

# Posztmodern kampánytechnikák és az ellenőrzés válsága

Dányi Endre

[danyi.endre@axelero.hu](mailto:danyi.endre@axelero.hu)

---

## Bevezetés: I'm the Operator...

Az első Kraftwerk album 1970 végén jelent meg. A német együttes kétségtelenül az elektronikus zene kialakulása és elterjedése kezdőpontjának tekinthető.<sup>1</sup> Talán a félig-robot-félig-ember bábuk jellemzik legjobban azt az arculatot, amit az évtizedek során a Kraftwerk kialakított magáról. Az 1981-es, Computerworld albumon található a Pocket Calculator című szám. A refrénje így hangzik: „I'm the operator with my pocket calculator”. Nehezen lehetne ennél jobban kifejezni azt az érzést, amit a nyugati ember a nyolcvanas évek elején a tenyérbe vehető, bonyolult számítások elvégzésére alkalmas zsebszámológép láttán érezhetett. A technológia fejlődésébe vetett hit, valamint a hidegháború keltette feszültség nem csak a James Bond filmek alaphangulatát határozta meg. Okkal gondolhatták az emberek Los Angeles-től Tokióig, Nagy-Britanniától az NSZK-ig, hogy nemcsak a szovjet laboratóriumokban, de saját kormányaik titkos bázisain is lázasan folyik a kutatómunka, ami egy szuperfegyver vagy akár egy robothadsereg létrehozását tűzte ki célul. A nyolcvanas évek végén, a kilencvenes évek elején a szovjet hatalom összeomlott, véget ért a hidegháború, mégis megmaradt az a gyerekes izgalom, amire a Pocket Calculator refrénje utal.

Az igény, hogy szó szerint kezünkbe vehessük a sorsunkat, hogy legyen egy olyan „ketyere”, amellyel intézhetjük a pénzügyeinket, amellyel választ kaphatunk az egészségünkkel kapcsolatos kérdésekre, amellyel értesülhetünk a legfontosabb hírekről, amellyel állást foglalhatunk közéleti kérdésekben tehát már több évtizedre tekint vissza. Bár a zsebszámológéphez fűződő heves érzelmek alábbhagytak, a nagyjából húsz évvel ezelőtti Kraftwerk szám nagyon is aktuális jelenségre utal. A mobiltelefonok, a Personal Digital Assistant-ek (PDA-k) számos olyan dolgot tudnak, amelyek túlmutatnak az eredeti

---

<sup>1</sup> Lásd a Kraftwerk honlapját [<http://www.kraftwerk.com/>], valamint az együttes történetét [<http://www.geocities.com/SunsetStrip/8880/>].

alkalmazhatóságon. (A mobiltelefonoknak például csak az egyik funkciója a sok közül, hogy telefonálhatunk velük.) Az egyének ezekkel a technológiákkal többé-kevésbé maguk irányíthatják és ellenőrizhetik az általuk elindított (ma többnyire pénzügyi) folyamatokat. És ez a tendencia a jövőben kétségtelenül egyre markánsabbá válik.

Milyen következményekkel jár mindez az „ügyek hagyományos menete” szempontjából? A dolgozat célja, hogy a 2002-es parlamenti választások kampányának példáján bemutassa az információs és kommunikációs technológiák elterjedésének a politikai kommunikáció hagyományos mintáira és a demokratikus intézményekre gyakorolt hatását. Tágabb elméleti kontextusba helyezve szeretnék eloszlatni néhány félreértést, s olyan fogalmi eszköztárat kínálok, amely lehetővé teszi a posztmodern kampány sajátosságairól való diskurzust.

Ez az írás három – mindeddig egymástól teljesen függetlenül kezelt - elmélet szintézisére törekszik. Az első a kontrollforradalom koncepciója, ami gyakorlatilag a kissé homályos és megragadhatatlan „információs forradalom” fogalmát hivatott pontosítani. A második az e-demokrácia elmélete, ami a képviseleti demokrácia információs átalakulásáról szól. Mivel a dolgozat elsősorban a politikai kommunikáció megváltozásával foglalkozik, kénytelen vagyok számos fontos jelenség és szereplő részletes bemutatásáról lemondani. Az elemzés során főként a pártok kerülnek középpontba - ehhez kapcsolódik a harmadik elmélet. A „tartalomszolgáltatás vs. személyközi kommunikáció” vita bemutatása az információs technológiák kampányban betöltött szerepének megértéséhez különösen hasznos eszközt ad a kezünkbe. E dimenzió mentén lehetővé válik a párthonlapok, illetve az SMS- és e-mailkampány jellegzetességeinek vizsgálata, közös vonásaik és különbözőségeik bemutatása.

Ennek a dolgozatnak az a jelentősége, hogy az említett három elméletet egyetlen összetett modellbe illeszti, s így – remélhetőleg – további kutatásokat ösztönöz és jelent számukra keretet. Fontos ugyanakkor megjegyezni, hogy az információs technológiák gyors és tömeges elterjedése igen rövid – csaknem tíz éves – múltat tekint vissza. Ezért könnyen lehet, hogy ami ma következetes tendenciának tűnik, az hosszabb távon csak egy „kilengésként” lesz érzékelhető az új eszközök politikai, társadalmi hatásait bemutató ábrákon. Ennek ellenére úgy vélem, hogy az alaptalanul optimista és a megrögzötten borúlátó megközelítések helyett igen lényeges a jelenleg megfigyelhető folyamatok szisztematikus elemzése. Különösen a megfelelő kérdések megfogalmazása.

## **A kontrollforradalom: szakíts, ha bírsz**

Az internet grafikus felületének, a web-nek 1993-as hivatalos megjelenése indította el azt a folyamatot, melynek eredményeként az addig csupán néhány ezerről pillanatok alatt sokszorosára nőtt az internetet használók száma. Azóta gyakorlatilag napról napra több ezer ember életébe furakodik be az új technológia, figyelmet, időt, energiát követelve magának. Nem véletlen tehát, hogy a kilencvenes évek második felének egyik slágertémája az lett, hogyan változtatja meg az internet az állampolgárok, vagy más szemszögből a fogyasztók, a páciensek, az ügyfelek stb. életét.

Mégis, a jelenség alaposabb megértéséhez nem célszerű azt az időpillanatot keresni, amely az információs robbanás kezdetének tekinthető. Egyrészt, mert valószínűleg ennek a pontnak a kiválasztása nagyobb vitákat gerjesztene, mint magának a robbanás hatásának az elemzése. Hiszen ahány tudós, szakértő, annyi koncepció létezik ezzel kapcsolatban. Másrészt egy ilyen időpillanat megragadása is csak egy állóképet jelentene, amiből viszonylag keveset tudhatnánk meg a kép szereplőire ható erőkről, illetve a mozgásukat behatóró korlátokról.

Az információs technológiák diffúzióját és a demokratikus intézményrendszerben betöltött szerepét úgy lehet igazán megragadni, ha nem magára a technológiára összpontosítunk, hanem sokkal inkább azokra a folyamatokra, amelyeket az új kommunikációs eszközök elterjedése és széleskörű használata beindít, illetve felerősít (lásd: Bimber, 2000). Az információáramlás mintái folyamatosan változnak, s természetesen mindig vannak olyan szereplők, akik igyekeznek a változásoknak elébe menni. Nem kell egyetlen kelet-közép-európai embernek sem részletesen elmagyarázni, hogy az információ áramlásának ellenőrzése komoly hatalmat jelent. Az információs és kommunikációs technológiák azonban számos sajátosságuk miatt kikezdi a hagyományos hatalmi viszonyokat, és kihívást jelentenek az ellenőrző szervek számára.

Melyek ezek a sajátosságok? Andrew Shapiro (1999) négy fontos jellemzőt határoz meg, melyeket összegezve a Net kódjának nevez.<sup>2</sup> Az első a *many-to-many* interaktivitás. Ez azt

---

<sup>2</sup> Angolul a „code” szó jelenthet kódot, számítástechnikai parancssort és jogot is. A szó itteni használata elsősorban a parancssorra utal, ami voltaképpen meghatározza az információ áramlásának útját, valamint azokat a személyeket, akik jogosultak annak megváltoztatására (Shapiro, 1999:14). A szó ilyen használata Lawrence Lessig parázs vitákat kiváltó *Code and Other Laws of Cyberspace* című könyvének megjelenése következtében vált a szakzsargon részévé (Lessig, 1999)

jelenti, hogy az új technológiák – szemben a hagyományos tömegmédiával – a felülről lefelé irányuló, azaz *one-to-many* kommunikációs mintájával – a horizontális, decentralizált kommunikációt erősítik. Vagyis sok ember beszélgethet sok másik emberrel. Mindenki lehet üzenetek gyártója és fogyasztója – akár szinkron, akár aszinkron módon.<sup>3</sup> Természetesen az interneten is lehet *one-to-one* beszélgetést folytatni (mintha telefonálnánk), vagy *one-to-many* típusú tartalmakat nézni/hallgatni/olvasni, de összességében a technológiát a *many-to-many* kommunikációs mintával lehet legjobban jellemezni.<sup>4</sup> Ez a mindenkori hatalom szempontjából jelentős változás, hiszen a közönség passzív befogadók helyett aktív felhasználókból állhat. Míg mondjuk a nyomtatott sajtó esetében a kiadvány gyártása sokszor sok pénzbe került és terjesztése, de olvasása is kockázattal járt, addig az internetes tartalmak előállításuk egyszerűbb, olcsóbb, és a célközönség nagysága a földalatti újságokénak sokszorosa lehet. Az információs és kommunikációs technológiáknak tehát ez a sajátossága az, ami miatt gyakran demokratikus médiumnak is szokták nevezni.<sup>5</sup>

A második sajátosság, hogy az interneten levő tartalom digitális. Ez az, ami miatt az online tartalmakat – az analóg tartalmakkal szemben – nagyon könnyű tárolni, másolni, formálni, szerkeszteni, és főként reprodukálni.<sup>6</sup> A digitális információ tehát rugalmas, ami szintén kikezdi a korábbi hatalmi struktúrát. (Elég csak a szerzői jogi problémákra utalni, amelyeknek a tárgyalása túlmutat ennek az írásnak a keretein.)

