

Dányi Endre

Az internet és a mobiltelefon mint versengő metaforák

BEVEZETÉS

„A mobiltelefonok gyorsabban változtatják meg a politikát, semminthogy a kutatók követni tudnák az eseményeket” – ez egy 2006 októberében, a *The Economist*-ban megjelent cikk alcíme.¹ Noha az állítás kissé túlzónak tűnik, az alcím annyiban jogosnak tekinthető, hogy ma aligha történik olyan fontos politikai esemény, amelyben a mobilkommunikációs eszközök ne játszanának valamilyen szerepet, mégis, alig zajlik tudományos kutatás ezen a területen. A mobiltelefonok politikai jelentőségéről még az egyébként igen gyorsan gyarapodó mobilirodalomban is csak ritkán esik szó. A drót nélküli kommunikációs technológiák társadalmi vonatkozásaival foglalkozó könyvek és tanulmányok hosszasan tárgyalják a mobilok hétköznapi használatával kapcsolatos témákat – a munkahelyi viszonyoktól a divatig.² Ugyanakkor meglepően nehéz olyan elemzésekre bukkanni, amelyek a mobiltelefonok politikai szerepére összpontosítanak.³ Van ugyan néhány figyelemre méltó szerző, aki a mobilok demokratikus következményeivel összefüggő kérdésekkel bajlódik,⁴ ezek a kérdések azonban többnyire az alacsony politikai részvételre, a demokratikus intézményekbe vetett bizalom hiányára, és a közérdekű információkhoz való hozzáférés nehézségeire vonatkoznak. Ezek pontosan ugyanazok a kérdések, amelyekre szociológusok, politikatudósok és médiakutatók az internet és a habermasi társadalmi nyilvánosság újraélesztése kapcsán már hosszú évek óta keresik a válaszokat. Az említett elemzésekben a „mobiltelefon” pusztán az „új internet” szinonimájaként jelenik meg, ami még nehezebbé teszi a kutatók számára, hogy észrevegyék a különféle technológiai gyakorlatok sajátos-

¹ „Mobiles, Protests and Pundits: Mobile Phones Are Changing Politics Faster than Academics Can Follow”, *The Economist*, 2006. október 26., http://www.economist.com/printedition/displayStory.cfm?story_id=8089676&fsrc=RSS.

² Nyíri Kristóf (szerk.), *Mobilközösség – mobilmegismerés: Tanulmányok*, Budapest: MTA Filozófiai Kutatóintézet, 2002; Nyíri Kristóf (szerk.), *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication*, Bécs: Passagen Verlag, 2005; James E. Katz és Mark Aakhus (szerk.), *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance*, Cambridge: Cambridge University Press, 2002; Leslie Haddon, *Information and Communication Technologies in Everyday Life: A Concise Introduction and Research Guide*, Oxford: Berg, 2004; Hazel Lahocee, Nina Wakeford és Ian Pearson, „A Social History of the Mobile Telephone with a View to Its Future”, *BT Technology Journal*, 21/3 (2003 július); Rich Ling, *The Mobile Connection: The Cell Phone's Impact on Society*, San Francisco: Morgan Kaufmann, 2004.

³ Tudomásom szerint az első tanulmánykötet ezen a területen: Nyíri Kristóf (szerk.), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*, Bécs: Passagen Verlag, 2003.

⁴ Gitte Stald, „Mobile Monitoring: Questions of Trust, Risk and Democratic Perspectives in Young Danes' Use of Mobile Phones”, lásd Peter Dahlgren (szerk.), *Young Citizens and New Media: Learning for Democracy*, London: Routledge, 2007; Leopoldina Fortunati, „The Mobile Phone and Democracy: An Ambivalent Relationship”, lásd Nyíri Kristóf (szerk.), *Mobile Democracy*; Rich Ling, „The Impact of the Mobile Telephone on Four Established Social Institutions”, előadás az ISSEI2000 International Society for the Study of European Ideas konferencián, Bergen, Norvégia, 2000. augusztus 14–18.

ságait. Éppen ezért ebben a tanulmányban az internetről és a mobiltelefonokról való beszédmódok közötti jelentős különbségekre fogok koncentrálni, és amellett érvelek, hogy ez utóbbi technológia az, amely segíthet megérteni, hogyan működik a nyilvánosság az információs korban.

