

## Rövid előszó egy hosszú vitához

Egy évvel ezelőtt, folyóiratunk tavaly téli, 2003/3-4-es számában jelent meg Sükösd Miklós *Totális medialitás és ökokidium* című tanulmánya, amelyet hamarosan néhány vitacikk követett (Dányi Endre, Pintér Róbert, Pásztor János, Z. Karvalics László, Hammer Ferenc, Dessewffy Tibor). A szerzők közül többen az ITTK Információs Társadalom Szakmai Klub *Az információs társadalom ökológiai kritikája* című rendezvényén ütköztették álláspontjukat 2004. május 27-én. A második vitát alig egy hónappal ezután az ELTE Társadalomtudományi Kar Településtudományi és Humánökológia Szakiránya szervezte. Itt Lányi András, Karátson Gábor, Kiss Ulrich, Gábor György és a vitaindító fejtették ki véleményüket június 29-én.

Ezután a vita kinyílt a hozzászólások számára. 2004 tavaszától ősziig, folyamatos internetes nyilvánosságot élvezve újabb és újabb tanulmányok, esszék, hozzászólások születtek, egyre inkább elmélyítve, árnyalva, gazdagítva az eredeti diskurzusokat. Az eredeti tanulmány mellett immár egymásra is reflektáló, egymással is vitatkozó hozzászólásokat az ITTK, valamint a Védegyelet környezetpolitikai szervezet levelezőlistája (klub@ittk.hu, vedegyelet@zpok.hu), illetve az ITTK honlapja (www.ittk.hu) tette közzé először. Időközben a vitaindító tanulmányt újraközölte a *Reklámgazdaság* című online folyóirat (XXII. évf., 250-251. szám, 2004 szeptember-október).

A hónapokig zajló, interdiszciplináris eszmecsere résztvevői egyre inkább különböző, társadalom-, természet- és humántudományi háttérrel érkeztek. Ezzel természetesen csökkent az a kettéosztottság is, amely a kiinduló szakaszban szinte „táborokra” és „világnézetek csatájára” egyszerűsítette le a vitát. A résztvevők körében kezdetben kirajzolódó „technokrata információs társadalom kutatók kontra zöldek” felállást empirikus és elméleti médiatudományi, szociológiai, politikatudományi, ökológiai, tudomány- és valláselméleti, illetve etikai érvek gazdagították.

A vita újabb szakasza – már 2004 őszén-telén – az álláspontok rögzítése, kifejtése után igazi kommunikációt, dinamikus eszmecserét hozott. Ezt jelezte az Információs Társadalom Szakmai Napok *Totális medialitás és ökokidium* című panelvitája (Boda Zsolt, Lányi András, Sükösd Miklós, Z. Karvalics László) november 23-án, illetve az MTV Tudósklub című adása (Sükösd Miklós, Székely Mózes, Takács-Sánta András, Z. Karvalics László) december 3-án.

Az alább közölt tizenhat tanulmány alapján úgy tűnhet: az elmúlt egy évben az információs társadalomról szóló leggazdagabb, legmélyebb vita indult el Magyarországon. Bizonyosak vagyunk benne: ott, ahol érdemi tisztázásra került sor, illetve valódi párbeszéd indult el, sok részkérdés finom és türelmes megoldása felé sikerült lépéseket tenni. A vita folyóiratunkban és remélhetőleg más fórumokon is folytatódik, a megnyugtató megoldások, konszenzusig jutó gondolati szerkezetek kialakítása, illetve a versengő paradigmák finomítása reményében.

A vitaindító tanulmány szövege és a hozzászólások [http://www.ittk.hu/info-  
nia/infotars/media\\_vita.html](http://www.ittk.hu/info-<br/>nia/infotars/media_vita.html) oldalon olvashatóak.