Az internet harmadik fontos jellemzője, hogy osztott hálózat (*distributed network*) alakját veszi fel. Jóllehet, vannak olyan hálózatok, amelyeknek egy kiindulópontjuk van, az új kommunikációs technológiák esetében a hálózat még decentralizáltabbá válik azáltal, hogy több alközpontja létezik. Így az információ áramlásának útja szabadabb, mert nem kell semmilyen központhoz vissza-visszatérnie. Ennek különösen akkor van nagy jelentősége, amikor lehetőség van az üzenetek apró csomagocskákra való felosztására. Ilyenkor az egyes

---

<sup>3</sup> A szinkron kommunikációra jó példa a *chat*, hiszen lehetőség van arra, hogy egyszerre sok ember vegyen részt a csevegésben, az aszinkron kommunikációra pedig az e-mail, mert ott egyszerre csak az egyik fél üzenhet. Lásd: Benczik, 2001.

<sup>4</sup> Erről a témáról, valamint az internet tömegmédiá voltáról és az ezzel kapcsolatos alapvető kérdésekről lásd: Morris és Ogan, 1996.

<sup>5</sup> Jóllehet ez nem felel meg a valóságnak. Kína és Kuba például a mai napig ügyesen használja ki az internet lehetőségeit (lásd például a [<http://www.cubaweb.cu>] oldalt, ahol a világ bármelyik pontjáról lehet pénzt utalni a kubai hozzátartozóknak, ismerősöknek), s eközben – úgy tűnik – sikeresen védi ki a hatalom aláásására tett online kísérleteket. Lásd: Drake et al., 2000.

<sup>6</sup> Gyakran az analóg és a digitális közötti különbséget az atomok és a bitek szembenállásának is szokták nevezni. Lásd: Negroponte, 1995.

csomagok külön utakat járva jutnak el a célállomáshoz, ahol ismét egész információvá állnak össze - kikerülve ezzel a kapuőrök és más ellenőrző szervek akadékoskodását.<sup>7</sup>

És végül a negyedik sajátosság, hogy a Net interoperábilis, azaz bárki számára szabadon hozzáférhető. Azok, akik „egy nyelvet beszélnek”, bármikor hozzátehetnek valamit az eredetihez – legyen szó akár szoftverről, akár élő közösségről. Ez voltaképpen azt is jelenti, hogy az internet senkinek sem a tulajdona.

Ez a négy tulajdonság, vagyis a Net kódja az, ami miatt az információs és kommunikációs technológiák elterjedése következtében megváltoznak a korábbi folyamatok. Hogy a változások mit is jelentenek a piac, a kultúra, a politikai rendszer, stb. szereplőinek számára, azt jól érzékelteti Andrew Grove elmélete (1998). Grove, aki az Intel vezérigazgatója volt, pályafutása során többször is tapasztalhatta, mi történik egy vállalatban (és az egész piacon), amikor a technológiai fejlődés valamilyen dimenzió mentén elhagy egy mérföldkövet. Nem csupán a korábbi rendszeren belüli kisebb-nagyobb nehézségek jelentkeznek, amelyeken kemény munkával és odafigyeléssel felül lehet kerekedni. Ezek a változások magát a rendszert változtatják meg. Ezt a jelenséget nevezi Grove stratégiai inflexiós pontnak. Mivel a játékszabályok – eleinte alig észrevehetően, később jól látható módon – megváltoznak, a játékosoknak új stratégiát kell kidolgozniuk. Aki a korábbi szerkezeten belül gondolkodva próbál erőfeszítéseket tenni, elbukott. A döntéshozókon múlik, hogy egyrészt milyen gyorsan ismerik fel, hogy gyökeres átalakulásról van szó, másrészt, hogy a döntések, amelyeket hoznak, végül helyesnek bizonyulnak-e. Ezeketől függ, hogy az elsőből utolsók lesznek-e, vagy megtartják és stabilizálják vezető pozíciójukat.

A stratégiai inflexiós pont sajátosságát Grove szerint jól érzékelteti a hangosfilm megjelenése. Greta Garbo a némafilmekben való szereplésével szerzett magának világszerte hírnevet. A hangosfilm, mint technikai újdonság azonban megváltoztatta szabályokat. Sokan hamar felismerték ezt és váltottak. Greta Garbo új filmjét, melyben hangos szerepet kapott, így hirdették: Garbo beszél! Voltak azonban olyanok, akik rosszul értelmezték a történéseket.

---

<sup>7</sup> Természetesen az új kommunikációs hálózatok e sajátosságát a „sötét oldal” is felfedezte. A *World Trade Center* és a *Pentagon* elleni terrortámadásokat (2001. szeptember 11.) megelőző szervezkedés során a terroristák kódolt képekben üzentek egymásnak. Ez azt jelenti, hogy még ha egy nemzetbiztonsági szakember elfogja is az ilyen rejtett üzeneteket tartalmazó képeket, azok dekódolása csaknem lehetetlen feladatot jelent. Lásd erről Dányi, 2001.

„Charlie Chaplin még 1931-ben is küzdött a hangosfilm ellen. Egy akkor adott interjújában kijelentette: 'Még hat hónapot adok a szövegelőknél.' Chaplin nagy közönségeket vonzott, és olyan kiváló volt a szakmájában, hogy sikeres némafilmeket tudott gyártani a harmincas évek végéig. Ám ő sem tudott végig kitartani. 1940-ben a Diktátorban már ő is beszél.” (Grove, 1998:55)

Az internet megjelenése és tömeges elterjedése hasonló hatással van a kommunikációs iparra, a szolgáltató szektorra, a politikai szereplőkre, a non-profit szervezetekre. Ezért stratégiai változtatásokra kényszeríti a legkülönbözőbb területeken dolgozó döntéshozókat.

A stratégiai inflexiók pont fogalma az információs technológiák rendkívül fontos sajátosságára hívja fel a figyelmet. Nevezetesen arra, hogy az információáramlás mintáinak és a hatalmi viszonyok formáinak átalakítására a korábban tárgyalt tulajdonságai miatt alkalmas új eszközök hatását két szinten kell elemezni. Az első szintet technikainak nevezem, ami arra utal, hogy az új eszközök elterjedésével a már meglévő „offline” folyamatok olajozottabbá, hatékonyabbá válnak. Egyszerűbb az emberek közötti kapcsolattartás, szabadabb az információkhoz való hozzáférés, olcsóbb az ügyintézés, gyorsabb bizonyos szolgáltatások igénybevétele, stb. Számtalan példát lehetne felsorolni, amelyek a kilencvenes évek második felétől időről időre a „ki gondolt volna erre tíz évvel ezelőtt” stílusban jelennek meg a magyar újságok hasábjain is. A hatás második szintje azonban a fejekben manifesztálódik, azaz a szemléletmód megváltozásában érhető tetten. Olyan folyamatok indulhatnak el, olyan lehetőségek adódnak az egyes szereplők számára, amelyek korábban nem léteztek.<sup>8</sup>

A szemléleti átalakulás a kontroll, az ellenőrzés válsága. Azt jelenti, hogy az újabb és újabb stratégiai inflexiók pontok az ellenőrző pozícióban levők helyzetének megingásához vezetnek. Az igazi kérdés nem csupán az, hogy egy új technológia elterjedése következtében milyen meglévő folyamatok változnak meg, hanem az is, hogy mi történik a kontrollvesztés után. Erre a kérdésre több válasz is született. James Beniger a *The Control Revolution* (1986) című könyvében meggyőzően bizonyítja, hogy a 19. század közepe óta a fejlett világ története

---

<sup>8</sup> E kettős hatásnak egyik nagyon jó példája az e-mail: használatával nemcsak a levélírás költsége és a továbbítás ideje csökkent le, hanem a levélírási szokások is átalakultak: ma már nem számít különlegesnek, ha külföldi ismeretleneknek írunk e-maileket, mert tetszett a könyvük, a zenéjük, vagy mert venni akarunk tőlük valamit, vagy éppen információt gyűjtünk, s ezért kérjük a segítségüket. Mindezt legtöbbször egyszerűen nem íránk meg hagyományos levélben.

kontrollválságokkal és kontrollforradalmakkal írható le. (Ezek aztán egyenesen elvezetnek az információs társadalom kialakulásáig.) Az ipari forradalom elsősorban a technikai újítások miatt jelentett áttörést a középkori termeléshez képest. A munka szervezése, s éppen ezért maguk a szervezetek is komoly változáson mentek keresztül. Mint minden változást, ezt is komoly aggodalmak, krízisek követték, ezeket nevezi Beniger kontrollválságoknak.<sup>9</sup> Az ellenőrzés elvesztése azonban mindig csak időszakos volt, a hatalmon levők viszonylag hamar kitalálták, hogyan lehet az új folyamatokat megzabolázni. Az egyre fokozódó kiszámíthatóság és tervezhetőség szorosan összefüggött a profitráta növekedésével. A mérnöki pontossággal kialakított bürokrácia, a hatékonyság érdekében kicentizett szervezeti struktúrák mind a teljes ellenőrzés visszaszerzését, és lehetőleg egy újabb válság elkerülését szolgálták. A válságok megoldása azonban mindig újabb válságokhoz vezetett. Ennek ellenére Benigernél az új technológiák tömeges használata végső soron mindig a centralizáció irányába hat, vagyis az ellenőrzést kezükben tartók hatalmát konzerválja.

