

Hazudott világ

Ha jól belegondolunk, elmondhatjuk, hogy a média, néhány évtizednyi átmeneti zavar után, egyre inkább független. Mármint a valóságtól. Talán még akadnak mutatóban néhányan, akik elhiszik, hogy a média legfőbb feladata a világ ábrázolása, a tényekről, történésekről való tájékoztatás. A többség számára azonban ma már nyilvánvaló: a média nem ábrázolja, hanem teremti a valóságot. Mégpedig olyat, amely az aktuális célnak éppen megfelel. (Az aktuális cél közelebbi meghatározása vagy a célt meghatározó kiletére vonatkozó információ közönséges halandó számára természetesen nem hozzáférhető.)

Média és kapitalizmus

A szabad világ, ahogyan a Nyugat önmagát a világháborúk után (nem minden erkölcsi alap nélkül) nevezni szeretne, mindig is büszke volt a médiájára, azaz a szólás- és sajtószabadságra, amely azt állítólag jellemezte. A büszkeség megelőzte a tényleges történelmi valóságot, ugyanis jórészt legfeljebb csak a legelvetemültebb diktatúrák gyakorlatával szemben volt igaz. A „legszabadabb világ”, azaz az Egyesült Államok esetében pedig valószínűleg soha nem volt igaz, soha nem vált valósággá a ténylegesen szabad, független média. Cserébe viszont ez volt a legharsányabb, a legerősebb, igazi nagyhatalmi fegyver, mindent elsöprő dominanciával, ezért hatással volt a világ médiarendszereire. Nem azért, mert a legjobb, a legdemokratikusabb vagy legfüggetlenebb volna, hanem tőkeerejének, méretének és arroganciájának köszönhetően. Az a doktrína, amelyet az USA a nagyhatalmi politikájában a 20. század közepétől képvisel, tudniillik, hogy gazdasági és biztonságpolitikai érdeke azt diktálja, hogy az egész világra megpróbálja a saját normáit ráerőltetni – a „demokráciaexport” és az

„amerikai életmód” minden eszközzel való terjesztése –, elképzelhetetlen lett volna a média nélkül. A legerősebb hadsereg mellett ez a világerős médiamonstrum is kulcsszerepet játszott. Ennek a folyamatnak számos pozitív hozadéka volt, a világ szerette az amerikai filmeket, még ha olykor firtorgott is a nyilvánvaló propaganda és öntöm-jénezés ellen. (Persze nem minden rezsime szerette, ezért megpróbálta alattvalóitól megvonni a káros mákonyt vagy legalább korlátozni a hozzáférést – kevés sikerrel. Talán egyetlen hatékony ellenszer született eddig Hollywood ellen, és ez Bollywood, amely ténylegesen embermilliókat vont ki az amerikai film- és ízlésmonopólium hatása alól.) Európa némileg más utat választott, a szabad sajtó évszázados vágya másfajta jogi normák formájában öltött testet. Az európai demokráciák soha nem mondtak le a média közjót szolgáló szerepéről, és nem engedték át a terület teljes egészében a profitszerzésnek, a magántulajdon, a tőke szinte mindenkinek felett álló hatalma nem kerekedhetett a köz szolgálatának parancsa fölé, amint az történt az Egyesült Államokban. A közszolgálati média koncepciója és különösen gyakorlata szintén nem volt problémamentes, az igazi gondok mégis akkor kezdődtek, amikor az amerikai kereskedelmi média megvetette a lábát az öreg kontinensen. A pénzcsinálás itt is alapvető cél, az eszközök szinte mellékesek, de a tőkével együtt az amerikai médiavállalatok exportálták a jól bevált ideológiai konstrukcióikat is, amelyekkel otthon már évtizedek óta sikerrel manipulálták nem csupán a közvéleményt, de a törvényhozást, sőt bizonyos értelemben még az amerikai alkotmányt is. Ezeket az ideológiai fragmentumokat és eszközöket a rendszer kritikusai részleteikben feltárták, így Ben H. Bagdikian, aki a médiamonopóliumokról írt könyvével¹ rántotta le a leplet a rendszerszintű visszasságokról,

¹ Ben H. Bagdikian: Az új médiamonopólium. Komplex, Bp., 2012

vagy Robert W. McChesney, aki az amerikai média alapvető nagy mítoszainak nevezi azokat².

A mítoszok némelyike pedig olyan erőteljes, hogy az európai médiarendszerek is inkább kevesebb, mint több sikerrel tudják ellenük felvenni a harcot. Egy viccesnek szánt kijelentés mindennél jobban rámutat, mit is jelent valójában az amerikai kereskedelmi televíziózás betörése Európába. Jay Leno amerikai humorista az alábbi kijelentést tette az NBC Super Channel londoni avatásán 1987-ben: „Most az önök kultúráját fogjuk tönkretenni, éppen úgy, ahogy tönkretettük a magunkét.”³ Kérdés azonban, hogy „csak” a kultúrát veszélyezteti egy elszabadult, profitorientált médiarendszer, vagy a társadalom legalapvetőbb dimenzióit, például magát a demokráciát is kikezdeheti. Bagdikian ezzel kapcsolatos sommás kijelentései megrengették a tudományos és a szélesebb közvéleményt:

„Az, hogy a nyilvános információkat egy maroknyi nagyhatalmú globális cég ellenőrzi, gyengíti a demokráciát, azáltal, hogy a hírekben nem jelenik meg az, ami akadályozhatná a médiát abban, hogy maximalizálja a nyereségét. Ugyanez a tendencia teszi megértővé a médiát az általában vett vállalatok bármilyen eszközzel történő profitmaximalizálása iránt.”⁴

Bagdikian száraz történeti tények és konkrét esetek segítségével mutatja be, hogyan játszoták ki az amerikai médiapiacot uraló nagyvállalatok az őket kedvezőtlenül érintő törvényeket, beleértve akár alkotmányos alapelveket és kikezdehetetlennek hitt demokratikus jogokat is. Rámutat, hogy hatalmuk és erejük forrása kettős: a nagyvállalatok önmagában is lehengerlő gazdasági erejével bírnak, amihez hozzáadódik „speciális termékük”, az amerikai választók véleményének aktív alakítása, amitől végképp megkerülhetetlenekké válnak a mindenkori politikai szereplők számára.

„A mediakonglomerátumok nem az egyetlen iparág, amelynek tulajdonosai monopolistákká váltak az amerikai gazdaságban. A médiatermé-

kek azonban egyedülállóak egy létfontosságú tekintetben. Nem csavarokat és anyákat gyártanak, hanem egy társadalmi és politikai világot állítanak elő.”⁵

Bagdikian szerint ennek az öt vállalatnak⁶ és vezetőiknek nagyobb kommunikációs hatalma van, mint amekkorát bármilyen zsarnok vagy diktátor gyakorolt a történelem folyamán. A hatalommal pedig gátlástalanul vissza is élnek, az egyik következmény a már említett törvénytelen privilégiumok kiharcolása, de ennél is súlyosabbak a véleménymonopóliumok okozta károk. A szerző azt állítja, az Egyesült Államok szavazói választhatnak a legszűkebb politikai és ideológiai palettáról a világ összes ipari demokráciája közül. Példaként részletesen bemutatja az öbölháború hamis, manipulált információk alapján történt kirobbantását és a média kulcsszerepét ennek elfogadtatásában. Ez a véleménymonopólium a felelős azért a téves önképért, amellyel az amerikai közvélemény csak szeptember 11. után szembesült, tudniillik, hogy a világ jó részén egyáltalán nem a jótékony segítőként tekintenek az Egyesült Államokra – sőt. Az amerikaiakat sokkolta a gyűlölet, amely hirtelen átsugárzott a rózsaszín ködön, amelyet médiájuk lebegtetett előttük évtizedeken át. A külpolitikai alultájékozottság azonban még nem minden. A hatalommal összefonódott média készségesen hallgat (akár évtizedeken át) olyan belső társadalmi problémákról, amelyek megoldása elsődleges lenne a polgárok számára. Ezzel összefüggő törekvés volt a műsorszolgáltatók részéről az eltörlése az ún. méltányossági doktrínának, amely megkövetelte az adóktól, hogy észszerű időt fordítsanak komoly, közéleti témák megvitatására, és egyenlő időt biztosított az ellentétes nézetek ismertetésére. A műsorszolgáltatók azzal érveltek, hogy a megkötés éppen hogy akadályozza a vitaműsorok lefolytatását, és ha a doktrína kikerül a jogszabályokból, akkor több ilyen témájú műsort fognak gyártani. A kampány sikerrel járt, a méltányossági doktrínát törölték – a követke-

² Robert W. McChesney: Mi a baj a médiával? Komplex, Bp., 2012

³ Jean Leduc: *A történészek és az idő*. Pozsony, Kalligram, 2006, 257.

