

POLITIKAI KOMMUNIKÁCIÓ AZ INTERNETEN

«POLITICAL COMMUNICATION ON THE INTERNET»

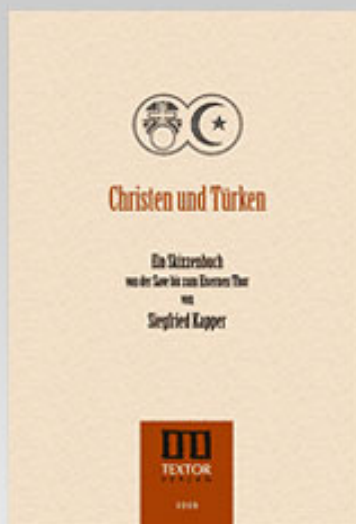
by Gabriella Szabó; Zsuzsanna Mihályffy

Source:

Review of Political Science (Politikatudományi Szemle), issue: 2 / 2009, pages: 81-102, on www.cceol.com.

The following ad supports maintaining our C.E.E.O.L. service

eBooks on Central, East and Southeast Europe



Christen und Türken.

Ein Skizzenbuch von der Save bis zum Eisernen Thor

The Christians and the Turks.

A Travelogue from the Sava River to the Iron Gate

By **Siegfried Kapper**

Textor Verlag GmbH,
Frankfurt am Main, 2008, (in German)

Digsimile (i.e. text-based digital re-edition) of the First Edition in Leipzig, 1854 .

In the first and second part of "The Christians and The Turks", Siegfried Kapper presents his personal travel observations of the life of the people living at the Croatian border, especially the life of the Bosnian Turks.

more on:

www.dibido.eu

POLITIKAI KOMMUNIKÁCIÓ AZ INTERNETEN¹

Szabó Gabriella

(tudományos segédmunkatárs, Magyar Tudományok Akadémia Politikai Tudományok Intézete)

Mihályffy Zsuzsanna

(tudományos segédmunkatárs, Magyar Tudományok Akadémia Politikai Tudományok Intézete)

ÖSSZEFOGLALÓ

Tanulmányunk arra tesz kísérletet, hogy az internetnek, mint kommunikációs eszköznek és mint hálózatnak, a legfontosabb politikatudományi vonatkozásait tekintse át. Írásunk egyfajta „topic review”, amelyben bemutatjuk, hogy a kutatók milyen jelentőséget tulajdonítanak a modern információs és kommunikációs eszközöknek – eminensen az internetnek –, illetve hogyan óhajtják beilleszteni a politikáról való tudományos gondolkodás kereteibe, miként értelmezik a néhol e kereteket feszegető jelenségeket. A tanulmányban először áttekintjük az internet megjelenésére adott politikatudományi válaszokat, szót ejtve egyrészt a mainstream tudomány két fő irányáról, a technológiai determinizmusról, és a társadalmi determinizmusról, továbbá egyes fogalmak, így a demokrácia és a részvétel újraértelmezéséről. Emellett kitérünk a pártok, a politikusok és a politikai kommunikáció egyéb szereplőinek internethasználati sajátságaira, illetve a nemzetközi és hazai kutatások idevonatkozó tapasztalataira.

Kulcsszavak: politikatudomány, internet, politikai kommunikáció, pártok, média, állampolgárok

Tanulmányunk célja annak bemutatása, hogy az internet politikai hálózatként történő értelmezésére milyen kísérletek születtek a hazai és nemzetközi szakirodalomban. Ugyanakkor témánkat szűkíteniünk kellett, s előrebocsátjuk, hogy e szűkítéskor a saját szakterületünk, vagyis a politikai kommunikáció szempontjait vettük előre. Így sajnálatosan nem áll módunkban a politika és az internet minden létező érintkezési pontjáról beszélni; olyan fontos területeket hagyunk érintetlenül, mint például az internet szabályozási kérdései, illetve az internet elterjedését, az információs társadalom megerősítését szolgáló szakpolitikai programok és intézkedések értékelése.

Az internetről szóló értekezéseknek tárgyuknál fogva reflektálniuk kell a hálózatiság-, a network-problematikára. Miként jelenik ez meg a politikai kommunikációban? Beszélhetünk például a technika általi kommunikációs össze-

fonódásokról; a politikai aktorok (politikuskok, pártok, média, állampolgárok, civil szervezetek, agytrösztök, nemzetközi rezsimek stb) közötti interakciók újabb és újabb mintáiról, melyek továbbvezetnek bennünket olyan jelenségek mint a politika „amatőrizálódása”, illetve a politikáról való tudástermelés médiában zajló új folyamatainak értelmezése felé.

Hogyan épül fel tehát a tanulmány? Először is a nagy elméletek szintjén arra keressük a választ, hogy a társadalomtudomány miként reagál az internet megjelenésére. Bemutatjuk azokat a gondolatokat, amelyek valamiféle új, *internetparadigma* bevezetésével kísérleteztek, és kiterünk azokra a következtetésekre is, melyek szerint olyan forradalmi változások (még) nem következtek be, amelyek jogossá tennék a manapság is használatos tudományos keretek átalakítását.

A politikai kommunikáció vizsgálata főként a tanulmány későbbi fejezeteiben érvényesül. *A politika mint felhasználó* részben ugyanis azt vesszük górcső alá, hogy a pártok és politikuskok miként állítják csatasorba az internet biztosította eszközöket saját, elsősorban a választópolgárok megnyerésére irányuló tevékenységük erősítésére.

Végül egy rövid kitekintéssel a politikai kommunikáció két további fontos aktorára fordítjuk a figyelmet. Úgy látjuk, hogy mind a média működésében, mind az állampolgárok egymás közötti politikai diskurzusaiban is teret hódít az internet. A médiapiacra új szereplők lépnek be – internetes újságok, politikával foglalkozó blogok –, és egyre nagyobb népszerűségük komoly kihívást jelent a hagyományos média képviselőinek. Fontos azonban az is, hogy legyen valamiféle képünk arról, hogy az állampolgárok saját politikáról szóló beszélgetéseikbe mennyire vonják be az internetet, és mindez milyen következményekkel jár.

A POLITIKATUDOMÁNY VÁLASZA

Az első megközelítések

A politikatudomány számára az internet akkor vált érdekessé, amikor nyilvánvalóvá és kutathatóvá vált annak politikai vonatkozása. Mindez azonban nem jelenti azt, hogy ne tudnánk olyan munkákról, amelyek már igen korán előre vetítettek valamiféle politikai következményeket. Ezeket nevezi Z. Karvalics László az internet paratudományának (Z. Karvalics, 2004: 196–197), és valami hasonlóról beszél Kiss Balázs is, amikor megkülönbözteti az értelmiségi jövődöléseket a szolid politikatudomány szakirodalmától (Kiss, 2005: 12–15). Barry Wellman 2008-as tanulmányában pedig egyenesen úgy véli, hogy a kilencvenes évek elejének időszakát, amelyet az internettudományok első korszakának nevez, kimondottan a *punditok*, azaz a véleményformáló (de nem feltétlenül szaktudós) értelmiségiek reflexiói jellemzik (Wellman, 2008). Wellman szerint ezek az internetről való gondolkodás „mitikus” típusát jelentik, ame-

lyekben az évezredváltásra új felvilágosodást hirdető, eufórikus hangú utópiák vagy éppen a legsötétebb techno-pesszimizmust tükröző vélekedések láttak napvilágot. A kommunikáció és a tudás internet általi felszabadítását ünneplők a közvetlen demokráciához hasonlatos új politikamodellt vizionáltak, amelyben a digitális agóráként működő platformok segítségével minden állampolgár kifejezésre juttathatja véleményét a közügyek alakításában, mondván: a hálózatos kommunikáció lehetőségeinek hála az állampolgárok lokalitásuk határán túl is közvetlenül kapcsolatba léphetnek egymással, így az információs társadalom aranykora megszünteti az elitet, és vele együtt a hatalmi harcokat, a kizsákmányolást és a manipulációt. Az optimista jövendölések mellett ugyanakkor megjelentek a társadalom totális atomizálódásának veszélyével riogató nézetek is. George Orwell 1984 című regényének világát élénk táró szövegekben a demokratikus szabadságjogok végét és a techno-diktatúra aggasztó rémét villantották fel (ezekről lásd még Pintér, 2004). De más félelmek is megfogalmazódtak. Egyesek megkérdőjelezték az interneten elérhető információk hitelességét, s ezáltal kétségesnek tartották, hogy az állampolgárok valódi és releváns politikai tudással vértéződjenek fel a világháló segítségével (például Selnow, 1998: 108). Mások arra figyelmeztettek, hogy az új világ új egyenlőtlenségeket hoz a meglévők mellé, hiszen már az internet terjedésének korai szakaszában megfigyelhető volt, hogy az egyes társadalmi csoportok eltérő módon reagáltak az új eszközök megjelenésére. Már a nyolcvanas évek elejétől használják az „*információszegények*” kifejezést (Haywood, 1995; Pintér, 2004) amely arra utal, hogy mintha lennének olyan földrajzi, demográfiai, szociológiai kategóriákkal meghatározható csoportok, amelyek egyszerűen kiszorulnak az internet és a modern infokommunikációs eszközök használatának előnyéből, így beláthatatlan hátrányt szenvednek az oktatásban, a munkaerőpiacon, s úgy általában a társadalmi érdekérvényesítés terén. A helyzet súlyosságát hangsúlyozandó a publicisztikai irodalom és a politikai nyelv gyakran digitális szakadékként (digital gap) hivatkozik az egyenlőtlenség új formáira, amelyben központi elem: a „*kimaradók lemaradnak*” tétel.³

A fentiekben tehát a tudományon kívül eső gondolatokat sorjáztuk. Mi adja mégis ezek fontosságát? Elsősorban az, hogy a paratudományos, punditszerű, vagy másként értelmiségi jövendölések elterjedése fordította a politikatudomány figyelmét az internet felé. Valamelyest kényszerről is beszélhetünk, hiszen így vagy úgy, de egy jó darabig meg kellett küzdeniük a jövendölés típusú szövegekből származó toposzokkal. Az akadémiai szférától a kilencvenes évek közepén egyértelműen azt várták, hogy paradigmatis kutatásokkal és módszeres empirikus felmérésekkel döntsék el a kérdést: valóban földcsuszamlásszerű következményekkel jár-e az internet politikai célokra történő alkalmazása, s tényleg át kell-e alakítsuk a politikatudomány elméleteit, kategóriáit, fogalmait ennek hatására.

