

SAJTÓSZABADSÁG ÉS POLITIKAI VITA A DIGITÁLIS KORBAN**

Az új médiáról már megszületésekor azt jósolták, hogy forradalmasítani fogja a politikai kommunikációt.¹ Bár ez a technológia tulajdonképpen gyerekcipőben jár és folyamatosan fejlődik, számos jóslat beteljesült már. A weblog (webnapló), amely lehetővé teszi az egyének számára, hogy nézeteiket és megjegyzéseiket online formában rögzítsék és rendszeresen frissítsék, a 2004-es amerikai elnökkiválasztáson a figyelem középpontjába került. A magánszemélyek által szerkesztett webnaplókat mint a politikusok és az intézményesült sajtó ellenőrzőjére tekintették. Ezzel együtt, bár 2004 nagy szenzációja volt, nincs okunk azt feltételezni, hogy a webnapló a jövő egyértelműen uralkodó kifejezési formája. Már most arról hallunk, hogy a podcasting [azaz a hangfájl alapú weboldal – *a ford.*] és a videoblog kiszorítja majd a szöveg alapú blogolást. Az új technológiák elmosásuk a határt civilek és újságírók között. Ennek a folyamatnak lehettünk tanúi a 2005. júliusi londoni terrormerényletet követően. A helyszínen mobiltelefonokkal rögzített képek és videók segítettek megmutatni a történeteket a világnak. A technológiai fejlődés nem csupán az egyének lehetősége; az intézményesült sajtó szintén él ezekkel a lehetőségekkel. A BBC számos tévéműsora már online módon is megtekinthető, és több tartalomszolgáltató keresi a lehetőséget, hogy műsorai interaktívvá váljanak, a nézők kommentálhassák azokat. Az intézményesült sajtóhoz tartozó számos szolgáltató vásárol az új médiához sorolt cégeket. A BSkyB megszerezte a szélesávú internetszolgáltató Easynetet,² az ITV megvette a Friends Reunitedot, a News Corp pedig megvásárolta az Intermixet, a mspace.com tulajdonosát.³ Ezek a lépések jól mutatják, hogy az intézményes média arra törekszik, hogy a tartalomszolgáltatásban növelje a digitális technológiák szerepét.

Ezek a változások felvetik a kérdést, hogy vajon a digitális tartalmakra is érvényesek-e azok a szabályok, amelyek a tömegtájékoztatás más formái esetében irányadók vagy sem. Ha egy weboldal politi-

kai szerepet vállal egy választási kampányban, köteles-e megjeleníteni a kiadó nevét és címét, mint a jelölteket támogató nyomtatott hirdetéseket tartalmazó lapok?⁴ Vonatkozzon-e egyes online tartalomszolgáltatókra a válaszadás lehetőségének joga, illetve bizonyos típusú tartalmak szolgáltatásának kötelezettsége? A szigorú szabályozás elbátortalaníthatná az egyéni felhasználók blogokban és számos privát honlapon megjelenő újításait. Ugyanakkor a szabályozás teljes hiánya alááshatja a média közösségi kötelességeit, és a politikai viták eltorzulásával járhat. Ezeknek a kérdéseknek a jelentősége csak fokozódik, ha az online technológiák a politikai kommunikáció meghatározó eszközévé válnak.

Ennek az írásnak nem célja, hogy megválaszolja ezeket a kérdéseket, helyette két alapvetőbb témát vizsgál. Elsőként azt, hogy e változások fényében szükséges-e módosítanunk a sajtószabadság normatív megközelítését, nagyobb hangsúlyt fektetve az egyéni véleménynyilvánítók szerepére. A másik kérdés arra vonatkozik, hogy ezek a változások elvezetnek-e egy új paradigmához, amelyben a médiatevékenység közszolgálati elemeit támogató szabályozás már nem alkalmazható. E kérdések vizsgálata közben az írás számot vet azokkal az érvekkel, melyek szerint az online közlésmódok a hagyományos médiától eltérő megközelítést igényelnek. Az új megközelítés főbb alapelvei az online kommunikáció alacsony költségeire, a részvétel viszonylagos egyszerűségére, a felhasználói ellenőrzésre épülnek, és arra, hogy a közvetítő és irányító szerepet játszó elit állandóan változik. Írásom, miközben elismeri az online kommunikáció hozta számos hasznos változást, amellet érvel, hogy az online megnyilatkozási módok ahelyett, hogy valóban egyenlő esélyt kínáló játéktérrel teremtenének, nem pusztán fenntartják a létező médiaelit, hanem újak létrejöttét is lehetővé teszik. Ebből következően az online megnyilatkozás különböző szinteken működik, csakúgy, mint ahogy azt az offline világban tapasztaljuk. A lehet-

* Köszönettel tartozom Michael Birnhacknek, a Cambridge University Public Law Discussion Group tagjainak és azoknak az anonim recenzenseknek, akik a korábbi vázlatokhoz észrevételeket fűztek.

** A tanulmány *Media Freedom and Political Debate in the Digital Era* címmel 2006-ban a *The Modern Law Review* című folyóiratban jelent meg [(2006) 69(4) MLR 489–513]. Az írás magyar nyelvű fordítását a szerző és a folyóirat engedélyével közöljük.

séges szabályozás ezért a megnyilatkozás szintjeihez igazodva különböző módszereket igényelhet.

Az állítást alátámasztó érveket írásomban öt fejezetre osztva tárgyalom. Az első áttekinti a tömegkommunikáció szabályozásának hagyományos megközelítéseit, illetve a sajtószabadság és a véleménynyilvánítási szabadság közötti kapcsolatra vonatkozó elképzeléseket. A második fejezet megvizsgálja az internetnek a médiára és a véleménynyilvánítási szabadságra gyakorolt hatásaival kapcsolatos tudományos megállapításokat. A harmadik fejezet megkísérli felbecsülni, hogy mennyivel hangsúlyosabb az egyéni részvétel az internetes nyilvánosságban, mint a média hagyományos formáiban. A negyedik fejezet rámutat, hogy némely médiaszervezet és megnyilatkozó hogyan tartja meg elit státuszát az online világban, ami aránytalan befolyást biztosít számukra a nyilvános vitákban. Végezetül a szabályozás lehetséges stratégiáit és különböző csapdáit vázoló fel. Ennek során a véleménynyilvánítás különböző csatornáival kapcsolatban számos fontos kérdés merül fel, azonban jelen írás központi kérdése továbbra is a politika és a politikai vita területe marad, ami a sajtó demokratikus és közszolgálati funkcióinak legfontosabb eleme.

E tétel mögött az a felfogás rejlik, hogy a média szabályozását és szabadságának védelmét az emberek közötti kommunikáció típusainak figyelembevételével kell értelmeznünk. Egy olyan szabályozási rendszer, amely pamfletírókkal számol, minden kétséget kizáróan alkalmazhatatlan volna abban a korban, ahol a televízió a tömegkommunikáció uralkodó formája. Fontos kérdés, hogy az online véleménynyilvánítás lehetőségeinek olyan fejlődése, mint amelyet az internet tesz lehetővé, hogyan változtatja meg a sajtószabadság védelmére vonatkozó felfogásunkat.⁵ Ez nem azt jelenti, hogy egyfajta technológiai determinizmus mellett érvelnék. A jog nem kényszerül másodlagos szerephez; aktív szerepet játszik abban, hogyan fejlődik a kommunikáció és hogyan használjuk fel ezt a technológiát. A jelenlegi médiaalkalmazási módok részben a szabályozási környezet termékei és visszatükröződései. Mindemellett előfordul, hogy a szabályozási környezetet kell ezekhez az alkalmazási módokhoz igazítani, hogy megfeleljen azok jellegének. A szabályozásban történő ilyen jellegű változtatások segítenek biztosítani a technológia és a felhasználási mód olyan fejlődését, amely egyben demokratikus és közszolgálati értékeket is hordoz.

SAJTÓSZABADSÁG ÉS A SAJTÓSZABÁLYOZÁS MODELLJEI

A sajtószabályozás modelljeit a véleménynyilvánítási szabadság és a sajtószabadság fényében kell vizsgálnunk. A véleménynyilvánítási szabadság és a sajtószabadság közötti kapcsolat igen összetett.⁶ A véleménynyilvánítási szabadsággal kapcsolatos leggyakoribb megállapítások a következők.⁷ Az első, hogy a véleménynyilvánítási szabadság alapvető a személy önrendelkezésének és önkifejezésének szempontjából. A második a vélemények szabad piaca, mely alapján a minimális kormányzati szabályozás az állampolgárok közötti kiterjedt vitákat eredményez, amelyek a legnagyobb valószínűséggel vezetnek el az igazsághoz. A harmadik, hogy a véleménynyilvánítási szabadság a demokratikus kormányzás elengedhetetlen összetevője. Ezek között átfedés is van, és mindegyiket érdemes kritikával fogadnunk.⁸ Az instrumentalista igazolásokat gyakran idézik a sajtószabadság védelmében, például az információk, nézetek és vélemények terjesztésének közösségi funk-

cióját hangsúlyozva.⁹ Ahogy Lord Bingham elemezte a Mccartan-Turkington-Breen kontra Times (napilap) ügyben: „A többség nem tud részt venni társadalmának nyilvános életében [...] ha nem figyelmeztetik és informálják őket azokról az eseményekről, amelyek megfontolásra érdemesek vagy cselekvésre indíthatnak. Ez a figyelmeztetés és informálás [...] nagyrészt a médián keresztül történik. A modern részvételi demokráciák helyes

működése megköveteli, hogy a média szabad, aktív, professzionális és oknyomozó legyen.”¹⁰

Ennél nehezebb igazolni azt, hogy a sajtószabadság azért értékes, mert hozzájárul az egyén önkifejezéséhez. Csak kevesek számára adott a lehetőség, hogy a televízióban vagy az írott sajtóban közölhessék nézeteiket. Egyértelmű határ húzható az újságíró vagy a tévériporter és közönségük között. Még ha némelyek közülük hozzá is férhetnek a sajtónyilvánossághoz, csak kis számú egyén vagy csoport számára adott e lehetőség.¹¹ A sajtószabadság értéke a nyilvánosság és a közönség érdekeinek szolgálatából fakad.¹²

Az, hogy a sajtószabadság instrumentális indokokkal igazolható, nem sokat mond arról, hogyan védhetjük leginkább e szabadságot. Az Egyesült Államokban Stewart bíró úgy érvelt a sajtó autonómiája mellett, hogy megkülönböztette azt más vélemén-

nyilvánítási formáktól, annak érdekében, hogy biztosíthassa ezek kormányzattól való függetlenségét.¹³ Nem e szerint ítélik meg az amerikai bíróságok, és nem ezt a megközelítést fogadja el az Emberi jogok európai egyezménye vagy az angliai jogrendszer. Elentétes felfogást tükröz Sir John Donaldson állítása is, amely szerint „a média információhoz és közléshez való joga sem több, sem kevesebb, mint általában a nyilvánosságé”.¹⁴ Ugyanakkor nem mindig hasznos a sajtószabadság és az egyéni véleménynyilvánítás szabadsága közé egyenlőségjelet tennünk, mivel a sajtó másképpen gyakorolja e szabadságot, mint az egyén, főként a véleménynyilvánítás hatókörének és befolyásának, hatásának különbségéből adódóan. Ezen kívül a két szabadság összeütközésbe is kerülhet egymással. Azok, akik a tömegkommunikációt irányítják, a sajtószabadságot arra használhatják, hogy akadályozzák mások véleménynyilvánítási szabadságát, például azzal, hogy bizonyos nézeteket kizárnak a sajtóból. Bár ugyanez a kérdés a véleménynyilvánítás fórumait ellenőrző más intézményekkel kapcsolatban is felvethető,¹⁵ a nyilvános vitákra tett hatása és befolyása miatt a média esetében különösen aggályos. Ehhez kapcsolódva írja Judith Litchenberg: „Szemben a véleménynyilvánítási szabadsággal, amelynek bizonyos aspektusait gyakorlatilag feltétel nélkül kell elfogadnunk, a sajtószabadság feltételeken érvényes, mégpedig olyan mértékben, amennyire az az általában vett véleménynyilvánítási szabadság bizonyos lényegi aspektusait segíti elő.”¹⁶

Ezzel a fajta megközelítéssel találkozunk az Emberi Jogok Európai Bíróságának (EJEB) az egyezmény 10. cikkével kapcsolatos döntéseiben, amelyek különleges védelmet nyújtanak a sajtónak, ha az „a közérdeklődésre számot tartó információk és vélemények közlése” során a „nyilvánosság éber őre” feladatát látja el.¹⁷ Ez a védelem nem a sajtó intézményének jár, hanem a magának a közlésnek, illetve annak, hogy a sajtó a közérdeklődésre számot tartó vitákat szolgálja.

