



**Társadalmi
Kommunikáció
Doktori Iskola**

TÉZISGYŰJTEMÉNY

Myat Kornél

**Kollaboratív-közösségi médiaelmélet
Participáció és közösségi együttműködés a késő-modern
médiakörnyezetben
című PhD-értekezéséhez**

Témavezető:

Dr. habil Bajomi-Lázár Péter
főiskolai tanár

Budapest, 2016

TÉZISGYŰJTEMÉNY

Myat Kornél

**Kollaboratív-közösségi médiaelmélet
Participáció és közösségi együttműködés a késő-modern
médiakörnyezetben**

című PhD-értekezéséhez

Témavezető:

Dr. habil Bajomi-Lázár Péter

főiskolai tanár

Tartalomjegyzék

1. Kutatási előzmények és a téma indoklása.....	5
2. Az értekezés céljai és a kutatásban felhasznált módszerek	6
3. Az értekezés felépítése.....	8
4. Az értekezés eredményei	9
4.1. A késő-modern médiakörnyezet főbb jellemzői.....	9
4.2. Kampány és participáció az online közösségi színtereken	10
4.3. Mozgalmak a késő-modern médiakörnyezetben	12
4.4. Kollaboratív, közösségi döntéshozatal	14
4.5. Kollaboratív-közösségi médiaelmélet (kiindulópontok)	16
5. Az értekezés eredményeinek felhasználhatósága	19
6. Az értekezés továbbfejlesztésének lehetséges irányai	20
7. Főbb hivatkozások	20
8. A témakörrel kapcsolatos saját (ill. társszerzős) publikációk jegyzéke.....	27

Ábrák jegyzéke

1. ábra. Az értekezés felépítése.....	8
2. ábra. A kollaboráció és participáció modellje.....	18

Táblák jegyzéke

1. tábla. A késő-modern médiakörnyezet hazai kutatói	5
2. tábla. A médiakörnyezetek főbb jellemzői.....	16

1. Kutatási előzmények és a téma indoklása

A késő-modern médiakörnyezet (kmm) társadalomtudományi keretben történő vizsgálata népszerű és termékeny kutatási területnek számít a kommunikáció- és médiakutatók körében (lásd az 1. táblát). Ez érthető, hiszen a 21. század médiahasználóit körülvevő interaktív, hibrid, konvergens és hálózatokba szerveződő médiumokból összeálló médiakörnyezet alapvető változásokat idéz elő, amelyek érintik a tartalmakat előállító médiaipar szerkezetét, szereplőit, illetve a médiatartalom előállítását és disztribúcióját.

A téma komplexitásából következik, hogy a média területét érintő széles spektrumú kutatások a kmm jelenségeit az intézményrendszeret érintő változások, a médiastruktúra, a tartalom és létrehozásának módja, a médiahasználó szerepe, a technológiai innovációk és azok társadalmi hatásának a szempontjából vizsgálják. Népszerű területnek a hálózati és az információs társadalom, az e-demokrácia és az e-közigazgatás, a copyright, az internet privacy-ügyek, az online aktivizmus, a médiapolgárság, a médiaerőszak, a politikai propaganda és az online döntéshozatal, a nyilvánosság új formái, az online újságírás és a blogoszféra, a digitalizáció, az interaktivitás, konvergens médiumok, a mobil technológia és az online közösségi színterek vizsgálata számít.

1. tábla. A késő-modern médiakörnyezet hazai kutatói

Vizsgált jelenség	Kutatói kérdés	Szerzők, műhelyek	Fontosabb művek
Médiainstítúciók szerepe	Decentralizáció, politika és média, médiagazdaságtan, médiajog, médiaszabályozás, e-demokrácia, propaganda, befolyásolás, manipuláció, médiapánik, médiaretorika	Aczél Petra, Bodó Balázs, Bajomi-Lázár Péter, Gálík Mihály, Polyák Gábor, Urbán Ágnes, Síklaki István, Sükösd Miklós	Aczél (2012); Bajomi-Lázár (2005; 2009; 2010); Cseh – Sükösd (1999) Gálík (2002); Gálík–Urbán (2010); Merkovity (2009; 2010); Polyák (2010); Síklaki (2008); Urbán (2000)
Technológiai változás és társadalmi átalakulás	Digitális átállás, mobilkommunikáció, internet, web 2.0, közösségi média, információs társadalom, állampolgári részvétel, e-demokrácia, közösségi problémamegoldás	ITTK/ MOKK, Dessewffy Tibor, Fehér Katalin, Nyíri Kristóf, Szakadát István, Pintér Róbert, Ropolyi László, Z. Karvalics László	Dessewffy (2002); Fehér (2015); Halácsy et al. (2007); Ropolyi (2006); Pintér (2007); Z. Karvalics (2007); Z. Karvalics–Dessewffy (2003)
Átalakuló médiastruktúra	Digitalizáció, konvergencia, hibridizáció, átalakuló médiumok: interaktív televízió, új, online, közösségi médiumok, nyomtatott sajtó vs. online újságírás	Bajomi-Lázár Péter, György Péter, Jenei Ágnes, Csígyó Péter	Bajomi-Lázár (2008; 2014); György (1998); Jenei (2006; 2008); Csígyó (2009)
Tartalomlétrehozás módja és megváltozó médiatartalmak	Blogoszféra, interaktivitáskonvergencia, tablodizáció, mémek médiarítusok	Antalóczy Tímea, Császi Lajos, Terestyéni Tamás	Antalóczy (2006); Császi (2002); Ughy (2007); Terestyéni (2006)

Médiahasználó megváltozó szerepe	Médiahasználó, médiapolgárság, media literacy, médiaerőszak, cyberbullyng, digitális identitás	Császi Lajos, Fehér Katalin, Tardos Róbert, Urbán Ágnes	Angelusz–Tardos (1998); Császi (2002); Fehér (2015); Urbán (2003)
Médiaelmélet	Tömegkommunikáció- kutatás, médiaelméletek, hatáskutatás, közönségkutatás	Bajomi-Lázár Péter, Hammer Ferenc, Terestyéni Tamás	Bajomi-Lázár (2005; 2008); Hammer (2006); Terestyéni (2006)

Forrás: saját gyűjtés

Értekezésem tárgya a késő-modern médiakörnyezet, amely érzékelhetően több fontos attribútumában eltér modern és posztmodern változataitól (lásd az 1. táblát).

Kiinduló hipotézisem szerint a késő-modern médiakörnyezetben nemcsak a médiatartalmak előállításának és disztribúciójának módja változott meg alapvetően – átalakítva a média klasszikus intézményrendszerét, a médiahasználó szerepeit és használati stratégiáit –, hanem a web 2.0-ás technológiára épülő online közösségi színterek révén a nyilvánosság új online terei jöttek létre. Ezek a színterek a különböző médiahasználói szükségletek (kommunikáció, szórakozás, tájékozódás) kielégítésén túl a médiahasználók participációja és közösségi együttműködése révén alkalmasak lehetnek társadalmi problémák, közügyek tematizálására és megoldására is.

Munkám a médiakutatás és a médiaelmélet eszköztárának segítségével kíván teljes és átfogó leírást adni a kmm meghatározó jelenségeiről. Középpontjában, hipotézisemmel összhangban a kmm online színterein megvalósuló közösségi együttműködés és participáció vizsgálata áll.

Disszertációm annyiban jelent kontribúciót a téma korábbi szakirodalmához, hogy attól eltérően a kmm online közösségi médiumait funkcionális szempontból, *kollaboratív, azaz együttműködésen alapuló közösségi színterekként* vizsgálja. A kutatás eredményeit felhasználva pedig megkísérli felállítani egy *kollaboratív-közösségi médiaelmélet* alapjait, amelyhez a kommunikáció rituális modelljének (Carey 1989/1992), a használat-kielégülés modelljének (Katz et al. 1974/2007) és a kommunikáció participációs elméletének (Horányi 2009) kiindulópontjait alkalmazza.

2. Az értekezés céljai és a kutatásban felhasznált módszerek

Értekezésem célja a kommunikáció- és médiakutatás hazai és külföldi szakirodalmának kritikai metaelemzésére, valamint félig strukturált szakértői interjúkra támaszkodva a kmm médiakutatói perspektívából releváns fő jelenségeinek feltérképezése és leírása.

