

A sajtószabadság után

KUTI Csongor PhD

University of Arts Targu-Mures

kcsongi@yahoo.com

Abstract: Beyond Freedom of the Press

We hold it self-evident that freedom of the press is an inseparable part of the freedom of speech, inherent to the freedom of thought and conscience. Press is referred to as the “fourth power” or “watchdog” and held to play a key role in the functioning of a democratic society. This functional approach can be detected also in the relevant case-law of the European Court of Human Rights, which offers an enhanced degree of protection to political speech and the critique of public officials.

However, with the changing of the publicity paradigm, it is becoming more and more evident that the classic media model does not exist (anymore). Instead of ensuring a forum for public debates, the mainstream media concentrates in filter bubbles or echo chambers along with political and economic interests, and attempts to land their owners’ messages. Editors and journalists who are clinging on to the “watchdog” role, are increasingly losing ground in the classical media space and taking refuge in “new media’s” publicity.

At the same time, the disappearance of the classical media’s mass nature, and the democratization of information are relativizing most of the narratives upon which communities are constructed. This phenomenon is offering great substratum to propaganda that attempts to liquidate the remaining few chances of public debate in mainstream media. While in the classic model of publicity media regulation attempted to prevent the state from seizing the press, i.e. to prevent those holding information monopoly from abusing that monopoly, in the new model this pursuit seems less relevant.

Key words: *bubbles; propaganda; traditional media model.*

A magyarországi szaknyelvben hagyományosan különbséget tesznek nyomtatott média (sajtó) és audiovizuális média (rádió, televízió) között. Jelen írás a kifejezést angolszász értelemben használva, egyaránt médiának nevezi a nyomtatott, elektronikus és digitális kiadványokat.

Elemzésem a média fogalmát a klasszikus értelmében használja, igyekezvén különválasztani a klasszikus média nyilvánosságát a digitális korszakban kialakuló nyilvánosságformáktól. Médiának nevezem tehát azokat a szerkesztett tartalmat kínáló



felületeket, amelyek a következő feltételeket együttesen teljesítik: nem állnak politikai (ld. propaganda) vagy gazdasági (ld. reklám) érdekcsoportok közvetlen irányítása alatt; kiadók önálló kereskedelmi tevékenységként (nem magánszemélyként vagy civil szervezetként, hanem üzletként vagy üzletágként) működtetik őket; hivatásukat életvitelszerűen gyakorló szakemberek közreműködésével készülnek; közügyek megvitatására alkalmasak.

Műfaji szempontból ide tartoznak tehát (megjelenési formától függetlenül) a közéleti, a kulturális (tág értelemben, tehát beleértve a művészeti, sport-, ismeretterjesztő, tudományos) és a bulvárikiadványok, illetve bizonyos feltételek teljesülése esetén, némiképp kivételként, a közszolgálati média.

A kortárs nyilvánosság szerkezetének átalakulásában két fázis különböztethető meg. Az első fázisban a digitális média térnyerésével felszámolódik a nyomtatott média, elsősorban a helyi kiadványok – a túlélő országos kiadványok erős, párhuzamos online jelenléttel, esetenként teljes online migrációval érik el a kiadvány nevének/szemléiségének/szerkesztőségének megőrzését. A második fázisban a közösségi média felfalja az online kiadványokat. A két fázis nem szakaszosan követi egymást, hanem átfedésben zajlik, a folyamat végére pedig a klasszikus értelemben vett média teljes átalakulását valószínűsítem.

A nyilvánosság-modell változásával egyre evidensebbé válik, hogy *a hagyományos média-modell a valóságban (már) nem létezik*. A közügyek megvitatásának nyilvános fóruma helyett a mainstream („mass”-) média különféle politikai-gazdasági érdekek mentén filterbuborékokba, visszhangszobákba tömörül, és működtetői üzeneteit igyekszik célba juttatni. Az „örkutya szerephez ragaszkodó szerkesztőségek és szerzők pedig egyre inkább kiszorulnak a klasszikus médiatérből, és az „új média” nyilvánosságába menekülnek.