A mainstream társadalomtudomány főbb kutatási irányjai

Andrew Chadwick szerint az internetről szóló tudományos megközelítések születésekor két, már igen hosszú múltra visszatekintő nézet rendelkezett nagy befolyással (Chadwick, 2006: 18–19). Az egyiket technológiai, a másikat társadalmi determinizmusnak nevezi. Lássuk röviden, hogy mit takar e két gondolatkör.

(Technológiai determinizmus – Technological determinism) A technológiai determinizmus már az internet elterjedése előtti diskurzusokban feltűnt: Karl Marx történelemfelfogása mellett talán Marshall McLuhan neve merül fel leggyakrabban. Számunkra ez utóbbi annyiban érdekes, hogy Marshall McLuhan az, aki szisztematikusan összekapcsolja a kommunikációtechnológiát és a társadalmi változások folyamatát. McLuhan koncepciója szerint a világtörténelem ugyanis nem más, mint uralkodó médiumok közötti váltakozások története. Minden korszaknak megvan a maga domináns médiuma, amelyet előbb vagy utóbb törvényszerűen letaszít trónjáról egy másik médium. Ekkor korszakváltás történik, amely komoly társadalmi és politikai következményekkel jár. Úgy véli, hogy korának uralkodó médiumát – a televíziót – hamarosan az internet váltja fel. Az új korszakban a társadalmi interakciók rendszerét a közvetlenség, az egyidejűség, illetve a gyors és azonnali reakciók határozzák majd meg. Mindez természetesen a politikát, a politikai kommunikációt sem hagyja érintetlenül (Varga, 1992). Az internet tudományos recepciójának hajnala nem véletlenül hozott McLuhan-reneszánszot (Kiss–Boda, 2005: 13). Manuel Castells trilógiájában McLuhan nyomdokain haladva az internet technológiai sajátosságaként definiált hálózatosodás világmagyarázó elvvé válik. Elméletében az új társadalmi modellben az információ hálózatba szervezett előállítása, tárolása játssza a legfontosabb szerepet. Nem arról van szó tehát, hogy az internet plusz egy eszközként vagy csatornaként áll rendelkezésre, hanem sokkal inkább az emberi kapcsolatokat, a társadalmi szerkezetet átalakító új logika, a hálózatok győzelmét látjuk (Nyíri, é. n.; Pintér, 2004). A networkrendszerben a kommunikációnak – elvileg – nincs sem intézményes, sem földrajzi határa, globális és lezáratlan természetű. Éppen ezért ír Castells hálózati társadalomról (network society). A szerző a hatalom hálózatosodását is említi, amelyben a politika és a különböző egyéb networkök (gazdasági, oktatási, kulturális, tudományos stb.) találkozási pontjait ellenőrző személyek vagy intézmények rendelkeznek valós befolyással. Más szóval: a központ és a hierarchia fogalma nem tűnik el, csak új értelmezést nyer; vagyis pluralizálódik (központok és hierarchiák), úgy és idő függvényében dinamizálható, illetve kommunikatív természetű (Castells, 2004).

A technológiai determinizmus azonban nemcsak Castells munkájában jelenik meg. A politikatudományban – az előző részben ismertetett értelmiségi

jövendölések nem kis hatására – is igen elterjedt feltételezés, hogy az új médium forradalmi változásokat eredményez a politika világában (is). A politikának ugyanis nincs más választása, mint követni az internet sajátosságaiból fakadó mintákat. Miért? Egyszerűen azért, mert nem teheti meg, hogy figyelmen kívül hagyja a változásokat, amennyiben nem óhajt leszakadni a társadalom más szegmenseiben, a szintén az internet hatására bekövetkezett tendenciáktól. Voltaképpen ez a technológiai determinizmus nézet jelenik meg azokban a kutatásokban, amelyek olyan kérdéseket tesznek fel, mint: vajon a politikai intézmények kihasználják-e az internet biztosította többletlehetőségeket, mennyiben adekvát egy párt vagy kormány kommunikációja az internetkorszakban, illetve hogyan tud a politika hatékonyan megszólítani olyan rétegeket, akik számára az internet mindennapi realitás (Gibson–Römmel–Ward, 2004; Kitcat, 2001).

Kiss Balázs *Politika az interneten* című kötetének bevezető fejezeteiben leszögezi, hogy a politikatudományi vizsgálatok többségének ilyen vagy ehhez hasonló nézet szolgál kiindulópontként (Kiss–Boda, 2005: 17).

(Társadalmi determinizmus – Social determinism) A társadalmi determinizmus paradigmájának kiindulópontja, hogy elsősorban a társadalmi, sőt elsősorban a hatalmi viszonyok vannak befolyással a technológia fejlődésére, terjedésére. A megjelenő új eszközök épphogy nem felborítják, hanem belesimulnak a meglévő környezetbe, nem felborítják a társadalmi státusokat, hanem megerősítik. Ezért hívhatjuk ezt a koncepciót más néven megerősítés-paradigmának is (Kiss–Boda, 2005: 17). A társadalmi determinizmus képviselői leszögezik, hogy abból, hogy valami technikailag lehetséges, nem következik politikai alkalmazása. Az internet tehát nem kényszerítő hajtóerő, hanem lehetőség a politika számára is. Önmagában nem okozhat forradalmi változásokat, de teret adhat új gondolkodásmódok, új eszközhasználati minták elterjedéséhez, amelyek valamikor a jövőben valamiféle változást hozhatnak.

A társadalmi determinizmus mint politikatudományi recepció alapja minden bizonnyal az ezredforduló hétköznapi tapasztalásai és a kibomló empirikus vizsgálatok eredményét tükrözi. Az egyre differenciáltabb és szofisztikáltabb internetkutatások nem látták azoknak a forradalmi változásoknak a jelét, amelyeket akár az értelmiségi jövendölések, akár a technológiai determinizmus előrevetítettek. Olyan karakteres koncepciók láttak napvilágot, mint Michael Margolis és David Resnick *politics as usual*-felfogása, amely szerint semmi szükség a politika alapjainak és kereteinek átalakítására (Margolis–Resnick, 2000). Illetve megjelentek olyan írások, amelyek amellet érveltek, hogy bár az internet a politikatudomány paradigmáját mind ez ideig nem rengette meg, néhány fontos fogalom új értelmezésre szorul(hat).

A következőkben essen szó ezekről a kísérletekről.

Politikatudományi kulcsfogalmak új köntösben

A következőkben azokat a diskurzusokat szeretnénk ismertetni, amelyek a leginkább foglalkoztatják a politikatudományi szempontú internetkutatást végzőket. Olyan témákról lesz szó, amelyek egy-egy politikai-politológiai kulcsfogalom újraértelmezésén vagy továbbgondolásán alapszanak. Továbbá kimutatható, hogy napirendre kerülésükben nagy szerepet játszott az internetgondolat felmerülése, noha tágabb kontextusban is értelmezhető konzekvenciákkal járnak. E helyütt nincs módunk a fogalmak mögötti tézisek pontos körüljárására, mindössze arra vállalkozhatunk, hogy kiemeljük a legfontosabbnak gondolt összefüggéseket. Arra sem vállalkozhatunk, hogy az összes fogalmat e helyütt bemutassuk. Úgy véljük, a két legfontosabb – a demokrácia és a részvétel – körüljárásával rávilágítunk a politikatudomány sajátos megközelítésének jellegzetességeire.

(Demokrácia) Az internet és a politika összefüggéseinek tárgyalásakor a végső, „nagy” kérdés általában a modern technikák demokráciára tett hatását firtatja. Pontosabban arra keresi a választ, hogy vajon az internet elősegíti-e a demokrácia kiteljesedését, hozzájárul-e, hogy a vezetők és vezetettek közötti kapcsolat a demokráciának megfelelő legyen. Ezen a ponton felmerül, hogy tulajdonképpen mit is értünk demokrácia alatt. Az 1990-es évekbeli angolszász Habermas-kultusz és az internetdiskurzusok hatására a deliberatív demokraciafelfogás egyre népszerűbb lett. Többen úgy vélték, hogy az internet lökést ad a politikai témák tartalmi vitájának, vagyis a közéleti beszélgetések minél szélesebb körben történő lefolytatásához. Persze nem mindegy, hogy milyenek ezek a társalgások, hiszen a deliberáció szigorú követelményekhez kötött (Kiss–Boda, 2005: 25).

