1.3>

A folyóiratban közölt művek

a Creative Commons Nevezd meg! – Ne add el! – Így add tovább! 4.0

Nemzetközi Licenc feltételeinek megfelelően használhatók.

Merkovity Norbert

Az állampolgárok az új politikai kommunikációban¹

Bevezetés

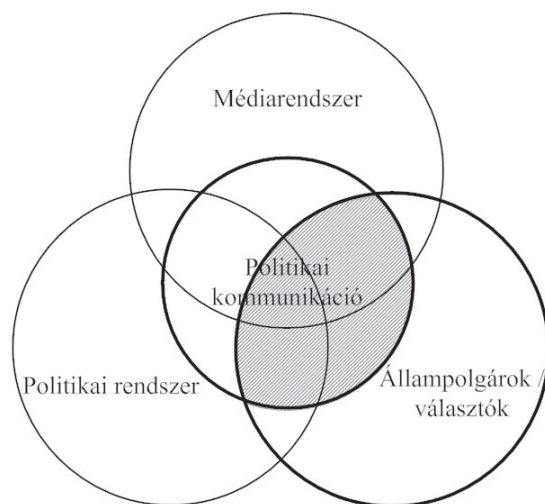
Az állampolgárok politikai kommunikációban betöltött szerepét gyakran blogok, videomegosztó oldalak és más közösségi oldalak alapján elemzik a kutatók (Vö. Himmelsbach 2005; Kitta 2007; Burján 2010). Vita tárgyát képezheti, hogy például a blogok mennyiben részei a politikai életnek, de ezek a viták nem visznek minket közelebb az állampolgárok politikai kommunikációban betöltött szerepének megértéséhez. A legtöbb esetben az új digitális eszközök nem hozták magukkal azt az átalakulást, amit vártak volna tőle. Az online hirdetőtáblák, a Usenet,² a chat szobák egy időben mind a politikai kommunikáció azon „eseményeinek” voltak a példái, hogy mi változtatja meg a politikát (Davis 2009, 32). Nem valósult meg azonban a kilencvenes években olyannyira várt athéni digitális demokrácia és a nagyon félt orwelli forgatókönyv sem. Mindeközben annak vagyunk tanúi, hogy a választók választási cselekvéseken túl, vélemény-nyilvánítással is hathatósan képesek befolyásolni a politika menetét, az egyes választások eredményét. Valami tehát valóban változott a politikai kommunikációban, az új kommunikációs technológiák által fontosabb szerepet kaptak a polgárok. Valószínűleg nem az előbb felsorolt eszközök közül az egyik az, amelyik választ tudna adni a kérdésünkre, véleményem szerint még csak nem is ezeknek az eszközöknek az összessége. Zárójelbe kell tenni új kommunikációs technológián megjelenő eszközöket és helyettük inkább a felhasználókkal, azaz az állampolgárokkal kell foglalkozni. Egészen pontosan az ő motivációikkal, amikkel részt vesznek a politikai kommunikáció folyamataiban és amelyek által interakcióba kerülnek a politikai rendszerrel, a médiarendszerrel és a saját csoportjukkal.

Az állampolgárok/választók csoportja a legnagyobb a politikai kommunikáción belül, emiatt a legösszetettebb is. Különböző csoportjaik között kell rangsorolni, amikor a motivációjukat dolgozza fel a kutató. Talán az egyik legkézenfekvőbb csoportosítás a korosztályok szerinti lenne. Az új technológiák iránt az ifjabb generációk mindig nyitottabbak, hiszen könnyebben adoptálják az újításokat (vö. Rogers 1995). Továbbá, egy olyan generáció lépte át a választókor küszöbét az elmúlt években és évtizedekben, amelynek a gyerekkorában vagy kamaszkorában a számítógép, az internet, a mobiltelefon, a hordozható zene és a videó lejátszók a mindennapi használati tárgyak

¹ A tanulmány alapját a *Bevezetés a hagyományos és az új politikai kommunikáció elméletébe* című, megjelenés alatt álló könyv 11. fejezete adja.

² Ma is létező számítógépes hálózat az 1980-as évekből. Sok hasonlóságot mutat a fórumokkal.

részét képezték. Ezt a generációt nevezik az Y vagy millenniumi generációnak. Számukra a politikai aktivitás nem csak azt jelenti, hogy kimennek az utcára egy nagygyűlésre vagy elmennek egy politikus fogadóórájára. Az online végrehajtható politikai tevékenységeket is politikai aktivitásként élik meg úgy, mint a politikai tartalmú üzenetük feltöltését az internetre (YouTube, Facebook, blog...) vagy a képviselőjük valamilyen online formában történő megkeresését (képviseletől függően e-mail üzenet, honlapról küldött üzenet, Skype-beszélgetés, kommentár...). Az összes generáció mellett többnyire az Y generációról szól ez a tanulmány. Ők azok, akiknek egyes tagjai hamarosan (vagy akár már) döntéseket befolyásoló pozíciókat foglalhatnak el a politikai rendszerben vagy a médiarendszerben.



1. ábra

A politikai kommunikáció nyelvértékesítéskommunikációs-modellje: az állampolgárok/választók csoportja

Az ábra szürkével jelölt területe az, ami az állampolgárok/választók rendszerét szimbolizálja. A közelmúltig a két másik rendszer olyannyira háttérbe szorította az állampolgárokat, hogy most, amikor végre szóhoz jutottak, berobbantak a politikai kommunikáció szereplői közé. Gyakran mindkét szereplővel egyszerre kerülnek interakcióba. E robbanás pora még nem szállt el teljesen, így viszonylag nehéz megállapítani, hogy mi az, aminek hosszú távon is jelentősége lesz és mi az, ami egy idő után jelentéktelenné válik. Jelen pillanatban például nagy kérdés, hogy a YouTube-ra és más videómegosztó oldalakra feltöltött, a választások idején nagy népszerűségnek örvendő politikai célzatú videók, mennyiben képesek befolyásolni a politika menetét, avagy mennyiben az önszórakoztatás részei és milyen szerepük lesz a jövőben.³ Biztosnak tű-

³ A 2008-as amerikai választások kampányában több videót is feltöltöttek ilyen oldalakra, amelyekkel kénytelenek voltak foglalkozni a jelöltek. Ezek közül azonban csak egy-kettő szólt a jelölt programjáról. Az egyik népszerű videót a Will.i.am néven ismert zenész, William James Adams töltötte fel Yes We Can címmel, az Obama kampányt támogatva ezzel. A dal annyira közkedvelt volt, hogy az Obama kampány nem hivatalos himnusza lett. Mások hasznoszerzési céllal töltöttek fel videókat. A Barely Political cég például az Obama Girl néven elhíresült videókkal szerzett magának hírnevet.

nik azonban, hogy ezek a feltöltött videók nem csak a feltöltőt jelölik, hanem azokat is, akik továbbosztják az anyagot. Így az állampolgárok digitális hálózatokon folyó politikai kommunikációját az egyének figyelembevételével a közösségektől (communities) a hálózatokig (networks) kell elemezni, ahogy teszem azt a tanulmány további részében is, miután közelebbről megvizsgáltam a politikai aktivitás változásának néhány fontosabb mérföldkövét.

