

# A közösségi média mint a diáktüntetések üzenete

**A 2012. decemberi diáktüntetések egyik legmeghatározóbb jellegzetessége a hangsúlyos közösségimédia-használat volt. Dolgozatomban a mozgalom egyes szakaszainak empirikus vizsgálatával a közösségi média és a diákmozgalom működési mechanizmusa közötti hasonlóságokra mutatok rá, továbbá felvázolom, milyen változásokat idézhet elő a közösségi média egy társadalmi szerveződés kibontakozásának módjában, és milyen új értelmezési tartományt kínál ez az események mediális elemzéséhez.<sup>1</sup>**

„A 21. században a forradalmat talán nem fogják televízión közvetíteni, de valószínűleg megírják Twitteren, blogokon és sms-ben, és Facebookon szervezik majd” – indítja a 2011-es, „arab tavasz” néven emlegetett észak-afrikai és közel-keleti forradalmakról szóló cikkét Catherine O’Donnell (2011).<sup>2</sup> Az idézet Gil Scott-Heron (1970) kultikus versdalának címére utal: *The Revolution Will Not Be Televised*. Egyrészt közvetlen kifordítása az eredeti szövegnek, és arra utal, hogy egy társadalmi mozgalom igenis mediatizálható jelenség, és az arab tavasz forradalmárai éltek is ezzel a lehetőséggel.<sup>3</sup> Másrészt arra, hogy a 21. században nem feltétlenül állja meg a helyét az aktív fizikai cselekvés és a médiahasználat közötti éles ellentét. Ez a változás nagyrészt a digitális média, ezen belül is elsősorban a közösségi média és a használatára alkalmas mobil eszközök megjelenésének és elterjedésének eredménye.

Az analógról a digitálisra való váltás és az ennek következtében átalakuló társadalmi viszonyok vizsgálatához termékeny kiindulópont Marshall McLuhan (1994: 7–21) tézise, amely szerint „a médium maga az üzenet”. McLuhan szerint az egyes médiumok vizsgálata során nem azok tartalmára kell összpontosítani – hiszen azzal leginkább csak további, vizsgálandó médiumokhoz juthatunk –, hanem magának az adott médiumnak az inherens tulajdonságaira, amelyek az esetlegesen hordozott tartalomtól függetlenül hatással vannak az ember életére, alakítják személyiségét és társadalmi kapcsolatait; a médium önmagáért vizsgálandó. Az üzenet – amelyet a médium magába kódolva hordoz – tehát nem maga az előállított produktum vagy más létrehozott tartalom, hanem az a – pszichológiai és társadalmi – változás, amelyet előidézik az emberi életmódban és érintkezésben, legyen az annak felgyorsítása, kiterjesztése vagy módjának megváltoztatása.

Dolgozatomban elsősorban a 2012. decemberi budapesti diáktüntetések példáján keresztül fogom vizsgálni, miként változtatja meg egy társadalmi mozgalom kialakulását és lefolyását a digitális technológia és a közösségi média használata; mi az az új lépték, amelyet az új médium bevezet vagy legalábbis potenciálisan kiaknázzhatóvá tesz az ilyen megmozdulások számára.

A vizsgálat középpontjában álló közösségi média „olyan internetes alkalmazások egy csoportja, amelyek a web 2.0 ideológiai és technológiai alapjaira épülnek, és amelyek lehetővé teszik a felhasználók által generált tartalom létrehozását és egymás közötti továbbítását” (Kaplan & Haenlein, 2010: 61).<sup>4</sup> A közösségi média átalakítja a hagyományos hierarchikus viszonyokat, és új idő- és térbeli dimenziót nyit felhasználói társadalmi érintkezésében.

2012 decemberében egyetemi és főiskolai hallgatók tüntetéssorozatát indítottak, amelyhez hamarosan középiskolai diákok is csatlakoztak, és oktatói, szülői és más csoportok is kifejezték szolidaritásukat. A tüntetések a kormány felsőoktatással kapcsolatos intézkedései és azok kommunikációja ellen irányultak.

Az egyes tüntetéseket négy különböző fázisra bontottam, hogy az egyes fázisok és átalakulásuk külön-külön is elemezhetőek legyenek: ezek a szervezés előtti szakasz, a szervezés, a promóció, valamint a koordináció és közvetítés. E szakaszok természetesen nem különíthetők el minden esetben élesen egymástól.

1 A tárgyalt események többségéről résztvevőként személyes tapasztalattal is rendelkezem, így megállapításaim nagyrészt saját megfigyelésekre támaszkodnak. – B. D.