ÚJ MÉDIA ÉS A TÁRSADALMI NYILVÁNOSSÁG

Van valami mélyen ironikus abban, hogy az új kommunikációs technológiák politikai jelentőségéről szóló elemzések többsége a társadalmi nyilvánosság koncepcióját hasznos (sokszor az egyetlen hasznos) kiindulópontnak tekinti, annak ellenére, hogy Jürgen Habermas eredeti művében szinte egyáltalán nem foglalkozik technológiával.⁵ Első publikálása, de főként az angol változat 1989-es megjelenése óta a *Társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása* rengeteg kritikát kapott: egyesek történelmi hitelességét kérdőjelezzik meg, mások a normatív keretet tartják problematikusnak.⁶ A technológiákra való hivatkozás csaknem teljes hiányát azonban igen kevesen róják fel Habermasnak.⁷ Valójában egészen néhány hónappal ezelőttig a kutatók csak találgathattak, vajon Habermas mit gondol azokról a jelentős technológiai változásokról, amelyek a világ minden táján átformálják a médiakörnyezetet?

Az emberi jogok támogatásáért Habermas 2006 tavaszán Bruno-Kreisky-díjban részesült. A díjátadáskor tartott beszédében röviden kitért az új médiatechnológiák és a nyilvános szellemi élet összefüggéseire is. Habermas szerint az internet „gyengíti a hagyományos média teljesítményét”, hiszen az online környezetben „az értelmiségiek megnyilvánulásai elvesztik fókuszteremtő erejüket”.⁸ Magyarán az internet, ahelyett, hogy beteljesítené a hanyatló politikai részvétel és általános kiábrándulás felett aggódók reményeit, tovább növeli a közélet széttöredezettségét.⁹

Ez az állítás számos érdekes kérdést vet fel. Mit jelent az internet Habermas beszédében? Melyek azok a kontextusok, amelyekben az internet állítólag képtelen politikai potenciáljának érvényt szerezni? Vannak-e ennek bármilyen következményei arra nézve, hogy hogyan gondolkodunk a nyilvánosságról és a politikai részvételről? Ahelyett, hogy – Habermas internetről festett borús képét ellensúlyozandó – konkrét ellenpéldák felkutatásába kezdenék, a továbbiakban az imént említett kérdéseket fogom tárgyalni. Ez remélhetőleg segít majd megérteni néhány fontos feltevést, mely Habermas kijelentése mögött rejlik.

⁵ Jürgen Habermas, *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása: Vizsgálódások a polgári társadalom egy kategóriájával kapcsolatban*, Budapest: Osiris, 1999.

⁶ A történelmi jellegű kritikák kiváló gyűjteményét adja Craig Calhoun, *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, MA: MIT Press, 1992. Ami a társadalmi nyilvánosságot mint normatív koncepciót illeti, számos médiaelméleti kutató szerint a habermasi megközelítés hasznos ugyan a XIX. és XX. századbeli médiaátalakulások főbb sajátosságainak nemzeti szinten való elemzésekor, ám kudarcot vall, amikor a globalizáció kérdéseivel kerül szembe – vö. például: James Curran, *Media and Power*, London: Routledge, 2002; John B. Thompson, *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*, Stanford, CA: Stanford University Press, 1995.

⁷ Akad néhány fontos kivétel: Bruno Latour, *Sohasem voltunk modernek*, Budapest: Osiris, 1999; Andrew Feenberg, „Modernity Theory and Technology Studies: Reflections on Bridging the Gap”, lásd Thomas J. Misa, Philip Brey és Andrew Feenberg (szerk.), *Modernity and Technology*, Cambridge, MA: MIT Press, 2003.

