

Gerencsér Péter

## Bevezetés a web 2.0 definícióiba és ideológiáiba

### Absztrakt

Az internet használatmódja az új évezred első éveitől kezdett tömeges méretekben a részvétel felé eltolódni, amit a „web 2.0” neologizmusával illetek. Ez a tanulmány arra kíván rámutatni, hogy az informatikai, üzleti és kulturális érdekeltségek által különböző jelentésekben használt terminus egyszerre jelöl technológiai és kulturális változást. Álláspontom szerint azonban a web 2.0 megértéséhez akkor kerülhetünk közelebb, ha szigorú definíciók helyett az azt körülvevő ideológiákat fürkésszük. Ezért a dolgozat második része ideológiakritikai szempontokat alkalmazva a web 2.0 utópiáit és disztópiáit vizsgálja. A web 2.0-t életre hívó utópiák közös nevezőjét a demokrácia kiterjesztésének vágyában azonosítja, ugyanakkor azt állítja, hogy tényleges működése egymással párhuzamosan tette lehetővé a centralizált és decentralizált struktúrák kiépülését.

### Szerző

Gerencsér Péter 2017-ben szerzett doktori fokozatot a Szegedi Tudományegyetem Irodalomtudományi Iskolájában. Kutatási területei: internetes művészet, újmédia, cseh/szlovák film, közép-európai animációs film.

E-mail: [gerencser77@gmail.com](mailto:gerencser77@gmail.com)

---

<https://doi.org/10.31176/apertura.2019.14.2.1>

## Bevezetés a web 2.0 definícióiba és ideológiáiba

### 0.0. Demóváltozat

A közhelyek az előítéletek gyűjtőfogalmához tartoznak: a tapasztalatok összegzéseként előzetes tudást feltételeznek, egyúttal azonban felületiek és abszolutizálnak. Pontos statisztikai kimutatás nélkül is aligha kockázatos a kijelentés, miszerint a digitális kultúra egyik legtöbbet hangoztatott közhelye, hogy a számítógépes eszközök és eljárások, valamint a médiakonvergencia divatszavával felcímkézett posztmediális állapot mellett az internet által lehetővé tett web 2.0 gyökeresen átalakította a 2000-es évek médiatájképét. Amíg a digitális eszközök az alkotás, addig a web 2.0-es gyakorlatok a bemutatás és a terjesztés szintjét érintik.

A közhelyszerűen csak felhasználó előállította tartalomként (*user-generated content*) meghatározott web 2.0 a korábban privilegizált helyzetben lévő kevesek felől az alkotást és a bemutatást a tömeges hozzáférhetőség irányába terjesztette ki. Ez az elmozdulás kihívás elé állította a kulturális elitek kiváltságos pozícióját, amit az elméletalkotók előszeretettel definiáltak aszimmetrikus bináris oppozíciók mentén. Ilyen ellentétpárokat képez a passzív / aktív, befogadás / kreativitás, olvasható / írható, egyirányú / kétirányú kommunikáció, fogyasztás / részvétel, zártság / nyitottság, professzionális / amatőr, centralizált / rizomatikus, felülről irányított / alulról szerveződő, autoriter / demokratikus, statikus / dinamikus, privát / nyilvános, egyéni / közösségi. A web 2.0 ezen elgondolások szerint radikálisan megváltoztatta a korábban érvényes kulturális-társadalmi paradigmákat, és újfajta kulturális logikát juttatott érvényre. A digitális „tartalomgyártás”, a publikálás és a terjesztés technikai szaktudást és jelentős anyagi befektetést nem igénylő új módjai megkérdőjelezték a kulturális intézmények dominanciáját. A remixelhetőség, a megoszthatóság és a peer-to-peer fájlcsere a tulajdonviszonyok és a szerzői jogok kérdésére tette a közbeszéd részévé, melyek azt megelőzően az átlagembereket nem vagy kevésbé érintették. A közösségi hálózatok a magánszféra, az intimitás, a cyberbullying (online megfélemlítés), míg a big data fogalmának megalkotásához vezető tömeges adatgyűjtés a megfigyelés, a kereskedelmi és politikai manipuláció, valamint az álhírek körül generáltak fajsúlyos kérdéseket.

Az internetes diskurzus a web 2.0-es kommunikációs formákat rendszerint funkcionalitásuk alapján szokta kategóriákba rendezni. Többek között ilyen csoportokat képeznek az eredetileg döntően textuális alapú, de egyre inkább hipermediális formává váló blogok, mikroblogok és az azokat támogató szoftverek (Blogger, WordPress, Blog.hu, Twitter, Tumblr), a videomegosztó- és

streaming oldalak (YouTube, Vimeo, Twitch, Ustream, Coub, Tudou), a közösségi hálózatok (Facebook, a megszűnt Orkut, Vkontakte, LinkedIn), a képmegosztó oldalak (Flickr, Pinterest, Instagram), a wikik (Wikipedia, Wikinews), az értékesítő oldalak (eBay, Vatera, Jófogás) a térképszolgáltatások (Google Maps, OpenStreetMap), az üzenetküldő alkalmazások (WhatsApp, Viber, Snapchat), a videochat szolgáltatások (Skype, Pidgin) – a mustra persze tovább bővíthető. Az egyes kereskedelmi szolgáltatások utóbb oly mértékben kibővítették alkalmazásaikat, hogy mindinkább az egységesülés irányába mutatnak, ami sok esetben elavulttá, értelmetlenné teszi a köztük lévő funkcionális megkülönböztetéseket. A YouTube például 2011-től kezdődően mind szélesebb kör számára tette elérhetővé a live streaming opciót, miközben közösségi szolgáltatásként is funkcionál, a Flickr 2008-ban, az Instagram 2013 júniusában bevezette a rövid időtartamú videomegosztás lehetőségét, a Facebook 2011 áprilisától a videotelefonálás, 2016-tól az élő közvetítés lehetőségeivel gyarapodott, az Időképhez hasonló webkettes meteorológiai közösségek a képek, a loop alapú (folyamatosan ismétlődő) GIF-ek és a videók publikálása felé terjeszkedtek. Ennek következtében a képmegosztó oldalak már mozgóképes lehetőségekkel is rendelkeznek, míg a videomegosztó portálok a közösségi „média” kategóriájába is beletartoznak.

Ez az arcátlanul sietős és felületes seregszemle elfedi ugyanakkor azt, hogy az elméletalkotók között egyáltalán nincs konszenzus abban, hogy valójában mi a szösz is értsünk a „web 2.0” neologizmusán. A szolgáltatók által biztosított kereteket, melyeket a felhasználó tetszése szerint tölthet meg tartalommal? Az egyéni alkotások értékelését (lájkolhatóságát), véleményezését (kommentálhatóságát) és terjeszthetőségét (megoszthatóságát)? A hálózatépítés (*networking*) által lehetővé tett újfajta közösségi, kapcsolati kultúrát? Mit értsünk pontosan együttműködésen és – ha egyáltalán általánosnak tekinthető – közös alkotói folyamaton? Hogyan lehet megzabolázni a „felhasználói részvétel” kifejezés igencsak tág értelmezési tartományát? Technikai vagy kulturális folyamattal állunk-e szemben? Mi hozza közös nevezőre a fentiekben kurtán lajstromba szedett szolgáltatásokat? A rutinszerűen ismételtetett közhelyeken túl jelent-e, és ha igen, miben jelent radikális kulturális törést a webkettő? Kizárólag a kiüresített frázisok tüzetesebb vizsgálata mutathat rá arra, hogy a web 2.0 divatszavát korántsem egységes értelemben használják, ezért a tanulmány első részében – hozzávetőlegesen kronológiai sorrendben – a meghatározó definíciós kísérleteket veszem górcső alá. Álláspontom szerint a web 2.0 jelentésének bizonytalan lokalizálása abból fakad, hogy háromféle, informatikai, (ebből következő) üzleti és kulturális megközelítése bontakozott ki, ám egyik sem adott normatív meghatározást.

## 1.0. A verziószámok kulturális logikája

1.1. A „web 2.0” elnevezés retorikája implicit módon technikai-technológiai <sup>[1]</sup> genealógiáról tanúskodik, nevezetesen a szoftverek újabb, frissített kiadásainak verziószámát veszi kölcsön. <sup>[2]</sup> A második generációra utaló számozás az online kultúra alakulástörténetében valamiféle töréspontot feltételez. Ebben az értelemben kitaposott útvonalat követve a teoretikusok egy eredetileg informatikai jelentésben alkalmazott fogalmat kezdtek kulturális metaforaként

újrarendelni. Lawrence Lessig nyomán a „nyílt forrás” (*open source*) technológiai fogalmát hasonlóképpen a szabad kultúra metaforájaként hangolták újra (Lessig 2005), Marie-Laure Ryan pedig a veremtár (*stack*) adattárolási fogalmát fűszerezte át narratológiai jelentéssel (Ryan 2008: 23-58.). Az újmédia-elméletek guruja, Lev Manovich a Flash nevű multimediális platform nevét egy új generáció kulturális elköteleződéséként értelmezte újra, majd ugyanő vezette be a kulturális szoftver (*cultural software*) fogalmát (Manovich 2008: 145-158.; Manovich 2013). Mármint, amennyiben „web 2.0”-ról beszélnek, a formális logika szabályai szerint léteznie kell „web 1.0”-nek is. Ez az elnevezés azonban értelemszerűen csak utólagos pozícióból képződhetett meg, amikor az értelmezések szerint a korábbi „verzió” elavulttá vált, és a régi változatot éppen az új feltételezett mássága tette láthatóvá. Így a megkülönböztetés visszamenőleges hatályú, a „web 1.0” szükségszerűen anakronisztikus kifejezés, melyet önállóan sohasem használtak, csak ellenfogalomként vezettek be. Mindazonáltal a fogalom megalkotói láthatóan különbséget, cezúrát érzektek az internet (helyesebben a rajta működő web, azaz a világháló) használatmódjában / működésében az ezredforduló körüli időszakban.

1.2. Jóllehet az internetes eredetmonda a terminus megalkotójának rendszerint Tim O'Reilly-t tekint, az elnevezés az ő megnyilatkozásainál korábbi múltra tekint vissza. Ha nem csalódom, a fogalom Darcy DiNucci *Fragmented Future* című 1999-es nyúlfarknyi cikkében került elő első ízben, melyben a szerző (lám, újra) biológiai metaforát működtetve a világhálót olyan embrióknak nevezi, melynek egyedfejlődése még csak most kezdődik: „A web 2.0. első csillogása épp csak megjelent, és most kezdjük csak felfogni, hogy ez az embrió milyen módon fejlődhet”.<sup>[3]</sup> Meglátása szerint a webnek az interaktivitás és a „transzportációs mechanizmus” felé nyílnak meg további fejlődési lehetőségei. Nyelvhasználata első pillantásra a felhasználói beavatkozás és a megoszthatóság felé terelhetné értelmezésünk irányát. DiNucci azonban nem ilyen módon veszi birtokba a fogalmat, ehelyett a webnek a fizikai világ felé való kiterjesztését érti rajta, vagyis azt, hogy az online világ különböző készülékeket, eszközöket is meghódít majd:

A web különböző formákban is meg fog jelenni, a tévékészülékekben (az interaktív tartalom akadálymentes összeszövődése a programokkal és a reklámokkal), az autók műszerfalán (térképek, Arany Oldalak, egyéb utazási információk), a mobiltelefonokban (hírek, részvényárfolyamok, repülési információk), a kézben tartható játékkészülékekben (a játékosok neten keresztül történő összekapcsolódása) és talán még a mikrohullámú sütőkben is (az ételek elkészítési idejének automatikus kitalálása). (DiNucci 1999: 32)

DiNucci itt végső soron az internetes hálózattal összekötött intelligens gépek közötti jövőbeni kommunikációs lehetőségről értekezik, amit ma „a dolgok internete” (*Internet of Things*) címkével szokás illetni. Mint az idézetből is kiviláglik, DiNucci nem a mai jelentésben használja a web 2.0 fogalmát, az internetes eszközök kiterjesztéseként technikai-informatikai szempontból fogja fel.

