

találkozásra alkalmat adó összejöveteleket rendeznek.¹¹⁸ Hiba azonban az elektronikus hálózatok potenciális haszna a társadalmi mozgalmak számára, a kultúra birodalmában könnyen azzal a hatással járhatnak, hogy megőrösnik az új professzionális és menedzseri rétegek kozmopolitizmusát: ezek a szakemberek a legtöbb országban máris egy szimbolikus, globális koordinátarendszerben élnek, eltérően a lakosság legnagyobb részétől. Így tehát a CMC a kozmopolita elit társadalmi összetartását erősítő médium lehet, amely egyszerű technikai eszközökkel – az e-mail címek birtoklásától a digitális üzenetek gyors továbbküldéséig – hatékony támogatást nyújt a kultúra globalizálására irányuló törekvésekhez.¹¹⁹ Ezzel ellentétben a lakosság nagy többsége számára a CMC felhasználási módjai és az ezzel kapcsolatos tapasztalatok (a munkahelyi feladatokon és az online vásárláson kívül) egyre inkább összefonódnak a multimédia nyomán kialakuló kommunikáció új világgal.

A NAGY FÜZŐ:

A MULTIMÉDIA MINT SZIMBOLIKUS KÖRNYEZET

Az 1990-es évek második felében a globálizált és ugyanakkor egyre inkább testre szabott tömegfajlétkoztatási eszközök és a számítógéppel közvetített kommunikáció összeolvadásából új elektronikus kommunikációs rendszer keletkezett. Mint fentebb már említettem, az új rendszer a külön-külön médiumok integrálódása és az interaktív potenciál jellemzi. A multimédia – ahogyan az új rendszer sebében elhveztek – kiterjeszti az elektronikus kommunikáció birodalmát az élet teljes spektrumára, az otthontól a munkahéig, az iskolától a kórházakig, a szórakozástól az utazásig. Az 1990-es évek közepén a kormányok és a vállalatok világszerte eszeveszett versenybe kezdtek, hogy az új rendszerben jó helyet biztosítsanak maguknak, mert ezt a hatalomhoz vezető eszköznek, hatalmas nyereségek potenciális forrásának és a hipermodernség szimbólumának tekintették. Az USA-ban Albert Gore utjára indította a nemzeti információs infrastruktúra programját, hogy ennek segítségével újítsák meg Amerika vezető szerepét a huszonegyedik században.¹²⁰ Japánban a távközlési tanács kidolgozta „a huszonegyedik század intellektuálisan kreatív társadalmához” szükségeseket tartott reformokat, és a postaiügyi és távközlési minisztérium kötelezettséget vállalt a multimédia rendszer létrehozását célzó stratégiát követésére, hogy

¹¹⁸ Rheingold (1993).

¹¹⁹ Castells és Kiszseljova (2000).

¹²⁰ Sullivan-Trainer (1994).

¹²¹ Telecommunications Council (1994); Bunker (1994); Daloz és

¹²² Banegas (1993).

¹²³ Thery (1994).

¹²⁴ A kérdéssel foglalkozó szám

behozzák az ország lemaradását az Egyesült Államokkal szemben.¹²¹ A francia miniszterelnök megbízásából 1994-ben jelentés készült az „információs sztrádákról” (*autoroutes de l'information*), ami azzal a következtetéssel zárult, hogy Franciaország előnyére szolgál, ha a *Minitel* és a fejlett francia technológia alkalmazása terén szerzett társadalmi tapasztalatokra építve elősegíti a multimédia fejlődésének következő fokozatát, olyan médiatartalmak szolgálatására helyezve a hangsúlyt, amelyek kevésbé függenek Hollywoodtól.¹²² Az európai technológiai fejlesztési programok – különösen az *ESPRIT* és az *EURECA* – felgyorsították a magas felbontású televíziózás európai szabványainak, valamint az olyan távközlési protokolloknak a kidolgozására irányuló erőfeszítéseket, amelyek a határokon átnyúlva képesek integrálni különféle kommunikációs rendszereket.¹²³ 1995 februárjában a G7 klub országai speciális értekezletet tartottak Brüsszelben, melynek alkalmából közös stratégiát fogadtak el az „információs társadalomhoz” vezető átmenet kérdéseinek kezelésére. 1995 elején Brazília új elnöke, a kiváló és tekintélyes szociológus, Fernando Henrique Cardoso úgy döntött, hogy új kormányának egyik kulcsfontosságú intézkedéseként Brazília egész kommunikációs rendszerét nagyjavításnak vetik alá, hogy hozzákapcsolódhasson a kialakuló globális szupersztrádához. 2000 első felében pedig, Portugália elnöksége idején az Európai Unió stratégiai programjának elsőrendű feladatai közé sorolta az európai információs társadalom megteremtését.

Am az új multimédia rendszert nem a kormányok, hanem az üzleti élet formálta.¹²⁴ Az infrastruktúra terén szükségessé vált beruházások nagyságrendje egyébként is megakadályozta, hogy bármely kormány a saját erjéből megvalósíthassa őket: az úgynevezett információs szupersztráda program indúliai fázisának becsült költségei csak az Egyesült Államokban négyszázmilliárd dollárra rúgtak. A vállalatok világszerte igyekeztek helyzetbe hozni magukat, hogy beléphessenek egy olyan piacra, amely a huszonegyedik század elején egyenértékű lehet azzal, amit a huszadik század első felében az autógyártási, olajipari, gumipipari és útéptési ipari komplexum jelentett. Abból a racionális megfontolásból indultak ki, hogy mivel a rendszer technológiai formái még bizonytalanok, ezért az, aki korai szakaszban megszerzi az ellenőrzést, meghatározó befolyást gyakorolhat jövő-

¹²¹ Telecommunications Council (1994).

