

EÖTVÖS LORÁND TUDOMÁNYEGYETEM

ÁLLAM- ÉS JOGTUDOMÁNYI KAR

POLITIKATUDOMÁNYI INTÉZET



Szakdolgozat

Közösségi médiából a parlamentbe

- *online politikai kommunikáció a Milla Egyesület kialakulásának tükrében* –

Sikos Ágnes

POLITIKATUDOMÁNY

MA

2013

Tartalomjegyzék

1. Bevezetés	1
2. Elméleti keretek	4
2.1. A hagyományos politikai kommunikáció átalakulása.....	4
2.2. Kommunikációs jellemzők a közösségi hálók tükrében.....	9
2.1.1. Facebook nyilvánosság.....	10
2.1.2. Interaktivitás.....	12
2.1.3. Agenda-setting	14
2.1.4. Közösségépítés, mozgósítás.....	15
2.1.4.1. Egy eset szemléltetése.....	17
2.1.4.1.1. Egyiptomi felkelés	18
3. A Milla megalakulásának története	20
3.1. Aktuális politikai helyzet, körülmények.....	20
3.2. A médiatörvény kritika alá vett pontjainak rövid ismertetése.....	22
3.3. A közösségi-oldal létrehozása	24
3.4. Offline akciók szerepe, utcai politizálás	27
3.4.1. Médiatörvény tüntetés - 2011. január 14.	28
3.4.2. Médiatörvény tüntetés - 2011. január 27.	28
3.4.3. 2011. március 15-i tüntetés	30
3.4.4. Áprilisi megmozdulások az Alaptörvény ellen	31

3.4.5.	Nem tetszik a rendszer! - 2011. október 23.....	32
3.4.6.	Lemossuk a gyalázatot! - 2012. március 15.....	33
3.4.7.	Jelen vagy! - 2012. október 23.....	34
3.4.8.	Együtt 2014-hez való viszony, politikai pozíció	35
4.	Összefoglalás, következtetések.....	37
4.1.	Hipotézis igazolása.....	37
4.2.	Milla jövőjének latolgatása	38
4.3.	Kitekintés.....	39
	Bibliográfia	41
	Melléletek.....	44
	Interjúvázlat.....	44

1. Bevezetés

A rendszerváltás óta tagadhatatlanul a 2010-es választások hozták el a legnagyobb horderejű változásokat a politikai erőviszonyok tekintetében, hiszen a Fidesz-KDNP 2/3-os mandátumtöbbsége mellett két új párt is bejutott a parlamentbe, míg a korábban a baloldali blokkot uraló MSZP társadalmi támogatottsága jelentősen megrendült. A 2010-es választásokat azonban nem csupán a politikai erőviszonyok jelentős módosulása miatt érdemes kiemelni, hanem az azt megelőző kampány eszközeiben, pontosabban az eszközök használatának arányaiban (a korábbi választási kampányokhoz képest) bekövetkezett változások okán. Az internet szerepe ugyanis rendkívüli mértékben, választásról választásra felértékelődik, így a pártok akarva-akaratlanul kénytelenek kihasználni az online felületek nyújtotta lehetőségeket, ráadásul nem csupán kampányidőszakban, de a ciklusok alatt is permanensen jelen kell lenniük az online térben.

A politikai kommunikáció, illetve politikai marketing hagyományos eszközeit ugyanis a technológia fejlődésével új kellékek vették át, hiszen maguk az említett interdiszciplináris tudományterületek is folyamatosan alkalmazkodnak a rájuk hatást gyakoroló területek változásaihoz. Így a már a 2006-os kampányban is használt blogok, illetve honlapok mellett az online kommunikáció területén ma már elsődleges fontossággal a rendkívüli sikereket elérő közösségi hálókat, azon belül is mindenekelőtt a Facebook bír. A témánk szempontjából még a 2010-es, a „megkövült”, megmerevedett erőviszonyokat fellazító választásokhoz hasonló jelentőséggel bírnak a 2002-es országgyűlési, valamint a 2004-es európai parlamenti választások, melyeket, mint a hagyományos tömegkommunikációs eszközök és az új formák közti fordulópontként¹ is meg lehetne nevezni. A fordulópont fogalmának használata a technológia, és az annak folyamatos változását követni igyekvő kommunikációs eszközök, felületek, egyelőre akár permanensnek is nevezhető megújulása okán, bár elkerülendő, mégis sokatmondó. Amennyiben ragaszkodunk tehát a fogalom használatához, újabb fordulópontként jelölhetjük meg a 2010-es választásokat, a Milla kialakulásának felületeként szolgáló Facebook ugyanis ekkorra vált Magyarországon az egyik legmeghatározóbb kommunikációs, illetve marketing eszközzé.

¹ Szabó Gabriella – Kiss Balázs: *Trendek a politikai kommunikációban*. Magyarország az ezredfordulón. Boda-Körösényi (szerk.) MTA PTI. 112.o.

Bár míg 2010-ben a Facebook elsősorban a médiaháttérrel nem rendelkező², a tömegmédiából kiszorított, új politikai erők terepeként szolgált, használatának magyarországi terjedésével, illetve szerepe fontosságának felismerésével mára nem csupán megkerülhetetlen eszközzé vált, de rangos helyet harcolt ki magának a kommunikációs eszközök sorában. Mint említettem, már a 2010-es választások is az internet szerepének felerősödését mutatták, megerősítve Pippa Norris³ állítását, miszerint az internet elősegíti a politikai pluralizmus, hiszen általa a kis pártok is érvényesülhetnek.

A Facebook felülete napról-napra, a felhasználó számának folyamatos gyarapodásával válik fontosabbá az online politikai kommunikációban, kivételes lehetőségeket biztosítva mind a politikai szereplőknek, mind a választópolgároknak. A jelenleg Magyarországon nagyjából 4.600.000⁴ aktív felhasználóval rendelkező közösségi oldal politikai kommunikációban betöltött szerepe, illetve arra gyakorolt hatása rendkívül meghatározó, melyet kitűnően tükröz a Milla mozgalom, majd egyesület kialakulásának lehetősége, illetve folyamata.

Az Egymillióan a magyar sajtószabadságért nevet viselő politikai közösség Facebookon történő kialakulása, valamint sikeres fenntartása egyedülálló úgy Magyarországon, mint egész Európában. A közösségi oldal politikai szerepe bár többek között az egyiptomi megmozdulásokban is kiemelkedett, az a forradalmárok mobilizálásában és koordinálásában töltötte be elsődleges funkcióját, így alapvetően eltér az általam tárgyaltaktól. Specifikum ugyanis, hogy egy Facebookon létrejött politikai közösség egyesületté (akár párttá) válva a politikai szféra releváns szereplőjévé válik, és akár a parlamenti küszöb átlépése is elérhető lesz számára.

A Milla kialakulásának és létének specifikuma motiválta e dolgozat megírását, melynek révén mélyebb betekintést remélek e politikai közösség létrejöttének folyamatába, valamint a politikai kommunikáció és a Facebook kapcsolatának, a politikai szereplők és a közvélemény kölcsönviszonyának különleges terepébe. További, a dolgozat témáját, illetve hipotézisét motiváló tényezőként azok aktualitása szolgál, hiszen a 2014-es országgyűlési választás közeledtével a Milla, mint az Együtt 2014 politikai párt társalapítójának szerepe is felértékelődik, vagyis egyre inkább igazolódni látszik, hogy egy Facebookon létrejött politikai szervezet jó eséllyel akár parlamenti párttá válhat.

² Ezt Charles de Gaulle a következőképpen fogalmazta meg: „Két politikai fegyverem van, a tévé és a tévé. A tévé azért, mert tudom használni, és a tévé, mert ellenfeleim nem tudják használni.” Mazzoleni, G. (2006): *Politikai kommunikáció*. Budapest. Osiris Kiadó 123.o.

³ Boda Zsolt – Kiss Balázs (2005): *Politikai az interneten*. Budapest. Századvég Kiadó.43.o.

⁴ Statisztikai adatok: <http://socialtimes.hu/stat/HU> (2013. október 5.)

Hipotézisem szerint tehát a Facebook önmagában alkalmas felületként, illetve kommunikációs csatornaként szolgál egy előzményeket nélkülöző, releváns politikai erő kialakításához, és parlamenti párttá válásához, vagyis felfokozottan elősegíti a politikai pluralizmust. Míg Pippa Norris a kis pártok érvényesülésében látta az internet legnagyobb előnyét, addig állításom szerint a közösségi háló teljesen új pártok megjelenítésével, különböző elvek, érdekek alapján egy platformba tömörülő vélemények felszínre hozásával még erőteljesebb mértékben képes hozzájárulni e pluralizmushoz. Mindezzel egyben tehát azt is állítom, hogy a Milla Egyesület a Facebook nélkül nem jöhetett volna létre, de legalábbis nem válhatott volna a magyar politikai porond releváns szereplőjévé.

A hipotézis igazolhatóságát azonban három feltételezett kritériumhoz kötöm, melyek teljesülése nélkül nem tartom bizonyíthatónak egy releváns politikai közösség említett módon történő kialakulását, illetve kialakítását. Mindenekelőtt szükségesnek vélem ugyanis, hogy egy aktuális, akár ad-hoc ügy által kiváltott, jelentős mértékű társadalmi protest hangulat közepette kerüljön megalakításra a Facebook-oldal, Facebook-közösség. Második feltételként a közösség offline mozgalmi jellegét állítom, feltételezve, hogy a csoport tényleges mobilizálása elengedhetetlenül szükséges a politikai aktivitás fenntartására. Harmadik kritérium a hipotézis igazolhatóságához egy betöltésre váró „űr” politikai palettán való megléte. Azaz szükséges körülmény, hogy a politikai pártok ne fedjék le a teljes politikai szférát, illetve ne tudják kisajátítani, felhasználni az adott ügy generálta társadalmi indulatokat.

Feltételezésem szerint a Milla kialakulása folyamatának, valamint napjainak online politikai kommunikációjának, specifikusan pedig a közösségi hálók főbb jellemzőinek áttekintése révén bizonyítást nyer, hogy a Facebook több mint egyszerű politikai kampányeszköz, kiemelkedő szerepet tölt be ugyanis különböző politikai folyamatokban, elsősorban új politikai közösségek kitermelésében, szétszórtan megjelenő politikai identitások összetételésében, összekovácsolásában.

2. Elméleti keretek

2.1. A hagyományos politikai kommunikáció átalakulása

Egy online megszerveződő politikai közösség kialakulásának vizsgálatát megalapozó szakirodalmi háttér, a Facebook, illetve az online politikai kommunikáció, illetve politikai marketing kapcsolatának viszonylag friss kialakulása végett nem áll rendelkezésre, azonban számos, a politikai kommunikáció alapjait, illetve a hagyományostól eltérő, az online eszközökre fókuszáló tanulmány nyújt segítséget dolgozatom elméleti kereteinek felállításához.

Mindenekelőtt érdemes leszögezni, hogy a politikai kommunikáció, illetve a politikai marketing területeket, azok viszonyát, illetve átfedését a szakirodalom sok esetben tisztázatlanul hagyja. A dolgozat témája szempontjából mindkét terület releváns, a politikai marketinget azonban a szélesebb spektrumot lefedő politikai kommunikáció részterületeként kezeltem, mint konkrét cserefolyamatot⁵ eladó (jelölt/párt) és vevő (választópolgár) között. Vagyis a politikai marketinget, a Mazzoleni-féle választási kommunikációnak feleltetem meg, mely a tágabb területet lefedő politikai kommunikáció egy jóval konkrétabb szegmense. Bár a politikai marketing megkerülhetetlen témánk szempontjából, különböző eszközeinek részletes vizsgálatától dolgozatomban eltekintek. Fejlődése, a politikai kommunikáció történetétől természetesen elválaszthatatlan, annak ellenére is, hogy kialakulásának időpontját a szerzők jóval későbbre datálják, akár konkrét kampányokhoz kötve⁶.

„*A politikai kommunikáció akkor kezdődik, amikor a görög filozófia elkezdi reflektálni a hatalomra, az uralomra és a demokráciára.*”⁷ Mazzoleni Platón korára datálja a politikai kommunikáció megjelenését, a terület tudományággá azonban csupán a 19. század 50-es, 60-as⁸ éveiben válik, a televízió korának beköszöntével. Ezen időszak technikai vívmányai, kommunikációs eszközei biztosítottak ugyanis megfelelő táptalajt, elsőként az USA-ban, a mai értelemben vett politikai kommunikáció kifejlődéséhez. A tudományterület interdiszciplináris jellegéből adódóan ki volt téve a különböző tudományágak felől érkező

⁵ Newman, I.B. (2000): Politikai marketing, mint kampánystratégia. Bagolyvár Könyvkiadó. 27.o.

⁶ http://www.poltudszemle.hu/szamok/2008_4szam/2008_4_merkovity.pdf Ráadásul országonként eltérő, egy-egy választási kampányhoz köti a dátumot, pl. Orbán nyertes kampánya 1998

⁷ Mazzoleni, G. (2006): *Politikai kommunikáció*. Budapest. Osiris Kiadó.14.o.

⁸ Merkovety Norbert (2011): *A politikai közlésfolyamat új kora. Politikai kommunikáció a hagyományos és új kommunikációs technológiák korában*. Szeged. SZTE ÁJTK Doktori Iskola. http://doktori.bibl.u-szeged.hu/800/1/Merkovety_Norbert_ertekezes.pdf 18.o.

„beolvasztási kísérletnek”, ám kiállta az idő próbáját, így ma önálló, és mára jelentősen felértékelődött területről beszélhetünk.

Meghatározásában pont ezen interdiszciplináris, valamint többszintű⁹ jellege okoz nehézségeket, és bár maga Mazzoleni is elismeri, hogy definíciója sem képes hiánytalanul átadni a terület komplexitását, a következőképp igyekszik a fogalmat meghatározni: „*a politikai kommunikáció a politikai rendszer, a média rendszere és az állampolgár-választópolgár által létrehozott közérdekű és politikai tartalmaknak a cseréje és konfrontációja*”¹⁰.

A politikai kommunikáció számos fordulóponton ment keresztül, alkalmazkodva a kommunikáció új vívmányainak elterjedéséhez. A Gutenberg-galaxis után legfőbb fordulópontként a tömegkommunikációs eszközök, a rádió, illetve a televízió megszületését jelölhetjük meg, melyek alapjaiban rengették meg, elsőként az USA politikai kommunikációjának alapköveit. Olyannyira, hogy az 50-es, 60-as évek Amerikáját, teljes joggal nevezhetjük a politikai kommunikáció újjászületése¹¹ terepének. A tömegkommunikáció elterjedésével kezdetünk ugyanis mediatisált nyilvánosságról, mediatisált politikai kommunikációról¹² beszélni, mely többek között megváltoztatta a jelölt és választópolgár közti kommunikációt, vagy éppen a politikai napirendet¹³.

Annak ellenére tartom érdemesnek a média kiemelkedő szerepéről beszélni, hogy Mazzoleni nyilvánosságdialógus-modelljét, Török Gábor érvelésével¹⁴ egyetértve, ma is létező, nem pedig a mediatisált modell által meghaladottnak vélem. Tradicionálisan a nyilvánosság három szereplőjét különíthetjük el, a politikai rendszert, a médiát és az állampolgárokat, melyek „*politikai természetű cserék hálózatát*”¹⁵, azaz politikai kommunikációt hoznak létre.

⁹ Merkovety Norbert (2011): *A politikai közlésfolyamat új kora. Politikai kommunikáció a hagyományos és új kommunikációs technológiák korában*. Szeged. SZTE ÁJTK Doktori Iskola. http://doktori.bibl.u-szeged.hu/800/1/Merkovity_Norbert_ertekezes.pdf 22.o.

¹⁰ Mazzoleni, G. (2006): *Politikai kommunikáció*. Budapest. Osiris Kiadó 28.o.

¹¹ Kialakulásának is tekinthetjük. (Mazzoleni nyomán) Uo.