⁸ A teljes beszéd a Der Standard-ban jelent meg, néhány részlet elérhető angolul a *SignAndSight* weboldalon, <http://www.signandsight.com/features/676.html>.

⁹ A közélet széttöredezéséről bővebben: Cass R. Sunstein, *Republic.com*, Princeton, NJ: Princeton University Press, 2001.

AZ INTERNET MINT AZ ÚJ MÉDIAKÖRNYEZET METAFORÁJA

Jóllehet az „információs és kommunikációs technológiák”, illetve az „új média” kategóriákba számos médiatechnológia tartozik,¹⁰ kétségkívül az internet az, amelyik a legtöbb tudományos (és általános) figyelemben részesült. Az elmúlt években jónévi tudományos intézmények, interdiszciplináris kutatótársaságok, nemzetközi szakpolitikai szervezetek alakultak, hogy az internet különböző sajátosságaival és vetületeivel foglalkozzanak.¹¹ Ezek után furcsának, sőt talán méltánytalannak tűnhet azt kérdezni, mit is értünk pontosan internet alatt? Mi az, amire Habermas utalt a beszédében?

Ma már mindannyian jól ismerjük az internet romantikus történetét:¹² az amerikai egyetemisták és katonai stratégák 1960-as évekbeli sajátos egymásra találását, az olyan váratlan és független innovációk felbukkanását, mint a World Wide Web, a „dot.com lufi” kipukkanását, és most a Web 2.0 vitatott forradalmi hatását. Mégis, amikor tudományos párbeszédre kerül sor, nehéz pontosan meghatározni, mit is jelent az internet.¹³ Vajon összekapcsolt számítógépek hálózatára gondolunk? Vagy összekapcsolt számítógépek és emberek hálózatára? Beletartoznak az egerek, a billentyűzetek és a monitorok? Hol vannak ennek a hálózatnak a határai? Weboldalak gyűjteményét értjük alatta? Vagy weboldalak, hírlevelek és e-mailek gyűjteményét? És hogyan változik ez a hálózat? Vajon az a valami, amit ma internetnek nevezünk, máshogy néz ki, mint öt évvel ezelőtt? És máshogy fog kinézni öt év múlva? Ha igen, akkor miben volt/lesz más?

Ehhez hasonló kérdéseket a végtelenségig lehetne sorolni, és bizonyára vannak, akik szerint ez nem túl előremutató gyakorlat, ha arra vagyunk kíváncsiak, az internet milyen szerepet játszik vagy játszhat különféle politikai közegekben. Annak érdekében, hogy a versengő definíciók által okozott zűrzavaron felül tudjunk emelkedni, azt javaslom, hogy nehezen meghatározható tárgy helyett átmenetileg kezeljük az internetet metaforaként. Ez az ötlet nem új, John Urry az internetet például a „folyékony társadalmi lét” metaforájának tekinti.¹⁴ A Habermas- beszédben azonban az internet valami mást jelent. A hagyományos média és az internet közötti határvonal megajzolásával Habermas ez utóbbit a *teljes új médiakörnyezet metaforájává* teszi. Az internet ebben az értelemben az új TV, az új rádió és az új sajtó képviselője – három az egyben. A legtöbb médiatörténésznek és médiaelméleti kutatónak valószínűleg kevés kifogása akad ezzel a kategorizációval, habár bizonyára sokuk felhívna a figyelmet az egyes médiatípusok közötti jelentős technológiai különbségekre.¹⁵

Ahogy Urry is megjegyzi, a metaforák produktívitasukban különböznek egymástól: egyesek szerencsésebbek a többinél, és a körülmények változásával még a jó metaforák is elveszthetik vonzerejüket. Az internetet mint „az új médiakörnyezet metaforáját” én legalább két szempontból tartom aggályosnak. Egyrészt, általában véve képte-

¹⁰ Például személyi számítógépek, videojátékok, digitális televízió, mobiltelefonok, az internet, és így tovább, vö. Haddon, i. m.