A késő-modern médiakörnyezettel kapcsolatos alapkérdések komplexitásukból kifolyólag kizárólag technológiai vagy gazdasági változásként nem magyarázhatók. A kmm web 2.0-ás protokollra épülő online médiumainak elkülönített, a médiakörnyezetből kiragadott vizsgálata önmagában nem tudja kielégítően leírni a változásokat és azok társadalmi hatását. A kmm átfogó feltérképezéséhez egy olyan leíró elméleti keretben van mód, amely az adott társadalmi és kulturális környezettel kölcsönhatásban vizsgálja azt. Munkám a médiakutatás interdiszciplináris természetéből adódóan társadalomtudományos keretben, főként a kommunikáció- és médiatudomány, a szociológia és a politikatudomány diszciplínáinak felhasználásával vizsgálja a késő-modern médiakörnyezetet.

Az értekezésben elsőként a kmm részletes leírására vállalkozom. A kortárs szakirodalom kritikai metaelemzését elvégezve vizsgálom a médiakörnyezet intézményrendszerét, médiumait, azok fogyasztási trendjeit, a tartalom-előállítás és -disztribúció módját, valamint a médiahasználó szerepét. Arra a kérdésre keresek választ, hogy a médiakörnyezet technológiai adottságai és médiahasználati stratégiái *miként alakítják át* a média, a médiatartalom és a médiahasználó modern és posztmodern viszonyrendszerét, a média és a társadalom viszonyát a fejlett nyugati társadalmakban.

Másodsorban a vonatkozó szakirodalom metaelemzésére épülő elméleti hipotézisemet félig strukturált szakértői interjúkon és tartalomelemzésen alapuló empirikus vizsgálat alapján elkészített *három esettanulmány segítségével* teszteltem. Esettanulmányaim a közösségi együttműködés lehetőségét vizsgálják a 2014-es parlamenti választási kampányban, a Milla-mozgalom és az online mozgalmak, illetve a kollaboratív döntéshozatali platformok (*collaborative decision-making platforms*) elemzése révén.¹

Az értekezés harmadik fő célkitűzése a kmm kollaboratív, online közösségi színtereinek sajátosságait magyarázó médiaelmélet megalapozására irányul. A média modern, posztmodern elméleteinek metaelemzését követően a kommunikáció rituális modelljére (Carey 1989/1992), a használat-kielégülés modellre (Katz et al. 1974/2007) és a participációs kommunikációelmélet (Horányi 2009) problémaközpontú kiindulópontjára támaszkodva kísérlem meg a *kollaboratív-közösségi médiaelmélet* alapjainak meghatározását.

Az alábbi területek nem képezik munkám részét:

- A késő-modern médiakörnyezetet megalapozó technológiai folyamatok ismertetése, a médiumok technológiai hátterének bemutatása.

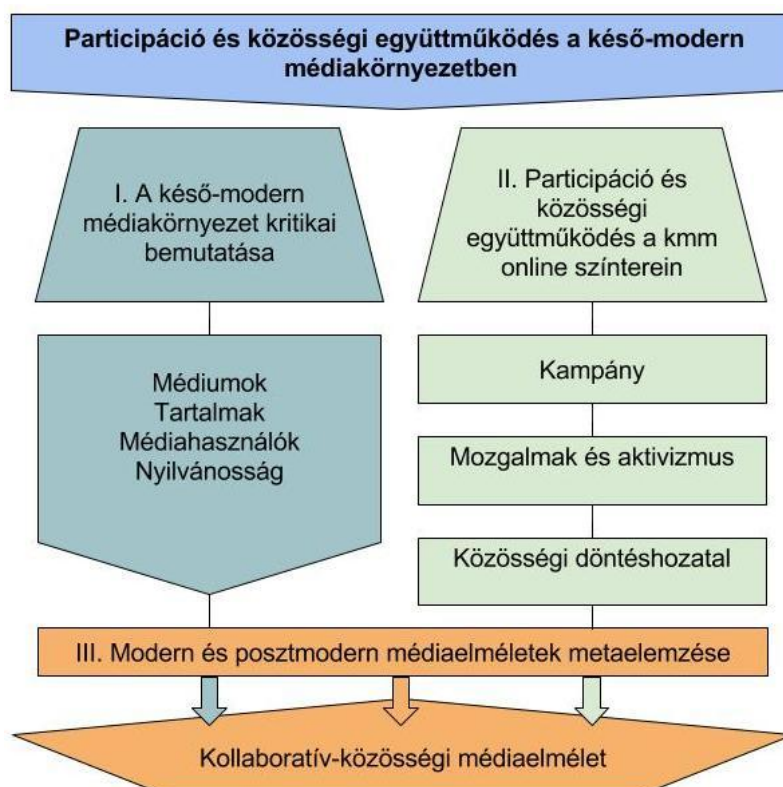
¹ A participáció és aktivizmus (7 interjú), kmm és kollaboratív döntéshozatal (collaborative decision-making) (5 interjú + 2 kérdőív), közösségi problémamegoldás (4 interjú).

- Az internet kiterjedt kutatási területének, kutatói kérdéseinek, szakirodalmának részletekbe menő feldolgozása.
- Az információs és hálózati társadalom, az e-demokrácia és e-közigazgatás jelenségének és elméleteinek részletes tárgyalása.
- A médiaelméletek teljes spektrumának metaelemzése.
- A nyilvánosság, a közvélemény, a demokrácia irodalmának kritikai feldolgozása.
- A politikaelmélet, a politikai kommunikáció elméleteinek átfogó feldolgozása.
- A médiaipar és a médiapiac gazdasági trendjeinek, folyamataink elemzése.
- A média és a hatalom bonyolult viszonyrendszerének szétszálazása.

3. Az értekezés felépítése

Az értekezés három fő tartalmi részre osztható. Az első tartalmi blokkban a kmm részletes vizsgálatával foglalkozom, elemezve a médiainstémények, a tartalom-előállítás, a tartalom, a médiahasználó és a médiahasználat, a technológia és a nyilvánosság területén bekövetkező változásokat.

1. ábra. Az értekezés felépítése



Az értekezés középső részében vezetői interjúkra és tartalomelemzésre támaszkodó esettanulmányok segítségével a kmm meghatározó online közösségi médiumainak szerepét vizsgálom a nyilvánosság szerkezetének átalakulásában. A vizsgálat fókuszába az alábbi kutatói kérdéseket helyezem: 1.) A kmm online közösségi szinterei elősegítik-e a demokratikus participációt, kollaboratív, közösségi döntéshozatalon alapuló nyilvánosság kialakulását? 2.) nyilvános platformjaik révén támogatják-e különböző médiahasználati igények kielégítése mellett a társadalom csoportjainak problémát jelentő közügyek közös megvitatását, megoldását? 3.) Az online közösségi médiumok, így vizsgálhatók-e késő-modern kollaboratív, közösségi szinterekként?

Az első esettanulmányban a Facebook szerepét vizsgálom a 2014-es magyarországi parlamenti választási kampányban, és válaszokat keresek arra a kérdésre, hogy a politikai kommunikáció miként, mire és milyen hatékonysággal használta az online közösségi szintereket.

A második tanulmány a Facebookon 2010 decemberében, Egymillióan a magyar sajtószabadságért (EMS) néven létrehozott, majd az offline térben 2011-ben és 2012-ben több tízezres bázist mozgósító kormányellenes demonstrációkat szervező Milla-mozgalom esetét dolgozza fel. A kollaboratív online közösségi szintereket mint a társadalmi részvételt és az online aktivizmust támogató eszközt vizsgálom.

A harmadik esettanulmányban a politikai participációt, a kollaboratív döntéshozatalt és véleménynyilvánítást elősegítő platformokat mutatom be, valamint elemzem az azok előtt álló fő kihívásokat.

Az értekezés harmadik fő tartalmi egysége a modern és a posztmodern médiakörnyezetek médiaelméleteinek metaelemzését tartalmazza. A munka célja a médiakörnyezet és a társadalom viszonyainak megragadása, a médiáról való gondolkodás mintáinak feltárása. A média modern, posztmodern elméleti lehorgonyzásainak mentén a kmm online szintereinek működését magyarázó *kollaboratív-közösségi médiaelmélet* megalapozásához keresek kiindulópontokat.