Ezzel szemben a már említett Andrew Shapiro azt állítja, hogy a kontroll forradalma inkább a decentralizációs hatást fokozza. A szintén *The Control Revolution* (1999) címet viselő könyvében abból az állításból indul ki, hogy a radikális kommunikációs változások és a szabadpiac eszménye együttesen az individualizációnak, a kompetencia egyéni szintre helyeződésének soha nem látott hullámát indította el. Shapiro

*„a technooptimizmus és a technofób szélsőségek között keresi és találja meg a középutat, az ún. technorealizmust, amely a terméketlen sáncháború helyett egyszerre igyekszik láttatni az esélyeket és a veszélyeket, a Jót és a Rosszat, egy szakadatlan egyensúly- és harmóniakeresés értelmének reményében.”*

(Z. Karvalics, 2001)

A Shapiro-féle kontrollforradalom lényege, hogy a hagyományos hatalmi struktúrában levő mediátorok (például a brókerek, kiskereskedők, politikai képviselői szervek) pozíciója megroggyan. Azt is mondhatnám, hogy e szereplők számára különösen nagy a stratégiai

---

<sup>9</sup> A technikai találmányok a termelésben, a szállításban és az eladásban is ellenőrzést igényelnek – lehetőleg teljes ellenőrzést. A szállításban a legnagyobb gondot a 19. századi Amerikában az jelentette, hogy a vasútvonalakon eleinte csak egy irányba jártak szerelvények, majd céljukhoz érvén visszafordultak. Ez nem volt gazdaságos, ezért több szerelvény kezdett járni a vonalakon, ami nagy fennakadásokat, sokszor baleseteket is okozott. A tervezésben nemcsak a távolság, hanem a pontos időzítés is nagy szerepet kapott. A különféle statisztikák urai a kalauzok lettek. A számítások, a hatékony bürokrácia és a jól kialakított szervezeti struktúra

inflexiós pont utáni történések tétje. A bevezetőben említett „I’m the operator with my pocket calculator” sor pontosan ezt a folyamatot teszi kézzelfoghatóvá: az ellenőrzés forradalma technorealista szemszögből a zsebre dugható irányításról szól.

Ha valaki használt autót akar vásárolni, akkor megkérdezi a hasonló problémával küzdőket a web-en, hol a legolcsóbb, és ott fogja megvenni, a többi autókereskedő pedig lehúzhatja a rolót. Ha valaki be akarja fektetni a pénzét, akkor bármikor megteheti az interneten, főleges lenne a brókerre költeni. Ha valakit csak a golf-eredmények izgatnak egy újságból, akkor minek venné meg a lap többi részét? Nicholas Negroponte, az MIT Media Lab igazgatója vezette be *Being Digital* (1995) című munkájában a *Daily Me* fogalmát. Ez azóta a jövő hírfogyasztásának szimbólumává lett, a *Daily Me* ugyanis az az újság, amit minden reggel én nyomtathatok ki magamnak az előzetesen megadott érdeklődési területeimnek megfelelően. A címlapon a délutáni üzleti megbeszélés elmaradása lesz, a legfontosabb külpolitikai történésről szóló beszámoló lehet, hogy csak a negyedik oldalon kap helyet. A *Daily Me* koncepciója ugyan sok szempontból túlzó, utópikus megközelítése a megnövekedett egyéni kontrollnak, mégis, jól láthatóvá teszi az új technológiák által megváltozó viszonyrendszer jó és rossz oldalait.

Shapiro két lehetséges jövőt vázol, két forgatókönyvet, amelyek a kontroll forradalma után megvalósulhatnak. Az egyik a megnövekedett egyéni szabadságról szól, a másik az ellenőrzést elvesztők sikeres ellenforradalmáról, ahol az irányítóteremből az ajtón kitessekelt intézmények megtalálják a módját, hogyan másszanak vissza az ablakon át (Sunstein, 2001). Mindkét jövőkép egyaránt tartalmaz jó és rossz tulajdonságokat. A megnövekedett egyéni szabadság hozadékai és veszélyei is egyben a *Daily Me*-szerű változások. Az egyik legfontosabb veszélye a túlszűrés, amikor a testre szabás annyira jól működik, hogy saját információs csapdánkba esünk, hiszen csak arról értesülünk, amiről értesülni akarunk. Jóllehet a kontroll visszaszerzése is jár néhány pozitív mellékhatással (gondoljunk a nemzetközi szabványok fontosságára), az információs kor lehetőségeinek jelentős része azonban elvész a megnövekedett ellenőrzés következtében.<sup>10</sup> Shapiro ugyan nem teszi le a garast egyik

---

meghozta hatását: az adatgyűjtés és feldolgozás, valamint a szigorú szabályok egy új típusú szervezeti elgondoláshoz vezettek. (Lásd: Beniger, 1986)

<sup>10</sup> Ford mondta egyszer, hogy neki teljesen mindegy, ki milyen színű autót vesz, feltéve, ha az a szín fekete. Ehhez sok szempontból hasonlít a Microsoft-birodalom működési elve, azaz mindegy, hogy ki milyen szoftvert használ, feltéve, ha az Microsoft szoftver. Ez értelemszerűen az otthoni fejlesztések, a kreativitás ellen hat, jóllehet éppen ez az a motívum, ami az egész számítástechnikai ipar fellendüléséhez vezetett.



foratókönyv mellett sem, az azonban az internet jellegét és történetét ismerők számára nem meglepő, hogy az utóbbi jövőkép inkább mint elkerülendő lehetőség jelenik meg a könyvben.

Lawrence Lessig határozottabb, mint Shapiro. A *The Future of Ideas* (2001) című könyvében azt állítja, hogy már eldőlt, melyik foratókönyv valósul meg: nyertek az ellenforradalmárok. Ez persze nem azt jelenti, hogy győzött a cenzúra a szólásszabadsággal szemben, vagy a totalitárius hatalom diadalmaskodott a demokrácia felett. Lessig szerint sokkal inkább arról van szó, hogy az internet korai szakaszát jellemző kreativitás szenvedett csorbát, az információs kor szabadságeszménye szertefoszlott.<sup>11</sup> Jóllehet Lessig állításának elemzése önmagában megérne egy egész tanulmányt, ehelyütt nem tudok vele részletesebben foglalkozni. Jelentősége ezen írás szempontjából elsősorban az, hogy megjelenjen a kontrollforradalom koncepciójának borúsabb olvasata is. Ugyanakkor, mivel Lessig alapvetően az internet elüzletiesedéséről beszél, úgy gondolom, hogy az általa megfogalmazott álláspont nem terjeszthető ki automatikusan a politikai szereplőkre. A dolgozat további részében a kontrollforradalom elméleti keretrendszerét felhasználva bemutatom a demokratikus intézményrendszer információs átalakulásának elméleteit. A technorealista úton maradva kijelölöm azokat a sarokpontokat, amelyek alapján értelmezhetővé válik a 2002-es választási kampány néhány rejtett dimenziója.

## **E-demokrácia: mindenkinek van egy álma**

A demokrácia a legtágabb meghatározás szerint a nép uralma (Dahl, 1995). A posztkommunista országok állampolgárainak számára azonban az elmúlt évtized alapvetően a demokratikus intézmények működéséből való kiábrándulást jelentette. A „nép uralma” kifejezés kiüresedett. Az alábbi táblázatból egyértelműen kiderül, hogy a demokrácia működésével elégedettek és elégedetlenek aránya Magyarországon, Csehországban, Lengyelországban és Litvániában nagyjából egyharmad-kétharmad.

---

<sup>11</sup> Ennek a szabadságeszménynek – vagyis annak, hogy a virtuális közösségek függetlenehetnek az 'offline' világban megismert politikától, a korrupciótól, a terrortámadásoktól, a kommercializációtól, stb. - sokak szerint sohasem voltak valós gyökerei. John Perry Barlow (1996) kikiálthatta ugyan a cybertér függetlenségét, az internet szabályozása alapvetően a mai napig javarészt a nemzetállamok feladata maradt.

### ***Elégedettség a demokrácia működésével***

*(négyfokú skálán: 4 – nagyon elégedett, 1 – nagyon elégedetlen)*

	<b>Magyarország</b>	<b>Csehország</b>	<b>Lengyelország</b>	<b>Litvánia</b>
Nagyon elégedett	1,1	2,1	2,3	5,0
Elégedett	31,1	35,4	27,6	21,2
Elégedetlen	45,9	43,8	43,4	39,9
Nagyon elégedetlen	21,8	18,8	26,7	33,9
Összesen	100,0	100,0	100,0	100,0
Átlag	2,2	2,2	2,06	1,97
Nem tudja	7,5	4,0	9,4	11,3

*Forrás: Közép-Európai Közvéleménykutató Társulás, 2000. április – A demokrácia működése [http://www.tarki.hu/kozvelemeny-h/ceorg/index.html]*

Ez a tendencia nem arra utal, hogy ezekben az országokban a szovjet blokk felbomlása és a politikai rendszer megváltozása óta eltelt idő különlegesen sok megpróbáltatást és kínlódást okozott. Noha a piacgazdaság kiépülése, a politikai élet átalakulása, stb. kétségtelenül sokak tűrőképességét tette próbára, a demokratikus deficit nem helyi sajátosság. A fejlett világ országaiban ez a folyamat már a hatvanas évek vég óta vájja a ráncokat a társadalomtudósok homlokára (Giddens, 2000; Norris, 2001; Putnam, 2000). Ennek a folyamatnak az okát több tényező együttes hatásában kell keresni. Az egyik ilyen tényező Robert Putnam (2000) szerint a tömegmédiá, elsősorban a televízió térhódítása. Mások (Hagen, 2000; Fukuyama, 2000) elsősorban a globalizálódó gazdasági, kulturális és politikai folyamatokat teszik mindezt felelőssé. Nem szabad azonban elfeledkezni arról, hogy a demokratikus intézményrendszer nem teljesen statikus, az idők során maga is változik.