¹²² Thery (1994).

¹²³ Banegas (1993).

¹²⁴ A kérdéssel foglalkozó számtalan gazdasági forrás között lásd különösen Bird (1994); Bunker (1994); Dalloz és Portnoff (1994); Herther (1994).

beli fejlődésre is, és ezáltal strukturális versenyelőnyhöz juthat. A számítástechnika, a távközles és a tömegtájékoztató média szolgáltatásai a technológiai konvergenciája miatt globális és regionális konzorciumok létesültek, majd bomlottak fel, gigantikus léptékben.¹²⁵ Telefonátárságok, kábeltelvíziós szolgáltatók, műholdas televíziós műsorszóró állomások, filmstudiók, hangfelvevő szolgáltatók, kiadóvállalatok, újságok, számítástechnikai cégek és Internet-szolgáltatók egyrészt versenyre keltek, másrészt gyakran összeolvadtak egymással, hogy ki tudja védeni az új piacot a leselkedő kockázattól.¹²⁶ A számítástechnikai vállalatok siettek létrehozni a „dobozt”, azt a magikus készületeket, amely lehetővé teszi az új kommunikációs galaxis bevitelét az elektronikus otthonokba, „felhasználóbarát” módon biztosítva a navigáció és az önálló programozás lehetőségét – a remények szerint úgy, hogy a felhasználó először a *Microsoft*-tól kezdve a japán *Nintendo* és a *Saga* videojáték-gyártókig – hozzáfogtak az új, interaktív *know-how* kidolgozásához, amely szabadjára engedheti a fantáziát az elektronikus környezet virtuális világában.¹²⁸ A televíziós hálózatok, a zenéi cégek és a filmstudiók növeltek termelésüket, hogy elláthassák az info-szórakozásra és új audiovizuális terméktípusokra éhes világot.¹²⁹ Az Internet-szolgáltatók pedig megpróbálták kapcsolatot teremteni a média világgal, amelyek kifejlesztették új technológiák és változatos tartalmak kínálatával, amelyek kifejlesztették (ha nem is váltak hajrák fel) a televíziót és a rögzített video-műsorokat. Az 1990-es évek végén a normál televízió-műsorok közvéltése az Interneten keresztül technológiailag már lehetségessé vált, am a standard videó-műsorokhoz szükséges óriási átviteli kapacitás miatt inkább még csak hosszú távon elérhető lehetőségnek tűnt. Kialakultak azonban a technológiai integráció mas formái.¹³⁰ A „webtévét” olyan rendszer, amelyben a televízió-készülék össze van kötve a számítógéppel és a telefonvonalal, lehetővé téve egyazon képernyőn mind a tévműsorok, mind az Internet-szolgáltatások megjelentését – ez tehát valójában két különböző technológia felhasználóbarát integrációját jelenti, amelyek egymástól függetlenül is működhetnek. A telefonvonalakon keresztül továbbított weboldalak kifejlesztett tartalmakat nyújtanak a videoműsor-sugárzásához, amelyek akár a televízió képernyő-

¹²⁵ *The Economist* (1994 a).

¹²⁶ Schiller (1999).

¹²⁷ *Business Week* (1994 h).

¹²⁸ Elmer-DeWit (1993); *Business Week* (1993).

¹²⁹ *New Media Markets* (1993).

¹³⁰ Owen (1999: 17. fejezet).

* Japán második „tudományos és technológiai” hálózati társadalom, amely az egyes hazatérőket, akik az Egyesült Államokban szereztek tapasztalatot a számítógépek, a hálózati technológia és a televízió területén, és akik az Egyesült Államokból hazatértek, hogy az interaktív, multimédiás tartalmak, mint például a televíziós műsorok, a számítógépek és a hálózati technológia segítségével megvalósítsák a televízió és a számítógépek közötti integrációt. A hálózati társadalom kialakulása az 1990-es években kezdődött, amikor az Egyesült Államok és Japán közötti technológiai és kulturális kapcsolatok erősödtek. A hálózati társadalom kialakulása az 1990-es években kezdődött, amikor az Egyesült Államok és Japán közötti technológiai és kulturális kapcsolatok erősödtek. A hálózati társadalom kialakulása az 1990-es években kezdődött, amikor az Egyesült Államok és Japán közötti technológiai és kulturális kapcsolatok erősödtek.

fen, akár a számítógép-monitoron megjeleníthetők. Az Internet-tartalmak közvetítése megvalósítható a műsorszóró médiumok csatornáin keresztül is azokban az orthonokban, ahol kábelmodemeket használunk. Az Internet útján hozzáférhetővé tett kiegészítő információk a televízió-műsorokhoz elérhetők a helyi tévéállomások által fenntartott szervereken keresztül is – ez a *CityWeb* rendszer koncepciója. A műsorszórás szünetében a tévé-csatornák átviteli kapacitása felhasználható videójelek vagy más információk továbbítására olyan tároló készülékekhez, amelyekből azok számítógépek segítségével visszanyerhetők. Ez a fejlődés összekapcsolható a számítógépek lejárta, nagy felbontási képtenyőn megjelenített kiváló kép- és hang-minőségű digitális videóval (DVD), amely növeli a raktározott videoműsorok felhasználási lehetőségét a multimédia-rendszer további komponenseként.