2 A dolgozat angol nyelvű forrásait saját fordításban idézem. – B. D.

3 Ahogy egy egyiptomi forradalmár mondta: „A Facebookot használjuk, hogy beütemezzük a tiltakozásokat, a Twitteret, hogy koordináljuk őket, és a Youtube-ot, hogy meséljünk róluk a világnak” (idézi Howard, 2011).

4 A különféle közösségimédia-típusokért lásd például Grahl (2012).

## A tüntetést megelőző fázis

Magát a tüntetést és az azzal kapcsolatos közvetlen teendőket megelőzi a történetekre adott reakció, valamilyen állásfoglalás. Hagyományos médiumok esetében erre például a Magyar Távirati Irodához (MTI) eljuttatott közleményben, sajtótájékoztatón, esetleg valamely médiumnak közvetlenül adott interjúban vagy nyílt levélben kerülhet sor. Ha azonban egy hallgató e tradicionális lehetőségekkel szeretne élni, könnyen akadályba ütközhet. A sajtóközlemény hatékonysága közvetlenül a kiadásakor éri el a tetőpontját, ekkor átvehetik a különböző médiumok, közlésteszik (esetleg kiragadott részeket kedvezőtlenül rekontextualizálnak), és a figyelem ezután rögtön csökkenni kezd. A sajtótájékoztató közvetlenebb, de még mindig a hagyományos médiumokon keresztül hat, és a hatékonysági íve is hasonló. Ezen kívül egy sajtótájékoztató megszervezése nagyobb ráfordítást is igényel. Egy-egy médium közvetlen megkeresése pedig a függetlenség megítélésére lehet negatív hatással egy politikailag erősen polarizált társadalomban.

Az internet ezzel szemben lehetővé teszi a közvetlen, gyors és független állásfoglalást. Egy saját blogon vagy egy Facebook-oldalon közzétett állásfoglalás különösebb erőforrások nélkül bárki számára kivitelezhető, nyilvános megjelenési forma. A szöveget így is átveheti bármelyik médium, a felhasználó által létrehozott tartalom tehát nem felváltja, hanem kiegészíti a hagyományos kommunikációs csatornákat. Noha az innen átvett közlemény az egyes médiumok helyi szintjén továbbra is ki van téve a szöveggörnyezet változásaiból adódó esetleges torzító hatásnak, a közvetlen, autentikus forrás bárki számára bármikor elérhető. Így a szöveg vagy videó ellenőrizhető és eredeti kontextusában értelmezhető. Mindeközben a közleményt kiadó szervezet vagy csoport ilyen módon hangsúlyozhatja autonómiáját is. A Hallgatói Hálózat nevű önszerveződő diákmozgalom például minden közleményét saját Facebook-oldalán jelentette meg, és innen vette át – többnyire linkkel hivatkozva – a szerkesztett média is.<sup>5</sup>

További előnyt jelent, hogy egy Facebook-bejegyzés a személyes társadalmi kapcsolatokon keresztül olyanokhoz is eljuthat, akik nem néznek híradót vagy nem találkoztak egy adott cikkel. Ha valaki például már bejelölte a „tetszik” gombbal, hogy kedveli a Hallgatói Hálózat oldalát, automatikusan látni fogja, ha új bejegyzés érkezik. Ezenkívül ha az adott bejegyzést jelöli meg ugyanígy, azzal gyakorlatilag személyes ajánlást csatol hozzá, amely láthatóvá válik az ismerősei számára is.<sup>6</sup> Ha közülük is elolvassa és ajánlja valaki, a bejegyzés potenciális olvasóinak köre folyamatosan bővül. Mivel az egyes felhasználók internetezési szokásai eltérnek, és a fenti logika szerint alapvetően is több hullámban jut el hozzájuk egy-egy információ, ez a folyamat a hagyományosan összefüggő, tömbösített hírfogyasztással szemben töredezetté és szétszórttá teszi az erre fordított időt. A felhasználók személyes ideje pedig egymáshoz képest is eltolódhat. Ez a két változás azt eredményezi, hogy a közösségi médián keresztül terjedő hírek tovább napirenden maradhatnak. Nyilván az analóg média esetében is napirenden tartható egy téma, ha például a nézettségi adatok alapján igényt látnak rá, de nem ugyanaz a hír marad napirenden, hanem a témával kapcsolatban generált új tartalom tartja fenn a témát. Ezzel szemben a közösségi média esetében egyrészt – épp az említett eltolódások miatt – ugyanaz a tartalom maradhat tovább a köztudatban vagy bukkanhat fel többször is, másrészt ugyanarról az eseményről több forrásból gyűjthetők össze a különböző tartalmak, tehát hatványozódik az adott téma mediális kitettsége.