Amikor képviseleti demokráciával kapcsolatos elképzelések születtek, akkor (a lassúbb és egyszerűbb társadalmak idején) elképzelhetetlen volt az a sokszínű kavalkád, a széttöredezett vélemények végtelen hangzavara, amely napjainkat jellemzi (Dessewffy, 2002). A képviseleti demokráciában a többségi döntés kulcsfontosságú intézmény. Ugyanakkor a legtöbben csak négyévente (vagy ötévente) gyakorolhatják állampolgári jogukat, s a cinikusok szerint a választási eredmények sem változtatnak semmin. A mai nyugati társadalmak inkább jutalmaznak a nonkonformitást, az átlagos, hétköznapi életformától való eltérést, az önálló véleményformálást, mint mondjuk száz évvel ezelőtt (vagy mint jó pár távol-keleti országban). Ennek a jelenségnek komoly hatása van a hagyományos demokrácia-felfogásra is. Ahogy azt Alvin Toffler nagyszerű munkájában, *A harmadik hullámban* írja:

*„A sokféleség növekedése azt jelenti, hogy bár politikai rendszereink elméletileg a többség akaratára épülnek, előfordulhat, hogy nem is jön létre többség, még a fennmaradáshoz szükséges területeken sem. A többségi vélemény széthullása pedig azt jelenti, hogy egyre több kormány lesz valójában változékony és bizonytalan koalíciókon alapuló kisebbségi kormány. [...] Bármely kongresszusi régió vagy parlamenti választókerület olyannyira változatos – legyen bár Franciaországban, Japánban vagy Svédországban -, hogy 'képviselőjének' nincs jogalapja azt állítani, hogy bármiféle többség nevében beszélne. Nem képviselheti a közakaratot, abból az egyszerű okból kifolyólag, hogy nincs ilyen.” (Toffler, 2001:443-444 – kiemelés az eredetiben)*

Mivel ezek a tendenciák önmaguktól nem váltanak irányt, a nyolcvanas évek végén, de főleg a kilencvenes évek elején mind többen reményteli tekintetűket az egyre hangosabban dübörgő információs forradalom felé vetették. Ahogy arról a Net kódját bemutató részben szó esett, az információs és kommunikációs technológiák sajátosságai nem alaptalanul keltették sokakban azt a benyomást, hogy a legsúlyosabb társadalmi és politikai problémák nem sokára a múlt kódéba vesznek. Voltak, akik a közvetlen demokrácia kialakulását valószínűsítették. Pierre Lévy a demokratikus intézményrendszer átalakulásával kapcsolatban azt állítja, hogy a demokrácia fejlődésének egyetlen útja a jelenleg létező kommunikációs eszközök teljes kihasználása:

*„A számítógép közvetítette kommunikáció társadalmilag leghasznosabb előnye az lesz, hogy olyan eszközöket ad az emberek kezébe, amelyekkel egyesíthetik mentális erejüket, s intelligens közösségeket és valós idejű demokráciákat alkothatnak” (Lévy 1997:61).*

Lévy szerint a demokrácia új formái jobban illeszkednek majd napjaink összetett társadalmi problémáihoz, mint a képviselet hagyományos formái. Kollektív intelligenciának nevezi azt az irányító elvet, amely a modern társadalmak számára újra elhozza a demokráciát – az új kommunikációs eszközök segítségével (Lévy, 2001).

Míg Lévy a technooptimista álláspont képviselőjeként a gondolkodó lények információs technológiák által megvalósuló paradicsomát jövendőli, addig jócskán vannak, akik az új

tömegmédiák elterjedése kapcsán a meglévő problémák elmérgesedéséről tartanak. A leggyakrabban hangoztatott félelmek a meglévő emberi kapcsolatok felbomlásáról (Nie és Erbring, 2000), az elszigetelődésről és az úgynevezett pszeudo-közösségek létrejöttéről (Beniger, 1987), az állampolgárok szabadságjogainak jelentős megcsorbításáról és az állami felügyelet kiterjedéséről (lásd: Brin, 1998), illetve jobb esetben a hagyományos politikai kommunikáció megerősödéséről (Hill és Hughes, 1997), rosszabb esetben a nyilvános tér szétaprózódásáról (például Lebowsky, 1999) szólnak. Meglehet, hogy ezeknek a félelmeknek van valós alapjuk, ám a legtöbb kapcsán számos ellenpéldát lehet találni.<sup>12</sup> Mivel ezek a technopesszimista hangok nem rendeződnek kórossá, könnyebb egyenként megcáfolni őket. Persze, elképzelhető, hogy hosszabb távon a pesszimista tendencia mégis markánsabbá válik, az azonban vitathatatlan, hogy a többször hivatkozott Net kódja a legtöbb negatív forgatókönyv megvalósulását eleve kizárja.

A Shapiro nevével fémjelzett technorealista megközelítés nem retorikai finomkodás. Az utópista és a pesszimista forgatókönyvekkel szemben nagyon határozottan kijelöli azt a teret, amelyen belül az információs technológiák elterjedése következtében megváltozó információáramlási minták és viszonyrendszerek társadalmi és politikai hatásának árnyalt elemzése lehetővé válik. A kiindulási pont ugyanaz, mint a közvetlen demokrácia eljövételét jóslók esetében: az új technológiák olyan szemléleti változást idéznek elő, amelyek túlmutatnak a technikai szinten. A következő lépés azonban már más irányba visz. A közvetlen e-demokrácia hívei a közvetítő intézmények létjogosultságának teljes eltűnése mellett érvelnek. A technorealisták ezt vitatják.

*„A legegyszerűbben talán gombnyomósos politikának, vagy valamiféle kvázi-közvetlen demokráciának nevezhető elképzelés megerősödése, ahol a polgárok bábozó módjára rángatják a képviselőiket, éppen amiatt aggasztó, ami miatt maga a közvetlen demokrácia is veszélyes dolog.” (Shapiro, 1999:156)*

---

<sup>12</sup> Az információs technológiák emberi kapcsolatokra gyakorolt hatásával kapcsolatos kutatásokról lásd az Information & Society folyóirat első számának bevezetőjét (Robinson és Nie, 2002)

Ezt az álláspontot osztja Stephen Coleman is, aki az Open Society Institute 2002-es budapesti konferenciáján tartott előadásában<sup>13</sup> azt állította, hogy a közvetlen demokrácia nemcsak azért nem valósulhat meg, mert a választók nincsenek egy helyen (ez az új információs eszközök segítségével előbb-utóbb valószínűleg tényleg megoldható lenne), hanem mert nem értenek a szakmai kérdésekhez, a politikához, vagy éppen nincs idejük és/vagy kedvük naponta többször szavazni. A kellő idő és energia hiánya, valamint a nem elégséges szakértelem mellett a függetlenség kérdése, az érdekképviselés, s a szabadságjogok sérülése teszi aggályossá az e-demokrácia utópista olvasatát (Shapiro, 1999). Akármilyen furcsán hangzik is, a nagyobb szabadság ígérő új kommunikációs eszközök a közvetlen demokráciában voltaképpen kisebb egyéni szabadságot jelentenének.<sup>14</sup> (Elég csak arra gondolni, hogy a világ legtöbb szabad országában az emberek több mint ötven százaléka visszaállítaná a halálbüntetést.<sup>15</sup> Ennek megszavazása a technoutópistáknál nem tartana tovább néhány másodpercnél.)

Coleman szerint tehát az e-demokrácia nem a képviseleti demokrácia felváltását, hanem annak megerősödését jelenti:

*„[a] demokrácia a párbeszédéről szól. Az érett és egészséges képviseleti demokrácia nyitottságot és a képviselők és a képviseltek közötti összekapcsoltságot kíván, melyet elősegíthet a világháló interaktivitása”*  
(Coleman 2001).

A képviselők és képviseltek közötti összekapcsoltság kulcsfontosságú tényező a demokráciák jövője szempontjából. Mint arról a kontrollforradalom sajátosságainak tárgyalásánál szó volt, az információs technológiák elsősorban éppen a közvetítő szereplők számára jelentenek kihívást. Noha szerepük csak a valóságtól legerugaszkodottabb forgatókönyvekben válik teljesen fölöslegessé, kétségtelen, hogy új stratégiákat kell kidolgozniuk. A megváltozó helyzet figyelmen kívül hagyása (csakúgy mint Chaplin és a hangosfilm esetében) hosszú

---

<sup>13</sup> OSI – *Government/citizen communication workshop*. Budapest, 2002. március 8–9.