Az új rendszer kialakulási folyamata azonban valószínűleg lassabb ütemben és ellentmondásosabb módon megy végbe, mint várták. 1994-ben számos kísérlet folyt az interaktív multimédia-rendszerekkel, több helyszínen: Kansai Science City-ben¹³¹ Japánban; Európában nyolc távközlési hálózat koordinált programja keretében (az *ADSL* vagyis az *asymmetrical digital subscriber loop*-¹³²aszimmetrikus digitális előfizetői hurok¹³³) elnevezésű technológia tesztelésére);¹³¹ továbbá az Egyesült Államok számos területén, Orlandótól Vermontig és Brooklyntól Denvertig.¹³² Az eredmények nem feleltek meg a várakozásoknak. A század végén még mindig megoldatlan maradt több komoly technológiai probléma. Újabb áttörésekre lenne szükség az átviteli kapacitás növelése érdekében a multimédia nagy igényének bevaltásához, vagyis ahhoz, hogy szabvány minőségű videó-műsorok egyéni igények szerint, interaktív módon, a megfelelő szoftverrel ellátott búvós doboz használatával elérhetővé váljanak. Owen szerint ha nézők milliói jutnának ilyen szolgáltatáshoz az 1998. évi technológiai szinten, akkor az az elosztási rendszerek összehomlasztásához vezetne. Owen azt állítja, hogy „az interaktív, integrált videó jövőjéhez sokkal nagyobb kapacitásra van szükség, mint amivel ma rendelkezünk, nem csupán az országos geotincvonalaknál, hanem a helyi elosztási rendszereknél is, amelyek az egyes haztartásokat ellátják”.¹³³ Mig az „igény szerinti videó”

¹³¹ Japan második „tudományos városa” (a Tokió mellett Cukuba után), amely a Kiotó, Oszaka és Nara által bezárt háromszög közepén, a nagyvárosoktól viszonylag távol, természeti környezetben épült fel. – *A ford.*

¹³² Ministry of Posts and Telecommunications (1994); *New Media Markets* (1994).

¹³³ Kaplan (1992); Sellers (1993); Booker (1994); *Business Week* (1994 e); Lizzio (1994); Owen (1999: 313).

jelzővel a szolgáltató vállalatok korlátlan lehetőségeket reklámoznak, az igények kielégítéséhez ma rendelkezésre álló technológiai kapacitás nem haladja meg túlságosan a már meglévő műholdas és kábel-rendszerek vagy az online szolgáltatók által nyújtott választékok. A gyors technológiai fejlődés alapján azonban, amely elsősorban a digitális adat-tömörítés terén várható, a sávszélesség kihasználása drámai módon növelhető, amennyiben megtörténnek az ehhez szükséges beruházások. Ez jelentős előrelépést jelentene, ám csak akkor volna kifízetődő, ha valóban kielégítő lenne a kérslet. Az integrált multimédia-rendszer kialakulásának lehetőségére a huszonegyedik század elején ténylegesen fennáll. A rendszer teljes kifejlesztése azonban nem csupán óriási befektetéseket kíván meg az infrastruktúra és a műsortartalom terén egyaránt, hanem szűkséggé teszi a szabályozási háttér rendezését is, amit még mindig összekuszálnak az elszórt üzleti érdekek, a politikai választótestületek és a kormányok illetékes intézményei között folyó viták. Ilyen körülmények között csupán azok a rendkívül nagyhatalmú csoportok kerülhetnek olyan helyzetbe, hogy rendelkezni tudjanak a multimédia terjesztéséhez szükséges gazdasági és politikai erőforrásokkal, amelyek a médiaavallalatok, a távközlési szolgáltatók, az Internet-szolgáltatók és a számítástechnikai cégek közötti szövetségek eredményeként jönnek létre. Így tehát lesz multimédia-rendszer, de annak karakterét minden valószínűség szerint mindössze néhány ilyen nagyob konglomerátum kereskedelmi érdekei fogják kialakítani világszerte. Ekkor viszont felmerül a kérdés, hogy ezek a konglomerátumok vajon képesek lesznek-e pontosan meghatározni, hogy az emberek valójában mit is akarnak a média-rendszerrel. Eltérően a standard televíziótól, amiert az emberek nem kellett fizetniük – igaz, kénytelenek voltak reklámmézsre fordítani idejüket jelentős multimédia-program alkalmánkénti fizetés fejében fog érkezni az otthonokba, hogy a szolgáltatók fedezni tudják költségeiket és a terjesztéshez szükséges óriási befektetések megteremtésének. Így tehát a kommunikáció jövőjét a médiaüzlet érdekeinek az előfizetők izlésével és anyagi lehetőségével való összeegyeztetése (vagy a megegyezés hiánya) fogja kialakítani. A kérdés nem az, hogy létre fog-e jönni a multimédia-rendszer, mert ez biztosra vehető, hanem az, hogy mikor és hogyan, és az egyes országokban milyen feltételek mellett, ugyanis a rendszer kulturális funkcióit és hatását nagyban befolyásolni fogja a technológiai fejlődés lépéseinek időzítése és pályáinak alakulása.

