

# A hurráoptimizmustól a pesszimizmusig

## Pető Péter *Gyilkos lájkok – Manipuláció, nyilvánosság, újságírás a Facebook és Orbán Viktor korában* című könyvéről

Szabó-Gödri Rita

Pécsi Tudományegyetem

2021-ben jelent meg a Noran Libro Kiadó gondozásában Pető Péter *Gyilkos lájkok – Manipuláció, nyilvánosság, újságírás a Facebook és Orbán Viktor korában* című könyve. A szerző azon az úton vezeti végig az olvasót, amelyet ő maga is bejárt a közösségi média széleskörű elterjedése óta: a kezdeti hurráoptimizmust felváltotta a pesszimizmus (119. o.). A mű alapfelvetése az, hogy a Facebook nagyobb kockázatot jelent a magyar médiára nézve, mint Orbán Viktor. Pető úgy érvel, hogy a magyar média gazdasági, technológiai, politikai és hatalmi értelemben vett függőségi viszonya a demokrácia és a kapitalizmus kölcsönös egymásra utaltságára vezethető vissza.

Könyve öt fejezetből áll. Az elsőben a liberális demokráciákban rejlő belső feszültségekről ír. Bemutatja, miként teremtette meg a reklám a *fake news* alapjait. Úgy érvel, hogy a különböző szegmensekben zajló diskurzusok között éles határ van a tekintetben, hogy mi számít elfogadhatónak, és mit üldöz a demokratikus nyilvánosság. Ezt a határt pedig a közösségi média (így a Facebook) mossa el.

A reklámok és a marketing esetében senkiben sem merül fel, hogy ellenőrizze ezek tartalmát vagy hitelességét, ezzel szemben a politikai közbeszéd kapcsán ez gyakran fogalmazódik meg. Amit tehát szabad a kereskedelmi reklámnak, azt nem szabad a politikai beszédnek. A közösségi média viszont kinyitja a teret, az üzenőfalakon nincs meghatározva, milyen beszédmódnak kell érvényesülnie, sokféle hang megjelenik mindenfajta kontextus nélkül, éppen ezért egyre nehezebb elhatárolni az igazat a valótlantól. A közösségi média dekontextualizáló jellege pedig lehetővé teszi az álhírek elterjedését.

A szerző arra is kitér a liberális demokráciákban rejlő belső feszültség kapcsán, hogy a szabad iskolaválasztás teret adott a szegregációnak, ami hosszú távon problémákat okoz a médiatartalmak fogyasztásában és a mindennapi tájékozódásban is. Érvelése szerint a liberalizáció tette lehetővé azt, hogy a jobb társadalmi helyzetben lévő családok gyermekei magasabb színvonalú oktatásban részesüljenek, míg a kevésbé jómódúak gyermekei számára ez a lehetőség nem adatott meg. A szabad iskolaválasztás mélyíti a szegregációt, további egyenlőtlenségeket teremt, amelyek a társadalmi és a kulturális tőkék megszerzésének lehetőségét és módját is befolyásolják. Mindez – Pető szerint – hosszú távon a médiafogyasztásban is tetten érhető: sokkal nagyobb eséllyel hiszik és fogadják el a kevésbé iskolázottak a média által eléjük tárt híreket, adatokat (legyenek azok valóság vagy sem), mint azok, akik magasabb iskolai végzettséggel, több társadalmi tőkével rendelkeznek.

A szerző kifejti, hogy a közösségi médiaplatformokhoz és techcégekhez hasonlóan milyen káros társadalmi hatásai vannak a szabadpiaci kapitalizmusban újonnan felbukkanó cégeknek. Az Uber és az Airbnb példáján keresztül mutatja be, hogy ezek az újfajta vállalkozások miként destabilizálják a korábbi üzleti kereteket, és milyen társadalmi károkkal járnak. Az Uber és az Airbnb közös vonása, hogy megjelenésükkor új alternatívát nyújtottak a fogyasztóknak: az Uber a taxizást váltotta fel költséghatékonyabb módon, az Airbnb pedig a rövid távú lakáskiadás piacán hozott forradalmat. Az elindulásakor mindkét vállalkozás a pozitív hozadékokat hangsúlyozta, ám vannak árnyoldalaik is, amelyekkel először sokan nem számoltak. Ezek a közösségi média esetében is megjelennek, és bár a Facebook képes jó célokat is szolgálni, az általa okozott például pszichés, mentális problémák felülírják a pozitívumokat.