4. Az értekezés eredményei

4.1. A késő-modern médiakörnyezet főbb jellemzői

A médiastruktúra, a médiumokhoz kapcsolódó főbb trendek és a médiahasználati szokások, a médiatartalom és médiahasználó szerepe, valamint a nyilvánosság szempontjai alapján

elvégzett elemzés képet ad arról, hogy milyen főbb jellegzetességek mentén szerveződik a minket körülvevő késő-modern médiakörnyezet, és milyen lényegi problémák jellemzik.

A hibrid, konvergens médiumok hálózatából álló médiakörnyezet alapvetően online közösségi színterei révén jelent meghatározó változást a médiaipar egészére nézve, ami a klasszikus médiumok esetében azok szerepének megváltozását idézi elő.² A televízió, a rádió, a nyomtatott sajtó hibrid és konvergens tartalomszolgáltató platformokká válik, közös metszéspontjuk pedig a digitális, multimédiás tartalmakat áramoltató online közösségi színtereken található.

Az online szerepének fokozatos felértékelődése megváltoztatja a médiaipar szereplőit és a médiapiac összetételét, a jelentős régi típusú médiakonszernek mellett egyre nagyobb szerep jut a versengő tartalmak áramoltatását a médiahasználók közreműködésével végző, a saját területükön hegemon helyzetben lévő óriáscégeknek, mint a Facebook a Google és a Twitter. A cégek online közösségi színtereken az intézményes, professzionális tartalmak mellett a médiahasználók által létrehozott tartalmakat is áramoltatják. A médiahasználók pedig aktívan vesznek részt a tartalmak létrehozásában, fogyasztásában és terjesztésben is, az online színtereken aktív együttműködésükön alapuló médiahasználatuk által hitelesítve azokat, egyre korlátozottabb szerepet hagyva ebben a politikai és a gazdasági érdekcsoportok által felügyelt központi tartalom-előállító és hitelesítő intézményeknek.

Kutatásom során azt is megvizsgáltam, hogy a kmm globális trendjei milyen mértékben érvényesülnek a hazai médiapiacon. Az elemzés megmutatta, hogy a televízió szerepe továbbra is meghatározó, és az online médiahasználók is alapvetően passzív, befogadói attitűddel vesznek részt a tartalmak fogyasztásában (TNS-Hoffmann 2014). Az is tisztán kirajzolódott, hogy az alapvetően konzervatív médiafogyasztás egy kevésbé innovatív, politikai és gazdasági érdekcsoportok által befolyásolt, részben központosított médiarendszerrel párosul Magyarországon.

4.2. Kampány és participáció az online közösségi színtereken

Az online közösségi színtereken zajló 2014-es parlamenti választási kampány elemzése alapján összegzőképpen elmondható, hogy az elsősorban a Facebookon folyt, főleg fizetett hirdetésekre épült, a mért politikai erőviszonyokat jól tükrözte, az eszközök tekintetében

² Mindenképp fontos megjegyezni a globális trendek ismertetésénél, hogy a Föld lakosságának 60 százaléka, 4 milliárd ember továbbra is offline, nem rendelkezik interneteléréssel (World Bank 2016), így az állítások ennek fényében, főként a fejlett nyugati társadalmakra vonatkozathatóak. Emellett látni fogjuk, hogy komoly eltérések tapasztalhatók például a kelet-európai régióhoz tartozó magyar médiakörnyezet esetében is.

pedig konzervatív és alacsony intenzitású volt. A pártok és a politikusok teljes kampányaktivitása, kampányhoz való hozzáállása azok online közösségi médiakampányában is jól leképeződött.

2014 tavaszán a Facebook már nem számított sem új, sem innovatív, sem alternatív kampányeszköznek, azonban a hírek disztribúciójában betöltött szerepe miatt egyre jelentősebbé, nagyszámú használója miatt megkerülhetlenné vált.

A kampány eszközmixét szemügyre véve azt tapasztaljuk, hogy a kmm online közösségi színterei nem kaptak kiemelt szerepet a többi kampányeszköz mellett. Az online közösségi színterekkel kapcsolatos csodavárás megszűnt. Magyarországon továbbra is a televízió számított elsődleges médiumnak: ennek megfelelően a kampány az *outdoor* elemek (mint az óriásplakát és a *citylight*) mellett nagyrészt arra épült.

A kisebb pártok számára 2010-ben az online közösségi színterek használatával jelentkező előnyök, amelyek az innováció iránti nyitottságból, az ehhez társuló szakértelemről eredtek, mára eliminálódtak. A kis pártok nem is tudták megismételni az elődök sikerét.

A 2014-es magyarországi választási kampány elemzése megmutatta, hogy az online közösségi színterek nem működnek politikai kommunikációs csodafegyverként, amellyel választók tömegeit lehetne olcsón és hatékonyan manipulálni. Emellett marketingeszközként alkalmazva sem okoztak hatalmas áttörést.

A 2014-es választási kampány tanulsága az is, hogy a kmm online közösségi színterei Magyarországon nagyon korlátozottan működtek a nyilvánosság új szféráiként. A politikai szereplők egyike sem volt érdekelt abban, hogy a hatalmi alapon szervezett politikai diskurzusba bármilyen módon becsatornázza a választók véleményét. Ahogy a napi politika, úgy a kampány sem a közügyekről, az azokról való nyilvános, érvek mentén folytatott vitákról, a társadalmi egyeztetésekről szólt, így a nyilvános színterek is a politikai szereplők üzeneteinek szócsöveként funkcionáltak, az üzenetek recepciója pedig pártszimpátia alapján történt. Az online színtereken megnyilvánuló alternatív vélemények, viták, kezdeményezések csekély mértékben tudták tematizálni a politika napirendjét.

Ha az online közösségi színterek a kampányban áttörést nem is hoztak, folyamatosan alakítják a politikai szereplők és a választópolgárok viszonyát. A legfontosabb ilyen hatás a Facebookon és más online közösségi színtereken megvalósuló tartalomdisztribúció, amely az okostelefonok terjedésével párhuzamosan nagyon gyors és hatékony információáramlást eredményez a technológiával felszerelkezett, mindenhol jelenlévő online médiahasználók participációja és kollaborációja révén. A színterek így már az állampolgárok hatékonyabb tájékozódásának és egymással való kommunikációjuk, együttműködésük elősegítésével is

jelentősen fokozzák a nyilvánosság erejét (lásd például Rheingold 2002, Shirky 2010). Azonban szem előtt kell tartanunk azt a tényt, hogy a színterek a felhasználók tartalomfogyasztási szokásai alapján szűrik a számukra elérhető információkat, így bármely médiahasználó elkerülheti, hogy hírfalán az őt nem érdeklő, véleményével ütköző hírekkel találkozzon.

A másik médiahasználói aktivitással összefüggő jelenség az alternatív civil mozgalmakhoz és a kreatív médiahasználathoz kapcsolódik. A civilek az online közösségi színtereken szervezett akcióikkal esetenként az intézményesült pártokhoz hasonló méretű tömegek mobilizálására képesek. Ebben tudatos, proaktív kommunikációs stratégiáik és kreatív médiatartalmaik segítették őket. A Kétfarkú Kutya Párt és a Milla-mozgalom által előszeretettel használt mémek késő-modern multimédiás tartalomként gyorsan jutnak el az online médiahasználókhoz, a kampány során számtalan alkalommal adva muníciót az ellenzéki kommunikációs gépezetek számára.

4.3. Mozgalmak a késő-modern médiakörnyezetben

A disszertáció harmadik fejezetében az online mozgalmak főbb kérdéseit vizsgáltam több nemzetközi kezdeményezés és a Milla-mozgalom esetének elemzésén keresztül.

Az online közösségi színtereken létrejövő társadalmi kezdeményezések, az online aktivizmus (vö. *slacktivism*) előszeretettel kutatott területe a késő-modern médiakörnyezetnek. Az online közösségi színterek politikai, társadalmi hatásáról megoszlanak a vélemények. A technológia sikeres alkalmazhatóságát hangsúlyozók (lásd: Benkler 2011, Bowen 1996, Browning 2001, Couto 1999, Donk et al. 2004, Rheingold 2002, Shirky 2010) a kollaboráció, a közösségi együttműködés új színtereiben az állampolgári politikai részvétel és ezáltal a társadalom, valamint a demokrácia megújításának új eszközét látják. Howard Rheingold (2005) az új online kommunikációs színterek forradalmi szerepét emeli ki a kollektív együttműködésben, példaként a Wikipedia.org példáját hozza, amellel érvelve, hogy a versengés helyett bizonyos mértékű együttműködés kifizetődő lehet a résztvevőknek. Clay Shirky (2010) pedig a szabad forráskódú Linux közös fejlesztése során kidolgozott GitHub példájával szemlélteti azt, hogyan lehetne a politikai döntések meghozatalához eszközként használni a koordináció nélküli együttműködést (*cooperation without coordination*), amely olcsó és hatékony eszköze lehetne a részvétel biztosításának a demokráciában.