1.3. Bár nem használja a web 2.0 terminusát, 2004-ben a Flash szoftver elterjedésére reflektálva lényegében a később használt jelentést írja körül Lev Manovich a (lám, ismét biológiai metafora) *Flash generációt* tárgyaló, több részletben megírt, ezért aztán állításait tekintve nem is mindig

koherens írásában (Manovich 2008: 145-158.). Manovich-ot nem a technikai, hanem a kulturális aspektus hozza lázba. Nagy ívű kulturális-esztétikai áttekintéssel dolgozó koncepciója a „szoftmodernizmus” neologizmusával ragadja meg a kimerültnek tekintett posztmodernizmus utáni kulturális megújulás időszakát, melynek nemzedéke véleménye szerint „saját kulturális rendszereinek megteremtése érdekében saját szoftverekódokat ír, ahelyett hogy a kereskedelmi média mintáit használná”, ahol „a programozás a hatalommegosztás [*empowerment*] eszközévé válik” (Manovich 2008: 145). Amiben Manovich megelőlegezi a webkettőhöz a későbbiekben társuló ismérveket, az a hagyományos médiacégek kikerülésében, az egyszerűen használható webes felületek alkalmazásával történő felhasználói tartalom-előállításban, az alulról szerveződő struktúrákban és a felhatalmazásban, vagyis a hétköznapi emberek bevonódásában lokalizálható. Zavaros ugyanakkor, hogy ez az új érzékenység a szerző szerint úgy képes ignorálni a kereskedelmi médiát, hogy kereskedelmi szoftvereket használ. Hasonlóképpen problémás a szoftmodernizmusnak kölcsönzött jelentés, mivel eredeti kódok írása helyett Manovich állításával szemben itt sokkal inkább arról van szó, hogy a „generáció” előregyártott formulákból, készletekből válogat. Miközben tanulmányának bevezetőjében Manovich azt állítja, hogy „[e]z a generáció nem törődik azzal, hogy alkotásaikat művészetnek vagy designnak hívják-e”, a remixelés kapcsán „új esztétikai állapotról”, majd a „szoftmodernizmus» esztétikájáról” beszél, így pedig állításai a művészeti gondolkodás paradigmáján belül maradnak (Manovich 2008: 145, 147, 154).

1.4. Jóllehet az internettudomány a web 2.0 fogalmának megalkotását Tim O'Reilly-nak tulajdonítja, ez többszörösen sem helytálló. Mint láttuk, Darcy DiNucci már 1999-ben használta a kifejezést, de erre a verziószám alapú logikára építette fel 2002-ben megjelent könyvét Dermot A. McCormack is, amikor új, hatékony eszközökről és „napsterizációról” <sup>[4]</sup> beszélt (McCormack 2002: 16, 26). Tim O'Reilly pedig maga árulja el, hogy az ő környezetében cégének, az O'Reilly Media Inc.-nek az alelnöke, Dale Dougherty kezdte első ízben használni a szakkifejezést egy belső értekezleten (O'Reilly 2005a). A szóbeszéddel ellentétben tehát nem a fogalom megalkotása, hanem elterjedése kötődik O'Reilly nevéhez, aki elsőként a 2004. október 5–7-e között San Franciscóban megrendezett, az innovatív start-up vállalatoknak szentelt internetes üzleti konferencián melegítette fel a web 2.0 zsargonját, ezzel kapcsolatos elképzeléseit pedig egy évvel később *What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software* című tanulmányában öntötte írott formába (O'Reilly 2005a). Minthogy hatástörténetileg ez utóbbi jelentősebb volt McCormack és Dougherty használatmódjánál, az ő értelmezési verzióját tanulmányozom behatóbban.

A San Franciscóban tartott konferencia kereskedelmi érdekeltsége meg is határozza a szakíró szempontrendszerét. O'Reilly egyértelműen a dot.com lufi 2000. évi kipukkanásából eredezteti a web 2.0 születését. A dot.com elnevezés azokra az internetre felköltözött üzleti vállalkozásoknak a potenciális konjunktúrájára utal, melynek a Bill Clinton-féle, az amerikai gazdaság reorganizálását célzó (a Nam June Paiktól ellopott, „információs szupersztráda” fogalmával operáló) 1992-es elnökválasztási kampány adott ideológiai tápot, de amely az ezredfordulóra illúzióknak bizonyult.

Ezek az internet általi mesés meggazdagodásban reménykedő cégek számításaik összeomlásával tönkrementek; a webnek erre a gazdasági hasznosítására utal az elnevezésben a „.com” doménnév-végződés. O’Reilly a web 2.0 fogalmát arra használja, hogy a krach utáni internetes kereskedelem feltámadását jelölje vele.

Még árulkodóbb a szerző üzleti alapú értelmezési kerete, ha az általa használt ellentétpárokat szemléljük. A dot.com buborék kidurranását megelőző, általa web 1.0-nek nevezett szolgáltatásokat azokkal a web.2.0-s szolgáltatásokkal állította szembe, melyek tömeges együttműködésre, a felhasználói információkból létrehozott adatbázisok algoritmikus elemzésére és hálózatba kapcsolására építenek. Szerinte ez a dichotómia figyelhető meg többek között a pusztán szoftverként funkcionáló Netscape böngésző és az adatbázist is építő Google keresőmotor, a kattintást figyelembe vevő DoubleClick és a testre szabhatóságon nyugvó Google AdSense üzleti modelljeinek különbségében, a központosított Akamai tartalomtovábbító szolgáltatás és a kliens-szerver felcserélhetőségét lehetővé tevő BitTorrent decentralizált hálózat szembeállításában, a könyvtárak és a címkézés, a publikáció és a részvétel, a hagyományos hierarchikus modellt követő Britannica Online és a mindenki által szerkeszthető Wikipédia kontrasztjában. O’Reilly az internetes gazdaság újjászervezése felől fürkészi az említett szolgáltatásokat, melyek kulcsfontosságú ismervét „kollektív intelligenciának” nevezi. Kiindulópontja szerint az adatforrásokra építő szolgáltatások annál hatékonyabbak, minél többen használják őket. Számára a kollektív intelligencia a felhasználók internetes aktivitásának kiaknázását jelenti, mint amilyen a Google által a jobb találati rangsor érdekében alkalmazott PageRank módszer. „Létezik egyfajta implicit »részvételi architektúra«, az együttműködésnek beépített etikája, amelyben a szolgáltatás elsődlegesen intelligens brókerként működik, a peremeket összeköti egymással, és maguknak a felhasználóknak a hatalmát használja fel” – írja. O’Reilly-nál tehát ugyan megtalálhatók azok az attribútumok, melyek utóbb a web 2.0 közhelyeivé váltak, mint a felhasználó kitüntetett szerepe, a közösségekre épülő struktúra, a részvétel, a megoszthatóság és a véleményezés, az adó és a vevő pozíciójának szüntelen felcserélődése, a felhasználók társfejlesztői szerepe, ám mindezt a szerző kereskedelmi szempontból elemzi, mivel ő a web 2.0-ben elsődlegesen az üzleti sikert és a hatékonyságot tartja szem előtt. Több mint beszédes, hogy nem annyira a felhasználók oldaláról vizsgálja ezeket a módokat, példáit szinte túlnyomórészt kereskedelmi érdekek felől méri. Bár elmondása szerint nem szereti a meghatározásokat, nagy hatású szövegének megjelentetése után egy nappal, 2005. október elsején reggel arra ébredt, hogy mégis adnia kell egy „kompakt definíciót”:

A web 2.0 olyan platformként felfogható hálózat, amely valamennyi csatlakoztatott eszközt magába foglalja; webkettes alkalmazások azok, amelyek a lehető legjobban kiaknázzák e platformnak a saját előnyeit: folyamatosan frissülő szoftveres szolgáltatásokat nyújtanak, melyek annál jobbak, minél több ember használja; több forrásból származó adatokat használnak fel, ideértve az egyéni felhasználók adatait is, miközben biztosítják, hogy saját adatait és szolgáltatásait mások is újraszervezthessék; a »részvételi építéset« révén hálózatokat eredményeznek, és túllépnek a web 1.0 »oldal«

metaforáján, hogy gazdag felhasználói élményeket nyújtsanak. (O'Reilly 2005b)

Figyelmen kívül hagyva a kételyt, hogy mennyiben „kompakt” ez a leírás, megfogalmazásmódjával O'Reilly műszaki és kereskedelmi érdeklődésű értelmezői közösséget formál magának. Ugyancsak gazdasági orientáció tükröződik abban, amikor nevezetessé vált tanulmányát követően öt évvel társszerzőként újragondolta állításait. 2009-ben megjelent *Web Squared: Web 2.0 Five Years On* című tanulmányában ahhoz a DiNucci által felvetett, a fizikai és az online világ összeolvadását prognosztizáló gondolathoz tér vissza, miszerint a világháló az okostelefonok révén a zsebünkbe költözik, és – mintha csak McLuhant visszhangozná – az emberi érzékelést kiterjesztő szenzorok a lehetőségek új tárházát nyitják meg. Affirmatív hangvételű cikkének alaptézise újfent az, hogy „a sikeres hálózati alkalmazások a kollektív intelligencia kiaknázására szolgáló rendszerek” (O'Reilly 2009). A tömegek bölcsessége számára az üzleti eredményesség miatt lényeges, terítékre sem kerül a web 2.0 kulturális-társadalmi hatásainak elemzése. Így miközben Tim O'Reilly neve összeforrt a web 2.0-vel, a főként kulturális szempontokat működtető tudományos diskurzus kevésbé reflektált arra, hogy a fogalom atyja (popularizálója) eltérő, üzleti megközelítésmódot alkalmaz.

1.5. Amit nem tett mérlegre O'Reilly, abban mutatott előrelépést Henry Jenkins számos írása. Jenkins a webkettőt döntően a kultúraelemzés irányából tárgyalta, és egy olyan kulturális elmozdulást detektált benne, amely hatást gyakorolt a kulturális termelés logikájára. Az amerikai teoretikus korábban a rajongói kultúra (*fan culture*) értelmezéséből kiindulva jutott arra a következtetésre, hogy a rajongói befogadás nem individualista módon, sokkal inkább egy szubkulturális közösség részeként történik, melynek során gyakori a rajongás tárgyát képező mű saját verziójának előállítása, folytatása, sőt az eredeti intencióknak ellenálló olvasata. Ezt a „stratégia” és a „taktika” Michel de Certeau által szembeállított különbségéből származó, a hatalmi viszonyokat kijátszó műveletet Jenkins – mint arra elsőként 1992-ben megjelent könyvének címe is utal – szövegvadorzásnak (*textual poaching*) keresztelte el (Jenkins 1992). A diskurzuselemzés felől nézve aligha kétséges, hogy Jenkins gondolati építményén és retorikáján a brit kultúrakutatás, közelebbről Stuart Hall „dekódolás” és „ellenálló olvasat” fogalma hagyott mély nyomot (Hall 2002: 423-233.). Jenkins utóbb ezt az internet által felerősített kulturális tendenciát részvételi kultúra (*participatory culture*) névvel kezdte illetni, amit egyértelműen a nagy kereskedelmi médiavállalatok által ideológiailag uralt fogyasztói kultúrával állított szembe. A fogyasztói kultúra fogalmával azonban részint az a probléma, hogy Nyugat-centrikus, sem a keleti blokk hiánygazdaságaira, sem pedig a „Harmadik Világ” szegénységkultúráira nem alkalmazható. 2006-ban publikált *Convergence Culture* című könyvében a részvételi kultúrát a fogyasztói kultúrához rendelt, passzívként tételezett nézői szerep meghaladásával kötötte össze:

A részvételi kultúra fogalma a média passzív nézőségének régebbi koncepcióival áll szemben. Ahelyett, hogy a média alkotóinak és fogyasztóinak különálló szerepeiről beszéljünk, most résztvevőként láthatjuk őket, akik olyan új szabályoknak engedelmessé lépnek interakcióba egymással, melyeket maguk sem teljesen értenek.

Nem minden résztvevő alkot egyenlő módon. A vállalatok – még a médiavállalatokban dolgozó egyének is – sokkal nagyobb hatalmat gyakorolnak, mint az egyes fogyasztó vagy a fogyasztók csoportja. És egyes fogyasztóknak sokkal nagyobb lehetőségei vannak abban, hogy részt vegyenek a feltörekvő kultúrában, mint másoknak. (Jenkins 2006: 3)

A részvételi kultúra a web 2.0 szempontjából azért lényeges, mert a kettőt vagy egymás szinonimájaként vagy utóbbit előbbi részalmazaként tárgyalják. Jenkins látható módon nem túlságosan iparkodik meghatározni, mit is ért a részvételi kultúra fogalmán, de a részvétel nála nem feltétlenül jelent egyenrangú alkotást (sőt az „interakció” azt sugallja, nem is szükségszerű kritérium az alkotás, az alkotóval való kapcsolat is elégséges). Ellentmondásos módon a fogalmat a fogyasztással állítja szembe, aztán viszont – visszabontva a közöttük lévő különbséget – már új fogyasztóknak nevezi ezeket a „résztvevőket”: „Míg a régi fogyasztókat passzívnek vélték, az új fogyasztók aktívak” (Jenkins 2006: 18).

