

A médiatudatosság, mint a részvételi demokrácia előfeltétele

Bokor Tamás

A részvételi (más néven participatív vagy deliberatív) demokrácia megvalósítását célzó kezdeményezések XXI. századi eszköze és segítője az online társadalmi kommunikáció. Miután ennek működéséhez elengedhetetlenül szükséges az állampolgárok médiatudatosságának kiteljesedése, a médiatudatosság egyúttal a részvételi demokrácia előfeltételévé is válik. E rövid elméleti áttekintő körüljárja a részvételi demokrácia, az online társadalmi nyilvánosság, az online társadalmi kommunikáció, valamint a médiatudatosság fogalmkörét, s rávilágít összefüggéseik problémáira, különös tekintettel az utóbbi fogalom, a médiatudatosság releváns szempontjaira.

1. A részvételi demokráciától az online társadalmi nyilvánosságig

A demokrácia mint államforma lényege, hogy az adott térségben a közösség minden választójoggal rendelkező tagja részt vehet a közügyekről folyó döntéshozatalban, vagyis az (ön)kormányzásban. A választójog megítélését a korábbi politikai gyakorlat során megalkotott cenzus (pl. életkori határvonal) definiálja. A működő demokráciákban a közösségi döntéshozatalt a képviseleti intézményrendszer biztosítja: a hatalom birtokosa (az állampolgár) előre meghatározott (rendszerint néhány éves) időtávra átruház bizonyos politikai döntési jogköröket az arra megválasztott képviselőknek. Az angolszász politológiai gondolkodás *terminus technicusait* figyelembe véve a politikai ügyekben gyakorolt döntési jogkör itt egyaránt magában foglalhat *politics*, *polity* és *policy* típusú döntéseket (Hajer, 2003).

A részvételi (participációs) demokrácia ezzel szemben a demokráciának, azaz a nép közügyekben való részvételének egy olyan megoldása, amikor a választásra jogosultak az eldöntendő ügyekben közvetlenül tudnak véleményt nyilvánítani, illetve részt venni a döntésekben, a képviseleti elv mellé tehát belép a közvetlen döntéshozatal elve (Elster, 1998). E tanulmányban a részvételi, a participatív és a deliberatív demokrácia fogalmait szinonimaként használjuk: bár a politológia megfontolások szerint vannak köztük árnyalati különbségek, a médiatudatosság szemszögéből nézve megengedhető, hogy a közvetlenségre épülő, azaz nem vagy nem kizárólag képviseleti elv szerint működő demokráciamodelleket közösen taglaljuk és együvé tartozónak tekintjük, mert a később definiálandó „mediatizált állampolgár” szemszögéből nézve ezek gyakorlásához megegyező képességek szükségesek.

A demokrácia ún. deliberatív elméletei az 1980-as években kezdtek alakulni, válaszként a XX. század közepe óta elterjedt ökonómiai felfogások hiányosságaira. Az ökonómiai, azaz gazdaságtani felfogásban a politikai folyamat lényege a hatalom birtoklásáért folytatott küzdelem, amely az egymással versengő érdekcsoportok alkudozásain keresztül valósul meg. „Az állampolgárok ebben a megközelítésben passzív fogyasztói szerepre vannak kárhóztatva, és a demokratikus ellenőrzés jogát többnyire a szavazással gyakorolják, miközben a közjó keresésének nem jut szerep a modellben” (Deliberatív demokrácia, 2005). A deliberatív demokráciaelméletekben a nyilvános vita a közjóról alkotott eltérő elképzelések köré

szerveződik. A benne résztvevő állampolgárok egyenlők, a vita során önmagukról alkotott felfogásuk és nézeteik éppúgy formálódnak, ahogyan a vita tárgyáról alkotott nézeteik is formálódhatnak. A nyilvános vitában az állampolgárok nem pusztán kinyilvánítják már meglévő preferenciáikat, hanem mérlegelés és fontolgatás során alakítják ki álláspontjaikat (Bohman, 1997).

A deliberatív demokráciamodellel kapcsolatos ellenvetések közül legtöbbször a megvalósíthatóság problémája kap hangot. Eszerint lényegében a „létező deliberatív demokrácia” egy komplex társadalmi struktúrában nehézkesen vagy egyáltalán nem valósítható meg, mivel az érdemi résztvevők létszáma egy racionális nyilvános vitában erősen korlátos. Mégis van a részvételi demokráciának jó néhány módszere és eszköze, amelyek a nyilvános viták kialakítását lehetővé teszik.

Az adott politikai közösségben a választásra jogosultak alaki eszköztárához tartozik:

- a konzultációs rendszer (azaz a strukturált párbeszéd) kialakítása,
- az egyeztetés és az együttműködés rendszere (ez a helyi, regionális és országos szinten működő választott képviselők számára lehetővé teszi az állampolgári vélemények megismerését),
- az állampolgári tanács (amelynek létrehozását egy konkrét probléma kapcsán a közösség bármely tagja indítványozhatja, s a sajátos vitafolyamat végeredménye egy javaslat vagy javaslatcsomag lesz a politikai döntéshozók számára),
- valamint a véleménynyilvánító (azaz konzultatív) népszavazás. (Ez jogilag ugyan nem köti a döntéshozókat, de közvetetten nyomást gyakorol a döntéseikre).

Ugyancsak a részvételi demokrácia eszköztárát alkotják a legitim politikai döntéseket valóságosan és kötelező érvénnyel befolyásoló közös (vagy közösségi) döntések: a kötelező, a felülbíró, illetve a kezdeményező népszavazás.