A skeptikusok vagy realisták ezzel szemben arra figyelmeztetnek, hogy az internet közösségi színterei csak korlátozottan alkalmasak e cél elérésére (lásd Papacharissi 2003,

2010, Morozov 2011, Tufekci 2012). Evgeny Morozov (2011) esettanulmányok segítségével akkurátusan cáfolja, hogy az új technológia instant módon elősegítené a társadalmak demokratizálódását, és azt állítja, hogy az internet olyan technológiai eszköz, amely egyaránt felhasználható forradalmárok és az autoriter kormányok szolgálatában is. Az online közösségi színterek (*social media*) nemcsak a társadalom demokratizálásának eszközei lehetnek, ahogy a nyugati társadalmakban gondolják, hanem diktátorok hatalmát is segíthetnek megerősíteni, ahogy ezt teszik például Kínában és Iránban.

Az biztosan állítható, hogy az információk villámgyors elterjesztésében és a mozgósításban hatékonyak az online közösségi színterek. A Twitter és Facebook, több fontos politikai akció és mozgalom létrejöttében játszott szerepet. Tanulmányok tucatjai dolgozták fel az egyiptomi The April 6 Youth Movement (2008), az Arab tavasz (2011), a spanyol Indignados-mozgalom (2011), az Amerikából indult Occupy (2011), az olasz Five Star kezdeményezésekben betöltött szerepét. Az említett mozgalmak látszólag eredményesen építették be eszköztárukba az online közösségi színtereket, az eszközök használatával eredményesen tudták megszervezni és mozgósítani az állampolgárok csoportjait. Tematizálták a *mainstream* médiát, annak segítségével pedig a politikai napirendet. A szervezők és mozgalmaik így átmenetileg politikai szereplővé váltak, akik hatást tudnak gyakorolni az éppen aktuális politikai napirendre, gyengítve, átértelmezve a politikai erőterben aktuálisan jelenlévő hatalomgyakorlók monopóliumát. Az előzőekben felsorolt nemzetközi mozgalmakkal kapcsolatos tapasztalatok elemzése, a Milla-mozgalom esetének feldolgozása, a mozgalom szervezőivel és aktivistáival készített interjúim mind megerősítették, hogy a kmm online közösségi színterein létrehozott (például Facebook-események, -csoportok, -oldalak), nem képesek önállóan – a médiahasználók erre vonatkozó törekvése nélkül – átalakítani az aktuális politikai kultúrát és annak demokratikus intézményrendszerét. Az online közösségi színtereken csak szórványosan alakulnak ki politikai szempontból releváns viták, akciók, így csak korlátozottan valósulhat meg a habermasi értelemben vett közügyekről szóló nyilvános vita, azaz a polgári nyilvánosság ideája.

Az online színterek azonban kibővítik a média által korábban biztosított nyilvánosság terét és a médiahasználók participációjának lehetőségeit. Lehetővé teszik, hogy az online színterek aktív médiahasználói kollaboratív, közösségi médiahasználati stratégiáik révén – ahogy az online szerveződő Milla-mozgalom példáján láthattuk – egy társadalmi téma, közügy mentén szerveződő csoportokat hozzanak létre és működtessenek. Így következtetésként kijelenthetjük, hogy a médiahasználók médiahasználati stratégiái határozzák meg döntően az online színterek felhasználhatóságát.

Az online szerveződő kezdeményezések egy megfelelő súlyú és közérdeklődést kiváltó ügy mentén (lásd például a Netadó-tüntetések), az ügyben érdekelt (/té tett) aktív médiahasználók együttműködése révén, egy megfelelő politikai környezetben alkalmasak lehetnek az online közösségi színtér kereteiből kitörve a *mainstream* média tematizálásával a közvélemény és a politikai napirendjének alakítására.

Az online színtereken gyorsan mozgósítható, de laza kötődésű és gyenge elköteleződéssel jellemezhető tömegek (vö. *slacktivism*) részvételével megvalósított akciók (lásd a Milla-mozgalmat és az internetadó elleni tüntetéseket) csak akkor fordíthatók át valódi hatást előidéző politikai cselekvésre, ha a mozgalmak képesek professzionalizálódni. Ez azonban nagyon ritkán valósul meg, és gyakoribb a kezdeményezések felbomlása, az akciók gyors kimerülése (lásd Tufekci 2012).

A Milla-mozgalom esetében annak gyors felfutását a társadalmi feszültség magas foka, a közös ellenségkép, a protestalapon szerveződő heterogén támogatói bázis segítette. Gyors erodálódásában pedig az játszott szerepet, hogy a szervezet önmeghatározása szerint egy többféle érdeket képviselő platformból elmozdult, majd betagozódott egy jól körvonalazható baloldali értékrendet képviselő politikai irányzat alá. Ezzel a lépéssel feladta független platform jellegét és ezzel egy időben elveszítette támogatói bázisának jelentős részét. Online bázisa annyira maradt elég, hogy a formálódó ellenzéki összefogásban a Bajnai Gordon-féle Együtt 2014 és az LMP-ből kiváló Párbeszéd Magyarországért (PM) mellett a mozgalom alapítója, Juhász Péter is helyet kapjon. A tovább bővülő ellenzéki összefogásban a Milla-mozgalom súlytalanná vált, míg végül a választási szereplés kudarcát követően egy 2014. március 30-ai, az egyesület tagjai által fogalmazott közlemény szerint feloszlatta önmagát.

A Milla-mozgalom végső felbomlásában nagy szerepe volt annak, hogy a protestalapon szerveződő heterogén tömegbázis nem talált megfelelő közös célt. A mozgalom nem tudott közösen megfogalmazódó értékek mentén, professzionális szervezeti háttérrel és szakembergárdát kiépítve intézményesülni, így önálló politikai erővé válni Magyarországon.

4.4. Kollaboratív, közösségi döntéshozatal

Az értekezés harmadik esettanulmányában a kmm online közösségi színtereinek lehetséges szerepét, az állampolgári részvételt, valamint a kollaboratív döntéshozatalt és a közügyek közösségi megoldását lehetővé tevő kollaboratív döntéshozatali platformok (*collaborative decision-making platforms*) esetében vizsgáltam. Céлом az aktuális magyar helyzet feltárása és a tapasztalatokból leszűrhető problémás pontok feltérképezése volt.

A kmm részletes elemzése alapján látható, hogy a továbbra is kiemelt pozíciójú, a rendszerváltás óta folyamatosan különböző érdekeltségű politikai elitek által irányított *mainstream* tömegmédiá mellett a főleg társas, szórakozási, tájékoztatói szükségletet kielégítő, esetenként mozgósításra és eseményszervezésre sikerrel használható, azonban valódi participációt korlátozottan lehetővé tevő online közösségi színterek is csak mérsékelten adnak teret a politikai vélemények kifejezésének, a közügyekről folyó vitáknak. Ezzel szemben a kollaboratív döntéshozatali platformok, olyan speciális online közösségi színterek, amelyek elősegítik a részvételt, az állampolgári vélemény-kifejezést és a közösségi döntéshozatalt.

A nemzetközi kollaboratív döntéshozatali platformok között több olyan nyílt forráskódú mutáció működik, amelyet sikerrel alkalmaztak fontos kollaboratív döntéshozatali folyamatokban. Például az argentin DemocracyOS-t a tunéziai alkotmányozási vita, illetve a mexikói szövetségi kormány a nyílt kormányzás policy kidolgozása során alkalmazta. A Citizen Foundation által működtetett Your Priorities platformot Jón Gnarr, Reykjavík polgármestere a város közösségi működtetéséhez, a Delib platformot a skót kormány a függetlenedési népszavazásról való konzultációhoz vette igénybe.