A nézet, mely szerint a sajtószabadság oly mértékben védendő, amilyen mértékben az a véleménynyilvánítás jogát szolgálja, megmagyarázza, hogy a sajtó szabályozása hogyan fér össze az egyezmény 10. cikkével.¹⁸ Ezt azonban nem érdemes túlságosan hangsúlyozni, mert az EJEB csak akkor fogadja el a médiaszabályozást, ha az a 10. cikk alapján szükséges korlátnak bizonyul egy demokratikus társadalomban, és nem vizsgálja, hogy a szabály nem nélkülözhetetlen-e a véleménynyilvánítási jog érvényesüléséhez szempontjából. Craufurd Smith szerint a médiaszabályozást nem a véleménynyilvánítás szükségszerű korlátozásának, hanem a véleményszabadság le-

hetőségeit és feltételeit biztosító eljárásnak kellene tekintenünk.¹⁹ Még ha az EJEB nem is ment ilyen messzire, elismerésre méltó annak felismerése, hogy a demokratikus társadalmakban valamiféle szabályozás igenis fontos, mivel ha a sajtószabadság az állami befolyással szembeni korlátlan garanciaként jelenik meg, akkor a média a magánkézben lévő sajtó tulajdonosai nézőpontjának öncélú közvetítőjévé válik. Ez a forgatókönyv azt a veszélyt jelzi, hogy a sajtószabadság pusztán egy mediavállalkozás vagy egy vagyonos személy gazdasági érdekeinek védelmezőjévé válik, ahelyett, hogy a demokratikus célokat vagy a közérdeket szolgálja.²⁰ A hozzáférés magas költségei és az ellenőrzést gyakorló médiaelit miatt a tömegkommunikáció igenis rászorul némi felügyeletre annak érdekében, hogy elkerülhetővé váljon a sajtó társadalmi és demokratikus funkcióinak néhány véleménynyilvánító érdekei általi eltorzítása.

E megfontolások egyike sem állítja, hogy a médiaszabályozás igazolható, ehhez ugyanis bizonyítani kell, hogy az adott szabályozás demokratikus célokat szolgál. Az, hogy milyen médiarendszer szolgálja leginkább ezeket a célokat, az alkalmazandó demokráciamodelltől függ.²¹ A különböző modellek vizsgálata túlmutat ennek az írásnak a céljain és keretein, de a legtöbb demokráciamodell megköveteli a hírek közlését, az információk és elemzések nyilvánosságához való eljuttatását, valamint a nézőpontok sokszínűségéről való gondoskodást. A különböző médiatípusokra eltérő szabályok vonatkoznak. A nyomtatott sajtó a tulajdonviszonyokat érintő közérdekű, valamint a mindenfajta véleménynyilvánításra vonatkozó szabályozások alanya, ugyanakkor a nyomtatott sajtóban nem érvényesíthetők azok a tartalmi előírások, amelyek a nézetek pluralitását biztosítják, és azok a rendelkezések sem, amelyek a politikai híradások kiegyensúlyozottságát és pártatlanságát követelik. Ehhez képest a rádióra és televízióra Nagy-Britanniában szigorúbb szabályok vonatkoznak. Minden engedéllyel rendelkező műsorszolgáltatóra irányadók a pontosság, pártatlanság, az ízlésségre és tisztességességre vonatkozó követelmények.²² Az elektronikus sajtóbeli reklámokat tartalmi és időtartambeli szabályok korlátozzák, a televízióban és rádióban nem tehetők közzé politikai hirdetések. A közszolgálatnak nevezett műsorszolgáltatókra további előírások vonatkoznak, például meghatározott arányban oktatási és kulturális programokat kell sugározniuk. Ezt a különbséget az egyezmény 10. cikke is elismeri, lehetővé téve az elektronikus műsorszolgáltatók szigorúbb szabályozását.²³ Arról, hogy ezek az eltérő szabályozási rendszerek miért alakultak ki, sokan értekeztek,²⁴ de a különbségtétele inkább társadalmi és történetinek, mintsem

elméletinek tekintik.²⁵ Következésképpen számos olyan előírás, amely jelenleg az elektronikus médiára vonatkozik, kiterjeszthető volna a nyomtatott sajtóra, és fordítva, amennyiben az olyan demokratikus célokat szolgálna, mint a nézetek sokszínűsége és a véleménypluralizmus.

Az online véleménynyilvánítás szabályozása folyamatos viták tárgya.²⁶ Egyesek szerint az online véleménynyilvánítás a nyomtatott sajtó modelljéhez áll közelebb,²⁷ és nem az elektronikus média szabályozási rendszeréhez.²⁸ Az egyesült királysági kommunikációs törvény alapján szolgáló dokumentum, a Fehér könyv szerint az internetes tartalmakat a televíziókra és rádiókra vonatkozó legenyhébb szabályozásnál is engedékenyebb szabályozásnak kell alávetni.²⁹ Az online tartalmakra tehát nem a televíziókra és rádiókra vonatkozó szabályok,³⁰ hanem a mindenfajta véleménynyilvánítást érintő korlátozások az irányadók, mint amilyen a közrendre, a rágalmazásra, a bizalmas információkra vonatkozó rendelkezések és a szerzői jogi szabályok. Ugyanakkor az Európai Bizottság a Televíziók határok nélkül című irányelvnek az egyes online módon terjesztett audiovizuális tartalmakra való kiterjesztését javasolja, mondván, ezek a televíziós vagy rádiós tartalmakhoz hasonlóan működnek.³¹ A BBC-től a The Sunig egyre több hírközlő szolgáltató multimédiás tartalmat honlapján. Bár jelenleg az online véleménynyilvánításra kevesebb szabály irányadó, mint az intézményes médiára, ez az állapot felülvizsgálatra szorulhat, ahogy az előbbi által nyújtott tartalmak egyre közelebb kerülnek a műsorszolgáltatóhoz.

Még egy, a tanulmány elejére kívánczó megjegyzés: a médiatípusokat időnként a terjesztési lehetőségek szerint különböztetik meg. Míg a műsorszolgáltatók kérés nélkül juttatják el tartalmaikat a közönséghez, más médiatípusok, például az újságok, a közönség aktív lépéseit igénylik ahhoz, hogy eljuttassák tartalmaikat a befogadóhoz. Az, hogy ez a különbségtétel helyes-e, vita tárgya, mert eltúlozhatja a televíziózáshoz kapcsolt passzivitást. A televízió néző is választhat, hogy nézi-e a műsort vagy sem, és ha igen, melyik csatornát.³² Ez a lehetőség tovább bővül a csatornaválaszték növekedésével. A megtekinthető műsorok számának emelkedésével és a műsoridő megválasztásának lehetőségével a tévé nézők döntési szabadsága növekszik. A digitális képrögzítő eszközök, mint például a TiVo, a nézők számára lehetővé teszik, hogy az általuk választott időpontban nézzék az adott programokat, kiszűrjék a reklámokat vagy visszanézzék az élő televízióadás tetszőleges részleteit. Számos televízió-program interaktivitásra nyújt lehetőséget, például SMS szavazással, távirányító segítségével digitális formátumú kiegészítő tartalmak

választásával. A közönség kontrollja a nyomtatott sajtó tartalmait tekintve túlsúlyozott, főleg ha tekintetbe vesszük, hogy az olvasó megválaszthatja az újságot, de azt már nem, hogy az milyen témákat és milyen mélységben dolgoz fel. Bár a közönség szerepe eltér a különböző médiatípusok esetében, fontos, hogy ne túlozzuk el ezeket a különbségeket.

Vita tárgya, hogy az online kommunikáció e kereten belül hol helyezhető el, ami persze a keret alkalmazásától is függ.³³ Stevens bírónak az ACLU kontra Reno ügyben kifejtett véleménye szerint „az internet nem olyan »invazív«, mint a rádió vagy a televízió”, mivel kéretlenül nem jelenik meg a számítógép képernyőjén, és a felhasználók ritkán találkoznak online tartalmakkal véletlenszerűen.³⁴ Egy weboldaltól kapott tartalom megszerzése aktív lépéseket kíván, például a keresett forrás url-jének begépelését a böngészőbe vagy egy megfelelő linkre való kattintást. Bár a digitális média valóban nagyobb lehetőséget biztosít a közönség számára az irányításra és a részvételre, írásomban ennek az érvnek a korlátait is megvizsgálom. Amikor valaki egy internetes keresőt használ, akkor nem egy meghatározott forrást vagy adott információt keres, hanem arra kíváncsi, mely források lehetnek számára a leghasznosabbak és a leginkább relevánsak. Amikor kiválaszt egy linket, akkor ezt általában egy másik weboldal ajánlására teszi. Ezen kívül sok felhasználó adott tartalmakat keresve egyszerűen visszatér ugyanahhoz a forráshoz vagy feliratkozik az oldalon az e tartalmakhoz való közvetlen hozzáférésre. Míg a technológia sokkal nagyobb részvételi lehetőséget biztosít a felhasználóknak, azok a társadalmi szokások, amelyek ennek a médiumnak a használatát alakítják, illetve az információtengerben való eligazodás igénye lehetővé teszi bizonyos online véleménynyilvánítók számára, hogy az általuk szolgáltatott tartalmakat egy szélesebb közönségre erőltessék.

Összefoglalásképpen elmondható: a médiát erő kritikák jó része abból fakad, hogy az irányítás kevesek kezében van, legyen az az állam alapította műsorszolgáltató vagy a privát szférában megjelenő gazdasági erő. Ebből következően nem tehető egyenlőségjel a sajtószabadság és az egyéni véleménynyilvánítás egyéb formái közé, mivel csak egyének kis csoportjai, esetleg intézmények élhetnek a sajtón keresztül történő üzenetközvetítés lehetőségével. A médiaszabályozás egyik célja annak biztosítása, hogy a médiainstítúciók valóban betöltsék társadalmi szerepüket és hatalmukat demokratikus és szociális felelősségükkel összeegyeztethető módon gyakorolják.³⁵ Az a kérdés jelöli ki ezen írás hátralevő részének fő irányát, hogy mindez az online kommunikációra is érvényes-e.

AZ ONLINE VÉLEMÉNYNYILVÁNÍTÁSSAL KAPCSOLATOS REMÉNYEK ÉS FÉLELMEK

Az internet hőskorszakában felcsillant a remény, hogy az új média elmozdítja azoknak a korlátoknak a nagy részét, amelyek hagyományosan kizártak bizonyos csoportokat a nyilvános vitákból. Eugene Volokh professzor 1995-ös optimista víziója szerint az online véleménynyilvánítás támogatja majd az „olcsó beszédet”, és ha nem is szünteti meg az egyenlőtlenségeket, sokkal több lehetőséghez és hatalomhoz juttatja felhasználóit és a felszólalókat: „Az új technológiák nagyban megkönnyítik, hogy bármely elképzelés, vélemény, származzon bár gazdagtól vagy szegénytől, megjelenjen a szellemi piacon. Még ha sokan nem is tudják megengedni maguknak, hogy hatékonyan részt vegyenek a vitákban, akkor is sokkal több szervezetnek lesz lehetősége hozzászólni egy adott kérdéshez.”³⁶

Sokan feltételezik, hogy online környezetben nincs szükség külön szabályozásra ahhoz, hogy bizonyos nézőpontok vagy tartalomtípusok megjelenjenek. Ha ugyanis egy hír vagy vélemény napvilágra juttatása a cél, semmi akadálya annak, hogy az online megjelenjen. A véleménynyilvánítást akadályozó gazdasági korlátok jó része megszűnt, ami enyhíti a médiát ért főbb kritikák súlyát. Ezen kívül a magán-cenzúra lehetőségei szintén csökkentek.³⁷ A szellemi piac működése igazságosabbnak tűnik. Bár az effajta optimizmus az internet térnyerésére adott korai reakciókra jellemző, ezek a vélemények újra előtérbe kerültek az olyan népszerű felhasználási formák megjelenésével, mint amilyen a webnaplóírás.³⁸

Cass Sunstein ezzel szemben úgy érvel *Republic.com* című írásában, hogy míg az internet olcsóbbá és közvetlenebbé teszi a véleménynyilvánítást, az is lehetővé válik a felhasználók számára, hogy – a szűrésre módot adó technológiák segítségével – az előzetes nézeteiknek és ítéleteiknek megfelelő információkat válogassák ki.³⁹ Más szavakkal: a felhasználó az online technika használata során elkerülheti az ellentétes véleményekkel való konfrontációt. A közvetítő jelleg hiánya és az internet decentralizáltsága azt eredményezi, hogy az emberek visszahúzódnak saját virtuális világukba. Figyelembe véve Sunsteinnek a köztársasági eszményre és a közügyek megvitatására épülő demokráciamodelljét, érthető az aggodása amiatt, hogy az emberek – a közügyekben való aktív részvétel helyett – saját preferenciáik kielégítésére használják az új médiát. A Sunstein által kiemelt kérdés más, mint ennek az írásnak a fő témája, amennyiben ő azon közvetítők eltűnésével foglalkoz-

zik, akik segíthetnék a tapasztalatok megosztását és támogatnák a közügyek megvitatását. Ami számunkra is lényeges, hogy nem hisz abban, hogy a szabályozatlan online véleménynyilvánítás a demokratikus vitákat szolgálja.

