

TAMÁS DÉNES

Politika a posztvalóság korában

2016-ban az *Oxford Dictionaries* az év szavának választotta a *post-truth* (posztigazság) kifejezést. A kifejezés olyan körülményeket jelöl a politikai életben, amikor az objektív tények kevésbé befolyásolják a közvéleményt, mint az érzelmi hatás vagy a személyes meggyőződés. A közbeszédben, a mindennapi politikai vitákban ugyanis eljelentéktelenedik a „mi az igaz” kérdése, helyette az számít, hogy mi hangzik meggyőzően, vagy mi illeszkedik az egyén identitásához, hitéhez, világnézetéhez. Az ilyen kiválasztásokat jelzésértékűnek gondolhatjuk; kérdés, hogy minek a jelzésére szolgálhat ez a kifejezés. Véleményem szerint arra, hogy már egy ideje valami megváltozott, változóban van a politikum világában. Erről mindenkinek lehetnek élményei, benyomásai, és nehéz is ezeknek a benyomásoknak a tengerében rendet, összefüggést bevezetni. A következőkben megpróbálok néhány összefüggést kiemelni, amelyek ennek a változásnak az irányába mutatnak, tudván azt, hogy ezek egyáltalán nem elégségesek a jelenség pontos leírásához, ennyiben tetszőlegesen bővíthetők. Számomra azonban ezek a megfigyelések szolgáltak alapul arra, hogy elgondolkozzak ezen a változáson, ami aztán arra is indított, hogy megpróbáljam egy fogalmi-elméleti keretbe foglalni őket.

Az egyik legalapvetőbb idekapcsolódó megfigyelésem a politikusok közötti viták-kapcsolatos. Úgy gondolom, nem csak a saját észrevételem, hogy majdnem teljesen megszűntek ezek a viták, legalábbis abban az értelemben, ahol a vita álláspontok ütköztetését, az álláspontok megcáfolását és érvekkel való alátámasztását jelenti. Ma már nem ez a domináns politikai kommunikáció. Bármit állíthat egyik fél, a másik nem fog azzal bajlódni, hogy azt komolyan vegye, érveket sorakoztasson fel ellene, illetve, hogy érvekre alapozva vezesse elő a saját álláspontját. Ehelyett teljesen elfogadottá vált, hogy meg kell próbálni az ellenfél álláspontját a saját megnyilatkozásairól leválasztani, és a saját érdekeknek megfelelően átteretezni. Így hiába mond egyik politikus Á-t, nyugodtan lehet azt állítani, hogy B-t mondott, csak az állításunk legyen összhangban lehetséges választóink nézeteivel, amit természetesen összetett kommunikációs kampányokon keresztül magunk alakítottunk ki. A politikai kommunikáció ma már majdnem teljesen áthelyeződött a racionalitás talajáról, az érzelmileg felfokozott üzenetek, azt is lehetne mondani, hogy a posztigazságok ütközési terepévé vált. A következőkben Bódis Krisztát, a Magyarországon nem rég alakult Tisza Párt egyik szakpolitikusát idézem:

A jobbikosok azért támadtak, mert kiálltam a roma emancipáció mellett.
A támadásaik a valóság talaján zajlottak. Ami most történik, az a valóságtól

Tamás Dénes (1975) – egyetemi adjunktus, Sapientia-EMTE, Társadalomtudományi Tanszék, Csíkszereda, tamasden@yahoo.com

<https://doi.org/10.36373/em-2025-4-9>

való totális elrugaszkodottság. A támadások irreális terepen zajlanak, teljesen más eszközökkel. Nyilvánvaló, hogy akik támadnak, valójában nem engem támadnak. Nem is látnak, nem is akarnak látni. A változás lehetőségétől félnek, önmagukat, a kiváltságaikat, a hatalmukat féltik. És, aki a hatalmát félti, az egyre durvább eszközöket keres. Ezek az eszközök az igazság torzítása és a bántalmazás.¹

„A valóságtól való elrugaszkodás”, illetve „az igazság torzítása” megfogalmazásokat emelném ki ebből az interjúrészletből, ezek ugyanis világosan jelzik azt a megváltozott környezetet, amelyben ma a politikacsínálás zajlik. Ebben a környezetben már alig számít a valóság, alig számítanak a tények. Főbb üzenetek átadása ezen referenciák figyelembevétele nélkül is sikeres tud lenni, sőt lehet, hogy így sikeresebb.