Az esettanulmányban részletesen vizsgált, 2015 júniusában Magyarországon a DemocracyOS klónjaként debütált EVoks, a közügyek közösségi megoldására létrehozott platformok (például Populus.hu, Miutcánk.hu, Járókelő) rövid ideje működnek ahhoz, hogy messzemenő következtetéseket vonjunk le velük kapcsolatban. Az azonban jól látható, hogy a kollaboratív döntéshozatali platformok által elérendő, a jelenleginél részvételibb demokratikus berendezkedés megvalósításához az új technológia által kínált eszközök önmagukban nem lesznek elegendők. Ehhez a participációt ösztönző állampolgári öntudat, valamint a politikai kultúra megváltozása szükséges, ami jelen körülmények között mind az állampolgárok, mind a civil szféra, mind pedig a politikai szereplők elé új és komoly kihívásokat állít.

Az online platformok használatának elterjedése – hasonlóan az online társadalmi és politikai kezdeményezésekhez – több tényező kedvező együttállásától függ. Általában elmondható, hogy szükséges egy megfelelő politikai környezet és egy megfelelő ügy, amely beindítja a folyamatokat. Az állampolgárok közösségi együttműködését és participációját a motiváció és a korábban ismertetett tényezők mellett számos más adottság is befolyásolja. Hatással van rá egyebek között az adott közösség életszínvonala, iskolázottsága, a politikai struktúra és a civil társadalom fejlettsége, hogy csak a legfontosabbakat említsem.

A platformok jövője azon múlik, hogy sikerül-e egy kritikus tömeget bevonva és/vagy a média fősodratá tematizálva hatást gyakorolniuk az aktuális társadalmi és politikai

diskurzusra, ezzel a politikusok figyelmét ráirányítani az online (és offline) eszközök révén az állampolgárok akaratára, vagy érdektelenségbe fulladva, stabilizálói lesznek a meglévő politikai intézményrendszernek. Az biztosan állítható, hogy aktív, tudatos, saját magáért tenni akaró, együttműködni képes állampolgárok nélkül bármely online eszköz haszontalan.

A magyarhoz hasonló hagyományos képviseleti demokráciára épülő politikai rendszerben, ahol a passzív és kiábrándult állampolgárok és a tőlük eltávolodott politikai elit nem érdekelt a participáció előmozdításában, egy erős civil szféra lehet hatékony katalizátor. A politikai részvétel alapját jelentő közösségi együttműködés készségeinek elsajátításához, kultúrájának kialakításához nélkülözhetetlen a helyi igényekhez igazított, jó gyakorlatokra épülő edukáció és közösség-szervezés (*community organizing*). Az állampolgárok motivációjának, bizalmának helyreállítását célzó projektek nélkül a kollaboratív döntéshozatalt segítő platformok nem érhetnek el kellő határfokot, csupán szűk réteg számára testesíthetik meg az alternatív ellenállás egyik, önmagában nem túl hatékony módját.

4.5. Kollaboratív-közösségi médiaelmélet (kiindulópontok)

A kmm online közösségi szinterei kapcsán az értekezésben feltárt főbb jelenségek kielégítő magyarázatához nem elegendők a korábbi, főként a televízió médiumára épülő teoretikus megközelítések (lásd 2. tábla). Az online közösségi szinterek működésének leírásához szükség van egy új *kollaboratív-közösségi médiaelmélet* kidolgozására. A negyedik fejezetben ennek alapvonalait kíséreltem meg lefektetni a kmm-nek az értekezésben feltárt fő jellemzőire és a korábbi médiakörnyezetek elméleteinek metaelemzésére támaszkodva. Hangsúlyozottan lehetséges kiindulópontok kijelöléséről van szó, az elmélet kidolgozásához további kutatómunka szükséges.

2. tábla. A médiakörnyezetek főbb jellemzői

	Modern médiakörnyezet (ősmédia)	Posztmodern médiakörnyezet (neomédia)	Késő-modern médiakörnyezet (hipermédia)
Meghatározó médium	Őstelevízió (Eco 1992)	Neotelevízió (Eco 1992) kereskedelmi televízió, tematikus televízió	Hibrid, összekapcsolódó, konvergens médiumok: pl. internet és televízió
Befogadó	Passzív, kiszolgáltatott, motiválatlan befogadó	Jelentéstulajdonító, a tartalmak között válogató, motivált fogyasztó	Tartalomlétrehozó, tartalommegosztó, szelektáló, motivált médiahasználó
Kutatás és elméletek fókusza	Médiahatás és tömegkultúra-kritika	Korlátozott hatás, szemiotika, cultural studies, befogadásvizsgálatok	Médiahasználat stratégiai
Jellemző tartalom	Központilag szabályozott, ideologikus, kulturális	Kereskedelmi, populáris	Komplex, hibrid, populáris

Valóság	A média valósága a külső objektív valósághoz viszonyított	A média nem az objektív valóságot mutatja be, hanem egy keretet kínál, amelyet a befogadó motiváltságának, azonosulásának függvényében tölt fel jelentésekkel.	A médiahasználó konstruálja meg a különböző médiatartalmakból és az őt körülvevő társadalmi és kulturális jelentésekből
Elméleti környezet	Marxista kritikai irányzat (frankfurti iskola), (poszt) strukturalista elméletek, klasszikus befogadáskutatások	Cultural studies (birminghami iskola); rituális kommunikáció, közönség- és recepciókutatások	Lehetséges kiindulópontok: „aktív” befogadót feltételező posztmodern megközelítések, a performatív hatás elmélete, a birminghami iskola kritikai megközelítése, közönség és recepciókutatások
Fontosabb elméletek	Lövedékelmélet (Lasswell 1927), kultivációs elmélet (Gerbner 1969/2000), napirend-elmélet (McCombs – Shaw, 1972), használat–kielégülés-modell (Katz et al. 1974/2007), framingelmélet (Herman – Chomsky 1988)	Kódolás–dekódolás-modell (Hall 1980), performatív hatás-modell (Dayan és Katz 1992)	
Kommunikációs modell	Transzmissziós	Rituális	Rituális, participáción, kooperáción alapuló

Forrás: Myat (2010)

A *kollaboratív-közösségi médiaelmélet* a késő-modern médiakörnyezet online közösségi színtereinek vizsgálatához kíván elméleti kiindulópontokat adni.

Az elmélet kiindulópontja szerint a kmm online színtereit meghatározó fő motívum a kollaborációban, a médiahasználók közösségi együttműködésében ragadható meg (lásd 2. ábra). Ez a kooperatív és kompetitív stratégiák mentén megvalósuló kollaboráció jellemzi a médiaipar átalakulását, a médiahasználók egymás közti, valamint a tartalmakhoz kapcsolódó viszonyát, az információ és egyéb médiatartalmak disztribúcióját, az online színterekre épülő közösségi gazdaság (*sharing economy*) vállalkozásainak működését (például Uber, Airbnb). Megnyilvánul a hírek terjesztésében, például egy katasztrófát követően a médiahasználók által készített és a Twitteren, Facebookon, Instagramon megosztott fotók, videók pillanatok alatt jutnak el az online médiahasználók millióihoz, megelőzve az intézményes, *mainstream* médiát. A médiatartalmak megosztásában, például a Facebookon megosztott professzionális tartalmak, online portálok híreinek megosztásaként, vagy multimédiás tartalommegosztó oldalakra (például Torrent) feltöltött és nagyszámú csatlakozott felhasználó számára legálisan vagy illegálisan letölthetővé tett tartalmak formájában.