Utóbb Jenkins határozottan tiltakozott az ellen, hogy a részvételi kultúrát a web 2.0 alternatív elnevezéseként használják, előbbit tartva őszintébbnek, autentikusabbnak és szüziesebbnak (Jenkins 2010). Négy rajongói csoportban rövid esettanulmányokként vizsgálta az otakuknak a japán animékhez fűződő viszonyát, a női sci-fi rajongók olvasatait, a hip-hop kultúrát és a számítógépes játékok gamereit. Ennek során megismétli, hogy a részvételi kultúra az ő felfogásában nem szükségszerűen azt jelenti, hogy minden résztvevő ugyanazt a dolgot műveli, és nem is feltétlenül érdemes mindenki az „alkotó” nevére. Ehelyett olyan közösség részeként kell elképzelni őket, mondja, akik hálózatba ágyazódnak, nem egyedileg és elszigetelt módon gondolkodnak, hanem egy összekapcsolt egész részeként. Amíg Jenkins szerint a web 2.0-t a vállalatok felülről irányított kereskedelmi szempontjai szabályozzák, addig az alulról, önkéntes alapon szerveződő részvételi kultúra erősebben támaszkodik a DIY (*Do it Yourself!* – *Csináld magad!*) barkácsoló attitűdjére, és pontosan a fogyasztói kultúra kritikájaként jött létre:

Ennek okáért szeretnék különbséget tenni a kereskedelmi portálokkal potenciálisan kapcsolatba hozható részvételi kultúrák és a web 2.0 között, mely kifejezetten olyan kereskedelmi gyakorlatokra utal, amelyeknek célja felhasználóik kreatív energiáinak és kollektív intelligenciáinak megragadása és kiaknázása. A »web 2.0« nem pedagógiai elmélet; ez egy üzleti modell. (Jenkins 2010)

Eltételezve a szétszalazhatóságnak attól a felettébb naiv ideáljától, amit itt a médiatudós megfogalmaz, Jenkins a részvételi kultúra fogalmát túlságosan is a rajongói kultúrákhoz köti, ami kiviláglik abból, hogy a szövegátdörzés gondolatából kiépített befogadói aktivitás 1992-es elméletét – amikor a világháló távolról sem volt a mindennapok része – elméleti aggályok nélkül ültette át a gyökeresen más technikai paraméterek között létrejövő online kultúrára. Az a rajongói kultúra, a „relikviák” gyűjtögetésétől a háztáji spin-offon át a mágnesszalagos kalózsinkronig, melyet Jenkins a fogyasztói kultúra ellenpólusaként tételez, korábban, a kábeltelevíziók és a tárcaregények időszakában is (továbbmegyek: alighanem mindig) létezett, a világháló csak jobban láthatóvá és igazolhatóvá tette ezeket. Emellett elmélete kultúrspecifikus is, Amerika-centrikus



(ide értve az 1945 utáni kulturális gyarmatosítás következtében hibriddé vált, amerikanizált Japánt is), márpedig az európai kulturális ethosz – a valláspótlékként működő diktatúrák történelmi traumái miatt – korántsem támaszkodik olyan mértékben a kultikus befogadásra, mint a *Star Wars* hoz hasonló mesefilmek látványától lelkendező hollywoodi nézőtípus. E szűk megközelítésmód miatt aztán Jenkins vak marad arra, hogy a rajongó mindig is másodlagos a rajongás tárgyához képest, és az általa magasztalt részvételi kultúrát éppúgy a markában tartja a kereskedelmi szemlélet, mint az általa kárhozott web 2.0-t.

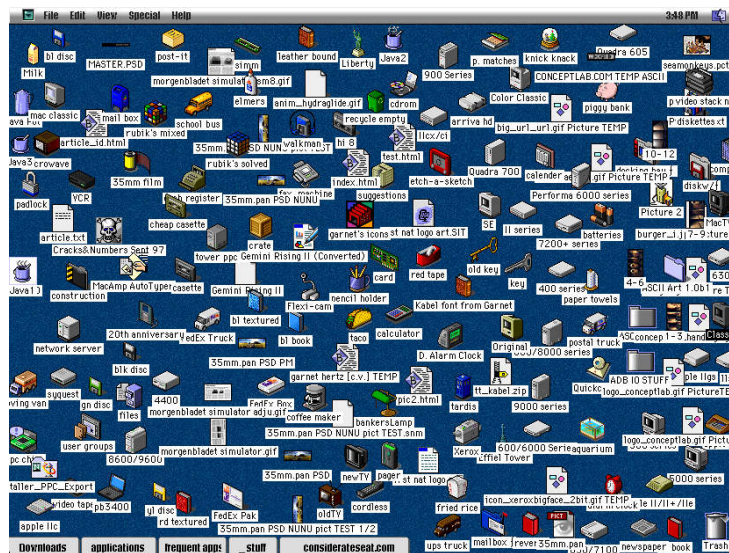
1.6. Az eddig tárgyalt szerzők közös többszöröse, hogy bár eltérő módon járták körül a web 2.0 fogalmát, elfogadták annak kategóriáját – bármit is értsenek rajta. Ezzel szemben Tim Berners-Lee, a világháló működését lehetővé tevő szabványok atyja, gyökeresen más álláspontra helyezkedett, amikor magányos szélmalomharcot folytatva elutasította a weben belüli verziószám-alapú megkülönböztetést, ezáltal a megnevezést is. 2006-ban az IBM számára készült podcast-interjúban kétségbe vonta azt a nézetet, miszerint a web 1.0 lényege a számítógépek, míg a web 2.0-é az emberek hálózatba kapcsolása lenne:

Az egész web 1.0 az emberek összekapcsolásáról szólt. Ez egy nyitott interaktív tér volt, és szerintem a web 2.0 természetesen olyan szakzsargon, amelyről senki sem tudja, hogy mit jelent. Ha a web 2.0 az ön számára a blogokat és wikiket jelenti, akkor az emberek közötti kapcsolatot jelenti. És mindvégig ezt jelentette. Tudja, valójában ez a »web 2.0« azt jelenti, hogy olyan szabványok használatosak, amelyeket a web 1.0-en működő emberek találtak ki. (Anderson 2006)

A web 2.0 forradalmiként tételezett paradigmaváltásától eljutottunk a fogalom értelmének teljes felszámolásig. Úgy tűnhetne, de meglátásom szerint Tim Berners-Lee nem troll. Állítását, mely szerint a web 2.0-nek tulajdonított ismérvek (a „felhasználó-generálta tartalom”) mindig is jelen voltak a világhálón, négy a világháló korai időszakából származó internetes művészeti (net art) projekttel igazolom, hogy e kitérőt követően visszakanyarodjak a web 1.0 és a web 2.0 egyik oldalon feltételezett, másik oldalon elvitatott különbségéhez.

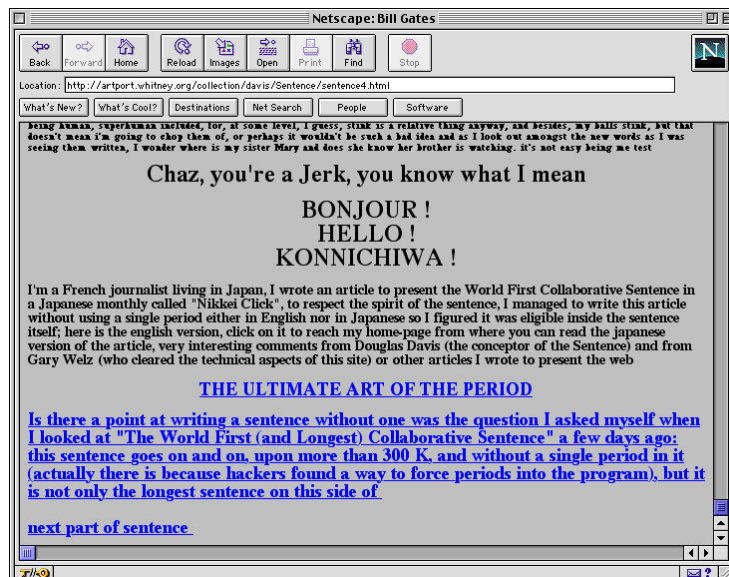
A net art diskurzusa által művészeti alkotásként értelmezett *King's X Phone-In* a brit street art művész, Heath Bunting nevéhez fűződik. <sup>[5]</sup> Bunting a világháló hétköznapivá válásának hajnalán, 1994. augusztus 5-ei időponttal a londoni King's Cross vasúti pályaudvarra meghirdetett egy játékos eseményt, amit egy internetes kávézóhoz hasonlított. Weboldalán kilistázott néhány nyilvános telefonszámot a vasútállomás környékéről, és arra kérte a világháló látogatóit, hogy hívják fel az egyik számot, majd tetszőleges témában beszélgessek el a másik oldalon a telefonkagylót felemelő járókelővel. Bunting műve az egyik legelső művészeti projekt volt az interneten, amely a technikai hálózatokat társadalmi interakcióval kapcsolta össze: a telefonhálózatot és az internetet globális emberi hálózatok kiépítésére használta fel, összekötve az online és az offline dimenziókat. Nem hozott létre semmiféle műtárgyat, csak a kereteket

biztosította. Korábbi street art munkáit a világhálóra kiterjesztve kezdeményezett olyan happeninget, melyben kiemelt szerepet játszott az avantgárd művészetre jellemző véletlen, a hétköznapi befogadó aktív részvétele, a közösségépítés – vagyis a web 2.0-nek tulajdonított kritériumok. Amennyiben a kortárs internetes formákból igyekszünk analógiát keresni Bunting alkotására, elsőként természetesen az ismeretségi hálózatok (közösségi média) juthatnak eszünkbe, például egy Facebookon meghirdetett villámcsődület, melynek a *King's X Phone-In* volt a prototípusa.



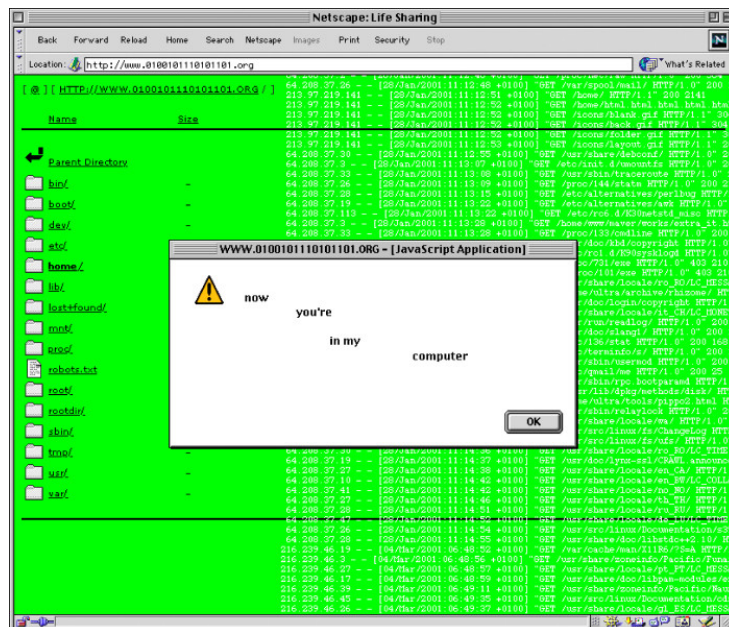
*Alekszej Sulgin: Desktop Is.*

A másik korai netművészeti alkotást Alekszej Sulgin (Alexei Shulgin) jegyzi, aki *Desktop Is* című 1998-as művében a számítógép egyik alapvető grafikus felhasználói felületét, az „asztal” (*desktop*) metaforáját hasznosította újra, ahogyan korábban az ablakmetaforát alkalmazta a gótikus templomépítészet, Leon Battista Alberti perspektívaelmélete, a televízió korai szakírói és a Microsoft cég Windows nevű operációs rendszere. Sulgin arra kérte a „felhasználókat”, hogy készítsenek képernyőfelvételt számítógépes asztalukról, melyet aztán ő virtuális múzeum gyanánt kiállíthat a honlapján. [6] Jóllehet a résztvevők asztalainak háttérképe, ikonjainak és mappáinak elrendezése vizuális interpretációt is lehetővé tesz, lényegesebb aspektus, hogy a mű a mail art alkotásokat remedializáló kapcsolatművészetet, a talált tárgyakat, a meghatározatlanságot, a nyitott művet emelte új szintre. Az alkotók nyilvánosan osztották meg személyes kézjegyükről tanúskodó felvételeiket, ezáltal pedig virtuális közösséget hoztak létre. Sulgin projektje is megágyazta a talajt egy mai web 2.0-es technológiának, utólagos nézőpontból az eredetileg képmegosztásra használt Instagram fapados változatának tűnik.