A részvételi demokrácia gyakorlati megvalósításának lehetőségeit természetesen valóban jelentősen befolyásolják az adott társadalom kvantitatív és kvalitatív jellemzői. Ilyen a lélekszáma, a közösség által lakott terület mérete, az előző két paraméter alapján számított népsűrűség, de fontos determináns a társadalom szociodemográfiai összetétele, infrastrukturális potenciálja, tudástőkéje, stb. is. Külön kezelendő kérdés a társadalomban létező véleményáramlatok, koalíciós ágensek összetettsége, ereje, irányultsága, hiszen ezek alapjaiban határozzák meg a nyilvános vita „kezdőpozícióját” (miközben persze nem determinálják a nyilvános vita végeredményeként potenciálisan előálló véleményváltozásokat és ajánlásokat).

Robin Dunbar brit antropológus kutatásai rámutattak, hogy a közvetlen emberi kommunikáció maradéktalan megvalósítására alkalmas embercsoport legfelső létszámkorlátja meglepően alacsonyan, 148 fő körül van (Dunbar, 1992). Ennél nagyobb számú ember odafigyelő és megértő interperszonális kommunikációt – agykérgi felépítéséből fakadóan és az ebből eredő figyelmi potenciáljának korlátai miatt – nem képes folytatni. A törzsek formációiból kilépve, komplex társadalmi struktúrákban vizsgálódva ezért szükségessé válik a mediatizált kommunikáció, mint a társadalom minden tagját (legalább virtuálisan) összekapcsolni képes kommunikációs forma. Világos, hogy fokozott komplexitásuk miatt az „első világbeli” (iparosodott) társadalmak a részvételi demokráciát csak mediatizált kommunikációt lehetővé tevő módszerek segítségével tudják megvalósítani.

Az úgynevezett ipari társadalomnak a fentiekből következően természetes velejárójává válik a mediatisált kommunikáció, amellyel színre lép a „mediatisált állampolgár” mint kommunikációs ágens is. E terminus ideáltipikusan egy olyan, a szavazati jogával tudatosan élni akaró és élni képes állampolgárt ír le, aki a saját attitűdjeinek, véleményének és preferenciáinak kialakításához a mediatisált kommunikáció – s kiemelten a CMC, azaz a számítógép közvetítette kommunikáció (*computer mediated communication*) – csatornáit veszi igénybe, hogy azokon keresztül szerezzen információt a közügyekről. Szavazati jogának gyakorlásához, véleményének kinyilvánításához ugyanakkor szintén a CMC-t hívja segítségül: mediatisált formában artikulálja vélekedéseit, s ilyen módon gyakorolja állampolgári kötelességeit, szavazati jogát is – amennyiben a közügyek képviselőivel megbízottak elérhetővé tették a számára e lehetőséget, pl. elektronikus népszámlálási kérdőív vagy online elvégezhető voksolás formájában.

Az 1960-as években a fejlett – zömmel demokratikus államberendezkedésű vagy alkotmányos monarchiaként működő – országok számára menthetetlenül véget ért az ipari korszak, és beléptek abba az új paradigmába, amelyet a közgondolkodás máig „információs társadalom” névvel illet. Ananda K. Coomaraswamy igen korán, még 1913-ban megalkotta a „posztindusztriális társadalom” kifejezést, amellyel az ipari civilizáció közelgő bukását és a decentralizált társadalomhoz való visszatérést jósolta meg (Mattelart, 2004: 53). A folyamat kezdetét a „hős mérnökök” (Alan Turing, Claude Elwood Shannon, Vannevar Bush stb.) automatizálással kapcsolatos, II. világháború előtti kutatásai jelentették, amelytől fogva a gyártásról az információkezelés technikájára helyeződött a hangsúly. Nicholas Negroponte szavaival: az atomok korszakát a bitek korszaka váltotta fel, az áruk helyett a jelek továbbításának gazdaságossága vált kulcskérdéssé (Negroponte, 2002: 18).

Az ipari és a kereskedelmi változásokkal párhuzamosan a társadalomban és a politikai döntéshozatalban is jelentős változások mentek végbe. Immár nemcsak az információ és annak birtoklása, hanem a felhasználás jellege is meghatározza a társadalmi paradigmát és az egyén társadalmi hovatartozását. Az ekként felépülő társadalom modellezése a hálózat metaforájával történik, ennek megfelelően beszélnek tudástársadalomról vagy hálózati társadalomról, amelyben a tudáshoz való hozzáférés a hálózatban elfoglalt pozíció függvénye, illetve a társadalmi cselekvésnek explicit előfeltétele a hálózatban való részvétel (Farkas, 2002).

Az internet segítségével szerveződő világméretű politikai mozgalmak megjelenése a világméretű pénzügyi, gazdasági és kereskedelmi hálózatosodás mellett az utóbbi évek meghatározó világpolitikai jelenségévé vált. A globális, de gyakran globalizációellenes célokat követő civil kezdeményezésekre, csoportosulásokra és kiscsoportos aktivitásra alapozott mozgalmak (Occupy, Anonymus-csoport, stb.) sikeresen és gyorsan szerveztek sokszázezres összejöveteleket az utóbbi években. „Úgy tűnik, hogy az internet a globális civil társadalom legfontosabb eszközévé válik” (Naughton [2001] idézi: Ropolyi, 2006: 327). E megközelítés szerint az internet adta (online) kommunikációs lehetőségek eszköz-szerűen képesek szolgálni a társadalmi részvételt. Ám ahhoz, hogy az állampolgár e lehetőségekkel élni tudjon, egyrészt hozzá kell férni e kommunikációs lehetőségekhez, eszközökhöz, másrészt birtokolni kell az online kommunikációs eszközök kezelésének kompetenciáit, legyen szó akár médiatermékek előállításáról, akár kritikai befogadásról, akár egyszerűen a hozzáférés kérdéséről.