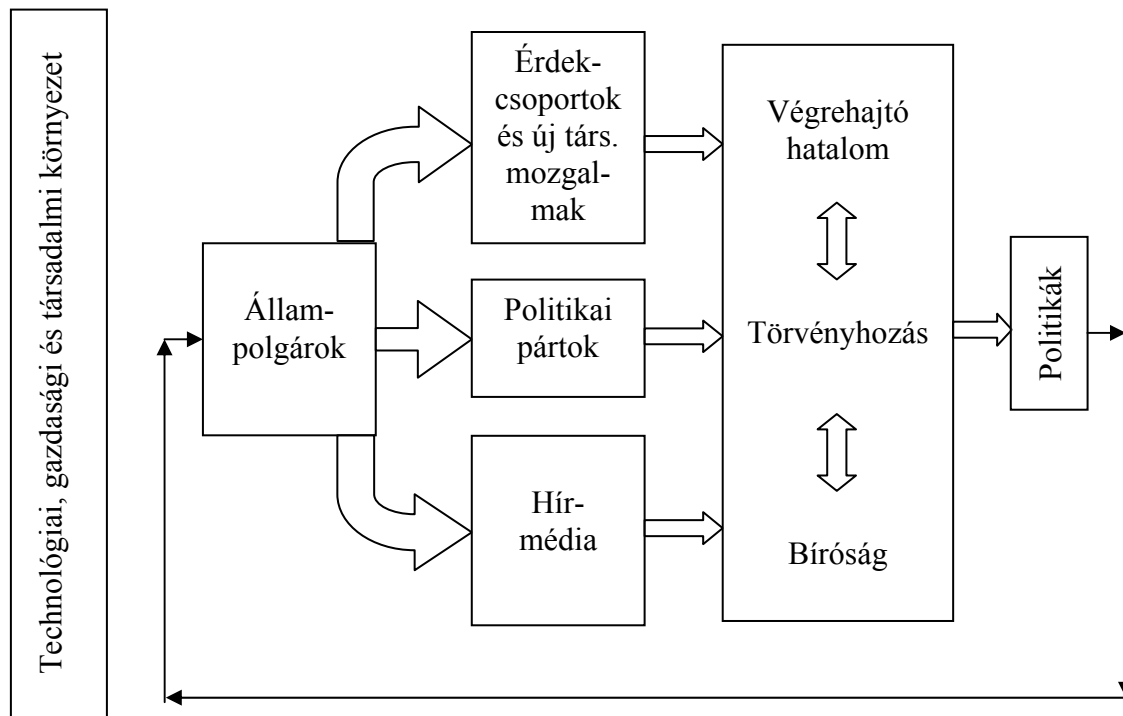
<http://www.osi.hu/infoprogram/commworkshop/>

<sup>14</sup> A demokrácia képes lenne demokratikus úton felszámolni önmagát – nem véletlen, hogy az új kommunikációs technológiákat éppen Németországban fogadják a legnagyobb kétkedéssel. Míg ugyanis az Egyesült Államokban az új technológiák általában a megújuló, megnövekedő szabadság hírnökeként jelennek meg, addig a németekben erősen él például a rádió nácik által rendkívül hatékonyan használt és kihasznált emléke.

<sup>15</sup> Az Egyesült Államokban a Gallup 2000-ben készült felmérése szerint a felnőttek 66 százaléka támogatja a halálbüntetést. Forrás: Gallup [<http://www.gallup.com/>]

távon gyötrelmes válságba sodorhatja a mediátorokat. Ez pedig a demokratikus párbeszéd szempontjából beláthatatlan következményekkel járna, hiszen éppen a közvetítő intézmények azok, amelyek alkalmasak az állampolgárok különféle érdekeinek és értékeinek képviselésére.

### *A virtuális politikai rendszer*



*Forrás: Norris, 2001 – The Virtual Political System*

A fenti ábra a virtuális politikai rendszer modellje. Pippa Norris (2001) a digitális szakadékról és az információs kor civil társadalmairól szóló könyvében ezt az ábrát alapvetően arra használja, hogy keretbe foglalja az egyes szereplők internetes reprezentációját és stratégiáit. A kontrollforradalom politikai hatásának elemzése szempontjából azonban azért különösen hasznos ez az ábra, mert tökéletesen látszik rajta, hogy kik azok a szereplők, akiknek számolniuk kell a stratégiai inflexiók pont következményeivel. Az állampolgárok és a képviselők közötti összekapcsoltság lehetősége - a párbeszéd, amire Coleman is utalt - az információs korban az új társadalmi mozgalmak, a politikai pártok, illetve a hírmédia korábbi szerepeinek átgondolását teszi szükségessé.

A változások optimista felfogása alapján az internet a képviseleti kormányzás és a civil társadalom intézményeinek megerősítésében lehet fontos tényező.<sup>16</sup> A decentralizált és világméretű kommunikációs hálózat elősegítheti a civil szervezetek országhatárokon átnyúló tevékenységét, a hasonló érdekű és érdeklődésű szervezetek összekapcsolódását, az újságírók hivatalos dokumentumokhoz, információkhoz való (idő- és pénztakarékos) hozzáférését, és nem utolsósorban a pártok és más politikai szervezetek hatékonyabb befelé és kifelé irányuló kommunikációját.

A továbbiakban ez utóbbiakra összpontosítok. A 2002-es országgyűlési választást megelőző, illetve a két forduló közötti kampányok különösen jó alkalmat adtak arra, hogy megfigyelhetővé váljanak a politikai pártok internetes stratégiái. Noha az új kommunikációs eszközök nagy része csak a bevett kampánytechnikák kiegészítőjeként szolgált, voltak olyan alkalmazások is, amelyek megerősítik az eddig leírtakat: a pártok, mint közvetítő intézmények bizonyos területeken elvesztették (még ha átmenetileg is) a kontrollért folytatott küzdelmet.

### **A pártok és az információs technológiák: a tartalomszolgáltatástól a politikai vírusmarketingig<sup>17</sup>**

Mivel Magyarországon a korábbi választások során az információs technológiák szerepe voltaképpen elhanyagolható volt, a 2002 tavaszi kampány mind a választók, mind a politikusok számára tartogatott meglepetéseket. A kampány kezdetére több párt is teljesen megújította (vagy végre elkészítette) a hivatalos honlapját.<sup>18</sup> Az akkori híradások sorra számoltak be az egyes pártkongresszusok, hivatalos események online közvetítéséről.<sup>19</sup> Az új technológiák azonban nem egy légüres térbe érkeztek meg, hanem egy régebb óta tartó

---

<sup>16</sup> A pesszimista és szkeptikus elképzelések részletes bemutatásától ehelyütt el kell tekintenem. Ezekről lásd: Norris, 2001; DiMaggio et al., 2001.

<sup>17</sup> A „politikai vírusmarketing” kifejezést először a Sükösd Miklóssal közösen írt *„M-politika akcióban - SMS és e-mail a 2002-es magyarországi választási kampányban”* című dolgozatunkban használtuk. A tanulmány a Magyar Tudományos Akadémia és a Westel felkérésére végzett kutatás eredményeként született meg. (Lásd: Sükösd és Dányi, 2002)

<sup>18</sup> Például az SZDSZ, az MDF, a Fidesz-MPP és az FKgP. 2002 elején készült el a Centrum honlapja is.

<sup>19</sup> Néhány példa: „A Fidesz 2002. február 16-án, az Összefogás Kongresszusán bemutatja a Fidesz és az MDF közös választási programját. A kongresszus eseményeit on-line közvetítjük, mely honlapunkról érhető el.” Az SZDSZ internetes oldalán látható volt a „kormányváltó küldöttgyűlés élőben február 10-én!”. Egy másik hír a szabaddemokratától: „Február 14-én elindult a Poligocsi!” (A Poligocsi olyan online stratégiai játék, ahol – a Tamagocsi mintájára – bárki irányíthatja egy kitalált politikus sorsát, nyomon követheti mindennapi tevékenységeit.) Az MSZP többször is közvetítette az interneten különféle párteseményeit.

folyamatba illeszkedtek bele. Ezt a folyamatot legegyszerűbben a modern kampányt lassan felváltó posztmodern kampány térnyerésével lehet leírni. De mit is jelent mindez?

Pippa Norris (2000) a fejlett nyugati országokban zajló politikai kampányok három korszakát különbözteti meg: a pre-modern, a modern és a posztmodern kampányok időszakát. Bár az egyes típusok elkülönítése nehézkesnek tűnhet (és nem magától értetődő a kelet-közép-európai országokra való kiterjesztése), segítségükkel nagyon jól megragadható az a tendencia, ami valójában a legtöbb nyugati típusú demokráciában érvényesül. A pre-modern kampány, ami a 20. század elején volt jellemző, a jelöltek és a szavazásra jogosult állampolgárok közötti személyes interakcióra épült. Margaret Scammell (1999) úgy fogalmaz, hogy a televízió előtti időszak kampányait az önkéntesek seregének tevékenysége - a korteskedés, a röpiratozás, a személyes rábeszélés - jellemezte. Ezek a „low-tech” kampányok nagyon munkaigényesek voltak. Az 1920-as évektől a rádióbeszédnek ugyan kezdtek átvenni a személyes kampányok szerepét, a legfontosabb médiumok mégis a pártközeli újságok maradtak (Norris, 2000). A választóközönség erősen kötődött valamelyik párthoz.

A modern kampányt (az 1950-es évek végétől az 1980-as évek végéig) az országosan központosított sajtóiroda tevékenysége fémjelzte. (Ez az időszak a televízió térnyerése és a mediatisált tér feletti uralmának kialakulása is egyben.) A párt néhány vezetője, a sajtófőnökök, néhány külső tanácsadó és közvélemény-kutató alkotta a központi kampányirodát. A teljes kampány során a jól megtervezett politikai eseményeken volt a hangsúly. Legfőbb célja az országos hírműsorok tematizálása vált. A különféle pártok kampányai módszereiket tekintve – a korábbi hagyományoktól eltérően – közeledtek egymáshoz. Ezzel párhuzamosan (vagy éppen emiatt) a választóközönség pártkötődése csökkent (Kavanagh, 1995).

Az 1990-es évek közepétől a posztmodern kampányok váltak dominánssá. A pártok proaktív kommunikációs stratégiájának fő elemei a politikai marketingtechnikák és a közvélemény-kutatások lettek. A reklámszakemberekre és a professzionális tanácsadóknak ma már legalább olyan fontos szerep jut, mint a politikusoknak. A politikai marketing már nem csupán valamilyen tágabb folyamat egyik alfejezete. Maga a politikai kommunikáció válik a politikai marketing részévé (Scammell, 1999). A politikusok szerepe is megváltozik. Fokozatosan előtérbe kerülnek a vezérek, az értékeket megszemélyesítő személyek, a „politikai hatalom



fizikai szimbólumai” (Mazzoleni, 2000).<sup>20</sup> A politikai participáció fogalma átalakul, a politikai döntés értelmezési köre kiterjed (bizonyos mértékben rituálissá, ideologikussá válik). A modern kampány módszereivel szemben újra megjelennek az interaktivitás korábbi formái – immár az információs technológiák segítségével.