*Douglas Davis: The World's First Collaborative Sentence.*

A harmadik net art alkotás Douglas Davis *The World's First Collaborative Sentence* című, rendkívül korai, 1994-ben indult szöveges alapú projektje, amely ténylegesen is együttműködésen, közös szerzősége alapszik, amennyiben e mondatszörnyet bárki, bárhol, bármiféle korlátozás nélkül folytathatja. [7] A projekt lényege nem az olvashatóságban és a hipertextuális kapcsolódási pontokban van, sokkal inkább a gesztusértékű kísérletben. Ez a folyamatos befejezetlenségben lévő nyitott mondat nemcsak a későbbi blogokat és a potenciálisan véget nem érő hozzászólásokat alapozta meg, de még egyértelműbb módon előképe a 2001-ben alapított Wikipédia típusú szabadon szerkeszthető online enciklopédiáknak és más wikiknek, melyek szintén a nyílt forráskód és a közösségi alkotás talaján nyugszanak.



*Eva és Franco Mattes Life Sharing.*

Végezetül a negyedik alkotás a provokatív netművészeti alkotásaikról (a Vatikán honlapjának digitális eltérítéséről, vagy latin nyelvű vallásos szövegekbe észrevétlenül becsempészett szlengokról és pornografikus tartalmakról) ismert (pontosabban: nem ismert) Eva és Franco Mattes *Life Sharing* (2000–2003) című projektje. [8] A szerzőpáros a valódi személyes levelezéstől kezdve a fájlok és bankszámlákon át a legintimebb részletekig éveken keresztül szabadon elérhetővé tette az interneten keresztül számítógépük teljes tartalmát, melyhez bárki jelszó nélkül hozzáférhetett. A két művész e radikális gesztusa és anagrammatikus nyelvjátéka (life sharing / file sharing) a virtuális világok, a hálózati kultúra és az önreprezentációk azon tendenciájára irányította rá a figyelmet, melyben az élet megosztása a fájlok megosztásával azonosítódik, a privát és a nyilvános szféra közötti határ pedig elmosódik. A *Life Sharing* nemcsak a web 2.0 egyik központi rutinjává váló megosztás, hanem a privát információkat nyilvánossá tevő közösségi média gyakorlatai előtt is – ironikusan – egyengette az utat.

Visszatérve Berners-Lee bírálataira, a négy korai netművészeti alkotás alapján úgy tűnhet, hogy a web 2.0 neologizmusával az elméletalkotók csak a meleg vizet találták fel újra, de nem változott semmi. Mindegyik egyfajta előőrse valamely web 2.0-es gyakorlatnak, ugyanúgy közösségekre, részvételre épülnek, közülük az első három a felhasználói tartalom létrehozásához csupán a kereteket biztosítja. Ennek függvényében eltörlődik-e a különbség a web 1.0 és a web 2.0 között, ahogyan a világháló atyja állítja? Értelmetlenné válik-e a web 2.0 fogalma? Úgy hiszem, nem. A különbség azonban nem a technológiai paradigmaváltásban van (végső soron ennek hiányára utalt a fizikus, tehát műszaki érdeklődésű Tim Berners-Lee), sokkalta inkább kulturális gyökerű. Azok a technológiák, melyek az átlagember részvételét – legyen az tartalom-előállítás, társalkotói szerep vagy egyszerű hozzászólás – megteremtették, potenciálisan valóban mindig is jelen voltak a világháló 1993-4-es popularizálódása óta.

1.7. Most akkor kukába lehet-e dobni azt a fent említett közhelyet, hogy a „web 2.0 gyökeresen átalakította a 2000-es évek médiatájképét”? Ha egyetértünk Berners-Lee állításával, miszerint a webkettő mindig is ott volt a világhálón, akkor a „forradalom” önmagát számolja fel. Amíg az 1990-es években az egyirányú kommunikáció volt domináns a világhálón, a 2000-es évektől felerősödött a kétirányú kommunikáció, ahol az alkotói és befogadói szerepek folyamatosan cserélődnek, legalábbis instabillá válnak. Vagyis a publikációs szereptől („push media”) a világháló a felhasználói alkotás („pull media”) felé mozdult el. Szükséges ugyanakkor észben tartanunk, hogy már a '90-es évek egyes művei előrevetítették a web 2.0 később általánossá váló tendenciáit. Tapasztalataim szerint ha a fent említett net art alkotásokat megmutatjuk olyanoknak, akiket a „digitális bennszülöttek” kifejezéssel szoktak illetni, előre kalkulálható módon fanyalogva fogják azokat fogadni, és azon értetlenkednek, hogyan tekinthették ezeket valaha művészetnek. Ezt a hermeneutikai (vagy a verziószámoknál maradvány, szó szerint és metaforikusan is: generációs) távolságot azonban nemhogy nem szabad a szőnyeg alá söpörni, éppen ellenkezőleg, ki kell hangsúlyozni, mert meglátásom szerint ebben rejlik a web 1.0 és a web 2.0 különbségének egyik kulcsa. Amíg a más alkotásába történő beavatkozás lehetősége, a voyeurizmus és a személyes életutak követése a '90-es években rendkívülinek számított, utóbb a *King's X Phone-In*, a *The World's First Collaborative Sentence*, a *Desktop Is* és a *Life Sharing* kérdésselvetései banálissá váltak. Nem szabad azonban elfelejteni: azt, hogy ezek a művek mára elavultként értelmeződnek át, éppen természetessé válásuk okozta, amit viszont az avantgárd hagyományokból építkező internetes művészeti projektek alapoztak meg. A Facebookra, az Instagramra, a Wikipédiára, a személyes vlogokra és a megosztás-kultúrára emlékeztető voltak jelzi előfutár-szerepüket. Küldetése szerint az avantgárd mindig is megelőz, a 20. században az avantgárd elitizmusát a popularizálódás, a tömegessé válás követte. Semmi új nincs tehát a nap alatt. Amíg az 1920-as évek kísérleti filmjeinek montázsesztétikája és szürrealizmusa avantgárdnak számított, a szórakoztató filmekben és a videoklipekben való tömegessé válásuk felszámolta rendkívüliségüket. A Bauhaus építészetét a lakótelepek funkcionalizmusa iparosította. John Cage zenei performanszai ma sokak szemében azért értéktelen vackok, mert azokat a DJ-k és a hip-hop zenészek professzionalizálták, de történetileg is kimutatható, hogy előbbieket inspirálta az utóbbiakat. Az avantgárd vizuális

szimfóniák (absztrakt animációs filmek) vagy Nam June Paik *Global Groove* című videoművészeti projektjének jelentőségét mára az MTV zenecsatornán futó videoklipek utólagos pozícióból homályosították el. Ugyanez a sorminta következett be a web 2.0 esetében is: a korai internetes művészeti projektek alapkérdéseit tették mindennapossá, így státuszuk is megváltozott, művészetből tömegkultúrává lettek. <sup>[9]</sup> Technológiai értelemben kétségkívül releváns Berners-Lee kritikája, de kulturális vonatkozásban azt a kulcsfontosságú különbséget, melyet ezeknek a gyakorlatoknak az elterjedése okozott, nem eltörölni, hanem nyomatékosítani szükséges. Berners-Lee azért nem lát különbséget web 1.0 és web 2.0 között, mert alapvetően informatikai, technológiai szempontból szemléli az internetet, és innen nézve igaza is van, a kevesek felől a tömegesedés felé való elmozdulás azonban igenis különbséget jelent, kulturális különbséget.

A web 2.0 nem annyira technológiai változást, mint inkább kommunikációelméleti különbséget, eltérő használatmódot, kulturális attitűdváltozást jelent, amely az átlagemberek részvételének nagyobb *lehetőségét* teremtette meg. Itt a részvétel fogalmát szélesebb értelemben fogom fel, amely magába foglalja az egyedi és a kollektív alkotást, a visszacsatolást, a tapsot (kedvelést), a véleményezést és a megosztások általi sokszorosítást is. Ezzel igyekszem kiküszöbölni azt a gyakori kritikát, mely szerint sok felhasználó nem résztvevő, hanem „lurker” (leskelődő). A „90-9-1 szabály” szerint a közönség 90%-a sohasem interaktív a világhálón (társadalmi, nem fizikai interakcióról van szó), 9%-a alkalmanként vesz részt közösségekben, és csupán egy százaléka rendszeres résztvevő (Snickars és Vonderau 2009: 12). A közösségi aktivitás azonban véleményem szerint nem azt jelenti, hogy mindenki alkot, vagy hogy egy művet közösen készítenek, hanem inkább azt, hogy az emberek a részvétel lehetősége révén közvetlen hatást gyakorolnak egymás tevékenységeire. Az Instagram kulturális-esztétikai vizsgáló könyvében Lev Manovich például azt hangsúlyozza, hogy a szolgáltatás döntő eleme az állóképek és a mozgóképek megalkotása helyett az azok megosztása révén létrejövő hálózati közösség (Manovich 2017: 41).

Nem értek egyet Jenkins azon megkülönböztetésével, amely a részvételi kultúrát valamiféle szeplőtlen fogantatásnak tartja a webkettőhöz képest. Kétségtelen, hogy a web 2.0-t kereskedelmi célú szolgáltatások katalizálták, ennek ellenére nincs technológiai akadálya, hogy ezeket kikerülve hozzunk létre alternatív keretrendszereket. Mert vegyük észre, hogy a ma népszerű szolgáltatások tekintélyes hányada underground pozícióból duzzadt gigantikus hatalmú óriásvállalattá. A Yahoo! céget a Stanford Egyetem két diákja, David Filo és Jerry Yang apró vállalként alapította 1994-ben. A Google keresőszolgáltatás 1998-ban két doktorandusz, Larry Page és Sergei Brin Menlo Parki garázsából indult. A YouTube-ot három hétköznapi pénzügyi alkalmazott, Jawed Karim, Chad Hurley és Steve Chen alapította egy kaliforniai pizzéria épületében. A Facebook 2004-ben a Harvard Egyetem zárt, kollégiumi projektjeként indult. A WhatsAppot 2009-ben részben egy ukrán menekült, Jan Koum alapította titkosított üzenetküldés céljára, és nem monetizálták a szolgáltatást. Se szeri, se száma azoknak a garázsprojekteknek, melyek alternatívából emelkedtek fel a mainstreambe. Ez a néhány kiragadott példa azt igazolja, hogy kereskedelmi alapon nem érdemes különbséget tenni az úgynevezett „részvételi kultúra” és a „web 2.0” között, mert a kulturális és üzleti logikák kereszteződhetnek, és temporálisan is változhatnak.

A fenti elméletek csoportokba rendezésével a web 2.0-nek három eltérő interpretációs hagyománya rajzolódik ki: 1. informatikai-technológiai (Darcy DiNucci, Dermot McCormack, Tim Berners-Lee), 2. üzleti-közgazdaságtani (Dermot McCormack, Dale Dougherty, Tim O'Reilly) és 3. kulturális-társadalmi (Lev Manovich, Henry Jenkins). Minthogy ezek eltérő megközelítéseket alkalmaznak, bizonyos fokig szükségszerűen elbeszélnek egymás mellett, más és más aspektusokat domborítanak ki, így óhatatlanul partikulárisak. A technológiai az interaktívabb webes felületet, a kereskedelmi a felhasználói magatartásból származó adatok üzleti célú kiaknázását hangsúlyozza, míg a kulturális szempont a laikusok felhatalmazására, részvételére helyezi a súlypontot. Berners-Lee a technológiai látásmód foglyaként kevésbé veszi észre a kulturális változást, O'Reilly kereskedelmi nézőpontja miatt reprezentálja alul azt, Henry Jenkins pedig idealisztikus kulturális felfogása miatt marad vak a részvétel üzleti tényezőire. Magam a webkettőt inkább kulturális eltolódásként definiálom, amely megszüntette az elitek alkotói, terjesztői és információs monopóliumát, ugyanakkor technológiai (és ebből következő: kereskedelmi) aspektusai is vannak, mivel az egyes szolgáltatások előregyártott, könnyen kezelhető keretet biztosítottak a webszerkesztésben járatlan hétköznapi felhasználó számára (és ennyiben a webnek technológiailag is valóban létezik „második generációja”). Az, hogy a web 2.0 összetett jelentései közül mára a „felhasználó generálta tartalom” kanonizálódott, azt sejteti, hogy a technológiai-üzleti értelmezés fölött a kulturális meghatározás győzedelmeskedett. Minthogy ennek folytán a webkettő inkább a kultúra szférájához sorolódik, a kulturális dimenzió megértéséhez a szabatos definíciók kényszere helyett hatékonyabb azokat a kulturális-politikai feltételeket a vizsgálódás tengelyébe állítani, amelyekbe beágyazódva kitejlesedhetett, illetve azokat a hatásmechanizmusokat kell nagyító alá venni, melyeket elterjedésével előidézett. Erre tesz kísérletet a tanulmány második fele.