Ugyanakkor a klasszikus kommunikációs modell tömeg-jellegének felszámolódása, az információ demokratizálódása relatívvá teszi a legtöbb narratívát, amelyre a közösségek épülnek. Ez a jelenség pedig kiváló táptalaja a propagandának, amely felszámolni igyekszik a mainstream médiában a közügyek megvitatásának még oly csekély maradék esélyét is. Míg a klasszikus nyilvánosság modelljében a médiaszabályozás arra törekedett, hogy megakadályozza a sajtó állam általi „einstandolását”, azaz az információ monopóliumával rendelkezőket az e monopóliummal való visszaélésben, az új modellben ez a törekvés okafogottnak tűnik.

A Felvilágosodás kora óta magától értetődőnek tartjuk, hogy a véleménynyilvánítás szabadsága mint a hit, a gondolkodás és a lelkiismeret szabadságának velejárója és következménye, az autonóm egyén veleszületett, elidegeníthetetlen joga. „...[M]inden ember egyenlőként teremtett, az embert teremtője olyan elidegeníthetetlen Jogokkal ruházta fel, amelyekről le nem mondhat...” (Amerikai Egyesült Államok Függetlenségi Nyilatkozata) A mindenkori világi és egyházi hatalom egyaránt, természeténél fogva igyekezett a kényelmetlen, kritikus, felforgató, lázító, az uralkodó paradigmát



megkérdőjelező gondolatokat – legyen az politikai, vallási vagy akár tudományos – elhallgattatni.

Amikor a szabadelvű (ellenzéki) báró Wesselényi Miklós 1834 decemberében a szatmári megyegyűlésen keresetlen szavakkal bírálta a kormányt a jobbágyfelszabadítást célzó reformok elbuktatásáért, a felségsértés (hütlenség) főbenjáró bűnének vádjával fogták perbe. A nyilvánosság, a közfórum fogalma még nem terjedt ki a közügyek megvitatásának minden formájára, a sajtószabadság gondolata is csak egy bő évtizeddel később fogalmazódik meg politikai követelményként, az 1848-as forradalom követeléseit összefoglaló kiáltvány első pontjaként.

Az írástudás terjedésével, a választójog demokratizálásával, a cenzúra visszaszorításával párhuzamosan erősödött a sajtó közbeszédben, a közvélemény formálásában játszott szerepe. Immár – mondhatni hagyományosan – a médiát „negyedik hatalomnak” vagy „örkutyának” nevezik. A sajtó szerepének ezen funkcionális megközelítése olvasható ki az Emberi Jogok Európai Bíróságának vonatkozó joggyakorlatából is, amely kiemelt védelmet biztosít mind a politikai beszédnek, mind a közszereplők bírálatának. „[E]gy demokratikus rendszerben a kormányzat tettei és mulasztásai nemcsak a törvényhozó és jogalkalmazó szervek, hanem a közvélemény szoros ellenőrzése alá esnek” (EJEB, 1999). Noha az Emberi Jogok Európai Egyezménye nem szentel kiemelt figyelmet a médiának, a Bíróság számos döntésében hivatkozott a média demokratikus társadalomban betöltött nélkülözhetetlen szerepére, az információk, eszmék közlésének szükségességére. Kiemelt védelmet élveznek azon közlések, amelyek olyan korrupciós ügyekről, csalásokról vagy más törvénytelen tevékenységekről számolnak be, amelyekben politikusok, köztisztviselők vagy köztisztviselők érintettek.

A sajtó az egyik olyan eszköz, amely által a politikusok és a közvélemény ellenőrizhetik, hogy a közpénzeket számviteli elvek szerint költötték el, nem pedig bizonyos egyének meggazdagodását szolgálták.

EJEB, 2012

A kommunikációs gyakorlatok átalakulását több együtttható befolyásolja, ezeknek megfelelően elkülöníthetünk technológiai, politikai és gazdasági tényezőket.