Természetesen nemcsak az eredetileg is egy közösségi oldalon megjelent tartalom lehet az ilyen fokozatos terjesztés tárgya. Szerkesztett internetes hírportálok cikkei is hasonló logikával oszthatók tovább. Így a korábban egyirányú folyamat, amely során a szerkesztett médiatartalom eljut a befogadóhoz, először kétirányúvá válik azzal, hogy a közösségi média felhasználó által előállított tartalma bekerül a hagyományos médiafolyamba. Az interakció következő lépéseként pedig a közösségi média veszi át a szerkesztett tartalmat azzal, hogy továbbosztja és ezzel egyúttal ajánlásával látja el. Utolsó lépésként különböző közösségi oldalak felhasználói osztják meg vegyesen a szerkesztett médiatartalmat, a felhasználó által generált, közösségi médián keresztül publikált tartalmat és/vagy más közösségi oldalakon megosztott vendégtartalmakat, létrehozva ezzel egy komplex hálót, amelyen minden információs körrel az internetezők egyre nagyobb száma akadhat fenn.

Példa erre a folyamatra az ELTE BTK Egyetemi Fórum (2012) *Gyakran Ismételt Hazugságok – Nem Elég Gyakran Ismételt Valóságok* című videója, amely 2012. december 23-án vált elérhetővé a Youtube videomegosztó oldalon, és december

5 A Hallgatói Hálózat közleményeinek átvételére lásd például hvg.hu (2012b), index.hu (2012b).

6 A „tetszik” gomb helyett a még hangsúlyosabb „megosztás” funkcióval is terjeszthető egy bejegyzés.

30-áig 29 234 megtekintésig jutott. Az eredeti forrást megosztotta Facebook-oldalán a Hallgatói Hálózat–ELTE BTK (2012 – 24 tetszik, 75 továbbosztás), a Hallgatói Hálózat (2012 – 335 tetszik, 142 továbbosztás) és az Oktatói Hálózat (2012 – 17 tetszik, 33 továbbosztás). Ezután foglalkozott vele a hvg.hu (2012a), a Népszabadság Online (2012), az olyan regionális médiumok, mint a kisalfold.hu (2012), a delmagyar.hu (2012), illetve leadta egy hírműsorában az ATV (2012). Innen pedig megint visszaszivárgott a közösségi médiába: egyrészt foglalkoztak vele blogok, például a Mandiner (2012) és a Varánusz (2012), másrészt a cikkeket újra megosztották Facebookon (a hvg.hu cikkét például 1291-en, plusz a cikkben szereplő videót még 652-en), és a Twitteren (2012) is, az utóbbin december 30-áig a megjelenése óta mindennap.

A felhasználó-befogadó tehát a terjesztésben is aktívan részt vesz, ugyanakkor a digitális média már ebben a fázisban is még egy síkon interaktivitást kínál. Az analóg média egyirányú befogadásával és visszacsatolásaival szemben itt lehetőség nyílik a kapott információ megvitatására, párbeszéd kialakítására is: a hagyományos médiumoknak írt olvasói levelek, sms-ek vagy a betelefonálások ugyan szintén megteremtik a befogadói véleményformálás lehetőségét, de értelemszerűen nem bontakozhat ki a befogadók közötti valós idejű vita vagy véleményütköztetés. Ennek viszont egyrészt hozzászólások formájában teret engednek maguk a közösségi oldalak és a szerkesztett online médiumok, másrészt a különböző ingyenes blogszolgáltatók is.

## Szervezés

A digitális technológia lehetőségei a diáktüntetések és egyéb kapcsolódó akciók szervezését is átalakítják. A szervezőknek számos hátráltató tényezővel kell szembenézniük, mindenekelőtt a tér- és az időbeli korlátokkal. A Hallgatói Hálózat decentralizált mozgalom, nincs hierarchikus struktúrája, és nincsenek vezetői, akik meghoznák a döntéseket és kiosztanák a feladatokat. Sejtes felépítésű, ilyen sejtek pedig több egyetemen, így vidéken is működnek. Az elsődleges nehézség tehát a térben szétszórta csoportok koordinációja, az elvi irányokról és a különféle megmozdulásokról való valamilyen szintű egyeztetés. Mivel korlátozott erőforrásokkal rendelkeznek, ugyanakkor gyorsan kell reagálniuk a történetekre, a hallgatóknak meg kell találniuk a megfelelő eszközöket, hogy lépést tudjanak tartani.