A multimédia-rendszerek fejlődésének első szakasza fölött gyakorolt üzleti ellenőrzésnek tartos következményei lesznek az új elektronikus kultúra jellemvonásaira nézve. Akarmennyt hangsúlyozták az új kommunikaációs technológiák fejlődésében rejlt oktatási, egészségügyi és kulturális

potencial ideológiáját, az urall
 rakoztató rendszer kifejlesztés
 biztonságosabb befektetésnek
 az Egyesült Államokban már a
 (valamennyi formájában) a leg
 tők évente több mint 350 m
 önmillió dolgozót foglalkoztat
 növekedése mellett.¹³⁴ Japánb
 termékkategóriánként végzett
 hogy az összetérek 85,7 százalé
 oktatásra mindössze 0,8 százalé
 lógusok drótozott osztályterme
 sokról és az *Encyclopedia Britan*
 beszélnek, az új rendszer tényle
 nagyobb része az „igény szer
 kókra és a virtuális világág té
 szemléltetéshez ragaszkodva nem
 nemes céljait azok közepes va
 hogy ezek tényleges használata
 jelentősen befolyásolni fogja a
 végső soron társadalmi követke
 Azt is figyelembe kell venni
 reslettel kapcsolatos elvárások
 badidó-társadalom” ideológiája
 rugalmasan követni tudják az
 szolgáltatások teljes skáláját
 háztartások jóvédelmének vár
 szintén a szűkös források közé
 között az Egyesült Államokban
 fogysztásra szánt idő az 1980-
 sebb lett: 1985 és 1990 között
 fordított összes idő évente 45 ó
 lékál, a videóra rögzített progr
television) műsorainak nézését
 kent.¹³⁶ Egy másik becslés szem
 belen érkező tévéműsorok né
¹³⁴ *Business Week* (1994 f).
¹³⁵ Dentus Institute for Human S
¹³⁶ Martin (1994).

potenciál ideológiáját, az uralkodó stratégia egy gigászi elektronikus szórakoztató rendszer kifejlesztésére irányul, amely üzleti szempontból a legbiztonságosabb befektetésnek látszik. Az ürtető szerepet játszó országban, az Egyesült Államokban már az 1990-es évek közepén a szórakoztatás volt (valamennyi formájában) a leggyorsabban növekvő iparág, amely körülbelül tők évente több mint 350 milliárd dollárt költöttek, s amely körülbelül ötmillió dolgozót foglalkoztatott, a foglalkoztatási arány évi 12 százalékos növekedése mellett.¹³⁴ Japánban a multimédia-szoftver fejlesztése területén termékkategóriaként végzett 1992. évi országos piactermérés azt tárta fel, hogy az összetételek 85,7 százalékat a szórakoztató termékek tették ki, míg az oktatásra mindössze 0,8 százalék jutott.¹³⁵ Így, habár a kormányok és a futurologusok drótozott osztálytermékekről, távolból végzett sebességi beavatkozásokról és az *Encyclopedia Britannica* barmikor és bárhonnan való elérhetőségéről beszélnek, az új rendszer tényleges létrehozására irányuló erőfeszítések legnagyobb része az „igeny szerinti videó” szolgáltatásra, a táv-hazárdjátékokra és a virtuális valóság témaparkjaira összpontosul. E könyv elemző szemléletéhez ragaszkodva nem kívánom szembeállítani az új technológiák nemcsak eljárt azok közepes vagy silány megvalósulásával. Csupán jelzem, hogy ezek tényleges használata az új rendszer kiépülésének első fázisában jelentősen befolyásolni fogja a multimédia felhasználásait, fogadtatását és végző soron társadalmi következményeit is.

Azt is figyelembe kell vennünk, hogy a szórakoztatás iránti korlátlan kereslettel kapcsolatos elvárások túlzotok, és ezeket erősen befolyásolja a „szabadidő-társadalom” ideológiája. Míg a szórakozásra költött összegek látványos rugalmasan követni tudják az esetleges visszacsapásokat, az online elérhető szolgáltatások jövedelmének várható növekedését a közelfövedben. Az idő szintén a szűkös források közé tartozik. Egyes jelzések szerint 1973 és 1994 között az Egyesült Államokban a szabadidő 37 százalékkal csökkent. A média-fogyasztásra szánt idő az 1980-as évek második felében ténylegesen kevesebb lett: 1985 és 1990 között az olvasásra, televíziózásra és filmek nézésére fordított összes idő évente 45 órával, s ezen belül a tévézés ideje 4 százalékkal, a videóra rögzített programokat közvetítő televíziós hálózatok (*network television*) műsorainak nézésére fordított idő pedig 20 százalékkal csökkent.¹³⁶ Egy másik becsles szerint az Egyesült Államokban a sugárzott és a kábelen érkező tévéműsorok nézésére fordított átlagidő 1984-ben érte el a

¹³⁴ *Business Week* (1994 é.).

¹³⁵ Dentsu Institute for Human Studies (1994: 117).