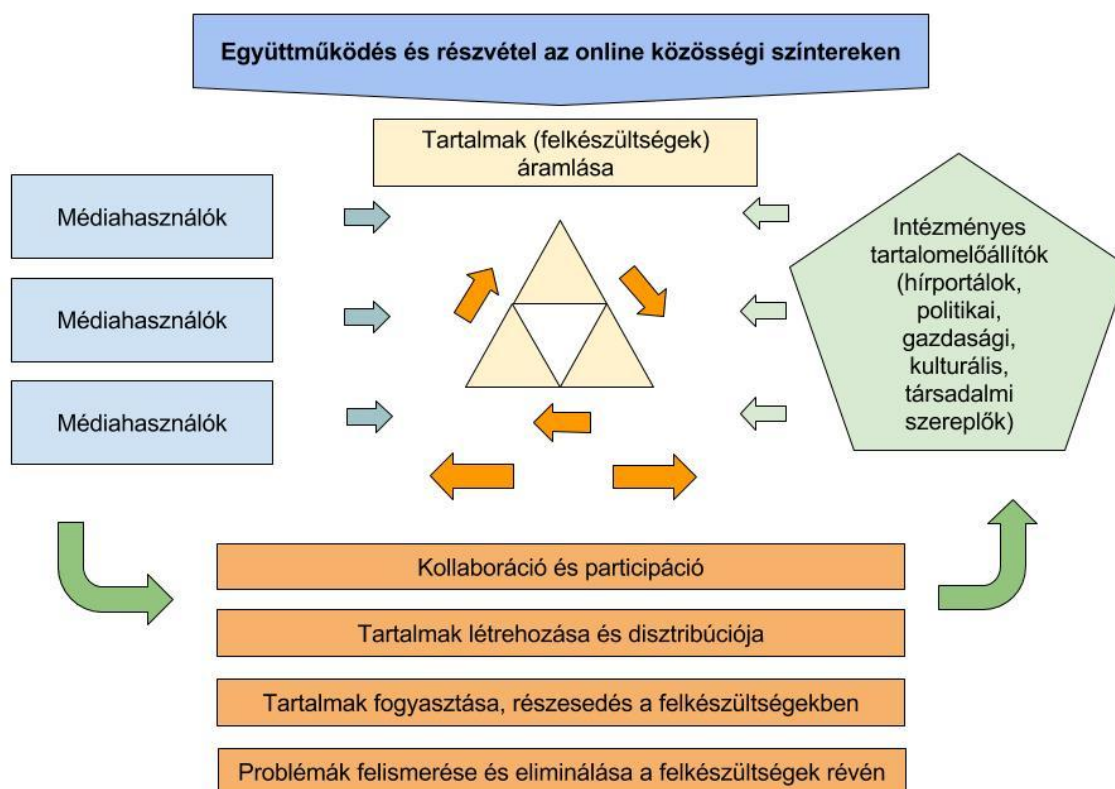
De ez a közösségi együttműködés működteti az értekezésben elemzett politikai participáció online változatait is, az online szolidaritás kifejezésének jelenségeitől (például a párizsi merényletet követően francia trikolorra cserélt profilképek) a közösségi együttműködés különböző formáin át (például elveszett személyek, házi kedvencek

megtalálását célzó posztok, online petíciók benyújtása) a társadalmi és politikai akciók szervezéséig.

A médiahasználók kollaborációjára, közösségi együttműködésére épülő funkcionális, leíró és nem normatív *kollaborációs-közösségi médiaelmélet* fő állítása szerint a kmm online szinterei információk, tudások, értékek, attitűdök, kognitív sémák, röviden felkészültségek áramoltatását (elérhetővé tételét) végzik interaktív, multimédiás, platform független médiatartalmak formájában.

A tartalmak (felkészültségek) disztribúciója a média szinterein a médiahasználók aktív közösségi együttműködésével és részvételével történik. A médiahasználók saját felkészültségeik (szocializáció során elsajátított kulturális kódok, öröklött és tanult értelmezési keretek, sémák), szükségleteik (lásd használat–kielégülés-modell: Katz et al. 1974/2007) alapján vesznek részt a kulturális tartalmak cseréjében.

2. ábra. A kollaboráció és participáció modellje



A médiahasználat célja a felkészültségekben kódolt kulturális javakban való részesedés, azok megosztása a kommunikáció révén a médiahasználók között, amiben a kmm médiumai ritualizált tartalmak áramoltatásával vesz részt. A médiatartalmak jelentése nem eleve adott, azokat és azok jelentését a médiahasználó meglévő felkészültségeinek (például fizikai

adottságának; percepció, kognitív stb. képességeinek, valamint a kulturális kód szocializáció során elsajátított tudásának) függvényében hozza létre a kollaboratív, közösségi médiahasználat során (a médiahasználó szerepét a jelentés létrehozásában lásd rituális kommunikáció modellje Carey 1989/1992).

A médiahasználó a kollaboratív, közösségi médiahasználati stratégiák révén az egymás között megosztott felkészültségek (médiatartalmak) révén különböző szükségletei (például társas, tájékozódási, szórakozási) kielégítése mellett individuális és közösségi problémák felismerésére és eliminálására képes individuálisan és együttműködve más médiahasználókkal, csoportokkal, intézményekkel (lásd Horányi 2009). Ez az alapja az online aktivizmusnak és a színtereken létrejövő közösségi kezdeményezések, illetve mozgalmak működésének. Az ilyen online kollaboratív, közösségi formációkban az ágensek egymással lazán kapcsolódó tagjai képesek együttműködni (kooperatív és kompetitív stratégiákat követve) egy közös cél érdekében, amely az offline térben található kollektív ágensekre (politikai és gazdasági szereplőkre) és azok rendszereire is képes hatást kifejteni, például a *mainstream* média közvetítésével, így képes a politikai napirendjét is befolyásolni.

5. Az értekezés eredményeinek felhasználhatósága

A kmm jelenségeinek feltérképezésével, és azokat egy kortárs keretben magyarázni képes *kollaboratív-közösségi médiaelmélet* alapvonalainak lefektetésével szeretnék előmozdítani egy termékeny párbeszédet, amely új alapra helyezheti a médiáról való tudományos gondolkodást. Segít a médiakutatás új kérdéseinek és módszereinek meghatározásában, emellett a médiakutatást meghatározó modernista konstrukciók lebontásában, amelyek egyaránt meghatározzák a médiáról folyó közbeszédét és a politikai döntéshozók gondolkodását is.

Ugyanakkor a kmm online közösségi színtereinek empirikus kutatásával és annak jelenségeit magyarázni hivatott *kollaborációs-közösségi médiaelmélet* kereteinek kijelölésével szeretnék naprakész ismereteket adni a kmm online eszközeinek működéséről a kollaboratív döntéshozatalt, a részvételi demokráciát előmozdítani kívánó, a közügyek közösségi megoldásában érdekelt állampolgárok, civilek és egyéb intézmények számára.

6. Az értekezés továbbfejlesztésének lehetséges irányai

Dolgozatom továbbfejlesztését a következő területeken látom lehetségesnek:

- A késő-modern médiahasználat stratégiáinak empirikus, kvalitatív és kvantitatív vizsgálata (nemzetközi és hazai összehasonlító vizsgálatok).
- A közösségi együttműködés kompetitív és kooperatív stratégiáinak vizsgálata, összehasonlító elemzése a médiahasználat során.
- Az online színtereken létrejött nemzetközi társadalmi mozgalmak utóéletének feldolgozása esettanulmányok formájában.
- Az online aktivizmus jelenségének empirikus vizsgálata, esettanulmányok beépítése.
- A kmm online színterein jelenlevő negatív előjelű jelenségek vizsgálata (*copyright* és *privacy*-ügyek, *cyberbullying*, *hacktivism*, *cyberterrorism*).
- A médiakörnyezeteket befolyásoló társadalmi, kulturális, politikai és gazdasági környezetek viszonyrendszerének feltérképezése, a különböző médiakörnyezetek sajátosságainak összehasonlító vizsgálata (globális, európai és nemzeti szinten).
- A *kollaboratív-közösségi médiaelmélet* továbbfejlesztése, finomítása, alkalmazhatóságának tesztelése.

7. Főbb hivatkozások

- Anderson, J. A. [2005]: *A kommunikációelmélet ismeretelméleti alapjai*. Typotex, Budapest.
- Angelusz R. [1995]: *Kommunikáló társadalom*. Ferenczy, Budapest.
- Angelusz R. – Tardos R. [1998]: Médiahasználat vagy médiafogyasztás? A televíziónézés egy empirikus tipológiája. *Jel-Kép*, 3. sz. 3–23.
- Angelusz R. – Tardos R.- Terestyéni T. (szerk.) [2007]: *Média–nyilvánosság–közvélemény*. Gondolat, Budapest.
- Antalóczy T. [2006]: *Szomszédok közt. Szappanoperák az ezredforduló Magyarországon*. PrintXBudavár, Budapest.
- Austin, J. L. [1990]: *Tetten ért szavak*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Babbie, E. [2000]: *A társadalomtudományi kutatás gyakorlata*. Balassi, Budapest.
- Bajomi-Lázár P. – Horváth D. [2013]: The continued relevance of the concept of propaganda: Propaganda as ritual in contemporary Hungary. *Global Media and Communication* vol. 9 no. 3. 219–237.