2015-ben a Snapchat (Discover App), a Twitter (Moments) és az Apple (Apple News), 2016-ban pedig a Facebook (Instant Articles) kísérleteztek sajtószemlélő alkalmazásokkal. Ezáltal a kiadók közvetlenül az alkalmazásokon publikálhatnak, meghatározva mobilfogyasztóik számát. Ám a sajtószemlélő appok csupán terjesztési, és nem tartalmi fejlődést jelentettek. Ez még hagyományos újságírás, csak éppen a kiadók adják fel ellenőrzésüket a terjesztés (és a közvetlen reklámbevételek) felett. Az audiovizuális médiában pedig a Meerkat és a Periscope színre lépése jelentett hasonló változást. Mindkét mobilalkalmazás rendkívül egyszerűen működött: a telefon videokamerája által felvett képet közvetítette valós időben bárkinek, aki kíváncsi rá. Ezt az elvet követi a nem sokkal később bevezetett Facebook Live szolgáltatás is, megteremtve olyan közösségi vagy akár



közéleti események, rendezvények (pl. sajtótájékoztatók, tüntetések, önkormányzati ülések) élő közvetítésben való közzétételét, amelyekről a hagyományos média nem, vagy csak erős szerkesztői szűrőn keresztül számol be.

A 21. század információs technológiája lehetővé tette, hogy a nyilvánosság, az amatőrök, a senkik megtörjék a 20. században kialakult politikai hierarchiákat. Ez nem olyan befejezett forradalom, mint ami 1789-ben vagy 1917-ben történt, vagy olyan totális összeomlás, mint az 1991-es, hanem inkább olyan elnyújtott, instabil korszak, mint ami az 1648-as vesztfáliai békét előzte meg.

Gurri, 2018

Ugyanakkor, elsősorban a posztkommunista térségben a demokratikus átmenet mintegy megbicsaklásaként hatalomra jutó kleptokrata, tekintélyelvű kormányzatok nyomásgyakorlása révén szorult ki az „örkutya” szerephez ragaszkodó sajtó a hagyományos médiatérből és menekült egyre inkább a politikailag-gazdaságilag nehezebben ellenőrizhető virtuális térbe. Nyomásgyakorlás alatt a közmédia megszállását, az ellenzéki(-nek tekintett) újságírók elhallgattatását, az ellenzéki(nek tekintett) média finanszírozásának megvonása vagy felvásárlása útján való felszámolását, piacról való kiszorítását (reklámszabályozás, frekvenciaelosztás stb.) értem. A fenti folyamat második fázisaként a hagyományos szerkesztőségek felaprózódását figyelhetjük meg: az oknyomozással, tényfeltárással foglalkozó újságírók szerkesztőségi háttér helyett jobbára egyénileg, esetleg valamilyen alapítványi, egyesületi háttérrel dolgoznak.

Ezzel párhuzamosan a tengerentúlon az Egyesült Államok médiakutatóinak egyik legizgalmasabb témájává vált a „nagy média” látszólagos rövidlátása, annak a feltárása, hogy miért érthette meglepetésként a médiát Donald Trump elnökválasztási győzelme. Egyes szerzők szerint a legkézenfekvőbb válasz a főbb szerkesztőségek ideológiai tömörülésében („clustering”) keresendő, ami közvetlenül vezetett egyfajta csoport-(nyáj-)-gondolkodáshoz („groupthink”). Tovább boncolgatva az ok-okozati összefüggéseket, más szerzők kimutatták, hogy a nyájszellem csupán tünet, és az indokok mélyebbre mutatnak a pusztá elfogultságnál vagy az összeesküvésnél. A munkáltatói statisztikák, összevetve a szavazási trendekkel és a népszámlálási adatokkal azt mutatják, hogy az Egyesült Államokban a „nagy” (mainstream) média bő évtizede földrajzilag és politikailag is buborékban működik. Azaz az amerikai újságírók jellemzően a part menti, leginkább pro-demokrata szavazóközetekben élnek és dolgoznak csakúgy, mint olvasóik-nézőik zöme. (Shafer és Tucker, 2017)

Megjegyzendő, hogy az amerikai média egy része hagyományosan is buborékban működött: a magazinipar generációk óta New Yorkra koncentrálódik, miként a nagy televíziótársaságok is jellemzően a két part legnagyobb agglomerációiban rendezkedtek be, és nem vonhatták ki magukat közvetlen környezetük befolyása alól. Ezt azonban ellensúlyozták az országszerte működő napi- és hetilapok, amelyek minden kisebb-nagyobb várost behálóztak.