## 2.0. A decentralizáció és a centralizáció dialektikái

2.1. A web 2.0 párhuzamos történeteket szült, újratermelve a technofília és technofóbia közötti ellentétet, mely a médiatörténetben ciklikusan tér vissza, ironikusan mutatva rá arra, hogy milyen rengeteget szoktunk tanulni a médiumok korábbi tapasztalataiból. Szinte valamennyi „rég” és „új” médium viszonyában lezajlott már ez a verbális késdobálás, a szóbeliség és az írásbeliség közötti váltástól (lásd Platón kritikáját a külső memóriáról a *Phaidroszban*) a könyvnyomtatáson át (lásd az olvasás feltételezett erkölcsromboló hatásáról szóló érveket) a televízióig (mely, Neil Postman klasszikus könyvét idézve, „halálra szórakoztat minket”) és a videojátékokig (melyek egyes narratívák szerint agresszióra szocializálnak). Mindezek nem mások, mint a technológiai determinizmus régebbi és újabb keletű kiadásai, miszerint a médiumváltások egyirányú módon valamilyen kultúrát előnyben részesítenek. Ezzel szemben úgy látom, hogy a webkettő nem annyira a technológiai modernizáció függvénye, mint inkább azokban a kulturális-politikai jövőképekben gyökerezik, melyek a 20. században még távoli vágyálomként születtek, de a 21. század első felében az internetes struktúrák révén beteljesedni *látszottak*. Az alábbiakban három gyűjtőfogalom köré csoportosítva arra keresem a választ, hogy milyen ideológiák alapozták meg a web 2.0 kulturális értelmezését. Ugyanakkor ezekre az elméletekre és utópiákra csak utalásszerűen hivatkozom, mert „archeológiai” műveleteimmel ezúttal a kapcsolódási pontok bizonyítása a célom, vagyis az, hogy a web 2.0 nem a Mú szigetéről érkezett, hanem széles politikai, kulturális kontextusba ágyazódik, azok logikus folytatása.

2.2. Az első és talán legfontosabb ideológia a részvételi paradigma felemelkedése volt, mely a közönségnek a korábnál eltérő szerepet szánt, ami a keresztségben leginkább az „aktív” jelzőt kapta. Delwiche és Henderson *What is Participatory Culture?* című áttekintésükben a részvételi kultúra karriertörténetével igyekeznek számot vetni (Delwiche és Henderson 2013: 3-9.). Történeti periodizációjuk során négy korszakot különböztetnek meg. Az első, 1985 és 1993 közé datált szakaszt a felemelkedés időszakának nevezik, és olyan világháló előtti, de internetes hálózatokat és adatszerező rendszereket sorolnak ide, mint az eredetileg katonai kommunikációra létrehozott ARPANET és a korlátozott hozzáférésű BBS (Bulletin Board System), melyek megelőzték a civil alkalmazást, vagy csak bizonyos civil körök (kutatóintézetek, egyetemek) számára voltak elérhetők. Ugyanakkor a kultúraelemzés területén is olyan módosulást látnak, melyek a közönséget immár nem passzívnak kezdték látni. Ilyen mérföldkőnek tekintik John Fiske-nek a televízióhoz felforgató értelmezésére utaló „szemiotikus demokrácia” fogalmát, amely végső soron megtermékenyítette a rajongói kultúra Jenkins-féle elemzéseit, továbbá a *Dallas* című szappanoperára (Ien Ang), a romantikus elbeszélések női olvasataira (Janice Radway) és a számítógépes virtuális közösségekre (Howard Rheingold) összpontosító fejtegetéseket. A második fázist a világháló felemelkedéséhez kötik (1994–1998), és itt Manuel Castells „hálózati kultúra” fogalmát tartják döntőnek, melynek tézise szerint a központ nélküli hálózatok radikális kultúraformáló képességgel rendelkeznek. A harmadik, 1999 és 2004 közé eső etapot – Benedict



Anderson „nyomtatott kapitalizmus” fogalmát idéző módon – a „nyomógombos közzététel” (*push-button publishing*) metaforájával látják el. Ezen a szakértelmet igénylő programozási műveleteket helyettesítő felhasználóbarát keretek (Blogger, LiveJournal, MySpace, Facebook) elterjedését értik, amelyek ténylegesen hétköznapivá tették a publikálási lehetőségeket. A negyedik fázist szerintük a mindenütt jelenlévő kapcsolatok és a kis méretű mobileszközök dominanciája jelenti, és a váltást egyértelműen a 2005-ben megjelenő videomegosztó oldalhoz, a YouTube-hoz kötik.

Delwiche és Henderson áttekintése véleményem szerint rendkívül szűk, és nem vet számot azokkal a kulturális (és nem technikai-technológiai) mozgatórugókkal, melyek a részvételi paradigma ideológiájához vezettek. A részvétel, az interakció és a közönség emancipálásának utópiái jóval régebbi múltra tekintenek vissza, a 20. század művészettörténete és meghatározó filozófiai elméletei mind ebbe az irányba mutatnak. Ami az előbbit illeti, a 20. század esztétikai tendenciái leírhatók az alkotói folyamatba való nézői bevonódás szüntelen kísérleteként is, a szerző és a befogadó közötti falak lebontása érdekében. Ez az „interaktív fordulat” figyelhető meg a történeti avantgárd, kiváltképpen a zürichi dadaizmus véletlenül alapuló és a közönség irányába nyitott performanszainál, John Cage-nek az indeterminizmuson alapuló zenei-performatív opuszaiban, a neoavantgárd happeningek és performanszok nyitottságában, Joseph Beuys „társadalmi szobraiban”, a mail art kapcsolatművészetében, Richard Ross „részvételi művészetében” (*participatory art*), a videoművészet és a korai műholdas esztétikai kísérleteknek a közönség részvételén nyugvó játékos projektjeiben, vagy az „interaktív művészet” elnevezésében. Nam June Paik *Participation TV* (1963) című képmanipulációs videoműve ironikusan rá is játszott az egyirányúsága miatt a művészek körében előszeretettel pellengérré állított televízió egyik kedvelt műfajára (a „participation tv” eredetileg a televíziós vetélkedőket jelölte). A műalkotásnak a közönség / néző / olvasó / befogadó / fogyasztó irányába történő kiterjesztése tehát széles tendenciát jelent, melyből kiindulva Inke Arns arra a következtetésre jut, hogy a 20. század esztétikai kísérletei „a zárttól a »nyitott« műalkotás, a statikus tárgytól a dinamikus folyamat, a kontemplatív befogadástól az aktív részvétel felé” tartanak (Arns 2004). Az irodalomértelmezésben hasonló irányvonal figyelhető meg, amely az alkotóról (a szerzői életútról) előbb a szövegre (formalizmus, strukturalizmus), majd az olvasóra (irodalmi hermeneutika, recepcióesztétika) helyezte át a hangsúlyt. A művészetelméletekben és filozófiai művekben ugyancsak nyomon követhetők az ezekkel analóg törekvések: a brechti rádióelmélet, a Roland Barthes-féle olvasható / írható dichotómia, a szerző halálának foucault-i és barthes-i koncepciói, a derridai dekonstrukció, az Umberto Eco-féle nyitott mű, August Boal Elnyomottak Színháza koncepciója, az alárendeltek (*subaltern*) nyelvének posztkoloniális vizsgálata, a Nicolas Bourriaud megalkotta relációesztétika mind-mind előkészítették a talajt a webkettes részvételiség számára. Ezeket a kísérleteket költöztette át a világhálóra a korai internetes művészet, mely döntően kapcsolatépítéssel kísérletezett.

Mint a kiragadott művészettörténeti példákából látható, a 20. században mindenképp az avantgárd műalkotásokhoz társul a részvétel fogalma. A web 2.0 viszont tömegesítette, ezáltal

természetessé tette a felhasználói részvételt, így végső soron visszavezette a hétköznapi használat szintjére. A „művészet” és az „élet” efféle összeolvadása, mely egyes teoretikusok (mint Peter Bürger) szerint az avantgárd célkitűzését jelentette, nem először történt meg a kultúra történetében (Bürger 2010: 65). Bürgerrel egybehangzóan Andreas Huyssen azt állítja, ironikus (szerintem meg egyenesen szükségszerű), hogy nem az avantgárd, hanem a „kultúripar” vezette vissza az „életbe” a „művészetet”:

Ironikus módon a technika segített elindítani az avantgárd műalkotást és annak hagyománnyal való gyökeres szakítását, de aztán a mindennapi életben elszívta a levegőt az avantgárd elől. A kultúriparnak, és nem az avantgárdnak, sikerült átalakítania a mindennapi életet a 20. században. És mégis, az ezt követő kizsákmányolás eufemisztikus módon tömegkultúrának nevezett rendszerében a történeti avantgárd utópisztikus reményei megőrződtek, még ha eltorzított formában is. (Huyssen 1986: 15)

Ugyanez a dialektikus logika tért vissza a web 2.0 esetében, amely a 20. század progresszív esztétikai kísérleteinek vesszőparipáját, nevezetesen a részvételt a mindennapi életben tette tömegessé (és most a mi szempontunkból lényegtelen, hogy „eltorzított formában”, mint Huyssen mondja, vagy „hamisan”, mint Bürger állítja [Bürger 2010: 65]), előidézve a részvétel privilegizált státuszának megszűnését. Az avantgárd annak az előcsapatnak a neve, melyet a többiek követnek.

**2.3.** A részvétel melletti másik ideológiai mozgatórugó a web 2.0 mögött meglátásom szerint a „tömeg” rehabilitálása, a „fogyasztót” érintő lekicsinylő állítások miatti filozófiai büntudat volt. A negatívan értelmezett tömegkultúra és közönségének megítélésére kiváltképpen Max Horkheimer és Theodor W. Adorno nagy karriert befutott – Huyssen iménti idézetében is aktualizált – fogalma, a „kultúripar”, a szórakoztató árucikké tett kulturális tömegtermék nyomta rá erősen a bélyegét: „A nézőnek ne legyen szüksége saját gondolatokra: a termék ír elő minden reakciót, mégpedig nem tárgyi összefüggése révén – amely szétesik, mihelyt igénybe veszi a gondolkodást –, hanem jelzések útján. Kínosan kerülnek minden olyan logikai kapcsolatot, amely szellemi erőfeszítést tételez fel” (Horkheimer és Adorno 1990: 170). Adorno és Horkheimer a közönséget szerény értelmi képességekkel rendelkező, a tömegáru ideológiája által leszedált konzumidiótának tartotta. Gustave Le Bon sem volt sokkal szebb véleménnyel a tömegről: „A logikai következtetési láncolat a tömegeknek teljesen érthetetlen, ezért mondhatjuk, hogy nem gondolkoznak, illetve hamisan gondolkoznak és következtetéssel nem befolyásolhatók” (Le Bon 1913: 62). A tömegmédiá reprodukciós képességével létrejövő új kulturális tájképre kritikailag rákérdező korai médiaelméletek szintén passzívnak állították be a „fogyasztót”, amire a lasswelli lövedékelmélet, a lazarsfeldi „kétlépcsős hatás”, de még az ezeknél kevésbé éles framingelmélet és a hallgatási spirál fogalma is egyértelműen utal. <sup>[10]</sup> Kifejezetten a hatvanas évektől kezdődően azonban megkérdőjeleződött ennek a leegyszerűsítő interpretációnak az érvényessége, amit olyan, az előbbiekkal ellentétes álláspontok képviselnek, mint Raymond Williams kultúraelemzése, a kritikai kultúrakutatás birminghami iskolája, a kialakult és ellentétes olvasatokra a figyelmet felhívó Stuart Hall-féle kódolás / dekódolás, Certeau taktikaelmélete, a populáris kultúra iránt

megélnékülő érdeklődés, melyek mind szemben álltak a fogyasztó passzivitását tételező teóriákkal. Végző soron emiatt, a kultúripar cáfolatát tételezve üdvözölte Henry Jenkins is a rajongói aktivitást. A frankfurti iskolát, ahová Adornóék is tartoztak, kezdte lecserélni a birminghami iskola, olyannyira, hogy a szélsőséges tézisek és antitézisek egymást váltó, megszokott forgatókönyve szerint most meg gyakorta a ló túlsó oldalára estek: a populáris kultúrában szinte semmi mást nem láttak, mint a hivatalos kultúrával szembeni ellenállást, a domináns kultúra felforgatását, az elnyomottak és kismizettek küzdelmét, melyet korábban mint meg nem értett félresöpörtek. A web 2.0 ideológiái – mint az a tanulmány bevezetőjében jelzett ellentétpárokból látható – a birminghami iskola szellemében pozitívrá hangolták át a tömegesség fogalmát, amit kollektív intelligenciának, a tömegek bölcsességének neveztek, és felemelésüket az egyenlőségelv, illetve a kiterjesztett hatalomgyakorlás *empowerment*nek elkeresztelt utópiája jegyében támogattak.