2. Az online társadalmi nyilvánosságtól a médiatudatosságig

Az online társadalmi kommunikáció szűken értelmezve a web2-nek is nevezett, internetkapcsolaton (asztali számítógépen [PC], mobil adatforgalmi eszközökön és más, internetkapcsolatra képes eszközökön, pl. PDA-n, laptopon, note- és netbookon, tablet PC-n, stb.) elérhető ún. közösségi médiumok szinterein zajló kommunikációt jelenti. Nem fedi ugyanakkor a gépek egymás közötti kommunikációját, vagyis az automatizált információközvetítés és –csere aktusait, illetve a mesterséges intelligencia közreműködésével zajló gép-gép kommunikációt. Szintén nem tartozik ide a privát e-mailezés, mert ez technikailag zárt, azaz a résztvevők köre korlátozható, ilyenformán problémás, de legalábbis kérdéses lenne az ilyen kommunikáció kimeneteleit a társadalmi kommunikációra vonatkoztatni (szemben a levelezőlistákkal, amelyek társadalmilag releváns kommunikációkat tartalmazhatnak, s ilyenformán részei az online társadalmi kommunikációnak). Ugyancsak nem tartoznak e fogalmi körbe a gép és ember közötti (s ilyenformán kétszereplősként meghatározott) kommunikációs aktusok (Bokor, é. n.).

Az online részvételi demokrácia eszméje a web2-es funkciók fejlődésével párhuzamosan kapott erőre. A részvételi demokrácia online megvalósulása elsősorban az állampolgárok (pontosabban a belőlük alkotott civil társadalom) érdeke, mert azonnali visszajelzéseket, a vélemények gyors artikulálását, illetve a képviseleti demokráciánál gyorsabb és közvetlenebb döntéshozatalt tesz lehetővé.

A demokratikus társadalmi nyilvánosság elvben korlátozatlan és uralommentes működése az online (digitális, illetve számítógép közvetítette) társadalmi nyilvánosságban első ránézésre pontosan ugyanúgy működik, mint Jürgen Habermas kommunikatív cselekvéseméleti modelljében, amely az ideális nyilvánosság leírását adja meg (Habermas, 1971, Habermas & Luhmann, 1971). Tüzetesebb vizsgálattal azonban – felsorolásképpen, de nem kimerítően – a következő problémák azonosíthatók az online társadalmi nyilvánosság ideáltipikus és reális működése között (Bokor, 2013b).

- Az internethozzáférés és az online fórumokon való részvétel *in vivo* korlátozható (példát szolgáltat erre a koreai internetcenzúra, a közel-keleti „Twitter-lázadások” idején tapasztalt kormányzati beavatkozások az internet működésébe, a Google szolgáltatásainak elérhetőségi korlátozása Kínában, a cyberbűnözőknek tekintett, illegális fájlcsere végző internetkalózok elleni perek stb.).
- A modernitás pozitivistája jogrendszere behatol az internetszférába mint posztmodern kommunikációs eszközbe: a törvényhozói és a végrehajtói hatalom közvetlenül jelen van az online szférában, és módszereit (például a szerzői jogok védelmét) ugyanúgy törekszik érvényesíteni e szintéren, mint az offline kommunikációban.
- Az internet elvben decentralizált platform, amelyben a hálózat csomópontjai között nincs kitüntetett egyed; a valóságban a domainnevek regisztrációját és a technológiai szabványok fejlesztését amerikai székhelyű nemzetközi szervezetek végzik (előbbit az ICANN, utóbbit az ISOC és az IETF).
- Az elvben „egyenrangú” (azaz a véletlenszerű hálózati modell [Barabási, 2010] szerint kivétel nélkül egyforma eséllyel elérhető) honlapok, kommunikációs struktúrák és funkciók (blogok, wikik, fórumok, mikroblogok, közösségi oldalak, stb.) rangsorolására a való életben léteznek metrikus skálázó módszerek. Ezekkel az olvasottság, a látogatottság, a letöltések száma, az árbevétel és egyéb paraméterek szempontjából meg lehet különböztetni és sorrendbe lehet állítani a site-okat. A gyér

látogatottságú honlapok, a néhány fős olvasótáborral rendelkező blogok, a „döglött”, régóta nem használt fórumok tekintélye messze elmarad egy nagy gyakorisággal, akár másodpercenként frissülő, hatásos véleményformáló közösségi oldalétól (pl. egy tipikus piacvezető hírportáltól és a hozzá kapcsolódó funkciók tekintélyétől, idézettségétől, a megbízhatóság és hitelesség hozzá kapcsolódó érzésétől).

Az online társadalmi kommunikáció révén létrejött globális civil társadalom fogalma a katonai, a diplomáciai és a sajtónyelvben egyaránt meggyökerezett, de effektív létezése, kézzelfogható realitása körül számos gyakorlati probléma figyelhető meg – ezek közül fentebb csak néhányat említettünk. Ezek okán az internet mint „korlátozatlan nyilvánosság”, mint „a szólásszabadság ideális terepe”, mint „univerzális szócső” a való életben szükségszerűen csak ideálképként képes működni.