Statisztikák szerint 2006-ban ezek a lapok mintegy 365 000 alkalmazottat foglalkoztattak. 2016-ra a számuk nem éri el a 180 000-et sem. Ezzel párhuzamosan növekedett az online kiadványok, és az általuk foglalkoztatott alkalmazottak száma. Ez utóbbi 2006-ban nem érte el a 70 000-et, míg majd' egy évtizeddel később már bőven meghaladta a 200 000-et. Csakhogy mialatt a nyomtatott újságok munkatársai az egész ország területén szétszórva dolgoztak, az online publikációk állásainak 73%-a partvidéken koncentrálódik.

A tömbösödés okait az elemzők közgazdasági tényezőkben vélik felfedezni. Egyrészt a klasszikus újság üzleti modellje gyakorlatilag kizárja a tömbösödési tendenciákat, hiszen a lapok szükségszerűen az olvasóik körében kell, hogy működjenek. Olyan termékek, amelyeket helyben kell fogyasztani, és bevételeik gerincét is a helyhez kötött reklámok (ingatlan és álláshirdetések, gyászjelentések stb.) adják. Ezzel szemben az online média, megszabadulván a nyomdagépek és a helyi hirdetőik kötelékeiből, igyekezett földrajzilag is közel helyezkedni az általa követett hírek fő forrásához: így a pénzügyi-gazdasági sajtó New York, a politikai Washington, a kulturális-szórakoztató pedig Los Angeles és New York környékén települt meg (Romániában: Bukarest és Kolozsvár, Magyarországon: Budapest).

Másrészt a tömbösödést befolyásoló másik tényező a munkaerőpiac sajátosságai függvénye: a jól képzett, tehetséges munkaerő igyekszik – anyagi, kulturális stb. szempontból – magasabb életszínvonalal, azaz magasabb kereseti lehetőséggel kecsegtető nagyvárosokban megtelepedni. Így az online kiadványokat működtető vállalkozások is – noha a technológiai sajátosságokból adódóan fizikailag elhelyezkedhetnének bárhol, ahol a széles sávú internet-hozzáférés biztosított – követik a tömbösödési tendenciát, nem beszélve a kiegészítő iparágakról, amelyekre az online média támaszkodik (szerzői jogokra és üzleti jogra szakosodott ügyvédi irodák, hardver- és szoftverfejlesztők stb.). (Shafer és Tucker, 2017).

A helyi és/vagy regionális tömegmédia (nyomtatott sajtó, rádióadók, televízió stúdiók) hanyatlása azt eredményezi, hogy egyre nehezebben kerülnek megvitatásra hagyományos – ellenőrzött – keretek között a lokális közügyek. Előbbiek hiányában a populáció nagy hányada (és ez különös jelentőséggel bír Közép- és Kelet-Európában, ahol a felnőtt lakosság nagy része még mindig a tömegmédiát, ezen belül a televíziót tekinti elsődleges információforrásnak) a központi, tömbösödött média által kialakított buborékok fogságába kerül. A központi média közügyekkel foglalkozó felületeinek jelentős részét pedig olyan személyek vagy események töltik ki, akikkel a médiafogyasztóknak gyakorlatilag semmilyen személyes kapcsolata, tapasztalata nincs: messzi vidékek, kultúrák menekültjei, külföldi milliárdosok, külföldi, esetenként belföldi (de jószerevel fővárosi/nagyvárosi) politikusok, ügyészek, bírák, a központi hatalom más elöljárói, illetve az egyes médiumok saját készítésű sztárjai.