Napjaink politikai aktivitása

Véleményem szerint a mai demokráciák egyik rákfenéje, hogy politikai ügyekben nehéz mozgósítani a fiatalokat. Jellemzően megvan a véleményük az ország vagy kisebb környezetük vezetőiről, de amikor a tettek mezejére kellene lépni, például választások napján leadni egy szavazatot, akkor a legfiatalabb szavazókorú generáció nehezen mozdul. A jelenséget azzal lehet magyarázni, hogy a szüleikhez képest a fiatalok nehezebben jutnak munkához, sokkal drágábban vásárolhatnak lakást, és mindezek mellett a család intézményére sem úgy tekintenek, mint a korábbi generációk. Házasságban lenni inkább kötettséget jelent, mintsem biztonságot. Egy mondatba foglalva tehát, nem a szüleik által képviselt világkép és a politikai rendszerbe vetett bizalom jellemzi őket.

Michael Delli Carpini pontokba gyűjtötte az amerikai fiatalok jellemzőit (2000, 341–343):

- Kevésbé bíznak az emberekben. Az emberek inkább magukkal törődnek, mintsem azzal, hogy egymásnak segítsenek.
- Kevésbé érdeklődnek a politika vagy a közélet. Akik ritkán néznek híreket, azok nehezen tartják a lépést a politikai történésekkel, mivel nem ismerik az előzményeket. Mindemellett a nagy többség egyáltalán nem is követi az eseményeket.
- Kevésbé valószínű, hogy büszkeséget vagy kötelezettséget éreznek az Egyesült Államokkal, az állampolgárságukkal kapcsolatban.
- Kevésbé ismerik a politika lényegét és az ott zajló folyamatokat.
- Kisebbségi valószínűséggel olvasnak híreket.
- Kisebbségi valószínűséggel regisztrálják magukat a szavazás előtt.⁴
- Kisebbségi valószínűséggel vesznek részt a választásokat megelőző kampányokban.
- Kisebbségi valószínűséggel vesznek részt olyan közösségi munkában, aminek célja a közösséget érintő gondok ellen való nyilvános, együttes fellépés.
- Kevésbé valószínű, hogy a problémák megoldása végett egyéni erőfeszítéseket tennének, a hagyományos, kollektív polgári részvétel útján.

Európai viszonyok között nem lehet mindenben egyetérteni Delli Carpinivel. Európában ismeretlen a választások előtti regisztráció intézménye, illetve a civil szervezetek sem annyira szofisztikáltak és strukturáltak, mint az amerikai politikai kultúra-

⁴ A fiatalok az USA-ban is a 18. életévüktől jogosultak szavazni, de egy kivételtől eltekintve az összes tagállamban regisztrálniuk kell magukat a polgároknak a választások napját megelőzően. Több tagállamban úgy lazítottak a szabályon, hogy a választás napján is regisztrálhatja magát az ember.

ban. Ugyanakkor a folyamatok egy része Európában is megfigyelhető, általánosságban mindenképpen igaz, hogy kevesebb fiatal vesz részt a közösségi munkákban, kevésbé követik a híreket, nem érznek úgy az állam és az állampolgárság iránt, mint a korábbi generációk.

Delli Carpini azonban a politikai részvétel hagyományos formáit elemezte ki, nem vette figyelembe az új technológiák következtében beálló változásokat. Az lát-szik ugyanis, hogy a részvételi demokrácia digitális hálózatokon végbemenő változásai növelik a fiatalok politikai aktivitását. A Világkereskedelmi Szervezet 1999-es Seattle-i csúcstalálkozója és a 2000-es davosi Világgazdasági Fórum ellen szervezett tüntetések vagy a 2011-es Occupy Wall Street mozgalmak jelzik azokat a mérföldköveket, amikor az internet révén összekapcsolódott fiatalok a fizikai helyszíneken és a virtuális világban fejezték ki véleményüket a globális és/vagy helyi politikai folyamatokról. Megtalálható a politikai aktivitás tehát, csak gyakran rossz helyen keresik a kutatók (Ld. Scammel 2000, 354–355). Az online aktivitás formáit még csak most tanuljuk, de biztosnak látszik, hogy változnak a játékszabályok.

Jól jellemzi a politikai aktivitás változó formáinak új szabályait a 2008-as amerikai elnökválasztás. A kampány során elsősorban a fiatalok körében vált divattá Barack Obama „ismerősének” lenni valamelyik közösségi portálon. A 2008. novemberi választások előtt hárommillió ismerőse volt Obamának a Facebook közösségi oldalon, a következő év januárjában, a beiktatásakor 3,7 millió.⁵ 2009. januárjában több mint egymillió támogatót tudhatott maga mögött a Myspace közösségi oldalon. Mindezek mellett a kampánycsapat 13 millió Obama támogató e-mail címét gyűjtötte össze. Így nem csoda, ha a kampány során a hagyományos média helyett – kikerülve annak rugalmatlan hírciklusát – inkább az online hírszivárogtatás mellett döntött az Obama-csapat, amit vagy e-mailben, vagy sms-ben, vagy a YouTube videómegosztó közösségi honlapon tett közzé a jelölt, családtagja vagy kampánystábjának egyik ismert embere. Az online kampány komolyságát jelzi, hogy Joe Biden alelnökjelölt személyét először nem a hagyományos médiában jelentették be, hanem a támogatóitól külön erre az alkalomra összegyűjtött mobil telefonszám adatbázissal osztották meg. A média is innen informálódott (Merkovity 2009, 100).

Az Obama kampány során létrejött online választói támogatással kapcsolatban még egy fontos jellemző fedezhető fel, amivel a tanácsadók számoltak a kampány során. Mind a kampánystáb, mind a benne résztvevők közösségként aposztrofálták magukat, azonban a mód, ahogy kezelték őket, inkább egy laza kapcsolatú, gyors és ütőképes hálózatra hasonlított.

A közösségektől a hálózatokig

A változó politikai tér kapcsán írta Steven Barnett 1997-ben, hogy az új média az új kommunikációs technológia gyors fejlődését jelenti. Jelleghenél fogva egybeköti majd az audiovizuális szórakozást és a híreket, azaz a televíziót és a rádiót; online információs bázisokat és adatbázisokat, amelyek pl. a teletexten érhetőek el; hangátvitelt, azaz a telefont; és az adatokkal való manipulációs lehetőséget, amelyek a számítógépe-

⁵ A Facebook közösségi oldalnak abban az időben valamivel több mint 150 millió felhasználója volt.

ken tárolódnak. Szerinte a demokrácia oldaláról tekintve a változásokat, a következő négy végeredmény várható:

- Végtelen számú információt lehet elérhetővé tenni,
- bárki, bárhol és bármikor tud kommunikálni bárkivel, bárhol, bármeddig,
- az információhoz való hozzáférés az állampolgár „kisujjában” lesz, és a kényelmet szolgálja,
- a hozzáférés potenciálisan univerzális. Szinte minden csatlakozhat mindennel (a számítógéptől a televíziókészüléken át a mobiltelefonig) (Barnett 1997, 203–204).