Az információs technológiák, mint politikai kampányeszközök azonban nem kezelhetők egységesen. Vannak olyanok, amelyek a kontroll szempontjából nem jelentenek semmilyen változást, míg mások alkalmasak a korábbi helyzet megváltoztatására. A web például technikai szempontból jól illeszkedik a pártok bevett kampánystratégiájába, ezért a politikusok a párthonlapokat elsősorban a felülről lefelé történő kommunikációra, azaz az önbemutatóra használják. Stephen Coleman és Nicola Hall (2001) a 2001-es brit választási kampány kapcsán elemezte a pártok internetes stratégiáját. Tanulmányukban négy tényezőt sorolnak fel, amelyek miatt a pártoknak érdemes honlapot üzemeltetniük. Az első a multimédiális üzenetekben rejlő lehetőség, a második a személyre szabott (pontosabban a választói célcsoportra szabott) kommunikáció, a harmadik az interaktivitás, a negyedik pedig a közvetlenség, ami arra utal, hogy a politikusok üzenetei az újságírók szűrőjét megkerülve juthatnak el a választóhoz. Ezek közül a tulajdonságok közül egyedül az interaktivitás az, amely túlmutat a bevett kampányeszközökhöz kapcsolódó kommunikációs gyakorlaton. Az interaktivitás, az érvek online megvitatása, a kérdések közvetlen feltétele azonban a politikusok többségének nem ragyogó lehetőség, hanem nyűg, hiszen a nehéz munkával felépített arculat az online közegben megrepedezhet. S ez értelemszerűen a kampánytechnikák kicentizett hatásmechanizmusa feletti ellenőrzés bizonyos fokú elvesztését jelentené. Nem csoda, ha a politikusok (és pártok) honlapjukat elsősorban inkább nagy faliújságnak képzelik (Dányi, 2002), és ódzkodnak a technikai lehetőségeken túlmutatató szemléletváltástól.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> A posztmodern kampány sajátosságairól, valamint a politikusok és a mediatizált tér viszonyáról lásd ebben a kötetben Kiss Balázs tanulmányát.

<sup>21</sup> A magyar párthonlapokat 2001. végétől egy előre meghatározott funkcióelemzési index segítségével vizsgáltam. Az elemzésre a 2002. áprilisban bejegyzett 144 pártból mindössze 16 párt honlapja volt alkalmas. Ennek egyik oka az, hogy kevés pártnak volt hivatalos oldala az interneten, másik oka pedig az, hogy a választáson szövetségben induló pártok esetében nem volt értelme az összes szervezet vizsgálatának. A funkcióelemzési index alapján jó helyezést elért pártok az 1998-as és a 2002-es választások első fordulójában is jó eredménnyel szerepeltek (átlépték az állami támogatás megszerzéséhez szükséges egyszázalékos határt). A hagyományosan sikeresebben szereplő pártok inkább rendelkeznek azon (emberi, anyagi) erőforrásokkal, amelyek a hatékony kampányhoz szükségesek – s ez nagyban meghatározza az interneten való jelenlétüket is. A funkcióelemzési index – melyben azonos súllyal szerepeltek a felülről lefelé irányuló, valamint az alulról felfelé irányuló kommunikációt segítő elemek – azonban azt mutatta, hogy minden párt honlapján több az információs elem, többé-kevésbé háttérbe szorítva az interaktivitást. Az arányok természetesen pártonként változnak. Az MSZP, az SZDSZ és az MDF honlapja még elég interaktívnak tekinthető, míg a Fidesz, vagy a MIÉP oldalain az információs elemek jelentős túlsúlyban vannak. Mindez azt jelenti, hogy a párthonlapok alapvetően a hagyományos kommunikációs mintákat és hatalmi viszonyokat tükrözik. A nagy pártok az interneten is

Vannak ugyanakkor olyan információs technológiák is, amelyek alapvetően nem a felülről lefelé irányuló, hanem a horizontális kommunikációt támogatják. Ilyen például az e-mail, vagy a mobiltelefon esetében az SMS. Andrew Odlyzko (2001) szerint az internet jövőjét elsősorban az elektronikus személyközi kommunikáció (például a korábban hatalmas népszerűségnek örvendő Napster-hez hasonló *peer-to-peer* alkalmazások sora) fogja meghatározni, és nem a tartalomszolgáltatás. Ez azt jelenti, hogy az igazi hozzáadott értéket az interneten nem a párt sajtóközleményeinek letölthető változata jelenti, hanem a különféle kommunikációs hálózatokon történő információáramlás. Ez utóbbi ugyanis lehetővé teszi, hogy a párt iránt érdeklődő internetezők passzív epizodisták helyett aktív és interaktív résztvevőkké váljanak.

A tartalomszolgáltatás és a személyközi kommunikációs alkalmazások harca a pártok számára nem jó hír. Míg ugyanis a párthonlapok tartalma többnyire a párt szakembereinek és politikusainak döntéseinek múlik,<sup>22</sup> addig a hivatalos csatornákkal párhuzamosan létező információs hálózatokon folyó üzenetváltás ellenőrzése nem, vagy csak korlátozottan lehetséges. S ez kontrollvesztést jelent, ami egy kiélezett kampány során akár az eredményeket is befolyásoló következményekkel járhat. A magyar országgyűlési választási kampány során bebizonyosodott, hogy mindez nem csupán absztrakció.

2002. áprilisában, a két választási forduló között Magyarország elmúlt tizenkét évének talán legviharosabb kampánya folyt. Az intenzív politizálás, a feszült légkör és az esetenként hisztérikussá váló hangnem felkészületlenül érte a választókat, de alighanem a politikusokat is. A Nyílt Társadalom Archívum weboldalán<sup>23</sup> több ezer összegyűjtött kampány-SMS és e-mail található, amelyeket a két választási forduló között küldözgettek egymásnak az emberek. Az eDemokrácia Műhely<sup>24</sup> kutatásában ezeket az üzeneteket három csoportra osztottuk fel: az

---

sikeresebbek, a kicsik online sem képesek hangosabban hallatni a hangjukat. Emellett a fentről lefele irányuló kommunikáció rendre háttérbe szorítja az interaktivitást segítő elemeket. A párthonlapok elemzésének további eredményeiről és a kutatás háttérééről lásd: Dányi, 2002.

<sup>22</sup> Kivéve talán a fórumokat, bár ezek egyre kevesebb párt oldalán üzemelnek (az SZDSZ meg is szüntette az övét). Ahol működnek, ott a párthonlap a vita számára olyan meghatározó közeget jelent, ahol rendkívül kiélezetté válnak a vélemények: valaki vagy utálja az adott pártot, vagy kritika nélkül támogatja azt. Lásd például a fidesz.hu-t. Így ez a tartalom – bár csak korlátozottan van a párt szakembereinek kontrollja alatt – nem befolyásolja a párthonlap egyéb részeit.

<sup>23</sup> Open Society Archives, OSA – [<http://www.osa.ceu.hu/kampanyarchiv/>]

<sup>24</sup> eDemokrácia Műhely Egyesület – [<http://www.edemokracia.hu>]

elektronikus poénok, versikék, a propagandaüzenetek, valamint a mozgósító, közös politikai cselekvésre felszólító üzenetek csoportjaira (Sükösd és Dányi, 2002).

Az e-mailben és SMS-ben terjedő poénok a politikai feszültséget voltak hivatottak oldani. Ezek az esetek többségében locsolóversikékre hasonlító, vagy a rövid, csattanós viccek szabályai alapján íródott üzenetek voltak,<sup>25</sup> de előfordultak komoly munkával elkészített montázsok, filmek, sőt, rajzfilmek is.<sup>26</sup> Az interaktív technológiák hálózatain megnyilvánuló humor a tágabb politikai vicckultúra részeként működött. Részben ugyanazok a viccek jelentek meg a kijelzőkön, amelyek szóban is terjedtek. Szembetűnő a választási kampányhoz hasonlító kortesdalokkal való rokonság is. A kortesdalok műfaja a 19. századi pártharcok során terjedt el, és a döntő politikai változások éveiben, 1945-ben, 1956-ban, 1988-90-ben hirtelen újraéledt (Balázs, 2002). A kortesdal aktualizált, sokszor ironikus formája a rendszerváltás óta ilyen nagy erővel először 2002-ben jelent meg. Íme néhány (rég-új) példa:

„Tisza malma két közre jár  
Bécsnek öröl, nekünk darál.  
Gesztre megyen extra-vasút  
Abcug Tisza, éljen Kossuth!”<sup>27</sup>

„Kiderült az égbolt  
azt zörgi a haraszt  
hogy mégsem lesz király  
a felcsuti paraszt!”<sup>28</sup>

„Ez a hon a mi országunk  
Két hét múlva visszavágunk.  
Bár nem kapunk érte bagót  
leszavazzuk a sok tahót.  
Éljen Viktor vesszen Péter  
Játsszon inkább a tökével!”<sup>29</sup>

A második üzenet-csoportba a propaganda-SMS-ek és e-mailek tartoznak. Ezek elsősorban az első választási forduló után terjedtek el nagy számban. Ennek legkézenfekvőbb oka a kielezett eredmények következtében stratégiát változtató akkori kormányoldal (különösen a Fidesz-

---

<sup>25</sup> Ennek egyik oka az SMS esetében a kötött forma (legfeljebb 160 karakter).