⁴ Ben H. Bagdikian: i. m., 99.

⁵ I. m., 24.

⁶ 1983-ban még 50 meghatározó médiavállalkozás osztotta fel maga között az USA piacát, 2003-ra mindössze 5 maradt. Ezek: Time Warner, Walt Disney Company, News Corporation, Viacom, Bertelsmann.

ző fél évben a polgárokat érintő viták adásideje 31%-kal csökkent, majd az ilyen jellegű műsorok szinte teljesen eltűntek a meghatározó adók kínálatából.

Volt azonban egy tényező, amelyről néhány adott pillanatban hihetőnek tűnt, hogy változtat hat a kialakult helyzeten, ez pedig a felgyorsult technológiai fejlődés. Az új technológiák addig elképzelhetetlen lehetőségekkel kecsegtettek, és tudósok, civilek együtt ábrándoztak, hogy ezek valóban a társadalom szolgálatába állíthatók lesznek, és nem szipkázza be őket a pénzcsináló gépezet. Persze tévedtek.

„A nagy médiakonglomerátumok nem akarnak nagyobb politikai és társadalmi változatoságot, mert az felhígítaná a közönségüket, és ezzel csökkentené azokat a díjakat, amelyeket a reklámokért kérhetnek, és amelyekből összeáll a soha nem látott szintű nyereségük. Megakadályozták a kongresszus és a szövetségi ügynökségek kísérleteit arra, hogy megváltoztassák korlátozó politikájukat. Emellett hatalmukat arra használták, hogy olyan új törvényeket alkossanak, amelyek még jobban korlátozzák az új médiumok belépését az országos szintérré.”⁷

Joggal merülhet fel az olvasóban, miért foglalkozunk ennyire részletesen egy másik ország (sőt, másik kontinens) médiarendszerével, ahelyett, hogy a sajátunkat elemeznénk, hiszen nyilvánvalóan azzal is épp elég baj van. Ráadásul – amint már említettük – az európai és a hazai médiaszabályozásban létezik az a rendkívül fontos elem, amelyről a tengerentúli médiakritikusok csak ábrándoznak: a védett közszolgálati média⁸. A választ részben fentebb már megadtuk, amikor az amerikai kereskedelmi televíziózás sikeres európai exportját említettük. Ez a fajta média itt van közöttünk, és nagyon is hasonló módon viselkedik, mint szülőhazájában. Az öreg kontinens öreg médiája némiképp olyan helyzetbe került, mint az őshonos, védett növények és halak a betelepített, invazív fajokkal szemben.

(Rendkívüli erőfeszítéseket kell tennünk, hogy megvédjük a kipusztulástól a széles kárászt a törpeharcsákkal és az ezüstkárászokkal, a fajgazdag gyöngyvirágos tölgyest a sivár aljzatú akácosokkal szemben.) Persze erről vita van. Hangos és türelmetlen szócsata, hogy „hat vagy nem hat”, káros vagy nem káros. Itt és most nem kívánjuk eldönteni a kérdést, idézzük azonban még egyszer Bagdikiant, mint a hozzánk „behurcolt agresszív faj” nagy otthoni ismerőjét:

„A médiaóriások, amelyek nagyrészt azt tesznek, amit akarnak, megtalálták az eldurvult kultúra és modellek még alacsonyabb szintjét. A televíziókban a főműsoridős »reality« programok az emberi psziché legvisszataszítóbb összetevőit dicsőítik – a csalást, a cinikus szexualitást, a kapzsiságot, a másik kihasználására és megalázására irányuló vágyat, illetve azt a törekvést, hogy a kamera előtt váltsanak ki megrázó érzelmi összeomlásokat. Az a feletti ellenőrzés, amit az amerikai közönség legnagyobb része olvas, lát és hall, nem pusztán technikai jelenség, és nem is csak a nemzetgazdaság egyik eleme. Olyan jelenségről van szó, amely az amerikai demokrácia szívébe és a nemzet lelkébe hatol.”⁹

Emlékezzünk csak Jay Leno viccére: „Most az önök kultúráját fogjuk tönkretenni...”

Ha viszont ideáig eljutottunk, egy lendülettel vizsgáljuk meg ezt a mintaadó tengerentúli modellt más aspektusokból is, térjünk vissza pár mondat erejéig Robert W. McChesney mítoszaihoz! A szerző *Mi a Baj a médiával?* c. könyvét igen erős mondatokkal indítja:

„Demokráciánk siralmas állapota több tényezőre vezethető vissza, ezek közül azonban a média mindenképpen kulcsfontosságú.”

Illetve:

„A probléma demokratikus megoldásának növelnie kell a nyilvánosság tájékozottságon alapuló részvételét a médiapolitika alakításában. A nagyvállalati médiahatalmasságok és politikus bábjaik ellenzik ezt a lehetőséget, mert tudják,

⁷ I. m., 233.

⁸ Közszolgálati média elvileg ugyan az Egyesült Államokban is van, de annak gazdasági ereje és társadalmi szerepe elenyésző a nagy kereskedelmi médiarendszerhez képest. Ráadásul a szűkös állami támogatásban is csak úgy részesülhetnek, ha szolgai módon betagozódnak a profitgyártás gépezetébe, megmaradnak a nagy médiavállalatok érdeklődésén kívül eső szegényebb rétegeknél, nem próbálnak bármiféle konkurenciát jelenteni a nagyok számára, és maguk is bulvárosodnak. Ha másként (tényleges funkciójuk szerint) viselkednének, mihamar beindulna ellenük a kíméletlen lobbigepezet, és szerény pozíciójuk is veszélybe kerülne.

⁹ U. o.

ha az emberek megértik, hogy a médiarendszer nem egy természeti törvény eredője, hanem kifejezett közpolitikák eredménye, akkor valószínűleg reformokat fognak követelni."¹⁰

McChesney nyolc alapvető mítoszt azonosít, amelyek szerinte ideológiailag támogatják és fenntartják a nagyvállalatok bennfentes hegemoniáját a médiapolitikai vitákban, valamint a nyilvánosság ezekből történő kizárását. Ezek közül néhány erősen relevánsnak tűnik az „exportált” kereskedelmi média vonatkozásában is, azaz számunkra itt, Európában szintén fontosak lehetnek. Ilyen az elsőként megjelölt, gyakran hangoztatott vélemény, hogy a média valójában nincs is hatással a fogyasztóira, illetve a társadalomra. Ez a hírhedt „hat vagy nem hat”-vita, amire már utaltunk, és amiről pró és kontra számos értekezés, könyv és kutatás szól hazai berkekben is.¹¹ A szerző elő is hozakodik a „józan paraszti” ész diktálta, nyilvánvaló, ám mégis valahogy agyonhallgatott érveléssel, hogy ti. van némi ellentmondás azon állítás, hogy a média csekély vagy semmi hatással nincs fogyasztóira és a társadalomra, és a tény között, hogy a média sok milliárd dollár értékben ad el hirdetéseket (és valószínűleg hihetetlen extraprofitot) arra a szilárd hitre alapozva, hogy valójában óriási befolyással bír. Ahogyan azt emlegetni szokták, ezzel feltételezzük, hogy a kapitalista társadalom legszámítóbba aktorai az összes közgazdászokkal és kereskedelmi szakemberükkel együtt komplett idioták, hiszen olyasvalamire szórják a pénzüket, ami soha nem térülhet meg!