Sunstein számos olyan reformjavaslatot kínál az online média számára, amely a műsorszolgáltatókhoz hasonló alapelvekre épülő szabályozást jelent. Ilyen például a nyilvános viták célját szolgáló weblapok létrehozása, a médiavállalatok által a közérdekű ügyekre fordított források nyilvánosságra hozatala, a nyilvános megvitatást lehetővé tevő weblapok anyagi támogatása. Sunstein végezetül egy olyan sémát ajánl, amelyben az egymással ütköző nézőpontok egyaránt megjelennek bizonyos weblapokon, és ezt link vagy hiperlink követelmények, illetve megjelentetési szabályok biztosítják. Ezen intézkedések alátámasztására Sunstein felsorolja azokat érveket, amelyeket korábban, a véleménynyilvánítás szabadságával foglalkozó munkáiban dolgozott ki.⁴⁰ Ezekben az internetet párhuzamba állította a nyilvános fórumokkal,⁴¹ rámutatva az állami szabályozás szükségességére az internet üzleti alapú felhasználási módjainak megteremtésében és védelmében, például a domainnevet regisztrálók jogainak védelmében.⁴² Minthogy a digitális megnyilatkozások szabályozása e gondolatmenet szerint elkerülhetetlen, a hangsúly arról a kérdéstről, hogy legyen-e szabályozás, áttolódik arra a kérdésre, hogy milyen szabályozásformák szolgálnák leginkább közösségi céljainkat. Sunstein írásai azokat a nyilvános vitákra vonatkozó elképzeléseket támogatják, amelyek az Egyesült Államok alkotmányában garantált véleménynyilvánítási szabadság alapját képezik. Sunstein szerint a felhasználó kezébe adott túlságosan nagy hatalom aláássa a különböző elképzelések, nézetek cseréjét és megvitatását, amely a demokrácia elengedhetetlen feltétele.

Sunstein álláspontja számos kritikát váltott ki. Először is azok, akik kritikusan szemlélték a műsorszolgáltatókkal foglalkozó korai írásaiban felvetett érveket, a *Republic.com*-ban felhozott tételekkel sem értenek egyet. Akik eleve szkeptikusak az állami beavatkozással szemben, és úgy vélik, az egyénekre kell bízni, hogy meghozzák saját döntéseiket, valószínűleg elutasítják az online média szabályozására vonatkozó elképzeléseket. Az ellenvetések másik csoportja szerint az online média alapvetően különbözik a többi tömegtájékoztatási eszköztől, ami eleve érvényteleníti ezeket a szabályozási elképzeléseket. Dan Hunter szerint nem szükséges a nyilvános vitáknak helyet adó honlapok állami támogatása, mivel ilyen weblapok maguktól is létrejönnek.⁴³

A változatosság, a diverzitás érdekében történő szabályozás már csak azért is félreértés, mert az anyagi bőség nem feltétlenül szükséges előfeltétele egy weblap létrehozásának. Az internet jelenleg is rengeteg különböző információnak ad otthont, ami lehetővé teszi a demokrácia pluralitásigényének szolgálatát, ilyenféle terhes szabályozások nélkül. Ezen kívül az is vitatott, hogy a felhasználói választás Sunstein által javasolt szintje egyáltalán lehetséges-e technológiailag, illetve ha igen, akkor az ajánlott szabályozások még mindig könnyen megkerülhetők lennének. E nézőpont szerint ha az ilyen szabályozások alkalmazhatók is lennének az offline tömegkommunikációra, az online véleménynyilvánításra ugyanez nem feltétlenül érvényes. Ez a megközelítés tehát nem a sajtószabadság fenti igazolásából indul ki, inkább azt sugallja, hogy a demokratikus média megteremtéséhez az ilyen típusú szabályozások eleve szükségtelenek.

Jack Balkin felfogása az online véleménynyilvánításra vonatkozó mindkét fenti kritikai megközelítésből tartalmaz elemeket.⁴⁴ Ő is kritizálta a műsorszórókkal kapcsolatban a Sunstein által javasolt eljárásokat, mégpedig azon az alapon, hogy túl kevés hangsúlyt helyeznek az egyéni választás szerepére.⁴⁵ Balkin azon érve pedig, mely szerint az online véleménynyilvánítás alapvetően eltér a kommunikáció egyéb formáitól, a másik kritikai megközelítéssel rokon. Szerinte az online kommunikáció szembeütköző sajátosságai aláássák a véleménynyilvánításról alkotott általános elméletet, amelyre a republikánus és a deliberatív modellek épülnek. Ezen túlmenően a véleménynyilvánítás republikánus elméleteinek az érvényessége korlátozott, a tömegkommunikációnak az internet előtti korszakában felmerült speciális kérdésekre adott válaszként értelmezhetők: „A paradigmaértékű helyzet, amely a fejlődéselvű társadalmi elméleteket motiválja – kevesek véleményének továbbbítése a műsorszórókon keresztül egy alapvetően inaktív befogadói tömeg felé – már nem írja le helyesen azt a világot, amelyben élünk.”⁴⁶

Az, hogy a tömegkommunikáció közönsége valaha is olyan passzív volt, ahogyan azt e modell sugallja, önmagában is megkérdőjelezhető, mindenesetre az online véleménynyilvánítás egyértelműen több lehetőséget nyújt az interakcióra. Balkin nem a médiaszabályozás megszüntetését javasolja, inkább azt hangsúlyozza, hogy a részvételnek nagyobb szerepet kell kapnia az online véleménynyilvánítást vizsgáló elméletekben. A digitális technológiák megkönnyítik a politikában és a kultúrában való részvételt, amelyek egyikének sem kell egy elit kezében maradnia. Sőt az emberek ma olyan mértékig vehetnek részt a kultúra alakításában, amely eddig nem volt le-

hetséges. A véleménynyilvánítás szabadságán belül a hangsúly áttolódik a beszélőre, ami a médiatulajdonos üzleti érdekei erősödésével szemben hat. Az online véleménynyilvánítás nem pusztán a médiát irányító néhány kiválasztott egyénről vagy intézményről szól. Sőt a sajtószabadság és az egyéni véleménynyilvánítás szabadsága közötti határ elmosódik, és a hangsúly a közönségről az egyéni véleménynyilvánító érdekeire helyeződik át. A következőkben megvizsgáljuk a fenti gondolatmenet mögött meghúzódó feltételezést, mely szerint a médiában paradigmaváltás megy végbe.

AZ ONLINE RÉSZVÉTEL ÉS ÖNKIFEJEZÉS

A fentiek értelmében míg a hagyományos sajtószabadságot nehéz az egyes megszólalók szempontjából igazolni, itt nincs rá különösebb indok, hogy eltekintsünk az online megszólalók szükségleteitől, különösen ha tekintetbe vesszük, milyen egyszerű egy webnapló létrehozása, egy üzenet elküldése vagy egy weboldal elkészítése. A véleménynyilvánítás vizsgálatának a közönség vagy a befogadók nézőpontjából a véleménynyilvánítók nézőpontjába történő áthelyeződése az online kommunikáció több típusával is illeszthető, ilyen például a blog. Bár a blog leginkább az Egyesült Államokban elterjedt, nagy hatású Angliában is.⁴⁷ A blog már csak azért is érdemes a közelebbi vizsgálatra, mert közel áll az internet korai korszakában megjósolt demokratizált médiaszektor jellegzetességeihez.⁴⁸ Végül is ha Nagy-Britanniában nem is terjed el annyira, mint az USA-ban, a populáris médiának lehetnek más formái, amelyek hasonló tulajdonságokat mutatnak.

A blogok lehetővé teszik, hogy alkotóik bármilyen témában kifejezzék véleményüket és hogy akár naponta frissítsék ezeket a tartalmakat. Magánszemélyek közvetlenül juttathatják el nézeteiket a külvilágnak, anélkül, hogy mások véleménynyilvánítási tevékenységétől függenének. A blogok nagy számát és frissítésük gyakoriságát tekintve közülük csak néhány számíthat potenciálisan szélesebb közönségre. Mivel a webnaplók többsége ezt az ismertséget nem éri el, a blogok nem állíthatók párhuzamba az intézményes médiával. A blog értéke inkább a szerzők hasznában rejlik, ami nem más, mint nézeteik megjelenítési lehetősége vagy az esetleges beszélgetés, eszmecsere emberek kisebb csoportjának hálózataival.⁴⁹ A XX. század közepén, abban az időszakban, amikor a tömegkommunikáció a kommunikáció uralkodó formájává kezdett válni, Alexander Meiklejohn a következőket írta: „Nem az lesz az igazán

fontos, amiről mindenki beszél, inkább az lesz a lényeg, hogy mindenről beszéljenek, amiről egyáltalán érdemes [...] a lényeg, negatív meghatározással, hogy semmilyen elképzelést, megközelítésmódot ne zárjanak ki az alapján, hogy egy adott vitás kérdés egyik vagy másik oldalán áll-e.”⁵⁰

Úgy tűnik, a blogról alkotott elképzelés a feje tejére állítja Meiklejohn kijelentését. A blogok tartalmának változó minőségét és megbízhatóságát tekintve nem az a lényeges, hogy minden elképzelésről hallani lehessen, hanem hogy mindenkinek esélye legyen a megszólalásra. A fenti megközelítésmód elmozdul a közérdeket és a közönséget szolgáló véleménynyilvánítás koncepciójától egyfajta önkifejezés, önbemutató felé. Ahogyan a Hansard Society jelentése fogalmaz: „A blogolás nem más, mint a jelenlétet bizonyítani; felmutatni a világnak, hogy létezel és hogy milyen is a helyedben lenni; megmutatni, hogy a gondolataid legalább olyan érdekesek a meghallgatásra, mint bárki másé; a befogadó közönség helyzetéből a jelentést, értelmet adó résztvevő és alkotó helyzetébe emelkedni.”⁵¹

A véleménynyilvánítás szabadsága ebben a kontextusban inkább tekinthető kétirányú részvételen alapuló, semmint hierarchizált, aszimmetrikus folyamatnak. A beszélő szerepére fektetett nagyobb hangsúlyt kétféleképpen is igazolhatjuk: az önértéknek tekintett véleménynyilvánításként, vagy pedig a véleménycseré demokratikus eszköze védelmével. Az utóbbi igazolás keretében a blog mintegy a véleménynyilvánítás hivatalos csatornáinak kiegészítőjeként jelenik meg. Ha néhány blog közös vitát vagy eszmecserét folytat, jelezheti a megválasztott képviselők és más intézmények számára, hogy mely ügyek tarthatnak számot a legnagyobb érdeklődésre. Az egyes magánszemélyek ilyesfajta aktivizálódása a tüntetéshez, tiltakozáshoz hasonlítható, amikor az emberek feltűnő helyeken gyülekeznek vagy amikor jól ismert lapokba írnak olvasói leveleket, hogy valamire rábírják a rendszert és hogy valódi hatással legyenek, ahelyett, hogy pusztán néhány barátjuk számára fejeznék ki véleményüket. És akárcsak a tüntetés esetében, itt is nagyszámú résztvevő koordinált tevékenysége eredményezhet valódi hatást.

Így tehát az online véleménynyilvánítás társas tevékenységek terepe is lehet. Ez hagyományos formákban is megvalósulhat, például az érdekcsoportok honlapjain. Bár ebben kevés újdonság van, hiszen ilyen csoportok eddig is készítettek hírleveleket és más sajtótermékeket, de az online forma lehetővé teszi az érdekcsoportoknak, hogy szélesebb közönséget érjenek el és több csoport használja a média szélesebb spektrumát, mint amilyenek az audiovizuális tartalmak vagy az online vitafórumok. Ezek

a társas tevékenységek így kevésbé formális keretek között mehetnek végbe, például egy közösen szerkesztett honlapon vagy weboldalon, esetleg a bloggerek által belinkelt olyan oldalakon, amelyekkel szoros közösséget vállalnak, megvitatta ott az egymás által nyilvánosságra hozott tartalmakat. Az online véleménynyilvánítás tehát nagyobb hangsúlyt helyez az egyéni és csoportos részvételre, a sajtószabadság olyan módosulását hozva, amely a véleménynyilvánítás instrumentális felfogásával vagy az önkiteljesítés igényével is igazolható, és átfedésben van a gyülekezési szabadsággal.

A blog ily módon képes lehet megváltoztatni a médiakommunikációról alkotott nézeteinket. A szerző magánjellegű helyeken végezheti tevékenységét, mint amilyen például az otthona, személyes élményeket dolgozhat fel, ezzel elmosva a határt a magánjellegű és a nyilvános véleménynyilvánítás között.⁵² Az itt kifejtett elképzelések, gondolatok hiányosak vagy kidolgozatlanok is lehetnek. A blogger, hasonlóan a magánéleti helyzetekben, közvetlen és kényelmes szituációban beszélgető emberekhez, arra használhatja a webnaplót, hogy próbára tegye nézeteit és érveit, anélkül, hogy azt kellene éreznie, hogy azoknak jövőbeli elveivel is egyezniük kell. A határok ilyen elmosódása ellentétes az azal, ahogyan a hagyományos médiatartalmak létrejönnek annak érdekében, hogy szélesebb közönséghez juttassák el őket. Az online véleménynyilvánítás azt is lehetővé teszi, hogy a személyes tapasztalatok és a közügyek keveredjenek egymással. Az online környezet nagyobb kreativitásra ad lehetőséget a tartalmak másolhatósága és módosíthatósága által. Erre a 2005-ös angliai általános választásokon is találunk példákat: bizonyos honlapok lehetővé tették az olvasók számára, hogy „remixeljék” a választási üzeneteket, például hogy megváltoztassák a választási plakátok feliratait.⁵³ Ahogy a technológia egyre egyszerűbbé és olcsóbbá teszi a hangfájlok, a video- és grafikus tartalmak felhasználását, valószínűleg egyre több szöveg alapú szolgáltatás mozdul majd el ezt a trendet erősítő irányba. A podcasting és a videoblogolás máris lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy hang- és videofájlok segítségével rendszeresen éljenek véleménynyilvánítási és önkifejezési szabadságukkal. Emellett a politika és a szórakoztatás összekapcsolása szükséges lehet ahhoz, hogy elérjék a kívánt nagyságú közönséget, különösen, hogy egyre több és több forrás verseng ennek a közönségnek a figyelméért.