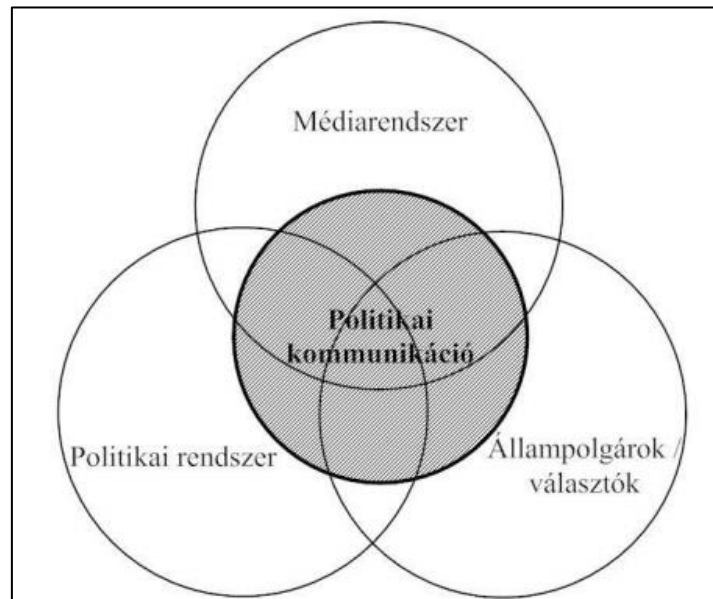
¹² Uo.

¹³ Uo. 23.o.

¹⁴ Dr. Török Gábor (2005): *Politikai napirend*. Budapest Akadémia Kiadó. 2. fejezet.

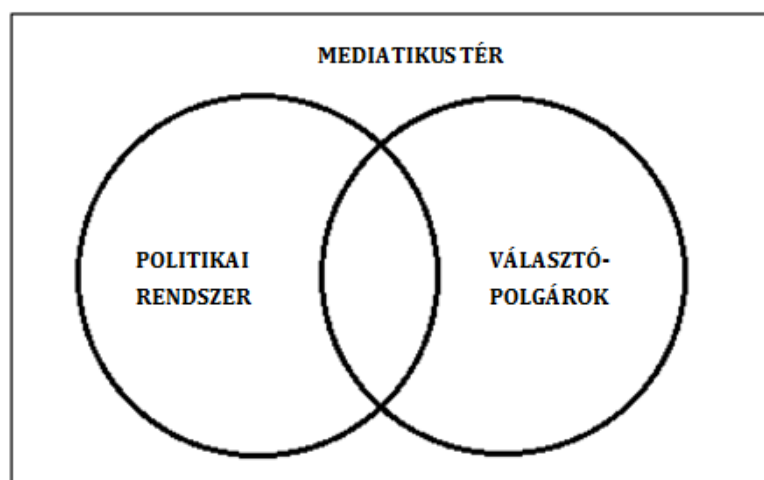
¹⁵ Mazzoleni, G. (2006): *Politikai kommunikáció*. Budapest. Osiris Kiadó 21.o.

1. Ábra¹⁶
Nyilvánosság-dialógus modell



A három szereplő által alkotott tér pedig maga, a már említett mediatiszt politikai kommunikáció. A mediatiszt modellben, mely a tömegkommunikációs eszközök hatását kívánta a tradicionális modellbe injektálni, a média szerepe kitágult, behálózva mind a választópolgárokat, mind a politikai rendszert, gyakorlatilag megszüntetve e két szereplő autonómiáját.

2. Ábra¹⁷
Mediatiszt modell



¹⁶ Merkovety Norbert (2011): *A politikai közlésfolyamat új kora. Politikai kommunikáció a hagyományos és új kommunikációs technológiák korában*. Szeged. SZTE ÁJTK Doktori Iskola. http://doktori.bibl.u-szeged.hu/800/1/Merkovety_Norbert_ertekezes.pdf 95.o.

¹⁷ Mazzoleni alapján saját szerkesztés. Mazzoleni, G. (2006): *Politikai kommunikáció*. Budapest. Osiris Kiadó.

A tradicionális modell melletti érveléstől bár e dolgozat szűkös kereteiben kénytelen vagyok eltekinteni, meg kell jegyezni, hogy az internet, azon belül pedig a közösségi háló terepének folyamatos felértékelődése is az állampolgárokat, mint szereplőt erősíti meg, véleménynyilvánítási lehetőségeik növekedésével, azok becsatornázásának szükségességével, napirend-alakító hatásukkal. Az említett szereplő (választópolgárok) autonómiáját mindezek mellett megerősíti, de legalábbis jelentős mértékben csökkenti a választópolgárok befolyásolásnak való kitettségét az a tény, miszerint „*az interneten megtalálható információ gyakran megkerüli a közvetítőket, így a különféle érdekek nem is változtatnak rajta*”¹⁸

A televízió, illetve a rádió elterjedése kétséget kizáróan a politikai kommunikáció fejlődésének alapjait fektette le, ám az internet robbanásszerű hatása újabb mérföldkönek bizonyult. Az online tartalmak egyre szélesebb köre, az internethez való hozzáférés széleskörűvé válása új lehetőségeket, és egyben kényszerűen kihagyhatatlan eszközöket adott a politikai kommunikátorok kezébe. Amit Bruce Newman még a kommunikáció csúcstechnológiájaként emleget, az a ma Magyarországon már alapvető szükségletként jelenik meg. Az internet alapvetően bolygatta meg a korábbi információszerzést, hiszen a korábbiakkal ellentétben az egyének szelektálhatnak¹⁹ az információk tömegéből, hatalmas döntési lehetőséggel rendelkeznek, hiszen megválaszthatják az őket leginkább érdeklő információkat. A „mass media”-t felváltotta a „my media”, hiszen „*nem a műsor keresi nézőjét, hanem a néző a saját műsorát*”²⁰.

A szelektálás lehetősége azonban az internet számos pozitívumának csupán egyike, az online tér ugyanis olyan szokatlan, új természetű képi, mozgóképi, hangis „effekteket”, speciális eszközöket (pl. hiperlinkeket) tartalmazó világ, mely rendkívüli mértékben képes „felhívni magára a figyelmet”. Nem utolsó sorban meg kell említeni a hírfrissülések sebességét, mely az internet világának egyik tagadhatatlanul legmeghatározóbb előnye.

Ma - amikor már „Z-generációról” beszélhetünk²¹ - azonban a legújabb, és témánk szempontjából legrelevánsabb töréspontot, ha úgy tetszik egyfajta paradigmaváltást²² a web

¹⁸ Abramson alapján, Papacharissi, Z. : A virtuális szféra. In: *Médiakutató*. 2003 tavasz.

Információ-hozzáférés c. fejezet http://www.mediakutato.hu/cikk/2003_01_tavasz/07_virtualis_szfera

¹⁹ Newman, I.B. (2000) : *A politikai tömegmarketingje*. Bagolyvár Könyvkiadó. 79.o.

²⁰ Sas István: A „visszabeszélőgép”, avagy az üzenet Te vagy! In: *Médiakutató*. 2008 ősz. Mi vár ránk? A Mass mediából - My media lett! c. fejezet

http://www.mediakutato.hu/cikk/2008_03_osz/02_visszabeszelokep_uzenet

²¹ Pintér Dániel Gergő: *Semmivel sem törődik a Z-generáció*. 2013.04.18.

http://media20.blog.hu/2013/04/18/a_boseg_zavara_121

2.0 különféle alkalmazásainak elterjedése hozott. Davis²³ az internet hat politikai kommunikációs funkcióját különíti el, szimbolikus funkció, információátadás, a közvélemény becsatornázása, interaktivitás, a szavazók megerősítése, illetve a támogatók megszervezése, melyek közül a web 2.0, illetve azon belül a Facebook tárgyalásakor egyértelműen az interaktivitás szerepe²⁴ erősödik fel. Ezen interaktivitás eredményeképp az állampolgár többé nem egyszerűen „nézője”²⁵ a politikai kommunikációnak (néző, mert a politikai kommunikáció mediatisztikus modelljében²⁶ a politikai rendszer és a média interakcióját szemléli), sokkal inkább résztvevője annak. Ennek hatását, az interaktivitás eredményeképp kialakult új kommunikációs érárt nem véletlenül nevezi Sas István az Aronson-féle rábeszélőgépek nyomán a „visszabeszélőgépek-korának”²⁷.

Szabó-Kiss a kommunikáció fragmentálódásának, illetve professzionalizálódásának, az elmúlt 10-20 évben, Magyarországon lezajló trendjeit mutatja be tanulmányában. A fragmentáció hatására mára egy rendkívül sokrétű, többcsatornás kommunikációs rendszer áll a politikai szereplők rendelkezésére, melynek egyik, ha nem a legfontosabb csatornája a Facebook. Az egyéb, mindenekelőtt a web 2.0-ba tartozó eszközök, így blogok, más közösségi média oldalak is kellő figyelmet érdemelnek, ám ma korántsem rendelkeznek a Facebookhoz hasonló mértékű szereppel. Érdemes kiemelni mindemellett a politikai diskurzus általuk felvázolt „miniatürizálódásának”²⁸ folyamatát, mely hozzájárulhat, illetve kölcsönös hatásban lehet a web 2.0 különböző formáival, akár a Facebookkal, akár a Twitterrel. A miniatürizálódás ugyanis a „szórt figyelmű”²⁹ felhasználó elérését célozza meg, rövid, pár mondatos cikkek, pár szavas Facebook-bejegyzések, „sound-bite”-ok³⁰ formájában, vagy akár az egyre népszerűbbé váló „mémeken” keresztül.

²² Szabó Gabriella – Kiss Balázs: *Trendek a politikai kommunikációban*. Magyarország az ezredfordulón. Boda-Körösi (szerk.) MTA PTI. 110-127.

²³ Boda Zsolt – Kiss Balázs (2005): *Politikai az interneten*. 2005. Budapest. Századvég Kiadó.

²⁴ Hasonlóan a közvélemény becsatornázásához, az agenda-setting hatáshoz, melyről a későbbiekben ejtek szót.

²⁵ Mazzoleni, G. (2006): *Politikai kommunikáció*. Budapest. Osiris Kiadó. 39.o.

²⁶ Uo. 23. o.

²⁷ Sas István: A „visszabeszélőgépek”, avagy az üzenet Te vagy! In: *Médiakutató*. 2008 ősz.

http://www.mediakutato.hu/cikk/2008_03_osz/02_visszabeszelokep_uzenet

²⁸ Szabó Gabriella – Kiss Balázs: *Trendek a politikai kommunikációban*. Magyarország az ezredfordulón. Boda-Körösi (szerk.) MTA PTI. 114.o.

²⁹ Uo. 114.o.

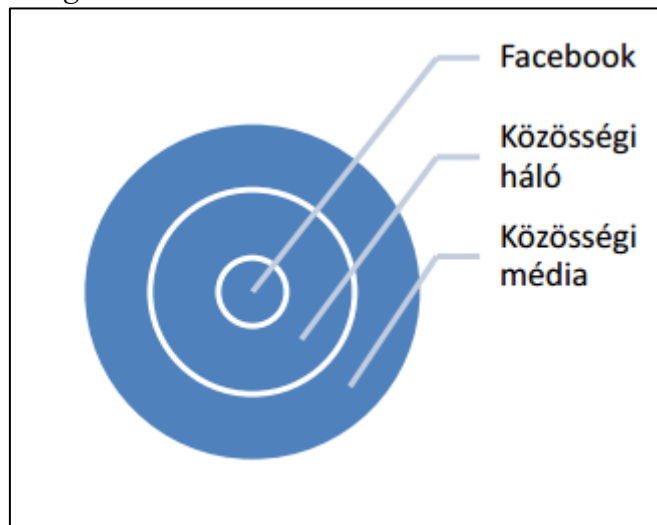
³⁰ Uo. 114.o.

2.2. Kommunikációs jellemzők a közösségi hálók tükrében

A Milla Egyesület megalakulásának, pontosabban maga a kialakulás lehetőségének közelebbi megismerése érdekében, érdemes áttekintenünk az internet egyes politikai kommunikációs funkcióit, illetve egyéb jellemzőit a közösségi hálók tükrében. Mindenekelőtt azonban a Facebook helyét kell tisztáznunk a közösségi médián belül. A közösségi háló kifejezést használok ugyanis dolgozatomban, hiszen az a közösségi média kifejezésénél szűkebb csoportot fed le, így pontosabb képet nyújt a Facebookról. Weber definíciója szerint a közösségi háló ugyanis „*a közös érdeklődésű emberek on-line gyülekezőhelye, ahol megoszthatják egymással gondolataikat, megjegyzéseiket, véleményüket*”³¹, míg a közösségi médiát olyan internetes alkalmazások széles csoportjaként írja le Kaplan és Haenlein, „*mely a web 2.0 ideológiai és technológiai alapjaira épül, ami elősegíti, hogy kialakuljon és átalakuljon a felhasználó által létrehozott tartalom*”³².

3. Ábra

Facebook helye a közösségi médiában³³



A fogalmak tisztázása után tehát e fejezetben sor kerül a közösségi hálók keretein belüli interaktivitás, szervezetépítés, valamint megerősítés, mobilizálás ismertetésére. E politikai kommunikációs funkciók mellett szót ejtek a Facebook agenda-setting hatásáról, mely megerősíti Török Gábor állásfoglalását, vagyis a Mazzoleni által meghaladottnak vélt nyilvánosságdialogus-modell aktualitását. Mindenekelőtt azonban a Facebook közönségének,

³¹ Novák Rebeka: *Online marketing, közösségi média, közösségi háló – tisztázzuk a fogalmakat!* 2013.06.03.

<http://socialbistro.eu/uploads/downloads/1%20Letolthet%20anyag%20Fogalmak%20tisztazasa.pdf>

³² Uo.

³³ Uo.

a közösségi háló „nyilvánosságának” rövid jellemzésére kell kísérletet tennünk, a felületen zajló politikai kommunikáció vevőinek, egyszersmind adóinak feltérképezése végett.

2.1.1. Facebook nyilvánosság

Mindenekelőtt érdemes a Facebook magyarországi használatának néhány jellemzőjét sorba venni, annak érdekében, hogy a politikai szereplők által elérhető választópolgárokról valós képet kapjunk. Bár 2010 decemberében, a Milla megalakulásának idején a magyar aktív felhasználók száma 2,38 millióra, 2011. január végére 2.661.000³⁴ főre rúgott, a dinamikus fejlődés eredményeképp mára eléri a 4.600.000 főt, mely nagyjából 46,19%-os lefedettséget jelent. Ma a Facebook statisztikák³⁵ 76 ezer 18 év alatti felhasználót tartanak számon³⁶, így potenciálisan elérhető a választókorúak (teljes népességén belül 8.142.665 fő³⁷) 55,6%³⁸-a, vagyis majd minden második választókorú (pontosabban minden 1,8. ember) potenciálisan megszólítható a közösségi hálón keresztül. Magyarországon emellett igen magas az internetezők Facebook jelenléte, hiszen mintegy 2/3-uk felhasználó³⁹.

Természetesen a felhasználók korosztályi megoszlása rendkívül egyenlőtlen, míg ugyanis a 25-34 év közöttiek aránya 24%⁴⁰, addig a 45 felettek széles korcsoportja csupán a felhasználók 21%⁴¹-át alkotja. Érdemes kiemelni, hogy Budapesten él a felhasználók (1.240.000 fő⁴²) kb. negyede, a főváros-központúság tehát itt is jelen van, ahogyan jelen van egyébként a Milla szimpatizánsainak lakóhely szerinti megoszlásában⁴³ is.

Bár szociológiai jellemzők mentén meghatározható tehát a Facebook felhasználóinak köre, de alkotnak-e vajon társadalmi nyilvánosságot? Az internet politikai részvételre, valamint a

³⁴ A Facebooknak már több mint 2 millió 661 ezer magyar felhasználója volt 2011. január végén. (2011.02.01.) <http://kozmedia.blogspot.hu/2011/02/2011-január-vegen-mar-tobb-mint-2.html>

³⁵ Statisztikai adatok <http://socialtimes.hu/stat/HU>

³⁶ A Facebook választókorú felhasználóinak száma ennek alapján 4 524 000.

³⁷ KSH népszámlálási adatok alapján.