Azt, hogy hogyan jöhetett létre az a monsterrum, amely nem csupán az Egyesült Államok, de a világ történelmét is nagyban befolyásolni tudta és tudja, csak akkor érthetjük meg, ha követjük Bagdikian és McChesney elemzéseit, egészen az alapító atyák hősi idejétől napjainkig. Az utóbbi szerző az amerikai médiarendszer második, talán legjelentősebb mítoszának tartja azt az érintettek részéről általánosan sugallt és hangoztatott hiedelmet, hogy ez a konstrukció természetes úton jött létre, és szükségszerűen alakult úgy, ahogy.

A fentiek jobb megvilágítása jegyében talán érdemes egy pillantást vetnünk arra a médiatörténeti momentumra, amikor a két nagy doktrína meghatározó módon elvált egymástól, és egyértelműen külön utakon indult fejlődésnek.

Az Egyesült Királyságban a huszadik század első felében szorosán összekapcsolódott egy ember, John Reith és egy intézmény, a BBC neve. Mindkettő a rádiózás hőskorához köthető, azokhoz az eseményekhez, amelyek ezt az új, minden eddiginél hatásosabb médiumot hosszú időre elhelyezte, szerepét meghatározta a társadalmi folyamatokban. Reithnek erős küldetéstudata volt, hitt abban, hogy a rádiónak nem csupán szórakoztatnia kell, nem csupán azt kell adnia az embereknek, „amire vágnak”, hanem magasabb erkölcsi szempontok alapján nevelnie, tanítania kell, ily módon rendületlenül szolgálva a köz javát. Számára szitokszónak számított volna a „tömegmédia”, a „tömegkommunikáció” emlegetése, az volt az elve, hogy a lehető legtöbb otthonba el kell juttatni az emberi tudás és igyekezet legjavát. Ennek érdekében nem ódzkodott a BBC által megtestesített monopóliumtól, és nem nagyon voltak aggályai azzal kapcsolatban sem, hogy egy ilyen rendszerben szükségképpen valakinek meg kell mondania, hogy mi is valójában a „köz java”. Ebben partnere volt a korabeli brit frekvenciabizottság, amikor is 1926-ban, a szűkös frekvenciavágyon vizsgálata közben arra a megállapításra jutott, hogy a monopólium megőrzését nem a frekvenciák szűkössége, hanem a rádió küldetése indokolja. Elismerte ugyan bizonyos alternatív műsorszolgáltatók létjogosultságát, de leszögezte, hogy ezek „soha nem szolgálhatják azoknak a bármily hallgatói csoportoknak a szórakoztatását, akik banális és közhelyes műsorokra vágnak”.¹² Ez a gondolat valamilyen formában sokáig megmaradt a BBC és az azt mintának tekintő európai médiarendszerek szellemiségében.

Ezzel szemben ugyanebben az időben a tengerentúlon merőben más irányt vett a rádiózás fejlődése. Bár a Szövetségi Rádióbizottság

¹⁰ Robert W. McChesney: i. m., 7.

¹¹ A hazai mainstream szakirodalomban olyannyira „nem illik” a kereskedelmi médiával kapcsolatban holmi „hatásról” beszélni, hogy korábbi általam szerkesztett, empirikus kutatásokon alapuló, a médiafogyasztási szokásokat elemző kötetekben nyomtatékos szaklektori ajánlásokra inkább körülírtuk a jelenséget, elkerülendő, hogy „komolytalannak látszódjék” az egész munka.

¹² Asa Briggs – Peter Burke: A média társadalomtörténete. Bp., Napvilág, 2012, 243.

(FRC) ott is sűrűn emlegette a közszolgálat fontosságát, maguk a rádiók döntően (már akkor is) szórakoztató tartalmakat sugároztak. A nagy rádióadók hamar felismerték, hogy a hirdetések útján nagyobb bevételre tehetnek szert, mint bármiféle előfizetéses rendszerben, ezért az FRC-től is azt várták, hogy ilyen alapállást képviseljen. Ilyenformán hamar eldőlt, hogy a műsorszolgáltatás finanszírozását teljes mértékben a hirdetésekre bízzák, aminek egyenes következménye volt, hogy a kevesebb érdeklődést kiváltó műsorokat a szolgáltatók mihamar levették a műsorról. Megszületett tehát az amerikai modell, ahol a rádiózás hangvételét és tartalmát kizárólag a hirdetések határozzák meg (szó sincs semmiféle „küldetésről!”), és az egész iparág szorosán beágyazódott az amerikai üzleti életbe.¹³ Ez a modell és rendszer azután különösebb zökkenők nélkül kebelezte be a később felbukkanó újabb médiumokat, a televíziózást, az internetet stb.

A két modell máig ható következményekkel járt az őket alkalmazó társadalmakra, mindkettő kitermelte a maga vadhajtásait, belső ellentmondásait és véget nem érő parázs vitáit. Eljött az az idő is, amikor az amerikai modell átkelt az óceánon, és elhozta „áldásait” az öreg kontinensre. (Lásd fentebb, Jay Leno és az NBC „betörését” az Egyesült Királyságba.) Mára elmondhatjuk, hogy „világuralomra tör” – bár valójában egyre inkább kétséges, hogy a globalizmus, a nyugati világ és demokrácia tényleges elterjedését eredményezi-e, vagy pedig éppen ellenkezőleg: ez lesz az utolsó csepp a pohárban, amikor is a „megtérítendő” nagyobbik hányadnak elege lesz az expanzióból, és lerázza magáról ezeket a törekvéseket, mint kutya a vizet.

Nincs ellene fegyver: a hiperkommercializmus

Miközben még fel-fellángol a vita a hír, az információ, a szórakoztató tartalom specifikumáról, azaz hogy egyszerű áruként kell rá tekinteni, vagy mégiscsak több annál, a *médiapiac* – mint szó, fogalom és valós gazdasági színtér – közkeletű, nagyon is létezik és prosperál. A valóság tehát igazából eldöntötte a kérdést, azaz a tőke,

nem válogatva az eszközökben, kikényszerített egy olyan megoldást, amely neki megfelel, és immár a várfalakon belülről könnyedén veri viszsza a jellemzően amúgy is erőtlen támadásokat.

Nem okoz álmatlan éjszakákat a nagy médiatörzstök vezetőinek és tulajdonosainak, hogy néha még megjelenik egy-egy teoretikus vélemény, egy-egy könyv, amely lerántja a leplet a hiperkommercializmus visszásságairól és a társadalmi kontroll nélkül maradt médiamonstrumok romboló ámokfutásáról. Ez a szörnyeteg a valódi nyolcadik utas: minden erőforrást felemészt és a maga növekedésére fordít, szájából mindent szétmaró sav csorog, és jelen ismereteink szerint sebezhetetlen. Ezért különösebben nem zavarja őket, ha néha valaki felteszi a kérdést, vajon tényleg alkalmas-e a piac a média szabályozására. Hiszen elég, ha maga a média egyszerűen nem ad teret ennek a kérdésnek, nem kezeli hírként, és nem juttatja el fogyasztóihoz. Ez a módszer nagyon jól bevált évtizedek óta, semmi ok feltételezni, hogy ne működjön ma is. Márpedig a kérdés nagyon is releváns – mindig is az volt, de a piac feltétlen hívei olyan mértékű győzelmet arattak, hogy a fennálló rendet vagy bár annak egyes elemeit kritizálni immár súlyos bűnnek számít. Például a reklámok esetében: „A hirdetések bírálata átfordul a »fogyasztói társadalom« bírálataba” – írja McChesney.¹⁴ Ami abból a szempontból nem meglepő, hogy immár az átlagos médiafogyasztó is sejti, hogy a kedvenc műsorait az elviselhetőség határáig elárasztó reklámblokkok valójában nem a médiagyárak afféle kellemetlen melléktermékei, hanem éppen fordítva: valójában ezek a fő termékek, és csak kényszerűségből kerül a reklámok közé némi „egyéb tartalom”. (Az már csak hab a tortán, hogy a fogyasztó akkor is szépen konzumálja a reklámot, amikor azt hiszi, végre a valós tartalmat nézi. A filmek, vetélkedők és sorozatok ugyanis ma már nem úgy lesznek reklámhordozók, hogy a megírt tartalomba beszuszakolnak némi burkolt reklámot, hanem adva van a szponzor és annak termékei, amelyek köré a Helyszínelők vagy a Szex és New York éppen aktuális

¹³ U. o. 244.