<sup>26</sup> Ezek értelemszerűen nem SMS-ek formájában, hanem e-mailben terjedtek.

<sup>27</sup> 1867 utáni kortesdal. Katona Imrét idézi Balázs Géza (2002, 8-9)

<sup>28</sup> Forrás: OSA Kampányarchívum, SMS-1103

<sup>29</sup> Forrás: OSA Kampányarchívum, SMS-1214

MPP) intenzív negatív kampányának beindulása. Hol nyíltan, hol burkoltan a legnagyobb jobboldali párt suttogó propagandára szólította fel híveit.<sup>30</sup> Ez azt jelentette, hogy egyik napról a másikra a baloldali pártokat és politikusokat lejárató, javarészt valótlan állításokat tartalmazó röplapok, SMS-ek, e-mailek, plakátok árasztották el az országot (Boros, 2002; Erős, 2002; Lugosi, 2002;). Az üzenet az egyes információhordozókon számos esetben szóról szóra azonos volt, ezért indokolt az események mögött szervezett fekete kampányt feltételezni. Az elektronikus üzenetek ennek a suttogó propagandának a kiterjesztései voltak. A legismertebb példa talán egy Miniszterelnöki Hivatalban dolgozó alkalmazott által – hivatalos e-mailcímről küldött – levél:

“Kedves Barátaim,  
Az MSZP elonyét mindenképpen csökkenteni kell, sőt, a pártot legyőzni [...] Jelen helyzetben a második forduló előtt a suttogó propaganda régi jól bevált módszerét kell alkalmazni.  
Így a következő híreket kell terjeszteni:  
1. MSZP felemeli a gázárakat  
2. MSZP felemeli a gyógyszerárakat  
3. MSZP eladja a földet a külföldieknek  
4. MSZP megszünteti a lakáshitelt (ez nem biztos, de terjeszteni kell)  
5. MSZP megszünteti a diákhitelt bevezeti a tandíjat (ld. előző) [...]”<sup>31</sup>

A suttogó propaganda és a rémhírterjesztés hosszú politikai múltra tekint vissza, legelterjedtebben a hidegháborús korszakban használták őket a vasfüggöny mindkét oldalán. Újabban azonban a suttogó propagandát az üzleti marketing céljaira is felhasználják.

*„A lányok ugranak a leggyorsabban az új hóbortokra, szerteágazó kapcsolatrendszerük van; egy tinédzserholmikra specializálódott cég PR-menedszere szerint, 2000 regisztrált tinialkalmazottjuk révén suttogó propagandával 300 000 gimnazista lányt érnek el csak Tokióban, az egyetlen trükk, hogy az új termékkel kapcsolatban titoktartást kell fogadtatni mindenkivel, akinek szót ejtenek róla. Aztán terjed, mint a földrengés után a tűzvész. Bevezető reklám nélkül piacra dobják, viszik, mint a cukrot.”*  
(Vágvölgyi, 2000: 66)

<sup>30</sup> Lásd például: "Kampányolnak a kancellárián?"  
[<http://www.nol.hu/Default.asp?DocCollID=47272&DocID=47162#47162>] *Népszabadság*, 2002. április 10.

<sup>31</sup> Forrás: személyes e-mail, valamint több online vitafórum, például Index, [origo], MTV Online.

Ezekhez az üzleti fogásokhoz képest a 2002-es választási kampány újdonsága az interaktív online technológiák használatában van. A marketing- és pr-szakemberek viszonylag szűk körében ismert, ám egyre divatosabb kifejezés a vírusmarketing, ami a vírus terjedésének tulajdonságaira utal. Lényege olyan stratégia, amely arra készíti az embereket, hogy továbbadják a hozzájuk érkezett üzenetet (vagy azért, mert így bennfentesnek érezhetik magukat, vagy mert úgy gondolják, hasznos információt oszthatnak meg másokkal). A vírushoz hasonlóan az üzenet nagyon gyorsan, nagy tömeghez (akár több millió emberhez is) eljuthat. A vírusmarketing klasszikus esete a Hotmail.com hírverése volt. Az ingyen e-mail címet és levelezési szolgáltatást nyújtó Hotmail a felhasználói által küldött e-mailek aljára automatikusan egy egysoros önhirdetést rakott. Mindenki, aki elolvasta a baráttól, munkatárstól kapott levelet, látta az üzenetet. Ez ma már nem tűnik újdonságnak, de a Hotmail volt az első, amelyik ezt megtette (Wilson, 2000).

A rémhírterjesztés bevett módszerei és az információs technológiák által kínált új lehetőségek politikai célra történő felhasználása nagyban meghatározta a két választási forduló közötti időszak hangulatát. A *politikai vírusmarketing* kifejezés elsősorban arra utal, hogy a felülről lefelé irányuló kampányolás helyett a személyközi kommunikációt támogató elektronikus üzenetek alkalmasak a politikai kommunikáció bevett mintáinak kiterjesztésére, esetenként átalakítására. A politikai vírusmarketing azonban per definitionem előre tervezett, központilag irányított folyamat, így önmagában még nem jelenti a politikai szakemberek és kampánytanácsadók kontrollvesztését (mint ahogy az online versikék, viccek sem). Az elektronikus üzenetek harmadik csoportja azonban e tekintetben eltér az előző kettőtől.

A mozgósító, közös politikai cselekvésre felszólító üzenetek<sup>32</sup> már az első választási forduló előtt szerepet játszottak a – főként az akkori ellenzéki – rendezvények megszervezésében, a résztvevők toborzásában.<sup>33</sup> A mozgósító üzenetek azért érdekesek, mert – a honlapok tartalmával ellentétben – nem a politikusok-állampolgárok dimenzió mentén alakítja ki a „mi”-„ők” csoportokat, hanem politikai értékválasztás alapján (kormányváltók-

---

<sup>32</sup> A magyar történelemben a decentralizált kommunikációt lehetővé tevő technológiáknak először 1990-ben volt komoly szerepük a közvetlen mozgósításban. 1990. októberében a taxisok CB-rádiós hálózataik segítségével néhány óra alatt országos blokádot szerveztek a hazai közutakon, a váratlan benzináremelés elleni tiltakozásul. A taxisblokádnak ilyen gyors és hatékony megszervezése elképzelhetetlen lett volna a horizontális kommunikációs eszközök autonóm használata nélkül.

<sup>33</sup> Az első említésre méltó rendezvény, ahol az SMS-ek és az e-mailek főszerepet kaptak a szervezésben, az SZDSZ nevéhez fűződik (2001 december). Az első jelentősebb megmozdulás azonban 2002 április 2-án volt, ahol a gyűlöletbeszéd elleni tiltakozásul több ezer ember vonult a Fidesz székháza elé. A tüntetést SMS-ben és e-mailben szervezték.

kormánypártiak, jobboldaliak-baloldaliak, stb.). Hiszen mind a hagyományos médiumok, mind a legtöbb hivatalos kampányfelület a politikusoktól közvetít üzenetet a szavazóknak. Ezzel szemben a politikai megmozdulások, tüntetések, kampányesemények, piknikiek, stb. közös élményt ígérnek, ahol a politikai közösség egy másik (vélt vagy valós) politikai csoporthoz viszonyíthatja önmagát. Ezért a mozgósító SMS-ek és e-mailek nem csak megkönnyítik a tömegrendezvények megszervezését, hanem a szervezés során aktívan közreműködnek a politikai közösségek identitásának kialakulásában. Néhány példa az OSA oldaláról:

„Gyere tüntetni holnap 5-kor a FIDESZ Szekházhoz a Kövér-féle beszéd ellen! Küldd tovább 10 példányban! Üdv.” (április 2).

„Hofi Géza temetése szombaton 12 orakor lesz a Farkasréti temetőben. Gyere el és hozz egy szal piros szegfűt. (Küldd tovább!)” (április 13).

„Kommunisták féljeteK medgyes buktát egyetek liberósok csönd legyen Viktoré a győzelem mert tudja a magyar nép: SZOMBAT 3 KOSSUTH TÉR! (Add tovább!)” (április 13).

„Vasárnap 16órákor a Vörösmarty téren a kormányváltásra szavazók békés demonstrációt tartanak h.megmutassák:NEM FÉLÜNK! Add tovább 10 embernek” (április 14).

„Fényhidat építünk a polgári jövőért. 18-án 20 órától a budapesti dunapartokon és hidakon. Gyere égő gyertyával, hogy messze ragyoghassunk! Add tovább!” (április 18).

A kampány során több olyan rendezvény is szerveződött SMS-ben és e-mailben (például a Vörösmarty téri demonstráció a Gerbeaud cukrászda előtt), amelyek megkerülték a kampányközpontokat, nem kis meglepetést okozva ezzel maguknak a politikusoknak is. Látható, hogy az elektronikus üzenetek ezen utolsó csoportja tehát magában hordozza a politikai kommunikáció korábbi határainak szétfeszítését, s egyben komoly fejtörést okoz az ellenőrzést eddig kezükben tartó politikai marketingszakemberek számára.

## **Következtetések**

Ebben a dolgozatban három elméletet, a kontrollforradalmat, az e-demokrácia elméleteket, illetve a tartalomszolgáltatás vs. kommunikáció vitát mutattam be és illesztetem közös modellbe. Úgy érzem, hogy azok az eddig egymástól többé-kevésbé függetlenül kezelt fogalmak, amelyek az említett elméletek során előkerültek, jól kiegészítik egymást és segítik

a posztmodern politikai kommunikáció jellegzetességeinek alaposabb megértését. Ezt a feltevést igyekeztem igazolni azzal, hogy a 2002. áprilisi választási kampány néhány jelenségének jelentőségét az újonnan bemutatott koncepciók segítségével írtam le.