Romániában mindaddig nem készült hasonló felmérés, azonban amint fentebb is említettem, jól felismerhető az online-ra váltás tendenciája. Egyrészt az ActiveWatch jelentés adatai szerint (FreeEX, 2020) például az *Adevărul* napilap nyomtatott változata



átlagban mintegy 130 000 olvasóhoz jut el, miközben a kiadvány online változata (adevarul.ro) legnagyobb nézettségi száma 1,8 millió egyedi megtekintés (nem számolva a mobilkészítőket használó olvasókat). Mindeközben folyamatosan tűnnek el a nyomtatott lapok: az *Új Magyar Szó* 2012 óta kizárólag online változatban működik, 2015-ben szűnt meg az *Erdélyi Riport* nyomtatott változata, 2017-től pedig az online kiadás is inkább blogként üzemel. Szintén 2017-ben szűnt meg az *Academia Cațavencu* román nyelvű szatirikus magazin, amely – az előbbiekhöz hasonlóan – gazdasági okokra hivatkozva váltott kizárólag virtuális jelenlétre. Másrészt az elsősorban oknyomozó-tényfeltáró újságírást folytató új kiadványok, amelyek „örkutya” szerepet kívánnak betölteni, esetenként a hagyományos médiából érkező neves újságírók közreműködésével is, már szinte kivétel nélkül online termékek (pressone.ro, tolo.ro, news.ro, romaniacurata.ro, a contributors.ro, erdely.atlatszo.hu).

Az ActiveWatch szerint a 2016. évi helyhatósági és parlamenti választások, illetve a 2017 év elei korrupcióellenes tüntetések által meghatározott időszakban a romániai sajtó jó része a politikai szereplők propagandaeszközeként működött. Pártos állásfoglalások, hamis állítások, fenyegető és felbujtó hangvétel jellemezte a közléseiket, tovább fokozva a médiadiskurzust az elmúlt években egyébként is jellemző feszült hangulatot.

A jelentés kiemeli, hogy több esetben váltak újságírók pályatársaik által elkövetett „medialincselések” áldozataivá, médiavállalatok vezetői, illetve alkalmazottai – köztük újságírók is – keveredtek korrupciós ügyekbe, illetve jelentős számú újságíró választott politikai pályát, jutott mandátumhoz a parlamenti választásokon.

A hagyományos médiát éppen felfalni igyekvő digitális nyilvánosság a legújabb generációs globális hatalmi harcok hadszínterévé válva (ld. amerikai elnökválasztás, különböző európai népszavazások és választások manipulálásának gyanúja) kevésbé képes a közügyek megvitatásának, a közbeszédnek, a közvélemény kialakulásának habermasi értelemben vett médiuma lenni. (FreeEX, 2020) „Mindenki azokat hallgatja, aki már egyetért vele, és még jobban megerősíti a saját igazáról való meggyőződést, miáltal nem vesz tudomást a közmegegyezésen alapuló igazságról” (Obama, 2017).

Ebben a kontextusban írásom (elsősorban a jog irányából megközelítve a kérdést) arra keresi a választ, hogy miképpen biztosítható az „eszmék piaca” egy buborékokba csoportosult társadalomban, teremthető-e esély a közös észhasználatra, közös értékek, „igazságok” keresésére.

A hagyományos média esetében lehet úgy érvelni, hogy a különféle szabályozások igyekeztek biztosítani azt, hogy minden vélemény meghallgathattassék (ld. a szólás és a sajtó, majd a véleménynyilvánítás szabadságának előbb alkotmányos, majd alapvető emberi jogi szintű védelme, illetve az audiovizuális törvények).