¹³⁶ Martin (1994).

információs szolgálatás tökéletesítése iránti igény nagyrészt spontán fejlődik és jelenleg elsősorban a CMC hálózatokban nyilvánul meg markánsan, de kiterjedhet az új típusú televíziós területére is.¹⁴¹ Könnyen lehet, hogy ez a feszültség végül feloldódik a különféle multimédia-típusok iránti igények társadalmi rétegződésében (erre a fontos témára később visszatérek).

Nehéz megítélni, milyen hatást gyakorolhat a multimédia, ez a viszonylag új jelenség a társadalom kultúrájára. Az azonban már most világos, hogy alapvető változások rendszerek szakértőinek megfigyelései alapján felállítható néhány hipotézis a kialakuló társadalmi és kulturális tendékről. Így például az élet- és munkafeltételek javítására létrehozott európai alapítvány (*European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions*) által az „elektronikus otthonok” fejlődéséről készített áttekintő jelentés az új életstílus két kritikus vonását hangsúlyozza: az otthon-köz-pontúságot és az individuálisizmust.¹⁴² Egyrészt tehát az európai otthonok gyarapodó elektronikus felszereltsége növelte a kényelmet, az önálló jel-

latba kerüljenek az egész világgal. A lakások mértékénél növekedésével és a háztartások létszámának csökkenésével több terület egy-egy személynél, ami tagasbba teszi az otthonokat. Az otthon töltött idő az 1990-es évek elején megnőtt. Másrészt az új elektronikus otthonok és a hordozható kommunikációs készülékek növelik az esélyt, hogy az egyes családtagok, időben és térben a nekik megfelelő módon szervezzék saját dolgaikat. Például a mikrohullámú sütők – azáltal, hogy megkönnyítették az előre elkészített ételek egyedül történő elfogyasztását – csökkentették a közös családi étkezések gyakoriságát. A tévé előtt magányosan elköltött vacsorák növekvő száma miatt a lakosság nagy része számára, hogy ki-ki egyénileg kapcsolódjon be saját maga által választott audiovizuális világokba. Az elektronika segít és

egyszerűsíti a családi gondoskodást is: távirányítással működő tetert kamerák segítségével távolból is szemmel lehet tartani a gyerekeket; egyes vizsgálatok kimutatták, hogy miközben a szülők házimunkát végeznek, a tévé „bébiszitterként” egyre nagyobb szerephez jut; az egyedül élő idős személyeket ellátják veszélyeztetekre szolgáló riasztó rendszerekkel. Egyes tradicionális társadalmi vonások azonban kitartóan fennmaradnak a

technológiai forradalom kibontakozása közepette is. Az otthoni feladatok

¹⁴¹ Van der Haak (1999).

¹⁴² Moran (1993).

nemek közötti megosztását (vagy inkább annak a hiányát) nem befolyásolják az elektronikus eszközök; a videó és a távkapcsoló kezelése a családok tekintélyi struktúráját tükrözi; az elektronikus készülékek használata pedig az egyes korosztályok és a nemek szerint is differenciálódik. A férfiak gyárrabban használják a számítógépeket, míg a nők több elektronos háztartási készüléket és telematikai szolgáltatást vesznek igénybe, a gyerekeket pedig elsősorban a videójátékok kötik le.

Az új elektronikus médiumok nem jelennek elvárolódást a hagyományos kultúráktól, mivel magukba olvasztyák azokat. Jól példázza ezt a japán találmány, a *karaoke*, amely az 1990-es években gyorsan elterjedt egész Ázsiában, és nagyon valószínű, hogy a közeljövőben a diffúzió folytatódni fog az egész világon. A karaoke elterjedtsége a japán vendéglőkben és üdülési célú szállodákban már 1991-ben az elérté a 100 százalékos, a barókban és klubokban körülbelül 90 százalékos volt, és ehhez még hozzá kell adni a kifejezetten erre a műfajra specializálódott karaokeketermek robbanásszerű szaporodását is: ezek száma az 1989. évi kétezerrel 1992-ig 107 ezerre emelkedett. 1992-ben a japánok 52 százaléka már vett részt karaoke produkcióban, ezen belül a tündzser kori nők 79 százaléka volt a kocsmái ilyen tapasztalatai.¹⁴³ A karaoke első látásra kiterjeszti és felerosíti a kocsmái közös enklés hagyományos szokását, ami Japánban mindmáig épp olyan népszerű, mint Spanyolországban vagy az Egyesült Királyságban, és így kilépett jelent az elektronikus kommunikáció világából. Valójában azonban a karaoke átülteti ezt a szokást egy előre programozott gépezetbe, amelynek zenei nitmusát és repertoárját az enksnek – a képernyőn megjelenített szöveget követve – át kell vennie. A magasabb pontszámok eléréséért folytatott baráti vetélkedés tye a jutalom, amit a gép annak ad, aki a legjobban követi az által diktált ütemet. A karaokegép nem hangszert: elnyeli, magába olvasztya az enkest, hogy kiegszítse a saját hangját és az általa produkált képeket. Miközben a karaokeketeremben egyfajta zenei hipertext részve vá-lunk, fizikailag belépünk a multimédia rendszerbe, és saját enksünket elküldönjük a barátainkétól, akik türelmesen várják, hogy sorra kerüljenek az előadás lineáris menében, ami felváltotta a hagyományos kocsmái enklés rendezetlen körusát.