Ha az online részvételi demokráciát beszédaktusként határozzuk meg, akkor az online zajló kommunikáció (szavazás, javaslattétel, ajánlás stb.) kommunikatív cselekvésnek tekinthető, amely a társadalmi konszenzust szolgálja. Alapja, hogy a szűken vett polgári nyilvánosnál sokkal szélesebb rétegeket kapcsol be a politikába, pontosabban a tényleges döntéshozatalba és döntéshozatalba, s nem csak négyévenként használatos „szavazógépként” tekint a választókorú népesség tagjaira. Amennyiben azt a tényt vesszük figyelembe, hogy az online társadalmi nyilvánosság kizárólag kommunikatív módon képes működni, máris Niklas Luhmann gondolatánál találjuk magunkat: társadalom nincs kommunikáció nélkül, ellenkező esetben csupán emberek többé-kevésbé rendezetlen halmazáról beszélhetnénk. Ha ebből a nézőpontból tekintünk az online társadalmi nyilvánosságra, vajon mennyiben hasznosulnak az online diskurzusok az offline döntéshozatalban, a „hétköznapi” *policy* művelése során? A konkrét válasz mindig a konkrét helyzettől függ, az általános válasz azonban így hangzik: annyiban, amennyiben a döntéshozók komolyan veszik az online társadalmi nyilvánosságot, vagyis amennyiben az online vita és az offline döntéshozatal képes egymáshoz strukturálisan kapcsolódni (Bokor, 2013b).

E strukturális kapcsolódás legfőbb gátja, hogy a jogi döntéshozatal és a részvételi demokrácia alaki eszköztára más-más kódot használ. Az előző fejezetben kifejtettük: az alaki eszköztár felsorolt elemei a legitim politikai döntéseket kötelező érvénnyel nem befolyásolják, ehelyett közvetett módon gyakorolnak nyomást a politikai döntéshozatalra. Míg a jog kódja kizárólag a jogos/jogtalan ellentéppáron alapul, az ideális részvételi demokrácia nyilvános és racionális vitája a konszenzus/konfliktus kettősségében fejezi ki a maga kódját, amelyet a vita során a morális/immorális, az elfogadható/elfogadhatatlan, a fenntartható/fenntarthatatlan, a közösségileg hasznos/haszontalan, stb. dichotómiák színeznék. A jogalkotás kérdése csak mint végső állomás, azaz mint a nyilvános vita során kitermelt megoldási javaslatok legitimmé tétele merül fel a részvételi demokrácia-kezdeményezésekben. A jogszerűség és a konszenzus azonban eltérő kódok, amelyek ilyenformán nem kapcsolódnak egymáshoz közvetlenül, mert eltérő rendszerben gondolkodnak ugyanazon problémáról.

3. A médiatudatosságtól az online részvételi demokráciáig

A médiatudatosság (*media literacy*) legelterjedtebb meghatározása 1992-ből származik, az Aspen Media Literacy Leadership Institute kutatóitól. Eszerint a médiatudatosság „képeség

arra, hogy médiumokat és médiatermékeket érjünk el, elemezzünk, értékeljünk, illetve állítsunk elő különböző formákban” (Media Literacy, é. n., fordítás tőlem – B. T.). Bár a definíció tartalmazza, a médiatudatosság fogalmába a részvételi demokrácia tárgyalási keretébe nézetünk szerint kevésbé szorosan tartozik bele a médiaüzenetek előállításának kérdésköre, mint az értelmezésé. A médiatudatosság, mint társadalomtudományi paradigma legfontosabb alapvetései a következők (Pungente, 2002):

- minden médium konstrukció: a médiatermékek és –üzenetek sokkal inkább mutatnak be gondosan kimunkált mesterséges valóságokat, mintsem hogy a realitásra reflektálnának. A *media literacy* feladata, hogy lebontsa, dekonstruálja a konstrukciót, és bemutassa, hogyan készült.
- a média valóságot épít: a médiakommunikáció személyes tapasztalataink és attitűdjeink kialakításának jelentős részéért felelős. A konstruált valóság bemutatása révén nagymértékben határozza meg valóságérzékelésünket.
- A közönség megvitatja a médiatermékek jelentését: az emberek egyéni jellemzőiktől, személyes szükségleteiktől és aggodalmaiktól, napi sikereiktől és kudarcaiktól, etnikai és nemi identitásuktól, családi és kulturális háttérüktől, morális álláspontjuktól, stb. függően vitatják meg a befogadott médiatartalmakat, és így ruházzák fel azokat egyedi jelentéssel.
- A médiaüzeneteknek kereskedelmi következményei vannak: a médiatudatosság azt célozza, hogy befogadóként figyelemmel legyünk a médiumokat befolyásoló üzleti érdekekre, s arra, miként befolyásolják ezek a tartalmat, a technikát és a terjesztést. A tulajdonlás és ellenőrzés kérdésköre ebből fakadóan központi jelentőségű a médiatudatos befogadásban.
- A médiaüzenetek ideológiákat és értékeket közvetítenek: minden médiatermék valamilyen – explicit vagy implicit módon – életmódmintákat kínál. Az ideologikus üzenetek olyan alapkérdéseket taglalnak, mint a jó életszínvonal mibenléte, a fogyasztói magatartás lehetőségei, a nők szerepe, a hatalom elfogadása, vagy a feltétlen hazafiság.
- A médiaüzenetek társadalmi és politikai következményekkel bírnak: a média nagy hatással van a politikai döntéshozatalra és a formálódó társadalmi változásokra. McLuhan közhelyszerűen emlegetett „globális faluja” valósággá válik, amikor a tömegkommunikáció és az újmédia egyaránt kézzelfogható közelségbe hoz tragédiákat, problémákat, eseményeket (éhínségek, polgárháborúk, járványok, stb.).
- Forma és tartalom szoros összefüggésben áll: minden médiumnak saját nyelve és kódja van, amellyel sajátosan mediatizálja a realitást, sajátos benyomásokat és üzeneteket formálva.
- Minden médiumnak egyedi esztétikai minősége van: a költemények és prózai művek egyedi lüktetéséhez hasonlatosan a különböző médiumok saját, csak rá jellemző ritmusa is dekódolható.