A személyes megjelenéssel zajló hallgatói fórumok<sup>7</sup> fontos vitateri és döntéshozó eseményei a bázisdemokratikus törekvésű Hallgatói Hálózatnak, de az ilyenek szervezése körülményesebb és kevésbé hatékony, ha túl gyakoriak, mivel csökkenhet a résztvevők lelkesedése. A telefon sem alkalmas arra, hogy sokan, egyszerre, komplex kérdésekről, részletekbe menően egyeztessenek. A digitális technológia azonban lehetővé teszi ezt. Nincs helyhez kötött esemény, nincs szükség alkalmas méretű és felszereltségű helyszín biztosítására, és az egyeztetésben részt vevő egyének sincsenek se ugyanazon helyhez, se saját helyükhöz kötve: lehetnek szétszórva, és változtathatják is közben a helyüket. Ez utóbbi azért is lehetséges – az eszközök mobilitása mellett –, mert időben sincsenek feltétlenül összekötve a szervezők. Ugyanúgy, ahogy a fentebb tárgyalt, előző fázisban, itt is megfigyelhető az idő fragmentálódása: egy javaslatról vagy vitához vissza lehet térni, később reagálni, például mobilalkalmazáson elolvasni egy felvetést, és majd hazaérve részletesen válaszolni rá, és így tovább. Úgy teszi rugalmasabbá a szervezést a digitális technológia, hogy ez ne feltétlenül menjen az alaposság rovására.

A szervezési feladatokat számos ingyenes online eszköz segíti. A Facebook zárt csoportjai például a nyilvánosság teljes kizárásával létrehozható mikroközösségek, ahol a csoport létrehozója által felvett tagok egymással kommunikálnak, tartalmakat osztanak meg, hozzászólnak. Ez már csak azért is lényeges, mert – a legtöbb analóg médiummal ellentétben – ilyen módon egyazon médium válik alkalmassá egyrészt publicitás generálására, másrészt privát kommunikáció folytatására.

Emellett egyes feladatokra specializálódott alkalmazások is megkönnyítik a szervezőmunkát. A Hallgatói Hálózat például használja a Loomio nevű, együttműködésen alapuló, döntések előkészítését és meghozatalát támogató online eszközt (Chanimano, 2012). Itt egy-egy felvetés megvitatása során kiérlelt javaslatok véleményezésére és megválaszolására van lehetőség. Egy javaslatot lehet támogatni, vétózni, a többségi döntést tiszteletben tartva elutasítani, vagy éppen tartózkodni és a többiekre hagyni a döntést. A szavazásokról egyúttal statisztika is készül, a döntés pedig

<sup>7</sup> Lásd például index.hu (2012c, 2012d).

– újabb érvek felmerülése esetén – a lezárásig módosítható. A cél a személyes találkozók által nyújtott dinamizmus és demokratikus jelleg átmentése úgy, hogy közben a digitális technológia kínálta rugalmasság is kiaknázható legyen.

Hasonló elven működik és szintén csökkenti az adminisztrációs terheket is a Doodle nevű weboldal, amely egy esemény időpontjának a tervezésében segít. A potenciális résztvevők bejelölhetik, mely dátumok felelnek meg nekik, melyek talán és melyek egyáltalán nem; végül a válaszokat a rendszer összesíti. Így rajzolódik ki az eseményre szabott naptár a potenciális dátumokkal. Ez a módszer szintén részvételen alapuló, ugyanakkor a korábbiaknál gyorsabb és hatékonyabb szervezést tesz lehetővé.<sup>8</sup> A következő lépés az esemény meghirdetése és népszerűsítése.

## Promóció

Az arab tavasszal kapcsolatos egyik felmérés szerint az egyiptomi és tunéziai tüntetők 88, illetve 94 százaléka a közösségi médiából jutott hozzá a szükséges információkhoz (Huang, 2011). Nem helytálló a szembeállítás, amely szerint a személyes kapcsolatok mindig erős köteléket jelentenek, míg a közösségi média virtuális kapcsolatai szükségszerűbben gyengébbek (Howard, 2011). Ha kellőképpen motivált, a digitális kor felhasználója is kész a fizikai cselekvésre, ám az információ, amelyre ezt a döntést alapozza, nagy valószínűséggel digitális médiumon keresztül jut el hozzá. Ez különösen igaz a diáktüntetések esetében, hiszen az általuk elsődlegesen megmozgatott generáció a digitális bennszülöttek generációja, amely már a digitális technológia felhasználójaként szocializálódott, ezért gondolkodásmódja közelebb áll a digitális kor logikájához, vagyis „új nyelvet beszél” (Prensky, 2001: 2). A diáktüntetések generációja és a közösségimédia-használat közötti kapcsolatot támasztja alá a statisztika is, amely szerint a magyar Facebook-felhasználók több mint 64 százaléka 13 és 35 év közötti (SocialTimes, 2012).<sup>9</sup>