³⁸ Amennyiben a hamis/hibás profilokat kivesszük a számításainkból 391.000 regisztrálttal kevesebbel kell számolnunk. Saját számítás, statisztikai adatok alapján. *360.000 hamis magyar Facebook felhasználó van?* (2012.08.02.)

<http://facebooktippek.hu/2012/08/02/360-000-hamis-magyar-facebook-felhasznalo-van/>

³⁹ *A magyar netezők kétharmada van Facebookon* (2013.01.25.)

http://hvg.hu/tudomany/20130125_magyar_facebook_felhasznalok

⁴⁰ Arányok az összes felhasználóhoz viszonyítva. Statisztikai adatok. <http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/hungary> (2013.10.10)

⁴¹ Uo.

⁴² Statisztikai adatok: <http://socialtimes.hu/stat/HU>

⁴³ Feltételezés a Milla szervezett rendezvényeinek fővárosi központúságából adódóan.

demokráciára gyakorolt hatása mellett a felvetett kérdés témakörét is igyekeztek már körüljárni a szakemberek, többek között Zizi Papacharissi, aki – az internet vonatkozásában – szintén feltette⁴⁴ e kérdést. Papacharissi a kibertért nyilvános térnek (public space) tekinti, amely lehetőséget biztosít a politikai viták lefolytatására, nem pedig nyilvános szférának (public sphere), mely erősíthetné a demokráciát. Indoklásának egyik legmeghatározóbb pontja szerint ugyanis az „*elektronikus nyilvános szféra exkluzív, elitista.*”⁴⁵ Joggal nem tekinti tehát a szerző, a Habermas-féle ideáltipikus nyilvánosság-fogalom mércéje szerint ideálisnak a virtuális szférát, a virtuális nyilvánosságot. Az exkluzivitás és az elitista jelleg azonban mára Európában jelentősen mérséklődött, így a közösségi háló nyilvánossága nem vádolható egyértelműen az egalitárius⁴⁶ jellemvonás hiányával. Bár egyelőre kétségtelenül nem képes az offline nyilvánosság maradéktalanul leképeződni az online térben, ám kutatás⁴⁷ bizonyítja, hogy „*a virtuális szféra a hagyományos politikai térhez hasonlóan van felosztva*”⁴⁸, azaz a különböző nézetek társadalmi arányuknak megfelelően reprezentáltak. E kutatás is azonban csupán hasonlóságot, nem pedig azonosságot feltételez, illetve bizonyít, ráadásul a Facebook a virtuális szféra csupán apró felülete, csatornája, mely korántsem meglepő módon – gondoljunk csak a szavazóbázisok korosztályi megoszlására - nem tükrözheti⁴⁹ teljes mértékben a pártok tényleges erőviszonyait.

Bár a közösségi háló kapcsán nem került sor hasonló felmérésre, feltételezhetjük, hogy a Facebook, mint politikai kommunikációs csatorna sem elsősorban alakítja⁵⁰ a politikai attitűdöket, hanem segít felszínre hozni az elnyomott, vagy addig figyelmen kívül hagyott nézeteket, ahogyan a Milla online politikai közösségének kialakulása esetében is tette.

Ki kell térnünk a Poster által⁵¹ megkülönböztetett offline és online identitásokat megkülönböztető nézetére, mely ellentmondásban áll az előbbieken írtakkal. A szerző

⁴⁴ Papacharissi, Z. : A virtuális szféra. In: *Médiakutató*. 2003 tavasz.

http://www.mediakutato.hu/cikk/2003_01_tavasz/07_virtualis_szfera

⁴⁵ Uo. Információ-hozzáférés c. fejezet

⁴⁶ Uo.

⁴⁷ A kutatást 1998-ban Hills és Hughes végezte Usenet- és AOL-csoportokon.

⁴⁸ Papacharissi, Z. : A virtuális szféra. In: *Médiakutató*. 2003 tavasz. Információ-hozzáférés c. fejezet

http://www.mediakutato.hu/cikk/2003_01_tavasz/07_virtualis_szfera

⁴⁹ Ennek ellenére különböző hálózat-kutatások szerint a tényleges arányok megjelennek a hálón. Tajti András, Vásárhelyi Andrea (2013.05.06.): *Online politikai harctér I. Sokan vagyunk, de elegendő?*

http://network.blog.hu/2013/05/06/online_politikai_harcter_i_facebook

⁵⁰ Papacharissi, Z. : A virtuális szféra. In: *Médiakutató*. 2003 tavasz.

http://www.mediakutato.hu/cikk/2003_01_tavasz/07_virtualis_szfera

⁵¹ Uo. Globalizáció vagy fragmentáció? c. fejezet

véleménye szerint ugyanis a virtuális szférában megvalósuló „testetlen”⁵² kommunikáció eredményeképp a valós identitások eltérnek az online, rendkívül instabil identitásoktól. Ugyan tagadhatatlanul jelen van a közösségi hálón a „labilis én”⁵³, hiszen számos személyiség felvételére, eljátszására biztosít lehetőséget a személyes megjelenést nélkülöző virtuális tér, ennek jelentősége a nem pusztán felhasználónévhez, hanem személyes profilokhoz kapcsolt kommunikáció révén elhalványult. A hamis profilok természetesen a Facebookon is megtalálhatóak, ám sok esetben éppen, hogy a valós véleményeknek, az esetleges következményektől mentes megosztását célozzák. A Facebook adatai szerint globális átlagban a felhasználóknak csupán 1,5%⁵⁴-a, vagyis Magyarországra vetítve 69.000 ember használ szándékosan hamis profilt.

Bár e fejezet centrumában a közösségi oldal felhasználói állnak, a Facebookon keresztül elérhető, megszólítható választók köre ennél jóval szélesebb. A közösségi oldalon terjedő, azaz a felhasználók által felkapott, akár általuk tematizált hírek ugyanis egyrészt a felhasználók offline diskurzusai segítségével, másrészt a későbbiekben részletesebb bemutatásra kerülő agenda-setting hatásnak köszönhetően a média révén is eljuthatnak a nem regisztrált választókhoz. Ennek fényében a potenciálisan megszólíthatóak tábora minden bizonnyal jelentősen túlmutat az aktív felhasználók csoportján, bár a közvetítőkön keresztül eljutott információk össze sem vehetőek a célzott kommunikációval, mely mind az internet, mind konkrétan a tárgyalt közösségi oldal egyik meghatározó előnye.

2.1.2. Interaktivitás

A politikai kommunikáció mérföldköveiként tehát a nyomtatást, a rádió, illetve televízió elterjedését, majd az internet robbanásszerű megjelenését neveztük meg. A Facebook azonban az internet széles lehetőségeinek csupán egyik, ám a politikai kommunikáció tekintetében jelenleg legfontosabb területének, a web 2.0 rendszerének új vívmánya. Az interaktivitás e terület elsődleges meghatározója, annak széles körű lehetőségeinek megteremtése tette a Facebookot egyedülállóvá.

⁵² Uo. Globalizáció vagy fragmentáció? c. fejezet

⁵³ Mészáros Rezső: A kibertér társadalomföldrajzi megközelítése. In: *Magyar Tudomány*. 2001. július.
<http://epa.oszk.hu/00700/00775/00032/769-779.html>

⁵⁴ 360.000 hamis magyar Facebook felhasználó van? (2012.08.02.)

<http://facebooktippek.hu/2012/08/02/360-000-hamis-magyar-facebook-felhasznalo-van/>

Az interakció, a vélemények becsatornázásának, a választókkal való „személyes” kapcsolat fenntartásának fontosságát már az internet megjelenése előtt is felismerték, majd megjelenésével elsőként a direkt marketing eszközöket vetették be, a honlapok, majd a blogok elterjedésével pedig a kommentelés lehetősége is megnyílt, megkezdődött a „visszabeszélőgép” kora. A már a jóval korábban használt honlapok is igyekeztek az interaktivitás különböző lehetőségeit, fórumokat, levelezést biztosítani képviselő/párt és választópolgár között, azok hatékonyságáról vegyes véleményekkel találkozhatunk, elsősorban az igény tekintetében, mind a honlapokat üzemeltető pártok, mind a választópolgárok részéről.⁵⁵ Az e-mailek segítségével létrehozott interakció azonban rendkívül eltér az új típusú, a közösségi háló felületén alkalmazottól, egyik fő különbség a sebességéből adódóan sokkal inkább személyesnek tűnő interakció jellege mellett, a „beszélgetés” nyilvános volta, mely jóval nagyobb mértékben képes megválaszolásra sarkallni az adott politikai erőt. Az e-mailek a Facebook privát leveleinek persze megfeleltethetőek, melyek megválaszolási aránya nem feltétlenül haladja meg előbbiekénél tapasztaltakat.

A Milla, és egyéb, nagyszámú követővel rendelkező Facebook-oldal áttekintése persze árnyalja az interaktivitásról alkotott pozitív képet, hiszen, feltehetően az oldalon történő kommunikáció jellegéhez alkalmazkodva, a kommentelők jellemzően nem várnak választ hozzászólásukra, vagy amennyiben a vita generálása a céljuk (legyen szó akár trollokról⁵⁶/bérkommentelőkről) nem az oldal üzemeltetőjétől, hanem a többi kommentelőtől várnak viszontvéleményt. Szükséges azonban megemlíteni, hogy egyrészt az oldalt jellemzően több, külön erre a feladatra felkért adminisztrátor menedzseli, nem pedig adott politikus⁵⁷, másrészt rendelkezésre áll az a sok esetben kontraproduktív eszköz, mint a kommentek törlése. Érdeemes kiemelni, hogy egyes, az online politikai diskurzust vizsgáló kutatások szerint az online eszmecserek sok esetben csak az „*indulatok elszabadulásáról*” és „*elhamarkodott vélemények kifejezéséről szólnak*”⁵⁸, az adminisztrátori fellépés tehát számos esetben indokolt.

A közösségi hálókön tehát az imént tárgyalt interaktivitás a politikai szereplők, illetve a választópolgárok, de még ennél is inkább választó és választó között értendő. Míg a politikai

⁵⁵ Boda Zsolt – Kiss Balázs (2005): *Politikai az interneten*. 2005. Budapest. Századvég Kiadó. 35.o.

⁵⁶ Az internetszlang nem egységesen definiált kifejezése, mely olyan személyt jelöl az online fórumok hozzászólói között, aki provokáló üzenetekkel igyekszik az online közösségek interakcióit megzavarni

⁵⁷ Pártnál, politikai közösségnél pedig nem az elnök.

⁵⁸ Papacharissi, Z. : A virtuális szféra. In: *Médiakutató*. 2003 tavasz. Globalizáció vagy fragmentáció? c. fejezet http://www.mediakutato.hu/cikk/2003_01_tavasz/07_virtualis_szfera

szereplők oldalai ugyanis elsősorban egyirányú, sok esetben célzott kommunikációt⁵⁹ hajtanak végre a felületen (az egyoldalú kommunikációnak nem mond ellent a válaszlehetőségek biztosítása), addig a megcélzott „közönség” jellemzően egymás közti diskurzusokban reagál az üzenetre, vagyis az interakció ténylegesen közöttük zajlik. Ahogyan történik egyébként a különböző politikai szereplők - az elmúlt években rendkívül „divatos” váló – közösségi oldalaikon keresztül történő „üzenetváltásaikor”⁶⁰, amely csakugyan és kizárólag a választóknak szól, és a választók között generál diskurzust. A politikai szereplők, politikusok véleményének Facebookon keresztül történő ismertetése, a sajtótájékoztatók megszervezésének, a sajtóközlemények médiában történő megjelenésének sebessége, illetve költsége ismeretében persze korántsem meglepő.

A témánk szempontjából meghatározó közösségi háló tehát egyfajta speciális, sajátos interaktivitást teremtett, mely különbözik mind a face-to-face, mind az online levelezési formáktól. Részletes vizsgálata bár nem fér bele e dolgozat kereteibe, e jellegzetessége semmiképp nem hagyható figyelmen kívül.

2.1.3. Agenda-setting

A jelölt és választó⁶¹ közötti kapcsolat mellett szükséges kiemelni a Facebook agenda-setting hatását, azaz tematizációs képességét is. Török Gábor a politikai napirend három elemét⁶² különíti el, a média napirendjét, a politikai szereplők, pártok, kormány, parlament által formált napirendet, valamint a közvéleményét. Láthatjuk, hogy e három elem, megfelel a nyilvánosság-dialógusban felvázolt három szereplőnek. A pártok, releváns politikai közösségek (pl. Milla) közösségi oldalaikon keresztül jellemzően csupán megerősítik már felvetett, általuk fontosnak vélt témákat, míg a választópolgárok, pontosabban esetünkben az aktív Facebook-felhasználók agenda-setting lehetősége valójában az internet különböző fórumai mellett, mindenekelőtt a közösségi oldalon válik igazán meghatározóvá.

Szabó-Kiss szerint komoly nehézségekkel járhat annak feltárása, hol találhatóak meg, hol alakulnak ki a politikai diskurzust meghatározó témák. Következtetésük megfelel az általam

⁵⁹ Érdemes kiemelni a Facebook hirdetéseit is, hiszen a hirdető rendkívül precízen behatárolhatja az elérni kívánt csoport körét, a háló rendelkezésére álló felhasználói adatok sokaságának köszönhetően.

⁶⁰ Gondoljunk csak az október 23-i rendezvényeket követő levélváltásokra.

⁶¹ A jelölt és választó megnevezések csak szimbolizálni kívánják az interakciók két szereplőjét.

⁶² Dr. Török Gábor (2005): *Politikai napirend*. Budapest Akadémia Kiadó.

feltételezetteknek, miszerint akár a „*kevésbé beágyazott, politikával addig nem foglalkozó*”⁶³ médiumok is válhatnak a tematizáció terepévé, így a Magyarországon az akár 1997 óta működő kereskedelmi csatornákhöz, vagy a régóta működő napilapokhoz mérten beágyazatlan Facebook sem jelenthet kivételt.

Az említett agenda-setting hatás, mely gyakorlatilag a három szereplő egyikétől, adott ügy fontosságának, másik szereplő napirendjére átvitelét⁶⁴, esetünkben az online közvélemény által felállított fontossági sorrend médiára, illetve politikai szereplőkre⁶⁵, és ennek eredményeképp a három szereplő által meghatározott politikai napirendre gyakorolt hatását jelenti. A közösségi háló tehát kitűnő lehetőséget nyújt a közvélemény által az aktuális ügyek kapcsán felállított hierarchiájának megismerésére. A Milla kialakulásával kapcsolatban egyértelműen a médiatörvényt, mint nagy vitákat generáló témát kell megemlítenünk, mely mindhárom szereplő „ingerküszöbét” elérte, és ennek eredményeképp vált „issue”-vá mind a szélesebb közvéleményben, mind a közösségi hálón. Kizárólag az ügy fontosságának, közvéleményre gyakorolt hatásának felismerésével lehetett az Egymillióan a magyar sajtószabadságért oldaldnak rendkívüli mértékű sikere. Mindemellett nem állítom természetesen, hogy a médiatörvény ügyét a Milla Facebook-oldala emelte napirendre, hiszen mind a magyar, mind a nemzetközi médiumok a tervezet benyújtása óta foglalkoztak vele, illetve követték figyelemmel a javaslat útját. Számos, a Millán kívüli szereplő által megjelenített performansszal találkozhattunk, az üres címlappal megjelenő napilapoktól, rádiócsatornán megvalósított egy perces néma csenden keresztül, betapasztott szájakig. A téma tehát a Millával vagy anélkül, de napirendre került volna, feltételezzük azonban, hogy a napirenden tartásához nagymértékben hozzájárultak az egyesület tüntetései is.

2.1.4. Közösségépítés, mozgósítás

Bár a közösségépítést, illetve a mozgósítást, mint elkülönülő funkciókat különböző alfejezetben is érdemes lehet tárgyalni, egymást erősítő hatásaikból adódóan azokat célravezető együtt említeni. A közösségi háló nem egyszerűen kommunikációs csatorna, ezt a korábbiakban tárgyalt jellemzői ugyanúgy megerősítik, mint a szervezetépítésben, és az ahhoz

⁶³ Szabó Gabriella – Kiss Balázs: *Trendek a politikai kommunikációban*. Magyarország az ezredfordulón. Boda-Körösi (szerk.) MTA PTI. 113.o.