2.4. A harmadik ideológiai összetevő a hétköznapi élet iránti érdeklődés megélnékülésére vezethető vissza (a „hétköznapi” és az „élet” az avantgárd bürgeri elméletében is kiemelt hangsúlyt kapott). Ebben a folyamatban az úttörő szerep alighanem a történettudományt, méghozzá a francia Annales iskolát illeti. Szemben azzal, hogy korábban szinte kizárólag a rendkívüli események és a rendkívüli emberek vizsgálatát tartották történetileg fontosnak, azt is felülnézeti (köztörténeti) szempontból, Fernand Braudel 1958-ban széleskörűen kezdte kiaknázni a lassan változó struktúrákra alkalmazott „hosszú időtartam” (*longue durée*) koncepcióját. Ennek nyomán Natalie Zemon Davis a 16. századi francia kismembereknek (*menu peuple*) szentelte kutatását, míg Braudel terjedelmében is grandiózus könyvet írt a „mindennapi élet struktúráiról” (Davis 2001; Braudel 2004). Az Annales megtermékenyítette azokat a történetírói irányzatokat, a történeti antropológiát, a mindennapi történelmet (*Alltagsgeschichte*), az új kultúrtörténet, a mikrotörténelmet, melyek mind a hétköznapi emberek, a néma többség alulnézetből történő vizsgálatára hegyeződtek ki, és korábban parlagon hagyott témákat kezdtek kutatni, a bűnözés társadalmi konstrukciójától kezdve a női szerepek változásain át a 16. századi molnár világmépe nek mentalitástörténeti elemzéséig (Gyáni 1997: 151-161.). Nyilván nem véletlen, hogy a kultúrakutatás brit iskolája is éppen ettől az időtől fogva kezdett érdeklődést tanúsítani „a teljes életformaként” felfogott hétköznapi kultúra iránt, amely Raymond Williamsnek abban az ugyancsak 1958-ban megfogalmazott mantrájában összegződött, hogy „a kultúra hétköznapi” (*culture is ordinary*) (Williams 1958: 74-92.). A következő évtizedek kutatópolitikájában érezhető elmozdulás figyelhető meg a magaskulturális művektől az azt megelőzően megvetett populáris kultúra és a marginalizált csoportok (nők, feketék, munkások, melegek, bevándorlók) kultúrája iránt, míg az elitista művészettörténet egyeduralmát a mindennapokra koncentráló vizuáliskultúra-kutatás törte meg. Michel de Certeau nevezetes könyvének címében is kifejezte kapcsolódását Braudel munkájához: Certeau a „mindennapok gyakorlatait” helyezte előtérbe, és végző soron a hangtalan, anonim átlagemberek leleményességeinek igyekezett hangot adni (Certeau 2010). A Foucault-féle „fegyelmező társadalom” kritikájából kiindulva azt állította, hogy a mindennapi gyakorlatok fejelemellenesek lehetnek, a hatalom struktúráit saját helyükön fordíthatják ki, és „taktikainak” nevezte el „a passzívnak tekintett felhasználók cselekvéseit a meglévő rendszerekben” (Certeau

2010: 15-19.). Az internet egyik őse, az amerikai ARPANET számítógépes hálózat is a hétköznapiak felé mozdult el, amikor katonai alkalmazását egyre inkább oktatási-kommunikációs szerep váltotta fel. A Braudeltől az internetig terjedő genealógiai ívet megrajzolva Certeau fogalmát ültette át a web 2.0-re Lev Manovich, amikor az alkotás és a terjesztés online formáinak elterjedésével arra kérdezett rá, de csak kérdezett, hogyan változtatja meg mindez az elitek és a tömegek, az esztétika és a kultúra viszonyát, végső soron lehetséges-e a művészet a web 2.0 után (Manovich 2011). Ugyancsak Manovich volt az, aki az Instagram-esztétikában a 20-as évek modern dizájnjának tömegesedését látta, amit „digitális minimalizmusnak” keresztelt el, melynek azonban múltbeli előzményével ellentétben többé már nem a magaskultúra az állandó viszonyítási pontja (Manovich 2017: 98). Láthatóan a mindennapok és a hétköznapi emberek kutatása mind a historiográfia, mind az irodalomtudomány, mind a filmelmélet, mind a művészettörténettel szembehelyezkedő vizuáliskultúra-kutatás, mind pedig a filozófia szintjén hasonló rugóra jár, szélesebb ideológiai rendszerbe ágyazódik. [11]

2.5. A három ideológia, nevezetesen a részvétel, a tömegközönség és a hétköznapi emancipációjának esztétikai-társadalmi elemzései mögött főként baloldali gyökerű politikai utópiák állnak, melyeket a hatvanas évektől már közvetlenül a számítógépes eszközökre is áthangoltak. A történeti avantgárd is – egyes teoretikusok szerint legalábbis, mint amilyen Peter Bürger – a művészeti és a társadalmi forradalmat egyszerre akarta végrehajtani, mi több a művészet eszközeivel igyekezett felgyorsítani a politikai átalakulást (Bürger 2010). Paradox módon az avantgárd imád tömegesedésről beszélni, de közben gyógyíthatatlanul elitista. Az alkotás és a terjesztés folyamatainak a hétköznapi átlagember felé való kiterjesztését előszeretettel illetik a demokratizálás fogalmával, amely mögött implicit módon az az elgondolás munkál, hogy a hozzáférés kibővítése automatikusan vezet a demokrácia expanziójához. Ez határozta meg a hippie örökséggel is felvértezett Theodore Nelson, a hipertext fogalmának megalkotóját, aki főként az utasításokon alapuló iskola hierarchikus rendszerének lebontásával példázva fejtette ki, hogy „[a]kik az országot nagyra tévő eszméken – mint szabadság, pluralizmus, gondolat- és szólásszabadság – nőttek fel, aligha zárkozhatnak el egy ilyen nyitás ígérete elől”, mint amit a hálózatos információszervezési modell lehetővé tesz (Nelson 1996). Szintén a decentralizáltság politikai utópiája okán adaptálták Félix Guattari és Gilles Deleuze botanikai metaforáját, a rizómát az internet non-hierarchikus fizikai szerkezetére (Deleuze és Guattari 1996: 1-17.). Árukladó módon politikai retorika tükröződik a jelentős karriert befutott, a „felhasználó” hatalomhoz juttatását jelölő „empowerment” terminusában. Magának a részvétel fogalmának az expanziója is azt mutatja, hogy a „részvételi kultúra” elnevezés komplex és tág hatókörű eszmerendszerbe ágyazódik, mint amilyen a képviselési demokráciát leváltani vágyó „részvételi demokrácia”, vagy a laboratóriumi steril környezet helyett a terepen történő, alulnézeti megfigyelésre utaló antropológiai módszer, a „résztevő megfigyelés” (*participant observation*). Hasonló tapasztalható a *communitas* ideológiáját magába foglaló, a tulajdonviszonyok átalakítását, közös birtokba vételét célzó újbaloldali neologizmusok elterjedésében. Ilyen az amatőr hírközlésre utaló közösségi / civil / részvételi újságírás (*citizen journalism*), a szocialista utópiákból kiágazó közösségi média (*social media*), az individuális szerzőséget megkérdőjelező, Roland Barthes és Michel Foucault

szerzőségelméletei által megtermékenyített „prosumer” (producer + user: az alkotó és fogyasztó elválaszthatatlansága), a közösségi kreativitás vagy „kollektív intelligencia”, a hétköznapi civilek pénzügyi segítségére támaszkodó közösségi finanszírozás (*crowdfunding*), mint az 2008-ban alapított Indiegogo, a privát vagy nyilvános földek együttműködésen alapuló művelésére utaló közösségi kertészet (*community gardening*), a földmegosztás (*land sharing*) programja, ahol a bőség kosarából mindenki egyaránt vehet, a közautózás (*carsharing*), vagy a internetes kultúra ingyenes cseréjét jelölő ajándékgazdaság (*gift economy*).

A példák világosan árulkodnak arról, hogy az ideológiák, melyek a web 2.0-t körülbástyázzák, egy irányba konvergálnak. Olyan alternatív közgazdaságtani és társadalomszervezési koncepciók ezek, melyek a domináns kapitalista modellekkel szegülnek szembe, és a létező hatalmi struktúrákkal szembeni ellenkulturális lázadás jellemzi őket. Háttérükben a hatvanas évek ellenkultúrájából származó politikai, társadalmi és kulturális utópiák állnak, melyek a médiaipar („kulturipar”) kapitalista működésével szemben fogantak meg. A ’68-as nagy ívű eszmék összefűzéséből virágzott ki az úgynevezett „kaliforniai ideológia”, melynek hívei az újfajta eszközök révén igyekeztek megvalósítani az akkor kerékbe tört alternatív kultúrát, vagyis elgondolásaik szerint az új számítógépes találmányok vezetnek majd el a társadalom megváltoztatásának sikeréhez (Barbrook és Cameron 1997). A kaliforniai ideológia a „geekek” (számítógépbuzik) műszaki és az ellenkultúra művészeti beállítottságának a kombinációja, mely azért kapta ezt a nevet, mert mind a ’68-as politikai utópiák egyik szellemi központja, mind pedig az innovatív technológiák centruma Kaliforniában, a Scott McKenzie dala által kultikussá vált San Franciscóban, illetve a Szilícium-völgyben volt. Ilyen társadalmi utópiákkal fordult a technológiához Gene Roddenberry, aki az ötletgazdája volt a számos későbbi találmányt (mobiltelefon, headset, VR-sisak) inspiráló *Star Trek* science-fiction sorozatnak, amely Uhura hadnagy révén a nők és a feketék (sőt: a fekete nők) emancipációjának, a vulkániak révén pedig a mienkétől különböző civilizációk iránti toleranciának az eszméjét hirdette. Ilyen ’68-as informatikai kocka volt Steve Jobs, aki a PC-t elterjesztő 1984-es Apple Macintosh számítógépét azzal a nevezetes reklámfilmjével vezette be, amelyben egy törekeny nő szó szerint szétzúzza a hierarchikusan szervezett társadalmat allegorizáló orwelli droidok disztópiáját, hogy helyére a pluralizmust, a demokráciát és a felhatalmazást állítsa, „melynek révén 1984 nem lesz olyan, mint az »1984«”.

De ilyen kaliforniai geekek voltak Sergei Brin és Larry Page, a Google alapítói is, akik a *Ne légy gonosz!* jelszavát tűzték zászlajukra. Ugyancsak a kaliforniai ideológia termékenyítette meg az Open Source mozgalmat, a transzparenciát, az információszabadságot technikai eszközök révén megvalósítani igyekvő hacktivizmust, melyből többek között a (korai) Julian Assange adatújságíró-mozgalma, a WikiLeaks kinőtt. Ennek utópiáját foglalta filozófiai keretbe a „vektorális osztályt” támadó, az információ köztulajdonba vételét zászlajára tűző McKenzie Wark neomarxista, lényegében a kalózpártoknak ideológiai muníciót szolgáltató kiáltványa (Wark 2010: 17-22.).<sup>[12]</sup>

A webkettő elméletét tehát (1) a részvételi paradigma felemelkedése, (2) a tömeg rehabilitációja és (3) a mindennapi élet emancipációja alapozta meg, amit a számítógépes kultúra esetében a kaliforniai ideológia öntött konkrét formába. Milyen ideológia áll hát röviden a web 2.0 mögött?