A fenti felsorolás az alapvető, már-már közhelyszerű médiaigazságok esszenciájának tekintendő. Megállapításai elsősorban a klasszikus tömegkommunikációra igazak, köztük is kitüntetetten a leggyakrabban vizsgált tömegkommunikációs eszközre, a televízióra. Ilyenformán a tipikus XX. századi modernista megközelítés tükröződik benne, kitüntetetten McLuhan technodeterminista megközelítése és Gerbner kultivációs paradigmája. Az újmédia kommunikációs sajátosságainak elemzéséhez ezt a nyolc pontot szükséges kiegészíteni még néhány szemponttal.

Manovich (2001: 27-47.) szerint az újmédiát a hagyományos médiával szemben a numerikus reprezentáció, a modularitás, az automatizáltság, a variabilitás, valamint az átkódolás lehetősége teszi egyedivé, azaz csupa olyan tulajdonság, amely a klasszikus tömegkommunikációt nem jellemzi. Bolter és Grusin (1999) emellett a remediációt, a közvetlenséget és a hipermediációs jelleget hangsúlyozza. Már pusztán az újmédia remediáló képessége, vagyis az, hogy magában hordoz más médiumokat, és utal is rájuk, s ahelyett, hogy csupán utánozná vagy másolná őket, át is fordítja azokat, komoly médiaértési képességet kíván meg az újmédia-termékek befogadótól.

Mindezt a részvételi demokrácia online színtereire vonatkoztatva világossá válik: ahhoz, hogy a választópolgár otthonosan mozogjon e színtereken, ugyancsak egy sereg, a *media literacy* értelmezési tartományában lévő felkészültséget kell elsajátítania és begyakorolnia. Csakis így képes alkalmazkodni az újmédia-retorika legfontosabb jellemzőihez, a megnövekedett sebességhez, a széleskörű hozzáférhetőséghez, az anonimitás lehetőségéhez, a részvétel elvben mindenki előtt nyitva álló lehetőségéhez, valamint ahhoz a sajátos kairoshoz, „alkalmas időhöz” és éthoszhoz, a közlő-befogadó jelleméből fakadó kommunikatív hatáshoz (Aczél, 2012: 115-117.)

Gondolatmenetünk szempontjából nézve a médiatudatosság legfontosabb aspektusa az, hogy a mediatisált kommunikáció során elérhetővé vált információ forrásának és jellegének beazonosítása révén lehetővé teszi a befogadandó információk tudatos értékelését. Ez az azonosító, jelentéstulajdonító és az információhitelesség kérdésében döntéshozó individuális aktus különös figyelmet kell, hogy kapjon a részvételi demokrácia megvalósítását célzó online társadalmi kommunikáció vizsgálatokor.

A médiatudatosság fenti alapvetései közül kiemelkedik a harmadik, amely szerint a közönség megvitatja a médiatartalmakat: ez lehetőséget ad az online társadalmi kommunikációban arra, hogy megvalósíthassa a deliberatív demokrácia eszméjét. A kereskedelmi következményekről szóló negyedik jellemző azonban gátat vet a valóban elfogulatlan és racionális vitának: a közönség rendelkezésére bocsátott információk törvényszerűen „szűrtek”, bizonyos érdekcsoportok szemüvegén keresztül láttatják őket a médiatermékek előállítói. Nemcsak közvetlen gazdasági-kereskedelmi érdekekről van itt szó, hanem természetesen politikaiakról is. A hatodik jellemző (a médiatermékek társadalmi és politikai következményekkel bírnak) tehát nem azt jelenti, hogy a média tematizálja a politikát, hanem éppen fordítva: a politikai érdekek hatolnak be a média napirendjébe, s ez sok esetben még a szabad véleménynyilvánítás terepére, a médiatulajdonosok napirend-kijelölő tevékenységétől elvileg független blogoszférára is igaznak bizonyul.

A médiatudatosság háttértényezői közül a következők különösen relevánsak a részvételi demokrácia megvalósításában:

- a digitális megosztottság hozzáférési aspektusa: Magyarországon 2013-ban mind a vezetékes, mind a mobiltechnológián alapuló internetszolgáltatások elérhetősége csaknem 100%-os lefedettséget mutat, azaz infrastrukturális akadálya nincs annak, hogy az állampolgárok az e-közélet partícipátoraivá váljanak. A mobilinternet-elérés sáv szélességének bővítése pillanatnyilag még folyamatban van. Néhány vidéki kistélepüléstől és vonzáskörzetétől eltekintve a 3G-s lefedettség az ország lakosságának legnagyobb százaléka számára rendelkezésre áll, a sebességbővítés – ahol ez aktuális kérdés – inkább a 3,5 vagy 4G elérését célozza.