Vitaindító

Sükösd Miklós

### *Totális mediatizáció és ökocídium. Mediatizáció és fogyasztói társadalom: ökológiai médiakritika*

*A tanulmány szerint a mai nyugati társadalmak mediatizációja hozzájárul az ökológiai válság elmélyüléséhez, vagyis a két folyamat közvetett oksági kapcsolatban áll egymással. A szerző hét érvet fejt ki hipotézisének bizonyítására: 1) A médiahasználatra fordított idő növekszik az időmérlegekben. 2) A médiaélmények egyre jelentősebbek a társadalmi identitás kialakításában. 3-4) A fősodró média napirendjén és a média-narratívákban kevésbé releváns módon szerepel a természeti környezet témája. 5) A fősodró média a természetromboló, fogyasztást generáló reklám és marketing-kommunikáció terepe. 6) A nyugati emberiség a természeti környezettől fokozatosan a digitális univerzum szimbolikus környezetébe vándorol át, s így viszonylag kevésbé érzékeli az ökológiai válságot. 7) A média saját téridőt (genius anti-loci) használ, amely szemben áll a fizikai és biológiai (élő)hely jelentőségével és jelentésteliséggel (genius loci).\**

Z. Karvalics László

## Fantomra légvár – kritikai megjegyzések egy figyelemreméltó diskurzushoz

Sükösd Miklós igényesen megformált, gondosan érvelő, izgalmas tanulmányt készített, megjelenését és felvetéseinek sokoldalú körüljárását még akkor is fontosnak és szükségesnek tartom, ha kiindulópontjait több mint problematikusnak érzem és szenvedélyesen vitatom. Annál is inkább, mert – mint a hibás premisszákból születni képes helyes ítéletek esetében általában – bizonyos következtetéseiben vagy egy adott jelenség megítélésében még egyet is érthetek vele. Más kérdés, hogy módszertani okok miatt ezúttal csak a fenntartásokra, illetve a vitapontokra térek ki.

1. Sükösd **egydimenziós** képet ad a természeti környezet és a társadalmi-technológiai komplexum kapcsolatáról: a növekedéscentrikus, profitorientált gazdasági rendszer ökológiai válságot idéz elő. A leírásnak egyetlen rétege van: a zsugorodó élet-tér, a szennyeződés, az információs korszak pedig egyedül mint a komputerhulladékok termelője (vagyis új válságfaktor) jelenik meg. A „levüket eresztő nikkeldárium tápegységek” szomorú képi világa azonban nem helyettesítheti a többdimenziós leírást: a differenciálást a tőkés centrum országai, az iparosodásból az információs paradigma felé igyekvő felzárkózók, illetve a „Dél” eltérő mintázataitól a környezetvédelmi szabványokkal operáló ökotudatosságán át a természeti parkok for-

\* A teljes szöveg folyóiratunk 2003/3-4. számában (131-146. o.), valamint az Interneten <http://www.informaciostarsadalom.hu> oldalon olvasható.

májában őrzött érintetlen értékvilág és diverzitás számtalan (pozitív) példájáig. A lelkiismereti indíttatású zöld mozgalmak lehetnek egyoptikásak: egy rendszerszemléletű társadalomtudományi megközelítés nem. Az „információs korszak és természeti környezet” kontextusában a „hogyan és miért lett Düsseldorf füstös, zajos, koszos gyáripari fellekvárból zöld mintaváros” típusú kérdéseket ugyanúgy fel lehet és fel is kell tenni. Ugyancsak elmélyülten kellene vizsgálni az „információ és utazás”, illetve az „információ és kiváltott anyagfelhasználás” formagazdag világát.

2. Ez a kiindulópont (modell) erősen történetietlen is. Nem tud, de nem is akar mit kezdeni az ipar előtti (pre-mediatisált) világ olyan antropogén ökológiai válságaival, mint az Andok vagy Mezopotámia korai magaskultúrái által előidézett, média és profitorientáltság nélkül, „spontán” megvalósult, de döbbenetes méretű környezetkárosítás, és emiatt kilóg a lóláb: egy általános technológia- és modernitáskritika „aktualizálása” történik öko- és médiakritikai kontextusban, sok látnens, de óvatosan ki nem mondott értékszemponntal kokettálva.