Évekkel Barnett tanulmánya után megállapíthatjuk, hogy jövendölése többé-kevésbé igaznak bizonyult. A tudományos élet és a média virtuális közösségekről beszél, amelyek hol növekednek, hol felvásárolják őket, hol kettészakadnak, hol összeborulnak. Igazából még le sem zárult a vita, hogy mennyiben negyedik hatalmi ág a média, amikor már az ötödik hatalmi ágról beszélünk, a blogokról (Gillmor 2004; Himmelsbach 2005), amelyeknek a negyedik hatalmi ág feladatain túl feladata, hogy ellenőrizze a hagyományos médiát, kritizálja azt, és óvja a politikai befolyásolástól. Ugyanakkor az ötödik hatalmi ágon belül kérdés például, hogy léteznek-e egyáltalán blogszféra akkor, amikor csak nagyon kicsi azon blogoknak a száma, amelyek interakcióban állnak egymással, inkább a „magamnak írás” jellemzi a legtöbbjét. Ennek ellenére például a különböző politikai oldalokról érkező blogírók és a politikusok által írt blogok politikai közösségépítésről beszélnek, ahelyett, hogy egyének összekapcsolásáról, azaz hálózatosodásról beszélnének.⁶ Még a városi legendák terjedését is kultúrák és közösségek közötti kapcsolatokkal jellemzik, holott sokkal könnyebben magyarázhatóak akár a városi legendák, akár más információk terjedése a hálózatokkal.⁷

Nem szabad megfélemedezni a hagyományos közösségekről sem. Ezek a közösségek változásokon esnek át az internet által. Barry Wellman szerint a könnyedén áthidalható terek és időzónák lehetővé teszik az azonnali üzenetváltást, ugyanakkor az információs hálózatok nem fogják eltörölni a valós tér és találkozás fontosságát. Példaként említi, hogy a legtöbb e-mail és chatváltás arról szól, hogy az emberek találkozókat beszéljenek meg egymással (Wellman 2001, 2033). A gond ott kezdődik, amikor az a kép kezd el élni az információs hálózatokra kapcsolódott egyénekről, hogy közösségekbe kapcsolódnak, azokban élnek online mindennapjaikat. Így a társadalomtudományok megpróbálták leírni ezeket, miszerint léteznek „leíró és előíró, lokális vagy globális, térbélieleg kötött vagy kötetlen, nyilvános vagy privát, organikus vagy mecha-

⁶ Ellen-, és az elmúlt időszak talán egyik legjobb pozitív példája Barack Obama, USA demokrata párti elnökjelöltjének honlapja volt, ahol a hobbitól a választási kampányig, valóban közösségépítés zajlott. Azóta is ezt a mintát igyekeznek követni más politikusok is.

⁷ E műben külön nem térek ki, de a városi legendák terjedésével jól nyomon lehet követni a számítógép közvetítette kommunikáció (computer mediated communication – CMC) hálózati logikáját és az orális kultúra változását. Azt láthatjuk, hogy az emberi kommunikáció mindinkább nemlineáris, decentralizált és alapjává a multimédia válik. A beszélt és az írott nyelv közötti különbségek egyre kevésbé számítanak (Lásd: Fernback 2003). Ennek azt kellene jelentenie, hogy elvesznek azok az elfogadott nyelvi kódok, amelyeket mindenki ismer, illetve azt, hogy egy közösség nyelvi kódjai nagyban különböznek egy másik közösségétől. Azonban tudjuk, hogy ez nem igaz. Akkor viszont kénytelenek vagyunk arra gondolni, hogy a közösségek kódjaikban nem különböznek egymástól. Ami szintén nem állja meg helyét. A hálózatokkal viszont magyarázható lenne az eltérő kódbeli tulajdonságok jelentősége.

nikus, szándékos vagy véletlen, céltudatos vagy céltalan, elnyomó vagy felszabadító, funkcionális vagy diszfunkcionális közösségek” (Fernback 2007, 52). Jan Fernback szerint a nyugati kultúrában túltelítetté vált a közösség kifejezés, amióta politikai, kulturális, gazdasági és technikai értelemben is felkapott szó (buzzword) lett. Véleményem szerint azonban az emberek nem csoportokban, „közösségileg” kapcsolódnak a hálózatokra, hanem egyénileg. Ebből következik, hogy az online közösségek megléte nem magától értendő, valaminek lennie kell, ami kiváltja, hogy létrejöjjön egy virtuális közösség. Ez a valami pedig nem más, mint az egyének hálózatosodása, ami közvetlen kiváltója – Pippa Norris kifejezését használva – a töredezett hiperpluralizmusnak. „Az internet egy olyan médium, ahol szinte korlátlan választék és minimális kötöttség mellett dönthetik el a felhasználók, hogy mit nézzenek meg, mit hozzanak létre, másrészt megoszthatják egymással hasonló hitüket és értéküket” (Norris 2002, 4).

Szem előtt tartva az információs hálózatok, és ezen belül elsősorban az internet által a hagyományos közösségekre gyakorolt pozitív hatásokat, a digitális hálózatra csatlakozott egyének esetében mégsem beszélhetünk automatikusan közösségekről. Virtuális személyiségek és információk áramlásáról beszélhetünk, amelyekben az emberek annak megvitatásával például, hogy hogyan telt a napjuk, mit ettek, láttak, olvastak a nap folyamán, megoszthatják tapasztalataikat. Lefordítva a politika nyelvére, egy nyilvános államot hozhatnak létre, melyben a véleményeket cserélnek és versenyeztetnek (Bradwell–Gallagher 2007, 61). Nem mindegy azonban, hogy mindezt hogyan teszik. Attól függően, hogy ténylegesen részt vesznek-e az online hálózatok alakításában, vagy csak passzív szemlélői az eseményeknek két alapvető individuum típust, és így kétféle hálózatot tudunk megkülönböztetni.

Kétféle hálózat

A különbségek előtt a kiindulópontot kell megkeresni. Ez pedig nem lesz más, mint az individuum, azaz a felhasználó. Nem vitatom a narratív pszichológia tételét, hogy akárcsak a naplórírásnál, ugyanúgy az online világban az individuum nem reprodukálja, hanem rekonstruálja önmagát (vö. Tókos 2006, 48–61.). Így az egyén rekonstruálásban nem köszön vissza egyértelműen a társadalmi helyzet. Hiszen, aki csatlakozik, ugyanahhoz a digitális hálózathoz és ugyanolyan eséllyel csatlakozik, mindenki ugyanannak a témának különböző variánsaihoz tud hozzászólni vagy tud közösséget alapítani. Az új média gyors elfogadásának és elterjedésének hála érzékelhetjük, hogy ezek hatással vannak a társadalmi hierarchiákra éppúgy, mint az egyenlőtlenségekre és a részvételi lehetőségekre is (Stehr 2007). Az új technológián megjelenő civilek tehát nem a posztindustrialista társadalomból megszerzett helyüket keresik a hálózatokon, hanem saját utat kezdenek el járni.