¹⁴ Robert W. McChesney: i. m., 121.

epizódja épül. A *márkázott tartalom* olyan szak kifejezés, amely a műsorok készítésének egyre korábbi szakaszában hangzik el.)¹⁵

Első hallásra talán furcsának tűnhet, de a reklám valójában nem a piac „természetes” eszköze, ahogyan aposztrofálni szokták. Még kevésbé a termékek árairól és tulajdonságairól szóló „jó szándékú” információ. A klasszikus kapitalista versenyhelyzetben ugyanis az árakat a piac valóban beszabályozza, a túlárazott termék nem kel el a versenytársak kínálata miatt, ezért aztán az árak lefelé nivellálódnak, ami jó a fogyasztónak, ugyanakkor nem teszi lehetővé a tisztességtelen nyereszkesedést. Ebben a helyzetben a hirdetésnek csak korlátozott szerepe lehet, ténylegesen csak az információs tartalma az, ami hasznot hajthat. Az óriáscégek viszont olyan viszonyokat igyekeznek teremteni, ahol klasszikus értelemben vett verseny már nincs, ugyanis a piacra lépés kezdeti költségei olyan magasak, hogy azt csak kevesen tudják teljesíteni. Az ilyen piac eleve oligopolisztikus, a magas belépési költségeket megugró termelők már nem elfogadják, hanem meghatározzák az árakat. Mivel jóval többet termelnek, mint amennyit el tudnak adni, és árcsökkentésre semmiképpen sem hajlandók, a médiához, a tömegeket manipuláló reklámhoz fordulnak, valóságos szőnyegbombázásnak kitéve a fogyasztókat. A tudományos eszközökkel tökélyre fejlesztett manipuláció¹⁶ minden elképzelést felülmúló üzletággá terebélyesedett, amely számára semmi sem szent: sem a fogyasztók tényleges érdekei, sem a gyermekek jogai, sem a társadalom mentális egészsége, sem a kultúra, nem beszélve olyan elvont fogalmakról, mint az igazság vagy a méltányosság. Az már csak szükségszerű következmény, hogy a hatékony hiperkommerzializmus fő eszköze, a média szintén ehhez a célrendszerhez idomul, és olyan

mechanizmussá torzul, amely már régen képtelen ellátni eredeti társadalmi funkcióit.

A kereskedelmi média legnagyobb lözongja, bárhol a világon, ahol létezik ilyen iparág, hogy az emberek valójában azt kapják a tartalomsgáltatóktól, amit szeretnének. Ilyenformán a média semmiképpen sem lehet felelős a szembe-tűnő színvonalcsökkenésért és kulturális rombolásért, amely viszont tagadhatatlanul uralja az elmúlt évtizedeket. A közízlés, a közbeszéd, a sekélyes és erőszakos tartalmak mindent letaroló áradatát nehéz lenne egyszerűen letagadni, hiszen mindennemű felmérés és elemzés nélkül elegendő egyetlen kereskedelmi csatorna napi műsorába véletlenszerűen belepillantani, és példák végtelesen sorát találjuk. A felelősség viszont semmiképpen nem a pénzgyártással elfoglalt médiavállalatoké, hiszen ők csupán kiszolgálják a fogyasztói igényt, a valódi működtető és irányító maga a felmagasztosult piac. Az, hogy esetleg éppen fordítva van, hogy adott esetben éppen a kínálat teremti meg a keresletet, igencsak szentségtörő gondolat, pedig egyre több elemző és kutató jut erre az eredményre.

„Az »azt adjuk az embereknek, amit akarnak« érvelés bizonyos értelemben körben forog. Az emberek olyan médiaalkotásoknak vannak kitéve, amik profitot termelnek a médiaóriásoknak, ezeket megkedvelik, fogyasztják őket, és ezután a médiaóriások kijelentik, hogy még többet kell belőlük előállítaniuk, hogy kielégíthessék a keresletet. Az, hogy mire van kereslet, nagyon nagy mértékben függ attól, hogy mit gyártanak, és nem pedig fordítva.”¹⁷

A téma kutatói ezt *függőségi hatásnak* nevezik, és egyértelműen kimutatták, hogy a kiettség hiánya, az alacsony kínálat megszünteti a kereslet alapját a kereskedelmi média által nem preferált tartalmak esetében. Vagyis nem lehet igazi sza-

¹⁵ „Az 1960-as években az első pár James Bond-film rendezői megtagadták a termékelhelyezést, mivel azt »ízléstelennek« tartották. »A mostani rendkívül versengő filmes környezetben – ismerte el a 2002-es *Halj meg máskor* című James Bond-filmnél dolgozó egyik vezető – »szükségessé váltak ezek az extra marketingbevételek.« A *James Bond: Halj meg máskor*-t annyira telezsúfolták termékekkel, hogy a *Variety* »reklám kalandnak« nevezte el, a *Financial Times* pedig megjegyezte, hogy James Bond lett »A magányos házaló ügynök«. A filmben huszonnégy főbb promóciós partner szerepelt, akik 120 millió dollár értékű promóciót és hirdetést dobtak össze, hogy támogassák a filmet. James Bond egy »két lábon járó, beszélni tudó, élő és gyilkos hirdetőtáblává vált.«” Robert W. McChesney: i. m., 128.

¹⁶ „A piaci szereplők és a reklámügynökségek elképesztő mennyiségű kutatást vesznek igénybe, hogy márkajelzéseiket beleégessék a fogyasztók agyába. A fókuszcsoporthoz, pszichológusok és kultúrantropológusok alkalmazása már *alapvető követelmény* a piackutatásoknál. A modern marketing az emberiség egész történetének kétségtelenül legnagyobb szabású, összehangolt kísérlete a pszichológiai manipulációra.” Robert W. McChesney: i. m., 136.

¹⁷ Robert W. McChesney: i. m., 168.

bad (piaci) döntésről beszélni olyankor, amikor szinte kizárólag a preferált termékek szerepelnek a kínálatban, az alternatíva melletti igényüket az emberek nem tudják kifejezni legalább két okból: egyrészt nincs előttük alternatíva, amely mellett kiállhatnának, másrészt nincs olyan felület, fórum, lehetőség, ahol kifejezhetnék eltérő igényeiket. Ez utóbbi tényező újfent két ágra bomlik: a lehetséges felület, ahol a fogyasztók fellázadhatnak, értelemszerűen maga a média lehetne, de az természetesen nem hajlandó teret adni az érdekeivel ellentétben álló megnyilvánulásoknak, továbbá a piac, mint olyan, maga sem alkalmas arra, hogy nem piaci értékeket fejezzen ki. A kör bezárulni látszik, marad némi „intellektuális nyavalygás”, vagy ahogyan Robert Murdoch nagy hatalmú médiamogul mondja, azok, akik a kereskedelmi médiát holmi kulturális, erkölcsi vagy bármi más alapon bírálják, „sznobok, akik mindenki másra rá akarják kényszeríteni az ízlésüket.”

Az eredmény persze nem lehet kérdéses, egy alapvető liberális szabadságjoggal visszaélve a pénzcsináló gépezetek zavartalanul folytathatják tevékenységüket. Ezen jottányit sem változtat, ha néha egy-egy kritikus szellemesen fején találja a szöveget: „A Fox tv újabb módját fedezte fel, hogyan sülyedhet a nézettségi listák élére” – írta a New York Times 2002-ben szalagcímében. A műsorszolgáltatók továbbra is lankadatlanul kutatják a további sülyedés rafinált módozatait, amit persze a fogyasztói „igény” kellő hálával és hűséggel követ, további dollármilliárdokkal hízalva a médiamonstrumok bankszámláit.