A multimédia Európában, Amerikában és Ázsiában, már a korai szakaszban is olyan társadalmi-kulturális mintát követ, amelyet fontos megkülönböztető vonások jellemznek. Ezek közé tartozik először is a *széles körű társadalmi és kulturális differenciálódás*, amely a felhasználók (nézők, olvasók és hallgatók) szegmmentálódásához vezet. Az üzenetek nemcsak a feladók stra-

¹⁴³ Dentsu Institute for Human Studies (1994: 140-143).

tégerít követő piacok révén szegmentálódnak, hanem egyre változatosabbá teszik őket a média felhasználói is, akik saját érdeklődésüknek megfelelően használják ki az interaktív lehetőségeket. Egyes szakértők véleménye szerint az új rendszer jelzava: „*füf mitsond' akkor van, amikor en värele*”.¹⁴⁴ A virtuális közösségek kialakulása nem más, mint a differenciálódás egyik megnyilvánulása.

Másodsor, növekszik a felhasználó társadalmi tevékenység. Nem csupán arról van szó, hogy a felkínált multimédia szolgáltatások fényképes igénybevételre azokra az emberekre fog korlátozódni, akik elegendő idővel és pénzzel rendelkeznek hozzá, vagy azokra az országokra és régiókra, amelyek elegendő piaci potenciállal bírnak. A piacon belül a kulturális és műveltségi különbségek fogják meghatározni, hogy az interakciók lehető- segeket az egyes felhasználók hogyan tudják kikapcsolni saját céljaik érdekében. A standard tömegfajtkoztatáson túllépő új rendszer teljes gazdagodásában való eligazodás felkészültséget igényel, és alapvetően fontosá teszi az olyan információkat, hogy egyáltalán mit és hogyan kereshetünk. Emellett nélkülözhetetlené válik az üzenet felhasználói módjával kapcsolatos tudás is. *A multimédia világot két alapvetően különböző populáció fogja tehát benépesíteni: a médiával aktív kölcsönhatásba lépők; és azok, akiket a média irányít. Más szóval egyrészt lesznek olyanok, akik képesek önállóan megválasztani saját kommunikációs köreit, másrészt pedig olyanok is, akiknek a rendszer csak korlátozott számú előzetesmagolt választási lehetőséget nyújt. Azt pedig, hogy ki melyik csoporthoz tartozik majd, nagyrészt a társadalmi osztály, az etnikum, a nem és az ország szerinti hovatartozás fogja meg- határozni. A tömegtelevízió uniformizáló kulturális hatalmát, amelyről a múltban csupán egy vékony kulturális elit tudott megmenekülni, felváltja a társadalmilag rétegezett differenciálódás, ami a felhasználói igényekhez igazított tömegmédiakultúra és az önállóan választott interaktív elektro- nikus közösségek, illetve kommunikációs hálózatok egymás mellett élé- sehez vezet.*

Harmadsor, mindenfajta üzenet ugyanazon rendszerben történő kommunikációja – meg ha a rendszer interaktív és szelektív is (sőt, valójában éppen emiatt) – valamennyi üzenet közös kognitív minióba rendezést eredményez. Az egymástól radikálisan különböző forrásokból származó, am- egyégesen audiovizuális kontósbé bűjtartott hírek, oktatási információk és showműsorok ugyanazon médiumon belül elérhetővé válása további lépést jelent a tartalom határainak elmosódása felé, ami már a tömegtelevíziót is jellemzi. A médium oldaláról a különféle kommunikációs módok arra haj-

¹⁴⁴ Negroponte (1995).

valóságunkka teszi.

¹⁴⁵ Baudrillard (1972); Barthes (1972).

lanak, hogy egymástól kölcsönözzenek kódokat: az interaktív oktatási programok a videójátékokra hasonlítanak, a hírműsorokat az audiovizuális showműsorokhoz hasonlóan szerkesztik, a bírósági ügyeket úgy közvetítik, mint a szappanoperákat, a popzenét az *MTV* számára komponálják, a sportesemények koreográfiája pedig a távoli nézőket szolgálja, úgyhogy mindezek üzenetei egyre kevésbé lesznek megkülönböztethetők az akciófilmekből, és viszont. Ugyanakkor a felhasználó szempontjából, aki az interaktív rendszerben címzett és feladó is lehet, az a helyzet áll elő, hogy számára a különféle üzenetek kiválasztása ugyanazon kommunikációs módban, közvetlen átkapcsolással történik az egyikről a másikra, és ez csökkenti a mentális távolságot a kognitív és szenzoros „résztétel” különféle forrásai között. Többé már nem arról van szó, hogy a médium maga az üzenet: az üzenet maga az üzenet. Az üzenetek mint üzenetek fenntartják megkülönböztető sajátosságait, miközben szimbolikus kommunikációs folyamatokban összekeverednek, és elhomályosítják saját kódjukat, olyan sokarcú szemantikai kontextust hozva létre, amely különféle jelentések véltenszerűi kevértékéből áll össze.