Erős közérdek fűződik ahhoz, hogy a fősodoron kívül eső egyének és csoportok hozzájárulhassanak a közvitákhoz, információkat és gondolatokat osszanak meg az általános közérdeklődésre számot tartó ügyekben”

EJEB, 2005



A földfelszíni rádiós-televíziós műsorterjesztéshez használt frekvenciák fölött az államok monopóliummal bírnak, holott ha frekvenciák kiosztását nem az állam, hanem a piac végezné, ez gazdaságilag sokkal hatékonyabb kihasználást eredményezne. (Coase, 1960, 1–44) Az állami monopólium fenntartásának alapvető indoklása szerint azonban csak így biztosítható olyan politikai célok megvalósítása, mint a sokszínűség, a hozzáférhetőség vagy a magaskultúra népszerűsítése. Ez persze egyúttal azt is jelenti, hogy a kiosztási döntések elsődlegesen politikai folyamatok szerint történnek. A kiosztási döntéseken túlmenően az állam olyan eszközökkel is igyekszik a felsorolt médiapolitikai célok megvalósítására, mint a tulajdonviszonyok szabályozása (a médiakoncentrációt megakadályozandó) vagy a konkrét tartalmi előírások (adott tartalmak, diskurzusok támogatása vagy tiltása). (Owen, 2009)

A jog elsődlegesen a „régire” építkezve működik – a létező világ percepciójára. A (vezetékes) telefon és távírórendszerek kiépítése a vasúti társaságok működési elvén alapult, a vasúti társaságok pedig a postakocsiszolgálatok működtetésének tapasztalatát használták fel. Viszont az internet nehezen hasonlítható bármilyen korábbi rendszerhez, így a digitális média nem kerül automatikusan a hagyományos médiatermékekre vonatkozó szabályozások (korlátozások) hatálya alá. Továbbá, és talán részben épp egy korábban létező hasonló rendszer hiánya okán is, már a digitális korszak hajnalán kialakult a felhasználókban egy igen erős szabadságérzet és igény, amely elutasított mindenfajta állami szabályozást.

A kibertér nem található a ti határaitokon belül. Ne gondoljátok, hogy felépíthetitek, mintha egy közpénzből finanszírozott építkezési projekt lenne. Nem vagytok képesek rá. A természet alkotása, és önmagát gyarapítja a mi közös cselekedeteink által.

Barlow, 1997

Ma azonban, a kiberhadviselés hajnalán és az internetes gigavállalatok korszakában, amelyek igyekeznek maguk alá gyűrni a kezdetekben oly romantikusan szabadnak gondolt virtuális világot, egyre nyilvánvalóbbnak tűnik, hogy az egyes egyéni alapjogok védelme, valamint a demokratikus berendezkedés megóvása szempontjából is túlságosan nagy kockázatot jelentene kizárólag az önszabályozó mechanizmusokra hagyatkozni. Ugyanakkor az is nyilvánvaló, hogy egy átfogó és egységes internetszabályozás, mint például az audiovizuális sajtó esetében, jogalkotási technika szempontjából közel áthidalhatatlan nehézségeket jelentene, akár azért, mert a kibertér nem értelmezhető földrajzi keretek között, akár azért, mert a szabályozás tárgyának összetettsége és sokfélesége nem jogszabálynyi, hanem törvénykönyvi vagy egyenesen jogági terjedelmet feltételezne. Ráadásul, mivel bármilyen szabályozási kísérletnek elengedhetetlenül nemzetközi szintről kellene kezdődnie (a földrajzi keretek hiánya okán), ez további nehézségeket jelentene. Egyrészt jelenleg az efféle együttműködések válsága tapasztalható (ld. ENSZ menekültügyi csomag, nukleáris egyezmények stb.); másrészt a többé-kevésbé példának tekinthető nemzetközi szabályozások sok évtizedes folyamat eredményei, ennek



ellenére gyakorlati alkalmazásuk bonyolult és nem maradéktalanul hatékony (ld. szerzői jogi egyezmények, EU általános adatvédelmi rendelete).

Álláspontom szerint, míg a hagyományos média estében a szabályozások jellemzően a kínálati oldal irányában bizonyultak hatékonyak (a koncentráció elkerülése, az elfogultság korlátozása, kisebbségben levő szempontok megjelenítése stb.), addig a digitális média esetében inkább a közvetítői és a keresleti oldal irányából lehetne próbálkozni. „Közvetítők” alatt azokat az elsősorban közösségi médiafelületeket (szolgáltatókat) értem, amelyek ugyan nem állítanak elő saját tartalmat, de lehetőséget biztosítanak a mások (médiumok, tartalomgyártók, egyének) által előállított tartalmak megosztására, megvitatására.