Egy másik csoport szerint tévút a deliberativitás erőltetése, éppen annak erőteljes normativitása és értéktelítettsége miatt. Az internetes fejlemények új kategóriákat kívánnak (Schifferes, 2006). Így született meg az elektronikus demokrácia vagy digitális demokrácia kifejezése. Meg kell említsük azonban, hogy a szakirodalomban nincs egységes szóhasználat vagy koncepció ezekre nézvést. Nagy a bizonytalanság tehát abban a tekintetben, hogy miről is beszélünk, amikor elektronikus vagy digitális demokráciáról értekezünk. Általánosságban véve azt mondhatjuk, hogy itt a demokrácia működtetésének és kiterjesztésének az internet által megvalósuló mintáin van a hangsúly. Ez teljesen új intézmények és eljárások megjelenésére utal anélkül, hogy azok felforgatnák a politikai rendszer egészét. Ezek a vizsgálatok a politikai intézmények primátusából indulnak ki, az internetre pedig olyan eszközként tekintenek, amely a pártok, kormányzatok és egyéb politikai szervezetek hatékony működését, céljaik minél sikeresebb elérését segíti elő. Mégis nyitva hagyják az utat eddig sohasem látott újdonságok politikai célú alkalmazása felé, amely-

nek vizsgálata rávilágíthat az ezredvégi politika jellegzetességeire is. A tanulmányok többsége ilyennek tekinti a vezetők és a vezetettek közötti interakciók egyre bővülő online arzenálját, amely a politikába való bevonódás, a részvétel kérdésének vizsgálatát kívánja meg.

(Részvétel) Az európai demokratikus országok egyik, évtizedes égető problémája a politikai apátia. Az állampolgári részvétel megerősítésének igénye már jóval az internet megjelenése előtt megfogalmazódott. Az új médium közvetlen és interaktív volta azonban tovább fokozta a várakozásokat a demokratikus döntéshozatal konzultatív és participatív elemeinek fejlődését illetően.

Az internet politikai célokra történő felhasználása azzal kecsegtetett, hogy megkezdődhet egy adott politikai közösség új alapokon történő építkezése, s az új módon működő közösségekben különféle társadalmi státusú szereplők – politikusok, köztisztviselők, civil szervezetek képviselői, egyszerű állampolgárok – mozognak, intézik ügyeiket, szereznek érvényt elképzeléseiknek, kormányozzák saját magukat. Az internet kétségkívül rugalmasabb és változatosabb keretet biztosít a politikai aktivitás megélésére, mint a ciklusonkénti szavazás, a politikai rendezvényeken történő megjelenés vagy a párttagság.

Bruce Bimber így teszi fel a kérdést: „*Does the medium matter?*” (Bimber, 1999: 410) vagyis befolyásolják-e az új technikák biztosította részvételi lehetőségek a politikai magatartásunkat és a politikai rendszer egészével kapcsolatos attitűdjeinket. Az internetkutatások hajnalán itt is két teljesen ellenkező előjelű hipotézissel találkozhattunk, a mobilizációs és a megerősítés elméletekkel (Norris, 2003; Kiss–Mihályffy–Szabó, 2007). A mobilizációs hipotézis szerint az internet decentralizált és demokratikus mivolta lehetővé teszi, hogy egy szűk elitcsoportnál szélesebb kör hallassa hangját egy-egy ügy vagy a politikai folyamatok egésze kapcsán. Ezzel az elit kezéből kiesik az addig birtokolt információs és mobilizációs monopólium, miközben online és offline akciók összekapcsolásával bővül a politizálás horizontja. A legmerészebb elképzelések az internetet mint valami teljesen új, a hagyományostól lényegesen különböző részvételi formát tételezték fel, amely erősíti a közvetlen demokráciát (Budge, 1996), élénkíti a pártversenyt (Chadwick, 2006), új közösségeket teremt (Schwartz, 1996) és csökkenti a távolságot a kormányzat és az állampolgárok közt (Grossmann, 1995). Vagyis: lehetőséget ad arra, hogy a politikáról ne mint jogszabályokkal, intézményi, szervezeti, eljárásrendi korlátokkal körülbástyázott alrendszerrel beszéljünk, hanem olyan rugalmas, diffúz és ad hoc hálózatok által működtetett szférát lássunk benne, amelyben különböző társadalmi státusú szereplők, úgynevezett stakeholderek mozognak, diskurálnak, intézik ügyeiket, szereznek érvényt elképzeléseiknek, kormányozzák saját magukat.

A kutatók azt gondolták, hogy egy jól megtervezett, innovatív website segít a szervezeteknek stratégiai céljaik elérésében: bővíti az újságok olvasótá-

borát, növeli a kormányzati szervek átláthatóságát, megerősíti a pártszimpátiákat, és így tovább (Norris, 2003). Az optimista álláspont képviselői szerint az internet egyre több embert fog bevonni a politikába, és alapjaiban alakítja át a választás és a kampány folyamatát (Morris, 1999; Norris, 2003; Chadwick, 2006).

A megerősítés teóriája azonban úgy látja, hogy az egyedüli, aki számára új utak nyílnak meg, az éppen az elit. Miért? Mert az elit tagjai képesek megszerezni és megtartani azt a szellemi és anyagi tőkét, amellyel az internet újdonságát legalább annyira kontroll alatt tartják, mint a régi részvételi formákat. A Woody Stanley és Christopher Weare szerzőpáros szerint azonban mindkét hipotézis zsákutcába vezet a kutatókat (Stanley–Weare, é. n.): empirikus kutatásokkal ugyanis mindkét tétel mellé számos bizonyíték állítható. Tény, hogy a politikai részvétel tekintetében nem látjuk azokat a bombasztikus változásokat, amelyekre a mobilizációs hipotézis utal. Viszont az is látszik, hogy az internet nem hagyta érintetlenül a politikusok és a pártok kommunikációját, a kampányokat. Továbbá azt is állíthatjuk, hogy online eszközök segítségével bizonyos választói csoportok (például a fiatalok) elérése és mozgósítása könnyebb (Kitcat, 2001; Kissane, 2008).

A következőkben azt járjuk körül, hogy a politikai szereplők internethasználatának melyek a legfontosabb területei, s a tudományos feltárásnak melyek a legérdekesebb hozadékai.

A POLITIKA MINT FELHASZNÁLÓ

Miért fordulnak a pártok és a politikusok az internet felé?

Az internet és a hagyományos tömegmédiá szembetűnő különbségei (Gibson–Ward, 2000; Carlson–Djupsund, 2001; Vedel, 2003) óriási lehetőségekkel kecsegtették a politikai kommunikáció résztvevőit, elsősorban is a pártokat, politikusokat. De mi is az, ami vonzóvá teszi a webes jelenlétet egy párt számára? Mire lehet jó egy párt honlapja?

Vedel (2003: 42) az új infokommunikációs eszközök és technikák,⁴ köztük az internet hét jellemzőjét sorolja fel, ezek számottevő előnyöket jelenthetnek a nagy médiával szemben: az információ-előállítás, -tárolás és -terjesztés *alacsony költsége*, az információforrás és a címzett közötti *közvetlen kapcsolat*, a *címzettek szelektálhatósága*, az információáramlás *sebessége*, az *interaktivitás* lehetősége, a *decentralizált* felépítés és végül a *globális dimenzió*. Ezek a tulajdonságok lehetővé teszik, hogy gyakorlatilag bárki tartalom-előállítóvá váljék, ezáltal nagy mennyiségű, széles körben elérhető, és akár folyamatosan frissíthető információ-tömeg keletkezzen. Lehetővé válik továbbá a kommunikáció földrajzi adottságoktól független szervezése; a címzettek visszajelzést adhatnak a kommunikáció forrásának, aki ez alapján az igényeikhez igazíthatja a kommunikációt. Az internettel ráadásul megkerülhető a nagymédia, így annak

szűrő, üzenetmódosító hatása nem érvényesülhet. A marketing logikája alapján további lényeges körülmény, hogy azok köre, akik számára elérhetővé tesszik az információt, tetszés szerint szűkíthető, vagyis az internet megkönnyíti a *célzott* (targeted) *kommunikációt*. Különösen fontos a *kétirányú kommunikáció* lehetősége, amely hozzájárulhat ahhoz, hogy a televíziós korszakban passzivitázódott választók (Norris, 2003) újra a politika aktív résztvevőivé váljanak. Gibson és Ward (2000) a különböző *formátumok* – szöveg, kép, hang, mozgóképek – kombinálásának lehetőségét is megemlíti az internetes kommunikáció előnyei között.