3. Ehhez társul a *médiaszféra* teljes és hasonlóképpen egydimenziós *diabolizálása*, amelyen egyáltalán nem enyhít az, hogy neves szerzőelődöket követ. A média itt (túl)fogyasztást generáló, az egyént a valóságból „kiszakító” instancia, amely melodramatikus narratíváival leszűkíti a közvetített témateret, és evvel magát a Valóságot torzítja. Evvel a fantomképpel nem kívánok sokat vitatkozni, mert nem Sükösd, hanem az ezredvég médiakritikájának bornírt leegyszerűsítése, ő csak használja a kialakult paneleket. Mindössze évődve megemlítem, hogy az eltorzított, mesterséges médiaélményt fogyasztó konzumidióta talmi világával szembeállítani a közvetlen természetélmény valódi világát – egyenesen gondolati csalás. Ugye, mennyire viszataszító, ha a kérdést így tesszük fel: „akarsz-e szénporfüstös arccal csilléket tologatni vagy futószalag mellett rogyásig 12 órázni, ipari korszak embere, vagy karosszékedben hátradőlve, Heineket kortyolgatva snookert nézel inkább az Eurosporton”? (Pedig csak ugyanazt a csalást követtük el, fordított előjellel). A médiára jellemző, de *nem kizárólagosan jellemző* vonások egy részének adott „irány” köré való csoportosítása nem helyettesítheti a média teljes, funkcionális rendszervilágának mély megértését és elemzését.

Válságoptika és démonizált média így lép frigyre, és szül hét tézist, amelyek mindegyike elmarasztható a fenti leegyszerűsítések miatt. Ezekre sajnos csak röviden, néhány felvetés erejéig van módom kitérni. Először Sükösd állításának esszenciáját vizsgálom, majd a pontokba szedett véleményemet adom.

**A „médiatérben töltött idővel” eltávolodunk a természeti környezettől, csökken iránta az érdeklődésünk, és kevesebb időnk marad szembesülni az ökológiai válság tényeivel.**

1. A média- és kibertérben töltött idő nem írható le a Valóságtól való menekülésként és eltávolodásként. Nincs két világ, csak egy: a médiatartalmak fogyasztása ugyanúgy megismerő természetű, mint az *in situ* megismerés, csak épp másképp történik mindez. Ez könnyen megérthető, ha mondjuk kiderül, hogy csak 28 ezer ember tud személyesen jelen lenni a magyar-brazilon a Puskás Stadionban, a másik 3 millió pedig a TV elé menekül, hogy mégis lássa azt. Nincs két világ, csak egy.

A legelvetemültebb showműsorok és valóságkabarék mögött is eleven emberek a nyersanyagok, a legostobább tartalmak fogyasztása is a Világról való tudáshoz tesz hozzá.

2. Vajon megtapasztalható-e természetes eszközökkel a freongázok gyilkos pusztítása az ózonrétegben? Kell-e „törött tartályhajó túrát” szervezni egy olajbalesetnél mindenkinek? Ismét csak évdődöm: nekem nagyon is úgy tűnik, hogy Sükösd állításával ellentétben a globális ökológiai válság tényei, elemei és fordulatai, a környezetszennyezés mindennapjai éppen hogy a média közvetítésével lépnek be a közbeszédbe. Nem is akárhogy: a lokálisan ökoérzékeny polgárt immár a globális ökológiai tér problémáira is érzékennyé teszik, azáltal, hogy tájékoztatják őt arról. A Szerzővel ellentétben azt állítom, hogy a természeti környezet iránti érdeklődés nem csökken, sőt talán még nő is: a nagy Misztérium, amelyre válasz még nincs, az arány. Vajon a kizárólag lokális környezeti tér iránti tudatosság szorozva annak intenzitásával hogyan viszonyul a kiterjesztett (globális) környezeti tér iránti tudatossághoz, ha ez utóbbit is beszorozzuk annak intenzitásával?

### **A valóságos élmény médiaélménnyé válik, közvetlen érzéki tapasztalásunk beszűkül, emiatt közvetlen környezetünk másodlagossá válik.**

1. Internetezni a vegyszerektől bűzlő patak partján – drámai, de trükkös kép. Lehetséges persze, hogy van, volt vagy lesz ilyen is. Ugyanilyen, vagy sokkal jellemzőbb kép lehet a *Greenpeace* aktivistáé vagy a bőgatyás középiskolásé, aki az agglomerációs zöldövezet idilli közegében éppen a tiszai ciánszennyezés képeit küldözgeti tovább, pedig személyesen sohasem járt a Beregben. Az ökológiai deficit nem a médiaélmények függvénye, hanem a szocializációs deficité. Családé, iskoláé, kultúráé.