A választás második fordulója előtt főszerepet kapott SMS- és e-mailkampány és a politikai vírusmarketing egyéb megjelenési formái a politikusoknak, a szakembereknek és a választóknak egyaránt újdonságot és meglepetést jelentettek. Mindez persze nem jelenti azt, hogy a központi kontroll pillanatnyi megingása lavinaszerű kontrollvesztést jelentene a pártok szakembereinek számára azokon a területeken is, amelyeket mindeddig teljes ellenőrzésük alatt tartottak. Az SMS- és e-mailkampány azt sem jelenti, hogy az események kézbentartásának megingása tartós lenne. Ugyanakkor a 2002. áprilisi két választási forduló közötti időszak bebizonyította, hogy az információs és kommunikációs technológiák alkalmasak a politikai kommunikáció hagyományos mintáinak átalakítására.

2002 őszén önkormányzati választások voltak. Az októberi kampány során nem volt a tavaszihoz hasonló SMS- és e-mailhadjárat. Ugyanakkor több polgármesterjelölnél az új technológiák a kampány részévé váltak. Budapesten például Demszky Gábor és Schmitt Pál kampánystábja is kihasználta az SMS-ben rejlő lehetőségeket: kampányüzeneteket küldözgettek, emeldíjús SMS-sel pénzt gyűjtöttek, stb. Mindez azt bizonyítja, hogy fél évvel az országgyűlési választások után a politikusok – felismerve a kontrollvesztés veszélyeit – előre gondolkodva inkább központilag számoltak a politikai vírusmarketing következményeivel. Nem biztos azonban, hogy a kontroll visszaszerzése sikeres volt. Bár az önkormányzati választások idején nem jöttek létre elektronikus barikádok, ez javarészt annak tudható be, hogy a tavaszi választás tétje más volt, mint az őszié. Az új technológiák politikai kommunikációt átalakító hatásának újabb jelére tehát a következő érzelmileg kiélezett eseményig várni kell.

## Felhasznált irodalom

- Balázs Géza. (2002) „Futótűz- vagy pontról pontra-kommunikáció - A választási SMS-ek folklorisztikai-szövegtani vizsgálata”. *Kézirat*. eDemokrácia Műhely, 2002 július.
- Benczik Vilmos. (2001) „Másodlagos szóbeliség és mobil telefónia” in *A 21.sz. kommunikáció új útjai*. Szerk. Nyíri Kristóf. Budapest, MTA Filozófiai Kutatóintézete
- Beniger, James R. (1987) „Personalization of Mass Media and the Growth of Pseudo-Community.” In *Communication Research*, Vol. 14 No.3., June 1987. 352-371
- Beniger, James R. (1986) *The Control Revolution*. Harvard University Press.
- Bimber, Bruce. (2000) „The Study of Information Technology and Civic Engagement.” In *Political Communication*, 17:329-333, 2000
- Boros Géza. (2002) „'A múmia visszatér.' Fekete kampány a pesti utcán.” In *Hol a határ? Kampánystratégiák és kampányetika, 2002*. (Szerk. Sükösd M. és Vásárhelyi M.), Élet ÉS Irodalom.
- Brin, David. (1998) *The transparent society: Will Technology Force Us to Choose Between Privacy and Freedom?* Perseus Books. Reading, Massachusetts.
- Coleman, Stephen. (2001) „E-Politics: democracy or marketing?” in *Voxpolitics.com*  
[<http://www.voxpolitics.com/news/voxfpub/story266.shtml>]
- Coleman, Stephen – Nicola Hall. (2001) *2001: CyberSpace Odyssey*.  
[<http://www.hansardsociety.org.uk/cyberodyssey.htm>]
- Dahl, Robert A. (1995) *Forradalom után?* Budapest, Osiris Kiadó
- Dányi Endre. (2002) „A faliújság visszaszól. Politikai kommunikáció és kampány az interneten” In *Médiakutató 7, 2002 nyár*
- Dányi Endre (2001) „e-Dzsihád a szobádban.” in *Politikafórum.hu*  
[<http://www.politikaforum.hu/index.phtml?oldaltyp=publ&ccid=10015813>]
- Dessewffy Tibor. (2002) „A jövő emlékei – a hírvilág a digitális forradalom után.” In *A kocka el van veszve – Kockázat, káosz és média az Információs Korban*. Aula Kiadó.
- DiMaggio, Paul, Hargittai Eszter, W. Russel Neuman és John P. Robinson. (2001) „Social Implications of the Internet” in *Annual Reviews Sociology* 27: 307-336.
- Drake, William J., Shanthi Kalathil and Taylor C. Boas. (2000) „Dictatorships in the Digital Age: Some Considerations on the Internet in China and Cuba.” in *IMP: The Magazine on Information Impacts*. October, 2000. [<http://www.cisp.org/imp>]
- Drake, William J. (2001) „Conference Background Paper. Democracy Forum 2001.”  
[[http://www.idea.int/2001\\_forum/policy\\_paper.htm](http://www.idea.int/2001_forum/policy_paper.htm)]



- Erős Ferenc. (2002) „Rémhírek. Erős Ferenc szociálpszichológus a 2002-es választásokról”.  
Mátay Mónika interjúja. In *Médiakutató* 7, 2002 nyár
- Fukuyama, Francis. (2000) *A nagy szétbomlás*. Budapest, Európa Könyvkiadó.
- Grove, Andrew. (1998) *Csak a paranoidok maradnak fenn*. Budapest, Bagolyvár Könyvkiadó
- Hagen, Martin. (2000) „Digital Democracy and Political Systems.” In K. Hacker and J. van Dijk (eds.) *Digital Democracy. Theories and Practice*. Sage Publications.
- Hill, Kevin A és John E. Hughes. (1997) „Computer-Mediated Political Communication: The USENET and Political Communities.” In *Political Communication*, 14: 3-27.
- Kavanagh, Dennis. (1995) *Election Campaigning: The New Marketing of Politics*. Blackwell
- Lebowski, Jon. (1999) „A Few Points about Online Activism.” In *Cybersociology Magazine*, Issue Five. [<http://www.socio.demon.co.uk/magazine/5/5jon.html>]
- Lessig, Lawrence. (1999) *Code and Other Laws of Cyberspace*. Basic Books.
- Lessig, Lawrence. (2001) *The Future of Ideas: The Fate of the Commons in a Connected World*. Random House.
- Lévy, Pierre. (1997) *Collective Intelligence: Emerging World in Cyberspace*. Courtesy of Plenum Trade.
- Lévy, Pierre. (2001) „Cyberspace, the City, and Electronic Democracy.” In *Cyberculture*. (Trans. R. Bononno) University of Minnesota Press.
- Lugosi Viktória. (2002) „Jobboldali röplapdömping a kampányban.” In *Hol a határ? Kampánystratégiák és kampányetika, 2002*. (Szerk. Sükösd M. és Vásárhelyi M.), Élet ÉS Irodalom.
- Mazzoleni, Gianpietro. (2000) „A Return to Civic and Political Engagement Prompted by Personalized Political Leadership?” In *Political Communication*, 17: 325-328.
- Morris, Merrill és Christine Ogan (1996) „The Internet as Mass Medium.” In *Journal of Communication*, 46, 1: 39-50.
- Negroponte, Nicholas. (1995) *Being Digital*. New York, Knopf.
- Nie, Norman H. és Lutz Erbring. (2000) *Internet and Society*. Stanford Institute for the Quantitative Study of Society.  
[[http://www.stanford.edu/group/siqss/Press\\_Release/internetStudy.html](http://www.stanford.edu/group/siqss/Press_Release/internetStudy.html)]
- Norris, Pippa. (2000) „Political Communications and Democratic Politics.” in John Bartle and Dylan Griffiths (eds), *Political Communications Transformed: From Morrison to Mandelson*. Basingtoke: Macmillan.
- Norris, Pippa. (2001) *Digital Divide? Civic Engagement, Information Poverty and the Internet in Democratic Societies*. New York, Cambridge University Press.

- Odlyzko, Andrew. (2001) „Content is not King.” in *Firstmonday.org*, Volume 6, Number 2.  
[[http://www.firstmonday.org/issues/issue6\\_2/odlyzko/index.html](http://www.firstmonday.org/issues/issue6_2/odlyzko/index.html)]
- Putnam, Robert D. (2000) *Bowling Alone*. New York, Free Press.
- Robinson, John P. és Norman H. Nie. (2002) „Introduction to IT&Society.” In *IT&Society*  
Vol. 1, Issue 1, Summer 2002, i-xi [<http://www.itandsociety.org>]
- Scammell, Margaret. (1999) „Political Marketing: Lessons for Political Science.” In *Political Studies*, XLVII, 718-739.
- Shapiro, Andrew L. (1999) *The Control Revolution – How Internet is Putting Individuals in Charge and Changing the World We Know*. Public Affairs, New York.
- Sunstein, Cass. (2001) *republic.com*. Princeton University Press.
- Sükösd Miklós és Dányi Endre. (2002) „Politikai vírusmarketing: m-politika akcióban.” In  
*Mobil közösség, mobil megismerés*. (Szerk.: Nyíri Kristóf.) Budapest, MTA Filozófiai  
Kutatóintézete.
- Toffler, Alvin. (2001) *A harmadik hullám*. Typotex Kft. Elektronikus Kiadó.
- Vágvölgyi B András. (2000) *Tokyo Underground*. Budapest, Új Mandátum Könyvkiadó
- Wilson, Ralph S. (2000) „The Six Simple Principles of Viral Marketing” *Wilsonweb.com*  
[<http://www.wilsonweb.com/wmt5/viral-principles.htm>]
- Z. Karvalics László. (2001) „Bevezető az információs társadalom tudománytörténetéhez.” In  
*Információs társadalom*. 1.évf., 1 szám.