Ez a fejezet azt vizsgálta, hogy az egyének ma már olyan módon vehetnek részt a médiatevékenységekben, amely eddig nem volt lehetséges. Ez nemcsak gondolataik megjelentetésének egyszerű mód-

jára vonatkozik, hanem a kifejezési lehetőségek és formák bővülésére is. Ez a fejlődés megváltoztathatja a sajtószabadságról való gondolkodást, amennyiben nagyobb hangsúlyt fektet a megszólaló nézőpontjára, egy olyan aspektusra, amely a tömegkommunikáció hagyományos formáiban nem volt központi kérdés. Ez a kifejezési forma olyan hálózatok létrejöttét is segítheti, amelyek hatása és hatékonysága alkotóik társulásából származik. Ebből következően az ilyen csoportalkotáson alapuló vagy kisebb léptékű véleménynyilvánítási tevékenységeknek nem kell a közérdekűséget védő olyan szabályozások hatálya alá tartozniuk, amelyeket a műsorszórókra vonatkozó szabályozásban találhatunk. Ugyanakkor bár mindez jelentős fejlődésnek tekinthető, teljesen nem változtatja meg a paradigmát. Ahogyan azt a következő fejezetben látni fogjuk, egy maroknyi beszélő továbbra is aránytalanul nagy hatással van a politikai vitákra. Ebből következik, hogy a tömeges közönségnek szóló elit beszéd még mindig a tömegkommunikáció központi eleme, azaz a jelenlegi szabályozási modellek mégiscsak alkalmazhatók lehetnek a továbbiakban is. Az olcsó internetes beszéd fontos, csakúgy, mint ahogy az offline világban fontosak más, költségkímélő véleménynyilvánító tevékenységek, a tüntetések és demonstrációk, de nem szabad illúziókba ringatni magunkat afelől, hogy ez mindenki számára egyenlő esélyeket nyújtó teret eredményez.

A MÉDIAELIT ÉS AZ ONLINE VÉLEMÉNYNYILVÁNÍTÁS

A közmédia hagyományos szabályozási modellje kritikusan szemléli az elitet és a média központi ellenőrzését, ugyanakkor függ is ezektől. Ha a média ellenőrzése kevesek kezében marad, fennáll a veszélye, hogy csak néhány nézőpont jelenik majd meg, hogy a tulajdonos nézetei aránytalanul nagy hatással lesznek a nyilvános vitákra vagy hogy a többség egyáltalán tudomást sem vesz a közügyekről. A központi ellenőrzés ugyanakkor megkönnyíti a közérdekű szabályozást azáltal, hogy egyértelmű célt kínál az intézkedések számára. Számos online megszólaló megjelenése az eredetileg a tömegkommunikáció szükséges részének tekintett rend és szabályozás ellenében történik.

Ebben a fejezetben azt próbálom alátámasztani, hogy a médiaelit dominanciája nem szűnik meg, és hogy a terjesztés viszonylag alacsony költségei mellett továbbra is inkább egy kis létszámú, gyakran komoly pénzügyi háttérrel rendelkező megszólalónak lesz befolyása a nagyközönségre. Ebből következik, hogy lesznek olyan típusú online megszólalók, akik

a tömegkommunikációs szabályozások megfelelő alanyai lehetnek.

Az offline világ intézményesített médiája továbbra is hatással lesz a nyilvános vitákra. A 2005-ös általános választások statisztikái azt mutatják, hogy bár növekszik azok száma, akik a választási információkat online forrásokból szerzik be, a hagyományos formák, mint a televízió és a napilapok, továbbra is uralkodók maradtak.⁵⁴ Míg az internethasználat a politikai véleménynyilvánításban az USA-ban elterjedtebb, a Pew Center kutatásai a televízió mint politikai információforrás hasonló dominanciáját mutatták ki.⁵⁵ Ebből következik, hogy az internet inkább kiegészíti a hagyományos médiát és alternatív információforrássá válik, mintsem leváltaná a hagyományos megnyilvánulási lehetőségeket. Egészében tekintve a médiát, továbbra sem körvonalazódik egy mindenki számára egyenlő esélyeket nyújtó tér, és a hagyományos médiát irányító elitek sokkal nagyobb hatással vannak a politikai vitákra, mint az online források. Ugyanakkor ez azt is sugallja, hogy az online véleménynyilvánítás jelenlegi helyzete nem indokolja a többi szektorra vonatkozó szabályok deregulációját, de arról nem mond túl sokat, hogyan nézzen ki egy online szabályozási rendszer. Még ha a helyzet változik is, és az internet a médiatartalmak domináns forrásává válik, a meglévő médiaelitek ettől továbbra is fennmaradnának. Az online elérhető tartalmak ilyen széles választéka mellett az embereknek válogatniuk kell, mit olvasnak el, és tudniuk kell, hol találják a legjobb anyagokat. Az intézményesített és megbízható hírportálok a pontos és hiteles hírek kézzenfekvő forrását jelentik, így az emberek továbbra is keresni fogják az ismerős neveket.⁵⁶ A Hansard Society egyik jelentése alapján a 2005-ös nagy-britanniai általános választások idején az online politikai információknak a BBC volt a legelterjedtebb forrása, míg a jelöltek, lobbicsoportok, blogok és a „szavazatgyűjtők” oldalait „gyakorlatilag figyelmen kívül hagyták”.⁵⁷

Hasonló megállapítás tehető a blogokkal kapcsolatban. Bár a blogokban sok olyasmi történt, ami hozzájárult a média demokratizálásához, csak néhányan van igazán nagyszámú látogatója nap mint nap, illetve kevésre mutat nagyszámú link más weboldalakról és blogokról. Öt amerikai „sztárblogger” átlagban százezer találat körül teljesít, míg a nagy többségre sokkal kisebb forgalom jut és sokkal kevesebb link mutat.⁵⁸ A sztárbloggerek sikere valószínűleg részben a szerzők tehetségének, a tartalomnak és a frissítés gyakoriságának köszönhető. Ugyanakkor hiába nyújt egy blog minőségi tartalmakat, időre van szükség ahhoz, hogy ez kiderüljön és széles körben elterjedjen. Egy weboldal vagy egyéb onli-

ne forrás megbízhatóságáról például más hiteles forrásokból származó referenciákon keresztül győződhetünk meg. A blogok közönsége más webnaplók és weboldalak linkjei, illetve közvetlen, szóbeli információcsere útján szerveződik. Ha egy blognak jelentős olvasótáborra van, egyre többen tudják barátaikat informálni róla vagy belinkelni azt saját weboldalukon. Ez egyfajta hólabda effektushoz vezethet: a legnépszerűbb weboldalak még népszerűbbekké válnak, ahogy a blogok iránti általános érdeklődés növekszik. Ha a név és jó hír egyszer már rögzült, a belőlük nyert előnyök öngerjesztővé válnak.⁵⁹ Mindezekből következik, hogy a szélesebb közönséget vonzani képes linkek léte meghatározó szerepet játszik a blogger sikerében.

Ahogy ez a folyamat kiteljesedik, a „sztárblogger” a portál szerepét tölti be azáltal, hogy dönthet arról, mely más oldalak linkjeit helyezi el blogján. Sok blogger megsértődne, ha portálnak neveznék weboldalát, és azt mondaná, hogy pusztán támogatja azokat a bloggereket vagy kampányokat, amelyek már megteremtették saját táborukat.⁶⁰ Bármilyen alapon is döntsön a blogger arról, milyen nézetek vagy történetek mellé áll, a lényeg, hogy a sztárbloggerek széles közönséghez juttathatják el véleményüket. A hagyományos médiában is találkozunk hasonlóval, amikor egy televízió vagy újság tudósítása egy blog tartalmát szélesebb közönséghez juttatja el, mint ahogy az Salam Pax bagdadi blogjával történt.⁶¹ Az offline média tehát portálként működik, és segít megerősíteni a sztárbloggerek vagy weboldalakat. A reklám eredményeként megnövekedett számú látogató segít a blognak abban, hogy még több, link vagy élőszó révén szerzett látogatóval bővüljön. Egy oldal népszerűsége más előnyökkel is járhat, például a magas látogatószámból származó bevételek támogatják a szerzőt abban, hogy munkájának még több időt és forrást szenteljen, ami aztán segít annak a tartalomnak a kialakításában, amely a magas látogatószámot fenntartja. Egy kisszámú, népszerű blog tehát egészen más helyzetben van, mint az individuális weboldalak és a kevésbé ismert blogok tömege.

Persze mindez nem mond semmit az online véleménynyilvánítás létező hierarchiájának korrektségéről. A sikeres blogger befolyása és népszerűsége lehet nagyon megérdemelt, de értékük már nem a beszélő önkifejezésén alapul. Olyan szerepet töltenek be, mellyel segíthetik bizonyos nézőpontok széles közönséghez és befolyásos véleményformálókhoz való eljuttatását.⁶² Az ő véleményük nagyobb eséllyel győz meg másokat vagy gyakorol hatást a politikára. A széles közönséghez eljutó sztárblogger néhány tulajdonsága az intézményesített média ismeretjegyeihez hasonló. Bár a blog számos lehetőséget

nyújthat a közönségnek arra, hogy elhelyezze megjegyzéseit, továbbra is a blogger az, aki megszabja a napirendet és dönt arról, hogy ezek közül mely megjegyzések a legjelentősebbek. A sztárblog vagy weboldal, széles közönségének köszönhetően, valószínűleg nem tudja megválaszolni a felhasználói által beküldött kérdéseket és észrevételeket, és ebben a hagyományos média felülről irányított információáramlásához hasonlít.⁶³ Nem az a célunk, hogy aláássuk az online nyilvánosság legfontosabb teljesítményeit és fejlesztéseit vagy hogy a weboldalakat szigorú tartalomszabályozásnak vessük alá. Ehelyett inkább az, hogy a kisszámú, széles körben ismert weboldal és blog közléthez való hozzájárulását azzal mérjük, mennyire szolgálják a nagyközönség és a nyilvánosság szükségleteit, ugyanúgy, mint a hagyományos tömegkommunikáció esetében. A nagyközönséghez szóló forrás paradigmája talán nem teljes egészében írja le a blogolást, de néhány eleme igenis alkalmazható az online véleménynyilvánításra is.

Rádadásul a portálok új csoportja jelenik meg, akár keresőoldalakon keresztül, mint amilyen a Google, vagy éppen olyan, blogokat egybegyűjtő szolgáltatás által, mint a Technorati. Ha a felhasználó egy nagyon speciális információt keres, például egy bizonyos szerző adott írását, a keresőlap csak a kívánt információt jeleníti meg. A felhasználó ilyenkor valamilyen más forrásból már értesült az adott tartalomról és kialakította preferenciáit. Ugyanakkor ha a felhasználó keresése általánosabb, a kereső sok találattal válaszol, s ez valamilyen prioritizációs módszert igényel. Ilyen körülmények között a felhasználó nem biztos, hogy tudja, mit akar, és ilyenkor az, hogy az adott tartalmat hogyan ítéli meg, a kereső által felállított prioritástól is függhet.⁶⁴ Az online megszólaló sikere azon is múlik, hogy rajta lesz-e az ilyen keresőmotorok által készített listákon, és ha igen, hányadik helyen szerepel, ami viszont azon a módszeren múlik, amelyet a kereső használ az információk összegyűjtéséhez.⁶⁵

Ha a kereső üzleti alapú csoportosítási modellt használ, a sorrendbeli prioritást azok kaphatják, akik fizetnek érte, nem pedig azok, akik minőségi vagy megbízható tartalmakat állítanak elő. Ugyanakkor bizonyos oldalak külön kategóriaként kezelik a szponzorált találatokat, hogy ez a felhasználók számára is világos legyen. A Google a saját weboldalán található információk szerint relevanciájuk és megbízhatóságuk szerint sorolja be a találatokat.⁶⁶ A besorolási rendszer nemcsak az oldalak tartalmát és a más oldalakról rájuk mutató linkeket vizsgálja, hanem azoknak az oldalaknak a fontosságát is, amelyek ezeket a linkeket tartalmazzák. Bár a Google részéről ez a módszer csökkenti a szerkesztői köz-

beavatkozás lehetőségét, megismételheti a blogokkal kapcsolatos egyenlőtlenségek fent ismertetett problémáját.⁶⁷ Azok az oldalak, amelyekre sok link mutat vagy amelyekre fontos oldalakról mutatnak linkek, máris nagyobb esélyt kapnak arra, hogy szélesebb közönséghez jussanak el, és ezzel magasabb helyezéshöz jutnak a Google keresőjének találati listáján. Ez állandósítja a gyakori olvasottságot és növeli annak lehetőségét, hogy még több külső linkkel rendelkezzenek.⁶⁸ Lehetséges, hogy ez a rendszer képes azt nyújtani a felhasználóknak, amit keresnek, és ezért előnyt élvez más keresőkkel szemben, de az is bizonyos, hogy ezzel befolyásolja a szélesebb közönséghez való jutás esélyeit. Hasonló felvetéssel élhetünk más tartalomszolgáltatási módszerek esetében, mint amilyen például az RSS,⁶⁹ és a következő generációs keresők számára kifejlesztett módszereknél is, amelyeknél például vizsgálni fogják a felhasználó korábbi kereséseit is.⁷⁰ A felhasználónak így rögzített preferenciái lesznek a tartalmakkal és forrásokkal kapcsolatban, vagy az egybegyűjtő dönti el, mely tartalmak a legrelevánsabbak, legfontosabbak.