2. Tegyük fel a kérdést: elképzelhetetlennek tartjuk-e, hogy digitális polgár mi voltunk és a közvetlen, illetve a tágabb környezet iránti öko-tudatosságunk összeegyeztethető? Ugye nem? A valóságtól elszakadó, már szinte csak médiaélmény szüresülésére fogékony polgár képe *fantomkép*. Egy lehetséges, de (szerintem) kevésbé valószínű antiutópiai jövő-forgatókönyv egyik esetleges szereplőjének képe. Ne tegyünk úgy, mintha már ma is ez lenne a domináns attitűd. Ne becsüljük le az átlagos tévéfogyasztó disztigáló képességeit a mindennapi élményterben, csak azért, mert nem tartjuk elég ökotudatosnak.

### **A média általában nem tartja fontosnak a környezeti napirendet, még a hírekben is hátracsúszik.**

1. Mondhatnánk erre gonoszul, hogy tartanak csak fontosnak az emberek a környezeti napirendet, rögtön ezerrel bombázná őket ezzel a média, hiszen ő is csak a piacról él. De tegyük fel így a kérdést: vajon az, aki hiteles forrásokból, gyorsan és hatékonyan akar tájékozódni környezeti kérdésekről, megteheti-e ezt az Interneten? Talál-e megfelelő mennyiségű tartalmat? Hányan olvassák Magyarországon a *National Geographic*-ot, a Búvárt vagy az ökotudatos szaksajtót? De méginkább: vajon ezen felül, ami most téma, ami hír, ami orgánium, mi az vajon, ami még kellene? Kik csinálnák, kinek, mennyiből és miért?

2. „A környezet mint téma ritkán produkál nagy hírértéket”. Még szerencse, hiszen az valamiféle katasztrófát kellene, hogy jelentsen. Melyek azok a környezeti hírek, amelyek nem-katasztrófás kontextusban hiányoznak a színpadról?

**A természet, az ökológiai rendszer megtapasztalása is egyre inkább mediális reprezentáción keresztül történik, ráadásul ez az üveg torz és hamis, mert dramaturgiai okok miatt csak valóság szeleteket kapunk Valóság helyett, és antropomorfizáljuk a Természetet. Állatok helyett például állat-reprezentációkkal kell beérnünk.**

1. Nézzük lokálisan. A parkban tett sétát, az állatkertbe járást itt nem helyettesíti a média, marad a közvetlen természetmegismerés. Ha volna is itt ökológiai deficit, azt nem a média, hanem az urbanizáció kategóriája felől kellene értelmezni. A médiaélmény egyenesen megerősíti, elmélyíti a közvetlen megismerést. Igényt támaszt a részletekre, színesebbé, formagazdagabbá teszi a meglévő tudást. Vuk, a kisoroka inkább kedvet csinál a róka megismeréséhez, de persze lepuffantják a vöröst, ha beolálkodna a lakótelepre, mert Fekete István ide, téli berek oda, erős a veszettség-veszély. A tavaszi hérics endémikus mivoltánál pedig bizony izgalmasabb élményforrás a *Yu-Gi-Oh* akcióközössége – márcsak ilyen társ- és kalandvágúak ezek a mai fiatalok.

2. Nézzük globálisan. Mihez képest olyan a reprezentáció, amilyen? Nevezzük Kittenberger-effektusnak az Afrika-élményt. Hány magyar ember számára adott a közvetlen megismerés? Vajon egyetlen film, Jamie Uys totálisan antropomorfizáló sivatagi show-ja hány magyar médiafogyasztó számára hozta kézzelfogható közelségbe és tette megismerhetővé a Kalahári-sivatag életét? Fogalmazzunk pontosan: mi a lényeges történés a „Sivatagi show” című filmmel kapcsolatban? Átfogó, bár felszínes ismereteket ad a sivatagi biotópok általunk soha meg nem tapasztalható világáról. Ehhez képest akcidentális, hogy élmény forrása (sokat nevetünk rajta). Ehhez képest akcidentális, hogy mennyit kaszált rajta a producer és a forgalmazó. (Megérdemelték.) Ehhez képest akcidentális, hogy esetleg torz-e valahol a reprezentáció. Merthogy nem egy autentikus reprezentációhoz képest torz, ha az (és milyen az autentikus reprezentáció, by the way?), hanem a semmihez, az ismeret tökéletes hiányához képest az. Az elmesélésnél jobb reprezentáció a fotó. Annál a színes képeskönyv. Annál meg a színes természetfilm. Hol van a reprezentációs deficit?