Az internet

Az új technológiák rövid idő alatt mindenestől felforgatták a médiavilágot, és a folyamat változatlan intenzitással zajlik tovább. A gazdag országokban néhány évtized kellett ahhoz, hogy a már korábban jelen lévő médiumok (sajtó, rádió, televízió) olyan mértékben kommercializálódjanak, hogy az állam, a kormányok elveszítsék minden szabályozó hatalmukat felettük. A huszadik század elején és közepén a nyomtatott sajtó burjánzása, a rádióadók elszaporodása, majd a végére

a televíziódömping olyan médiarendszer kialakulását eredményezte, amely nemhogy ellenállt minden korlátozó törekvésnek, hovatovább egyre inkább nyilvánvalóvá vált a „farok csóválja a kutyát” szituáció megszilárdulása. Az új technológiák megjelenése bizonyos értelemben veszélyeztette ezt a dominanciát, egyes, a demokráciáért aggódó médiakutatók és kritikusok ki is fejezték abbéli reményüket, hogy végre valami olyasmi jelent meg a színen, ami által visszakaphatnak valamit a fogyasztókká degradált és végsőkéig manipulált közösségek. Valamit, ami lehetővé tenné számukra a közösségi, emberi kommunikációt és létezését.

A gigászivá duzzadt médiamonstrumok azonban épp csak megborzongtak ettől a gyenge fuvallattól, és mihamar kitalálták, hogyan gyűrjék maguk alá az újmédiát és használóit. Tökeerejük, dominanciájuk akkora, hogy minden bizonynyal ezt a jövőben is el tudják majd érni bármilyen technológiai innováció esetében.

A legígéretesebb alternatív kommunikációs közegnek az internet mutatkozott, úgy tűnt, ezt az új, szabad univerzumot már igazán nem tudja leigázni senki és semmi. Sokan azt vizionálták, hogy újjáéled az igazi társadalom, a hálózatosodás gyógyír a modern demokráciák minden rákfenéjére. Az internet harcos szószólói ki is átkozták gyorsan az államot, mindent és mindenkit, aki egyáltalán fel merte vetni bármilyen szabályozás lehetőségét. John Perry kibertér-aktivista 1996-ban tette közzé a Kibertér Függetlenségi Nyilatkozatát, amelyben felszólítja az iparosodott világ kormányait: *„Arra kérem Önöket, akik már a múlt emlékei, hogy hagyjanak bennünket békén. Önöket nem látjuk szívesen köreinkben. Önök nem rendelkeznek szuverenitással ott, ahol mi összegyűlünk. [...] Önöknek nincs erkölcsi joga szabályozni bennünket és semmilyen kényszerítő eszközük nincs, amitől valóban tartanunk kellene.”*¹⁸

Persze ez az álláspont több szempontból elfogadhatatlan. Még a negatív előjellel hivatkozott erkölcsi alappal is gond van, hiszen az „abszolút szabad” terület, maga az internet is állami produktum – azok is kettős beszéddel élnek, akik az üzleti magánszektor számára igyekeznek kiszajátítani. (A számítógépes hálózatot az 1960-as

¹⁸ Idézi: Cass R. Sunstein: Republic.com 2.0. Bp., Complex, 2013, 142.

években az USA kormánya kezdte fejleszteni, védelmi célokra, ARPANET néven. Amikor már számos egyetem több ezer felhasználója használta e-mailek továbbítására, a kormány az 1970-es évek elején megpróbálta eladni a magánszektornak, de a befektetők elutasították az ajánlatot. 1980-ra egyre fejlettebb hálózatok csatlakoztak, és kezdett elterjedni az Internet elnevezés. Még mindig a kormány finanszírozta, azonban 1989-ben az USA-ban a rendszert átadták a regionális hálózatoknak. Közben a CERN kutatói Genfben létrehozták a világháló, a World Wide Web [WWW] multimédia-változatát. A CERN szintén igyekezett bevonni a magánszférát, de „túl bonyolult” indoklással elutasították, így a végső kifejlesztés szintén állami pénzből történt. Az USA-ban csak 1992-ben lett, törvényi szabályozással, kereskedelmi az internet – ekkortól a közvetlen állami finanszírozás lecsökkent, de közvetetten továbbra is jelentős támogatás áramlik a rendszerbe.¹⁹⁾ A szabályozás ellen berzenkedő piaci szereplők valójában nem a szabályozás ellen ágálnak (meglehetősen drámai hangon), hiszen abból valójában hasznot húznak, hanem az olyan törvényi változásokat próbálják minden eszközzel kivédeni, amelyekből kevesebb hasznot húzhatnának, mint jelenleg.

Ez utóbbi attitűd nyilvánvalóan nem jellemző a John Perry-féle „szabadságharcosokra”, de a kormányzatok erkölcsi alapon való kitésekelése részükről sem korrekt. A szabályozás teljes elutasítása pedig nyilvánvalóan nem tartható fenn számos egyéb okból: gyermekpornográfia, összeesküvés, számítógépes vírusok terjesztése, hekkertámadások és így tovább. (Valójában az állam megint csak óriási összegeket költ, amikor a kibertérben is vállalja a tulajdonjog védelmét, ugyanakkor ez a felhasználónak nem kerül semmibe.)

Több mint két évtizedes, megállíthatatlannak tűnő expanziója után azonban megjelentek az internettel kapcsolatos első kétségek és kritikus hangok is – éppen a remélt pozitívumok kapcsán.

Az internet első pillantásra a legtökéletesebb demokratikus intézménynek tűnik, hiszen ott a „nép” bármikor és bármiről megmondhatja a véleményét, szóval megvalósulhat a közvetlen de-

mokrácia még a modern, sokmillió államban is. Annak a kormánynak, amely komolyan veszi ezt a lehetőséget, nincs más dolga, mint megteremteni a megfelelő fórumokat, azaz weboldalt, ahol a vélemények összegyűlnek, és kidolgozni a hatékony feldolgozási módszereket azok összesítésére, kiértékelésére. Maradva az amerikai példánál, ott történtek és történnek ilyesféle kísérletek, de akadnak, akik egyáltalán nem üdvözlik ezt a lehetőséget. Sunstein kifejezetten az alapítók törekvésének groteszk eltorzításaként tekint a közvetlen demokrácia erőltetésére, hiszen az amerikai alkotmány a tanácskozásra (deliberation) helyezi a hangsúlyt, amikor is a társadalmilag fontos döntéseket nem a többségi vélemények egyszerű összeadásával, hanem azok minden szempontra kiterjedő megvitatásával hozzák meg.²⁰ Véleménye szerint tehát az alapító atyák nem azért döntöttek a deliberatív demokrácia mellett, mert az akkori fejletlen tömegkommunikációs eszközök nem tették lehetővé a közvetlen demokráciát, hanem abbéli meggyőződésük okán, hogy a többségi véleményt meg kell szűrni, megfelelő intézmények és fórumok segítségével („az alapítók nagyon tartottak a nép haragjától és előítéleteitől”), következésképpen ha a mai újmédia lehetővé is tenné ezt a fajta irányítási módot, az cseppet sem kívánatos és üdvös a demokrácia szempontjából. (Amint már utaltunk is rá, nem ez az egyetlen eset az USA média-rendszerével kapcsolatos vitákban, amikor az alkotmány szellemét ellentétesen értelmezik az ellenérdekelt felek. Különösen kirívóak és lényegesek az első és második alkotmánykiegészítés értelmezése körüli ádáz csaták, amelyek lényegében sorsdöntőnek bizonyultak az amerikai gazdaság és demokrácia szempontjából, de jelentős hatással bírtak és bírnak a nyugati világ egészére is. Ezekre még visszatérünk.)

Továbbfűzve az alapítók deliberatív demokrácia iránti elkötelezettségéről szóló gondolatát, az amerikai társadalomban éppen ebből a célból őrizték az elmúlt századokban a köztérek nyilvános fórum funkcióját, azaz hogy ott bármely állampolgárnak joga van kifejteni a véleményét, a többi polgárnak pedig joga van (de nem kötelessége) azt meghallgatni, esetleg megvitatni a

¹⁹ Sunstein: i. m., 146.