Az új portálok némelyike hírszolgáltatást is elérhetővé tesz oldalán, azaz a látogatók azonnal értesülhetnek a legfontosabb főcímeiről. A Google például jelenleg a szöveg relevanciája alapján rendezi sorba a híreket, és ezen belül a legfrissebbet teszi az első helyre. Ugyanakkor állítólag keresi annak lehetőségét, hogy a híreket ne pusztán tartalmilag rendezze, hanem a hírforrás megbízhatósága és pontossága szerint is.⁷¹ Kulcskérdéssé válik, hogyan határozzuk meg egy hírforrás megbízhatóságát és pontosságát az ajánlott priorizációs rendszer mellett, ami különböző tényezők kombinációján alapul majd, melyek között olyanokat fogunk találni, mint az oldal által létrehozott tartalmak mennyisége, a forrás forgalma, az alkalmazottak és a forráshoz köthető összes művellet száma.⁷² Ezeknek a tényezőknek a hangsúlyozása valószínűleg a nagy médiavállalkozások pozícióját erősíti, amelyek nagyszámú alkalmazottat foglalkoztatnak világszerte és lehetőségük van gyakran frissíteni tartalmaikat. Ebből következik, hogy azokat a nézeteket, amelyek a legfeltűnőbbek lesznek és a lehető legszélesebb közönséghez jutnak el, továbbra is egy kisszámú, domináns médiaszervezet fogja kiválasztani. Lehetséges, hogy ez a módszer a felhasználó szempontjából a legjobb minőségű tartalmakat biztosítja, de egyben annak is bizonyítéka, hogy a tömegkommunikáció paradigmája továbbra sem meghaladott. A felhasználók rendelkezhetnek nagyobb ellenőrzési lehetőséggel, de a tartalomszolgáltatók kis csoportjának hangja továbbra is uralkodó marad a nyilvános diskurzusban.

Mindig lesznek kerülőutak is a portálok választásai mellett. Ha maga a weboldal nagy hírértékkel bíró tartalmakat szolgáltat, nehéz lesz kiszorítani az azt megalkotó online felszólalót. Ez a helyzet akkor áll elő, ha a weboldal vagy blog szenzációs, rendkívül aktuális tartalmat kínál, ami hiányzik a többi forrásból, illetve valamilyen technikai újítással áll elő. Persze ez is csak ideiglenesen emeli ezeknek az oldalaknak a látogatottságát, pontosan addig, amíg az adott ügy időszerű. Ahhoz, hogy megtartsák a közönséget, intézményesített névre vagy a fent említett portálok linkjein keresztül történő folyamatos „újtjelzésre” van szükségük. Mivel egyre több blog és weboldal jelenik meg, egyre nagyobb az igény a portálokra. Az internet globális természetéből adódóan az elit és a portál hatalma valószínűleg növekedni fog. A tömegkommunikáció korában az elitek általában nemzeti szinten szerveződtek, míg az olyan vállalatok, mint a Microsoft, a Google vagy a Yahoo, nemzetközi szinten űzik tevékenységüket. Igaz ugyan, hogy a keresők közötti verseny biztosítja, hogy a felhasználók választhassanak, néhány kereső mégis domináns marad. Először is, a felhasználók sokszor nem rendelkeznek azokkal az információkkal, amelyek alapján megítélhetnék az adott kereső teljesítményét és listázási rendszerének alapját.⁷³ A felhasználók valószínűleg inkább maradnak a megszokott keresőjükénél, amelyhez más kapcsolatok, például e-mail címük is köti őket. Másodszor, az intézményesített nevek arra használják forrásaikat, hogy biztosítsák: termékük megtartja népszerűségét, például kisebb, de innovatívabb keresők felvásárlásával⁷⁴ vagy új szolgáltatásokkal bővítve oldalukat.⁷⁵

Az új médiával kapcsolatos nagy várakozások ellenére fontos, hogy ne becsljük túl azok lehetséges befolyását. Még az online véleménynyilvánítás iránt legelfogódottabb, lelelkesebb szakemberek sem állítják, hogy a blogok és egyéni weboldalak képesek meghaladni az intézményesített média befolyását a politikai vitákban. Annak oka, hogy az online beszédben sincs mindenki számára egyforma esély a megszólalásra, ugyanaz, mint a média más formáinál. Még ha az engedélyezés nem is okoz problémát, a legtöbb ember nem indítana tévécsatornát. Bár az online véleménynyilvánítás megszabadult a hagyományos média előállításának és terjesztésének költségeitől, maradnak más, jelentős kiadások. Eredeti és magas minőségű tartalmak előállításához továbbra is nagyszámú riporter és újságíró alkalmazása vagy tartalmak más forrásból történő megvásárlása szükséges.⁷⁶ Emellett az online megnyilatkozásnak is lehetnek olyan tulajdonságai, amelyek akár emelhetik is ezeket a költségeket. Ha meg akarnak felelni annak az elvárásnak, hogy az online források min-

dig naprakészek lesznek, a riporterek, írók és külső hírszolgáltatók szolgálatait gyakrabban kell igénybe venni. A technikai újítások emelik a közönség elvárásait, például egyre több hírportálnak kell videoszolgáltatást nyújtania. Ez és a jövőbeli fejlesztések tehetik az online tartalom előállításának költségeit a műsorszórókéhoz hasonlóvá.⁷⁷ Ha pedig ez a helyzet, akkor gazdaságossági szempontok alapján az intézményesített és elit online tartalomszolgáltatók még inkább dominánssá válnak a piacon.

Bár a kisebb weboldalak nem képesek közvetlenül versengeni az intézményesített médiainstítúciókkal, jelentős hatással vannak a médiára általában és a politikai kommunikációra. Például a blog – a szerző szakértelme vagy a blogger eseményekhez való közelsége folytán – az intézményes média forrásaként szolgálhat.⁷⁸ Az online média olyan tartalmakat is szolgáltat, amelyek máshol nem elérhetők: ilyen az, amikor újságírók nem publikált cikkekkel töltnek fel az internetre. Az egyik híres példa az, amikor Trent Lott szenátor Strom Thurmond szenátor századik születésnapjával kapcsolatos megjegyzéseit publikálták, amelyet úgy értelmeztek, hogy Thurmond korábbi, a faji megkülönböztetést szorgalmazó politikáját helyeselte. Ez végül Lott lemondásához vezetett. Míg az intézményes média eredetileg alig emlékezett meg az esetről, némely befolyásos blog életben tartotta az ügyet, ami végül arra kényszerítette az intézményes sajtót, hogy főcímként hozza a sztorit. Kérdéses, hogy az ügy feltárásában pontosan mekkora része volt az intézményes médiának és mekkora a blogoknak, de az bizonyosnak látszik, hogy a webnaplók legalábbis megnehezíthetik bizonyos ügyeknek a szőnyeg alá söprését.⁷⁹ Online riporterek és bloggerek munkája hívta fel a nyilvánosság figyelmét azokra az – intézményesült sajtó által nem tárgyalt – bizonyítékokra, amelyek valószínűsítették, hogy az Egyesült Államok hadserege fehér foszfort használt Falludzsában.⁸⁰

Az online megszólalók további feladata, hogy ellenőrizzék az intézményes média tartalmait. Erre találhatunk példát a 2004-es amerikai elnökválasztás idejéből. A CBS *60 perc* című műsorában olyan állítások jelentek meg, melyek szerint Bush elnök kivételes bánásmódban részesült, amikor a Texas Air National Guardnál szolgált. Rögtön az adás után a találgatásokra okot adó dokumentumok eredetiségét több blogban is megkérdőjelezték, majd ezt később a mainstream médiában is hasonló tudósítások követték. Az ellentmondásos ügy Dan Rather, a CBS műsorvezetőjének korai nyugdíjazásához, illetve négy CBS-alkalmazott lemondásához vezetett. Ezt az esetet az online megszólalók szerepének érzékeltetésére szokták felhozni, mondván, a bloggerek

nem pusztán a kormányzati hatalom kiegészítő ellenőrzését végzik, hanem szinte az „ötödik hatalmi ágként” a média kontrollját is ellátják.

Akárcsak a Trent Lott-incidens, a CBS-ügy is azt mutatja, hogy a blogok állandóan az intézményes sajtó nyomában vannak. Persze egyik esetben sem egyetlen befolyásos blog hozta a sztorit, hanem több blogger, akik ébren tartották az érdeklődést és nem engedték feledésbe merülni az ügyet. A Pew Center kutatásai szerint a blogok gyakran keltenek ilyen érdeklődést, de emellett követik is az intézményes média vagy a politikai intézmények által felállított napirendet. Azok a helyzetek, amelyekben a blogok ilyen hatékony módon tudják fenntartani az érdeklődést, több más tényezőtől is függenek.⁸¹ Ebbe beletartozhat a hagyományos média viselkedése, az adott ügy típusa és időzítése is. Például a CBS-ügy alkalmas volt az online megvitatásra, mert az elnökválasztás során merült fel, amikor nagy az érdeklődés és nagy tétek forognak kockán. Fontos szempont volt, hogy az egyik kulcsszereplő, Dan Rather már eleve a bloggerek érdeklődési körébe került, és sok vita tárgya volt; továbbá a primér anyag és az ügy központi elemei online elérhetők voltak.⁸² Ebből következik, hogy a történetet a „blogoszféra” alapos vizsgálat alá vette, oly módon, ahogyan az sok más politikai esemény esetében nem lett volna lehetséges.

A bloggereknek a nyilvános vitákra és a közvéleményre gyakorolt hatása ugyan nem elhanyagolható, de szerepük alárendelt az intézményes médiához képest. Ahogyan azt a fenti példák is mutatják, munkájuk az intézményes média befolyásolásában nyer értelmet. Az Egyesült Államokból érkező egyes információk szerint azok a blogok, amelyek az intézményes média nézeteivel nagyjából megegyező tartalmakat szolgáltatnak, nagyobb valószínűséggel számolhatnak komolyabb hatással és ismertséggel.⁸³ A blogok saját tartalmaik tekintetében is függenek az intézményes médiától. A blogok inkább kommentárokat és véleményeket tartalmaznak, kevésbé tényeket. Az intézményes média szükséges az elsődleges tudósításhoz, fotók és információk szolgáltatásához, amelyeket aztán a blogok kommentálhatnak. A komoly részrehajlással jellemezhető online véleménynyilvánítással szemben az intézményes média befolyása minden eddigénél nagyobb lesz. Ennyire sok vita és eszmecsere mellett igény támad az elsődleges tartalmat kínáló, mértékadó hangra.⁸⁴ Az online véleménynyilvánításnak ott lehet szerepe, ahol az intézményes média nyújtotta tartalmak weboldalakon és különféle online fórumokon bukkannak fel. Ezzel együtt a tömegkommunikációs elit szerepe megmarad.

Az előbbi fejtegetések kiemelték, hogy az intézményesített média és a médiaelit hogyan marad do-

mináns erő a politikai véleménynyilvánításban. Rámutattunk, hogy ez még az internet mint információforrás elterjedésével is fennáll. Az online közönség már nem rögzített időrendben kapja a tartalmakat, és a felhasználók komoly ellenőrzési lehetőségekkel rendelkeznek a fölött, hogy milyen tartalmat mikor tekintsenek meg. Mindemellett, ahogyan láttuk, ezeket a döntéseket is a médiaelit formálja, és bizonyos tartalmak továbbra is nagy vagy éppen még nagyobb nyilvánossághoz jutnak el. Ebből kifolyólag a tömegkommunikációs paradigma valószínűleg nem változik a közeljövőben. Az, hogy hogyan használja ez az elit a hatalmát és hogyan befolyásolja a politikát, ma is ugyanannyira aktuális kérdés, mint az offline tömegkommunikáció korában. Ez nem jelenti az online véleménynyilvánításban való részvételtől adódó lehetőségek lebecsülését, inkább annak tudatosításaként fogható fel, hogy az online véleménynyilvánítás többféle formát ölthet, csakúgy, mint offline ellenpárja. Ennek folytatásaként a következő fejezet amellet érvel, hogy az online véleménynyilvánítás szabályozása többlépcsős megközelítést kíván, amelyben a médiaelit és az intézményes média jelenti az egyik szintet, és a kisebb oldalak, illetve az egyéni felhasználók a másikat. Ahogyan az az Institute for Public Policy Research jelentésében olvasható, a médiapolitika fő kihívása „a lehetőségei szerint globális, mindent felölelő és átható, illetve a nagyon kisméretű, gyakorlatilag magánjellegű véleménynyilvánítási formák közötti egyensúly kezelése”.⁸⁵ A cél ezért az, hogy megtaláljuk a megfelelő egyensúlyt a különböző nézőpontokkal rendelkező, széles közönséget elérő politikai híradások iránti igény és az egyének önkifejezési és közéleti részvételi lehetősége között. A mediaszabályozás meglévő megközelítési módjai alkalmasak lehetnek némely elit tartalomszolgáltató és portál esetében, de nem szabad olyan széles körben vagy szigorúan alkalmazni őket, hogy az ellehetetlenítse az online világ jelenlegi pozitív fejleményeit.