¹¹ Hogy csak néhány példát említsek: Oxford Internet Institute, az Association of Internet Researchers, ENSZ World Internet Governance Forum.

¹² A legtöbbet hivatkozott könyvek közül lásd például Manuel Castells, *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*, Oxford: Oxford University Press, 2001; Howard Rheingold, *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*, Reading, MA: Addison-Wesley, 1993.

¹³ Lásd az „A definition of the internet” cím alatt futó beszélgetést az AoIR e-mail lista archívumában, <http://listserv.aoir.org/pipermail/air-l-aoir.org/2006-October/011286.html>.

¹⁴ John Urry, *Sociology Beyond Societies: Mobilities for the Twenty-First Century*, London: Routledge, 2000, 40–41. o.

¹⁵ Lásd például: Asa Briggs és Peter Burke, *A média társadalomtörténete*, Budapest: Napvilág, 2004.

len érzékeltetni, hogy az új és a régi médiatechnológiák nem csupán egymás mellett, hanem egymással átfedésben, egymást számos izgalmas módon befolyásolva léteznek. Amikor Habermas az internetről és annak a szétforgácsolódott közéletben betöltött szerepéről beszél, nem veszi figyelembe, hogy éppen az általa magasztalt, a racionális viták védőbástyáinak tartott újságok online és nyomtatott változatai kibogozhatatlanul össze vannak kapcsolva egymással (és más médiával); hogy a tévéhíradókat számos weboldalon lehet élőben követni és gyakran ugyanaz a híradó élőben kapja e-mailben és mobiltelefonon a kérdéseket és fontos információkat – nézőktől és újságíróktól egyaránt; hogy sok helyen a közösségi rádiók digitális technológiák nélkül egyszerűen képtelenek lennének üzemelni. Az internet nem azért érdekes, mert ez a médiaevolúció következő állomása, illetve mert megnehezíti a hagyományos média életét, hanem mert lehetőséget kínál olyan klasszikus kategóriák alkalmazhatóságának és hasznosságának újragondolására, mint a „közönség”, „műsorgyártó”, stb. Ez az elem sajnos teljesen hiányzik az internet-metafora jelenlegi használatából.

A második probléma egyenesen következik az előzőből: a metafora félrevezető, mert nem veszi figyelembe, hogy minden, az „új médiakörnyezeten” belül zajló kommunikáció a dologi világban történik,¹⁶ amelyet emberek, más médiatechnológiák és egyéb tárgyak (például épületek, terek, fák) népesítenek be. A „szétforgácsolódott közélet” eszmefuttatás egyik fura eleme az a feltételezés, hogy az emberek „névtelenebbek” online, mint a valós életben. Ez a feltételezés azonban elhibázottnak tűnik – nem is elsősorban a rólunk és internetes tevékenységeinkről adatokat gyűjtőgető „web-robotok” miatt, hanem sokkal inkább azért, mert amikor „online vagyunk”, akkor valós helyeken, folyamatosan közösségek részeként is jelen vagyunk.¹⁷ Tulajdonképpen, ahogy többek között Karin Knorr-Cetina meggyőzően állítja, lehetetlen feladat elgondolni, jelen társadalmunkban mi is egy közösség – anélkül, hogy számolnánk a világunkat alkotó tárgyakkal. Szerinte a tárgy-központú környezet „éppen annyira elhelyezi és rögzíti az ’én’-t, meghatározza az egyéni identitást, mint ahogy a közösségek és a család tette, és ... olyan (az ’én’-t és a ’másik’-at összekötő) társas formákat támogat, amelyek a társadalomtudósok által tanulmányozott emberi társas formákból táplálkoznak, illetve azokat egészítik ki.”¹⁸ Ez az összetevő is teljesen hiányzik az internet habermasi értelmezéséből.