⁶⁴ Pippa Norris alapján Dr. Török Gábor (2005): *Politikai napirend*. Budapest Akadémia Kiadó. 42.o.

⁶⁵ Az agenda-setting számos iránya elkülöníthető, dolgozatomban azonban azokra nem térek ki.

nagymértékben hozzájáruló mobilizálásban betöltött szerepe. A Milla fejlődése kapcsán ugyanis nem szabad megfeledkeznünk a szimpatizánsok aktivitásának fenntartásáról, mely nélkül a Milla nem lett volna képes közösségként fennmaradni, és így hatékony működést produkálni. A támogatók megszervezése tehát egy párt kialakulásának, és fenntartásának alapfeltétele. A politikai aktivitás, mint említettem, elengedhetetlenül szükséges, az internet, ezen belül pedig a közösségi háló tökéletes terepet nyújt a választók aktivitásának felkeltésére, valamint maguk a választók aktivitásának, elkötelezettségének kifejezésére. Kiemelkedő fontossággal bírnak ugyanis a választók nézőpontjából a Szabó-Kiss által „*identitás-performanszoknak*”⁶⁶ nevezett, a választó identitását kifejező megnyilvánulások, melyekre a Facebook számos lehetőséget biztosít, a lájkolástól, a megosztáson keresztül, egészen a kommentelésig. E funkciók révén a Facebook-felhasználó „*kvázirészvételre*”⁶⁷ buzdítható, mely bár a megkívánt aktivitásból adódóan nem hasonlítható össze akár tüntetéseken, akár a választásokon való részvétellel, mégis rendkívüli mobilizálási és népszerűsítési⁶⁸ szereppel bír. Aronson szerint ráadásul, „*ha az ember valamilyen szívességet tesz valakinek vagy aktivizálja magát egy ügy mellett, utána megnő a szimpátiája és elköteleződése is az adott személy vagy ügy iránt*”⁶⁹. Esetünkben az Egymillióan a magyar sajtószabadságért oldal kedvelőinek az elköteleződése tehát a Milla irányában erősödött meg, melyeket tovább fokozott az adott posztok megosztása, lájkolása.

A Facebook az okból is tökéletes felületet biztosít a különböző szervezői feladatok ellátására, mert zárt csoportok létrehozását is lehetővé teszi⁷⁰. A privát csoport leegyszerűsíti, valamint költséghatékonyra teszi rendezvények, tüntetések lebonyolításához szükséges feladatok kiosztását, ellenőrzését, vagy éppen megvitatását. A Milla szervezői szintén alkalmazták a Facebook ezen opcióját, nagyjából 100 taggal működő szervezői csoportban⁷¹ készültek tüntetéseikre. A közösségi háló emellett a publikus, a nagy nyilvánosság elé tárt események meghirdetését is lehetővé teszi, melyek a felület promóciós, illetve mozgósító vetületét, funkcióit erősítik meg.

⁶⁶ Szabó Gabriella – Kiss Balázs: *Trendek a politikai kommunikációban*. Magyarország az ezredfordulón. Boda-Körösnéyi (szerk.) MTA PTI. 117.o.

⁶⁷ Boda Zsolt – Kiss Balázs (2005): *Politikai az interneten*. 2005. Budapest. Századvég Kiadó. 37.o.

⁶⁸ A kommentek, lájkok is láthatóak ugyanis a felhasználó ismerőseinek körében, nyilvánvalóan egyfajta hatást gyakorolva azokra. Ráadásul ismerőseink pl. egy tüntetésen való részvétele esetén saját részvételünk esélyei is megnövekednek. (A Facebook-eseményekhez való csatlakozás révén részvételi szándékuk ismert.)

⁶⁹ Aronson nyomán. Boda Zsolt – Kiss Balázs (2005): *Politikai az interneten*. 2005. Budapest. Századvég Kiadó. 37.o.

⁷⁰ Bolcsó Dániel: A közösségi média, mint a diáktüntetések üzenete. In: *Médiakutató*. 2013 nyár. 67-73. 69.o.

http://www.mediakutato.hu/cikk/2013_02_nyar/05_social_media_diaktuntetes.pdf

⁷¹ Szeles interjú alapján.

2.1.4.1. Egy eset szemléltetése

A Milla kialakulása természetesen nem az egyetlen, a közösségi média rendkívüli hatását tükröző példa. A közösségépítő és mozgósító funkciók ellátása, adottságok kihasználása számos kisebb-nagyobb civil, vagy politikai közösség kialakulásának folyamatában megfigyelhető. A közösségi média politikai zavargások, különböző kormányellenes, vagy akár rendszerellenes megmozdulások megszervezésében betöltött szerepét azonban mindenekelőtt az arab tavasz, azon belül is az egyiptomi felkelés kapcsán kezdték kutatni.

Bár a közösségi média mindezekben betöltött szerepének megítélése korántsem egységes, ha nem is minden esetben katalizátor szerepet tölt be, közösségkovácsoló, valamint mozgósító jellemzői cáfolhatatlanok. Ennek fényében érdemes lehet szót ejteni a közösségi háló már említett, észak-afrikai rezsimváltásokhoz kapcsolódó megmozdulásokról, vagy akár, belpolitikai szintén maradvánnyal, a 2012. decemberi diáktüntetésekéről⁷². Bár a két megmozdulás jellege a politikai rendszer, illetve a politikai viszonyoknak köszönhetően alapjaiban tér el, így azok összehasonlítása elkerülendő, a résztvevők korosztályi hasonlósága említésre méltó. Míg a magyar példánk esetében eleve diákokat érintő szakpolitikai intézkedés generált feszültséget a fiatalok között, addig észak-afrikai példánk esetében a korfa magában hordozza a fiatalok kitüntetett szerepét. Észak-Afrikában, hasonlóan a Közel-Kelet államaihoz – melyek szintén számos példát tudnak felmutatni a közösségi média mobilizációs szerepére – a teljes népesség 35-45%⁷³-a 25 év alatti. Nem meglepő tehát, hogy mindkét esetben kitüntetett szerep jutott a Facebooknak, hiszen, ahogy arról már szó volt, a közösségi háló használta mindenekelőtt a fiatal generáció sajátja. A dolgozat kereteinek szűkösége végett a két említett esetből utóbbi bemutatására keríték sort, hiszen amellet, hogy az egyiptomi megmozdulások esetében, a Milla kialakulásához hasonlóan, adott Facebook-oldalt jelölhetünk meg központi tényezőként, a nemzetközi esetünk rövid ismertetése a Facebook globálisan meghatározó szerepét is alátámasztja.

⁷² Érdemes megjegyezni, hogy a diáktüntetések képviselőjeként fellépő Hallgatói Hálózat a Szeles András által elindított diákmegmozdulásokból nőtte ki magát. (Szeles interjú alapján.)

⁷³ Rita Safranek (2012. március): *The Emerging Role of Social Media in Political and Regime Change*. ProQuest Discovery Guide. http://www.csa.com/discoveryguides/social_media/review.pdf

2.1.4.1.1. Egyiptomi felkelés

Egyiptomban a Mubarak ellenes, 2011 januárjában kezdődő, majd 20 napot felölelő zavargásokhoz nagymértékben hozzájárult a „We Are all Khaled Said”⁷⁴ Facebook oldal, mely elnevezése a korrupt rendőrök által megvert, majd sérüléseibe belehalt Khaled Said esetére kívánt reflektálni. Az esetről készült videó a YouTube videómegosztó portálon, valamint a Facebookon, és a forradalom során jelentős szerepet betöltő Twitteren keresztül a társadalom széles rétegeihez eljutott, nagyfokú felháborodást generálva a rezsimben egyébként is igen csalódott lakosság tagjai között. Az oldal találó, és egyben igen sokatmondó elnevezése mellett az áldozatról készült elborzasztó, posztmortem képek is növelték a társadalmi indulatokat. Az oldal Mubarak rendőrállamának jogsértéseire koncentrált, 2011 januárjában pedig a megmozdulások szervezőjeként, s egyben tudósítójaként funkcionált. Ez azonban csupán egyik hálója az egyiptomi eseményeke hatást gyakoroló közösségi média rendszerének. Bár a Facebook felhasználók száma az észak-afrikai államban Mubarak lemondásának idején nagyjából 4 millió⁷⁵ főre rúgott, vagyis a lakosság 5%-a értesülhetett többek között a legfrissebb szervezésű megmozdulásokról (10%-a⁷⁶ legalább egyszer már használta a hálót), legnagyobb szerepet mégis a mikroblogok (pl. Twitter) játszották. Wael Ghonim, az említett Facebook oldal létrehozója a Twitteren is „véleményvezérként” tudott fellépni, sokadmagával egyetemben. Az egyiptomi politikai eseményekkel kapcsolatos tweetek száma kutatások szerint⁷⁷ Mubarak lemondásának időpontjáig rendkívüli mértékben megnövekedett, a lemondás hetében pedig számuk globálisan 2300-ról 230 ezerre⁷⁸ nőtt.

⁷⁴ Rita Safranek (2012. március): *The Emerging Role of Social Media in Political and Regime Change*. ProQuest Discovery Guide. http://www.csa.com/discoveryguides/social_media/review.pdf

⁷⁵ Uo.

⁷⁶ *Opening Closed Regimes: What Was the Role of Social Media During the Arab Spring?* Project on Information Technology & Political Islam Working Paper 2011.1.

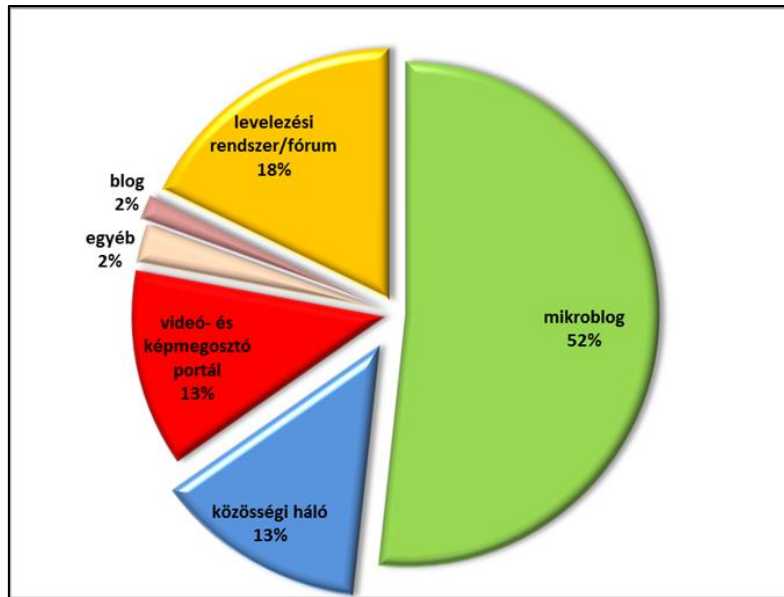
http://pitpi.org/wp-content/uploads/2013/02/2011_Howard-Duffy-Freelon-Hussain-Mari-Mazaid_pITPI.pdf

⁷⁷ Uo.

⁷⁸ Rita Safranek (2012. március): *The Emerging Role of Social Media in Political and Regime Change*. ProQuest Discovery Guide. http://www.csa.com/discoveryguides/social_media/review.pdf

3. Ábra

Január 23-30. között használt csatornák aránya⁷⁹



A mikroblogok mellett kiemelt szerepet töltött be a YouTube videómegosztó portál is, melyen többek között a Tahrir téren január 25-én összegyűlt több ezres tömegről látható felvételt 600 ezren⁸⁰ nézték meg, míg a top 23 videó, melyek szintén politikai protest tartalommal bírtak, 5,5 millió⁸¹ nézettséget generáltak. A közösségi média tehát vitathatatlanul erős szerepet töltött be mind Egyiptomban, mind az arab tavasz hullámának egyéb államaiban, de találhatunk példát fontos politikai eseményekben betöltött funkciójáról világszerte, említhetjük akár a Fülöp-szigeteken Estrada lemondását, vagy a 2009-es moldáviai megmozdulásokat⁸².

⁷⁹ Crisis in Egypt: Political unrest and the implications across the MENA region: <http://newshour-tc.pbs.org/newshour/multimedia/social-revolution/SocialMediaAnalysis-MENARegion.pdf>

⁸⁰ Opening Closed Regimes: *What Was the Role of Social Media During the Arab Spring?* Project on Information Technology & Political Islam Working Paper 2011.1. 22.o.

http://pitpi.org/wp-content/uploads/2013/02/2011_Howard-Duffy-Freelon-Hussain-Mari-Mazaid_pITPI.pdf

⁸¹ Rita Safranek (2012. március): *The Emerging Role of Social Media in Political and Regime Change*. ProQuest Discovery Guide. http://www.csa.com/discoveryguides/social_media/review.pdf

⁸² Uo.

3.A Milla megalakulásának története

3.1. Aktuális politikai helyzet, körülmények

A Milla kialakulásának vizsgálatakor nem hagyható figyelmen kívül az aktuális politikai helyzet, a kormány nagyobb vitákat generáló intézkedéseinek sora, a pártok erőviszonyainak alakulása. Az Egymillióan a magyar sajtószabadságért nevet viselő Facebook-oldal 2010 decemberében jött létre, a médiatörvény megszavazása apropóján megszervezett diáktüntetés másnapján, vagyis majd nyolc hónappal a második Orbán-kormány beiktatása után.

A 2010-es választások alapjaiban rengették meg a rendszerváltást követően kialakult, majd stabilizálódott két meghatározó blokk által befolyásolt politikai szférát, eredményeként többek között jelentősen megroppantva az MSZP szavazóbázisát. A párt válságidőszakából csak lassan, a DK kiválásával, és a pártelnök pozíciójának megszilárdításával kezdetett kiemelkedni. Emellett a Fidesz-KDNP 2010. áprilisi rendkívül magas támogatottsága, nem példanélküli módon, bár hónapokig fennmaradt, 2010 decemberére jól mérhetően lecsökkent.

4. Ábra⁸³

A Fidesz teljes népességben belüli támogatottságának változása

	Medián	Ipsos	Tárki	Századvég
2010/05	50	42	45	45
2010/06	50	41	46	na
2010/07	49	37	39	46
2010/08	47	35	na	46
2010/09	46	38	39	47
2010/10	44	39	44	47
2010/11	44	37	49	45
2010/12	44	33	43	43

A Milla kialakulásának szempontjából az említett két párt, az MSZP, illetve a Fidesz-KDNP társadalmi támogatottságának 2010. decemberi állása releváns, tekintve, hogy a Jobbik, illetve az LMP nem tudta növelni szavazótáborát a választásoktól decemberig eltelt időszak alatt. Az MSZP alacsony támogatottsága ugyanis „politikai rést” teremtett a baloldalon, melyet részben

⁸³ Az adatok a [torokgaborelemz.blog.hu](https://docs.google.com/spreadsheet/ccc?key=0AolnDrKA6fv8dEJvUFRBLUZ3cThkcjIMYS05eDcyemc#gid=0) oldalról származnak: <https://docs.google.com/spreadsheet/ccc?key=0AolnDrKA6fv8dEJvUFRBLUZ3cThkcjIMYS05eDcyemc#gid=0> (2013. október 6.)

a Milla, majd az Együtt 2014 egyéb társalapító szervezetei, elsősorban a Szolidaritás, voltak képesek betölteni. A kormánypártok tevékenységével való egyre fokozódó elégedetlenség pedig kitűnő táptalajt biztosított a lakosság protest érzelmeinek felfokozódásához.

A kormány tevékenységével való elégedetlenség már 2010 novemberében tüntetésekből artikulálódott, melyek előre prognosztizálták a Fidesz-KDNP támogatottságában decemberre bekövetkező csökkenést. A két, jelentősebb társadalmi vitát generáló intézkedésnek az Alkotmánybíróság jogkörének szűkítése - melyet a javaslat ellenzői tágabb értelmezésben a jogállamiság kereteinek csorbításával azonosítottak -, illetve a magánnyugdíjpénztárakat érintő reformtervezet bizonyult. Előbbi intézkedés megalapozta a médiatörvény tervezete kapcsán kialakult társadalmi elégedetlenséget, hiszen mindkettő beilleszthető az említett, a második Orbán-kormányt az állam demokratikus működésének, a jogállamiságot veszélyeztető tevékenységének okán ért, és a mai napig is az ellenzék által permanensen felhasznált kritikák sorába. A médiatörvényként emlegetett törvénycsomag⁸⁴ tervezete a számos, részben politikai, részben szakmai vélemény szerint⁸⁵ többek között sajtószabadságot sértő elemei okán illik bele az említett sorba.