Az egyének identitásának esszenciáját Sonnevend Júlia ragadja meg a Google Earth kapcsán: „A kezdetekkor a Google Earth-t kizárólag a gazdasági elit egyik prominens képviselője, a Google Inc. hozta létre, és ennyiben a panorámafestészet klaszszikusan elitista hagyományába illeszkedett, ám ami jelenleg tapasztalható, már eltér a sok évszázados tradíciótól. Több millióan alakítják álmaik, vágyaik, elképzeléseik szerint a Google Earth terét, mely akár a demokratikus kultúra megvalósulásának egyik

mintapéldájaként is említhető. [...] Azok, akik számítógépes karaktereiket beépítik a Google Earth térbe, fényképeket töltenek fel, vagy éppen kedvenc épületeiket jelölik ott be, a legkülönbözőbb világokból érkeznek; a nagyszámú egyén résztvevő miatt a projekt sohasem válhat egyetlen világnézet hírnökévé” (Sonnevend 2007, 12). Egyrészt azért nem válhat egyetlen világnézet hírnökévé, mert az állampolgárai átnyúlnak a nemzeti eszme és politika táptalaját adó állam határain, amikor nemzetközi közösségekhez és hálózatokhoz csatlakoznak, mint amilyen például a Google Earth, a Facebook, a Twitter stb. Másrészt, mert a választók az eddigiektől eltérő logika mentén szegmentálódnak majd a régi államhatárokon belül. Az így hálózatosodott egyének további fejlődését biztosítja a szociális igazságosság és a kölcsönös tisztelet minimum alapja. Céljuk pedig a hatalmi rendszer megváltoztatása, illetve azoknak a gátaknak az eltávolítása, amelyek eddig megakadályozták, hogy az emberek részt vegyenek az őket érintő ügyek megvitatásában (SCCD 2001, 5). Az immár rekonstruált individuummal rendelkező, hálózatokba szerveződő, politikai megnyilvánulásait kifejező állampolgároknak igényeik is lesznek. Ezért kénytelen a politika is észrevenni az új civileket és lehetséges alternatívákat nyújtani nekik.

Ahhoz, hogy a politika alternatívát ajánlhasson, először szegmentálnia kell, amit a felhasználók technológiához való viszonya szerint tehet meg. Egyik oldalon található azok a felhasználók, akik politikai véleményüket a valós térben fejezik ki (pl. Occupy és arab tavasz mozgalmakhoz hasonló smart mobok, valamint teljesen más szinten pl. a flash mobok), míg a másik oldalon a virtuális térben teszik ugyanezt (pl. Anonymous hackercsoport vagy más hackercsoportok). Amíg az egyik esetben csak eszközként, addig másikban elsősorban célként és csak másodsorban eszközként alkalmazzák az új technológiákat.

Az aktív és inaktív hálózatok

Az információs hálózatok segítségével a civilek olyan aktív politikaalkotókká válhatnak, mint amilyen a média. A mód, ahogy a hálózatokhoz nyúlnak determinálja, hogy milyen csoportba kerülnek a felhasználók. Aktívak lesznek a példában említett hackercsoportok, míg az inaktívak a digitális hálózatokon szervezett, de részvételüket offline módon végrehajtó arab tavasz és más hasonló mozgalmak résztvevői.⁸

Az aktív netpolgárok azok, akik ismerik az érdeklődési körükben fellelhető ismeretségi hálózatok működési módozatait, nem egy esetben fizikailag is tudják manipulálni azokat. Az inaktívak a hagyományos, úgynevezett offline körökben mozognak otthonosabban, azoknak a manipulálásához értenek inkább. Az ismeretségi hálózatok az offline élet kiterjesztését jelenti az inaktívak számára. Emiatt az új technológiát elsősorban mint a célhoz vezető eszközt használják. Az aktívak az eszköz mellett a célt is ugyanott találják.

Más szavakkal, az aktívak információs hálózatok használata közvetlenül visszahat a technikai rendszerre, míg az inaktívak az alkalmazások és rendszerek befogadói, akik nincsenek közvetlen kölcsönhatásban a rendszerrel, de hozzájárulnak annak evolúciójához.

⁸ További példák az aktív csoportokra a 2007 májusában lezajló ún. orosz–észti szájberháború, míg az inaktívakra a 2005-ben történt francia vagy 2006-ban történt magyar zavargások.

Manuel Castells az internetre nézve ezt a megkülönböztetést a termelő kultúra és a fogyasztó felhasználók terminológiával választotta szét (Castells 2002). Szerinte a termelő felhasználók hajtják előre az új fejlesztéseket, a fogyasztók pedig az így nyert eredményeket használják. Némi megkötéssel az aktív-inaktív hálózatok felhasználói leírására is alkalmazható ez a különbségtétel.

Értve az eltérő logikákat, már részletesen is szét lehet választani a két csoportot.

Az inaktív hálózatok

Az elnevezésük nem azt az elemet kívánja megragadni, hogy az inaktív hálózatok cselekvésüket tekintve passzívan kezelik az új technológia adta lehetőségeket. Ellenkezőleg, hálózataik nagyon is aktívak, viszont, mint azt már jeleztem, olyan offline hálózatok digitális továbbélésében kell őket keresni, mint amilyenek a környezetvédő, az emberi jogok védelméért küzdő, a globalizációellenes szervezetek, esetleg egy ideológia mentén, mint amilyen a kommunizmus, neofasizmus. Míg az előbbi szervezetek céljaival könnyű szimpatizálni és könnyű mögéjük állni, addig az ideológiai hálózatok már-már a földalatti mozgalom jegyeit viselik magukon, az új technológiának köszönhetően ugyanakkor különösebb erőfeszítés nélkül érheti el őket a nagyközönség, és nem utolsó sorban, a különböző hálózatok is egymást.

Az inaktívak esetében általában igaz, hogy tagjaik meglévő hierarchikus viszonyokba tagozódnak, amelyeknek megvannak a maguk gócpontjai, ahonnan bármikor mozgósíthatók mind a virtuális, mind a hagyományos tagok. Viszont nem lehet figyelmen kívül hagyni azt a tényt, hogy mozgósítás közben – akárcsak a példában említett tüntetések és zavargások résztvevőinél – a hierarchia gyakran felborul, vagy egyáltalán nem is létezik. Különösen igaz, hogy nincs hierarchia, ha a választók demokratikus deficit érzete indítja be a hálózatot.

Működése közben a legtöbb inaktív hálózaton a szervezetelméletből ismert adhokrácia lesz úrrá. Az adhokrácia kifejezést Alvin Toffler alkotta a bürokrácia ellentétjeként,⁹ vagyis amikor a döntéshozatal – a folyamatosan újrastrukturálódó környezet következtében – a tagok és az egységek közötti állandó egyeztetés nyomán jut deklarálásra. Manapság erre jobb platformot nem is lehetne találni, mint a digitális eszközöket és azok hálózatait.

Az adhokrácia nyilvánvaló működését akkor lehet látni, amikor az inaktív hálózatok az utcára vonulnak. Ez ad magyarázatot arra is, hogy egy alapvetően gazdasági fogalomból hogyan lesz politológiai fogalom. Az adhokrácia részletes leírását Howard Rheingold tette meg, és őt követve nevezi a szakirodalom az ilyen megmozdulásokat smart mobsnak. Rheingold szerint a régi (telefon, média, adatbázis-tárolók) és az új technológia (elsősorban az internet, mobiltelefon) összeolvadásának köszönhetően mára a „dumb mobs”-t felváltotta a notebookokkal, gps-ekkel, PDA eszközökkel, 3G alkalmazásokat használó, telefonokkal felszerelkezett smart mobs (Rheingold 2002).