A keresleti (befogadói, felhasználói) oldalon, a buborékjelenséget gerjesztő tényezők között megemlíthető az egyre csökkenő és egyre inkább megosztó figyelem és türelem, a gyakorlatilag valós idejű informálás igénye, ami minimalizálja a hírgyűjtésre, -szelektálásra és -gyártásra fordítható időt, de a racionális információfeldolgozás esélyét is, ezáltal növelve a saját seregeink támogatására buzdít, a tekintélyelvű propaganda (politikai vagy más természetű) cselekedetek esélyét. (Owen, 2009) *A demokratikus mindennapok a meztelen császár bemutatására és megszemlélésére redukálódtak.* (Gurri, 2018)

A kibernetikai hadviselés részeként bevetett propagandagépezet pedig épp a felsorolt jelenségekkel való visszaélésre épít. Míg a választási propaganda arra akarja rávenni a célszemélyeket, hogy adott jelöltre adják le voksukat, a háborús propaganda pedig az ellenség utálatára és a saját seregeink támogatására buzdít, a tekintélyelvű propaganda a valóság felfogásának képességét igyekszik meghíúsítani. A tekintélyelvű propaganda túláradó és következtelen: a hatalom birtokosai monopóliumot nyernek a valóság felett, így bármit állíthatnak, a propagandista számára minden lehetséges kijelentés hamis, az értékek fiktívek, tények nem léteznek, a párbeszéd illuzórikus. (Gessen, 2018)

A folyamatosan változó, érthetetlen világban a tömeg már eljutott oda, hogy egyszerre hisz mindent és semmit, gondolja, hogy minden lehetséges és hogy semmi nem igaz. [...] A tömegpropaganda felfedezte, hogy közönsége bármikor készségesen elhiszi a legrosszabbat, bármilyen abszurd legyen az, és nemigen tiltakozik az ellen, hogy lóvá teszük, mert amúgy is hazugságnak tart bármit, amit mondanak.

Arendt, 1973, 382

Az online tartalomszolgáltatás esetében egy megoldási kísérlet lehetne az információhoz való jog tartalmának olyan újraértelmezése, amely magában foglalná a kibernetikai manipulációjával szembeni védelmet. Továbbá egy olyan specifikus törvényi szabályozás, amely az online média- (felület-) szolgáltatók működési feltételévé tehetik a tartalomszűrő algoritmusok, programok, robotok alkalmazásának szigorú korlátozását.

Egy ilyen szabályozásnak leginkább azt kellene biztosítania, hogy a tartalomfogyasztók ne *kényszerüljenek* olyan tartalmakat fogyasztani, amelyeket *tudtuk* és *akarunk* ellenére szabtak személyre.



A mindenki által vágyott abszolút jót könnyebb elérni az eszmék szabad áramlásával, [és] az igazság legjobb próbája az, ha a gondolat szabadságát elfogadják a piaci versengésben, s ez az igazság az egyedüli alap, amelyre a [...] kívánságok biztonságosan épülhetnek.

Holmes, 1919

A klasszikus kommunikációs modell tömegjellegének felszámolódása, az információ demokratizálódása relatívvá teszi a legtöbb nagy narratívát, amelyre a közösségek épülnek, az Európai Uniótól a kanyaró elleni kötelező oltásig. (Mint ahogyan a televíziós közvetítési technológia fejlődésével egyre vitatottabbá vált a futball-játékvezetők szakértelme és pártatlansága, olyannyira, hogy mára a videóelemzés is a játékvezetés részévé vált.)