²⁰ Sunstein: i. m., 42.

felszólalóval, vagy bárkivel, aki véletlenül vagy szándékosan arra jár. Azt hihetnénk, hogy miután a felgyorsult életmód és hajsza nyilván jócskán megtépázta ezt a kommunikációs módot, az internet ebből a szempontból is maga a megváltás. A világháló „utcáit” és „parkjait” sokan járják, a találkozási lehetőség újra adott, új lehetőségek tömege jelenik meg egy olyan világban, ahol az emberek egyedül ücsörögnek órákon át az autókban, rendelnek, és nem járnak bevásárolni, nem beszélve a társas szórakozásról, amelyet már végképp kiszorított az otthoni tévénézés. Az interneten tehát újra lehetséges idegenek „össze-futása”, beszélgetése és vitája – mi kellhet még? Sunstein szerint azonban van egy bökkenő: az emberek a neten jórészt nem „nyilvános parkokba” járnak, ahol véletlenül, akarva, nem akarva meghallgatják a hordószónokokat, még akár az övékkel ellentétes meggyőződésűeket is, hanem eleve szűrnek – tartalmat, helyet, társaságot, véleményt. Ennek pedig van néhány súlyosnak tűnő következménye.

„Az új technológiák – köztük határozottan az internet is – drasztikusan megnövelik az emberek képességét arra, hogy csak a saját véleményük visszhangját hallják és elszigeteljék magukat másoktól. Ennek egyik fontos eredménye a kiberkaszkádok létrejötte – ezek információcsere-folyamatok, ahol egy bizonyos tény vagy vélemény egyszerűen azért terjed el, mert látszólag oly sok ember elhiszi.”²¹

És ez még nem minden. A belterjes gondolatok a pszichológia által jól ismert csoportpolarizáció szabályai szerint még drasztikusan fel is erősödhetnek az ilyen visszhangkamrákban és kiberkaszkádokban. Vagyis politikai és ideológiai orientációtól függetlenül az egyes csoportokon belül a vélemények egyre inkább a szélsőséges nézetek felé mozdulnak el, amire már számos példát láthatunk az utóbbi évek történéseiben és trendjeiben. Az önmagukat fanatizáló csoportok között nincs átjárás, egymás véleményére nem kíváncsiak, kizárólag olyan linkeket osztanak meg maguk között, amelyeken szintén saját véleményükkel találkozhatnak. Egyedül akkor tesznek kivételt, ha azért hivatkoznak valamely ellentétes nézeteket valló weboldalra,

hogy az elrettentő példaként szolgáljon a saját nézet megerősítése, alátámasztása érdekében. Ez tehát azt jelenti, hogy hiába szabad, végtelen tér a világháló, ahol mindenféle nézet és információ megtalálható, a felhasználók többsége mindebből csupán azt választja ki, ami ízlésének, meggyőződésének megfelel, és alig hajlandó kimozdulni ebből a zónából. Vagyis azoknak, akik abban reménykedtek, hogy az internet majd valamiféle új Hyde Park lesz, ahol a járókelők belebotlanak az aktuális szónokokba, és akarva-akaratlanul meghallgatják a másféle véleményeket is, csalódnuk kell. Az internet kiválóan alkalmas arra, hogy különféle szűrők alkalmazásával személyre szabjuk a világhálóunkat, és csak azokkal a tartalmakkal és személyekkel találkozunk, amelyekkel/akikkel akarunk, amelyek/akik például nem zavarják a komfortzónánkat. Bár ebben a képességben óriási lehetőség van, és ez a céltudatos szelekció rendkívül hasznos az információ-áradatban, amely eláraszt bennünket, de az emberi kapcsolatok és a demokrácia szempontjából aggasztó is lehet. A személyre szabott világ elzár a többiektől, véletlen találkozások eleve nem jöhetnek létre, a visszhangkamrák, amelyekben mindenkitől csak a saját véleményemet hallom, megerősítenek a meggyőződésem igazát illetően, és egyre kevésbé leszek fogékony más szempontok, más vélemények megfontolására. Ez éppen ellentétes azokkal a várakozásokkal, amelyek az internettől a közösségi lét új, virágzó dimenzióit várták.

Persze mégis léteznek olyan helyek, ahová vitatkozni „járnak” az emberek. Az újságcikkek nyomán kialakuló végtelen kommentfolyamok azt mutatják, hogy adott esetben nagyon is aktívak a felhasználók, és nem restek a vélemények ütköztetésében. Azonban itt is elég nehéz egyértelműen pozitívan értékelni a mindennapi gyakorlatot, hiszen azt látjuk, hogy a legtöbb ilyen vita nagyon rövid időn belül eldurvul, a türelmetlen beszélőkre gyűlölködő komment a válasz, és gyakran a legalpáríbb vulgáritásba, szitkozódásba fullad a kommunikáció. Az ellentétes véleményt képviselő és hangoztató kommentelők kölcsönösen trolloknak nevezik, igen gyakran már a nicknév alapján beazonosítják egymást,

²¹ Sunstein: i. m., 49.

és akár az adott cikktől és tárgytól függetlenül ott folytatják az ádáz vitát, ahol legutóbb, más témában vagy akár más weboldalon abbahagyták. Nincs mit szépíteni: a névtelen (vagy álneven folytatott) kommentelés sokakból a legrosszabbat hozza ki, és a „szép új világ” a hozzá nem értés, a gyűlölködés, a céltalan gyalázkodás lehangoló színterévé válik. Nyilvánvalóan ez sem használ a közösségi létnek és a demokráciának.

Az internet azonban, bármennyire is független dimenzióknak tűnik, nem tudta megőrizni függetlenségét az üzleti szféra erőteljes támadásaival szemben. Az a doktrína, amely az információt ugyanolyan árucikknek tartja, mint a hamburgert és a mobiltelefont, a legalapvetőbb szabadságjogként próbálja eladni ennek az új világnak a kíméletlen bedarálását saját profittermelő mechanizmusába. A szabadpiac felkent papjai váltig állítják, hogy a fogyasztói vágyak korlátlan kielégítése egyenlő a szabadsággal, a piac gondoskodik arról, hogy a fogyasztó „azt kapja, amit szeretne”, és semmi szükség bármilyen egyéb szempont figyelembevételére. Ezen az ideológiai és morális alapon aztán az internet is szabad prédája lett a profittermelő hiénáknak, újabb, rafinált eszköze a fogyasztók manipulálásának, amivel a felhasználók mind nagyobb hányada szédül bele a megállíthatatlan fogyasztói mókuserékbe. (Külön figyelmet érdemel, hogy a tőkeerős nagyvállalatok beszállásával az internetbe valójában a felmagasztalt szabadpiac sem működik, a torzulások villámgyorsan kialakítják itt is a médiarendszer egyéb szektoraiban uralgó oligopóliumot.)

A média hatása az amerikai nemzeti identitásra

Az amerikai nemzeti identitás összetett konstrukció, és azt hihetnénk, mivel eleve több nemzet és kultúra együttélésén alapszik, nem lehet rá negatív hatással a multikulturalizmus, amely egyébként a történelmileg homogénebb európai országokban a legfinomabban szólva sem tűnik problémamentesnek. Az Amerikai Egyesült Államok amúgy az újabb kori gendermozgalmak szülőhazája is, amelyek a tradicionális társadalom teljes lebontásán fáradoznak, valamiféle hiperérzékeny, minden „másságot” toleráló (sőt

pozitív értelemben diszkrimináló), új, liberális társadalmi konstrukció megvalósítása érdekében. Hogy pontosan milyen is lenne ez a társadalom, senki sem tudja, hogy élhető, elviselhető lenne/lesz-e a valóságban, szintén nehezen megjósolható, de vannak rossz sejtéseink. Abból, ami eddig megvalósult belőle, annyi már látszik, hogy egy humor nélküli és az őszinte, konkrét beszédet és problémafelvetést szigorúan tiltó és szankcionáló, idegbajos légkör uralja majd. Szőke nős viccek nélkül talán még megleszünk (bár a többi vicctípus is veszélyben van, hiszen bárminek vagy bárkinek a kifigurázása megengedhetetlen, és alig képzelhető el olyan élcelődés, amely ne sértené valakinek az érzékenységet, amikor minden erre van kihegyezve), de a polkorrekt (PC) beszédmód alkalmatlan a valós problémák megfogalmazására, és ez egyben a fejlődés ellehetetlenülését is jelenti. Az olyan problémát, amelyet néven sem szabad nevezni, nyilván nem lehet hatékonyan megoldani, csak elkenni, szétmaszatolni.