⁹ Az adhokrácia (adocracy) szó az „ad hoc” – rögtönzött, és a „-krácia” – uralomban levők összessége szavakból áll össze. A kifejezést első alkalommal a *Future Shock* (1970) című könyvében használja Toffler, amit a gazdaságtan értelmezett tovább.

A mai fiatalok egyszerűen tudják mozgósítani magukat. Emiatt ha a hatalommal való összetűzésről van szó, könnyen tudnak mozogni, mint azt láthattuk a francia vagy az egyiptomi zavargások idején. Szorosan ehhez a fogalomhoz kapcsolódik, csak az esemény hosszúságában más a flash mobs, ami rövid idejű, villám akciókat jelent. Közismert példája a valójában nem flash mobnak indult Critical Mass elnevezésű kerékpáros felvonulás. Az első alkalommal 1992-ben San Franciscóban megrendezett eseményt a világhálónak köszönhetően azóta a Föld számos pontján megszervezik. Az esemény lényege, hogy a kerékpáros felvonulók magáért a kerékpározásért tekernek át a városon, amit nem jelentenek be előre a hatóságoknak. Legtöbbször az útvonalat és a célállomást sem határozzák meg. Nem kérnek semmiféle médiatámogatást, miközben kisebb-nagyobb fennakadásokat okoznak a közlekedésben, magukra vonva ezzel a figyelmet.¹⁰

Nem meglepő, hogy az így szerveződő flash és smart mobokat a mindenkori hatalom és annak különböző egységei is figyelemmel kísérik. Így az sem meglepő, hogy például a magyar rendőrségnek is megvan a maga értelmezése, hogy mit jelent a hagyományos értelemben vett demonstráció, a smart mob és a flash mob. Tóth Gábor volt budapesti rendőrfőkapitány egy, az újságírók szervezte spontán demonstrációról szóló interjújában a következőket mondta:¹¹

„Flashmob volt már Budapesten többször, kint voltam akkor is, amikor járókelők sétáltak egy-két percig az Andrássy és a Bajcsy kereszteződésében, tudok arról, mikor a Nyugatinál kispárnával akcióztak a résztvevők. Most is tudtuk, hogy valami hasonló készül.

A rendőri vezetőknek tudniuk kell különbséget tenni: ide kimegy 30-40 újságíró, felveszi a presszes mellényt, fényképez, de nem lesznek szónoklatok, nem lesznek transzparensok. Nem egy klasszikus politikai demonstrációról van szó, néhány percig tart, aztán mindenki elindul haza” (Király – Spirk 2007).

Az interjú alapján is értelmezhető a két jelenség. Ezek szerint flash mobról akkor beszélünk, ha a digitális hálózatokon szerveződve egy jól behatárolható tömeg konkrét céllal vonul ki az utcára (de legalábbis egy nyilvános helyre), majd a dolga végeztével, ami párnacsatától szőnyegvásárláson át interjúkészítésig bármi lehet, hazamegy. Az adhokrácia a szervezésben nem jellemző, inkább csak a kivitelezés sajátja. Követve a gondolatmenetet, a smart mob szintén digitális hálózatokon szerveződik. A cél nem feltétlenül egyértelmű, még akkor sem, ha például a demokráciadeficit helyreállítását

¹⁰ Tipikus példaként szokták ugyan emlegetni a Critical Mass kerékpáros felvonulást, annyit azért meg kell jegyezni, annak ellenére, hogy az esemény főszervezői világszerte előszeretettel nyilatkoznak flash mob honlapoknak, a Critical Mass nem tipikus flash mob megmozdulás. Már csak azért sem, mert az első, 1992-es esemény idején nem is lehetett volna az új technológiák segítségével megszervezni, mivel azok még nem voltak annyira elterjedve, mint manapság. Viszont abban, ahogy lebonyolítják az eseményt, és nem egy esetben összetűzésbe kerülnek a rendőrséggel és az autósokkal (mivel nem bejelentett megmozdulásról van szó), már igenis flash mob jegyeket viselnek magukon. Ez alól a magyar Critical Mass mind szervezési fázisában, mind lebonyolításában kivételt képez. Az első igazi, már valóban az új technológia segítségével lebonyolított flash mob megmozdulást Bill Wasikhoz, a Harper's Magazine szerkesztőjéhez kötik, aki 2003-ban egy manhattani boltba szervezte a megmozdulást, ahol, a tudósítások szerint, ezer ember egyszerre akart „szerelmeskedő szőnyeg” vásárolni.

¹¹ 2007 novemberében egy nem bejelentett demonstráció alkalmával az intézkedő rendőrök két újságírót is előállítottak Budapesten. Ez ellen tiltakoztak az újságírók egy flash mob keretében.

nevezi meg annak, mivel könnyen lehetnek olyan „melléktermékei”, mint amilyenek a zavargások, gyűjtogatások, rongálások stb. Inkább az érzelem hajtja, mint a szervezethez. Miután a célját nem lehet egyértelműen meghatározni, így azt sem lehet előre tudni, hogy mikor ér véget, vagy egy nyugvópont után mikor szerveződik újra. Az adhokrácia mind a szervezésben, mind a kivitelezésben fontos jellemzője a tömegnek. A hagyományos demonstráció abban különbözik a smart mobtól, hogy nem az információs hálózatokon szerveződik, a célja könnyen definiálható és nincs ad hoc jellege – már csak azért sem, mert kivitelezése megállapodáson alapul.¹²

Mint láthatjuk egyszerű az inaktív hálózatok tudományos megfigyelése, amit a tudományos társadalom végre is hajtott az elmúlt években. Ismerjük az inaktív hálózatokat, értjük a működési mechanizmusait. Más a helyzet az aktív hálózatokkal, amelyeknek minden lehetőség adott, hogy az úgynevezett mély web¹³ oldalain építkezzenek, és jobb esetben csak az eredményük kerüljön napvilágra. Emiatt az aktív hálózatok feltérképezése nehezebb feladat.

Az aktív hálózatok

Az aktív hálóját azok a netizenek alkotják, akik a személyes kapcsolatok helyett az úgynevezett ismertségi hálózatokon (social networks), online kerülnek interakcióba más emberekkel. Példaként említhetem a Google Earth-öt vagy a Wikipédiát, vagyis azokat a virtuális közösségeket, amelyeket manapság a web 2.0 jelzővel szoktak illetni. A web 2.0-ás alkalmazásokban pedig egy közös elem van, a kommunikáció, legyen az hangos vagy írott, álló- vagy mozgóképi. A kommunikáció következménye az egymástól függő aktivitásoknak, és ezzel vágyat, erőfeszítést vagy akciót válthat ki (Dewey 1954). Tegyük hozzá, hogy ha valakik közösen vágyakoznak vagy cselekednek, akkor elkerülhetetlen a hálózatosodásuk, majd később a közösségé alakulásuk.