MÉDIASZABÁLYOZÁS ÉS DEMOKRATIKUS ÉRTÉKEK

Ez a cikk leginkább azt vizsgálta, hogy az intézményes média, a befolyásos weboldalak és a keresők hogyan határozzák meg, mely online tartalmak juthatnak el szélesebb közönséghez. Emellett azonban számos más magánkezdemenyezés képes befolyásolni az online véleménynyilvánítást, mint amilyenek a felhasználóbarát alkalmazásokat készítő szoftvergyártó vállalatok, az internetszolgáltatók és a civil szabályozó testületek, például az ICANN.⁸⁶ A digitális technológiák – ahelyett, hogy kiküszöbölnék a

véleménynyilvánítás magánszférából adódó korlátait – még növelhetik is a lehetséges korlátok számát. A szabályozást nem szabad teljes egészében elvetnünk, és a bíróságoknak sem volna szabad az ilyen kezdeményezéseket automatikusan megakadályozniuk, ha a demokratikus véleménynyilvánítást segítik azáltal, hogy ellenőrzik a magánérdekű befolyást. A műsorszolgáltatókra vonatkozó szigorúbb szabályozásoktól sem kell megszabadulni, inkább egyes online kommunikációs formákra kellene alkalmazni őket, amennyiben az a véleménynyilvánítás szabadságához kapcsolódó értékeket szolgálja. A nehézséget a tömegkommunikáció és a fent említett kisebb online megszólalók, fórumok szintjei közötti határvonal meghúzása okozza.

Az egyik megoldás az lehetne, ha az online fórumok és offline fórumokra vonatkozó jelenlegi médiaszabályozáshoz hasonló rendelkezések hatálya alá tartoznának. E megközelítés szerint a jelenlegi földi műsorszolgáltatóknak online tartalmaikban is teljesíteniük kell közszolgálati kötelezettségeiket, a többi engedélyezett műsorszolgáltatót pedig az online műsorszolgáltatókra vonatkozó alapvető szabályozások sora kötné. Egy ilyen stratégia a jelenleg érvényes megközelítést tükrözné, és valószínűleg csak rövid távon működne. Ahogy a médiatechnológiák összeolvadnak és egyre többen néznek online műsorokat, lehetővé válik majd az egyes műsorszórók és csoportok számára, hogy kizárólag online csatornákon terjeszsenek audiovizuális tartalmakat. Ha ezek az új piaci szereplők megszerzik a közönség egy jelentős részét, az alááshatja a jelenlegi szabályozások célját, mivel a műsorszolgáltatók által közvetítettekhez hasonló online tartalmak egész sora rendelkezik majd tömegközönséggel, miközben mentesek az azokra vonatkozó szabályozások alól. Emellett, ahogyan azt a kábeltelevíziók esete is mutatja, az engedélyezett műsorszolgáltatók követelni fogják, hogy enyhítsenek a szabályozásokon, hogy esélyük legyen a többi tömegtájékoztató eszközzel szembeni versenyben.⁸⁷ Ha a szabályozás effajta lazítása nem lehetséges, a szabályozott műsorszórók rájönnek, hosszú távon az az érdekük, hogy tartalmaikat a kevésbé kötött online kommunikációs csatornákon terjesszék, más szóval hogy kiváljanak a műsorszolgáltatók közül.

Alternatív stratégiát kínálhat, ha bizonyos fajta tartalmakat egy meghatározott szabályozási rendszer alá rendelnek. Például a műsorszolgáltatók esetében alkalmazott szabályozások csak és kizárólag az audiovizuális tartalmakra vonatkoznának. Elsőre ez vonzó ötletnek tűnik, mivel egybeesik a közönség jelenlegi elvárásaival, de elkerüli a kérdést, hogy miért vonatkozzon szigorúbb szabályozás az audiovizuális tartalmakra. A video- és audiofelszerelések jelenlegi

viszonylagos olcsósága mellett az audiovizuális tartalmak már nem kizárólag a médiaelitek kiváltságai, és sok magánszemély is előállíthatja őket, például a videobloggerek.

A határt inkább a kereskedelmi célú és az amatőr előállítók között érdemes meghúzni. Ez nehézségekbe is ütközhet, például egy érdekcsoport által létrehozott vállalati weboldalt vagy egy kis összegű reklámbevételt produkáló, korlátozott ismertségű weboldalt nem szabadna egy kalap alá venni a tömegkommunikációval. Ugyanakkor szükséges lehet az üzleti alapon álló online fórumok megcélzása, amelyek elsődleges tartalmi média jellegűek, akár tartalmak összegyűjtőjeként, akár azok szolgáltatójaként vannak jelen, és jelentős piaci részesedéssel vagy tőkével rendelkeznek. A szabályozott tömegmédia és a többi kommunikációs forma megkülönböztetésének ugyanis vannak megfelelői a jelenlegi törvényi szabályozásban. Például a médiaegyesítési szabályokban a tartalom és a megjelenés gyakorisága alapján az újságokat megkülönböztetik a többi tömegtájékoztatói eszköztől.⁸⁸ Ehhez hasonlóan a választási szabályok megkülönböztetik az újságban megjelent és a műsorszórók által szolgáltatott tudósításokat a választási kampánycsapatok kommunikációjától, az előbbit mentesítve a külső anyagi támogatás korlátozása alól.⁸⁹ A modern tömegkommunikáció és az online médiacsatornák megkülönböztetése nem minden esetben egyszerű és egyértelmű, de Nagy-Britanniában már van rá precedens.

Az internet globális természete további nehézségeket okoz az online média szabályozásában. Az angol demokrácia követelményei nem kényszeríthetők a külföldön működő médiafórumokra és más országokra, ugyanakkor az internetfelhasználók a külföldön szerkesztett oldalakat is minden korlátozás nélkül elérhetik. Ez olyan helyzetet eredményez, mint amilyen a FoxNews és az Al-Jazeera kábeltelevízióké, amely szintén szétfeszíti az engedélyezett műsorszórókra vonatkozó szabályozási kereteket. A közösségi jog korlátozásokat tartalmaz a joghatóságán kívül eső területen működő mediaszolgáltatók szabályozhatóságával kapcsolatban.⁹⁰ Figyelembe véve a média globális környezetét, a pártatlanság és pontosság hagyományos szabályai egyre inkább megkérdőjeleződnek,⁹¹ és ez a tendencia online környezetben csak erősödni fog. Ugyanakkor lehetetlen lenne kiválogatni azokat a különböző székhelyű médiaentitásokat, amelyek egy adott jogrendszer joghatósága alá tartozó közönségre irányulnak, különösen a politikával és a hírekkel kapcsolatban. A leginkább a brit hírekre koncentrált fórumok valószínűleg főleg brit közönséget vonzanak, és nem kerülnek komolyabb versenybe a más országok híreiről és politikájáról tu-

dósító fórumokkal. Mindenesetre, ahogyan a következőkben kifejtem, némi külföldről jövő, politikailag elfogult médiatartalom még nem okoz problémát, de ezek azért nem reprezentálhatják a teljes médiakörképet. Globális környezetben a jogszabályok kikényszerítése is nehezebb, és e környezet a szabálykerülés lehetőségét is magában hordja. Ugyanakkor valószínű, hogy – például riportereik és hirdetőik miatt – a tömegkommunikáció szintű weboldalak fenntartanak majd egy központot az Egyesült Királyságban, így be kell tartaniuk a vonatkozó nemzeti szabályokat. Továbbá a földrajzi helymeghatározás technológiáinak fejlődése esetleg lehetővé teszi majd azt is, hogy korlátozzák a külföldről érkező és külföldre irányuló tartalomszolgáltatást.⁹² A joghatóság és a jogalkalmazás kérdéseinek teljes feldolgozása meghaladja ennek az írásnak a kereteit. A lényeg az, hogy az online véleménynyilvánítás globális jellege nem szünteti meg bizonyos médiafórumok demokratikus célok érdekében történő szabályozását.

Ha azt meg is állapíthatjuk, hogy ezek a médiafórumok szabályozás alá vonhatók, még mindig ott a kérdés, hogy milyen szabályozás szolgálna leginkább a demokratikus célokat. Az eddigiekben a műsorszolgáltatók politikai tudósításainak pártatlanságára és kiegyensúlyozottságára utaltunk, de ezeket a szabályokat nem alkalmazzák az írott sajtóban. Azt mondhatnánk, hogy a politikailag mélyen elfogult online tartalmak ugyanolyan módon szolgálják a demokráciát, mint ahogyan azt a politikailag elfogult nyomtatott sajtó teszi. Ez a jelleg valószínűleg az új média sok szószólójánál megtalálható, például a bloggerekénél vagy az érdekcsoportoknál. De amíg ennek fontosságát elismerjük, a bizonyos tekintetben az írott sajtóhoz hasonlított, ilyen típusú elfogultabb tartalom nem szolgálhat az internet teljes tartalmának normájául. Ahelyett, hogy a demokratikus véleménynyilvánítás egyetlen modelljét általánosítanánk és másolnánk, lehetővé kell tenni, hogy online környezetben a szabályozásnak több különböző szintje lehessen. Még az internet elterjedése előtt Lee Bollinger úgy érvelt, hogy a nyomtatott sajtó és a műsorszolgáltatók eltérő szabályozását a közöttük létrehozott egyensúly igazolhatja.⁹³ Ehhez hasonlóan James Curran különböző mediaszektorokhoz különböző demokratikus igényeket társított.⁹⁴ Az új média szabályozását az egyes mediaszektorokban található, a nyomtatott sajtóhoz vagy az elektronikus médiához tartozó különböző szabályozási modellek segítségével úgy kell megalkotni, hogy az a médiának a demokráciában betöltött különböző funkcióit figyelembe vegye. Az internet bizonyos területei, mint a hír-
oldalak és a legnagyobb, portál funkciót ellátó oldalak a kiegyensúlyozottságot, az elfogulatlanságot, il-

letve a nézőpontok ütköztetésének elvét tükrözhetnék, míg a liberális pluralista megközelítést valló, elfogult sajtó bizonyos elemei az olyan kommentáló oldalakon jelenhetnének meg, mint például a blogok. Ugyanakkor még egy olyan szektorban is, amely felismeri az elfogult sajtó fontosságát, a különböző nézőpontoknak meg kell jelenniük, és a fent említett különféle portáloknak biztosítaniuk kell a különböző véleményekhez való hozzáférést. Nem lenne megnyugtató, ha a könnyen elérhető, elfogult oldalak mind ugyanazokat a nézeteket támogatnák, legyenek azok bal- vagy jobboldaliak.

Ha a közszolgálati műsorszolgáltató feladataihoz kapcsolt, az elfogulatlanságot, kiegyensúlyozottságot, áopasságot és minőségi tartalmakat előíró szabályozások az online média bizonyos orgánumaira is alkalmazhatók, akkor felmerül a kérdés, miként lehet ezeket a követelményeket a leghatékonyabban érvényesíteni. Az egyik módszer az, hogy állami alapítású weboldalakot hozunk létre a civil fórumok számára.⁹⁵ Ennek a megoldásnak az a lényege, hogy az állam – ahelyett, hogy a magánszervezeteket korlátozó szabályokat alkotna – olyan oldalakat alapít, amelyek a demokratikus értékeket szolgálják és közszolgálati elveket tükröznek. Az ilyen, pusztán a politikai vita céljait szolgáló oldalak létrehozásának az a veszélye, hogy nem volna elegendő látogatójuk. A több különféle véleményt felvonultató weboldalak helyett az emberek minden bizonnyal inkább a nagyrészt szórakoztató tartalmakat nyújtó oldalakat keresnék fel.⁹⁶ Az online szolgáltatásaiért rendszeresen magasztalt BBC valószínűleg a legjobb példa erre. Sok látogatót vonz, nemcsak jól ismert neve, hanem széles tartalomkínálata miatt is, mint például szórakoztató és sportoldalai. Ugyanakkor nem lehet minden közérdekű követelményt egyetlen médiaorgánumon számon kérni.⁹⁷ A közszolgálati weboldal egyik variációját ajánlja egy közhasznú szervezet két munkatársa, Blumler és Coleman az online közbeszéd elősegítése és népszerűsítése érdekében.⁹⁸ A szervezet bizonyos online véleménynyilvánítások számára portálként működne, a viták moderátora lenne, és elősegítené a civil online hálózatok interakcióját. Ilyen szerepet kaphatna a Köszszolgálati Kiadó is, amelynek létrehozását az OFCOM javasolta annak érdekében, hogy elősegítse a digitális televízió és széles sávú hálózatoknál a közszolgálati kötelezettségek teljesítését.⁹⁹ Ahogyan azt korábban is láttuk, egy ilyen szervezet létrehozásának kockázata abban rejlik, hogy sikere a közönség érdeklődésén és a látogatások számán múlik.