- Bajomi-Lázár P. [2005]: A politika mediatizálódása és a média politizálódása. *Médiakutató*, tavasz, 39–51.
- Bajomi-Lázár P. [2008]: *Média és társadalom*. PrintXBudavár Zrt. – Médiakutató Alapítvány, Budapest.
- Bajomi-Lázár P. [2009]: A politikai propagandától a politikai marketingig. *Médiakutató*, nyár, 41–49.
- Bajomi-Lázár P. [2010]: *Média és politika*. PrintXBudavár Zrt. Budapest.
- Bajomi-Lázár P. [2014]: *How internet changes journalism: some trends in the 'West' and East'*. In: Aukse B. – Epp L. – Michal G. (szerk.) [2014]: *Media and Journalism in Central and Eastern Europe*. Peter Lang International Academic Publishers, Bern, 61–77.
- Bajomi-Lázár P. [2014]: *Party Colonisation of Media in Central and Eastern Europe*. CEU Press, Budapest–New York.
- Bajomi-Lázár P. [megjelenés alatt]: *Journalism as Transmission and as Ritual. The Dualism of Neutrality-seeking and of Engaged Journalism in Central/Eastern Europe*. Kézirat.
- Barberá, P. – Wang, N.- Bonneau, R. – Jost, J. T. – Nagler, J. – Tucker, J. – Gonzáles-Bailón, S. [2015]: *The Critical Periphery in the Growth of Social Protests*, <http://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0143611>, [utolsó letöltés: 2016. II.3.] doi: 10.1371/journal.pone.0143611
- Beck, U. –Giddens, A. – Lash, S. [1994]: *Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order*. Blackwell.
- Benkler, Y. [2011]: *The Penguin and the Leviathan: How Cooperation Triumphs over Self-Interest*. Crown Business.
- Béres I. – Horányi Ö. [szerk. 2001]: *Társadalmi Kommunikáció*. Osiris, Budapest.
- Boorstin, D. J. [1961]: *The Image. A Guide to Pseudo-Events in America*. Atheneum, New York.
- Bourdieu, P.[2001]: *Előadások a televízióról*. Osiris, Budapest.
- Bowen, C. [1996]: *Modem Nation: The Handbook of Grassroots American Politics Online*. Random House, New York.
- Browning, G. [2001]: *Electronic democracy—using the internet to transform American politics*. Information Today, Inc.
- Brunczel B. [2010]: *Modernitás illúziók nélkül*. L'Harmattan, Budapest.

- Carey, J. W. [1989/1992]: *Communication as Culture. Essay on Media and Society*. Routledge, London–New York.
- Castells, M. [1996/2005]: *A hálózati társadalom kialakulása*. Gondolat – Infónia, Budapest.
- Cohen, B. C. [1963]: *The press and foreign policy*. Princeton University Press, Princeton.
- Couto, A. R. [1999]: *Making Democracy Work Better: Mediating Structures, Social Capital, and the Democratic Prospect*. The University of North Carolina Press.
- Crossley, N. – Roberts M. J. (szerk.) [2004]: *After Habermas. New Perspectives on the public sphere*. Blackwell Publishing. Oxford.
- Curran, J. [2010]: A média és a demokrácia kapcsolatának újragondolása. In: Polyák Gábor (szerk.) [2010]: *Médiapolitikai szöveggyűjtemény*. AKTI – Gondolat, Budapest. 338–378.
- Császi L. [2002]: *A média rítusai*. Osiris, Budapest.
- Császi L. [2003]: A média tabloidizációja és a nyilvánosság átalakulása. *Politikatudományi Szemle*, 2. sz. 157–172.
- Császi L. [2008]: Médiakutatás a kulturális fordulat után. *Médiakutató*, ősz. 93–108.
- Csigó P. [2009]: *A konvergens televíziózás*. L'Harmattan, Budapest.
- Damiris, N. – Wild, H. [1997]: *The Internet: A New Agora?*
http://topologicalmedialab.net/xinwei/pub/img/sources/Damiris/Internet-A_New_Agora.pdf (utolsó letöltés: 2015. III. 12.)
- Dayan, D. – Elihu K. [1992]: *Media Events: the Live Broadcasting of History*. Harvard University Press. Cambridge, Mass.
- De Fleur, M. [1966]: *Theories of Mass Communication*. McKay, New York.
- Dessewffy T. – Gayer Z. [1999]: A múltékony kép jármában, avagy van-e szabadság a képernyő előtt? *Replika*, 38. 19–87.
- Dessewffy T. [2002]: Az információs társadalom lehetőségei Magyarországon. *Médiakutató*, tavasz, 105-114.
- Dijk, J. V. [2007]: A hálózati társadalom – Az új média társadalmi vonatkozásai. In: Halácsy P. – Vályi G. – Wellman, B. (szerk.) [2007]: *Hatalom a mobiltömegek kezében*. Typotex Kiadó, Budapest.
- Donk, W. B. H. J. Van De – Loader, B. D. – Nixon, P. G. – Rucht, D. (szerk.) [2004]: *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*. Routledge.

- Downs, A. [1957/2000]: Politikai cselekvés a demokráciában: Egy racionális modell. In: Felkai G., Némédi D., Somlai P. (szerk.) [2000]: Szociológiai irányzatok a XX. században. Új Mandátum, Budapest.
- During, S. (ed.) [1993]: *The Cultural Studies Reader*. Routledge, London.
- Eco, U. [1992]: *Már nem átlátszó a képernyő*. In: Eco, U. [1992]: *Az új középkor*. Európa Könyvkiadó, Budapest.
- Fehér K. [2015]: Milyen stratégiák mentén épül fel a digitális identitás? *Médiakutató*, nyár, 25–38.
- Felkai G. [1993]: *Jürgen Habermas*. Budapest: Áron Kiadó.
- Fiske, J. [1986]: Television: Polisemy and Popularity. In: *Critical Studies in Mass Communication*. V.3, 391–408.
- Gálik M. - Urbán Á. [2010]: *Bevezetés a médiagazdaságtanba*. Aula Kiadó.
- Gerbner, G. [1969/2000]: *A média rejtett üzenete*. Osiris - MTA-ELTE Kommunikációelméleti Kutatócsoport, Budapest.
- Gripsrud J. [2007]: *Médiakultúra, Médiatársadalom*. Új Mandátum, Budapest.
- Habermas, J. [1962/ 1999]: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Osiris Kiadó, Budapest.
- Habermas, J. [1981/2011]: *A kommunikatív cselekvés elmélete*. Gondolat, Budapest.
- Halácsy P. – Vályi G. – Barry W. (szerk.) [2007]: *Hatalom a mobiltömegek kezében*. Typotex, Budapest.
- Hall, S. [1980/ 2007]: *Kódolás-dekódolás*. In: Angelusz R. – Tardos R. – Terestyéni T. (szerk.) [2007]: *Média–nyilvánosság–közvélemény*. Gondolat, Budapest.
- Hardt, H. [1991]: *Critical Communication Studies*. Routledge, London–New York.
- Hartley, J. [1999]: *Uses of Television*. Routledge, London.
- Hartley, J. [2003]: *A Short History of Cultural Studies*. SAGE, London.
- Herman, E. S. – Chomsky, N. [1988]: *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon Books.
- Hirsch, P. [1980]: The “scary world” of the non viewer and other anomalies: A reanalysis of Gerbner et al.'s findings on cultivation analysis, Part I. *Communication Research*, 7, 403–456.
- Horányi Ö. (szerk.) [2007]: *A kommunikáció mint participáció*. AKTI – Typotex, Budapest.
- Horányi Ö. [2009]: Arról, ami szignifikatív és arról, ami kommunikatív; valamint arról, ami problematikus [szinopszis, 7.3 változat]. In: Bagdy E. – Demetrovics Zs. –

Pilling J. (szerk.) [2009]: *Polihistória. Köszöntők és tanulmányok Buda Béla 70. születésnapja alkalmából*. Akadémiai Kiadó, Budapest.