A bizonytalanság savként marja szét a tekintélyt. Ha vége az információmonopóliumnak, vége a bizalomnak is. Az Elnök minden mondata, a CIA minden elemzése, egy kiváló újság minden oknyomozása hirtelen csak egynek tűnik a sok álláspont közül, és inkább személyes elfogultság eredményének, mint a szigorú racionalitásnak. Amikor a pro és kontra érvek száma a végtelent közelíti, a tekintély fölött mindig ott lebeg a részrehajlás kétsége.”

Gurri, 2018

Míg a klasszikus nyilvánosság modelljében a médiaszabályozás arra törekedett, hogy megakadályozza az információ monopóliumával rendelkezőket az e monopóliummal való visszaélésben, az új modellben ez a törekvés okafogyottnak tűnik. A közös észhasználat, a közös értékek, „igazságok” keresésének biztosítása inkább az eszmékkel való „kereskedelem” szabadságának és tisztaságának megóvása, a tartalmi, de főleg technológia alapú visszaélések kiszűrése irányába mozdulhat el.

A digitális nyilvánosságot – legalábbis a többé-kevésbé működő demokráciákban – nem elsősorban az állam ellenében szükséges megóvni (az internet állami cenzúrázása vagy alternatív, a világhálótól elszigetelt nemzeti informatikai hálózatok létrehozása a diktatúrák, autokráciák jellemzője), hanem az információtechnológiai világvállalatok ellenében, amelyek kizárólag a haszonmaximalizálásban, nem pedig az új nyilvánosság szabadságában érdekeltek, azaz a kommunikáció *mennyiségében*, nem pedig annak *minőségében*.

KÖNYVÉSZET

Amerikai Egyesült Államok Függetlenségi Nyilatkozata.

ARENDDT, Hannah, 1973, *The Origins of Totalitarianism*. San Diego és New York és London, HBJ,

BARLOW, John P., 1997, A Declaration of the Independence of Cyberspace. <https://www.eff.org/cyberspace-independence> (utoljára megnyitva 2020. 02. 27-én).



- COASE, R.H., 1960, The Problem of Social Cost. *Journal of Law and Economics*, Vol. 3 (Oct.), Univ. of Chicago Press.
- EJEB, 1999, Ceylan kontra Törökország, 23556/94. sz. beadvány.
- EJEB, 2005, Steel és Morris kontra Egyesült Királyság, 68416/01. sz. beadvány.
- EJEB, 2012, Krone Verlag GmbH & Co (n° 5) kontra Ausztria, 27306/07. sz. beadvány.
- FreeEX, 2020, *A sajtószabadság helyzete Romániában 2016-2017.* <https://activewatch.ro/Assets/Upload/files/Raport%20FreeEx%202016%20-%202017.pdf>. (utoljára megnyitva 2020. 02. 27-én).
- GESSEN, Masha, 2018. Why The Russian Influence Campaign Remains So Hard To Understand, *The New Yorker*, December 18, 2018, <https://www.newyorker.com/news/our-columnists/why-the-russian-influence-campaign-remains-so-hard-to-understand> (utoljára megnyitva 2020.02.27-én).
- GURRI, Martin, 2018, *The Revolt of The Public and the Crisis of Authority in the New Millennium. 2. kiadás, Stripe Press.*
- HOLMES, O.W., 1919, Holmes, O.W. bírá különvéleménye, Abrams kontra Egyesült Államok, AEÁ Legfelsőbb Bírósága, 250 U.S., 616
- OBAMA, Barack, 2017, nyilvános beszéd, Univ. of Chicago, <https://www.marketwatch.com/story/barack-obama-everybodys-listening-to-people-who-already-agree-with-them-2017-04-24> (utoljára megnyitva 2020. 02. 27-én).
- OWEN, Bruce M., 2009, Old Media Policy Failures, New Media Policy Challenges. *Stanford Law and Economics Olin Working Paper*, No. 378. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1444077 (utoljára megnyitva 2020. 02. 27-én).
- SHAFER, Jack és TUCKER, Doherty, 2017, *The Media Bubble is Worse than You Think.* <https://www.politico.com/magazine/story/2017/04/25/media-bubble-real-journalism-jobs-east-coast-215048> (utoljára megnyitva 2020. 02. 27-én).