MOBILTELEFONOK: „A KAPCSOLAT”... EMBEREK ÉS TÁRGYAK ÉS VILÁGOK KÖZÖTT

A Habermas által ihletett új médiaelemzések könnyen hozhatnak bennünket abba a kínos helyzetbe, hogy magyarázkodnunk kell, miért is történik olyan kevés érdekes dolog a „cybertérben”.¹⁹ Ahogy ezt más helyütt állítottam,²⁰ ennek a kiábrándulásnak

¹⁶ Saskia Sassen hasonló következtetésre jut, amikor a digitális technológiák beágyazottságáról beszél, lásd „Towards a Sociology of Information Technology” c. tanulmányát, *Current Sociology*, 50/3 (2002 május). Lásd továbbá Daniel Miller és Don Slater, *The Internet: An Ethnographic Approach*, Oxford: Berg, 2000.

¹⁷ Nina Wakeford, „Pushing at the Boundaries of New Media Studies”, *New Media & Society*, 6/1 (2004). A virtuális terepmunkához kötődő témáról lásd az *American Behavioral Scientist* különszámát (43/3, [1999 november/december]), amelyet Peter Lyman és Nina Wakeford vendégszerkesztett.

¹⁸ Karin Knorr-Cetina, „Sociality with Objects: Social Relations in Postsocial Knowledge Societies”, *Theory, Culture & Society*, 14/4 (1997), 1. o.

¹⁹ A gyakran hivatkozott könyv, amelyik ezt az állítást jól illusztrálja: Michael Margolis és David Resnick, *Politics as Usual: The Cyberspace „Revolution”*, Thousand Oaks, CA: Sage, 2000.

²⁰ Dányi Endre és Galács Anna, „Internet and Elections: Changing Political Strategies and Citizen Tactics in Hungary”, *Information Polity*, 10 (2005), 219–232. o.

nem az új médiatechnológiák politikai használatának unalmas volta az oka, hanem az, hogy ezeket a jelenségeket legtöbbször rossz irányból próbáljuk megközelíteni. Minden évben, a világ minden táján történnek figyelemre méltó és meghökkentő politikai események, amelyek jól mutatják, különféle (új és régi) kommunikációs technológiák innovatív használatai miként kényszerítik a politikusokat, azok tanácsadóit, és a tudományos szakembereket a politikai kommunikációról alkotott elképzeléseik felülvizsgálatára. Ennek ellenére ezeket az eseteket rendkívül nehéz elemezni, ha a habermasi eszköztárra hagyatkozunk. Jobb metaforára van szükségünk, amely lehetővé teszi a jelentős politikai változások azonosítását.

Ezen a ponton kívánok visszatérni a mobilkommunikáció kérdéséhez. A mobiltelefonok első alkalommal hat éve, 2001 januárjában Manilában játszottak fontos politikai szerepet, ahol SMS-ben szervezett tömegdemonstrációk buktatták meg a korrupció vádjára alól frissen felmentett Joseph Estradát, a Fülöp-szigetek 13. elnökét.²¹ Azóta a politikai mobilizáció hasonló mintái számos országban jelentek meg, jóllehet más és más körülmények között. Az SMS-ben és e-mailben küldött viccek, propagandaüzenetek és politikai pletykák ezrei jelentős és azonnali következményekkel jártak a 2002-es magyarországi²² és kenyai²³ parlamenti választási, illetve a dél-koreai elnökválasztási kampányokban;²⁴ a 2004-es madridi terrortámadás után, néhány nappal a parlamenti választások előtt a spanyol kormány ellen mobiltelefonon szervezett tömegtüntetések végül Aznar miniszterelnök vereségéhez vezettek;²⁵ a 2005-ös franciaországi zavargások során párizsi külvárosi fiatalok mobilon szervezték a rendőrökkel való összecsapásokat; ugyanebben az évben Kínában a Japán-ellenes tüntetők internetes fórumokat és mobiltelefonokat használtak a pekingi felvonulás megszervezésére.²⁶