A politikai szereplők internethasználatának első tapasztalatai

A politikai aktorok webes megjelenése és internethasználata tehát nagy reményekkel kecsegtetett: a kutatás egyik fő fókuszát a világháló használatában rejlő új lehetőségek, az online kampányolás feltérképezése jelentette. A kutatók azt várták, hogy a pártok hagyományos funkcióik egy részét az online térben, a honlapjukon keresztül is ellátják majd, és az új eszköz segítségével jobban igyekeznek bevonni az embereket a politikába. Kérdésként merült fel az is, hogy az internet használata átalakítja-e magukat a pártokat, az internet mint szerveződési mód hatással lesz-e a pártok felépítésére, megjelennek-e a „hálózatos pártok” (Kiss–Boda, 2005). Ez az irány azért tűnt izgalmasnak, mert a tapasztalatok szerint a civil szervezetek nagy sikerrel használják az internetet, fejlődésük összefonódik annak fejlődésével, és tevékenységük nagy részét minden probléma nélkül képesek „áttenni” a világhálóra. Ezt részben azzal szokás magyarázni, hogy a civil szervezetek felépítése és működése nem hierarchikus, hanem hálózatos logikát követ – hasonlóan a világhálóéhoz (lásd Kiss–Boda, 2005: 148–152).

Milyen funkciókat láthatnak el a pártok az online térben? A szakirodalom jó néhány, a világhálón is megtalálható funkciót sorol fel: az *információszolgáltatást*, a *kampányolást*, a politikai *részvétel* más formáinak az *előmozdítását*, az anyagi és emberi *erőforrás-teremtést*, a *szervezetépítést*, a *kapcsolatteremtést* más szervezetekkel (networking), továbbá a *véleményformálást*, a *közvélemény becsatornázását*, a szavazókkal történő *interakciót*, valamint a párt *arculatának az erősítését* (Gibson–Ward, 2000; Römmele, 2003; Kiss–Boda, 2005). A gyakorlatban ez azt jelenti, hogy egy párthonlap nemcsak információt szolgáltat, hanem lehetővé teszi az odalátogató számára az aktív megnyilvánulást, sőt, közösséget is szervezhet. Az érdeklődő kapcsolatba léphet a párttal, a politikussal vagy a többi odalátogatóval az üzenőfalon, chatszobán, e-mail-küldésen vagy online vitafórumokon keresztül. Maga is információt szolgáltat, és hozzájárulhat a tartalomhoz cikk, videó, illetve kép beküldésével, olvasói levéllel, vagy a faliújságra írt üzenettel; továbbá véleményt nyilváníthat, például részt vehet egy-egy szavazáson, vagy kommentárt fűzhet egy-egy cikkhez.

A politikai szereplők és az internet kapcsolatával, főként az online kampányolással az 1996-os amerikai elnökválasztás tapasztalatai után kezdett foglalkozni a szakma (Margolis–Resnick–Tu, 1997), majd ezután gombamód szaporodni kezdtek a kampányokról és a politikai szereplők webes megjelenéséről szóló munkák (Auty–Nicholas, 1998; Gibson–Ward, 1998; Gibson és mtsai 2000; Newell, 2001; Carlson–Djupsund, 2001 stb.)

A várakozásokhoz képest azonban az első empirikus kutatások csalódást keltettek. Margolisék, nem tagadva az internetes kampányolás nívumait és kirobbanó sikerét, úgy látták, hogy a világháló egyelőre *inkább megerősíti az amerikai politika meglévő struktúráit, semmint megváltoztatná azokat* (Margolis és mtsai, 1997). A kezdeti kutatások azt mutatták, hogy a pártok és politikusok leginkább csak kötelességtudatból, illetve mintakövetésből vannak jelen az online térben, ám az internetet az offline kommunikációhoz hasonlóan, kvázi annak meghosszabbítására használják – tehát elsősorban információterjesztésre, és nem arra, hogy interakcióba lépjenek a választókkal. Auty és Nicholas (1998) a '97-es brit választási kampány után egy évvel elemezve a párthonlapokat például azt találta, hogy a pártok többsége annak ellenére fenntartotta az internetes jelenlétét, hogy kevéssé használták ki a technológia előnyeit, a site-jaikat ritkán frissítették, és jobbra egyirányú kommunikációt folytattak rajtuk. Hasonló eredményekre jutott később Gibson és Ward (2000) is, a brit és az ausztrál Munkáspárt honlapját, Carlson és Djupsund (2001) a finn politikusok honlapjait, Newell (2001), később Bentivegna (2004) pedig az olasz politikusi és párthonlapokat vizsgálva. Autyék eredményei közül ugyanakkor érdekes megállapítás, amelyet Gibson és Ward (1998) is megerősített, hogy a kisebb pártok tűntek a leginkább innovatívnak, ami az internetnek a potenciális pártverseny-kiegyenlítő hatására utal.

Norris (2003) a fentieknél árnyaltabb véleményt fogalmazott meg. Ő sem gondolta, hogy az internet forradalmasította volna a demokráciaképünket, azonban felhívta a figyelmet a politikusi és a párthonlapok pozitívumaira. Ezek között említette az információs pluralizmust, a választópolgárok nagyobb tájékozottságához való hozzájárulást, az alulról felfelé irányuló kommunikáció lehetőségét, és így a választók és a politika közötti kapcsolat erősítését. Ezek miatt állítja Norris, hogy tévedés lenne azt gondolni, hogy az interneten is csak „a szokásos módon” jelenik meg a politika. Vizsgálatának legfontosabb hozadéka, hogy kimutatta: a párthonlapok elsősorban olyanokat érnek el, akik már eleve érdeklődnek a politika iránt, sőt, szimpátiával is rendelkeznek, más szóval a honlap a „megtérteknek prédikál”. Az internettel kapcsolatban nagy várakozásokat megfogalmazókkal szemben Norris konklúziója tehát az, hogy a hagyományos hírmédiához hasonlóan az internet is *elsősorban megerősíti az elkötelezetteket* – az azonban kérdéses, hogy lehet-e szerepe az aktivitás felérésében a politika iránt kevéssé érdeklődők körében.

Noha magyar pártok viszonylag korán indítottak honlapot – az SZDSZ és a Fidesz már 1996-ban, az MSZP '97-ben, az MDF és a MIÉP pedig '98-ban (Dányi, 2002), –, a hazai politikai kommunikációban a 2002-es választási kampány volt az első, amelyben az internet nagyobb szerephez jutott (Kiss és Boda 2005; Dányi 2003). A pártok vezető politikusainak is elkészült a honlapjuk, a pártok több fontos eseményről is online közvetítést adtak a honlapjukon (Dányi, 2003), ráadásul az állampolgárok részéről is váratlanul erős online aktivitás nyilvánult meg⁵. A magyar politikusi és párthonlapok egyik legrészletesebb elemzését Kiss és Boda (2005) készítette el. A szerzőpáros a honlapokat öt funkció – a párt arculatának megjelenítése, az információátadás, a közvélemény becsatornázása és interaktivitás, a szavazók megerősítése, a támogatók megszervezése – alapján vizsgálta a 2002. évi országgyűlési választás előtti 3 hónapban. A vizsgálat a nemzetközi szakirodalommal nagyrészt összecsengő eredményeket hozott, így például Kiss és Boda kutatása szerint a közvélemény becsatornázása és az interaktivitás nem bizonyult a magyar párthonlapok erősségének a vizsgált időszakban, ez alól egyedül az SZDSZ tűnt kivételnek, azonban ez a honlap is inkább *kváziaktivizmust* folytatott,⁶ a tényleges interaktivitás, így a fórum, az e-mail küldésének lehetősége hiányzott.

A legutóbbi fejlemények, online kampány 2.0

A politikai kommunikációban, a pártok internethasználatában nagy változást jelentett a Web 2.0-ás technikák megjelenése és elterjedése. A Web 2.0 (O'Reilly, 2005) tulajdonképpen a világháló fogalmának újraértelmezése, mégpedig egy olyan, mindenki által elérhető és alakítható platformként, amely megteremt a kollektív intelligencia és az egyes felhasználók által hozzáadott érték kölcsönös és maximális kihasználását a dinamikus információalkotás és információcsere során. A Web 2.0-ban emberközelibbé válnak a párbeszédék az interperszonális networking, illetve az individualizáció révén (Lilleker–Jackson, 2008). A Web 2.0 fogalmába beletartoznak mindazok az interneten fellelhető szolgáltatások és eszközök, amelyeket a felhasználók megváltoztathatnak, módosíthatnak, akár tartalmában, akár külső megjelenésében. Az alkalmazásokra, vagyis a felhasználók által készített internetes tartalmakra közismert példák a Wikipedia nevű online enciklopédia; a YouTube nevű videomegosztó (magyar rokona a Videa és az Indavideo); vagy az olyan közösségi oldalak (social networking sites), mint a Facebook, a Myspace, illetve a magyar iwiw; de ide sorolhatók a blogok is, és a szabad forráskódú szoftverek (pl. Linux). A Web 2.0-ban az internet hálózatos jellege és közösségteremtő funkciója minden korábbinál jobban érvényesülhet, mert akár földrajzilag nagyon távol eső egyének is közösséggé formálódhatnak. Mivel így az eddiginél is jobban elmosódnak a felhasználók (users) és az előállítók (producers) közötti határok, a politika amatőrizálásáról is beszélhetünk, amely a politikai tanácsadók megjelenésével összefüggő professzionalizációt sajátosan ellenpontoszza (Gibson, 2008).