Mint említettem, a médiatörvény ügye elérte a közvélemény ingerküszöbét, országszerte, valamint nemzetközi porondon is felháborodást keltett. Nem érdemes azonban feltételezni, hogy a sajtószabadság védelmének apropóján tiltakozó tömegek nem a kormánnyal való általános elégedetlenségüknek adtak hangot részvételükkel.

⁸⁴ A médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény, valamint a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény.

⁸⁵ Pl. a TASZ, illetve az Amnesty International állásfoglalása.

3.2. A médiatörvény kritika alá vett pontjainak rövid ismertetése

A törvény számos, vitatható pontja miatt generált mind belföldi kritikákat, mind nemzetközi visszhangot⁸⁶. Az Európai Parlamentben, illetve különböző külföldi sajtóorgánumban tehát úgyszintén meghatározó üggyé vált a magyar sajtószabadság kérdése. Essen néhány szó azonban a törvény egyes, konkrét pontjairól, melyek megalapozták a széleskörű felháborodást. Érdekes mindenekelőtt kiemelni, hogy médiatörvény alatt egy törvénycsomag értendő, melynek két meghatározó része a 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról (Mttv., médiatörvény), valamint a 2010. évi CIV. törvény a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól (Smtv., médiaalkotmány). Emellett meg kell jegyeznünk, hogy a törvény, többek között az Európai Bizottság kifogásainak eredményeképp, többszöri módosításra került, melyeket az alábbi ismertetés nem vesz figyelembe, tekintve, hogy a dolgozat tárgya nem a törvény teljesség igényével történő bemutatása, hanem a Milla kialakulását megelőző társadalmi elégedetlenséget generáló egyes pontjainak ismertetése.

A médiatörvény reformjára szakértők szerint⁸⁷ nagy szükség volt, az 1996-os törvény elavultsága ugyanis szükségessé tette az átalakításokat. A jogszabály azonban nemcsak, hogy tartalmilag nem felelt meg az elvárásoknak, de számos kritika érkezett a törvény megalkotásának eljárási módjával kapcsolatban egyaránt. Bayer Judit többek között kiemeli⁸⁸ a társadalmi egyeztetés hiányát, a törvényjavaslat benyújtásának módját (egyéni indítvány), a jogszabály megtárgyalásához biztosított, mennyiségéhez viszonyított rövid időtartamát, nem is beszélve a kihirdetése másnapján történő hatályba léptetésének következményeiről.

A legfőbb tartalmi kritika⁸⁹ a Médiatanácsot érintette, kormányzati befolyása okán, a 9 évre megválasztott, önálló hatáskörrel rendelkező elnök ugyanis kétharmaddal megválasztható, de a közszolgálati médiaszolgáltatók vezetőinek kormányhűsége is garantáltan fenntartható a törvény értelmében. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóságot miniszterelnök által kinevezett, korlátlan alkalommal újraválasztható elnöke mellett a hatalomkoncentráció megtestesülése, függetlenségének és autonómiájának hiánya miatt is vádak érték. A

⁸⁶ A Milla kialakulásának szempontjából nem érdekesek a törvényt védelembe vett vélemények, így azok ismertetésére nem keríték sort, a jogszabály egyoldali bemutatása tehát nem törekszik a törvény objektív bemutatására.

⁸⁷ Bayer Judit (2011): Az új médiatörvény sajtószabadságot korlátozó rendelkezései. In: *Médiakutató*. 2011/12/1. 11-20. http://www.mediakutato.hu/cikk/2011_01_tavasz/02_uj_mediatorveny

⁸⁸ Uo.

⁸⁹ Uo.

kormánypárti befolyást a Kuratórium összetételében is látni véli többek között Bárándy Gergely⁹⁰ is, aki a hatóság csonka működésének lehetőségére is felhívja a figyelmet.

A reform a közszolgálati média átalakítását is magában foglalta, mind a felügyeleti struktúra, mind a vagyonkezelés vonatkozásában. A Médiaszolgáltatás-támogató és Vagyonkezelő Alap felállításával és a Médiatanács ellenőrzése és kezelése alá vonásával⁹¹, valamint vezérigazgatójának elnöki kinevezésével ugyancsak a kormánypárti befolyás vádját indukálta, nem csupán ellenzéki, de egyes szakértői körökben egyaránt.

Az ellenzék kritikájának alapjául szolgáló legfőbb vád alapkövét talán Bárándy Gergely fejezte ki a legtalálóbban: „*A miniszterelnök, a médiahatóság élére kinevezett bizalmasa, valamint a megkérdőjelezhetetlenül lojális Médiatanács útján, közvetlen befolyással bír a média világára.*”⁹² Vagyis a kormánypárti cenzúra eredményeképp Magyarországon súlyosan sérül a sajtó- és a szólás szabadsága.

Az ellenzéken túl, többek között az Amnesty International, valamint a Társaság a szabadságjogokért is szót emelt a törvény ellen, ám ténylegesen csupán az EB kifogásai váltottak ki reakciót a kormánypartokból. A 2011 januárjában folytatódó performanszok, európai színpadon lefolytatott viták, az EB médiaügyi biztosával, Neelie Kroesszel történő egyeztetések, illetve a törvényt több ponton alkotmányellenesnek minősítő 165/2011. (XII. 20.) AB határozat végül a törvény módosításait eredményezték, melyek azonban témánk szempontjából irrelevánsak, így azokra nem térek ki.

⁹⁰ Bárándy Gergely (2011): Fékek és ellensúlyok? 2010 - a hatalomkoncentráció éve. In: *Egyenlítő* 2011/4. melléklet. http://mszp.hu/hirek/fekek_es_ellensulyok_2010_a_hatalomkoncentracio_eve

⁹¹ Bayer Judit (2011): Az új médiatörvény sajtószabadságot korlátozó rendelkezései. In: *Médiakutató*. 2011/12/1. 11-20. http://www.mediakutato.hu/cikk/2011_01_tavasz/02_uj_mediatorveny

⁹² Uo. 15.o.

3.3. A közösségi-oldal létrehozása

A 2010. december 20-án a sajtószabadság védelmében megtartott, civil szervezésű tüntetés, illetve a médiatörvény által generált nagyfokú állampolgári elégedetlenség indukálta a Facebook-oldal létrehozását. A társadalom egy rétege kiemelt jelentőséget tulajdonított ugyanis e témakörnek, mely bár a 20-i tüntetésen még kevésbé (becslések szerint 1500 résztvevővel), a Facebook oldalhoz történő csatlakozásban, valamint a 22-én, a törvény megszavazásának másnapján tartott, 5-7 ezer embert megmozgató tüntetésben azonban egyértelműen realizálódott.

A 20-i tüntetés a törvény zárószavazásának napjára időzítve, pártpolitikailag független, diák szervezésű⁹³ megmozdulás volt, mely rövid performansszal egybekötve, nagyobb felszólalások, illetve közszereplők nélkül, „*amatőr profizmussal*”⁹⁴ zajlott. Szeles Andrásnak, a tüntetés főszervezőjének Juhász Péter ajánlotta fel segítségét a szervezési feladatok ellátásában, illetve ő volt az, aki már a tüntetés szervezésekor felvetette egy Facebook-oldal létrehozásának ötletét⁹⁵, melyből aztán az Egymillióan a magyar sajtószabadságért nevet viselő oldal alakult ki.

A pártpolitikai függetlenség, mint a megmozdulás jellemzője, kiemelt jelentőséggel bír, egyben végigköveti a Milla egész történetét. Bár Philip N. Howard az arab tavasszal kapcsolatban fejti ki azon álláspontját, miszerint „*a korábbi pártok [...] talán nem is a politikai ellenállás leghatékonyabb szerveződési formái egy digitális világban*”⁹⁶, feltételezése helytállóan tűnik a magyar sajtószabadság védelmében tartott, általam is tárgyalt tüntetések esetében is. A hazai, szakpolitikai protest megmozdulásokra egyébként is jellemző⁹⁷ a pártpolitika színezettől, a bekategorizálástól való félelem, mely esetenként elnyomhatja adott tüntetés tényleges okát, illetve célját. A Milla első nagyobb horderejű, január 14-én megtartott tüntetésére való felhívás is illeszkedik e sorba, a szervezők a következőképp fejezték ki erre vonatkozó kívánalmukat: „*Ne gyere, ha pártszínekbe burkolva akarod véleményedet*

⁹³ Szeles András a Helyzet Van csoportot, a december 2-án az AB jogkörének szűkítése ellen tartott tüntetés szervezőit kérte fel a rendezvény lebonyolításában való részvételre. <https://www.facebook.com/helyzetvan>

⁹⁴ Szeles András (Interjú alapján.)

⁹⁵ Szeles András maga is létrehozott egy kb. 5000 kedvelőt vonzó oldalt e célra, mely azonban technikai okok miatt nem generálta hasonló sikert. (Interjú alapján.)

⁹⁶ Bayer Judit (2011): Az új médiatörvény sajtószabadságot korlátozó rendelkezései. In: *Médiakutató*. 2011/12/1. 11-20. 70.o. http://www.mediakutato.hu/cikk/2011_01_tavasz/02_uj_mediatorveny

⁹⁷ Ennek ékes példája a politikusok tüntetésen való megjelenésének, illetve a pártszimbólumok használatának gyakori és heves ellenzése.

kinyilvánítani!”⁹⁸ Emellett a képviselőket a sajtóközleményben külön felkérték a részvétel mellőzésére.

A tüntetés másnapján⁹⁹ Juhász Péter létrehozta az Egymillióan a magyar sajtószabadságért nevet viselő Facebook-oldalt, mely elképesztő sebességgel gyarapította rajongótáborát, másnap reggelre az 1000 főt, két hét lefogaása alatt majd 60 ezer, 3 hét alatt 70 ezer főt is elérte az oldal rajongóinak száma, mely mára 112 ezer főre rúg. Juhász már a 20-i diáktüntetés megszervezésében is szerepet töltött be, illetve többször próbálkozott¹⁰⁰ már a Milla Facebook-oldalához hasonló közösségek megszervezésével. A jelek szerint a frappáns elnevezés és az oldal tárgyának kiemelt jelentősége a korábbi próbálkozásokkal ellentétben már képes volt nagymértékű csatlakozást, valamint aktivitást generálni, elérte a társadalom ingerküszöbét. Csak azon üzenetek tekinthetők ugyanis hatékonynak, melyek aktivitást generálnak a választóban, azaz az „*üzenet kulcsmomentuma minden esetben a befogadó motiváltsága*”¹⁰¹. Az oldal követőinek gyarapodása egyébként éppen a karácsonyi, illetve újévi ünnepek időszakát öleli át, mely feltehetően pozitív irányban befolyásolta a számok növekedését. A Facebook kitűnő eszköznek bizonyult, és minden bizonnyal az egyedüli opció volt e közösség létrehozására, valószínűleg semmi más nem járt volna¹⁰² hasonló sikerrel.

Az oldal rajongóinak száma nagymértékű, igen rövid időn belüli növekedést produkált, ráadásul ez időszak alatt a Millához (részben) köthető decemberi diáktüntetés volt az egyedüli offline megmozdulás. Az oldal követőinek hirtelen gyarapodásához tehát elegendőnek bizonyult az aktivitást valamelyest fellendítő kisebb tüntetés is, már amennyiben feltételezzük, hogy az egyáltalán szükséges volt. Az említett egyiptomi oldal létrehozását is megelőzte azonban egy konkrét esemény, mely bár nem önmagában okozott nagymértékű társadalmi felháborodást, csupán szimbólumává vált egy vitatott módszerekkel fenntartott rendszernek. Esetünkben a médiatörvény elfogadása a szimbolikus esemény, mely a társadalom széles körében a Fidesz-KDNP kormány jogállami kereteket sértő politikájának megtestesítőjévé vált.

⁹⁸ A Tüntetés a sajtószabadságért szervezőinek sajtóközleménye. 2011.01.07.

<https://www.facebook.com/notes/egymilli%C3%B3an-a-magyar-sajt%C3%B3szabads%C3%A1g%C3%A9rt/a-t%C3%BCntet%C3%A9s-a-sajt%C3%B3szabads%C3%A1g%C3%A9rt-szervez%C5%91inek-sajt%C3%B3k%C3%B6zlem%C3%A9nye/161632480549608>

⁹⁹ A zárószavazás átcsúszott másnap hajnalra, így valójában nem másnap, hanem aznap hozták létre az oldalt.

¹⁰⁰ Navra László (2012.11.21.): *Mi is az a Milla?* <http://www.minimumplusz.hu/2012/11/21/mi-is-az-a-milla/>

¹⁰¹ Szabó Gabriella – Kiss Balázs: *Trendek a politikai kommunikációban*. Magyarország az ezredfordulón. Boda-Körösiényi (szerk.) MTA PTI. 116.o.

¹⁰² Szeles András is ezen álláspontra helyezkedett. (Interjú alapján.)

A Milla adminisztrátorai is igyekeztek, az egyébként önmagát generáló ismertséget javítani, az oldal népszerűségét növelni. Egyrészt a Facebook opcióinak segítségével (megosztás, like, ajánlás) az oldal hullámként terjedve amúgy is elérhette a potenciális csatlakozók széles körét, másrészt az adminisztrátorok külön felkérték¹⁰³ mozgósításra követőiket, „like boxok” elhelyezésére, az oldal linkjének terjesztésére. A népszerűsítés mellett a szerkesztők a mozgósításra is kiemelt figyelmet fordítottak, melynek egyes elemeit a konkrét tüntetések kapcsán még áttekintjük.

¹⁰³ Az Egymillióan a magyar sajtószabadságért adminisztrátorainak levele. 2011.01.05.
<https://www.facebook.com/notes/egymilli%C3%B3an-a-magyar-sajt%C3%B3szabads%C3%A1g%C3%A9rt/az-egymilli%C3%B3an-a-magyar-sajt%C3%B3szabads%C3%A1g%C3%A9rt-adminisztr%C3%A1torainak-levele/161187423927447>

3.4. Offline akciók szerepe, utcai politizálás

4. Ábra

Főbb események időrendben¹⁰⁴



A Milla Egyesület mai szerepének, politikai befolyásának eléréséhez feltételezésem szerint nem volt elegendő az Egymillióan a magyar sajtószabadságért Facebook-oldal létrehozása, illetve üzemeltetése, ahhoz nagymértékben hozzájárult ugyanis a közösség utcai megmozdulásainak, tüntetéseinek sorozata, mely képes volt fenntartani a választópolgároknak mind a médiatörvény kapcsán kimutatott indulatait, mind a második Orbán-kormány tevékenységével kapcsolatos ellenérzéseket. A Milla sikerében, illetve releváns politikai pozíciójának kialakulásában mindenekelőtt a tüntetések résztvevőinek, ezen keresztül a Milla közösségének tényleges létszáma volt meghatározó. Hiába ugyanis a több mint 100 ezer Facebook követő, amennyiben tényleges aktivitás nem áll a háttérben. A Milla esetében azonban megtapasztalhattuk az offline aktivitást, és egyben az „*online és offline világ közötti dinamikus interakciókat*”¹⁰⁵.

Alábbiakban áttekintjük a közösség fontosabb tüntetéseit, demonstrációit, illetve az azokon való részvétel népszerűsítésének, a választók mobilizálásnak főbb eszközeit, melyek hozzájárultak a megmozdulások sikeréhez. A tüntetések, azok apropójaként szolgáló főbb, felkarolt témák rövid áttekintésével a Milla fejlődésének, egyszerű online, ad-hoc ügyre („one-issue”) koncentráló közösségből, konkrét politikai pozíciót elfoglaló egyesületté válásához vezető utat.

¹⁰⁴ Saját szerkesztés.