A virtuális aktivitás valódira váltását több tényező is motiválhatja. Természetesen elengedhetetlen az adott témával kapcsolatos érdeklődés vagy érintettség. A bevonódást azonban növelheti a digitális média interaktív jellege, amely a beleszólás, a tevékeny részvétel lehetőségét kínálja, szemben például a televízióval. Információszerzésre az utóbbi is alkalmas, viszont egyirányúsága miatt a demokráciaélmény, amelyet nyújt, elmarad a közösségi médiáétól.<sup>10</sup>

A közösségi média másik fő motiváló tényezője az ismeretségi háló. Akárcsak a fentebb leírt esetben, amikor egy cikk vagy videó egy releváns véleményalkotónak tartott ismerős ajánlásával jut el a felhasználóhoz, ugyanő nagyobb hajlandóságot mutat a fizikai részvételre is, ha az ismerősei is jelzik a részvételüket.

Úgy gondolom, ez a demokráciaélmény és ez a közösségi élmény az a két tényező, amely – támogatásra érdemesnek tartott célok érdekében – hatékonyabb mozgósító potenciált kölcsönöz a közösségi médiának. Philip N. Howard (2011) kiemeli az arab tavasszal kapcsolatban: egyik fő jellemzője, hogy a „megmozdulást nem a politikai ellenzék szervezi, nagyrészt vezető nélküli és hagyományos politikai címkéktől mentes; a politikai pártok epizódszereplők”, illetve annyiban tovább is megy, amennyiben „a korábbi pártok, amelyekre makacsul ideologikus hozzáállás a jellemző, talán nem is a politikai ellenállás leghatékonyabb szerveződési formái egy digitális világban”. A budapesti diáktüntetésekre visszatérve, felmerül a kérdés, hogy a Hallgatói – Oktatói, Szülői stb. – Hálózat talált-e a szervezeti felépítéséhez és attitűdjéhez illő eszközre a közösségi médiában és általában a digitális technológiában, vagy a digitális kultúrában felnövő generáció találta-e meg a gondolkodásmódjához és kulturális preferenciáihoz leginkább illő szerveződési formát a hálózatos, lapos struktúrájú felépítésben. Az mindenesetre kijelenthető, hogy az egyik lehetővé teszi a másikban rejlő társadalmi potenciál hatékonyabb kiaknázását.

Az egyes események népszerűsítéséhez a Facebookon külön oldal hozható létre, amely tartalmaz minden szükséges információt: dátumot, időpontot, helyszínt, térképet, leírást és a meghívottakat. A potenciális résztvevő egy helyen tud információt gyűjteni az esemény okáról és céljáról, megnézni a térképen a helyszínt, exportálni az online naptárába az eseményt, kérdést intézni a szervezőkhöz, más hozzászólást írni, valamilyen tartalmat posztolni az esemény saját üzenőfalára, megnézni a meghívottak, résztvevők listáját, és így tovább.

<sup>8</sup> Az említett oldalak címei: [www.loomio.org](http://www.loomio.org), illetve [www.doodle.com](http://www.doodle.com).

<sup>9</sup> Tunézia esetében ez az arány még magasabb: tízből nyolc Facebook-felhasználó 30 év alatti (Harb, 2011).

<sup>10</sup> Az a közösségi média mozgósító erejének vizsgálata szempontjából kevésbé releváns, hogy ez a demokráciaélmény megalapozott-e, vagyis hogy valódi beleszólásról van-e szó vagy csak látszat-interaktivitásról.

A fentebb leírt módon az esemény is megosztható és megosztandó különféle közösségi médiumokon keresztül, és közvetlenül meghívhatók az ismerősök is. Az esemény maga tehát ugyanúgy, aszerint a dinamika szerint terjed, mint a szervezését megelőző fázisban létrehozott tartalmak. Továbbá ebben a fázisban is működik a szerkesztett és a közösségi média kölcsönhatása,<sup>11</sup> létrehozva a különféle eredetű tartalmak hálózatát. A meghirdetett események megosztása még egy lépéssel tovább megy a virtuális és a valós cselekvés közötti határ elmosásában, hiszen a mobil eszközök révén távolról is hozzájárulhat a felhasználó a majdani esemény résztvevőinek toborzásához, még akkor is, ha ő maga nem is jelenik majd meg.