- a digitális megosztottság használati aspektusa: a csaknem teljes elvi lefedettség ellenére a vezetékes technológiájú internetelérések számbeli növekedése megtorpant. Ez köszönhető a mobiltechnológiák terjedésének (pl. a magyar Facebook-felhasználók több mint 50%-a mobiltelefonról éri el a közösségi oldalt). A mobiltechnológiák előretörésének logikus következménye az online kommunikáció individualizálódása és delokalizációja. A tényleges használat fő paraméterei továbbra is – ahogy a 2002-es mérések óta mindig – a háztartás anyagi erőforrásainak mértéke, a személyes érdeklődés megléte illetve hiánya, valamint a személy életkora (WIP 2012).
- a digitális médiaszabályozás jogszabályi háttere: a 2010-es magyarországi „Médiaalkotmány” – szemben a bevezetéséig hatályban lévő 1996. évi I. törvénnyel (Médiatörvény) már explicit módon számol az online (digitális) tartalmak kérdésével, kiemelt figyelmet fordítva a kiskorúak védelmére és a reklámozás etikájára. A Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság Hivatala nyilvántartást vezet az internetes sajtótermékekről és hírportálokról, ilyen módon átlátható, központosított katasztert hozott létre a lineális és a lekérhető médiaszolgáltatásokról (Médiatörvény, 2010: 19.).
- az elektronikus közszolgáltatások és az e-government aktuális szintje: Magyarország az úgynevezett „e-részvétel” szintjén kifejezetten jó helyzetben van. A 2011-es népszámlálás megteremtette a lehetőséget a kérdőív online kitöltésére is, amely lehetőséggel meglepően sokan, több mint a kitöltők ötöde élt. Az ENSZ felmérése szerint az elektronikus úton történő informálódás, tanácsadás és döntéshozatal összetett indexét tekintve az erős középmezőnyben vagyunk: a teljes lakosságra vetítve 36 százalék vett már igénybe valamilyen internetes információs szolgáltatást. E tekintetben Hollandia és Dél-Korea a listavezető 81–81 százalékkal, a sor végén pedig Algéria és Vanuatu áll négy-négy százalékkal (UNEGS, 2012: 44). Jócskán túl az egymillió ügyfélkapu-regisztráción, a magyarok jó része sokféle e-ügyintézési szolgáltatást használ. A kínálat és a tényleges használat mértéke azonban nemcsak a digitális megosztottság, hanem az e-kormányzás tekintetében is jelentősen különbözik. (Bokor, 2013b)

A „hardveres” megoldások és lehetőségek mellett ugyancsak lényeges kérdés az online társadalmi kommunikáció tartalma és jellege, a „humán szoftveres” oldal. A megvalósult online kommunikációk jelentős részének szerves elemét képezik a trollok, a márkarombolók, a „stalkerek” (fórumokon és chatszobákban virtuális sámlikon üldögélő „leskelődők”) és más, a kommunikációs funkcióknak csupán egy-egy aspektusát kidomborító és érvényesítő résztvevők (Bokor, 2013a).

A részvételi demokráciának, mint racionális vitának az egyik legkomolyabb gátja a fátkus kommunikációs megnyilvánulások túlsúlya, amely Malinowski (1945) szerint eredetileg a *l'art pour l'art* kapcsolatépítő kommunikációt jelentette, Jakobson (1960) modelljében pedig a pusztá kapcsolattartás, a kommunikációs csatorna fölötti felügyelet gyakorlását, a csatorna megteremtését, megszüntetését, a két végpont között pedig fenntartását és ellenőrzését célozta.

Innen csak egyetlen lépés a *potlach*-szerű, kölcsönös szívességeken alapuló kommunikáció, amely azonban szintén nem a megértést, a racionális érdekütköztetést és a nézetek összehangolását, hanem bizonyos értelemben az ellenfél legyőzését szolgálja. Ezt tekintetbe véve érthetővé válik a Habermas kommunikatív cselekvéseméletével szemben annak idealisztikusságát kritizáló vélemények.

4. A választópolgári médiatudatosság fokozásának lehetőségei

Komoly és releváns – ha nem a leginkább releváns – kérdés a részvételi demokrácia és a médiatudatosság viszonyában a médiatudatosság-oktatás és a demokráciatudatosság kidolgozottsága. Egyfelől, mivel a mai Magyarországon a középfokú oktatásban a Nemzeti Alaptanterv részeként kötelező a médiaoktatás, a középiskolás diákok elvben kellő muníciót kapnak a médiahasználatról és a médiakritikáról. A csak homályosan körvonalazott keretek miatt azonban erősen oktatófüggő kérdés, hogy melyik intézményben, sőt melyik kurzuson milyen tartalommal töltik meg a szóban forgó kurzust. (A médiaerőszak-jelenséggel kapcsolatban ugyanezen kérdés részletezését végzi el Szíjártó [2009].) Másfelől, a „történelem és állampolgári ismeretek” néven megjelölt tantárgynak sajnálatos módon csak a legkritikább esetben része az állampolgári ismeretbővítés, a demokráciafogalom tisztázása, s a szavazópolgári tudatosság fokozása. (Beszédes tény, hogy a közjó, mint a demokrácia fundamentuma csak elvétve merül fel a köztudatban és a közbeszédben, amikor a demokrácia meghatározását kell elvégezni.) Mindemelllett az állampolgári tudatosság kérdésének taglalása külön tanulmányt érdemelne, jelen keretek között részletes kifejtésére nincs mód.