Az internetes alkalmazások a politikában elsőként a 2004-es amerikai elnökválasztás előtt jutottak főszerephez (Chadwick, 2006)⁷, mégpedig Howard Dean demokrata párti politikus kampányában. Dean támogatóknak és anyagi forrásoknak egyaránt híján volt a kampánya elején, ám alig egy év alatt a mezőny élére küzdötte fel magát, pénzgyűjtésben sokszorosán felülmúlva párttársát, John Kerryt⁸. Dean volt az első jelölt, aki honlapján blogot indított, amelyen nyílt párbeszédre hívta a választókat (Meraz, 2005). A kampány másik nagy vívmánya volt, hogy összekapcsolta a virtuális és a valóságos teret. Dean kampányfőnöke, Joe Trippi a Meetup.com weboldalon keresztül számtalan találkozót szervezett a jelölt és támogatói számára, melyekből azután további találkozók nőttek ki, és kis szimpatizánsszövetségek szerveződtek – vagyis a Dean-csapat a virtuális (online) teret használva valódi (offline) networköket hozott létre.

Dean kampánya nagy hatással volt riválisai kampányára is, akik maguk is blogot indítottak, megjelentek a Meetup.comon, és online pénzgyűjtő kampányba kezdtek⁹. E lépések a pénzgyűjtés forradalmasítása mellett lokális szinten is nagy változásokat hoztak. Az állampolgári részvétel új formáját teremtette meg azáltal, hogy a virtuális érdeklődést valódi támogatássá alakította, s mivel e technikákat a riválisok is hamar elsajátították, az elemzők szerint az online kampány is hozzájárult ahhoz, hogy a választói részvétel 61%-ra nőtt (Chadwick, 2006: 167).

A 2004-es elnökválasztás tapasztalatai ha lehet még nagyobb várakozásokat ébresztettek az online kampányolással kapcsolatban (Chadwick, 2006). A Web 2.0-ás technikák alkalmazását a 2008-as elnökválasztást megelőző kampányban Barack Obama és stábja fejlesztette tökélyre (Gibson é. n; Smith–Bratt, 2009¹⁰). Szinte valamennyi közösségi site-ot felhasználták Obama kampányában arra, hogy a politika iránt korábban nem érdeklődők szimpátiáját felkeltse, és új potenciális szavazókkal lépjenek kapcsolatba. A MySpace-on például 57 profilt hoztak létre, amelyeket naponta frissítettek, például a YouTube-on létrehozott saját videocsatorna linkjeivel. A központi profilnak 1 milliónál is több „barátja” lett, voltak tagállami profilok („Oregon for Obama”), és bizonyos tulajdonság alapján kialakított profilok („Students for Obama”, „Obama Pride”). A Facebookon még népesebb volt a baráti csoportok taglétszáma, a központi Obama-profil egyedül 3 millió barátot számlált. Obama közösségi site-októl független kampányoldalán („Obama for America”) szintén saját profilt lehet létrehozni. Mindezeket a kampánystáb első lépésben arra használta, hogy informálódjon az érdeklődőkről; a megadott személyes adatokból minél jobban feltérképezze a szimpatizánstábort, hogy azután kifinomult statisztikai módszerekkel rendkívül pontosan vehesse őket célba a kifejezetten nekik szánt üzenetekkel (microtargeting). A kampány sikerét a nagyszámú érdeklődőn – és nem melleleg Barack Obama győzelmén – túl az is mutatja, hogy a szimpatizánsok egy idő után spontán aktivitásba kezdtek, és önszervezőkké váltak.

Közösségi oldalakon további szimpatizánsköröket hoztak létre (pl. „Sacramento for Obama”, „One Million Strong for Obama”), vagy az ellenfelet támadó platformokat készítettek (pl. „I Have More Foreign Policy Experience than Sarah Palin”); illetve e-mailben terjesztették az ismerőseik körében az érdekesnek talált tartalmakat. A Facebookon még Obama-témájú virtuális ajándékokat is lehetett küldeni egymásnak. A példákat hosszan lehetne sorolni, az azonban már ennyiből is látszik, hogy Barack Obama kampányában az alkalmazások minden korábbinál sikeresebben vonták be az embereket a politikába. Az internetezők által előállított és terjesztett tartalmak sokasága a politika „amatőrizálódásának” ékes bizonyítéka (Gibson, 2008).

Lássuk, mi a helyzet Magyarországon! Szembeötlő, hogy a magyar pártok egyre gyorsabban veszik át a külföldön bevált módszereket. Alig három hónappal a 2008-as elnökválasztás után, 2009 februárjában a Lehet Más a Politika (LMP) Obamáéhoz hasonló internetes adománygyűjtő akcióba kezdett. A Fidesz, szintén az európai parlamenti választási kampány részeként videócsatornát létesített a YouTube-on. A 2009 januárjában megtartott ferencvárosi időközi választáson induló John Emese blogot indított (johnforferencvaros.blog.hu), az iwiwen azonos című profilt hozott létre, a facebookos oldalát pedig egyértelműen kampánycélra rendezte be (például le lehetett tölteni plakátot, szórólapot).

Gyurcsány Ferenc egyedülálló módon, még a 2006-os kampányban, miniszterelnökként indított blogot, amely páratlanul sikeres lett, és a hazai politikai kommunikáció meghatározó tényezőjévé vált. Azóta több politikus üzemeltet blogot, például Schmitt Pál¹¹, illetve Demszky Gábor¹². A legnépszerűbb hazai közösségi portálon, az iwiwen jó néhány politikus fenn van (Fodor Gábor, Gusztos Péter, Horn Gábor, Eörsi Mátyás, Almássy Kornél, Révész Máriusz, Schmitt Pál, Hagyó Miklós, Horváth Csaba). A profilok között jelentős különbségek vannak a privát és a politikai tartalom arányát illetően, illetve a baráti kör méretében is. Általánosságban elmondható, hogy ritka az olyan profil, amelyet kifejezetten toborzásra, közösségépítésre, vagy bármilyen politikai célra hozott volna létre a tulajdonosa. Ekképpen sem a hazai politikusi blogokról, sem a közösségi oldalakon fellelhető politikusi profilokról nem állíthatjuk – legalábbis egyelőre –, hogy messzemenően kihasználnák az internet adottságait.

Egyéb szereplők online politikai kommunikációs aktivitása

A politikai kommunikáció szereplői között találjuk még a médiát és az állampolgárokat is, illő tehát, mintegy kitekintésként, hogy róluk is ejtsünk néhány szót az internet és a politika összefüggései kapcsán.

A média változó szerepben: politikáról tájékoztatás új mintái

Az internet és a tömegmédiá találkozási pontján a szakirodalom jelentős része a kérdést az új versus régi kategóriapárjába helyezte el. Kezdetben a kuta-

tők úgy vélték, hogy az új technikák elterjedése fenyegetésként, de legalábbis kihívásként jelent meg az újságíró-társadalom, illetve a lapkiadói piac számára. Később azonban az egyre növekvő számú empirikus elemzések hatására finomodtak az vélemények. Ma már inkább arról beszélünk, hogy a régi – azaz a hagyományos média és újságírás – és az új – online fejlemények – egyrészt konvergálnak, másrészt az internet hatására megjelenő új minták inkább bővítik, színesítik a palettát, mintsem kiszorítanának vagy feleslegessé tennének egyéb formákat.

(Internet mint alternatíva) Az első vizsgálatok között nagyon karakteres hipotéziseket olvashattunk: csak úgy sorjáztak azok a vélekedések, miszerint az internet egyszerűen feleslegessé teszi a tömegmédiát; a politikai diskurzusokban a közvetített kommunikációt felváltja a közvetlen kommunikáció; a politikusok és állampolgárok akkor lépnek kapcsolatba, amikor számukra szükséges és ideális, illetve olyan kérdéseket vethetnek fel, amelyeket csak akarnak; a média politikai szocializációban, politikai napirend meghatározásában betöltött szerepe elpárolog. Valóban számos jel utalt arra, hogy a XX. század végén a politikai, közéleti sajtó nagy bajban van (olvasói érdeklődés megcsappanása, példányszámcsökkenés, tekintélyvesztés, szakmai éthosz körüli bizonytalanságok, pénzügyi gondok). E válság mögött sokan az internet terjedését sejtették (Szabó, 2005).

Azonban „a hagyományos tömegkommunikáció vége” jellegű irodalmak mellett nagy hatással bírtak azok a vélemények, amely szerint a világháló az egyenlőség, a szabadság, a cenzúramentesség szinonimájaként jelent meg, mint olyan szféra, amely a mindenkori hatalmi rendszerek ellenőrzésén kívül esik. A médiabirodalmak működtette, kereskedelmi televíziók uralta hagyományos nyilvánosságból kiszorult, a mainstreammel ellentétes hangok itt végre lehetőséget kapnak a megszólalásra, kérdésfelvetésre, gondolataik terjesztésére. Emellett az állampolgárok számára is kitérül a világ, végtelen információforrás kerül a kezünkbe, az információcserének immár nem szab gátat az elített összefonódó újságíró-társadalom. A média torzító és kapuóri mechanizmusai örökre eltűnnek.

Az élet azonban csak részben igazolta az ilyen irányú elvárásokat. A tömegmédiá politikai kommunikációs funkciója nem szűnt meg. Sőt, az internet nem váltotta be a hozzá fűzött reményeket, nem vált alternatív nyilvánossággá, sokkal inkább érvényesül a kommercializáció és a koncentráció tendenciája (Szabó, 2008).