¹⁰⁵ Szabó Gabriella – Kiss Balázs: *Trendek a politikai kommunikációban*. Magyarország az ezredfordulón. Boda-Körösényi (szerk.) MTA PTI. 113.o.

3.4.1. Médiatörvény tüntetés - 2011. január 14.

Az első nagyobb tüntetésre 2011. január 14-én került sor, mely tízezres tömeg megmozgatására volt képes, megtöltve a Kossuth teret. A megmozdulásra az oldal szerkesztői „online flashmob” formájában is igyekeztek felhívni a háló felhasználóinak figyelmét, melynek keretében saját követőiket egyszer az esemény, illetve egyszer az oldal adott, két óras időintervallumon belüli megosztására buzdították¹⁰⁶. Emellett „Az alkotmányos és emberi jogokat tiszteletben tartó médiatörvényért” címet viselő kiáltvány kormányfőhöz való eljuttatását is a követők figyelmébe ajánlották¹⁰⁷. A január 14-i, budapesti tüntetés sikeréhez a magyar nagykövetségek előtt megtartott szolidaritási megmozdulások is hozzájárultak. A rendezvény tehát nem várt létszámot generált, melyre mind a Milla szervezői, mind a különböző médiumok „felkapták fejüket”. A tüntetés előrevetítette a szervezet későbbi sikerét, megerősítve mind a szervezésben részt vevők, mind a szimpatizánsok bizalmát.

3.4.2. Médiatörvény tüntetés - 2011. január 27.

A Milla második tüntetésére január 27-én került sor, a korábbi megmozdulás „eredménytelensége”, azaz a kormányzati reakció elmaradása, vagyis a kiáltványban foglalt aktualitása okán. A szervezés természetesen ez esetben is a közösségi hálón zajlott, és a korábbi mozgósításhoz hasonló sikert eredményezett, ráadásul magának a budapesti rendezvénynek a volumenét is nagyobbra szabta a rendezői gárda, a január 14-i részvételt meghaladó tüntetésben bízva. A mozgósítás elemei ezúttal még szélesebb skálán mozogtak, az oldal kedvelőinek számos opciót adva a rendezvény sikeréhez való hozzájárulásra.

Miután a tüntetés központja a főváros, pontosabban a Kossuth tér, az adminisztrátorok a vidéki megmozdulások szervezésére is felkérték követőiket, melynek eredményeképp számos megyeszékhely „csatlakozott” a sajtószabadság védelmében tartott demonstrációhoz, elősegítve a tüntetés országos jellegét, enyhítve főváros-központúságát.

¹⁰⁶ *Online flashmob a magyar sajtószabadságért!* 2011.01.09.

<https://www.facebook.com/notes/egymilli%C3%B3an-a-magyar-sajt%C3%B3szabads%C3%A1g%C3%A9rt/online-flashmob-a-magyar-sajt%C3%B3szabads%C3%A1g%C3%A9rt/162206767158846>

¹⁰⁷ *Csak akkor lájkold, ha már leveled megírtad!* 2011.01.14.

<https://www.facebook.com/notes/egymilli%C3%B3an-a-magyar-sajt%C3%B3szabads%C3%A1g%C3%A9rt/csak-akkor-l%C3%A1jkold-ha-m%C3%A1r-leveled-meg%C3%ADrtad/163530163693173>

A mozgósítás mindenekelőtt az esemény megosztásának, e-mailen, sms-ben, akár plakátokon való terjesztésének kívánalmában jelent meg, vagyis a szerkesztők túlléptek a január 14-én használt, akkor még kizárólag online terjesztésre fókuszáló javaslataikon. Ettől függetlenül a mozgósítás centruma természetesen a virtuális szféra volt, a Facebook mellett pedig kiemelt szerepet szántak a YouTube videómegosztó portálnak is. A mozgósítás egyik legfőbb újdonsága ugyanis az ügy mellett elkötelezett választók azon felkérése, mely a sajtószabadságot támogató üzenetről készült videó készítésére és feltöltésére irányult. A Facebook-oldal szerkesztőinek felhívásával: „*Mondj csak annyit: A sajtószabadságért megyek tüntetni! Te jössz?*”¹⁰⁸ E típusú mozgósítás, mely a közszereplőktől várható nagyobb erejű hatást, a március 15-én, a Szabad sajtó útján tartott tüntetést megelőzően járt igazán meghatározó eredménnyel, számos közéleti szereplő részvételének köszönhetően. A Milla bázisdemokratikus jellemzőjét jól tükrözi a budapesti rendezvény rendezőinek Facebook-oldalon keresztül történő toborzása is, ahogyan tette a vidéki tüntetések szervezőinek keresése esetében, illetve a nyílt rendezői megbeszélések¹⁰⁹ biztosításakor.

A Facebook mellett tehát mindenekelőtt a YouTube, illetve azon belül a Milla által létrehozott csatorna járult hozzá a Millához köthető események terjesztésére, a január 27-i rendezvény előtt azonban a közösség saját blogot¹¹⁰ is elindított. Bár mára az oldal kevésbé mondható aktívnak, az Egymillióan a magyar sajtószabadságért Facebook-oldal „like-box”-a, hasonlóan néhány később elindított honlaphoz, a mai napig be van ágyazva. A Milla közösségi oldalához mára tehát számos honlap kapcsolódik, a 2011 januárjában elindított sajtószabadsagert.blog.hu mellett 2011 áprilisában aktívvá vált az egymillioan.blog.hu, majd szeptemberben a nemtetszikarendszer.blog.hu, illetve annak Facebook-oldala. A minimumplusz.hu vagy millamédia.hu pedig 2012 júliusától segíti a Milla munkáját.

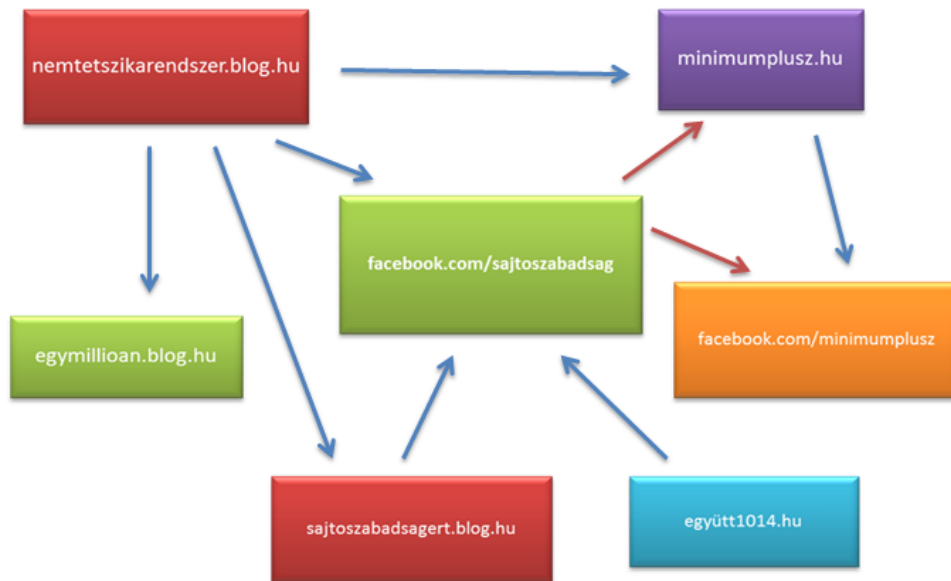
¹⁰⁸ *Tüntetés: tájékoztató és felhívás!* 2011.01.21. <https://www.facebook.com/notes/egymilli%C3%B3an-a-magyar-sajt%C3%B3szabads%C3%A1g%C3%A9rt/t%C3%BCntet%C3%A9s-t%C3%A1j%C3%A9koztat%C3%B3-felh%C3%ADv%C3%A1s/165379706841552>

¹⁰⁹ *Rendezői megbeszélés.* 2011.01.25. <https://www.facebook.com/events/120019551404643/?ref=22>

¹¹⁰ <http://sajtószabadsagert.blog.hu/>

4. Ábra

A Milla online hálózati képe¹¹¹



3.4.3. 2011. március 15-i tüntetés

A korábbiaknál is nagyobb sikerrel azonban egyértelműen a Milla 2011. március 15-i tüntetése járt, melyet a Facebook-oldalon mindenekelőtt a már említett, közéleti szereplőkkel készült videó-bejegyzések, illetve interjúk révén kívántak a szerkesztők, rendezők a tüntetés előtt népszerűsíteni. A rendezvényen felszólalt többek között Kulka János, illetve Csákányi Eszter is, a szervezők tehát kizárólag civil, illetve közéleti szereplőket kértek fel, míg a politikai szereplők részvételét elutasították, megfélemlve a Milla korábban is deklarált elvének és az alapján folytatott gyakorlatának. A tüntetésen több tízezres tömeg gyűlt össze, melynek eredményeképp, a Milla szervezői nyilván elérkezettnek látták az időt egy a közösséget formális egységbe tömörítő „ernyőszervezet”¹¹² létrehozására. A Facebook-oldal tehát bár tökéletes eszközként, felületként szolgált egy, a kormány tevékenységével elégedetlen, pártfüggetlen közösség létrehozására, mozgósítására, releváns politikai szereplővé a közösség, egyfajta szervezeti formába tömörüléssel kívánt válni. Ahogy Fölkel Róbert szervező fejezte ki: „a Facebook jó kiindulási alap, de most már az egész nyilvánosság kell, hogy a terepünk

¹¹¹ Saját szerkesztés. (Egymásra mutató oldalak alapján.)

¹¹² Fölkel Róbert, a Milla egyik szervezőjének szóhasználata. Nyusztay Máté (2011.03.26.): *Milla a szabad magyar csoport*. http://nol.hu/lap/hetvege/20110326-milla_a_szabad_magyar_csoport?ref=sso

legyen.”¹¹³ Az útkeresés tehát mindenekelőtt a március 15-i rendezvény után kezdődött meg a Milla első embereinek körében, mely az egyesületi forma kívánalma mellett, a kormánnyal elégedetlenek szélesebb tömegeinek megszólítása érdekében, újabb ügyek felkarolását is megcélozta. A Milla tehát szükségesnek látta szélesíteni spektrumát, maga mögött hagyva „one-issue” párt jellegét.

A közösséget tömörítő szervezeti formával a közösség belső struktúrájának, döntési mechanizmusainak is reformon kellett átesniük, a korábbi bázisdemokratikus modellnek ugyanis a résztvevők létszáma gátat vetett. A március 15-i tüntetést szervező mintegy 70 fő¹¹⁴ sem volt már képes hatékonyan ellátni feladatát megfelelő vezetés, egyértelmű hierarchikus struktúra nélkül. Szeles András, a 2010. decemberi diáktüntetés szervezője, valamint a Milla kezdetektől aktív tagja egyébként pont a bázisdemokratikus elvek elvetésében látja¹¹⁵ a Milla egyik alapvető problémáját, hiszen a kezdeti, széles körben népszerű „mindenki egyenlő” elvre épülő struktúrától való eltávolodás, a beleszólás lehetőségének gyengülése megváltoztatta a közösség eredeti működését, és ezzel egyidejűleg eltántorította az eleinte még aktív szimpatizánsokat.

3.4.4. Áprilisi megmozdulások az Alaptörvény ellen

Már 2011. március 28-án bejelentésre¹¹⁶ került a következő tüntetés, mely hívószavaként immár nem a sajtószabadság, hanem az egypárti alkotmány szolgált. Az Alaptörvény megszavazását megelőző időpontra (április 15-re) szervezett demonstrációt a Milla civil szervezetekkel¹¹⁷, többek között a Cigány Politológusok és Szakértők Szövetségével, az Eötvös Károly Közpolitikai Intézettel, a Kendermag Egyesülettel, a Negyedik Köztársasággal¹¹⁸, a Társaság a Szabadságjogokért jogvédő szervezettel társulva szervezte

¹¹³ Fölkel Róbert, a Milla egyik szervezőjének szóhasználata. Nyusztay Máté (2011.03.26.): *Milla a szabad magyar csoport*. http://nol.hu/lap/hetvege/20110326-milla_a_szabad_magyar_csoport?ref=sso

¹¹⁴ A március 15-i tüntetés költségeinek elszámolása. 2011.03.22.

http://sajtoszabadsagert.blog.hu/2011/03/22/a_marcius_15_ei_tuntetes_koltsegeinek_elszamolasa

¹¹⁵ Szeles András interjú alapján.

¹¹⁶ *Tüntetés! Részletek hamarosan!* 2011.03.28.

<https://www.facebook.com/notes/egymilli%C3%B3an-a-magyar-sajt%C3%B3szabads%C3%A1g%C3%A9rt/t%C3%BCntet%C3%A9s-r%C3%A9szletek-hamarosan/181216328591223>

¹¹⁷ *Tüntetés az alkotmányozás ellen*. 2011.04.15.

<https://www.facebook.com/events/201394269881224/?ref=22>

¹¹⁸ A 4K, mely gyakorlatilag a Millának köszönheti még e kis fokú ismertségét is, később eltávolodott a szervezettől. (Szeles András interjú alapján.)

meg, egy szélesebb demokratikus összefogás megjelenítését célozva. A szavazás napjára¹¹⁹ (április 18-ra) tervezett „Pac-Manizáció”¹²⁰ elnevezésű flash-mob pedig mindenekelőtt a fiatalok mobilizálást szolgálta, majd az április 21-ére szervezett „Ne írd alá, Schmitt Pál!” tüntetés¹²¹ az Alaptörvény köztársasági elnöki vétóját igyekezett elérni.

3.4.5. Nem tetszik a rendszer! - 2011. október 23.

A 2011. október 23-i „Nem tetszik a rendszer!” elnevezést viselő tüntetés már elszakadt a korábbi, jogállami keretek lebontására koncentrááló megmozdulásoktól, hívószavaktól, ezen belül a sajtó- és szólásszabadságtól, az Alaptörvény által kirekeszteni vélt társadalmi csoportok, alapjogok védelmétől¹²², és tényleges politikai párthoz hasonlóan, a kormány tevékenységének abszolút elutasítását tette magáévá. A kampánydallal népszerűsített¹²³ „Nem tetszik a rendszer” hívószavak is ezt támasztják alá, többé nem ad-hoc ügyekben, nyomásgyakorlási szándékkal kívántak fellépni a Milla szervezői, hanem a második Orbán-kormány leváltását tüzték célként maguk elé. Kampánydal¹²⁴ egyébként a Milla 2013. március 15-i tüntetésének népszerűsítése során is felhasználásra került, mint marketing eszköz. A Facebook-oldalon megjelenített számtalan – mindenekelőtt ez esetben is közéleti szereplők által készített – videó is a széles társadalmi elégedetlenségre reflektál, feltárva a „nem tetszés” okainak sorát.

¹¹⁹ BREAKING: ÚJ IDŐPONTOK! 2011.04.01.

<https://www.facebook.com/notes/egymilli%C3%B3an-a-magyar-sajt%C3%B3szabads%C3%A1g%C3%A9rt/breaking-%C3%BAj-id%C5%91pontok/182093201836869>

¹²⁰ Pac-Manizáció. 2011.04.18. <https://www.facebook.com/events/202164143138278/?ref=22>

¹²¹ A tüntetés mellett az elégedetlenség mobilizálást a korábban Orbán Viktornak a médiatörvény kapcsán írt választói levelek írásához hasonlóan, a köztársasági elnöknek címzett levelek megírására való felhívásával kívánták elérni. *Írjunk levelet Pali bácsinak!* 2011.04.20.

http://egymillioan.blog.hu/2011/04/20/irjunk_levelet_pali_bacsinak

¹²² „A Magyar Köztársaságnak olyan alaptörvényre van szüksége, amelyet pártállástól, világnézettől, vallástól, származástól, bőrszíntől, nemtől és szexuális orientációtól, kortól függetlenül a Magyar Köztársaság minden állampolgára a magáénak érezhet” Tüntetés az alkotmányozás ellen. 2011.04.15.