Ezeket a társadalom átalakítására törekvő szerteágazó kísérleteket az abroncsolja össze, hogy mindegyik egyértelműen a demokrácia kiterjesztését, a polgári egyenlőséget biztosító, független, alulról szerveződő struktúrák ígérését, a részvétel tömegesítését fogalmazta meg, melyeket aztán a web 2.0 mágnesként vonzott magához. Még rövidebben: a web 2.0 ideológiája a demokrácia ideológiája.

**2.6. Kérdés** azonban, mennyire volt képes beteljesíteni a web 2.0 ezeket a virágmintás víziókat. Másként fogalmazva: a demokratikusnak mondott struktúrák valóban a demokrácia kiterjesztését hozták-e magukkal?

Az utóbbi évek internetes diskurzusában kezdtek teret nyerni a web 2.0-vel kapcsolatos disztópiák, melyek a demokrácia vélt expanziójával ellentétes tendenciát érzékelnek. Miközben a politikai-kulturális ideológiákat a decentralizáció és a bipoláris világ utáni határnélküliség jelszava kapcsolta egybe, a világhálón egyre inkább centralizált struktúrák, a versenytársakat felfaló vagy ellehetetlenítő oligopóliumok és megfigyelőrendszerek jöttek létre. Nemhogy az orwelli 1984-es ellenutópia került volna egyre távolabb, ahogyan az Apple ígérte 1984-es reklámfilmjében, épp ellenkezőleg, paradox módon a kaliforniai ideológiából születő alternatív cégek váltak a centralizáció motorjává. Az olyan óriáscégek terebélyesedő vállalatok, mint a Yahoo!, Google, a Facebook és az Apple, a világ jobbra tételének ígérétével jöttek létre, ám az általuk birtokolt számos szolgáltatás kapcsán mind gyakrabban került elő a Nagy Testvér metaforája. A felhasználó keresési előzményeiből, kedveléseiből, látogatott oldalainak listájából stb. összeálló *big data* állományok birtoklása, algoritmikus elemzése és kereskedelmi célú értékesítése ijesztően kézzelfoghatóvá tette azt a fajta panoptikus tudást, melyről bármelyik diktatúra titkosszolgálat vagy falusi satrafa korábban csak álmodhatott volna. A kiterjedt szolgáltatási kör kulturális súlyán túlmenően a hatalmas adatmennyiség fölötti uralom egyúttal politikai-állami szereplővé, világhatalmi tényezővé is avatta ezeket a webkettes vállalkozásokat.

Az információszabadságtól a megfigyelőtársadalom felé való eltolódásban vízvázasztónak számított az 2016. évi amerikai elnökválasztást követően felszínre került adatelemzési botrány, melynek során a Cambridge Analytica adatelemző cégnek a Donald Trump kampányához fűződő tevékenysége a kezdetben üzleti céllal gyűjtött felhasználói metaadatok politikai felhasználásának veszélyeire világított rá (Broad 2018). A brit cég a felhasználói információk számszerűsítéséből és csoportokba rendezéséből olyan pszichográfiai modellt állított fel, melytől valóban csak egy ugrás az orwelli gondolatrendőrség rémálma. Az optikai, térkamerás megfigyelést az internetes adatforgalom elemzésével úttörő módon ötvöző kínai állami kreditrendszer (*Social Credit System*) révén a megfigyelőtársadalom az üzleti érdekeltségek helyett már valóban az állam mindenható ellenőrzése szintjén kezdett testet ölteni (Carney 2018). A megfigyelőállam kísértetét prognosztizálta korábban Gilles Deleuze, amikor azt állította, hogy a fizikai erőszakot alkalmazó középkori „büntető társadalmat”, valamint a kapitalista „fegyelmező társadalmat” a számítógépes technikákat és technológiákat alkalmazó „ellenőrzés társadalma” váltja föl (Deleuze 1997). Mielőtt azonban „a megfigyelő módszereit” a diktatúrák vagy általában az államok ármányának tartanánk, sietve hozzá kell tenni, hogy mindezek feltételeit a liberális demokrácia ideáján nyugvó webkettes

vállalatok teremtették meg.

Amint az idézett, és bővíthető, példákból kiviláglik, a web 2.0 használható egymással gyökeresen ellentétes célokra is, és egymással párhuzamosan épül ki a decentralizáció és a centralizáció világa, önmagában cáfolva a technológiai determinizmus elméletét, mely szerint egy médiumba eleve bele lenne kódolva valamilyen típusú kulturális-perceptuális sajátosság. A Google, a Facebook és társaik, akik a kaliforniai ideológia fedezékében a csúcstechnológia révén igyekeztek megvalósítani a '68-ban elbukott ellenkulturális utópiákat, mind garázsprojektként vagy egyetemi *think-tank*ként indultak. Alternatív koncepciókkal emelkedtek fel a mainstream üzleti világba, így beteljesíthették utópiáikat, ezenközben azonban újratermelték azokat a hatalmi viszonyokat, melyekkel szemben eredetileg létrejöttek. Ilyenformán a webkettő esetében nem annyira a hatalom logikája változott meg, mint inkább a hatalom szereplői cserélődtek le. A forradalom meg, szokás szerint, felfalta gyermekeit.

**2.7.** Mielőtt azonban a web 2.0 szép reményeinek összeroppanását kizárólag a csúnya államhatalmak és a minden hájjal megkent internetes mamutcégek fondorlatának tulajdonítanánk, érdemes röviden megvizsgálni a hétköznapi felhasználó szintjét is. Jürgen Habermas a „társadalmi nyilvánosságnak” a polgári demokráciákban kialakuló olyan, laboratóriumi körülmények között kitenyészett elméletét dolgozta ki, melynek naiv és történetileg nem is feltétlenül igazolható állításait sokan, korábban magam is, bírálták (Mátay 1999). Ha azonban a német szociológus *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása* című munkájára nem történeti leírásként, hanem a demokrácia általános elméletének megfogalmazásaként tekintünk, hasznosítható keretet kapunk. A szerző szerint a nyilvánosság, a közvélemény kialakulása és a demokrácia szoros összefüggésben áll egymással, ami viták során szerveződik meg. A nagy ívű habermasi koncepció értelmében az ellenőrzés feltétele a nyilvánosság, a közügyek fórumokon (kávéházakban, szalonokban, asztaltársaságokban, majd a sajtóban) történő publikus megvitatása pedig a polgári társadalmakban a demokráciához vezető út egyik fontos mérföldköve. Habermas ezzel lényegében a demokrácia ideális működésének eszményét vázolta fel. A vitát, melyet a német társadalomtudós – a klasszikus retorika nyomán – „nyilvános okoskodásnak” nevez (Habermas 1993: 81), szerinte a józan ész szervezi, és a fórumokban a vitakérdéseket „az egymás közti racionális érintkezés útján keresik és beszélnek meg” (Habermas 1993: 92).

A világtörténelem során alighanem soha nem voltak olyan optimális mediális feltételei a nyilvános vitának, mint a web 2.0 korában, mely a véleménynyilvánítást alkotások, válaszreakciók, posztok, hozzászólások, értékelések formájában elvileg bárki számára lehetővé teszi. A társadalmi nyilvánosság efféle újabb szerkezetváltozása következtében a habermasi idea szerint az észnek és a demokráciának kellett volna győzedelmeskednie az online térben. Az érvelésekkel szemben azonban az emocionális alapú polémiák elterjedésének vagyunk tanúi, ahol néhány komment után menetrendszerűen jelentkeznek azok a racionálisnak csak valósághajlítással nevezhető „okoskodások”, melyek valamely résztvevőt arra szólítanak fel, hogy létesítsen törvénytelen

szexuális kapcsolatot valamelyik családtagjával. És ez a típusú „nyilvános okoskodás” független témától vagy vitaponttól, nagy valószínűséggel ugyanúgy előkerül megosztó politikusok, szelfiző celebritások, mint tüsszentő pandák esetében. A közönség fragmentálódásával összefüggésben kifejezetten a Facebook rangsorolási algoritmusai, de más szolgáltatások is előidéztek a törzsiesedést, melynek során a viták kialakulása, érvek összecsapása helyett elszigetelt „véleménybuborékok” (*echo chambers, filter bubbles*) formálódnak ki. A zsarolóvideók, a bosszúpornók, a cyberbullying, az élőben közvetített öngyilkosság, a „betiltott videó” közönségcsalogató címkéjével ellátott nem betiltott videók terjesztésére éppúgy a web 2.0-es csatornák használatosak, mint a terroristák lefejezős videói esetében. Vagyis nem lehetséges pusztán államokat, vállalatokat vagy a „kultúripart” a web 2.0 ideáinak eltorzításával vádolni, mint ahogyan korábban az avantgárd „eltorzulásáért” (Andreas Huyssen) és „meghamisításáért” (Peter Bürger) önáltató módon a „kultúripart” tették felelőssé. Abban, hogy a web 2.0 a demokrácia expanziójának utópiája (nem helyett, hanem) *mellett* párhuzamosan tette lehetővé az autoriter struktúrákat és a hitalapú „polémiát”, a politikának és a kereskedelemnek éppúgy szövetségei a mindennapi „résztvevők”, a trollok, a konteógyárosok (összeesküvéselmélet-hívők), az álhíreket terjesztő átlagemberek is, ami a tömegesedésnek egy jóval mélyebb gyökerű problémájára világít rá.

### 3.0. 1968 és 1984

A web 2.0 arra a McLuhani médiaelméletet visszhangzó ideológiára épült, hogy a demokratikus struktúrák létrehozása a demokrácia kiterjesztéséhez vezet, azaz egy technikai-technológiai változás kulturális-politikai fordulatot is gerjeszt. Nem vették azonban számításba, hogy a „demokratikus” (rizomatikus szerveződés, a részvétel tömegessé válása) nem feltétlenül azonos a „demokratával” (a demokratikus rendszerek hívével). Nem azt állítom, hogy a web 2.0 antidemokratikussá és autoriter struktúrákká „torzult”, hanem a decentralizáció és a centralizáció dialektikája mellett érvelek, amellyel, hogy párhuzamos módon épültek ki egymással ellentétes szerkezetek. Tehát véleményem szerint nem arról van szó, hogy a kaliforniai ideológia kitermelte 1984-et, hanem arról, hogy a kaliforniai ideológia kitermelte 1984-et is *meg* 1968-at is. Ez a web 2.0 dialektikája.

A főként újbaloldali háttérű elméletalkotók koncepciói abban bizonyultak tévesnek, hogy azt feltételezték, a tömeg az eszközökhöz való hozzáféréssel egyúttal a demokrácia hívévé is válik. Ahogyan az ortodox marxisták is azt gondolták, hogy az osztálytársadalom felszámolása gyógyír jelent a társadalmi problémákra, és amikor a bőség kosarából mindenki egyaránt vehet, akkor a bőség kosarából mindenki *egyaránt* fog venni. Csak éppen az emberi természetet hagyták figyelmen kívül, amely nem feltétlenül eredendően jó. A baloldali értelmiséget azonban meggátolta ennek felismerésében egyrészt az, hogy Marx és az avantgárd kulturális-politikai eszméi óta a tömegre – noha felettébb ellentmondásos módon – természetes szövetségesként tekintettek, másrészt pedig a tömegeket lekezelő frankfurti iskola miatti lelkiismeret-furdalás.



Ezzel szemben, különösen a populista politikák világméretű elterjedésének függvényében, újra felszínre törtek azok az elgondolások, melyek a tömegeket megvezethetőnek, megbízhatatlannak tekintik, és olyan címkéket aggattak rájuk, mint a redneck (vidéki tahó), droid, agyhalott, vagy – metaforikusan is kiterjesztve – laposföld- és chamtrail-hívő. Végző soron a kérdés abban összegződik, hogy mi a helyzet akkor, ha e címkék szerint a tömeg bizonyos része racionalitás helyett hitalapú, így észérvekkel meggyőzhetetlen, és hajlamos az autoriter politikai rendszerek és a „kultúripar” szövetségesevé válni. A kérdés persze nem új, azokat a 20. század elején kibontakozó elgondolásokat melegíti fel, melyek a tömegdemokrácia és a tömegkultúra eljövételével a totalitarizmus kiépülését detektálták, illetve a magasnak titulált kultúra és művészet létét látták veszélyben. Ezek a hangok különféle alakváltozatokban a Walther Rathenaut idéző Ortega y Gasset nevezetes esszéjének mintájára a web 2.0-ben újból a „barbárok vertikális invázióját” érzékelik (Gasset 1938: 20). Amíg Walter Benjamin számára a 20. század alapvető társadalmi-kulturális krízisét – szintén a tömegessé válás miatt – a sokszorosíthatóság, és ennek következtében a műalkotás aura-jellegének elpárologása jelentette (Benjamin 2003), addig a 21. század elejére ezt a problémát az jelenti, hogy az elit elveszítette monopóliumát a kulturális termelés folyamatában. Az elitellenesség, a mainstreamtől való elfordulás és a populizmus térnyerése, vagyis „a tömegek lázadása” minden bizonnyal összefügg a webkettővel. A válaszokat nem tudjuk, ott tartunk, hogy megfogalmazzuk a kérdéseket.