(Online újságok) Az 1990-es években új szereplők jelentek meg a világ médiapiacán: az online újságok, vagy más néven a netsajtó. Népszerűségük néhány év alatt olyan mértékű lett, hogy felkeltette a kutatók érdeklődését is. A szakirodalom elsősorban arra volt kíváncsi, hogy mennyiben mások ezek a mé-

diumok, mint a hagyományos tömegkommunikáció egyéb formái. A konceptualizálás első időszakában a konvergencia tétele határozta meg a tudományos gondolkodást. Az online újságok vizsgálata rávilágított arra, hogy a mindent felforgató hipotézisek empirikusan nem bizonyíthatók. Helyettük inkább a médiumtípusok, illetve az online és offline logika között átjárhatóság és összeolvadás mutatkozott. Megszületett a konvergenciatézis, amelyet a régi média–új média dichotómia meghaladásának tekinthetünk. A konvergencia-irodalmak arra hívják fel a figyelmet, hogy az internet hatására a média rendszerében átalakulások tapasztalhatók, amelyek változásokat eredményeznek ugyan, mégsem forgatják fel fenekestül a tömegkommunikációs kereteket. A kutatók a könnyen belátható technikai konvergencia mellett rámutatnak az online és a hagyományos tömegkommunikációs csatornák működési elveiben is látható keveredésre is. Ennek egyik legjobb példája a nagy internetes hírportálok munkaszervezése, ahol lényegében hasonló jellegű szerkesztőségi rendszer épült ki, mint a nyomtatott sajtóban (Szabó, 2008).

A tézis nyújtotta kényelmes – se nem ilyen, se nem olyan – álláspont átgondolására a Web 2.0 fejleményei készítették a kutatókat. Napirendre került az internetes újságírás jellemzőinek vizsgálata. Felmerültek azok a gondolatok, amelyek szerint itt nemcsak a hozzáférési csatornák bővüléséről, hanem újfajta zsurnalisztikai minták megvalósulásáról van szó. A számos válaszkísérletből a terjedelmi korlátok miatt csupán a részvételi újságírás, vagy Mark Deuze kategóriáját használva a *prosumer* modell (Deuze, 2004) bemutatására van lehetőségünk, amely véleményünk szerint a leginkább megragadja a netsajtó esszenciáját.

A modell kiindulópontja, hogy az internet, többek között, különösen alkalmas az interaktivitás és a multimedialitás összekapcsolására, azaz az újságok írói és olvasói közötti határok lebontására. Mit jelent ez? Deuze megfigyelése szerint az online újságok többsége nemcsak hogy teret enged, de épít is tartalomfejlesztésében az olvasók tudására és készségeire. A fórum és egyes hírekhez fűzött kommentárok, az olvasók által készített és beküldött fényképek, videók ugyanúgy az újság integráns részét képezik, mint a szerkesztőségi gárda munkái. Való igaz, hogy más médiumokban ezek a lehetőségek, ilyen formában nem állnak a médiafogyasztók rendelkezésére. Deuze ezért éppen a tartalmak termelőinek (producer) és fogyasztóinak (consumer) összeolvadásából keletkezett prosumer-jelenséget tekinti az online újságírás differentia specificájának. Így megvalósulhat a politikára történő kollektív, társas reflexió, amely akár megváltoztathatja a politika mibenlétéről alkotott képünket is. Nem nehéz belátni, hogy itt is valamiféle tartalom-előállító network kialakulásának vagyunk szemtanúi.

(Politikai blogok) Azt, hogy az online újságoknak mennyire sikerült megkapaszkodniuk a médiapiacon, mi sem jelzi jobban, hogy a kutatók immár a

blogokat tekintik elsősorban a mainstream tömegkommunikáció vetélytársának. Így az utóbbi években született tanulmányok jelentős része azt vizsgálja, hogy miként jelenik meg a politika, a kampány a blogoldalakon. Mindez számunkra is tartogat fontos megállapításokat, hiszen ez idő tájt a legnépszerűbb, legolvasottabb blogok Magyarországon is az online újságokhoz, s azok stábjához köthetők. Az amerikai fejleményekről írva Jane Singer arról számol be a 2004-es elnökválasztási kampány alatt folytatott kutatásában, hogy a politikai blogok (nem politikusi, hanem újságírók vagy közéleti értelmiség által a politikáról írt webes bejegyzések) különösen a személyes vélemény kifejezésének a csatornáivá váltak. Emellett azonban az újságíró-bloggerek sok időt szántak a kampánnyal kapcsolatos általános hírfolyam értelmezésére is; több poszt foglalkozott máshol megjelent cikkek kommentálásával, összehasonlításával. Singer ezért úgy látja, hogy a blogoknak digestív funkciója is lehet, segít nekünk megemészteni a politika bonyolult világát, utat vág az információs dzsungelben, illetve mankóval lát el bennünket a kampányesemények értelmezéséhez, a nagy összefüggések meglátásához.

Singer szerint meglepően kevés, illetve limitált volt az olvasói interaktivitás, a közösségi politikai tudás és attitűdök termelésének tere. Az amerikai blogok többsége megelégedett a posztokhoz fűzhető kommentárok lehetőségével, melyek alakulását a bloggerek jószérivel figyelmen kívül hagyták (a kommentekre nem reagáltak). Singer mindössze egy-két példát talált arra, hogy egy-egy oldalon nem a blog tulajdonosa által készített tartalmat (írás, fotó, videó) tüntettek volna fel. A szerző kutatása tehát megerősíti, hogy a blogok birodalmában is tartja magát a kapuőr-jelenség (bár a korábbi gatekeeper angol kifejezés helyett egyre inkább a gatewatcher használatos), mely szerint a bloggerek saját oldaluk tartalmának fejlesztését önkezükből látják a legbiztonságosabbnak (Singer, 2005).

Világosan látható tehát, hogy az internet önmagában nem ad okot arra, hogy a tömegkommunikáció tudományos értelmezését teljesen új alapokra helyez-zük. Az online újságok, illetve a politikai blogok az ezredvégi médiafragmentálódás és differenciálódás egyik példáját mutatják számunkra. Az internet továbbá önmagában nem okolható a politikai-közéleti sajtó médiapiaci zsugorodása miatt sem.

*Az állampolgárok internetes politikai diskurzusa*¹³

Ha valamivel adós az internetirodalom amúgy divatos kutatási területe, akkor az az állampolgárok online politikai társalgásainak szisztematikus vizsgálata. Mindez természetesen nem azt jelenti, hogy nem születtek tudományos munkák e témában, mindössze arról van szó, hogy a figyelem középpontjában inkább a politikai intézmények (pártok, kormányok, politikusok), illetve a média internetes kommunikációjának vizsgálata áll.

Ha vetünk egy pillantást a rendelkezésre álló forrásokra, azt látjuk, hogy a kérdés többnyire a közösség-, közösségi hálózatok-problematika keretében jelenik meg. Az első fontos összefüggés, amire rámutathatunk, a térképek megváltozása. Az internet ugyanis lehetővé teszi, hogy a kommunikációhoz való hozzáférés elszakadjon a földrajzi és kulturális határoktól. Már a kilencvenes évek közepén azon elmélkedtek, hogy az internet terjedésének hatására kialakul-e a globális világháló, vagy tovább erősödik-e a társadalmak fragmentációja. Mindkét fogalom arra utal, hogy az egymásmellettség nem geográfiai közelséget, hanem érdek- vagy értékközösséget jelent. Ugyanakkor a globális világháló hordoz magában egy olyan értelmezést is, miszerint az internetes közösségek között van kapcsolat, odafigyelnek egymásra, kiépülhet a kommunikációs csatorna közöttük, míg a társadalom fragmentációja-tézis inkább arra utal, hogy a csoportok elszigetelődnek egymástól, nincs vagy nagyon korlátozott a tudásuk a rajtuk kívüli világról, de különösebb erőfeszítéseket sem tesznek a más közösségek felé irányuló kommunikációs hálók kiépítésére.

Mit tudunk az online közösségekről? Elsősorban azt, hogy instabilak, hiszen az internetes csoportokhoz – többségében – könnyű csatlakozni, de ugyanilyen egyszerű elhagyni is. Ha megszűnik az egyén motivációja vagy lehetősége, esetleg konfliktusa támad a többi taggal, szimplán megszakítja a társalgást vagy a közösségi tevékenységét. Ezért hívhatjuk e csoportokat újtörzseknek (neo-tribes), melyek illékonyak, változékony tagsággal, illetve dinamikával működnek, tagságuk igen gyakran átmeneti. A virtuális közösség határai, kiterjedése, működése tehát bizonytalansággal terhelt. Az online közösségek másik általános jellemzője a radikalizálódás, vagy másként fogalmazva a tolerancia hiánya, a hasonló a hasonlóhoz mechanizmusainak érvényesülése. Az online csoportok dinamikáját vizsgálva gyakran azt látjuk, hogy erős a homogenizáció tendenciája. A társalgásokra épülő közösségekben a kisebbségi véleményt képviselőket kirekesztik, vagy azok egyszerűen meg sem jelennek. Mindez következménnyel jár(hat) a csoporttagok (politikai) szocializációjára is. Hiszen az egyén számára evidens élmény lesz egyrészt az, hogy az ő véleménye egyben a többség álláspontja is, másrészt pedig az, hogy legitim diskurzív lépés a kisebbség kiszorítása.