A magyarországi mozgóképkultúra és médiaismeret tantárgy hivatalos meghatározásának hangsúlyos elemei a következők: a mozgóképi szövegértés fejlesztése, a média társadalmi szerepének és működés módjának feltárása, a kritikai médiatudatosság fejlesztése, mozgóképnyelvi és művelődéstörténeti tájékozottság kialakítása, fejlesztése, képesség- és személyiségfejlesztés a médianevelés révén (Magyar Közlöny, 2004: 204-210.). Ily módon a médiatudatosság erős vonalat képvisel a médiaoktatás elméletében, s a fő célok között világosan fejeződik ki az értő befogadás követelménye. A gyakorlati oktatásban viszont sok múlik azon, hogy a három médiavizsgálati megközelítés között milyen egyensúly alakul ki – ha egyáltalán kialakul.

A médiaszövegek vizsgálata (konkrét médiatermékek és üzenetek jelentéstani, esztétikai, stb. értelmezése), a médiaintézmények rendszerének ismertetése (szerkesztőségek, újságírói szerepek, tulajdonosi viszonyok kutatása, stb.) vagy a közönségvizsgálat (befogadástudat, pszichológiai megközelítések, stb.) egyaránt előtérbe kerülhet, de releváns mértékű médiatudatosságra iskolai oktatás keretében csak e három dimenzió kiegyenlített bemutatásával lehet szert tenni. (A három vizsgálati lehetőségről és a hozzájuk rendelt kutatási módszerekről bővebben ld. Stokes [2008]). A helyzetet nehezíti, hogy „[b]ár Magyarországon a mozgóképképzés kötelező tárgyként szerepel a tanrendben (a tantárgy integrált-beágyazott jellegű), fejlesztésében számos, a tanárokat, illetve a filmes és a tömegkommunikációs szakmát képviselő civil szervezet is szerepet vállal (van tehát egy szabadidős, akcionista-mozgalmár vonulata is). Ma Magyarországon nem létezik komolyan vehető médiakritikai társadalmi mozgalom, ezért a civil törekvések és a formális nevelés intézményrendszerei nehezen tudnak egymásra találni” (Szíjártó, 2009: 341.).

Az állampolgári tudatosság és a médiatudatosság oktatása jelen tárgyalási keret szerint komoly átfedésben van egymással: a politikai (akár *polity*-, akár *policy*-, akár *politics*-típusú témáról van szó) üzenetek és a médiaüzenetek befogadása egyaránt a retorikus üzenetek dekódolásának képességét követeli meg, beleértve a forrás hitelességének megítélési képességét is. Ily módon a politikai retorikával és a médiaretorikával kapcsolatos készségfejlesztés módszertana sok átfedést mutat.

A médiaretorikai készségek fejlesztése éppúgy megvalósítható alapszintű iskolai oktatás keretében a középfokú és felsőfokú oktatásban, mint ahogyan a civil és üzleti szférában. A kérdéskör alapproblémáinak bemutatását követően a további érdeklődés esetén szükséges a komplex médiaretorikai képzés elérhetővé tétele. Pillanatnyilag Magyarországon a retorikai készségtár iskolarendszerű fejlesztésének nincs kiérlelt kultúrája, e területen tehát – a médiatudatossággal összefüggésben – szükség lenne a médiaismerethez hasonló képzési program kidolgozására, ami mellett fokozni szükséges az iskolarendszeren kívül elérhető, akkreditált képzések (esetleg felnőttképzések) számát is. E képzéseken elsősorban befogadói, s kevésbé előállítói készségeket kell középpontba helyezni, természetesen az adott képzés óraszámától és megcélzott kompetenciáitól függően.

Az iskolarendszerű médiaismeret-képzés hasznos kiegészítője az *oral history*n alapuló digitális történetmesélés, mint pedagógiai módszer: személyes történetek digitális formátumú, multimediális megfilmesítése egyszerű dramaturgia szerint, álló- és mozgóképek, hangalámondás, kísérőzene stb. segítségével egy rövid, néhány perces, a készítési folyamat végén nyilvánossá tett kisfilm formájában. Ez annyiban mutat túl a médiatudatosság jelen tanulmányban kifejtett meghatározásán, hogy a médiatermékek előállításának elsajátításában is segítséget nyújt. A digitális történetmesélés az 1990-es évektől kezdődően világszerte egyre elterjedtebb mind az iskolai, mind az iskolarendszeren kívüli pedagógiai tevékenységben. A digitális média, a szkennerek, a digitális kamerák, a számítógépek gyors fejlődésének következtében egyre több ember ismeri meg magát a műfajt, és egyre többen állnak neki az elkészítésének. A műfaj gyors fejlődésének és világszintű terjedésének köszönhetően témák számos variációja lát napvilágot egy épület történetétől kezdve egy közeli rokon bevándorlási kalandjainak elmeséléséig – vagy akár a nemzeti identitás kifejtéséig (Hartley – McWilliam, 2009).