Az „aktív” elnevezésről szintén meg kell jegyeznem, hogy nem a hálózatok folyamatos fizikai mozgására gondolok. Ebből a szempontból az inaktív hálózatok mozgékonyabbnak mondhatók, mint az aktív hálózatok. Valójában a digitális hálózatokon megnyilvánuló aktív jelenlétük után kapták a nevüket. Fontos ismertetőjegyük, hogy átnyúlnak a nemzetállamok határain, a legtöbb esetben nem számítanak a fizikai jellemzők, mint amilyen például a bőrszín, vallás, etnikai hovatartozás, sőt az is előfordulhat, hogy a beszélt és/vagy írott nyelvnek sincs olyan szerepe, mint a hagyományos kapcsolatok esetén. Fontosabb lesz a minimális technikai hozzáértés, amelyet akkor értünk meg, ha az aktív hálózatokat a castelli termelő kultúra szempontjából vizsgáljuk.

Manuel Castells szerint a termelői kultúra, innovatív voltából kifolyólag volt az, amely a kezdetektől meghatározta az információs hálózatok fejlődését (Castells 2002). A termelői kultúrát további négy rétegre lehet osztani: (1) A hacker kultúra nonprofit alapon segíti elő a digitális fejlődést. A nyílt forrás és a szabad szoftver mozgalmak kapcsolódnak a nevükhöz, amelyeknek a lényege, hogy egy elkezdett programot mi-

¹² Ilyenek például a szakszervezetek által szervezett demonstrációk, sztrájkok.

¹³ A mély web, vagyis a deep web azokat az internetes oldalakat jelenti, amelyeket nem lehet megtalálni az internetes keresőkben. Ilyenek például a levelezőlisták e-mailjei, vagy egyes zárt adatbázisok.

nél többen tudjanak tökéletesíteni, emiatt a szoftver forráskódját mindenki számára nyílttá, azaz elérhetővé teszik. Az ajándékozás gesztusa tartja életben a hacker kultúrát. (2) A techno-meritokrata kultúra szabályok és szokások mentén kapcsolódó együttműködési hálózat. Szintén a digitális fejlődésért dolgoznak. A hackerekkel ellentétben azonban ez a kultúra profitorientált, emiatt a fejlesztések forráskódjait nem adják ki, a saját zárt hálózatukban oldják meg a felmerülő problémákat. „Ez a kultúra hisz abban, hogy a műszaki-tudományos fejlődés eleve jó, az emberiség előrehaladásának a záloga” (Castells 2002, 48). (3) A virtuális közösségformálók azok, akik felhasználják, esetenként evangelizálják az előző két kultúra eredményeit. Társadalmi hálót vonnak a termelői kultúra köré, az együvé tartozás, a közös gondolkodás és a kölcsönhatások révén. Itt találkoznak össze az előző két kultúra tagjai. (4) A vállalkozói kultúra feladata egyrészt az új eredmények disztribúciója a fogyasztói kultúra, vagyis az inaktív hálózatok irányába. Másrészt ennek a kultúrának a profit számít, nem tud mit kezdeni a hackerek ajándékaival. Emiatt célja a hacker kultúra becsatornázása a techno-meritokrata kultúrába, azaz, a hackerekből technokratákat „gyártani”.

Végigtekintve a termelők négyrétegű kultúráján egyértelmű, hogy az aktív hálózatok lesznek a virtuális közösségformálók, azzal a megkötéssel, hogy az aktívak a többi kultúrából is táplálkoznak. Itt elsősorban a hacker kultúrára kell gondolni, amelynek hagyományai tisztán látszanak a fenti példákban említett Anonymous hackercsoport és orosz szájbberaktivisták esetében.¹⁴ Miután az aktívak eszközként és célként is használják a digitális hálózatokat, így használat közben a disztribúcióból is kivesszik részüket, igaz, ebből anyagilag nem profitálnak. Az aktívak között találjuk meg azokat is, akik átlátják a techno-meritokraták felépítését, és nem egyszer éles kritikával illetik azok működését, miközben ők is azon vannak, hogy valamilyen módon közérjük kerüljenek.

Mivel egy felhasználó többféle hálózatnak is tagja lehet, attól függően, hogy adott helyzetben mi foglalkoztatja, tovább kell gondolnunk az aktív hálózatok kérdését. Perri 6 négy tipikus hálózatot különböztet meg. Mielőtt ezeket felsorolnám és áttekinteném, meg kell jegyezni, hogy ahogy az aktív-inaktív hálózatokat sem, a most következő hálózatokat sem találjuk meg vegytiszta formában. Azonban arra jók, hogy elvállasszunk egymástól jellemző vonásokat, illetve a jobb érthetőség kedvéért, mindennapi példákon láthassuk, hogy az aktív hálózatok igazából nem is térnek el annyira a már ismert, offline hálózatoktól.

Ezek szerint, a következő négy tipikus hálózatot különböztethetjük meg:

- az individualista hálózatokat,
- a közbeékelte hálózatokat,
- a hierarchikus hálózatokat és
- az elszigetelt hálózatokat (6, Perri 2004, 133–134).

Az individualista hálózatok ritkák, de nyíltak, szívesen fogadják a tőlük távol álló vállalkozó kedvéket és a közreműködőket. Ha a mindennapokból keresünk példát,

¹⁴ Ezen a ponton tartom fontosnak megjegyezni, hogy a hackerek voltak az elsők, akik megvalósították az online együtt tervezést és cselekvést. Így az aktív hálózatok elődjeinek is tekinthetjük őket. Általában a hibák kijavítása, tehát elsődlegesen jó szándék vezérli őket. Míg a crackerek a hackerek leágazásai, a rombolás az elsődleges céljuk. Az orosz aktivistákat tehát a crackerek közé sorolhatjuk. Írásomban azonban a kettőt egybemosva, hackernek nevezem mindkettőt.

akkor az ismert értelmiségiek és a hozzájuk kapcsolódók lennének az offline megfelelői. Az individualista hálózatok lényege, hogy amikor működni kezdenek, akkor odafigyelnek rájuk a felhasználók, morális mérceként tekintenek rájuk. A közbeékelte hálózatok azok, amelyek gyakoriak ugyan, de behatároltak, mert a hasonló helyzetűeket igyekeznek összekötni az információs térben. A hasonló helyzet alatt azonos világnézetre vagy azonos pártpreferenciára kell gondolni. A zártkörű klubok vagy művelődési egyesületek különböző csoportjai működnék hasonlóan a mindennapi életben, azzal a kitételrel, hogy egy offline zártkörű klub nem egyszer anyagi cenzust határoz meg a tagsághoz, ezért sántít kissé a példa. A hierarchikus hálózatok ugyancsak behatároltak, de olyan embereket kapcsolnak össze, akik különböző erővel és forrással tudnak részt venni a munkában. Elsősorban feladatorientált hálózatok. Az offline életben a munkahelyi vagy iskolai kapcsolatok emlékeztetnek a hierarchikus hálózatokra. Az elszigetelt hálózatok a ritka és az eseti hálózatok keveréke, ahol a közeli kapcsolatok számítanak, ritkán engednek be új tagokat, illetve szűk az a terület, amelyben közösen cselekednek. Hagyományosan ilyenek a családi vagy gyerekkori barátok közötti kapcsolatok.