Ezeknek az eseteknek a legizgalmasabb eleme, hogy *sohasem a mobiltelefon volt egyedül* a felelős a kialakult politikai helyzetekért. Nyilvánvaló, hogy Estrada elnök bukásában a televízió által élőben közvetített vádemelés éppen annyira fontos szerepet játszott, mint a mobiltelefonok, vagy az a tér, ahol a fülöp-szigetiek összegyűltek, hogy felháborodásuknak hangot adjanak. Ehhez hasonlóan, a párizsi zavargásokban a lángoló autókról mobiltelefonnal készített, majd mobilon továbbküldött képek ugyanannyira a történet részei, mint a vízágyú és a könnygáz. Vagyis az említett esetek nem azért fontosak, mert a politikai részvétel jövőjéről szólnak, hanem mert láthatóvá teszik, hogyan születnek azok a politikai világok, amelyek képesek tárgyakat, embereket, képeket és eszméket átmenetileg összekapcsolni.

²¹ Fernando Paragas, „Dramatextism: Mobile Telephony and People Power in the Philippines”, lásd Nyíri Kristóf (szerk.), *Mobile Democracy*, 259–283. o.

²² Dányi Endre és Sükösd Miklós, „M-politika akcióban: SMS és e-mail a 2002-es magyarországi választási kampányban”, lásd Nyíri Kristóf (szerk.), *Mobilközösség – mobilmegismerés*, 273–293. o.

²³ Isaack Okero Otieno, „Mobile Telephony and Democratic Struggles: A Case of 2002 Elections in Kenya”. *A RE: activism: Re-drawing the boundaries of activism in a new media environment* konferenciára készített tanulmány, Budapest, 2005. október 14–15, <http://mokk.bme.hu/centre/conferences/FP/fpOtieno>.

²⁴ Shin Dong Kim, „The Shaping of New Politics in the Era of Mobile and Cyber Communication: The Internet, Mobile Phone and Political Participation in Korea”, lásd Nyíri Kristóf (szerk.), *Mobile Democracy*, 285–315. o.; Manuel Castells, Mireia Fernández-Ardövol, Jack Linchuan Qiu és Araba Sey, *Mobile Communication and Society: A Global Perspective*, Cambridge, MA: MIT Press, 2007.

²⁵ Castells és mtsai, i. m.; Dányi Endre, „WLCM 2 UROP: Interconnected Public Spheres in the Age of Mobile Communication”, lásd Nyíri Kristóf (szerk.), *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication*, Bécs: Passagen Verlag, 2005, 129–137. o.

²⁶ Castells és mtsai, i. m.; Robert Ness, „The Chinese Smart Mob: Opportunities for Sinopreneurs”, *The China Venture*, 2006. október 3., <http://thechinaventure.com/?p=14>.

Ez a megközelítés nagyban eltér az új médiatechnológiák politikai szerepéről való gondolkodás korábbi módjaitól. Habermas választóvonalakat húz és kategorizál, miközben az imént említett esetek leginkább a kapcsolatokról szólnak. Ezért, ahogy Carolyn Marvin nagyszerűen megfogalmazta, az új médiáról mint „az új kommunikációs technológiák régi vagy új célokra való használatáról, a régi technológiák újfajta használatáról, illetve elvileg a társadalmi jelentések cseréjének összes lehetséges módjáról”²⁷ kell gondolkodnunk. A mobiltelefon ennek az új médiakörnyezetnek kiváló metaforája. De hogyan lehet mindezt olyan klasszikus fogalmakkal összekötni, mint a nyilvánosság vagy a politikai részvétel?

HOVA FORDULJUNK A KULTURÁLIS FORDULAT UTÁN?