A második fejezet a Facebook kedvező és kedvezőtlen hatásairól szól. A szerző felidézi azt a korszakot, amikor még optimizmus övezte a nagy techóriás megjelenését (például azért, mert képes a sokféle vélemény megjelenítésére), ugyanakkor a fejlesztők beszámolóí alapján Pető szót ejt a nem várt kockázatokról és a negatív hatásokról is. Úgy érvel, hogy a Facebookon a nézetek sokfélesége helyett a tőkeérdekek a hangsúlyosak, és végső soron egy

„lájkszörnyeteg” (51. o.) jön létre, amely felerősíti a polarizációt, továbbá eszközfüggőséget teremt. Pető szerint a Facebook az újságíráson is mély nyomot hagy, ugyanis a Facebook mögött működő piaci érdekek felülírhatnak szakmai döntéseket, befolyásolhatnak szerkesztőségi konstrukciókat. A közösségimédia-óriás által alkalmazott algoritmusok alakíthatják a szerkesztőségekben készült tartalmak jellegét. Amikor például az algoritmus a videós tartalmakat részesíti előnyben, a médiumok – hogy megtartsák a közönségüket – az algoritmushoz alkalmazkodva több videós tartalmat állítanak elő.

A harmadik fejezet Orbán Viktor médiagondolkodásáról szól. A szerző saját, korábban megjelent cikkei és Békés Márton (2020), George Lakoff (2006), valamint Amarthya Sen (2021) nyomán azt veszi sorra, hogy miként tekint a magyar miniszterelnök a médiára, milyen funkciókat tulajdonít neki, és milyen funkciót von el tőle. Carl Schmitt (2002) német jog- és politikai filozófus nyomán arra jut, hogy az orbáni médiafelfogásban nem létezik független média, a politikához hasonlóan ez a szektor is a barát–ellenség-tengelyen határozható meg, amely kontextusban a kritikus médiumok ellenségként definiálандók. A lojális média pedig puha hatalmi tényező, amely értékeket közvetít és kulturális hatalmat gyakorol.

A negyedik fejezet témája az a szakmai dilemma, hogy létezik-e objektív újságírás. A szerző szerint sohasem létezett objektív újságírás, hanem az objektív eszközök alkalmazása az újságírásban, az úgynevezett „fair eljárás” (98. o.) az, amelyet ötvözni kell a bizalommal és a függetlenséggel. A szerző szerint mind az objektivitás, mind a függetlenség tekintetében van egy alapvető félreértés a társadalomban. Mint mondja, nem létezik az objektivitás, mert az embereket egyszerre több dolog is befolyásolja, amelyek hatására döntéseket hoznak. Az újságírásban sincs ez másképp: azt eldönteni, hogy mi legyen a címlapon, milyen esemény váljon hírré, mind emberi tevékenység, amely nem lehet objektív, hiszen a döntéshozókat is befolyásolja például a társadalmi, a gazdasági, a kulturális környezet, a lap milyensége, az olvasói elvárás stb. Ami számonkérhető az újságon és a szakmán, az az objektív eljárás megléte. Az a szempontrendszer, amelynek alapján az újságírók a munkájuk végzése során eljárnak. A szakmai normák megléte adja tehát az újságírás objektív mivoltát.

Az ötödik fejezetben Pető kifejti, hogy mindazon kihívások ellenére, amelyek az újságírást napjainkban gúzsba kötik, „az újságírók képesek megőrizni a tényeket, örködnék a valóság mellett, és bemutatják a meg nem hallottak elbeszéléseit a világról” (115. o.). A szerző a könyv utolsó fejezetében kitér azokra a külső és belső ellentétekre, amelyek a szakma számára napi szintű problémákat jelentenek. Az egyik ilyen az objektivitás és a függetlenség kérdése. A belső feszültségek tekintetében pedig nagy kihívás az olvasói elvárásoknak való megfelelés, valamint az üzleti tendenciák és a szakmai értékek összehangolása.

Pető Péter könyve izgalmas olvasmány mindazoknak, akik belső, szerkesztői nézőpontból kíváncsiak arra, milyen hatással vannak a globális techcégek az újságírásra, milyen régi és új problémák merülnek fel a digitális médiakörnyezetben.

A kötet inkább elbeszélő jellegű összegzés, mintsem tudományos hivatkozásokon alapuló szakszöveg. Az olvasást a gyakori helyesírási hibák, valamint a többszörösen összetett mondatok és hosszú gondolatmenetek nehezítik. (Pető Péter: *Gyilkos lájkok – Manipuláció, nyilvánosság, újságírás a Facebook és Orbán Viktor korában*. Budapest: Noran Libro Kiadó, 2021, 136 oldal, ISBN 978-963-517-331-0, 2990 Ft.)

## Irodalom

Békés Márton (2020): *Kulturális hadviselés – A kulturális hatalom elmélete és gyakorlata*. Budapest: KKETTK Alapítvány.

Lakoff, George (2006): *Ne gondoldj az elefántra! – A progresszív gondolkodás nélkülözhetetlen zsebkönyve*. Budapest: Napvilág Kiadó.

Schmitt, Carl (2002): *A politikai fogalma*. Budapest: Osiris & Pallas.

Sen, Amarthya (2021): *Az igazságosság eszméje*. Budapest: Osiris.