Az információ megosztása tehát több szinten is központi eleme a közösségi médián keresztül szerveződő mozgalmaknak, mintegy digitális szájpropagandaként funkcionál. Egyre gyakoribbak a valódi fizikai cselekvést teljesen nélkülöző, egészében virtuális akciók is, amelyek kiegészítik a tüntetéseket és más, hagyományosabb elemeket. Ilyen például a Hallgatói Hálózat pécsi sejtjének „lájkkampánya” (Hallgatói Hálózat Pécs, 2012), amely külön demonstráció nélkül próbálja minél többek figyelmét felkelteni azzal, hogy lájkokat (tetszikelöléseket) gyűjt egy hozzászólásra Orbán Viktor miniszterelnök Facebook-oldalán. A hozzászólást a hallgatók írták, és a követeléseiket tartalmazza. A kollektív cselekvésen alapuló virtuális akció így az „oszd meg és uralkodj” elvének digitális kifordításaként értelmeződik át.<sup>12</sup>

## Koordináció és közvetítés

A tüntetés koordinációja és közvetítése között az előzőekben vizsgált aspektusoknál is nagyobb az átfedés, hiszen mindkettő valós időben, a tüntetés ideje alatt zajlik. Mindkettőt részben az eszközök mobilitása teszi lehetővé. Maguk a szervezőcsoportok tudják a segítségükkel közreadni, hogy éppen hol és mi történik, mi a várható következő helyszín és akció. Ezzel egyidejűleg tudósítanak, és a leszakadók, másfelé indulók vagy még csak ezután csatlakozni akarók számára is információval szolgálnak. Ezzel gyakorlatilag maga a közvetítés hat vissza a közvetített esemény további alakulására.

Az ilyen közvetítésekre a multimedialitás jellemző: a rövid szöveges üzenetek (Facebook, Twitter) mellett fényképek, video- és audioközvetítések tudósítanak a történésekről (Live Info, 2012; EPER, 2012a, 2012b; Értünk.hu, 2012). Ezek mindegyike ugyanott elérhető marad az esemény után is, tehát újabb egyidejűség figyelhető meg: az élő közvetítés és az archiválás a közösségi média esetében egyszerre és ugyanazon a felületen történik.

Ez utóbbi kevésbé jellemző a szerkesztett médiára, de a digitális technológia itt is nagyobb rugalmasságot tesz lehetővé: egy online hírportál esetében például nincs se terjedelemkorlát, se lapzártá, mint egy hagyományos sajtóorgánumnál. A közösségi médiához hasonló, „percről percre” jellegű, kvázi valós idejű közvetítéseket ezek a médiumok is biztosítanak (például index.hu, 2012a).

A közösségi média az akaratlan félretájékoztatás, a szándékos manipuláció vagy akár a hagyományos médiafigyelem hiányában elsikkadó igazságtalanságok elleni törekvéseknek is új lendületet ad. A média klasszikus órakutyafunkciója így kiterjeszhető lehet rá (lásd például Mitchell, 2012). Ugyanakkor körültekintést és kritikai hozzáállást igényel, hiszen téves információk gyors terjedésének is teret adhat, ahogy az a 2011-es West Balkán-tragédia esetében is látható volt (Janecskó, 2011). Kérdés, hogy e fokozott forráskritikai igény hatására a digitális kultúrában felnövő generációk a hagyományos médiához is kritikusan viszonyulnak-e; illetve – megfordítva – a hagyományos médiakörnyezetben szocializálódott befogadó számára nagyobb veszélyt jelent-e a közösségi média információbővsége.

Mindenesetre a digitális technológia és különösen a közösségi média új kihívások elé állítja mind a hagyományos médiát, mind a médiafogyasztó társadalmat. Ugyanakkor újradefiniálja a társadalmon belüli viszonyrendszereket is, legyen szó akár a hierarchikus kapcsolatokról, akár a tér- és időbeli érintkezésről. Ahogy a dolgozatban is bemutatam, a közösségi média használata új lehetőségekkel, ezzel együtt pedig új értelmezési tartománnyal bővíti a társadalmi feszültségek olyan megnyilvánulásait is, mint amilyenek a 2012-es magyarországi diáktüntetések voltak, legyen szó

11 Példa a diákmozgalommal kapcsolatos események előzetes megjelenésére a szerkesztett médiában: Eduline (2013).

12 A dolgozat keretein kívül esik, de érdemes megemlíteni, hogy a tisztán virtuális akciók lehetőségei az ártalmatlan médiahacktől egészen az illegális hacker- és vírustámadásokig terjednek, ezzel a digitális technológia a hadviselésben is teljesen új dimenziót nyitott.

akár az események mediális megjelenését átszövő, többszörös egyidejűségek és időeltolódások dinamikájáról, akár a korábban elkülönülő fázisok (és az azokhoz használt csatornák) összeolvadásáról vagy átstrukturálódásáról, vagy a kapcsolati háló felértékelődéséről, a médiahasználatban és -fogyasztásban egyaránt.