5. Következtetések

Mindezen megfontolások a következő konklúziókat adják:

- a hazai online kommunikáció lehetőségei mind az e-közigazgatás, mind az e-kormányzás tekintetében infrastrukturális értelemben európai szintűek, használat tekintetében azonban fejlesztendő területnek számítanak;
- a deliberatív demokrácia alaki eszközeinek használata (pl. online népszavazás, online képviselőválasztás) egyelőre vélhetően elsősorban a technikával szembeni kölcsönös állampolgári és kormányzati bizalmatlanság miatt nem működik;
- a részvételi demokrácia gyakorlati megvalósítását, a racionális online vitát számos egyéb tényező is akadályozza, amelyek az online kommunikáció színterének és ágenseinek sajátosságaiból fakadnak;
- a részvételi demokrácia megélésének az állampolgári és választópolgári médiatudatosság alapvető feltétele;
- e médiatudatosságot jelenleg sem a közép-, sem a felsőfokú oktatási rendszer nem támogatja megfelelően, ezért az oktatásban kiemelt figyelmet kell fordítani mind az általános médiatudatosság, mind a demokratikus állampolgári tudatosság fejlesztésére.

Hivatkozások

- Aczél Petra (2012) Médiaretorika. Budapest, Magyar Mercurius.
- Barabási Albert-László (2010) Behálózva. Budapest, Helikon Kiadó.
- Bohman, J. (1997) *Deliberative Democracy: Essays on Reason and Politics*. MIT University Press.
- Bokor Péter (2013a) Márkarombolás online. Szakdolgozat. Budapest: Budapesti Corvinus Egyetem.
- Bokor Tamás (2013b) Társadalmi nyilvánosság az online közigazgatásban. *Médiakutató* 1 (2013) 83-96.
- Bokor Tamás (é. n.) Hálótársaság. Az online társadalmi kommunikációról. Kézirat.
- Bolter, Jay D. – Grusin, Richard (1999) *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge MA: The MIT Press.
- Deliberatív demokrácia (2005) n. n. Online: <http://www.magyarogora.org/?p=magora&c=4> (utolsó letöltés: 2013. december 29.)
- Dunbar, R. I. M. (1992) Neocortex size as a constraint on group size in primates. In: *Journal of Human Evolution* 22 (6): 469–984.
- Elster, Jon szerk. (1998) *Deliberative Democracy (Cambridge Studies in the Theory of Democracy)*. Cambridge University Press.
- Farkas János (2002) *Információs- vagy tudástársadalom?* Budapest: Infonia.
- Habermas, Jürgen (1971) *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*. Berlin: Neuwied.
- Habermas, Jürgen & Luhmann, Niklas (1971) *Theorie der Gesellschaft oder Socialtechnologie. Was leistet die Systemforschung?* Frankfurt: Suhrkamp Verlag.
- Hajer, Maarten: Policy without polity? Policy analysis and the institutional void. In: *Policy Sciences* 36 (2003) 175-195.
- Hartley, John – McWilliam, Kelly szerk. (2009) *Story Circle: Digital Storytelling Around the World*. Wiley-Blackwell, Chichester.
- Jakobson, R. (1960) Linguistics and Poetics. In: Sebeok, T. A. (szerk.): *Style in Language*. New York, 350–377.
- Magyar Közlöny (2004) 68/II. Online: http://www.om.hu/letolt/kozokt/kerettanternv/korrekturas/alapfok/f18mozgokep_es_me diaismeret.rtf (Utolsó letöltés: 2013. december 31.)
- Malinowski, B. (1945) *The Dynamics of Culture Change*. New Haven, Yale University Press.
- Manovich, Lev (2001) *The Language of New Media*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Mattelart, Armand (2004) *Az információs társadalom története*. Budapest: Gondolat – Infonia.
- Media Literacy (é. n.) Online: <http://ccb.lis.illinois.edu/Projects/youth/literacies/media1.html> (utolsó letöltés: 2013. december 30.)
- Médiatörvény, 2010 = 2010. évi CLXXXV. a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról. Online: <http://mediatorveny.hu/dokumentum/11/Mttv.pdf> (utolsó letöltés: 2013. december 28.)
- Naughton, John (2001) Contested Space: The Internet and Global Civil Society. In: Anheir, H. – Glasius, M. et. al. (eds.): *Global Civil Society 2001*. Oxford: Oxford University Press, 147-168.
- Negroponte, Nicholas (2002) *Digitális létezés*. Budapest: Typotex Kiadó.

- Pungente, John (2002) Canada's Key Concepts of Media Literacy. Online: <http://www.medialit.org/reading-room/canadas-key-concepts-media-literacy> (utolsó letöltés: 2013. december 30.)
- Ropolyi László (2006) Az internet természete. Internetfilozófiai értekezés. Budapest: Typotex Kiadó.
- Stokes, Jane (2008) A média- és kultúrakutatás gyakorlata. Budapest, Gondolat Kiadó.
- Szíjártó Imre: Médiaerőszak az iskolában. In: Stachó László – Molnár Bálint (szerk.) (2009) A médiaerőszak. Tények, mítoszok, viták. Budapest: Mathias Corvinus Collegium – Századvég Kiadó, 327-357.
- UNEGS = United Nations E-Government Survey 2012. E-Government for the People, New York: United Nations. Online: <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan048065.pdf> (utolsó letöltés: 2013. december 28.)
- WIP 2012 = World Internet Project International Report, 3rd Ed. Online: http://www.worldinternetproject.net/files//768_2012_wip_report_third_revised2.pdf (utolsó letöltés: 2013. december 28.)