Végül a multimédia talán legfontosabb vonása az, hogy saját *fennhatósága alá von szinte minden kulturális megnyilvánulást, azok teljes sokszínűségében. A multimédia beközöntere egyet jelent az audiovizuális és a nyomtatott média elkülönülésének vagy akár megkülönböztethetőségének a megszűnésével, a populáris kultúra és a magas kultúra, a szórakozás és a tájékozódás, az oktatás és az indoktrináció közötti különbségek eltűnésével. Minden kulturális kifejeződés – a legrosszabbaktól a legjobbokig, az elitistától a populistáig – összetalálkozik ebben a digitális univerzumban, amely egy óriási történelmi ideen hipertext keretében összekapcsolja a kommunikatív elme múltbeli, jelenlegi és jövőbeli megnyilvánulásait. Ezzel a bővészműtárvánnyal a multimédia új szimbolikus környezetet teremt: a virtuális valóságunkká teszi.*

A VALÓSÁGGÁ VÁLT VIRTUÁLITÁS KULTÚRÁJA

A kultúrák kommunikációs folyamataikból tevődnek össze. A kommunikáció valamennyi formája – ahogy Roland Barthes és Jean Baudrillard nyomán sok éve tudjuk – jelek létrehozásán és „fogyasztásán” alapul.¹⁴⁵ A szimbolikus megjelenítés tehát nem különül el a „realitástól”. Az emberiség minden társadalomban szimbolikus környezetben létezik és tevékenykedt. Az új kommunikációs rendszerekben valamennyi kommunikációs mód¹⁴⁵ Baudrillard (1972); Barthes (1978).

Az 1992. évi amerikai elnökválasztási kampány során az akkori alelnök, Dan Quayle állást akart foglalni a hagyományos családi értékek mellett. Erkölcsei meggyszórással felfegyverkezve szokatlan vitát kezdeményezett Murphy Brownal. Murphy Brown, egy népszerű televíziós szappanopera főszereplője volt, a kiváló színésznő, Candice Bergen alakításában. Murphy Brown) visszavágott: a következő epizódban úgy jelent meg, hogy éppen azt a televíziós interjút nézte, amelyben Quayle alelnököt kritizálta, és választéként elcsengette a politikuskok beavatkozását a nők életébe, és hangsúlyozta saját jogát az erkölcs megtartására. *A Murphy Brown* sorozat nézettsége jelentősen emelkedett, Dan Quayle elavult konzervatívizmusa pedig hozzájárult Bush elnök választási vereségéhez. Mindkét esemény valóságos volt, és bizonyos mértékig társadalmilag jelentős. 1999-ben az előzetes választásokon Dan Quayle ismét nyerte a republikánus elnökválasztást, és magabiztosan, kihívóan azzal nyitotta meg kampányát, hogy ő még mindig itt van, míg Murphy Brown már eltűnt a színről. Hiba, a jelöltek első megmérettetésékor olyan gyenge eredményt ért el, hogy vissza kellett vonnia jelöltségét. Így tehát a valóságosnak és a képzeletbelinek új szöveget jött létre ezen a dialóguson keresztül. Murphy Brown képzeletbeli világának kértlen megjelenése a valóságos életben folyó elnökválasztási kampányban Quayle (vagy inkább a róla alkotott „valós” televíziós kép) alakulásához vezetett, illetve Quayle Murphy Brown fiktv életének egyik alakjává változott. Létrejött egy szupertext, amely a tapasztalat mindkét szintjéről érkező, szennvedélyesen kifejtett üzeneteket kevert egymásba a diskurzusba. Ebben az esetben a virtuális (vagyis hogy Murphy Brown gyakorlatilag azonos azzal, ami sok nő valójában volt, anélkül, hogy bármelyik nő nevében lenne az) valósággá vált, olyan értelemben, hogy ténylegesen kölcsönhatásba került – és meglehetősen eredményességgel – a világ legnagyobb hatalommal járó politikai tiszttségéért folytatott választásokkal. Elismerem, hogy a példa szokatlan és szelsőségen, de úgy hiszem, jól illusztrálja a fenti gondolatmenetet, és reményeim szerint segít eloszlítani az absztrakció által keltett homályt. A következőkben folytatom a pontostást.

A digitalizált halozati kommunikációs forma integrációján alapul, valamennyi kulturális