## Bibliográfia

ATV (2012): Újabb videó a diákoktól: Gyakran Ismételt Hazugságok. *Youtube*. Elérhető: [https://www.youtube.com/watch?v=EeWRITV\\_4rg&list=UUXxUjsYxbL1llle9Ra6wcyQ&index=24](https://www.youtube.com/watch?v=EeWRITV_4rg&list=UUXxUjsYxbL1llle9Ra6wcyQ&index=24) (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

chanimano (2012): Hogyan készült? A Forradalom. *Hallgatói Hálózat Blog*. Elérhető: [http://hallgatoihalozat.blog.hu/2012/12/26/\\_hogyan\\_keszult\\_a\\_forradalom](http://hallgatoihalozat.blog.hu/2012/12/26/_hogyan_keszult_a_forradalom) (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

Delmagyar.hu (2012): Felsőoktatás: gyakran ismételt hazugságok. *delmagyar.hu*. Elérhető: [http://www.delmagyar.hu/belfold\\_hirek/felsooktatás\\_gyakran\\_ismetelt\\_hazugsagok/2312890/](http://www.delmagyar.hu/belfold_hirek/felsooktatás_gyakran_ismetelt_hazugsagok/2312890/) (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

EduLine (2013): Újabb egyetemfoglalás jöhet? Januárban is nekimennek a kormánynak a diákok. *EduLine*. Elérhető: [http://eduline.hu/felsooktatás/2013/1/3/Hallgato\\_i\\_forum\\_ELTE\\_BTK\\_Z7XYGR](http://eduline.hu/felsooktatás/2013/1/3/Hallgato_i_forum_ELTE_BTK_Z7XYGR) (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

Első Pesti Egyetemi Rádió (2012a): Hallgatói tüntetések, megmozdulások. Elérhető: <http://eper.elte.hu/index.phtml?cim=diaktuntetes20121219.html> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

Első Pesti Egyetemi Rádió (2012b): Első Pesti Egyetemi Rádió. *Facebook*. Elérhető: <https://www.facebook.com/elsopestiegyetemiradio> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

ELTE BTK Egyetemi Fórum (2012): Gyakran Ismételt Hazugságok – Nem Elég Gyakran Ismételt Valóságok. *Youtube*. Elérhető: <https://www.youtube.com/watch?v=CkIDXjgJdC8> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

Értünk.hu (2012): telirozsas forradalom. *USTREAM*. Elérhető: <http://www.ustream.tv/recorded/27844068> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

Grahl, T. (2012): The 6 Types of Social Media. *Think First*. Elérhető: <http://outthinkgroup.com/tips/the-6-types-of-social-media> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

Hallgatói Hálózat (2012): Gyakran Ismételt Hazugságok – Nem Elég Gyakran Ismételt Valóságok. *Facebook*. Elérhető: <https://www.facebook.com/hallgatoihalozat/posts/516478588386860> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

Hallgatói Hálózat – ELTE BTK (2012): Gyakran Ismételt Hazugságok – Nem Elég Gyakran Ismételt Valóságok. *Facebook*. Elérhető: <https://www.facebook.com/hallgatoiforumeltebtk/posts/202708813187636> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

Hallgatói Hálózat Pécs (2012): A pécsi Hallgatói Hálózat like-kampányt hirdet! *Facebook*. Elérhető: <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=585293331487282&set=a.392002987482985.114435.337730912910193&type=1> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

Harb, Z. (2011): Arab Revolutions and the Social Media Effect. *M/C Journal*, 14(2). Elérhető: <http://journal.media-culture.org.au/index.php/mcjournal/article/view/364> (utolsó letöltés: 2012. december 29.).

Howard, P. N. (2011): The Arab Spring's Cascading Effects. *Pacific Standard*. Elérhető: <http://www.psmag.com/politics/the-cascading-effects-of-the-arab-spring-28575/> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

Huang, C. (2011): Facebook and Twitter key to Arab Spring uprisings: report. *The National*. Elérhető: <http://www.thenational.ae/news/uae-news/facebook-and-twitter-key-to-arab-spring-uprisings-report> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

hvg.hu (2012a): „Gyakran Ismételt Hazugságok” – videóval támadnak a diákok. *hvg.hu*. Elérhető: [http://hvg.hu/itt-hon/20121226\\_Gyakran\\_Ismetelt\\_Hazugsagok\\_videoval\\_ta](http://hvg.hu/itt-hon/20121226_Gyakran_Ismetelt_Hazugsagok_videoval_ta) (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

hvg.hu (2012b): HaHa: hazudott Balog, felháborító a kormány új döntése. *hvg.hu*. Elérhető: [http://hvg.hu/itt-hon/20121220\\_HaHa\\_hazudott\\_Balog\\_felhaborito\\_a\\_kormany](http://hvg.hu/itt-hon/20121220_HaHa_hazudott_Balog_felhaborito_a_kormany) (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