<https://www.facebook.com/events/201394269881224/?ref=22>

¹²³ A Milla tüntetésére készített dal klipjét a YouTube videómegosztó csatornán október 20-áig több mint 100 ezren tekintették meg. Nem tetszik a rendszer. <http://www.youtube.com/watch?v=GSP81Che1X0>

¹²⁴ Újabb dallal hirdeti tüntetését a Milla. 2013.03.13.

http://hvg.hu/itthon/20130313_Ujabb_dallal_hirdeti_tunteteset_a_Milla

3.4.6. Lemossuk a gyalázatot! - 2012. március 15.

A Milla március 15-i tüntetése mindenekelőtt az alternatív köztársasági elnök, a rapper, Dopeman személyében történő megválasztása¹²⁵ révén vált a közvélemény beszédtemájává. A demonstráció azonban ismételten nagy tömeget tömörített a Ferenciek terén, illetve a szimbolikussá váló Szabad Sajtó útján. A Milla kapcsolati rendszerét láthatóan szélesíteni tudta, hiszen számos, korábban nem résztvevő szervezet képviselője is feltűnt a felszólalók között. A kapcsolatok¹²⁶ mindenekelőtt az oktatási reformok, illetve az azokkal való elégedetlenség okán különböző hallgatói, valamint pedagógus-szervezetekre terjedtek ki. Érdemes kiemelni a reformok révén kitermelődött Hallgatói Hálózatot, valamint a frekvencia-botrány miatt témává váló Klubrádiót, illetve a főváros hajléktalanokat érintő rendeletei eredményeképp, a Város Mindenkié nevet viselő szervezetet, melyekkel a Milla a korábbiakban is szolidaritást vállalt. E szervezetek ügyük aktualitása révén válhattak résztvevőkké, és ugyancsak megerősítik a közösség egyre szélesebb, majd minden meghatározóbb reformnak alávetett szakterületet felölelő ellenzéki tevékenységét.

A március 15-i rendezvényen a Milla a nemzeti minimum kihirdetésével gyakorlatilag felvállalta, hogy a minimumban foglalt elvárásokat felvállaló politikai erő mögé be tudna állni, azaz megágyazott az Együtt 2014, október 23-án bejelentett létrehozásának. Pártpolitikai elköteleződése lehetőségének okait kívánta ezzel egyidejűleg, szónoka, Simándi Szelim beszédén keresztül alátámasztani, vagy ha úgy tetszik, megideologizálni. A tüntetésen a Milla tehát egyértelműen felvállalta ellenzékiességét, hiszen a médiatörvény ügyétől, folyamatosan tágitva látókörét, március 15-ére eljutott egy „ellenzéki program” alapköveinek letételéig, mely már kétségkívül Bajnai Gordon visszatérését szolgálta.

¹²⁵ Szeles András a Milla tevékenységének hibái között említi az esetet, kiemelve, hogy a szervezet nem rendelkezett megfelelő szakmai háttérrel, szakemberanyaggal, illetve anyagi háttérrel sem, melynek következtében rendezvényeit számos esetben az amatőrizmus jellemezte. (Interjú nyomán.)

¹²⁶ Milla tüntetés, március 15. <https://www.facebook.com/events/296969900350463/?ref=22>

3.4.7. Jelen vagy! - 2012. október 23.

A Milla történetében azonban még a 2011. március 15-i, komoly belső reformokat elindító tüntetésnél is nagyobb hatással bírt a 2012. október 23-i megmozdulása, hiszen a Milla jövőben elfoglalt politikai pozícióját, a 2014-es választásokhoz való viszonyát határozta meg, pontosabban hozta nyilvánosságra. Bajnai Gordon színrelépését már jó ideje várta mind a politikai elit, mind politikai elemzők, a rendezvényen való részvételének bejelentése ezért nem okozott különösebb meglepetést. A Bajnai által bejelentett „választói mozgalom”¹²⁷ tagszervezetei a volt kormányfő által vezetett Haza és Haladás Alapítvány, a 2011 októberében, a szakszervezeti demonstrációkból kitermelődött, Kónya Péter vezette Szolidaritás Mozgalom, valamint a Milla Egyesület lettek. A Facebook közösségből kialakult egyesület e lépésével nyíltan politikai ellenzéki pozíciót, a kormány kihívójának szerepét vállalta fel. Bajnai Gordon azonban a következőképpen fogalmazott: „*Nem új pártot alapítunk [...], hanem összefogást, ahová szövetségbe hívunk mindenkit, akikkel a céljaink összekötnek.*”¹²⁸ Bár a korszakváltást sürgető mozgalom később párttá vált, maga a Milla megmaradt, 2012 októberében felvett¹²⁹ egyesületi formájánál. A Milla Együtt 2014-hez való viszonyáról a későbbiekben még szót ejtek, előtte azonban érdemes még az október 23-i tüntetés néhány egyéb elemére is figyelmet fordítani.

A rendezvény a korábbiakhoz hasonlóan, tömegeket mozgató meg, melyhez amellet, hogy Bajnai Gordon részvételének híre is hozzájárult, a Facebook-oldal ekkora szokásossá váló, részvételre buzdító elemei is hozzájárultak. Ez alkalommal a „Jelen vagy!” hívószavakat alkalmazták a szervezők, a választók már-már szélsőségesen felaprózott csoportjait¹³⁰ megszólítva. A rendezvény több szempontból is felkavarta a politikai állóvizet, hiszen egyrésztől Bajnai Gordon szereplésének hírére egyértelművé vált, hogy egy új politikai formáció jön létre, melynek köszönhetően a baloldali szavazatok megosztásra kerülnek, másrésztől Orbán Viktorral szemben új miniszterelnök-jelölt áll fel. A baloldali politikai erők egy része nem véletlenül nehezményezte a Milla, szokásához híven a 23-i rendezvény esetében is megkövetelt „civil jelleget”, vagyis a pártpolitikusok, pártszimbólumok tüntetéstől való távolmaradását.

¹²⁷ Bajnai Gordon – Együtt 2014. 2012.10.23.

<http://www.millamedia.hu/2012/10/23/bajnai-gordon-egyutt-201/>

¹²⁸ Uo.

¹²⁹ Hivatalosan decemberben jegyezték be.

¹³⁰ A mozgósítás e formáját a szervezők humorral fűszerezték, így a Nagy vagy, jelen vagy!-tól a Kutya vagy, jelen vagy!-ig mindennek találkozhatunk.

3.4.8. Együtt 2014-hez való viszony, politikai pozíció

A Milla tehát a médiatörvénnyel szembeni társadalmi ellenállásból kovácsolódott közösségből egy baloldali ellenzéki párt, az Együtt 2014 alapító mozgalmává vált. A megalapításakor még egy egyre koncentrált közösség egyre több szakpolitikai ügy felvállalásával gyakorlatilag valós ellenzéki politizálást folytatva ölelte fel a kormánnyal elégedetlen társadalmi rétegeket.

A Milla bár megmaradt egyesületi formájánál, és hivatalosan nem olvadt be az október 23-án Bajnai Gordon által meghirdetett választói mozgalomból kialakult pártba, közvetve az Együtt 2014-PM színeiben a 2014-es választások szereplőjévé vált. Civil szervezetként tehát autonómiáját fenn kívánja tartani, azaz közvetlenül nem vesz részt pártpolitikai küzdelmekben, tényleges alkotóelme az Együtt 2014-nek, mind szimpatizánsai, mind vezetője, Juhász Péter, az Együtt 2014 társelnökének révén. A Milla szimpatizánsai ugyanis feltehetően Bajnai Gordon pártjának támogatóivá váltak, maga Juhász Péter pedig a párt egyéni képviselő-jelöltjeként indulhat a főváros 1. választókerületében. Az Együtt-PM MSZP-vel kötött megállapodása alapján 31 egyéni választókerületi jelöltet állíthat, melyből 20-at az Együtt 2014, 11-et a PM ajánlott¹³¹. Előbbi 20 jelölt megnevezése nyilvánvalóan megoszlott az Együtt 2014 szervezetei között. Bár a Milla hivatalosan nem állt be Bajnai Gordon pártja mögé, befolyása Juhász Péter mellett kiterjedhetett egyéb jelöltek állítására is. A jelöltek megnevezésekor azonban, azok egyikét sem kötötték¹³² a Millához - nyilván annak civil jellegét kívánva erősíteni - mégis valószínűsíthető, hogy néhányuk valójában az egyesület jelöltje.

A Milla Együtt 2014-hez való viszonyát a baloldali választói összefogás is nagyban meghatározza, hiszen Bajnai pártja a Milla vezetése által számos kritikával illetett MSZP-vel kötött szövetséget. A Milla alapvetően ugyanis a korábbi elit leváltását célozta, mind a szocialisták 8 évét, mind a Fidesz-KDNP 2010-es ciklusát, azok politikai gárdáját elutasítva. Az október 23-i rendezvényt megelőzően, mielőtt még az MSZP-vel való összefogás egyáltalán szóba került volna, a Milla sajtóközleményében például a következőket olvashatjuk: „*Sajnos, jelenleg semmi garanciát nem látunk arra, hogy az MSZP vezetésével*

¹³¹ Megnevezte egyéni képviselőjelöltjeit az Együtt-PM.

http://www.hirado.hu/Hirek/2013/11/09/13/Megnevezte_egyeni_kepviselojeloltjeit_az_Egyutt_PM.aspx

¹³² Uo.

nem ugyanaz a rossz, korrupt, hataloméhes kormányzás jönne el, ami a Fidesz kétharmados átmokfutásába torkollott.”¹³³

A korábbi elit leváltását azonban egyre inkább a kormány leváltásának kívánalma vette át, mely a baloldali összefogás felé terelte az egyébként is a politikai baloldalon¹³⁴ elhelyezkedő Egyesületet. Bár Bajnai Gordon mind a baloldalon, mind a középben elhelyezkedő választópolgárokat meg kívánta szólítani, utóbbi kevesebb sikerrel járt, mely szintén hozzájárult a jóval nagyobb támogatottsággal rendelkező MSZP-vel való összefogáshoz. Bár a Milla szimpatizánsainak köre elsősorban baloldali, illetve liberális választókból tevődik össze, nehéz egyértelműen körülhatárolni támogatói bázisát, hiszen nem rendelkezik egyértelmű identitással, meghatározott ideológiával. Bár a szimpatizánsok jelentős része nyilvánvalóan mára az Együtt 2014 szavazója¹³⁵, feltételezhetjük, hogy a Milla eredeti koncepciójának - miszerint a korábbi politikai elit eltávolítása szükségszerű - hatására, a támogatók egy része inkább a baloldali választási szövetséget elutasító LMP szavazótáborát gyarapítja a továbbiakban, vagy éppen gyarapítja ismét, hiszen a Milla, kialakulásakor az LMP egykori szavazótáborából is el tudott szívni¹³⁶ választópolgárokat¹³⁷. Az Egymillióan a magyar sajtószabadságért Facebook-közösség tehát az Együtt 2014 megjelenésével, valamint az autonóm pártpolitikai pálya elutasításának, önálló identitással rendelkező politikai pozíció megteremtésének hiánya hatására, mára elsősorban politikailag kevésbé releváns civil szervezetnek, vagy az Együtt 2014-be beolvadt közösségnek¹³⁸ tekinthető.

¹³³ Egymillióan a magyar sajtószabadságért (Milla) – Sajtóközlemény.

<http://www.millamedia.hu/2012/09/20/egymillioan-a-magyar-sajtozabadsagert-milla-sajtokozlemen-y-2012-szeptember-20/>

¹³⁴ Melyet jól bizonyít többek között a tüntetéseken felszólalók által képviselt szervezetek politikai beállítódása.

¹³⁵ Melyet a Milla szervezői gárdájának, valamint az Együtt 2014 tagságának átfedése is tükröz.

¹³⁶ A Milla kialakulásakor egyébként a mozgalom jó kapcsolatot ápolt az LMP-vel. (Szeles András nyomán.)

¹³⁷ Az október 23-i Milla tüntetésre az LMP pártként nem vett ugyan részt, de szavazóit magánemberként részvételre buzdította.

¹³⁸ Szeles András szintén a Milla betagozódását, illetve ezzel egyidejűleg megszűnését erősített meg. (Interjú nyomán.)

4. Összefoglalás, következtetések

4.1. Hipotézis igazolása

A dolgozatom elején feltételeztet, miszerint a Facebook önmagában alkalmas felületként, illetve kommunikációs csatornaként szolgál egy előzményeket nélkülöző, releváns politikai erő kialakításához és parlamenti párttá válásához, melynek révén felfokozottan elősegíti a politikai pluralizmust, a Milla esete okán nyilvánvalóan alátámasztott tényként kezelhetjük. A közösség ugyanis előzmények nélkül, egy rendkívül erős társadalmi indulatokat gerjesztő ügy kapcsán létrehozott közösségi oldalon „gyűlt” össze, majd az offline megmozdulások révén kovácsolódott egybe. A Milla példája pedig egyéb politikai közösségek, akár politikai pártok¹³⁹ Facebookon való kialakulásának lehetőségét is feltételezi, illetve magában hordozza.

A közösségi hálónak nem egyszerűen a Milla közösségének kialakulását elősegítő tulajdonságait vettük végig, hanem egyúttal a Facebook azon specifikus jellemzőit is megismertük, melyek hozzájárulhatnak azonos érdekek, elvek mentén egy platformra helyezkedő választópolgárok releváns politikai erővé transzformálódásához. A Milla közösségi hálón történő kialakulását alábbi feltételekhez teljesülése esetén véltem lehetségesnek:

1. adott ügy kapcsán kialakult, jelentős mértékű társadalmi protest hangulat, melyet nem képes hatékonyan saját előnyére fordítani egyik ellenzéki erő sem,
2. offline mozgalmi jelleg, utcai politizálás fenntartása, valamint
3. a politikai palettán betöltésre váró „politikai rés” megléte.

A Milla létrehozásának, fejlődésének során mindhárom kritérium teljesült, hiszen a médiatörvény által generált¹⁴⁰ társadalmi indulatokat az ellenzéki pártok nem voltak képesek saját előnyükre fordítani. Az MSZP 2010-es megroppanásának, illetve az SZDSZ, releváns politikai szereplők köréből való eltűnésének köszönhetően, a baloldali attitűdökkel rendelkező választópolgárok jelentős része politikai képviselő nélkül maradt, azaz politikai „űr” keletkezett. A Milla a lehetőséget megragadva sikeresen tudta megszólítani, illetve mozgósítani a baloldali, ám az MSZP-t támogatni nem kívánó választókat. A folyamatos

¹³⁹ Ne feledjük, hogy a párttá válás lehetőségét a Milla bár elutasította, annak lehetősége fennállt.

¹⁴⁰ Pontosabban kevésbé a médiatörvény által gerjesztett indulatok voltak a meghatározóak, sokkal inkább az annak kapcsán kulmináló, a Fidesz-KDNP kormányzásával való általános elégedetlenségből adódó hangulat.

tüntetések révén - melyek a médiatörvénytől, valamint az alapjogoktól eltávolodva egyre inkább szerteágazó szakterületeket szőttek át - fenn tudta tartani szimpatizánsainak aktivitását, ennek eredményeképp a közösség egységét is, legalábbis az Együtt 2014 színrelépéséig mindenképp. Bár e három, általam felállított kritérium a Milla esetében egyértelműen teljesül, és következtethetünk e feltételek meglétének általános szükségességére, induktív módszerünknek köszönhetően, következtetésünk kevésbé alátámasztható.

Azt azonban esetünk már önmagában is bizonyítja, hogy a Facebook építi a politikai pluralizmust, ráadásul szélesebb értelemben, mint ahogy Pippa Norris az internet egészével kapcsolatban állította. A közösségi háló ugyanis nemcsak, hogy a kisebb, jellemzően a médiából kiszorított pártok megerősödéséhez, hanem egyenesen új politikai közösségek, pártok kialakulásához is nagymértékben képes hozzájárulni.