## Jegyzetek

1. A technika fogalmával az eszközöket jelölöm, míg technológián alapvetően eljárásmodokat és alkalmazási módszereket értek.
2. Érdekes azonban megjegyezni, hogy a retorika végző soron biológiai eredetű, ahogyan Herder is antropomorfizálta a nemzetek „gyermekkorát”, „férfikorát” és „öregkorát”. A számítástechnikában ezeknek a biológiai metaforáknak az intézményesült múltját jelzik az evolúciós mintára elkülönített első, második stb. generációs számítógépek, vagy a mobilkommunikációs hálózatok törzsfelődését leíró 1G (analóg), 2G (digitális), 3G (gyors), 4G (gyorsabb) és 5G (még gyorsabb) nemzedéki elnevezések.
3. DiNucci 1999: 32. (Ha azt külön nem jelölöm, itt és a tanulmány további részében minden idegen nyelvű idézet a saját fordításom.)
4. A Napster az egyetemi hallgató Shawn Fanning 1999-ben létrehozott illegális fájlcsereelője, amely zeneszámok letöltését ingyenesen és tömeges méretekben lehetővé tevő alkalmazásként első ízben világított rá a profitorientált, offline mamutvállalatokat radikális kihívás elé állító új kulturális logikára.
5. <http://www.irational.org/cybercafe/xrel.html> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
6. <http://www.easylife.org/desktop/> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
7. <http://artport.whitney.org/collection/DouglasDavis/live/> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
8. <http://lifesharing.rhizome.org/> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
9. Elkerülve az ideológiai alapú definíciókat, a túlzottan terhelt konnotációval bíró „tömeg” és „tömegkultúra” fogalmak alatt itt és a továbbiakban szimplán kvantitatív alapon a többséget és a többség kultúráját értem. Szkeptikus vagyok tekintetben, hogy a tömegkultúra különféle értelmezései egyáltalán közös platformra lennének hozhatók, melyek kisimítják a felülről szervezett és az alulról kezdeményezett, az irányítottság és a szervezetlenség, az egyéni döntés és az egyéni akaratot megszüntető tömeg, a lekicsinylés és az élvezet körül kikristályosodó, valamint a „tömegkultúra” politikusabb fogalmát az

állítólag semlegesebb „populáris kultúra” fogalmával felváltani igyekvő kiáltó ellentéteket.

10. Ugyanakkor a médiahatás elméletei esetében megfigyelhető egy olyan tendencia, amely a teljes passzivitás felől egyre inkább aktívabbnak gondolja el a befogadót. Ezekhez a teóriákhoz a médiamanipuláció szempontjából összefoglalóan lásd: Bajomi-Lázár 2017: 61-79.
11. Ezekről a tendenciákról átfogóan: Highmore 2002.
12. Wark vektoralistáknak a szellemi tulajdon feletti hatalmat birtokló „osztályt” nevezi: „Az információt, akárcsak a földet vagy a tőkét, tulajdon formájában monopolizálja egy osztály, a vektoralista osztály, amely onnan kapja a nevét, hogy éppúgy tartja ellenőrzése alatt azokat a vektorokat, amelyek mentén az információt absztrahálják, miként a kapitalisták uralják a termelés anyagi eszközeit...” (Wark 2010: 22).

## Irodalomjegyzék

- Anderson, Nate: Tim Berners-Lee on Web 2.0: "Nobody even knows what it means". *Ars Technica*, 2006. szeptember 1. URL: <https://arstechnica.com/information-technology/2006/09/7650/> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
- Arns, Inke: Interaction, Participation, Networking: Art and Telecommunication. Trans. Tom Morrison. *MediaArtNet*. 2004. URL: [http://www.medienkunstnetz.de/themes/overview\\_of\\_media\\_art/communication/scroll/](http://www.medienkunstnetz.de/themes/overview_of_media_art/communication/scroll/) (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
- Bajomi-Lázár Péter: Manipulál-e a média? *Médiakutató*, 18. évf. (2017) 4. sz. 61-79.
- Barbrook, Richard – Cameron, Andy: A kaliforniai ideológia. Ford. Lengyel Anna. In Sugár János – Ivacs Ágnes (szerk.): *Buldózer. Médiaelméleti antológia*. Budapest, Media Research Alapítvány, 1997. URL: <http://mek.oszk.hu/00100/00140/html/> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
- Benjamin, Walter: A műalkotás a technikai reprodukálhatóság korszakában. Ford. Kurucz Andrea – Mélyi József. *C3*, 2003. URL: [http://aura.c3.hu/walter\\_benjamin.html](http://aura.c3.hu/walter_benjamin.html) (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
- Braudel, Fernand: *A mindennapi élet struktúrái: a lehetséges és a lehetetlen. – Anyagi kultúra, gazdaság és kapitalizmus. XV-XVIII. század*. I. Ford. Pödör László. Budapest, Gutta, 2004.
- Broad, Ellen: Are Cambridge Analytica's insights even that insightful? *The Guardian*, 2018. március 22. URL: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/mar/22/are-cambridge-analytica-insights-even-that-insightful> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
- Bürger, Peter: *Az avantgárd elmélete*. Ford. Seregi Tamás. Szeged, UNIV Kiadó, 2010.
- Carney, Matthew: Leave no dark corner. *ABC News*, 2018. szeptember 17. URL: <https://www.abc.net.au/news/2018-09-18/china-social-credit-a-model-citizen-in-a-digital-dictatorship/10200278> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
- Certeau, Michel de: *A cselekvés művészete*. Ford. Sajó Sándor – Szolláth Dávid – Z. Varga Zoltán. Budapest, Kijárat, 2010.
- Davis, Natalie Zemon: *Társadalom és kultúra a korai újkori Franciaországban*. Ford. Csaba István – Erdősi Péter. Budapest, Balassi, 2001.
- Deleuze, Gilles és Guattari, Félix: Rizóma. Ford. Gyimesi Tímea. *Ex Symposion*, 15-16. (1996). 1-17.
- Deleuze, Gilles: Utóirat az ellenőrzés társadalmához. Ford. Ivacs Ágnes. In Sugár János – Ivacs

- Ágnes (szerk.): *Buldózer. Médiaelméleti antológia*. Budapest, Media Research Alapítvány, 1997.  
URL: <http://mek.oszk.hu/00100/00140/html/01.htm> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
- Delwiche, Aaron és Henderson, Jennifer Jacobs: What is Participatory Culture? In uők (szerk.): *The Participatory Cultures Handbook*. London/New York, Routledge, 2013. 3-9. <https://doi.org/10.4324/9780203117927>
  - DiNucci, Darcy: Fragmented Future. *Print*, 53 évf. (1999) 4 sz. 32. 221-222. <https://doi.org/10.5771/0010-3497-1999-3-221>
  - Gasset, José Ortéga y: *A tömegek lázadása*. Ford. Puskás Lajos, Budapest, 1938.
  - Gyáni Gábor: A mindennapi élet mint kutatási probléma. *Aetas*, 12. évf. (1997) 1. sz. 151-161.
  - Habermas, Jürgen: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása. Vizsgálódások a polgári társadalom egy kategóriájával kapcsolatban*. Ford. Endreffy Zoltán. Budapest, Századvég /Gondolat, 1993.
  - Hall, Stuart: Kódolás és dekódolás. In Bókay-Vilcsek-Szamosi-Sári (szerk.): *A posztmodern irodalomtudomány kialakulása. A posztstrukturalizmustól a posztkolonialitásig*. Budapest, Osiris, 2002. 423-433.
  - Highmore, Ben (szerk.): *The Everyday Life Reader*. London/New York, Routledge. 2002.
  - Horkheimer, Max és Adorno, Theodor W.: A kultúripar. A felvilágosodás mint a tömegek becsapása. In uők: *A felvilágosodás dialektikája. Filozófiai töredékek*. Ford. Bayer József. Budapest, Gondolat/Atlantisz/Medvetánc 1990.
  - Huysen, Andreas: *After the Great Divide: Modernism, Mass Culture, Postmodernism*. Bloomington/Indianapolis, Indiana University Press, 1986.
  - Jenkins, Henry: *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. New York, Routledge. 1992.
  - Jenkins, Henry: *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York/London, New York University Press. 2006.
  - Jenkins, Henry: Why Participatory Culture Is Not Web 2.0: Some Basic Distinctions. 2010. május 23. URL: [http://henryjenkins.org/blog/2010/05/why\\_participatory\\_culture\\_is\\_n.html](http://henryjenkins.org/blog/2010/05/why_participatory_culture_is_n.html) (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
  - Le Bon, Gustave: *A tömegek lélektana*. Budapest, Franklin, 1913.
  - Lessig, Lawrence: *Szabad kultúra: A kreativitás természete és jövője*. Ford. Antal Ferenc. Budapest, Kiskapu, 2005.
  - Manovich, Lev: Flash generáció. In Gerencsér Péter (szerk.): *Új, média, művészet*. Szeged, Szeged Universitas Kiadó, 2008. 145-158.
  - Manovich, Lev: A mindennapi (médiá) élet gyakorlata. *Apertúra*, 2011. tavasz. URL: <http://apertura.hu/2011/tavasz/manovich> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
  - Manovich, Lev: *Software Takes Command*. New York/London/New Delhi/Sydney, Bloomsbury, 2013.
  - Manovich, Lev: Instagram and Contemporary Image. *Manovich.net*, 2017. 41. URL: [http://manovich.net/content/04-projects/150-instagram-and-contemporary-image/instagram\\_book\\_manovich.pdf](http://manovich.net/content/04-projects/150-instagram-and-contemporary-image/instagram_book_manovich.pdf) (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
  - Mátay Mónika: Történészek Habermasról. *Szociológiai figyelő*, 1999/1-2. 162-172. URL: <http://www.c3.hu/~szf/Szofi99/07/07-Area-1.htm> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
  - McCormack, Dermot A.: *Web 2.0: 2003-'08 AC (After Crash) The Resurgence of the Internet & E-Commerce*. Boston, Aspatore Books, 2002.
  - Nelson, Ted: Hipervilág, a szellem új otthona. In Sugár János (szerk.): *Hypertext + Multimédia*.

- Ford. Ivacs Ágnes és Bartha Gabriella. Budapest, Artpool, 1996. URL:  
<http://www.artpool.hu/hypermedia/nelson.html> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
- O'Reilly 2005a: O'Reilly, Tim: What Is Web 2.0 Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. 2005. 09. 30. URL:  
<https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
  - O'Reilly 2005b: O'Reilly, Tim: Web 2.0: Compact Definition? 2005. 10. 01. URL:  
<http://radar.oreilly.com/2005/10/web-20-compact-definition.html> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
  - O'Reilly, Tim és Battelle, John: Web Squared: Web 2.0 Five Years On. 2009. URL:  
<https://conferences.oreilly.com/web2summit/web2009/public/schedule/detail/10194> (utolsó letöltés dátuma: 2018-11-04)
  - Ryan, Marie-Laure: Veremtárak, keretek és határok, avagy narratívák a számítógép nyelvén. In Kiss Miklós – Fernyvesi Kristóf (szerk.): *Narratívák 7. Elbeszélés, játék és szimuláció a digitális médiában*. Budapest, Kijárat, 2008. 23-58.
  - Snickars, Pelle és Vonderau, Patrick: Introduction. In uők (szerk.): *The YouTube Reader*. Stockholm, National Library of Sweden. 2009.
  - Wark, McKenzie: *Hacker-kiáltvány*. Ford. Nagy Mónika Zsuzsanna. Budapest, Noran Libri, 2010.
  - Williams, Raymond: Culture is Ordinary. In MacKenzie, Norman (szerk.): *Convictions*. London, MacGibbons/Gee, 1958. 74-92.

© Apertúra, 2019. tél | [www.apertura.hu](http://www.apertura.hu)

webcím: <https://www.apertura.hu/2019/tel/gerencser-bevezetes-a-web-2-0-definicioiba-es-ideologiaiba/>

---

<https://doi.org/10.31176/apertura.2019.14.2.1>

Apertura.hu

Image not found or type unknown