Amíg a BBC marad az Egyesült Királyság legnépszerűbb weboldala, a felhasználói elvárások formálásával a közszolgálati modell részben meghatároz-

za az online politikai véleménynyilvánítást. Például a műsorszolgáltatókra vonatkozó, a hírszolgáltatással kapcsolatos jelenlegi szabályozások olyan elvárásokat keltenek, hogy egy feltűnő, harsány, politikailag elfogult audiovizuális hírközlőnek kevés hitele volna azok szemében, akik a kiegyensúlyozottság és elfogulatlanság normáihoz szoktak. Ugyanakkor a technológiák összekapcsolódásával és fejlődésével a BBC portálja egyre nagyobb kihívások és verseny elé nézhet, és veszíthet piaci részesedéséből. Ha ez megtörténik, a magánkézben lévő oldalak szabályozására lesz szükség ahhoz, hogy a véleménynyilvánítás rendszere és a média továbbra is demokratikus értékeinket tükrözze. Ez a szabályozás olyan javaslatokat tartalmazhatna, mint a helyreigazítás joga vagy bizonyos tartalmi megkötések, ahogyan azt Sunstein felvázolta. A szabályok bevezetése történhet annak érdekében, hogy egyes tartalomszolgáltatók kiegyensúlyozott és pártatlan politikai közleményekkel szolgáljanak, vagy hogy választások idején a politikai pártok programjai elérhetőek legyenek. Emellett bátoríthatják az oktatási és kulturális tartalmak előállítását is. A keresőoldalakat és más portálokat arra ösztönözhetnék, hogy adjanak elsőbbséget a pártatlan és kiegyensúlyozott hírszolgáltatóknak, és biztosítsák, hogy a politikailag elfogult tartalmakhoz való hozzáférés ne egyetlen beállítódást vagy nézőpontot tükrözzön. Ezeket a célokat néhány esetben nem pusztán jogi eszközökkel kellene elérni, hanem az ezeket a célokat teljesítő fórumok anyagi támogatásán, adókedvezményben részesítésén keresztül, vagy pedig a gyakorlatot szabályozó kódexekkel, amelyeket például az OFCOM vázolhatna fel.

A fentiekben ismertetett megközelítésmódok a létező technológiákhoz keresnek szabályozási lehetőségeket, és nem arra próbálnak választ adni, hogy mit lehet online megvalósítani. Azonban a demokratikus célok elősegítésének az online technológiák más területeiről származó módjai is lehetnek. Ahogy Balkin rámutat, a digitális technológia felépítését és szerkezetét szintén a szabályozás egyik lehetséges terepének tekinthetjük.¹⁰⁰ A szabályozásnak ezt a részét a kisebb honlapok érdekében lehetne felhasználni. A véleménynyilvánítás szabadságának fontos eleme a felhasználóbarát alkalmazások fejlesztése, amelyek lehetővé teszik a médiatartalmak létrehozását azok számára is, akik minimális technikai szakértelemmel és kisebb anyagi forrással rendelkeznek. Az ilyen alkalmazások támogatása hozzájárulhatna a közszolgálati szabályozások azon céljához, hogy elősegítsék a politikában és a médiatartalmak létrehozásában való minél szélesebb körű részvételt. A médiaszabályozás olyan megközelítése, amely a felépítés és a szerkezet szempontjait is figyelembe veszi,

segíteni fogja a véleménynyilvánítás elősegítését a fent leírt összes szinten.

BEFEJEZÉS

Az ebben az írásban megvitatott számos kérdés nem tekinthető különösebben sürgősnek. Az Egyesült Királyságban az internet nem hozott azonnali változást a politikai híradások területén. A politikai híradások uralkodó forrása továbbra is a műsorszolgáltatók tevékenysége, amelyre közszolgálati kötelezettségek és szabályozások vonatkoznak. Az online véleménynyilvánítás csak kiegészíti ezeket a csatornákat. Jelen írás szerint hosszabb távon a technológiában és a közönség szokásaiban bekövetkező változások elavulttá tehetik a jelenlegi médiaszabályozást. Ezek a változások módosíthatják a sajtószabadság igazolását, nagyobb hangsúlyt helyezve az egyéni részvételre, és olyan szabá-

lyozást vonhatnak maguk után, amely elősegíti ezt a szerepet. Ugyanakkor ez inkább csak módosítja a paradigmát, semmint hogy a múlttal való teljes szakítást jelentene. Az online világban is megmaradnak a médiacélok, amelyek a tömegközönséget irányítják, és nagyobb befolyással rendelkeznek az információszolgáltatásban, a hírközlésben és a politikai vitákban. Ha jelenleg a közszolgálati értékekkel összeegyeztethető módon járnak is el, nincs okunk feltételezni, hogy a jövőben is így fognak eljárni, mivel az online véleménynyilvánítás dominánssá válásával a helyzet is megváltozhat. Amit ebben a cikkben fel kívántunk vázolni, az egy olyan alap, ahonnan kiindulva némely fórumot olyan módon lehet szabályozni, amely összeegyeztethető a véleménynyilvánítás jogával és a sajtószabadsággal, továbbá biztosítani képes, hogy a demokratikus és közszolgálati értékek megmaradnak és továbbfejlődnek a digitális korszakban.

(Fordította: Kiss Dávid)

JEGYZETEK

1. Az új média kifejezést az információtechnológiára épülő média számos formájának leírására használják, mint amilyen az internet, a world wide web, a videojátékok és az online üzenetküldő szolgáltatások. Ennek az írásnak a középpontjában az online véleménynyilvánítás áll, ami az interneten történő kommunikációra utal.
2. The Times, 2005. október 17.
3. The Daily Telegraph, 2005. december 7.
4. A vitát lásd Választási Bizottság: *Online Election Campaigns. Report and Recommendations*, 2003. 4. 10. – 4. 16.
5. Owen FISS: *In Search of a New Paradigm*, 104 Yale Law Journal 1995, 1613.
6. Ennek megvitatásához lásd G. MARSHALL: *Press Freedom and Free Speech Theory*, Public Law, 40, 1992; Eric BARENDT: *Freedom of Speech*, Oxford, Oxford University Press, 2005 (a továbbiakban BARENDT: *Freedom of Speech*), 419–424.
7. Lásd BARENDT: *Freedom of Speech*, 1. fejezet, az igazolások megvitatása.
8. Lásd Larry ALEXANDER: *Is There a Right of Freedom of Expression?*, Cambridge, Cambridge University Press, 2005, 7. fejezet.
9. BARENDT: *Freedom of Speech*, 417–418; Judith LITCHENBERG: *Foundations and Limits of Freedom of the Press*, in *Democracy in the Mass Media*, ed. uő, Cambridge, Cambridge University Press, 1990. Edwin Baker professzor az autonómia érvét hangsúlyozza az egyéni véleménynyilvánításban, de a sajtószabadság kérdésében az instrumentális igazolásokra támaszkodik. Edwin BAKER: *Human Liberty and Freedom of Speech*, New York, Oxford University Press, 1989, 10. fejezet.
10. *McCartan Turkington Breen versus Times Newspapers* [2001] 2 AC 277, 290–291.
11. Például a parlamenti választási tudósítások a médiához való közvetlen hozzáférést biztosítanak a pártok számára, de ez a hozzáférés a választások során betöltendő parlamenti helyek mindössze egyhatodáért küzdő néhány megszólalóra korlátozódik.
12. Az Egyesült Államokban a *Red Lion versus FCC* ([1969] 395 US 367) precedense nagyobb támogatást ad a műsorszórók szabályozásának; ahogy White bírő fogalmazott (390): „A nézők és hallgatók joga élvez elsőbbséget, és nem a műsorszolgáltatóké.” Angliában az *R versus Radio Authority, ex parte Bull* ([1998] QB 294) és a *Prolife Alliance versus BBC* ([2003] UKHL 23) esetben a sajtószabadság korlátozását a hallgatóságra tett hatásra tekintettel jogszerűnek minősítették. Ugyanakkor még ha figyelembe is vesszük a közönség érdekeit, egy ilyen megközelítés ritkán ad egyéni nézőnek vagy hallgatónak a médiával szemben érvényesíthető jogokat, lásd Eric BARENDT: *Broadcasting Law*, Oxford, Clarendon Press, 1995 (a továbbiakban BARENDT: *Broadcasting Law*), 47–49.
13. Potter STEWART: *Or of the Press*, 26 Hastings Law Journal 1975, 631.
14. *Attorney General versus Guardian Newspapers* (No 2) [1990] 1 AC 109, 183.
15. Például ahol a tiltakozókat kizárják a nyilvánosság számára egyébként nyitva álló magánterületekről, például a bevásárlóközpontokból. Lásd *Appleby versus UK* (2003) 37 EHRR 38.
16. LITCHENBERG: *I. m.*, 104.

17. *Jersild versus Denmark* (1995) 19 EHRR 1.
18. *Groppera Radio AG versus Switzerland* (1990) 12 EHRR 321; *Informationsverein Lentia versus Austria* (1994) 17 EHRR 93; *Ediciones Tiempo versus Spain* (1989) 62 D & R 247. Angliában úgy tartják, hogy a tömegtájékoztató eszközök birtoklását a pluralizmus érdekében szabályozó törvények összeegyeztethetők a véleménynyilvánítási joggal.
19. Rachael CRAUFURD SMITH: *Broadcasting Law and Fundamental Rights*, Oxford, Clarendon Press, 1997, 179–180.
20. Lásd Owen FISS: *Liberalism Divided. Freedom of Speech and the Many Uses of State Power*, New York, Westview Press, 1996, 1. fejezet és Cass SUNSTEIN: *Democracy and the Problem of Free Speech*, New York, The Free Press, 1995 (a továbbiakban SUNSTEIN: *Democracy...*), 3. fejezet.
21. Annak körvonalazásához, hogy a demokrácia egyes elméletei hogyan hangsúlyozzák a média különböző szerepeit, lásd Edwin BAKER: *Media Markets and Democracy*, Cambridge, Cambridge University Press, 2002, 6. fejezet.
22. Lásd OFCOM Broadcasting Code (2005) és BBC Royal Charter (1996–2006).
23. Az egyezmény 10. cikk 1. pontja szerint „e cikk nem akadályozza, hogy az államok a rádió-, a televízió- vagy mozgókép vállalatok működését engedélyhez kössék”. Az egyes államok műsorszórók szabályozására vonatkozó mozgásterének nagyságáról lásd *Informationsverein Lentia, Groppera, Autronic AG versus Switzerland* (1990) 12 EHRR 485. Angliában lásd *Prolife Alliance versus BBC* (2003) UKHL 23, 20–21.
24. BARENDT: *Broadcasting Law*, 3–10; Christopher S. YOO: *The Rise and Demise of the Technology-Specific Approach to the First Amendment*, 91 Georgetown Law Journal 2003, 245.
25. Jean SEATON, James CURRAN: *Power Without Responsibility. The Press and Broadcasting in Britain*, London, Routledge, 2003, 23. fejezet.
26. Lásd Ad VAN LOON: *The end of the broadcasting era*, 9 Communications Law 2004, 172.
27. Lásd *Reno versus ACLU* (1997) 521 U.S. 844, 868–870; Thomas KRATTENMAKER, Lucas POWE: *Converging First Amendment Principles for Converging Communications Media*, 104 Yale Law Journal 1995, 1719.
28. BARENDT: *Broadcasting Law*, 456.
29. *Communications White Paper. A New Future for Communications*, 2004. december, 5. 9.
30. Communications Act 2003, s. 361. Lásd Tony BALDARD: *Television Over the Internet. The Boundaries of Content Regulation*, CTLR, 2004, 58.
31. Európai Bizottság: Legislative Proposal for the Revision of the „Television Without Frontiers” Directive, 2005. december 13. A Televízió határok nélkül című irányelv nem szabályozza a közszolgálati televíziózást, azt az irányelv a nemzeti jogalkotóra hagyja. A Bizottság egy kétszintű rendszert javasol, amelyben az alapvető szabályok mindenfajta audiovizuális szolgáltatásra vonatkoznának, és a szigorúbb Televízió határok nélkül direktíva csak az elsődleges audiovizuális szolgáltatásokra vonatkozna. A nem kereskedelmi és magán tömegkommunikáció, valamint egyéni kommunikáció kívül esne ezen a szabályozási körön.
32. Asa BRIGGS, Peter BURKE: *A Social History of the Media*, Cambridge, Polity, 2002, 322–323.
33. Például e-mailt a címzett kérés nélkül is kaphat, míg egy weboldal megtekintése a néző bizonyos aktivitását igényli.
34. *Reno versus ACLU* (1997) 521 US 844, 869. A döntést magyar nyelven lásd Fundamentum 1999/1, 129.
35. CRAUFURD SMITH: *I. m.*, 57. Ilyen nézetek az OFCOM közszolgálati műsorszolgáltatók szabályozását igazoló fejtegetéseiben is találhatók, mint például az állampolgárok igényeinek kiszolgálása, a piaci sikertelenség pusztta korrigálásával szemben. OFCOM Review of Public Service Broadcasting, Phase 3 (2005) 26.
36. Eugene VOLOKH: *Cheap Speech and What It Will Do*, 104 Yale Law Journal, 1995, 1805, 1847.
37. *Uo.*, 1836.
38. Például 2006 márciusában Rupert Murdoch kijelentette, hogy „iparágunkban a hatalom kicsúszik a régi elit kezéből” a fejlődő technika ilyen típusú felhasználásának eredményeképpen. The Independent, 2006. március 20.
39. Cass SUNSTEIN: *Republic.com*, Princeton NJ, Princeton University Press, 2001 (a továbbiakban SUNSTEIN: *Republic.com*).
40. SUNSTEIN: *Democracy...*
41. A „nyilvános fórum” az Egyesült Államokban használatos kifejezés, amely a közügyek megvitatására alkalmas tereket, helyeket jelöli. Az egyének a nyilvános fórumokhoz való hozzáféréshez fűződő alanyi joguk alapján jogosultak részt venni a közügyek megvitatásában. Eredetileg e kifejezés a köztulajdonban álló tereket, parkokat jelölte. Erről bővebben lásd Jacob ROWBOTTOM: *Property and Participation. A Right of Access for Expressive Activities*, European Human Rights Law Review, 2005, 186, 192–193. és köv. A koncepció internetre való alkalmazhatóságáról lásd BARENDT: *Freedom of Speech*, 456–458.
42. SUNSTEIN: *Republic.com*, 132–134.
43. Dan HUNTER: *Philippic.com*, 90 California Law Review, 2002, 611, 664.
44. Jack BALKIN: *Digital Speech and Democratic Culture. A Theory of Freedom of Expression for the Information Society*, 79 New York University Law Review 2004 (a továbbiakban BALKIN: *Digital Speech...*), 1.