Mindegyik hálózatnak megvan a maga előnye és hátránya. Az individualista hálózatok a morális mérce miatt hasznosak a társadalmi kommunikációban viszont kevés van belőlük. A közbeékeltek a mindenkori mainstreamből kivaszítottakat is összefogják, viszont hibájuk, hogy más szemléletűt csak nehezen engednek be. A hierarchikus hálózatok az oktatás területén lehetnek erősek, de mint általában a hierarchikus megoldásoknál, egy-egy információ lassan jut el az egyik csomópontból a másikba. Az izoláltak szerepe megnőhet krízis idején, azonban az a baj, hogy csak esetiek, és emiatt a legritkábbak, ezért korlátozott a vizsgálhatóságuk.

Vegyítsza hálózatokat nehéz találni, viszont arra jók, hogy értsük az aktívak szerveződésének logikáját. A vizsgálatukat csak nehezíti, hogy nem egyszer a nemzethatárokon túl fejtik ki hatásukat. Annyit azonban tudunk az aktívokról, hogy az állampolgárok csoportjában ők általában az információ birtokosai, vagyis ők a netokraták, ami olvasatomban az aktívák szélsőséges megnyilvánulását jelenti.

A netokrácia elmélete szerint, akié az információ, azé a hatalom, de mivel a netokraták nem tudják monopolizálni helyzetüket, emiatt folyamatosan harcban állnak az információ birtoklásáért. Ebben a harcban természetesen nem csak a felhasználók, hanem az összes többi szereplő is részt vesz. Viszont az egyes emberek tudása nem elég. A hálózatok tudása határozza meg, hogy ki lesz az elit. Ez egyben azt is jelenti, hogy az egyéni cél eléréséhez egy azonos céllal rendelkező hálózatra van szükség (Bard–Söderquist 2002). Miután a civileknek ekkora tömegekben, mint az új technológiákon, még nem volt alkalmuk soha hálózatosodni, ezért előnyben lehetnek a már meglévő régi hálózatok digitális formái, így a posztindusztrialista alapokon működő pártok vagy gazdasági szervezetek, megelőzhetnék őket az információért folyó versenyben. Egyelőre azonban nem ez történik.

A politikának érdeke, hogy tematizálja az aktív hálózatokat, mert így tudja biztosítani a saját létét. Ez akkor is cél lehet, ha nem minden tagja tartozik az ő politikai teréhez. A tematizálást pedig a legjobban úgy érheti el, hogy felismeri a hálózatokat és különböző gazdasági, politikai, esetleg kulturális eszközök révén lekötelezi őket. Ez már csak azért is szükséges a politikának, mert amikor azt írtam, hogy az aktívak számítanak a techno-meritokrata kultúra legnagyobb kritikusaiknak, akkor a kritikák célpontjába a politikát és a politikusokat is bele kell értenünk.

A két hálózat közötti különbségek

Táblázatba foglalva a két hálózatot, a következőket láthatjuk:

1. táblázat

Az inaktív-aktív hálózatok néhány eltérő tulajdonsága

Eltérő momentumok	Inaktív hálózatok	Aktív hálózatok
Az új technológiához való viszonyuk:	az új technológia eszköz	az új technológia eszköz és cél
A „fizikai” világhoz való viszonyuk:	hagyományos módon tartják a kapcsolatokat, amelyeket mindinkább kiegészítenek az új információs és kommunikációs technológiák (ld. Facebook)	netizenek, információs ismertségi hálózatok (social networks) tagjai, a hagyományos kapcsolattartás másodlagossá válása
Mire használják a hálózatokat?	mozgósításra alkalmas kommunikációs csatornaként használják	a közösségi internetezés hívei, véleményeket, információkat gyűjtenek és osztanak meg
Szerveződési formáik:	smart mobs és flash mobs az adhokrácia által	a cracker/hacker kultúra hagyományainak folytatása
Mérsékelt megnyilvánulásai:	viccesnek vagy figyelemfelhívásnak szánt flash mobok	javító szándék által vezérelt honlapfeltörések (a biztonsági résekre való felhívás szándéka)
Szélsőséges megnyilvánulásai:	utcai zavargások	kormányzati-, banki-, média-szerverek megtámadása, zavarása
Politikai szélsőségeik:	anarchia	netokrácia

Elmúlni látszanak azok az idők, amikor két választási kampány között a választók csak olvasói levelek és telefonok útján tudtak üzenni a politikusoknak, vagyis eljön a felhasználók hatalomátvételének az ideje. Az információs hálózatok segítségével mind az inaktív, mind az aktív hálózatok immár képesek azonnali reakciókat küldeni a politikusoknak, de nem csak nekik, a gazdasági szereplőknek, hivataloknak, hírességeknek stb. szintűre. Mindez visszafele is igaz, azaz a politikától kezdve, a gazdaságon keresztül, a kultúráig mindenki tagozódhat egy hálózatba és interakcióba keveredhet más hálózatokkal. Azonban, amíg az új technológiákon a felhasználók esetében aktív-inaktív hálózatokat látunk, addig a többi szereplő esetében túlnyomóan inaktív hálózatokról, azaz a digitális technikákat csak eszközként használókról beszélhetünk, mivel ilyen hálózatokon keresztül kerülnek kapcsolatba az új kommunikációs technológiákkal. Így

lesz az inaktív hálózatai a társadalom legnagyobb csoportja. Ez felvetheti a kérdést, hogy egy jól körülhatárolható tömeg, azaz az aktív politikai, gazdasági és kulturális képviselő nélkül maradnak, és ezt kihasználva egy elitréteg magához vonzhatja őket, a hatalom megszerzésének reményében?

A pro-am generáció

Elképzelhető, hogy az aktív és inaktív hálózatok között feszülő ellentétek rövid időn belül a társadalom szakadásához vezetnek. Egy netokrata elit veszi majd át az irányítást, akik marginizálhatják az inaktív hálózatokat. Véleményem szerint nem ez fog történni. Ahogy az inaktív individuumoknak és az általuk alkotott inaktív hálózatoknak megvannak az érzékeny és sebezhető pontjaik, egyik ilyen például az információs technológiák felhasználói szintű alkalmazása, ugyanúgy gyengeségek találhatók az aktív hálózatoknál is. Az aktív gyengeségét összefoglalóan az offline élet figyelmen kívül hagyásával lehet jellemezni. A két hálózat egymáshoz való viszonyát és jövőjét valahol a hálózatok és a professzionális szféra közötti körök halmazában kell keresni.