3. A közvetlen természettapasztalat nem válik „elenyésző élménykörré”, hanem – én egyenesen úgy érzekelem – felértékelődik és ráadásul még tömegesedik is. A természetélmény mint a városi ember szabadidős luxusa mintha kifejezetten demokratizálódna – én emancipatorikus folyamatként érzekelem. De lássuk a számokat! Vannak?

4. Állatrepresentációk állatok helyett? Akkor hol kell beszélnünk mondjuk az irdatlan tömegű és forgalmú kisállat- és kutyatartásról? Vagy ez csak akkor kontextus, amikor eltakarítatlan ürülékükről mint szemétről van szó?

## Reklám a médiában › fogyasztásra serkentés › szeméthegek

1. A kérdés: erőltet-e ránk olyasmit a reklám, amit egyébként nem vennénk meg, de a kommunikáció kíméletlen gépezete bizony lenyomja a torkunkon? Ha nem, akkor a szeméthegek nem percepciós, hanem újrafelhasználási szakmai problémaként jelentkeznek. Ha igen, akkor a kérdés az, hogy ennek mekkora az aránya az egyébként fennálló fogyasztástömegben. Az a gyanúm, hogy elenyésző: sokkal súlyosabb percepciós probléma az, amikor valaki fogyasztana, de nem tud. És nem azért fogyasztana, mert üzenetekkel bombázzák, hanem azért, mert látja, hogy jó (volna).

2. A fogyasztásra való serkentés egyébként nem ösbűn, és ebbe még az is belefér, hogy a terméket alapvetően *pozitív természetképe* csomagolják. (A Gösser már-már mitizált természetközelség-hangulata egyáltalán nem kivétel).

3. Ha valahol problémát látok, az nem *általában* a reklámmal van, hanem *egyes* reklámokkal: a rossz szemléletű, ásatag szellemiséget tükröző *spot*-okkal, a „ne focizzon a gyerek, hanem fusson fel a szobába csokit enni a távirányítóra tett nugát varázsa alatt” típusú reklámokkal.

## A nyugati emberiség fokozatosan átvándorol a digitális univerzumba...

1. A média „nem olyan, mint a műláb, amelyik pótol, hanem úgy pótol, hogy nincs helyette más”. Ismét egy hasonlaton keresztül épül a görbe tükör. Ha kerékpárra szállunk, akkor a lábunk is megmarad, meg oda is eljutunk saját erőből, ahová gyalog nem tehetnénk ilyen gyorsan. A kerékpár nem követel állandó tekerést tőlünk, csak akkor, amikor jónak gondoljuk. A digitális univerzum nem a pre-digitális *helyére*, hanem *mellé* lép. Nem *leváltja* azt, mint a stafétafutók, hanem *kiegészíti*. Az átvándorlás tézise merő spekuláció, amihez hasonlóval korábban már találkoztunk és nem győztük bírálni. Mutass egy átvándorlót, és én mutatok tízezer nem átvándorlót. Mutass egy „kóros” átvándorlót, és én mutatok ezer „egészségeset”. Ne keverjük össze a lehetséges jövőt a jelenben kibomló domináns látképekkel. Ez a lehetséges jövő ráadásul mindig, mindig disztópikus, vajon miért? Hagyjuk meg Stallone és Sandra Bullock párosának.

2. „A médiatrend eszközei valóságpótlékok” – írja visszatérően Sükösd. Jómagam pedig visszatérően figyelmeztetek rá: a média nem valami mélyen autentikus közvetlen valóságélményt pótol, hanem a fizikai, anyagi, biológiai és más korlátok miatt lehetetlennek minősíthető közvetlen tapasztalatszerzést „váltja ki” egy kevésbé tökéletes, de a hiányt részben pótolni képes megismerésformával. S ahogy a szerelmes verset olvasó polgár gyarapszik érzésben és irányban a kötet lerakása után (mert valóságos szerelmi élményeit jól egészíti ki mások szerelempercepciója, s eszünkbe nem jut emiatt számonkérni bármit), úgy gazdagítja jótékonyan a valóságpótléknak tartott, valójában azonban a valósághoz való közelebb jutást segítő médiatartalom a fogyasztóját, akinek mindig kéznél van két nagy fegyvere: tapasztalata, szemlélete és értékvilága, amelyen keresztül a jelentéseket lehorgonyozza, és józan esze, amely megvédeni hivatott a csalafintaságtól.