Mi számít online politikai csoportnak? Egységes definíció híján azt mondhatjuk, hogy minimális követelmény a politikai társalgás folytatása. Más kritériumok is megemlíthetők persze, úgymint domináns ideológiával rendelkezik, és az ideológia terjesztése érdekében új tagokat toboroz. Ami azonban igazán érdekes, az az internetes politikai közösségekben folyó diskurzusok milyensége. Azon kevés empirikus kutatás, amely tartomelemzést végzett, egyáltalán nem az optimista forogatókönyvek hipotéziseit erősíti meg. Rámutatnak, hogy az anonimitás – az internetes társalgások általános jellemzője, hogy a résztvevők álneveket (úgynevezett nickneveket) használnak – miatt igen keveset tudunk meg a tagok reprezentativitásáról (kik ők, mely demog-

ráfiai csoporthoz tartoznak, milyen társadalmi státussal rendelkeznek, vannak-e intézményes politikai kötődéseik stb.). Talán éppen az anonimitás, talán az internetes szubkultúra miatt a társalgásban igen gyakoriak a személyeskedő, sértegető, ad hominem támadások. A durvaságok bizonyos esetekben az egyet nem értő csevegők felé irányulnak, de többször érintik a beszélgetés „tárgyát” képező politikusokat, pártokat, politikai intézményeket. Egy következő jellegzetesség a vélemények burjánzása. Az online diskurzusokban melleslegnek tűnik a kijelentések alátámasztása, a forrásmegjelölés, az adatok halmozása. Ezek helyett a fórumozók mindennapi tapasztalatai alapján leszűrt szubjektív véleményüknek adtak hangot. Az internetes társalgások célja ezek szerint tehát nem a látókörünk szélesítése, hanem saját álláspontunk megerősítése.

ÖSSZEFOGLALÁSKÉNT

A politika és az internet kapcsolatával foglalkozó hazai és nemzetközi szakirodalom igen gazdag. Az elérhető kötetek és tanulmányok egy része a témában rejlő teoretikus kihívásokat emeli ki, és arról beszél, hogy miként és mennyiben alakul(hat) át a politika, a politikai kommunikáció mibenlétéről alkotott tudományos és mindennapi tapasztalásunk. A szakirodalom másik csoportja szisztematikus, periodikus, illetve összehasonlító empirikus kutatásokkal operál, s lehetőséget ad egy-egy ország, választási év fejleményeinek bemutatására. De igen gyakran születnek elemzések a politikai kommunikáció aktorainak (pártok, politikusok, média, civil szervezetek, állampolgárok stb.) online aktivitásáról.

Úgy véljük, hogy a szakirodalom ez iránti érdeklődése, miként a modern információs és kommunikációs eszközök társadalmi elterjedése is, hullámozó. Mondhatjuk, hogy a kilencvenes évek közepén tetőzött a figyelem első hulláma, amelyben számos kísérlet történt az internet domesztikálására, vagyis a politikatudomány nagyelméletei közé történő beillesztésre. A „dotcom lufi” kidurranásával a kutatók figyelme is újabb irányokat vett. Az idő tájt úgy tűnt, az internet mégsem rejt magában olyan hatalmas lehetőségeket, hogy a rá fordított energiákat igazolta volna. Napjainkban azonban az látszik, hogy a Web 2.0 megjelenése politikai-társadalomtudományi konzekvenciákkal is jár: első sorban a 2008-as egyesült államokbeli elnökválasztás fejleményei, azon belül is Barack Obama internetes kampánya ismét a szakértői-elemzői érdeklődés homlokterébe tolja az internet kérdését.

Szembetűnő, milyen sokféle értelmezés, széttartó paradigma, egymásnak akár teljesen ellentmondó elmélet született a politika és az internet kapcsolatát vizsgálva. A szakirodalom eddig nem volt képes, s talán már nem is fog tudni egységes álláspontot, megközelítést kialakítani alapvetések terén sem. A témával foglalkozó kutatóknak tehát gazdagon burjánzó koncepciódzsun-

gelen kell keresztülverekedniük magukat, és időről időre, a változások tükrében felül kell vizsgálniuk saját álláspontjukat. Tanulmányunkkal ehhez is szeretnünk volna hozzájárulni. Reményeink szerint írásunk iránytűt ad a területet feltérképezni szándékozók kezébe, és a kérdéskör főbb csomópontjainak megvitatásához is hasznos kiindulópontokat szolgáltat.

JEGYZETEK

- ¹ A tanulmány háttéréül a Választási kampányok 2009–2010 című, 73039 azonosítós számú OTKA-kutatás szolgált.
- ² Magyarul is számos átfogó munka érhető el a témában: Kiss–Boda (2005) több témát átfogó könyvétől kezdve az elektronikus kormányzat és kormányzás témáján (például Budai–Sükösd, 2005), vagy a civil szervezetek online aktivitásának (például Mihályffy, 2005), illetve a pártok és politikusok internetes megjelenésének vizsgálatán (például Dányi, 2002) át egészen az internet médiapiacra gyakorolt hatásáig (például Csermely–Ráduly–Sükösd, 1999).
- ³ Itt kell megemlíteni, hogy a kérdés később a tudomány napirendjére kerülve számos vizsgálat kiindulópontjául szolgált. A digitális szakadék kifejezést azonban gyorsan felváltotta a digital divide (digitális megosztottság) használata. Szisztematikus értelmezési kereteit először Brian D. Loader *Cyberspace Divide* című kötetében olvashattuk (Loader, 1998). A magyar műhelyek közül kutatások folynak az Információs Társadalom- és Trendkutató Központ (például Molnár 2002, 2004), illetve a TÁRKI (Bognár–Galács 2004) keretei között.
- ⁴ Information and Communication Technologies (ICTs), vagy magyarul infokommunikációs technológiák (IKT-k)
- ⁵ Lásd a Nyílt Társadalom idevonatkozó gyűjteményét (<http://www.osaarchivum.org/kampany-archiv/>).
- ⁶ Kiss és Boda ezen azt érti, hogy bizonyos aktivitást lehetővé tett ugyan a honlap – például az SZDSZ „poligocsi” játékában politikuskezdeményt lehetett nevelgetni –, azonban ehhez nem társult konkrét politikai cselekvés.
- ⁷ Chadwick nem Web 2.0-ás alkalmazásokról beszél, magát a fogalmat sem használja, hanem csak az első valódi internetes kampányként hivatkozik a 2003/2004-es Dean-kampányra.
- ⁸ Dean több mint 40 millió dollárt gyűjtött (Chadwick, 2006: 162). Dean kampányával kapcsolatban a továbbiakban Chadwicknek erre a művére támaszkodom, az eltérést külön jelölöm.
- ⁹ Miután riválisa, Kerry hivatalosan is elnökjelöltté vált, még intenzívebben folytatta a Deantól kölcsönzött online pénzgyűjtő kampányt, és nagyságrendekkel sikereesebbnek bizonyult e téren, mint George W. Bush (Chadwick 2006: 166).
- ¹⁰ Az Obama-kampánnyal kapcsolatos részletes információk kivétel nélkül Kimberly Smith és Erik Bratt *The Obama Playbook*. c. könyvéből származnak.
- ¹¹ www.schmitt.hu/blog
- ¹² www.demszky.hu/blog.html
- ¹³ E helyen teljes egészében Kiss Balázs áttekintésére és 2004-ben végzett kutatásának eredményeire támaszkodom. Forrás: Kiss-Boda (2005): 181–196 pp.