kifejeződést ártogya és magába sűrít. Létréjöttének köszönhetően az új típusú társadalomban mindenentajta üzenet bináris módban működik: vagy jelen van, vagy hiányzik a multimedialis kommunikációs rendszerben. Vamely üzenet kommunikálhatóságát és „társadalmi tulajdonba vételét” csakis az ebben az integrált rendszerben való jelenlét teszi lehetővé. Min-den más üzenet terjedése vagy csupán az egyéni tudatvilágokra, vagy a ki-zárólag személys kapcsolatokra épülő, egyre inkább marginalizálódó szub-kulturákra redukálódik. A társadalom szempontjából az elektronikus alapú (hipográfikus, audiovizuális vagy számítógépes) közvetített kommunikáció számú zódések homogénizálódhatnak, vagy hogy a kódok fölött csupán kis számu központi feladó uralkodna. Az új kommunikációs rendszer éppen a sok-színűség, a változatos modalitás és a rugalmasság következtében képes ártogni és integrálni a kifejezés valamennyi formáját, az értékek, értékek és kép-zetek változatos sokaságát, beleértve a társadalmi konfliktusokat is. Annak azomban, hogy valamely üzenet bekerülhessen a rendszerbe, ára van: alkal-mazkodni kell a rendszer logikájához, nyelvezetéhez, belépési pontjához, valamint kódolási és dekódolási szabályaihoz. Ezért olyan fontos a különféle társadalmi hatások szempontjából, hogy a központi elosztási multimédia-rend-szer helyett (amilyen például az igény szerinti videoszolgáltatás konfigurá-ciója) kifejlődjön a kommunikáció Internet-típusú, sok csomópontú hori-zontális hálózata. Az ilyen típusú kommunikációs rendszerbe való belépést korlátozó akadályok fellátrítása, illetve a rendszerben terjedő, mindenki által hozzáférhető üzenetek bevitelének ellenőrzésére szolgáló belépési jelszavak lehetővé teszik a társadalmi csatákat jelentő új társadalom számára, s ezek kimenetele meghatározza az új történelmi környezetet szimbolikus konfliktusainak sorsát. Az, hogy kik lépnek valódi kölcsönhatásba az új rend-szerrel, és kik azok, akik a rendszerből érkező hatások passzív befogadóivá válnak – hogy azzal a terminológiával éljék, amelynek a jelenlétét korábban kifejtettük: *a médiával aktív kölcsönhatásba lépők; és azok, akiket a média irányít* – nagymértékben meghatározza a hatalmi rendszer és a felszabadítási folyamatok keretét az információ társadalomban.

A jelek elektronikus úton történő, digitalizált létrehozásán, elosztásán és cserjén alapuló integrált kommunikációs rendszer szinte valamennyi kul-turális kifejeződésünket bekebelezi, s ez fontos következményekkel jár a társadalmi formákra és folyamatokra nézve. Egyrészt jelenlétük meggyen-gíti a rendszeren kívüli álló hagyományos feladók szimbolikus hatalmát, azokét, akik hatalmukat történelmileg kódolt társadalmi beidegződések – a vallás, az erkölcs, a tekintély, a hagyományos értékek és a politikai ideoló-giák – révén fejtették ki. Nem arról van szó, hogy ezek eltűnjenek, ám

minden bizonyval meggyszűnő új rendszerben, ahol hatalmuk elektronikus materializálódásas predikátorok és az interaktív indoktrináció hatékonyabb és karizmatikus auktoritás személy-sőbbrendű spirituális hatalmáruknak tenni a transzcendentális galatások, a szappanoperák és kommunikáció számú földi jelenlétnek – még minde emberföltötti státust. A társadalmi kezik, még akkor is, ha ez parasztaisi formában nyilvánul meg és integrálódik a társadalmi markánek alatt. A társadalmi kiszabadulnak a varázslatok buherét és tetszés szerint beillesztik Másrészt az új kommunikációs időt, az emberi élet alapvető d-turális, történelmi és földrajzi vagy képi kollázásokba integrál-helyettesíti a konkrét helyekbe rendszerben az idő is eltörölhető, ható, hogy egyazon üzeneten dramlások tere és az időtlen idő történelmileg áthagyományozód formalódik valóságga.

minden bizonytalanságot megszüntet, ha csak nem kódolják magukat újra a rendszerekben, ahol határuk a spirituálisban továbbított viselkedésmódok elektronikus materializálódása révén megszokottá válnak. Az elektronikus predikátorok és az interaktív fundamentális hálózatok társadalmainkban az indukció hatékonyabb és erőteljesebb formái, mint a távoli, mégoly karizmatikus auktoritás személyes találkozások útján való továbbítása. A felsőbbrendű spirituális hatalmak – azáltal, hogy engedményeket kényszerülnek tenni a transzcendentális üzenetek, az igény szerinti pomográf szolgálatok, a szappanoperák és a csevegővonalak egyazon rendszeren belül, földi jelenlétük – még mindig hódítanak meg lelkeket, ám elvesztik az emberföldi státust. A társadalom szekularizálódásának utolsó lépése következik, még akkor is, ha ez paradox módon néha épp a vallás hivatkozott formájában nyilvánul meg, jogilag nem védett vagy épp bejegyzett márkanevek alatt. A társadalmak végelegesen és tökéletesen kiforogtak és kiszabadultak a varázslatok bűvölésétől, mivel minden csoda online elérhető és természetesen beilleszthető a saját gyártmányú, képzelt világokba.

Másrészt az új kommunikációs rendszer radikálisan átalakítja a teret és az időt, az emberi élet alapvető dimenzióit. A helyszínek elválasztódnak kultúrális, történelmi és földrajzi jelenségektől, és funkcionális hálózatokba vagy képi kollázsokba integrálódnak, és létrehozják az aramlások terét, amely helyettesíti a konkrét helyekből összetevődő teret. Az új kommunikációs rendszerben az idő is eltörlődik, a múlt, a jelen és a jövő úgy programozható, hogy egyazon üzeneten belül kölcsönhatásba léphet egymással. Az *aramlások terét és az időt* egy olyan új kultúra materialis alapját alkotja, amely meghaladja és ugyanakkor magába olvaszta a szimbolikus megjelenítés történelmileg áthagyományozott rendszereinek változatos sokaságát. Létezőn a valóságos virtuális kultúrája, ahol a létszámilag hitvallása a szemünk láttára formálódik valóságga.