Az amerikai nemzeti identitás pontosan azon szálak mentén kezd bomlani, amelyekből az alapító atyák összefonták, a fenti társadalmi törekvések és folyamatok pedig katalizálják ezt a bomlást. Mindebben igen nagy szerepet játszik a média: egykoron egy nemzetet csak a hatékony, klasszikus média segítségével lehetett összekovácsolni, most szétrombolása is ezen (bár erősen megváltozott eszközök) révén történik. Az írott sajtó meghatározó hatása az egységes nemzeti nyelv megteremtésében és a közös tapasztalatok, mítoszok elterjesztésében közismert; ezt a funkciót még évtizedekig a rádió és a televízió is meg tudta őrizni – legtovább ott, ahol a kereskedelmi média gőzhengere mellett sikerült megtartani a közszolgálati médiumokat is.

Az első csoportba tartozó, a hagyományos értékrendet mindenestől kiirtandó csökevénynek tekintő társadalmi mozgalmakról sokat írtak pró és kontra – a vitára a legteljesebb intolerancia és türelmetlenség a jellemző, a lövészárkok a lehető legmélyebbek és átjárhatatlanok. Sokan a nyugati civilizáció öngyilkos históriájának tartják ezeket a törekvéseket, mások a szép új világ eljövételét várják tőle. Samuel P. Huntington az előbbi csoporthoz tartozik, vitatott szerző, aki nek minden eddigi sorát tételesen és „tudomá-

nyosan” cáfolták már több könyvtárat is megtöltő ellenirodalomban. A cáfolatokkal nehéz vitába szállni, egy valamit nem tudnak megváltoztatni az ellenoldalon állók: a valóságot. A világ ugyanis (sajnos) egyre inkább hasonlít arra a vízióra, amelyet Huntington vázolt fel ezelőtt jó másfél évtizeddel. A megcáfolt „téves” teóriából eredő következtetések sorra, kínos módon, igaznak bizonyulnak. Huntington röviden listázza a hibákat, amelyeket a nyugati civilizáció – elsősorban önmaga ellen – elkövet: elharapózódó antiszociális viselkedés, a család mint modell elveszíti jelentőségét, szaporodnak a válások, a gyermekeket egyedül nevelő szülők aránya, demográfiai hanyatlás, csökken az önkéntes szervezetekben való tagság és munka, romlik a munkamorál és a tanulási hajlandóság, és így tovább. Európát szintén megrendítheti, ha központi összetartó eleme, a kereszténység meggyengül – míg például ebben az egyben az Egyesült Államok erősen tartja magát: inkább a vallás megújulásáról beszélhetünk.

„Az Egyesült Államokban sokkal közvetlenebb veszély fenyeget. Történelmileg Amerika nemzeti öntudatát a nyugati civilizáció történelmi öröksége és politikai hitvallása határozta meg, amivel az amerikaiak mindig is mélyen egyetértettek: a szabadság, a demokrácia, az individualizmus, a törvény előtti egyenlőség, az alkotmányosság és a magántulajdon tisztelete. A 20. század végén azonban a nemzeti öntudat kulturális öröksége és politikai alapköveit értelmiségiek és újságírók kicsiny, ám annál befolyásosabb csoportja vette koncentrált támadás alá. A multikulturalizmus nevében megkérdőjelezték a nyugati civilizáció örökségének létjogosultságát, kétségbe vonták az egységes amerikai kultúra létezését és faji, etnikai vagy más szubnacionális kulturális egységek, csoportok legitimitását hirdették.”²²

Ezek a szerzők kétségbeejtőnek nevezték az európai-amerikai monokultúra dominanciáját, mindenben csak annak bűneit látták, és szerintük a kiút, a megváltás csak a nem európai kultúráktól remélhető. Ennek jegyében az ezredfordulóra immár a kormányzatok politikai programjaiban is megjelenik a sokszínűség favorizálása az egységgel szemben.

A fentieket akár a konzervatívok szokásos mantrájának is tekinthetjük, és mint ilyet a szembenálló liberális nézőpontból nyugodtan zárójelbe is tehetnénk, hiszen ez utóbbiak törekvése nyilvánvalóan homlokegyenest ellentétes, és ami az előbbiek számára az élhető és elképzelhető világ végét jelenti, az emezeknek a kívánatos kezdet. Mégis az amerikai demokrácia iránt érzett aggodalom egyes liberális kutatókat is hasonló vészjelzések kibocsátására készítet. A fentebb már többször hivatkozott Cass R. Sunstein semmiképpen sem sorolható a konzervatív gondolkodók táborába, sőt a haladás és demokrácia elkötelezett híve, aki hisz az újmédia pozitív hatásaiban, a hálózati társadalomban, és erősen balról bírálja a hiperkommercializáció hálójában vergődő amerikai médiarendszert.

Sunstein amiatt aggódik, hogy az áttekinthetlenné vált információdömping elleni védekezés miatt, vagy éppen csak a nagyobb hatékonyság céljából, mind többen élnek a szűrés lehetőségével, és az ún. *közérdekű közvetítők* nem tudják ellátni feladatukat. Mindenki csak a saját érdeklődési köre szerinti információkra kíváncsi, és ha úgy tetszik, teljesen elzárhatja magát a közérdekű információktól. Ez egyrészt előidézheti a korábban már említett csoportpolarizáció és a kiberkaszkádok negatív hatásait, másrészt közvetlenül árt a demokráciának, mert az atomizálódott társadalomban nem lesznek közös tapasztalatok, közös élmények.

„Például nemzeti ünnepeink a nemzetalkotást segítik azáltal, hogy az összes állampolgárt egy időben gondolkodásra ösztönzik a mindenki számára fontos eseményekről. És ennél sokkal többet is lehetővé tesznek az emberek számára: azt, hogy sokféleségük mellett közös emlékeik és gondjaik legyenek.”²³

Igen ám, de az amerikaiak számára a nemzeti ünnepek már jó ideje nem jelentenek mást, csak munkaszüneti napot – panasolja Sunstein, és a közös élmény nem jön létre, az egységes nemzet eszménye egyre erodálódik, és nincsenek már közös élmények, tapasztalatok, amelyek a sokféle embert egy közös kultúrához kötnék, amelyek miatt honfitársaknak tekinthetnék egymást. (Vajon miféle kultúrához, tehetnénk fel cinikusan

²² Samuel P. Huntington: A civilizációk összecsapása és a világrend átalakulása. Bp., Európa, 2015, 526.

²³ Sunstein: i. m., 98.

a kérdést, amikor a hirdetések vezérelte média csak „azt adja az embereknek, amit szeretnének”, és az emberek többnyire csak szórakozni szeretnének, mégpedig azt is a legkönnyedebb, legkisebb szellemi erőfeszítést igénylő módon, vagyis fogyasztóként – a befektetők legnagyobb megelégedettségére – nem éppen a kultúrának nevezhető tartalmakat preferálják.)