Egy nemrégiben megjelent tanulmányában Peter Dahlgren a társadalmi nyilvánosságot három dimenzió – struktúrák, reprezentáció és interakció – mentén vázolja fel.²⁸ Az első két dimenziót a klasszikus habermasi koncepcióból már jól ismerjük: a struktúrák főként különféle intézményeket és a kommunikációt szabályozó jogi kereteket jelentenek, míg a második dimenzió leginkább a különféle médiatartalmakra vonatkozik. A harmadik dimenzió, vagyis az interakció az, amelyik különösen érdekes a modellben. Dahlgren azt állítja, nem beszélhetünk nyilvánosságról az állampolgárok és a média, illetve az állampolgárok egymás közötti interakciója nélkül:

különösen fontos szem előtt tartanunk azt a klasszikus elképzelést, hogy a demokrácia végső soron az egymással párbeszédbe elegendő állampolgárokból rejlik. Kétségtelenül ez az alapvető feltétele azoknak a demokráciafelfogásoknak, amelyek kulcsfontosságúnak tekintik a deliberációt.²⁹

A formális deliberatív modellt azonban heves kritikai támadások érték, mondván: az túlságosan nagy hangsúlyt fektet a viták ésszerű jellegére.³⁰ Az eredeti modell hiányosságait kiküszöbölendő, Dahlgren a „polgári kultúrára” (civic culture) mint a politikai részvétel sajátosságait befolyásoló kulturális faktorokra összpontosít. Az állampolgárságról való tudományos gondolkodásban egy „kulturális fordulat”³¹ bekövetkeztét tartja szükségesnek, amely lehetővé tenné annak vizsgálatát, *hogyan válik valaki állampolgárrá*. Ez a modell nem veszi adótnak a politika határvonalait, sokkal inkább az érdekli, mit is jelent a gyakorlatban állampolgárnak lenni.

A „polgári kultúrák” koncepcióját azért tartom vonzósnak, mert sokkal életszerűbb képet fest arról, hogyan politizálnak az emberek. Dahlgren túl merevnek tartja a formális deliberatív modellt, ezért áll elő egy „emberarcúbb társadalmi nyilvánosság” ötletével. A deliberáció (vagy beszélgetés, ahogy Dahlgren szeret a konszenzuseresés folyamatára hivatkozni) jóval rugalmasabb értelmezésre vállalkozik. Ebben a modellben azon-

²⁷ Carolyn Marvin, *When Old Technologies Were New: Thinking About Electric Communication in the Late Nineteenth Century*, New York: Oxford University Press, 1988, 8. o.

²⁸ Peter Dahlgren, „The Internet, Public Spheres, and Political Communication”, *Political Communication*, 22/2 (2005), 147–162. o.

²⁹ Uo., 149. o.

³⁰ Hogy visszautaljak a tanulmány elejére, Habermas azért csalódott az internet politikában betöltött szerepét illetően, mert az nem szolgálja híven a végső célt: a racionális deliberációt!

³¹ Peter Dahlgren, „Doing Citizenship: The Cultural Origins of Civic Agency in the Public Sphere”, *European Journal of Cultural Studies*, 9/3 (2006), 267–286. o.

ban kizárólag emberek beszélgethetnek egymással; a „dolgok”, a technológiák és azok különböző használatai alig kivehetők a háttérben. Mindegy, hogy az internethez csatlakoztatott számítógépről, mobiltelefonról vagy egy mikrofonról van szó, ezek a „politikai tárgyak” egyértelműnek és problémamentesnek tűnnek – használatukhoz mindössze arra van szükség, hogy az állampolgárok kövessék „a média logikáját”, vagy, ahogy Phil Agre fogalmazott, elsajátítsák a szükséges társadalmi készségeket.³²