## A társadalom mediatizációja a fizikai hely jelentőségének radikális csökkenésével jár. [...] A valós tér irrelevánssá válik.

1. És ez számos kontextusban persze nem baj, miért is volna az? Tucatjával lehetne felsorolni azokat a példákat, ahol a fizikai hely jelentőségének csökkenése a hozzá kötődő kényszerek lebontását jelenti – vagyis mélyen emancipatorikus folyamat.

2. Az idézett Talbotnak nincs igaza a *genius loci* elsöprésével. Sokkal jobbnak tartom Ray Oldenburg látéletét (*The Great Good Places, 1989*). Figyeljünk azokra a helyekre, ahol másokkal együtt töltjük az időt (közösségi központok, szépségszalonok, kávézók, fodrászüzletek, szervizállomások, focipályák, országúti pihenők), ahol az emberek összegyűlnek, vitatkoznak, csapják a szelet a másiknak. Olyan helyek, ahová szabadon megyünk és ahonnan akkor jövünk el, amikor jólesik. Tanulunk a barátainktól, tanítjuk őket. Helyek, amelyek fontosak nekünk, amelyekre emlékezünk, amelyek időnként az életünket szervezik. A kibertér is ilyen helyé vált, és egyre inkább ilyenné válik. Mint ahogyan egykor a pionírok meghódították a szűzföldeket, úgy lakjuk be és építjük ki nevezetes „helyeit”. A harc azonban itt nem az „aranyért” folyik, a kibertér „természeti kincsei”, erőforrásai az összekapcsolt elmék: a megértés, a tudás, a szinergia, a víziók megosztása és a termékeny együttműködés. Ilyen hely ez a környezettudatos elmék számára is: aki nem hiszi, nézze meg, hogyan ajánlják egymásnak a Szlovák Paradicsom jobbnál jobb turistacélpontjait a netizenek.

3. Nem fogadom el azt az állítást, hogy az „absztrakt kibertér a környezeti érzéketlenségnek nyit utat”. Ha egyetlen megállapítást tehetnék csak ezügyben, akkor legfontosabbnak ezt tartanám: ahol a meglévő környezeti érzékenység eszközt keres, hogy beavatkozással alakítsa a Valóságot a számára kedvezőnek minősített irányokba, akkor az absztrakt kibertér ehhez sok segítséget adhat. A környezeti érzékenység kialakítása pedig nem a média feladata, de ha ezt a társadalmi környezet elmulasztotta, színvonalas szerzők és színvonalas műsorok még mindig sokat javíthatnak a helyzeten.

Óvatosan tehát a démonnal és a démonizálással, mert a végén még azt sem vesszük észre, hogy a Természet nemcsak az általunk okozott ökológiai válság formájában szól bele a mindennapjainkba, hanem a korántsem antropogén tornádóival, földrengéseivel, darázscsípéseivel, árvizeivel vagy éppen meteorbombázással. Ha Sükösd idézi a Genézis idilli zöldjét, akkor mi emlékeztessünk Mózes II. könyvével egy másik Természetre: az üstökös csóvján átszaladó Földön az egymást érő kőesőre és tűzre, ami szinte mindent elpusztít maga körül. Rémult, menekülő állatok, se gyümölcs, se fű nem marad életben. Annak a modernitásnak is a fiai vagyunk, amely ma a kozmikus katasztrófa elkerülhetőségének technikáit (is) fejleszti. Vajon ki lesz a gyorsabb?

### Z. Karvalics László

Történész, az információs társadalom kutatója. A Budapesti Műszaki- és Gazdaságtudományi Egyetem Információmenedzsment Tanszékének docense, az 1998-ban alapított ITTK (Információs Társadalom- és Trendkutató Központ) Igazgatója és az 1992 óta létező Információtörténelem Műhelykurzus vezetője. Számos információs társadalommal foglalkozó kurzus kidolgozója, szakkönyv és tanulmány szerzője. Legutóbb megjelent könyve: Bevezetés az Információtörténelembe (Gondolat, 2004). „Kiváló Oktató” (1999), 2000-től Széchenyi ösztöndíjas.