A szabadság eszménye olykor furcsa ellentmondásokat produkál, ha a „szép új világ” víziójáról van szó. Amennyiben a teoretikusok meggyőző érveire hallgatunk, valójában el kellene hinnünk, hogy a nacionalizmus kora lejárt, a nemzetállamok hamarosan el fognak tűnni a történelem süllyesztőjében. A gond azonban ezúttal is a valósággal van: akármerre nézünk a világban, éppen ennek az ellenkezőjét látjuk. Olyan nagy országok és nemzetek, amelyekről azt hittük, hogy régen egységbe forrasztotta őket a kohézió, széthullottak vagy éppen széthullóban vannak. A nagy közös identitás helyett azt tapasztaljuk, hogy éppenséggel a legkisebb etnikai csoportok is felfedezték maguknak saját, akár már elfeledett (esetleg nem is volt?) identitásukat, és helyet keresnek maguknak a nap alatt – akár elmenve a szeparatista törekvésekig. A Szovjetunió széthullása ugyan ilyen szempontból nem volt meglepő, hiszen soha nem volt egységes nemzetállam, mégis számos olyan tanulsággal szolgál, amelyre érdemes lenne odafigyelnie a többi nagy államnak is. Ernest Gellner például határozottan felrója a szovjet vezetőségnek, hogy nagy hibát követett el, amikor az egyes tagköztársaságoknak túl nagy önállóságot adott, a többi között saját regionális képvisellel és anyanyelvű intézményrendszerrel. Hiányolja tehát a megfelelő szintű etnikai elnyomást (!), amely az ország hetvenéves fennállása alatt minden bizonnyal „megoldotta volna a kisebbségek kérdését”, és a kommunizmus bukása után a birodalom nem hullott volna szét tucatnyi vérmes nacionalista államra.²⁴ Meglehetősen furcsa álláspont egy liberális demokratától, és még furcsábbá válik, ha az Egyesült Államokra is megpróbáljuk kiterjeszteni. Ott ugyanis lényegében valami hasonló zajlik: a keresztény-fehér-európai-amerikai dominancia és az angol nyelv használata 300 éven át sike-

resnek bizonyult ahhoz, hogy Amerikát a népek olvasztótégelyének tekintsük, és belső problémái ellenére létezőnek fogadjuk el az amerikai nemzetet. (Erről valójában számos alkalommal tanúbizonyságot is tett, ha máskor nem, a háborúban, ahol az ellenkező álláspont nyilván nem is védhető.) Most azonban mintha repedések keletkeznének ezen a 300 éves építményen, a beépített kövek és téglák egyre inkább láthatóvá válnak, ahogyan a habarcs és vakolat mállani kezd. Miért? Az atomizált társadalomról és annak belülről bomlasztó szószólóiról már szóltunk. Talán nem tudják, valójában mit is csinálnak. A rétegérdekek túlhangsúlyozásával, a hagyományos értékek teljes lerombolásával valójában nem a szabadság és a demokrácia kiteljesedését szolgálják. Amikor a habarcs szétporlad, és kihullik a téglák közül, a folyamat már megállíthatatlan. Az alapító atyák egy sokszínű, sokféle elemből álló, de egységes nemzetről álmodtak, és egy ilyen társadalom alapjait vetették meg. A multikulturalizmus lehet csábító eszmény, de még az Egyesült Államok számára is halálos megosztottsággal fenyeget – figyelmeztet Huntington és még sokan mások. A demográfiai térképre vetítve ezek az USA széthullását előrejelző víziók egyáltalán nem tűnnek elrugaszkodott fantazmagóriáknak. Az angolul nem is beszélő, egyre számosabb hispán népesség jórészt olyan déli államokban él, amelyeket történelmi viszonylatban nem is olyan régen hódítottak el Mexikótól a „kék katonák”. (Éppen a 2016-os elnökválasztási kampány lózungjaira reagálva a mexikói elnök fel is vetette, hogy bizonyos körülmények között akár a visszacsatolás kérdése is felmerülhet.) Szintén a 2016-os év fejleménye, hogy felmerült egy önálló afroamerikai államszövetség létrehozása a feketék lakta államokból. Nyilván ha ilyesmi tényleg megtörténne, jogos a feltevés, hogy bizonyos északi államokban, ahol hagyományosan máris erősek a keresztény-fehér többségű és a Washingtonnal éppen a multikulturalizmust támogató álláspontja miatt kritikus szerveződések, szintén megjelenhet egy szeparatista válaszreakció. Meglehet, ezek a feltevések sokakat csak mosolygásra készítenek, és a világ leg-erősebb hadseregével, titkosszolgálatával stb.

²⁴ Ernest Gellner: A szabadság feltételei. Bp., Typotex, 2004

rendelkező államáról elképzelhetetlennek tartják, hogy területeket veszítsen vagy szétessen. Ami persze számos szempontból jogos, hiszen valóban elképzelhetetlen, hogy például Mexikó fegyveres konfliktusban visszavegye elhódított államait. Olyan forgatókönyv viszont elképzelhető, hogy bizonyos helyzetben akár maga az Egyesült Államok kormánya döntsön úgy, hogy pár száz kilométerrel „beljebb helyezze” a műszaki határzárát, amely a Mexikóból beözönlő illegális bevándorlók tömegeit próbálja feltartóztatni. Amint említettük, a Szovjetunió példája nagyon tanulságos lehet, hiszen annak spontán és ilyen gyors ütemű széthullását legtöbbször még közvetlenül az események előtt is a tündérmesék világába utaltuk volna.

A tanulmány fentebb olvasható része még Donald Trump elnökké választása előtt készült. Önmagában ez a sokak számára meglepő fejlemény máris hihetőbbé teszi az éppen kifejtett álláspontot. Hirtelenében nem csupán az említett etnikai közösségek, hanem más társadalmi csoportok képviselői is megtagadták az amerikai identitással való azonosulást. Persze tekinthetjük ezeket a sokszor teátrális megnyilvánulásokat figyelemfelkeltő, túljátszott véleménynyilvánításnak is, de valószínűleg tovább tágítják a meglévő repedéseket az amerikai identitás falában, és az sem kizárt, hogy újabbak hasadnak majd.

A populizmus

Érintettük már, mint az egyedül üdvözítő doktrína és társadalmi rend, a *haladás*, a *demokrácia*, a *piac*²⁵ bírálóinak habozás nélkül kijáró negatív bélyeget. Donald Trump győzelme az USA-ban és az Európában kibontakozó politikai és társa-

dalmi történés azonban hirtelen reflektorfényt vetettek azokra a folyamatokra, amelyekről eddig jórészt csak kevés, marginalizált vagy éppen stigmatizált kritikus írt vagy beszélt. Egyszerre kiderült, a „történelem végét” a jelenleg felkínált formában nem csupán a morgolódo értelmiségiek kis csoportja, hanem a tömegek sem fogadják el maradéktalanul. Siessünk leszögezni: nem a morgolódo, a közösségük, a kultúrájuk és az emberiség jövőjéért aggódó konzervatív értelmiség figyelmeztetése talált egyszerre meghallgatásra a tömegekben. Nem történt csoda, a végletesen elitellenes, morális és elemi közösségi kötődéseitől megfosztott, fogyasztóvá degradált, agyszibbasztó médián nevelt tömegek nem lettek egyszeriben öntudatos, tájékozott és elkötelezett polgárok. A jelenségben jócskán benne van mindaz, amit a populizmustól rettegők eddig is hangoztattak róla. A félelmek nem alaptalanok, ilyen értelemben legrosszabb álmunk vált valóra. Most már csak az a kérdés, képesek-e szembenézni az igazsággal: ők maguk idézték elő a földcsuszamlást. A konzervatív értelmiség vagy az ultraliberális doktrína bármely ellenzői és bírálói nem voltak képesek egy ilyen markáns társadalmi földindulást előidézni – még ha hallani is ilyen hangokat az ellenfél részéről. Azok jobbra maguk is csak pislognak, legfeljebb felsőhajtanak, és megállapítják, hogy „már ideje volt”. Az igazi előidézők azok, akik „túltolták a biciklit”, azaz akik nagyon hosszú ideje véleményterrorral nyomják el nem csupán a kritikusok, de a kisemberek minden megnyilvánulását, akik reklámmal, amorális médiahatalommal, szemét élelmiszerekkel és polkorrekt demagógiával etetik őket. Nem lesz könnyű belátni.

²⁵ Ebben az értelemben itt ezeket a szavakat valójában idézőjelek közé kellett volna tenni, azonban e szavak olyan fontos eszményeket képviselnek valódi, romlatlan jelentésükben, hogy nem kockáztathattuk az esetleges félreérthetőséget.