Azonban, ahogy azt a mobiltelefon mint metafora korábban megmutatta, egyetlen technológiának sincs egy előre meghatározott használat-készlete: a Nokia, Siemens és Motorola használati utasításokban nincs külön fejezet arról, hogyan szervezzünk két óra alatt tömegtüntetéseket. Ha elfogadjuk, ahogy Chantal Mouffe meggyőzően állítja, hogy „minden konszenzus ideiglenes hegemonia átmeneti eredményeként, a hatalom stabilizációjaként jön létre”,³³ akkor nemcsak azt kell megvizsgálnunk, az állampolgárok miként jutottak konszenzusra, hanem azt is, *hogyan sikerül stabilizálni a hatalmat?*

John Dewey pragmatikus filozófiájából³⁴ kiindulva (és Mouffe imént említett érvelését visszhangozva) Monique Girard és David Stark a nyilvános beszélgetések elemzésének különösen izgalmas módját kínálják, anélkül, hogy kitörölnék a képből azokat a technológiákat, amelyek a beszélgetést egyáltalán lehetővé teszik. Nyilvánosság helyett „a kollektív értelmezés nyilvános tereiről” beszélnek:

A nyilvános tér nem valami szféra, és nem homogén... Sokkal inkább heterogén tér, amelyet egymástól nagyon különböző aktorok népesítenek be. Ezek egymás közötti interakcióikkal maguk teremtik meg a tér számos dimenzióját... A nyilvánosság a mi értelmezésünkben társadalmi hálózatok, protokollok és technológiák egyedi kombinációja.³⁵

Amit a mobiltelefon mint az új médiakörnyezet metaforája megmutat számunkra, az pontosan az, hogy miként születnek ezek a terek, vagy – Bruno Latour szóhasználatával élve – összeállítások.³⁶ Egy „kulturális fordulat” az állampolgárságról való gondolkodásban jó ötlet és feltétlen szükségesnek tűnik, de amíg képtelen elfogadni a bennünket körülvevő tárgyak és más nem-emberi aktorok jelenlétét, és nem engedi őket, hogy a beszélgetések szereplőivé váljanak, addig arra vagyunk kárhóztatva, hogy úgy beszéljünk az internetről (és a mobilkommunikációs technológiákról), ahogy Habermas tette 2006 márciusában.³⁷

³² Phil Agre, „The Practical Republic: Social Skills and the Progress of Citizenship”, lásd Andrew Feenberg és Darin Barney (szerk.), *Community in the Digital Age*, Lanham, MD: Rowman and Littlefield, 2004.

³³ Chantal Mouffe, *The Democratic Paradox*, London: Verso, 2000, 104. o.

³⁴ John Dewey, *The Public and Its Problems*, Athens, OH: Swallow Press / Ohio University Press, 1927/1991.

³⁵ Monique Girard és David Stark, „Socio-Technologies of Assembly: Sense-Making and Demonstration in Rebuilding Lower Manhattan”, lásd David Lazer és Viktor Mayer-Schoenberger (szerk.), *Governance and Information: The Rewiring of Governing and Deliberation in the 21st Century*, New York: Oxford University Press, megjelenés alatt.

³⁶ Bruno Latour, „From Realpolitik to Dingpolitik, or How to Make Things Public”, lásd Bruno Latour és Peter Weibel (szerk.), *Making Things Public: Atmospheres of Democracy*, Cambridge, MA: MIT Press / Karlsruhe: Zentrum für Kunst und Medientechnologie, 2005.

³⁷ Ennek a tanulmánynak egy korábbi változata előadás formájában elhangzott a 2006. november 14. és 18. között tartott „Technology and the Public Sphere” doktori kurzuson Bergenben, Norvégiában. Hálás vagyok a szervezőknek (különösen Lars Nyre-nek) és a kurzus résztvevőinek a szöveghez fűzött megjegyzéseikért és javaslataikért.



Tóth Angelika: A vörös kabát
További művek megtekinthetők az Artitude Galériában (www.artitude.hu)