4.2. Milla jövőjének latolgatása

A Milla bár igen elsöprő sikerű karriert futott be, a Facebook segítségével összeterelve, illetve összekovácsolva a második Orbán-kormányval elégedetlen, ám az ellenzéki pártokat is elutasító választópolgárokat, mára gyakorlatilag megszűnt önálló politikai erőként funkcionálni. Az Együtt 2014 megalapításával nemcsak autonómiáját adta fel, beolvadva a pártba, de mind civil jellegét, mind a korábbi politikai elit, illetve a korábbi kormányok politikájának elutasítását is maga mögött hagyta, melynek köszönhetően alapelveivel, eredeti „identitásával” is szembefordult. A Milla fejlődése során nyomon követhettük ugyan a civil jelleget felváltó, egyre inkább ellenzéki párt szerepét magára öltő mozgalom kialakulását, az egyesület párttá alakulva akár komolyabb politikai erőt is képes lehetett volna felmutatni. Nem szabad azonban megfeledkezni a párttá válás feltételeinek hiányáról¹⁴¹, a Milla ugyanis civilek által irányított mozgalomként tevékenykedett, nem álltak a háttérben komolyabb politikai múlttal és tapasztalattal rendelkező egyének. A szakemberhiány azonban a pártalapítást gátló tényezők csupán egyike, hiszen a Milla esetében a megfelelő szervezeti háttér sem kerület felépítésre, hiszen a párttá válás nem is volt célja az egyesületnek. A szervezők többsége emellett politikai ambícióknak is híján volt, mindenekelőtt a Milla civil szervezeti jellegét, akár bázisdemokratikus döntéshozatali mechanizmusát támogatta. Az

¹⁴¹ Szeles András is megerősítette a pártalapítás feltételeinek hiányát, valamint kiemelte, hogy a Milla egyébként sem kívánt párttá alakulni. (interjú nyomán.)

egyesületi forma létrejöttével, azaz a szervezet növekedéséből természetes módon megkövetelt hierarchikus forma kialakulásával azonban e mechanizmust hátra kellett hagyni.

A párttá válás mindenesetre lehetőséget teremthetett volna azon baloldali attitűdökkel rendelkező választópolgárok képviselőjének ellátására, akik nem csupán a második Orbán-kormányral, de az elmúlt két szocialista-szabaddemokrata kormányzással is elégedetlenek, illetve mindegyikben csalódtak. A Milla ugyanis e választói réteget tudta megszólítani, az Együtt 2014 megalapításával azonban önálló pozíciója megszűnt létezni. Bár szimpatizánsainak jelentős része a Milla vezetőivel egyetemben az Együtt 2014 tagja, illetve szavazója, annak megalapítása mindenképpen eltántorította a Milla támogatóinak egy részét.

A Milla ugyan hivatalosan nem vett részt az Együtt 2014 választói mozgalom párttá alakításában, meg kívánta tartani civil jellegét¹⁴², mégis gyakorlatilag beolvadt a pártba, és legmeghatározóbb tagja, Juhász Péter 2014-ben egyéni képviselőjelöltként indul az Együtt-PM színeiben. A Milla tehát a jövőben csupán az Együtt-PM támogatójaként funkcionál, legalábbis a Facebook-oldal révén¹⁴³ mindenképp, ám meghatározó méretű szimpatizánsi, alkalomadtán mozgósítható, aktív maggal mára feltehetően nem rendelkezik. A Milla közösség tehát megszűnt, így jövőjéről nem is beszélhetünk, az egyesület támogatottságát meglovagoló Együtt 2014 esélyeinek kapcsán azonban részben a Milla, mint „alkotóelem” jövőjét is latolgatjuk. Bajnai Gordon visszatérésének eredménye ugyanis a Milla nélkül egészen máshogy alakult volna.

4.3. Kitekintés

A Facebook online politikai kommunikációban betöltött szerepére számos lehetőség nyílik, míg egy releváns politikai erő a közösségi hálón való létrejöttéhez a Milla tanulmányozása mellett egyelőre kevés lehetőség nyílik. A lehetőségének feltárására azonban számos nemzetközi, illetve hazai példán keresztül módunk van, az említett egyiptomi felkelés, vagy a hazai diákmegmozdulások mellett ezért, a jobb rálátás érdekében, hasznos lehet más jellegű, de politikai célra felhasznált Facebook-oldalakat, azok létrehozásának okait, céljait, valamint sikerüket, adott esetben bukásukat is áttekinteni. A közösségi háló felhasználóinak folyamatos

¹⁴² E jellegét már a választói mozgalom megalapításakor elveszítette.

¹⁴³ Az oldal adminisztrátorai autonóm módon szerkesztik az oldalt, az Együtt 2014-gyel azonban természetesen folyamatos kapcsolatban tartanak fenn.

bővülésével, valamint a háló politikai felhasználásának sikerét tükröző esetek hírének terjedésével, egyre több esélyünk nyílik majd e területben rejlő lehetőségek vizsgálatára is.

A dolgozat témájának bővebb kifejtéséhez, és alaposabb megismeréséhez mindezek mellett az online politikai diskurzusok elemzése is rendkívüli segítséget nyújtana. Az online diskurzusok kutatásainak felhasználása egyrészt a valóságos és az online politikai attitűdök eltérésére/egyezésére, azok kapcsolatára világíthatna rá, másrészt a politikai erőviszonyok online leképeződéséről is részletesebb képet nyújthatna, ráadásul a Milla aktivizált „kedvelőinek”, szimpatizánsainak politikai beállítódásáról is információval tudna szolgálni.

A Milla kialakulásának elemzését emellett mozgalmi jellegénél megragadva is érdemes lenne megközelíteni, hiszen a Milla nem egyszerűen egy online közösség, hanem egy komoly utcai politizálást folytató mozgalom. A különböző társadalmi, politikai mozgalmak szakirodalmának felhasználása ezért az egyesület egyéb, kiemelkedően fontos jellemzőire is rávilágítana, közelebbi képet szolgáltatva azon, általam felállított kritériumra, mely szerint kizárólag abban az esetben válhat egy Facebook-oldallal induló közösség politikai tényezővé, amennyiben mozgalmi jelleget ölt.

A Milla kialakulásának, fejlődésének további vizsgálata tehát egyéb megközelítésekből hasznos lehet, ám a hipotézis, illetve kritériumainak együttes igazolását a Facebookon kialakult egyéb politikai erők kutatásával érhetjük el, így érdemes a Milla mellett új, és hasznos információkat szolgáltatató példák után járni.

Bibliográfia

MAGYAR SZAKIRODALOM:

- BAYER JUDIT (2011): Az új médiatörvény sajtószabadságot korlátozó rendelkezései. In: *Médiakutató* 2011/12/1. 11-20.
http://www.mediakutato.hu/cikk/2011_01_tavasz/02_uj_mediatorveny (2013.10.10.)
- BÁRÁNDY GERGELY (2011): Fékek és ellensúlyok? 2010 - a hatalomkoncentráció éve. In: *Egyenlítő* 2011/4. melléklet.
http://mszp.hu/hirek/fekek_es_ellensulyok_2010_a_hatalomkoncentracio_eve (2013.10.8.)
- BODA ZSOLT – KISS BALÁZS (2005): *Politikai az interneten*. Budapest. Századvég Kiadó.
- BOLCSÓ DÁNIEL: A közösségi média, mint a diáktüntetések üzenete. In: *Médiakutató*. 2013 nyár. 67-73.
http://www.mediakutato.hu/cikk/2013_02_nyar/05_social_media_diaktuntetes.pdf (2013.11.03.)
- MERKOVETY NORBERT (2008): Politikai kommunikáció és politikai marketing. Egy politológiai alrendszer továbbgondolása. In: *Politikatudományi Szemle* 1993/XVII/4. 77-100.
http://www.poltudszemle.hu/szamok/2008_4szam/2008_4_merkovity.pdf (2013.11.11.)
- MERKOVETY NORBERT (2011): *A politikai közlésfolyamat új kora. Politikai kommunikáció a hagyományos és új kommunikációs technológiák korában*. Szeged. SZTE ÁJTK Doktori Iskola.
http://doktori.bibl.u-szeged.hu/800/1/Merkovity_Norbert_ertekezes.pdf (2013.11.14.)
- MÉSZÁROS REZSŐ: A kibertér társadalomföldrajzi megközelítése. In: *Magyar Tudomány*. 2001. július. <http://epa.oszk.hu/00700/00775/00032/769-779.html> (2013.10.10.)
- SAS ISTVÁN: A „visszabeszélőgép”, avagy az üzenet Te vagy! In: *Médiakutató*. 2008 ősz.
http://www.mediakutato.hu/cikk/2008_03_osz/02_visszabeszelogepep_uzenet (2013.11.12.)
- SZABÓ GABRIELLA – KISS BALÁZS: *Trendek a politikai kommunikációban. Magyarország az ezredfordulón*. Boda-Körösi (szerk.) MTA PTI. 110-127.
- DR. TÖRÖK GÁBOR (2005): *Politikai napirend*. Budapest. Akadémia Kiadó.

KÜLFÖLDI SZAKIRODALOM:

- MAZZOLENI, G. (2006): *Politikai kommunikáció*. Budapest. Osiris Kiadó.
- NEWMAN, I.B. (2000): *Politikai marketing, mint kampánystratégia*. Budapest. Bagolyvár Könyvkiadó.
- NEWMAN, I.B. (2000) : *A politikai tömegmarketingje*. Budapest. Bagolyvár Könyvkiadó.
- PAPACHARISSI, Z. : A virtuális szféra. In: *Médiakutató*. 2003 tavasz. http://www.mediakutato.hu/cikk/2003_01_tavasz/07_virtualis_szfera (2013.10.10.)
- RITA SAFRANEK (2012): *The Emerging Role of Social Media in Political and Regime Change*. ProQuest Discovery Guide. http://www.csa.com/discoveryguides/social_media/review.pdf (2013.11.06.)

ONLINE FORRÁSOK:

- NAVRA LÁSZLÓ (2012.11.21.): *Mi is az a Milla?* <http://www.minimumplusz.hu/2012/11/21/mi-is-az-a-milla/> (2013.10.05.)
- NOVÁK REBEKA (2013.06.03): *Online marketing, közösségi média, közösségi háló – tisztázzuk a fogalmakat!* <http://socialbistro.eu/uploads/downloads/1%20Letolthet%20anyag%20Fogalmak%20tisztazasa.pdf> (2013.10.17.)
- NYUSZTAY MÁTÉ (2011.03.26.): *Milla a szabad magyar csoport*. http://nol.hu/lap/hetvege/20110326-milla_a_szabad_magyar_csoport?ref=sso (2013.10.22.)
- PINTÉR DÁNIEL GERGŐ (2013.04.18.): *Semmivel sem törődik a Z-generáció*. http://media20.blog.hu/2013/04/18/a_boseg_zavara_121 (2013.10.24.)
- TAJTI ANDRÁS, VÁSÁRHELYI ANDREA (2013.05.06.): *Online politikai harctér I. Sokan vagyunk, de elegen?* http://network.blog.hu/2013/05/06/online_politikai_harcter_i_facebook (2013.10.09.)
- *Bajnai Gordon – Együtt 2014*. (2012.10.23.) <http://www.millamedia.hu/2012/10/23/bajnai-gordon-egyutt-201/> (2013.10.10.)
- *Írjunk levelet Pali bácsinak!* (2011.04.20.) http://egymillioan.blog.hu/2011/04/20/irjunk_levelet_pali_bacsinak

- *A március 15-i tüntetés költségeinek elszámolása.* (2011.03.22.)
http://sajtoszabadsagert.blog.hu/2011/03/22/a_marcius_15_ei_tuntetes_koltsegeinek_elszamolasa (2013.11.01.)
- *360.000 hamis magyar Facebook felhasználó van?* (2012.08.02.)
<http://facebooktippek.hu/2012/08/02/360-000-hamis-magyar-facebook-felhasznalo-van/> (2013.10.07.)
- *A Facebooknak már több mint 2 millió 661 ezer magyar felhasználója volt 2011. január végén.* (2011.02.01.)
<http://kozmedia.blogspot.hu/2011/02/2011-január-vegen-mar-tobb-mint-2.html> (2013.10.19.)
- *Crisis in Egypt: Political Unrest and the implications across the MENA Region.*
<http://newshour-tc.pbs.org/newshour/multimedia/social-revolution/SocialMediaAnalysis-MENARegion.pdf> (2013.10.14.)
- *Opening Closed Regimes: What Was the Role of Social Media During the Arab Spring?* Project on Information Technology & Political Islam Working Paper 2011.1.
http://pitpi.org/wp-content/uploads/2013/02/2011_Howard-Duffy-Freelon-Hussain-Mari-Mazaid_pITPI.pdf (2013.10.07.)

STATISZTIKAI ADATOK

- Török Gábor adatgyűjtése alapján pártok támogatottságának változása a teljes népesség körében.
<https://docs.google.com/spreadsheet/ccc?key=0AoLnDrKA6fV8dEJvUFRBLUZ3cThkcjIMYS05eDcyemc#gid=0> (2013.10.11.)
- Facebook magyarországi adatai.
<http://socialtimes.hu/stat/HU> (2013.10.10.)
- Facebook magyarországi adatai.
<http://www.socialbakers.com/facebook-statistics/hungary> (2013.10.15.)

Mellékletek

Interjúvázlat

Beszélgetés Szeles Andrással, a 2010. december 20-i diáktüntetés főszervezőjével, az Egymillióan a magyar sajtószabadságért Facebook-oldal adminisztrátorával, a Milla Egyesület elnökségi tagjával. A beszélgetés 2013. november 12-én, Budapesten került rögzítésre.

Spontán, vagy előre megtervezett

Te annak a 2010. december 20-i diáktüntetésnek voltál a szervezője, melynek másnapján Juhász Péter megalakította az Egymillióan a magyar sajtószabadságért Facebook-oldalt.

- Felkérésre szervezted meg a tüntetést, spontán megmozdulásnak szántad, vagy voltak tervek a jövőre nézve, akár a Facebook-oldal megalakítására?
- Juhász Péter segített a tüntetés megszervezésében, hogy került ő a képbe?
- Az oldal létrehozása előre tervezett volt, vagy a tüntetésben artikulálódó rendkívüli protest hangulat generálta?

Tudatosan felépített politikai közösség

- Tudatosan egy komoly politikai erő létrehozása volt a cél? A csoport létrehozásakor sejtett ekkora sikert?

Társadalmi protest hangulat szükségessége

Juhász Péter korábban több Facebook-csoportot is megalapított, ezek gondolom szintén az Orbán-kormány tevékenységével elégedetleneket kívánta egy politikai közösséggé kovácsolni.

- Hallottál ilyen kezdeményezésekről?
- Ha igen, mit gondolsz, miért voltak sikertelenek? Gondolod, hogy egy ilyen csoport sikerességéhez elengedhetetlenül szükséges a médiatörvényhez hasonló társadalmi indulatokat gerjesztő ügy/javaslat/intézkedés?
- Ha nincs 20-án diáktüntetés, akkor képes lett volna hasonló sikereket elérni az oldal?

Offline jelenlét szükségessége

A csoport komoly tüntetéseket (március 15., október 23.) szervezett, mobilizálta a tagokat.

- Az offline megmozdulások nélkül szerinted fennmaradt volna a politikai közösség? Illetve a közösségi háló nélkül létrejöhetett volna egyáltalán a Milla?

Csoport irányítása, egyesületté válás eszközei

- Egy Facebook-oldal hogyan válhatott egyesületté? Kik lettek a vezetők, Juhász és a Te köreidből kerültek esetleg ki, azokból, akik a 20-i tüntetést megszervezték, vagy az oldalt létrehozták? Valóban tudott működni egy ideig a bázisdemokrácia?

„Politikai űr” szükségessége

Az Együtt 2014 mozgalom megalapítása előtt az MSZP szavazóbázisának megroppanásával a baloldalon „hiánypótló” erőként tudott megjelenni a Milla.

- Mondhatjuk, hogy a mozgalom sikere nagyban függött ettől a politikai szituációtól, az általa betöltött politikai űr meglététől?

Szervezettség/Tagság

- Bár a Milla nem vált párttá, a pártalapítás feltételei rendelkezésre állnak? A csoport tagjai megfelelő létszámban, és megfelelő aktivitással állnak rendelkezésre?

Együtt 2014-hez való viszony

- Mikor és miért döntöttetek, hogy Bajnai Gordonnal, a Szolidaritással, Együtt 2014 néven szövetségre léptek?
- Bajnai, látva a Milla sikerét, meg kívánta azt lovagolni? Vagy már jó előre egyeztetett veletek?
- Kire fognak szavazni 2014-ben a Milla szimpatizánsai?