FELHASZNÁLT IRODALOM

- Auty, Caroline–David Nicholas (1998): British political parties and their web pages. *Aslib Proceedings*, Vol. 50., no. 10, 283–296.
- Bentivegna, Sara (2004): *Between innovation and tradition: the online electoral campaign of Italian candidates to the European Parliament*. Az „E-campaigning” workshopon elhangzott előadás anyaga. Budapest.
- Bimber, Bruce (1999): „The Internet and citizen communication with government: does the medium matter?” *Political Communication*, Vol. 16., no. 4, 409–428.
- Bognár Éva–Galács Anna (2004): *A társadalmi egyenlőtlenségek új dimenziója: A „digital gap” nemzetközi összehasonlításban*. IFM, Humán Erőforrás Háttér tanulmányok. 2004/2/6. b.
- Budai Balázs Benjámín–Sükösd Miklós (2005): *M-kormányzat, M-demokrácia*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Budge, Ian (1996): *The New Challenge of Direct Democracy*. Oxford, Polity Press.
- Castells, Manuel (2004): Afterwords: why networks matter? In McCarty–Miller–Skidman (eds): *Network logic. Who governs in an interconnected world?* London, Demos. 219–224.
- Carlson, Tom–Göran Djupsund (2001): „Old Wine in New Bottles? The 1999 Finnish Election Campaign on the Internet”. *Press/Politics*, Vol. 6., no. 1., 68–87.
- Chadwick, Andrew (2006): *Internet Politics: states, citizens and new communication technologies*. New York, Oxford University Press.
- Csermely Ákos–Ráduly Margit–Sükösd Miklós (1999). szerk.: *A média jövője. Internet és hagyományos média az ezredfordulón*. Budapest, Média Hungária Kiadó.
- Dányi Endre (2002): A faliújság visszaszól. *Médiakutató*, 2002/Nyár.
- Dányi Endre (2003): Posztmodern kampánytechnikák és az ellenőrzés válsága. In: *Kampánykommunikáció*. (Szerk.: Sárközy Erika és Schleicher Nóra) Budapest, Akadémiai Kiadó. 41–65.
- Dányi Endre–Desseffy Tibor–Galács Anna–Ságvári Bence (2004): „Információs társadalom, Internet, szociológia”. *Információs Társadalom*, 3. évf., 1. sz. 7–25.
- Dányi Endre–Sükösd Miklós (2002a). Szavazzram.hu – Párthonlapok a választási kampányban. *Népszabadság*, 2002. márc. 25.
- Dányi Endre–Sükösd Miklós (2002b): *Töröl? Válaszol? Továbbít? Előadás az e-Demokrácia workshopon*. <http://www.edemokracia.hu/program/smskampany.php>
- Deuze, Mark (2004): What is multimedia journalism? *Journalism Studies*, Vol. 5, no. 2., 139–152.
- Gibson, Rachel K. (é. n.): New Media and the Revitalisation of Politics. A Hansard Society „Revitalising Politics” konferenciáján (2008 nov. 5–6., London) elhangzott előadás anyaga. Megjelenés alatt. A szerző engedélyével.
- Gibson, Rachel K. (2008): *Trickle-up Politics? A Politics: Web 2.0* nemzetközi konferencián (2008. ápr. 17–18., London) elhangzott előadás anyaga. A szerző engedélyével.
- Gibson, Rachel K.–Andrea Römmele–Stephen J. Ward (2004) szerk.: *Electronic Democracy. Mobilisation, organistaion and participation via new ICTs*. London, Routledge.
- Gibson, Rachel K.–Michael Margolis–David Resnick–Stephen J. Ward (2003): Election Campaigning on the WWW in the USA and UK. A Comparative analysis. *Party Politics*, Vol. 9., no. 1., 47–75.

- Gibson, Rachel K.–Stephen J. Ward (1998): U. K. Political Parties and the Internet. "Politics as Usual" in the New Media? *Press/Politics*, Vol. 3., no. 3., 14–38.
- Gibson, Rachel K.–Stephen J. Ward (2000): A Proposed Methodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites. *Social Science Computer Review*, Vol. 18. no. 3., 301–319.
- Grossmann, Lawrence (1995): *The Electronic Commonwealth*. New York, Penguin.
- Haywood, Trevor (1995): *Info-Rich, Info-Poor. Access and Exchange in the Global Information Society*. Bowker Saur ed., London.
- Kiss Balázs–Boda Zsolt (2005): *Politika az interneten*. Budapest, Századvég kiadó.
- Kiss Balázs–Mihályffy Zsuzsanna–Szabó Gabriella (2007): *Tükörjáték*. Budapest, L'Harmattan.
- Kitcat, Jason (2001): *I voted for Big Brother, but I didn't vote the Prime Minister in*. Letöltés helye: <http://www.free-project.org> Letöltés ideje: 2009. március 5.
- Kissane, Dylan (2008): *Chasing the Youth Vote. Kevin07, Web 2.0 and the 2007 Australian Federal Election*. A *Politics: Web 2.0* nemzetközi konferencián (2008. ápr. 17–18., London) elhangzott előadás anyaga.
- Lilleker, Darren–Nigel Jackson (2008): *Politicians and Web 2.0: the current bandwagon, or changing the mindset?* A *Politics: Web 2.0* nemzetközi konferencián (2008. ápr. 17–18., London) elhangzott előadás anyaga. Letöltés helye: <http://newpolcom.rhul.ac.uk/>, letöltés ideje: 2009. március 1.
- Margolis, Michael–David Resnick (2000): *Politics as Usual: The Cyberspace „Revolution”*. London, Sage.
- Margolis, Michael–David Resnick–Chin-chang Tu (1997). Campaigning on the Internet. Parties and Candidates on the World Wide Web in the 1996 Primary Season. *Press/Politics*, Vol. 2, no. 1, 59–78.
- Mazzoleni, Gianpietro (2002): *Politikai kommunikáció*. Budapest, Osiris kiadó.
- Meraz, Sharon (2005): Lurking in Partisan Space: Analyzing Political Conversation on the Howard Dean Candidate Blog. *Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association, New York City (NY)*, 2005. május 25–30. Letöltés helye: http://www.allacademic.com/meta/p14663_index.html, letöltés ideje: 2009. február 20.
- Mihályffy Zsuzsanna (2005): Magyar civil szervezetek a világhálón. In: *Civil társadalom: elmélet és gyakorlat* (szerk.: Szabó Máté). ELTE ÁJK Politikatudományi Doktori Tanulmányok, Budapest, Rejtjel Kiadó, 259–275.
- Mihályffy Zsuzsanna (2006a): „Átszervezés, adatbázis, teszttüzem” In: *Távolabb a médiától! 2004-es kampányok elemzése*. Szerk.: Kiss Balázs. Budapest: L'Harmattan. 72–94.
- Mihályffy Zsuzsanna (2006b): „Csak könnyedén? Az SZDSZ kampánya” In: *Távolabb a médiától! 2004-es kampányok elemzése*. Szerk.: Kiss Balázs. Budapest: L'Harmattan. 95–116.
- Molnár Szilárd (2002): A digitális megosztottság értelmezési kerete. *Információs Társadalom*, 2002/4. szám, 82–101.
- Molnár Szilárd (2004): Öt tétel a digitális megosztottságról. *Egyenlítő*. 2. évf. 1. sz. 81–82.
- Morris, Dick (1999): *Vote.com. How Big Money Lobbyists and the Media Are Losing Their Influence, and the Internet is Giving Power Back to the People*. Los Angeles, Renaissance Books.
- Newell, James L. (2001): Italian Political Parties on the Web. *Press/Politics*. Vol 6. No. 4., 60–87.

- Norris, Pippa (2003): Preaching to the Converted? Pluralism, Participation and Party Websites. *Party Politics*, Vol. 9., No. 1., 21–45.
- Norris, Pippa (2003): *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge, Cambridge University Press.
- Nyíri Kristóf (é. n.): Castells, The Information Age. Letöltés helye: http://www.fil.hu/uniworld/nyiri/cast_hn.htm; letöltés ideje: 2009. március 3.
- O'Reilly, Tim (2005): *What Is Web 2.0? Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software*. Letöltés helye: <http://www.oreillynet.com/lpt/a/6228>; letöltés ideje: 2009. március 15.
- Römmele, Andrea (2003): Political Parties, Party Communication, and New Information and Communication Technologies. *Party Politics*, Vol 9., no. 1. 7–20.
- Pintér Róbert (2004): *A magyar információs társadalom fejlesztésének wilsoni szempontú elemzése*. Letöltés helye: http://www.artefaktum.hu/pinter_PhD_v1.pdf; letöltés ideje: 2009. március 5.
- Schifferes, Steve (2006): *Downloading democracy*. Letöltés helye: http://www.regione.toscana.it/regione/multimedia/RT/documents/1211883113797_schifferes.pdf; letöltés ideje: 2009. március 5.
- Schwartz, Edward (1996): *Netactivism: How Citizens Use the Internet*. Sebastopol, CA, Songline Studios.
- Selnow, Gary (1998): *Electronic Whistle-Stops: The Impact of the Internet on American Politics*. Praeger Series in Political Communication, Westport.
- Singer, Jane (2005): The political j-blogger. 'Normalizing' a new media form to fit old norms and practices. *Journalism*, Vol. 6., no. 2., 173–198. pp.
- Smith, Kimberly–Erik Bratt (2009): *The Obama Playbook. How digital marketing & social media won the election. Special Report*. Marketing Profs., www.marketingprofs.com.
- Stanley, Woody–Christopher Weare (2009): *The Effects of Internet Use on Political Participation: Evidence From an Agency Online Discussion Forum*. Letöltés helye: http://www.hks.harvard.edu/mrcbg/Conferences/rpp_rulemaking/Weare_Political_Participation.pdf; letöltés ideje: 2009. március 5.
- Szabó Gabriella (2005): Internetes tömegkommunikáció. In: Kiss Balázs–Boda Zsolt (2005): *Politika az interneten*. Budapest, Századvég.
- Szabó Gabriella (2008): Internetes portálok médiaszociológiai és politológiai elemzése. In: *Politikatudományi Szemle*, 2008/4. sz. 57–76.
- Varga, Barbara (1999): Manuel Castells és a McLuhan-galaxis halála. In: *Jel-Kép*. 1999/2.
- Vedel, Thierry (2003): Political Communication in the Age of Internet. In: Philippe J. Maarek–Gadi Wolfsfeld: *Political Communication in a New Era. A Cross-national Perspective*. London, Routledge. 41–59.
- Wellman, Barry (2008): *Studying the Internet Studies Through the Ages. Draft of a Contribution to the Blackwell Handbook of Internet Studies (2009)*. Letöltés helye: <http://chass.utoronto.ca/~wellman/publications/internet-10-5-0/4-ages.pdf>; letöltés időpontja: 2009. március 5.
- Z. Karvalics László (2004): Internet és társadalomtudomány: A kutatás helyzete. *Információs Társadalom*, 2004/3-4., 190–206.