Első ránézésre talán lehetetlennek tűnhet a kapcsolat, azonban a gondolat koránt sem új. 1972-ben Marshall McLuhan szerzőtársával, Barrington Nevitt-tal a *Take Today: The Executive as Dropout* című könyvükben megjegyzik, hogy az „elektromos technológiának” köszönhetően a fogyasztókból gyártók válhatnak. Szerintük a technológia összhangba kerül az idegrendszerrel, aminek végeredményeképp az ember nem hasonlítható a XIX. századi önmagához, hanem egy teljesen új életformát valósít meg (McLuhan–Nevitt 1972). Alvin Toffler az 1980-as *Third Wave (Harmadik Hullám)* című könyvében alkotja meg a producers (gyártók) és consumers (fogyasztók) szavakból a prosumers kifejezést. A harmadik hullámban, ami lényegében az információ köré szerveződő társadalom, lesznek olyanok, akik a megszokott gazdasági körforgásból kilépve maguk alkotják meg a számukra szükséges eszközöket, így a továbbiakban nem lesz szükség a posztindusztrialista gazdaságszervezésre (Toffler 1980, 279–288). Charles Leadbeater és Paul Miller szerint nem is arról van szó, hogy az amatőrök gyártók lesznek, hanem ott lehet megragadni a lényegét, hogy az amatőrök professzionálisan képesek működni. Az újdonság abban rejlik, hogy már nem különállóan a technológiai újítókra és a másképp működő gazdaságra gondoltak, hanem a kettőt egybevetve egy társadalmi elméletet gyártottak. A köznyelv előszeretettel használja rájuk a munkamániás, stréber (nerd), technofil vagy egyéb pejoratív tartalmú jelzőket, a szerzőpáros azonban *pro-am*-eknek nevezi őket (Leadbeater–Miller 2004).

Az ilyen professzionális-amatőrök (pro-am-ek) lehetnek az aktív és az inaktív hálózatok jövője. Gondoljunk csak arra, hogy az emberiségnek mindig és mindenkor információra van szüksége. Ahol fizikailag nem érheti el az információt, ott a virtuális énje jelenik meg. Miután a virtuális világban könnyebb információhoz jutni, ezért rengeteg adatot tesz virtuálissá, amit aztán hol az inaktív hálózataival, hol az aktív hálózataival szerez meg, ad tovább, dolgoz fel stb. Figyelembe véve a világ mai állását az információ az emberiség egyetlen valódi, a perpetuum mobile elvét követő alkotása. Információt pedig a hagyományos „gyártósorokon” túl bármelyik pro-am elő tud állítani. Természetesen az már más kérdés, hogy egy-egy ilyen információ mennyiben befolyásolja az

életünket. Ha egy pro-amekből álló amatőrnek nevezett csillagász társaság (alapvetően inaktív individuumokból álló hálózat) felfedez egy bolygót, az ugyan hasznos információ, de keveseket fog érdekelni. Azonban míg egy, mai szóval amatőrnek nevezett újságíró, azaz blogíró (aktív hálózathoz tartozó individuum) megszeli a botrányt, arra sokan felkapják a fejüket.¹⁵

Mind a keveseket és mind a sokakat érintő információk eljutnak mindkét hálózathoz. Az már egy másik munka tárgya lehetne, hogy a hálózatok hogyan reagálják le az információkat, de biztos, hogy az eltérő reakcióik miatt nem marad le az egyik hálózat sem a másik mögött, hanem, miután kölcsönhatásban állnak, segítik egymást. A segítségnyújtás platformja alatt pedig elsősorban az új technológiát kell értenünk.

Irodalom

- 6, Perri 2004: Your friendship networks. In McCarthy, Helen et al. (Eds.): *Network Logic. Who governs in an interconnected world?* London, Demos, 129–142.
- Bard, Alexander – Söderquist, Jan 2002: *Netocracy. the new power elite and life after capitalism*. London, Pearson Education.
- Barnett, Steven 1997: New Media, Old Problems. New Technology and the Political Process. *European Journal of Communication* Vol. 12., No. 2., 193–218.
- Bradwell, Peter – Gallagher, Niamh 2007: *The new politics of personal information*. London, Demos.
- Burján András 2010: Internetes politikai kampány. *Médiakutató* Vol. 11., No. 3., 93–103.
- Castells, Manuel 2002: *Az Internet-galaxis*. Budapest, Network TwentyOne Kft.
- Davis, Richard 2009: *Typing Politics. The Role of Blogs in American Politics*. New York, Oxford University Press.
- Delli Carpini, Michael X. 2000: Gen.com. Youth, Civic Engagement, and the New Information Environment. *Political Communication* Vol. 17., No. 4., 341–349.
- Dewey, John 1954 [1927]: *The public and its problems*. Chicago, Swallow Press.
- Fernback, Jan 2003: Legends on the Net. An Examination of Computer-mediated communication as a Locus of Oral Culture. *New Media & Society* Vol. 5., No. 1., 29–45.
- Fernback, Jan 2007: Beyond the diluted community concept. a symbolic interactionist perspective on online social relations. *New Media & Society* Vol. 9., No. 1., 49–69.
- Gillmor, Dan 2004: *We the Media. Grassroots Journalism by the People, for the People*. Sebastopol, O'Reilly Media.
- Himmelsbach, Sabine 2005: Blog. The new public forum – Private Matters, Political Issues, Corporate Interests. In: Latour, Bruno – Weibel, Peter (Eds.): *Making things public. Atmospheres of democracy*. Cambridge, MIT Press, 916–921.
- Király András – Spirk József 2007: Egy röpke előállítás benne van a pakliban. *Index* 2007. november 24. <http://index.hu/politika/belfold/tg4350/>
- Kitta Gergely 2007: Miért kellene blogok? Az internetes napló és a politikai kommunikáció hálózat elméleti összefüggései. *Politikatudományi Szemle* Vol. 16., No. 4., 71–89.
- Leadbeater, Charles – Miller, Paul 2004: *The Pro-Am Revolution*. London, Demos.

¹⁵ Így indult a Monica Lewinsky botrány 1998-ban a Drudge Riport nevű blogról. Manapság a Wikileaks nemzetközi nonprofit szervezetre képes hasonló hullámokat keltetni.

- McLuhan, Marshall – Nevitt, Barrington 1972: *Take Today. The Executive as Dropout*. New York, Harcourt, Brace, Jovanovich Inc.
- Merkovity Norbert 2009: Barack Obama elnöki kampányának sajátosságai. Mitől működnek a hálózati közösségek? *Médiakutató* Vol. 10., No. 1., 97–106.
- Norris, Pippa 2002: The Briding and Bonding Role of Online Communities. *The Harvard International Journal of Press/Politics* Vol. 7., No. 3., 3–13.
- Rheingold, Howard 2002: *Smart Mobs. The Next Social Revolution*. Cambridge, Perseus Books.
- Rogers, Everett M. 1995: *Diffusion of innovations* (4th ed.). New York, Free Press.
- Scammel, Margaret 2000: The Internet and Civic Engagement. The Age of the Citizen-Consumer. *Political Communication* Vol. 17., No. 4., 351–355.
- Sonnevend Júlia 2007: Google Earth mint hiperpanoráma. *Élet és Irodalom* Vol. 51., No. 36., 12.
- SSCD – Standing Conference for Community Development 2001. *Strategic Framework for Community Development*. Sheffield, SCCD.
- Stehr, Nico 2007: *A modern társadalmak törékenysége*. Budapest, Gondolat.
- Toffler, Alvin 1970: *Future Shock*. New York, Random House.
- Toffler, Alvin 1980: *The Third Wave*. New York, Bantam Books.
- Tókos Katalin 2006: Énbemutató, önjellemzés és identitáspróbák (az interneten) narratív-kommunikatív szemszögből. *Új Pedagógiai Szemle* Vol. 56., No. 9., 48–61.
- Wellman, Barry 2001: Computer Networks As Social Networks. *Science* Vol. 293. No. 5537., 2031–2034.