- Horányi Ö. [szerk. 2003]: *Kommunikáció: válogatott tanulmányok. I-II*. General Press, Budapest.
- Horkheimer, M. - Adorno, T. W. [1990]: *A felvilágosodás dialektikája*. Atlantisz, Budapest.
- Hughes, M. [1980]: The Fruits of Cultivation Analysis: A Reexamination of Some Effects of Television Watching. *Public Opinion Quarterly*, 44. 287–302.
- Jenei Á. [2008]: *Tárguló televízió. Interaktív műsorok és szolgáltatások*. PrintXBudavár Zrt. – Médiakutató Alapítvány, Budapest.
- Jensen, K. B. [1999]: Befogadásvizsgálatok: a jelentés társadalmi természete. *Replika*, 38. 55–62.
- Katz, E. - Jay B. - Michael G. [1974/2007]: *A tömegkommunikáció használata az egyének által*. In: Angelusz R. – Tardos R. – Terestyéni T. (szerk.) [2007]: *Média–nyilvánosság–közvélemény*. Gondolat, Budapest. 210-227.
- Keane, J. [1991/1999]: *Média és demokrácia*. Helikon, Budapest.
- Kiss B. – Boda Zs. (szerk.) [2005]: *Politika az interneten*. Századvég, Budapest.
- Lasswell, H. [1927/1971]: *Propaganda Technique in World War I*. MIT Press. Cambridge, MA.
- Luhmann, N. [2008]: *A tömegmédiá valósága*. Gondolat, Budapest.
- Luhmann, N. [2009]: *Szociális rendszerek*. AKTI-Gondolat, Budapest.
- McCombs, M. – Shaw, D. [1972/2007]: *A média témakijelölő funkciója*. In: Angelusz R. – Tardos R. – Terestyéni T. (szerk.) [2007]: *Média–nyilvánosság–közvélemény*. Gondolat, Budapest. 252–260.
- McLuhan, M. [1964]: *Understanding Media: The Extensions of Man* Routledge - Kegan Paul, London.
- McLuhan, M. [1985]: *Vége a Gutenberg-galaxisnak?* Gondolat, Budapest.
- McQuail, D. [2003]: *A tömegkommunikáció elmélete*. Osiris, Budapest.
- Merkovity N. [2009]: „Barack Obama elnöki kampányának sajátosságai.” *Médiakutató*, tavasz, 97–106.
- Merkovity N. [2010]: Párthonlapok az országgyűlési választások idején. *Médiakutató*, ősz, 83–92.
- Molnár A. K. [2014]: *A tanácskozó demokrácia és a megváltó csevegés*. NKE - Molnár Tamás Kutatóközpont.

- Morgan, M. – Shanahan, J. [1997/ 2007]: A kultivációkutatás két évtizede: értékelés és metaanalízis. In: Angelusz R. – Tardos R. – Terestyéni T. (szerk.) [2007]: *Média–nyilvánosság–közvélemény*. Gondolat, Budapest. 196-209.
- Morley, D.[1999]: A Nationwide nézői, avagy hogyan értelmezzük a televíziózást? *Replika*, 38. 29–53.
- Morozov, E. [2011]: *The Net Delusion. The Dark Side of Internet Freedom*. Public Affairs, New York.
- Negroponte, N. [1995/2002]: *Digitális létezés*. Typotex, Budapest.
- Norris, P. [2001] Angyali kör? A politikai kommunikáció hatása a poszt-indusztriális demokráciákra. *Médiakutató*, ősz, 6–22.
- Papacharissi, Z. [2003]: a virtuális szféra. *Médiakutató*, tavasz, 121–137.
- Papacharissi, Z. [2010]: *The private sphere: Democracy in a digital age*. Polity, Malden. MA.
- Pintér R. (szerk.) [2007]: *Az információs társadalom. Az elmélettől a politikai gyakorlatig*. Gondolat - Új Mandátum, Budapest.
- Pléh Cs. – Síklaki I. – Terestyéni T. (szerk.) [1997]: *Nyelv, kommunikáció, cselekvés*. Osiris, Budapest.
- Polyák G. (szerk.) [2010]: *Médiapolitikai szöveggyűjtemény*. AKTI – Gondolat, Budapest.
- Postman, Neil [1993]: *The Surrender of Culture to Technology*. Vintage Books, New York.
- Radway, J. [1984]: *Reading the Romance*. University of North Carolina Press, Chapel Hill.
- Rheingold, H. [2002]: *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Basic Books.
- Shannon, C. E. – Warren W. [1949]: *A Mathematical Model of Communication*. University of Illinois Press, Urbana, IL.
- Shirky C. [2012]: *How the Internet will [one day] transform government*. http://www.ted.com/talks/clay_shirky_how_the_internet_will_one_day_transform_government (utolsó letöltés: 2016. II. 05.).
- Shirky, C. [2010]: *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age*. Penguin Press.
- Síklaki I. (szerk.) [2008]: *Szóbeli befolyásolás I.-II.* Typotex, Budapest.
- Silverstone, R. [1999]: A közönségről. *Replika*, 38. 63–87.

- Silverstone, R. [2006]: *Media and Morality: On the rise of mediapolis*. Polity Press, London.
- Silverstone, R. [2008]: *Miért van szükség a média tanulmányozására*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Strangelove, M. [2011]: *Watching YouTube*. University of Toronto Press.
- Sükösd M.[2004]: Mobildemokrácia. *Médiakutató*, nyár, 7–12.
- Szakadát I. [2006]: Egyben az egész egytől egyig. Typotex, Budapest.
- Tamás P. [2001]: A tematizációról. In: Béres I. - Horányi Ö. (szerk.) [2001]: *Társadalmi kommunikáció*. Osiris, Budapest. 139-151.
- Terestyéni T. [2006]: *Kommunikációelmélet. A testbeszédtől az internetig*. AKTI-Typotex, Budapest.
- TNS–Hoffmann [2014]: *Connected Life*. <http://www.tns-hoffmann.hu/connectedlife/> (utolsó letöltés 2016. I. 31.)
- Tufekci, Z. – Wilson C. [2012]: Social Media and the Decision to Participate in Political Protest: Observations From Tahrir Square. *Journal of Communication* 62. 363–379. doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01629.x.
- Urbán Á. [2000]: A televíziós piac átrendeződése, *Médiakutató*, 2000, ősz, 32–39.
- Urbán Á. [2003]: A néző természete, avagy az interaktív televíziózás piaci fogadtatása. *Jel-kép* 4. 47-59.
- Urbán Á. [2005]: Rádió és televízió. In: Bajomi-Lázár P. (szerk.) [2005]: *Magyar médiatörténet a késő Kádár-kortól az ezredfordulóig*. Akadémiai Kiadó, Budapest. 89-111.
- Varga B. [1999]: Manuel Castells és a McLuhan-galaxis halála. *Jel-Kép*, 2. 59–74.
- Wellman, B. – Guila, M. [1999]: Net Surfers Don't Ride Alone: Virtual Communities as Communities. In: Kollok, Peter – Smith, Marc (eds.) [1999]: *Communities and Cyberspace*. Routledge, New York.
- World Bank [2016]: *World Development Report 2016: Digital Dividends*. Washington, DC: World Bank. DOI: 10.1596/978-1-4648-0671-1
- Z. Karvalics L. – Dessewffy T. (szerk.) [2003]: *Internet.hu - A magyar társadalom digitális gyorsfényképe*. Aula Kiadó, Budapest.
- Z. Karvalics L. [2007]: Információs társadalom – mi az? Egy kifejezés jelentése, története és fogalomkörnyezete. In: Pintér R. (szerk.) [2007]: *Az információs társadalom. Az elmélettől a politikai gyakorlatig*. Gondolat – Új Mandátum, Budapest.

8. A témakörrel kapcsolatos saját (ill. társszerzős) publikációk jegyzéke

- Myat K. [befogadó nyilatkozattal megjelenés alatt]: Upgrade Democracy 2.0. Participation, online decision-making and problem solving on the online platforms of late modern Social Media. *KOME*.
- Myat K. [2015]: Remény, forradalom, kiábrándulás? Politikai aktivitás a közösségi média színterein. *Médiakutató*, ősz. 81–96.
- Myat K. [2014]: *Részvétel, problémamegoldás, közösség. Partecipációs kiindulópontok a késő modern médiakörnyezet tanulmányozásához*. In: Demeter M. (szerk.) [2014]: *Konstruált világok. A jelenségek kommunikatív leírása*. Typotex, Budapest. 141-150.
- Myat K. [2012]: Milyen új szempontokat adhat a kommunikáció partecipációs felfogása a késő modern-média vizsgálatához. In: Bajnok A. – Korpics M. – Milován A. – Pólya T. – Szabó L. (szerk.) [2012]: *A Kommunikatív állapot*. Typotex, Budapest. 394-400.
- Myat K. [2010]: Médiaelméletek és a késő-modern médiakörnyezet. *Médiakutató*, 2010/nyár. 47-64.