45. Jack BALKIN: *Populism and Progressivism as Constitutional Categories*, 104 Yale Law Journal 1995, 1935.
46. BALKIN: *Digital Speech...*, 31.
47. Egy Guardian/ICM közvéleménykutatás szerint a 14–21 éves, internethozzáféréssel rendelkezők harmincegy százaléka indított saját weboldalt vagy blogot. The Guardian, 2005. október 7.
48. Lásd Michael FROMKIN: *Habermas@discourse.net. Toward a Critical Theory of Cyberspace*, 116 Harvard Law Review, 2003, 749, 859–860.
49. Lásd Adam REED: „My Blog is Me.” *Texts and Persons in UK Online Journal Culture (and Anthropology)*, 70 Ethnos 220, 1997. Bár Reed megjegyzi, annak ismerete, hogy mások elolvassák a bejegyzéseket, fontos része a blogolásnak, és sok blogger törekszik a szélesebb közönség elérésére.
50. Alexander MEIKLEJOHN: *Political Freedom*, New York, Harper, 1960, 26–27. Az internettel kapcsolatos fejtegetésekhez lásd BALKIN: *Digital Speech...*
51. Ross FERGUSON, Milica HOWELL: *Political Blogs Craze or Convention?*, London, Hansard Society, 2004, 26.
52. Stephen COLEMAN: *Blogs and the New Politics of Listening*, Political Quarterly 2005, 273.
53. *Spinning the Web*, eds. Stephen COLEMAN, Stephen WARD, London, Hansard Society, 2005 (a továbbiakban *Spinning the Web*), 8.
54. *Uo.*, 14.
55. John HARRIGAN, Kelly GARRETT, Paul RESNICK: *The Internet And Democratic Debate*, Washington, Pew Internet and American Life Project, 2004, 4.
56. COLEMAN: *I. m.*, 278; Robert J. KLOTZ: *The Politics of Internet Communication*, Maryland, Rowman and Littlefield, 2004, 129.
57. *Spinning the Web*, 7.
58. Lásd a forgalom szerinti sorrendet: www.truthlaidbear.com. Ebből az öt oldalból három a legtöbbet linkelt oldalak tízes listáján is szerepelt.
59. Az, hogy ez milyen mértékben korlátozza a kevésbé ismert oldalakat abban, hogy több linket szerezzenek, nem teljesen világos és vita tárgya, lásd Daniel W. DREZNER, Henry FARRELL: *The Power and Politics of Blogs*; <http://www.danieldrezner.com/research/blog-paperfinal.pdf>.
60. Daily Kos blogbejegyzése: „Én nem vagyok kapus.” 2005. augusztus 10.; <http://www.dailykos.com/story/2005/8/10/194917/041>.
61. *Life in Baghdad via the web*, BBC Online, 2003. március 25. A legismertebb blogok a hagyományos média határait is átlépik. Például Markos Moulitas, a Daily Kos szerzője írt a Guardian Unlimited weboldalra is, ami új közönséget szerzett blogjának Angliában, Salam Pax pedig újságokba írt, illetve kiadott egy könyvet, amely a blogjaira épül.
62. A webnapló hatása nem csupán a közönség nagyságának függvénye, hanem annak a ténynek is köszönhető, hogy sok véleményformáló, például hívtasos újságíró szerkeszti. Lásd DREZNER, FARRELL: *I. m.*
63. Clay SHIRKY: *Power Laws, Weblogs, and Inequality*; http://www.shirky.com/writings/powerlaw_weblog.html (első megjelenés 2003. február 8.).
64. Niva ELKIN-KOREN: *Let the Crawlers Crawl. On Virtual Gatekeepers and the Right to Exclude Indexing*, 26 Dayton Law Review 2001, 179, 185.
65. Lásd The Electoral Commission Consultation Paper, The implications of online campaigns, 2002, 4. 26. – 4. 31.
66. <http://www.google.co.uk/corporate/tech.html>. Lásd John BATTELLE: *The Search*, London, Nicholas Brealey, 2005, 4. fejezet.
67. Matthew HINDMAN, Kostas TSIOUTSIOLIKLIS, Judy A. JOHNSON: „Googlearchy.” *How a Few Heavily Linked Sites Dominate Politics Online, presented to the Annual Meeting of the Midwest Political Science Association*, Chicago, 2003; <http://cct.georgetown.edu/apsa/papers/Hindman.pdf#search='googlearchy'>. Lásd még Jung-hoo CHO, Sourashis ROY: *Impact of search engines on page popularity, Proceedings of the 13th international conference on WorldWideWeb*, New York, ACM Press, 2004, 20.
68. A friss tanulmány szerint keresőoldalak segítenek enyhíteni a kevés oldal dominanciáját, lásd Santo FORTUNATO, Alessandro FLAMMINI, Filippo MENCZER, Alessandro VESPIGNANI: *The egalitarian effect of search engines*, 2005. november 1.; <http://arxiv.org/abs/cs.CY/0511005>. Ugyanakkor ha a keresőoldal az anyagok szélesebb mérítését is szolgáltatja a felhasználóknak, ez csak akkor működik, ha a keresés kifejezetten specifikus, és az adott oldal megfelel ennek a specifikus érdeklődésnek. Míg a számítástechnikai szakértők vitatkoznak azon, mely módszerek a leghatékonyabbak abban, hogy új hangokat vonjanak az érdeklődés középpontjába, ennek a cikknek egyszerűbb céljai vannak. A keresőoldal továbbra is fenntartja a jól ismert médiaszolgáltatók általános dominanciáját, még akkor is, ha ugyanakkor más oldalakra is ráirányítja a figyelmet.
69. Az RSS lehetővé teszi, hogy weboldalak tartalmait vagy tartalmi kivonatait közvetlenül elküldjék a felhasználóknak, hogy azok anélkül értesüljenek az új tartalmakról, hogy ellátogatnának az adott honlapra.
70. A keresőoldalak jövőjéről szóló fejtegetéshez lásd BATTELLE: *I. m.*, 11. fejezet.
71. The Guardian, 2005. június 18.
72. *Uo.*
73. Lucas D. INTRONA, Helen NISSENBAUM: *Shaping the Web. Why the politics of search engines matters*, 16 The Information Society 2000, 169.
74. Például 2004 elején a Yahoo megvásárolta a rivális Ink-tomi és Overture keresőoldalt (The Times, 2004. február 20.), 2005-ben pedig megvásárolta a Flickr fény-

- képmegosztó és a Delicious nevű bookmarking, azaz weboldalcímeket gyűjtő oldalt, amit egy olyan stratégia részének tekintenek, amelynek során társadalmi hálózatot kíván kiépíteni, ami majd a keresések alapjául szolgál (The Guardian, 2005. december 15.).
75. Például a Google nemrégiben indított internetes telefonszolgáltatást GoogleTalk néven.
 76. Robert W. MCCHESENEY: *The Problem of the Media. US Communication Policies in the 21st Century*, New York, Monthly Review Press, 2004, 220. „Azok, akik szerint minden, amire szükségük lehet ahhoz, hogy a kereskedelmi média elébe kerekedjenek, pusztán egy honlap és az állami cenzúráról való védettség, csak álmodoznak.”
 77. Neil W. NETANEL: *Cyberspace Self-Governance. A Skeptical View from Liberal Democratic Theory*, 88 California Law Review 2000, 395, 463. Növekvő bevételek, hálózati hatások, a felhasználók figyelméért folyó verseny és a magas minőségű, sztárokból bővelkedő, drága videotartalmak terjesztésére szolgáló újonnan felbukkanó internetes technológiák radikálisan átformálják a virtuális tér mátrixát. Eltávolodva a pluralista „olcsó beszédlehetőséggel” jellemezhető korai korszakától, a virtuális tér a Time Warner, a Viacom és a Disney dallamait visszhangozza.
 78. Például a 2005. júliusi londoni robbantások következményeit ábrázoló fotók megjelentek a blogokon és az intézményes sajtóhoz is eljutottak.
 79. Esther SCOTT: „Big Media” Meets the „Bloggers”. *Coverage of Trent Lott’s Remarks at Strom Thurmond’s Birthday Party*, Kennedy School of Government Case Study, 2004; http://www.ksg.harvard.edu/presspol/Research_Publications/Case_Studies/1731_0.pdf.
 80. John PILGER: *John Pilger – recommends the world wide web*, The New Statesman, 2005. november 28.; George MONBIOT: *The US used chemical weapons in Iraq – and then lied about it*, The Guardian, 2005. november 15.
 81. Michael CORNFIELD, Jonathan CARSON, Alison KALLIS, Emily SIMON: *Buzz, Blogs, and Beyond. The Internet and the National Discourse in the Fall of 2004*, Washington, Pew Internet and American Life Project, 2005.
 82. Uo.
 83. *Conservatives, Blogs are More Effective*, The New York Times, 2005. december 11.
 84. Ahogyan Tom Curley, az Associated Press elnöke és vezérigazgatója a 2004. október 8-án megrendezett Online News Association konferencián mondta: „Úgy gondoljuk, hogy a világnak minden eddiginél inkább szüksége van az Associated Press által szolgáltatott elsődleges tartalmakra, arra a megbízható hangra, amit Önök és mi szolgáltatunk, pontosan azért, mert olyan sok új hang és szabadon áramló »atom« van a hálón.” Az online hírek megbízhatóságával kapcsolatos fejtegetésekhez lásd KLOTZ: *I. m.*, 127–131.
 85. William DAVIES: *Modernising with Purpose. A manifesto for a Digital Britain*, London, IPPR, 2005, 52.
 86. Az Internet Corporation for Assigned Names and Numbers (ICANN) felügyeli a domainnév-regisztrációt.
 87. Lásd az OFCOM beszámolóját a közszolgálati műsorszolgáltatásról, Phase 2, 2004, 31.
 88. Enterprises Act 2002, s 44(10). Lásd Department of Trade and Industry Guidance Document, Public Interest Intervention in Media Mergers, 2004. május 13.
 89. Political Parties, Elections and Referendums Act 2000, s 87.
 90. Például a Televízió határok nélkül irányelv (89/552/EEC) és az E-kereskedelmi irányelv (2000/31/EC). Mivel a közösségi jog közszolgálati szabályozásra tett hatásának vizsgálata kívül esik ennek az írásnak a hatáskörén, ehhez a témához lásd Mike VARNEY: *European Controls on Member State Promotion and Regulation of Public Service Broadcasting and Broadcasting Standards*, 10 European Public Law 2004, 503.
 91. Például Damian TAMBINI, Jamie COWLING: *New News. Impartial Broadcasting in the Digital Age*, London, IPPR, 2002.
 92. Lásd Eric BARENDT: *Freedom of Speech*, 474.
 93. Lee C. BOLLINGER: *The Rationale of Public Regulation of the Media*, in *Democracy in the Mass Media*, ed. Judith LITCHENBERG, Cambridge, Cambridge University Press, 1990.
 94. James CURRAN: *Media and Power*, London, Routledge, 2002, 8. fejezet.
 95. Az ilyen rendszerekben az EK-szerződés 87. paragrafuszából következő állami támogatással kapcsolatos problémák is felmerülhetnek, lásd VARNEY: *I. m.*, 520.
 96. E trend Egyesült Államokban való érvényesüléséről lásd Markus PRIOR: *News vs. Entertainment. How Increasing Media Choice Widens Gaps in Political Knowledge and Turnout*, 49 American Journal of Political Science, 2005, 577.
 97. A digitális televíziózással kapcsolatos fejtegetésekhez lásd OFCOM Review, Phase 2.
 98. Jay G. BLUMLER, Stephen COLEMAN: *Realising Democracy Online. A Civic Commons in Cyberspace*, London, IPPR, 2001.
 99. OFCOM Review Phase 3, ch 5.
 100. BALKIN: *Digital Speech...*, 52.