Index.hu (2012a): Több diákot állítottak elő a tüntetésen. *Index.hu*. Elérhető: [http://index.hu/belfold/2012/12/19/ulosztrajk\\_a\\_szent\\_istvan\\_gimnaziumban/](http://index.hu/belfold/2012/12/19/ulosztrajk_a_szent_istvan_gimnaziumban/) (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

Index.hu (2012b): HaHa: Orbán nem érti a diákokat. *Index.hu*. Elérhető: [http://index.hu/belfold/2012/12/15/haha\\_orban\\_nem\\_erti\\_a\\_diakokat/](http://index.hu/belfold/2012/12/15/haha_orban_nem_erti_a_diakokat/) (utolsó letöltés: 2013. január 3.).

- Index.hu (2012c): A Parlament lépcsőjéig jutottak a diákok. *Index.hu*. Elérhető: <http://index.hu/belfold/2012/12/12/a-parlament-lepcsojeig-mentek-a-diakok/> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).
- Index.hu (2012d): Általános sztrájkra hívnak a diákok. *Index.hu*. Elérhető: <http://index.hu/belfold/2012/12/17/kozepiskolas-sztrajkot-tartanak/> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).
- Live Info (2012): Télirozsás Diákforradalom – élő közvetítés. *Live Info*. Elérhető: <http://liveinfo.blog.hu/2012/12/19/telirozsas-diakforradalom-elo-kozvetites> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).
- Janecskó K. (2011): A West Balkán-os késelés legendája. *Index.hu*. Elérhető: <http://index.hu/bulvar/2011/01/21/a-west-balkan-i-keseles-legendaja/> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010): Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 61.
- Kisalfold.hu (2012): Felsőoktatás: gyakran ismételt hazugságok. *kisalfold.hu*. Elérhető: [http://www.kisalfold.hu/belfold\\_hirek/felsooktatas\\_gyakran\\_ismetelt\\_hazugsagok/2312890/](http://www.kisalfold.hu/belfold_hirek/felsooktatas_gyakran_ismetelt_hazugsagok/2312890/) (utolsó letöltés: 2013. január 3.).
- Mandiner (2012): Gyakran ismételt hazugságok. *Mandiner*. Elérhető: [http://mandiner.hu/cikk/20121226\\_gyakran\\_ismetelt\\_hazugsagok](http://mandiner.hu/cikk/20121226_gyakran_ismetelt_hazugsagok) (utolsó letöltés: 2013. január 3.).
- McLuhan, M. (1994): *Understanding media: the extensions of man*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Mitchell, M. (2012): Social media can act as watchdog for injustice. *Chicago Sun-Times*. Elérhető: <http://www.suntimes.com/news/mitchell/11448870-452/social-media-can-act-as-watchdog-for-injustice.html> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).
- Népszabadság Online (2012): A kormány gyakran ismételt hazugságai. *Népszabadság Online*. Elérhető: [http://nol.hu/belfold/gyakran\\_ismetelt\\_hazugsagok](http://nol.hu/belfold/gyakran_ismetelt_hazugsagok) (utolsó letöltés: 2013. január 3.).
- O'Donnell, C. (2011): New study quantifies use of social media in Arab Spring. *UW Today*. Elérhető: <http://www.washington.edu/news/2011/09/12/new-study-quantifies-use-of-social-media-in-arab-spring/> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).
- Oktatói Hálózat (2012): Gyakran Ismételt Hazugságok – Nem Elég Gyakran Ismételt Valóságok. *Facebook*. Elérhető: <https://www.facebook.com/oktatoihalozat/posts/184041698406248> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).
- Prensky, M. (2001): Digital Natives, Digital Immigrants, Part I. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. doi:10.1108/10748120110424816.
- Scott-Heron, G. (1970): The Revolution Will Not Be Televised. *Youtube*. Elérhető: <https://www.youtube.com/watch?v=BS3QOtbW4m0> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).
- SocialTimes (2012): Facebook statisztika. *SocialTimes.Hu*. Elérhető: <http://socialtimes.hu/stat/HU> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).
- Twitter keresés: gyakran ismételt hazugságok. (2012): *Twitter*. Elérhető: <https://twitter.com/search/realtime?q=gyakran+ismetelt+hazugsagok> (utolsó letöltés: 2013. január 3.).
- Varánusz (2012): Gyakran ismételt hazugságok. *Varánusz*. Elérhető: [http://varanus.blog.hu/2012/12/27/gyakran\\_ismetelt\\_hazugsagok](http://varanus.blog.hu/2012/12/27/gyakran_ismetelt_hazugsagok) (utolsó letöltés: 2013. január 3.).