A posztigazság kifejezés kiválasztását különben az *Oxford Dictionaries* elsősorban a Brexit- és a Donald Trump-kampányokhoz kötötte. Ezek lettek az iskolapéldái annak, hogyan működik a posztigazság-politika a gyakorlatban. Olyan üzenetekkel kell bombázni a választópolgárokat, amelyek erős hatást tudnak gyakorolni az érzelmekre. Azt gondolhatnánk, a politikánk elsősorban az állampolgárok életének jobbításáról kellene, hogy szójon, s ezért elsősorban szakpolitikaként kellene működnie. Ha azonban megnézzük a két kiemelt kampányt (de lassan bármilyen nagyobb, országos kampányt megvizsgálhatunk), azt láthatjuk, hogy erős, érzelmekre hatni tudó, elsősorban identitáspolitikai vagy ideológiai töltetű üzenetek domináltak. Ezek az üzenetek leginkább szimbolikus szinten voltak érvényesek, és a jó és a rossz gyakran mitikus dimenziójában hatottak.²

A posztigazságok összevethetőek az álhírekkel, a fake newsszal, a hoax-hírekkel. Az álhírek a tudatos megtévesztés területére tartoznak, hiszen tulajdonképpen hamis információk, vagy legalább egy lényegi elemben az igazságnak nem megfelelő állítást tartalmaznak. Ami a posztigazságokat megkülönbözteti a fake newsoktól, hogy a fake news esetében még fontos az igazságra való vonatkozás. Ahol álhíreket használnak, ott még meg akarják vezetni az embereket, mert fontos, hogy mi történik a valóságban. A posztigazságok esetében a valóságra való vonatkozathatóság jelentéktelenedik el, a posztigazságok ennyiben nem egyszerű hazugságok, hanem ott születnek, ahol a kommunikációnkat kivonjuk az ellenőrizhetőség lehetősége alól.

Ahhoz, hogy posztigazságaink működni tudjanak, relativizálni kell a tényeket. Erre szolgál az *alternatív tény* kifejezés, amely szintén annak a politikai környezetnek a terméke, amelyről fentebb beszéltem a posztigazság kifejezés megjelenésével kapcsolatosan. Az alternatív tény (alternative fact) kifejezés megjelenése Kellyanne Conway, Donald Trump egyik főtanácsadójának a leleménye. Ő ezzel a kifejezéssel a Fehér Ház szóvivőjét próbálta védeni, aki az elnöki beiktatás nézőszámairól hamisan állította, hogy az „minden idők legnagyobbja” volt. Conway az újságíró kérdésére, hogy miért mondott a szóvivő nyilvánvaló valótlanyságot, azt válaszolta, hogy a szóvivő

1 | Lásd <https://napunk.dennikn.sk/hu/4785604/bodis-kriszta-ami-most-tortenik-az-a-valosagtol-valo-totalis-elrugaszkodottsag/>

2 | Lásd ehhez: Jen Birks: Fact-Checking False Claims and Propaganda in the Age of Post-Truth Politics: the Brexit Referendum. In: Gary D. Rawnsley, Yibei Ma and Kruakae Pothong eds.: *Edward Elgar Research Handbook on Political Propaganda*. 2021. 398–412; Kevin Morrell and Martyn Griffin: Post-Truth, Lies and Brexit. *Academy of Management*. Volume 1. 2019.

alternatív tényeket adott meg. Ebben a kontextusban az „alternatív tény” fogalma azt a logikát testesíti meg, miszerint a tényekkel szembemenő állítást egyfajta „másik igazságként” lehet elfogadni, egy olyan igazságként, amely a megnyilatkozót jellemzi, hiszen egyedül a megnyilatkozó felől hitelesítődik, mint egyfajta „mi-igazság”. Maga a kifejezés ennyiben egy tendencia jelölésére szolgál, amely szerint a politikai kommunikációban a tények nyugodtan elhajlíthatók, átírhatók, hiszen ami számít, az a saját politikai narratíva. „Mi mondjuk, a mi igazságainkhoz illeszkedik, tehát igaz” – ez lenne ennek a fajta kommunikációnak a lényege.

Maradjunk még a posztigazságok kifejezésénél. A következőkben kiemelnék néhány állítást a magyarországi politikai kommunikációból, annak érdekében, hogy demonstrálni tudjam ezeknek az igazságoknak a működésmódját. Íme négy ilyen tetszőlegesen kiválasztott állítás: „Magyar Pétert Brüsszel irányítja”; „Orbán Viktor orosz ügynök”; „Zelenszkij bohóc”; „A migránsok megerőszakolják a gyerekeinket”. Az utóbbi időben ezek és az ezekhez hasonló kijelentések domináltak Magyarországon a politikai közbeszédet. Az igaz, hogy csak egy alapos kontextuális elemzés tudná feltárni ezeknek az állításoknak a valós hatékonyságát. Azt azonban egy felületes olvasat is jelzi, hogy ezek mind negatív jelzőket tartalmazó értékállítások, erős érzelmi töltettel, amelyek esetében nem a valósághoz való kapcsolódás a fontos, hanem a kijelentés érzelmi töltete, értékvonatkozása. Nekünk, választóknak, a politikai élet követőinek, pedig csak annyi marad, hogy ezekhez az állításokhoz viszonyuljunk. Vagy hatnak ránk ezek az állítások, vagy taszítanak bennünket. Nincs mit megbeszélni, megvitatni velük kapcsolatosan, bizonyos szinten úgy működnek, mint a filozófiában a metafizikai állítások, még megcáfolni sem lehet őket. Ugyanis ezek az állítások falszifikálhatatlanok. A falszifikáció Karl Popper filozófus által bevezetett igazságkritérium, amely a tudományos állítások ellenőrzésével kapcsolatos.³ A falszifikáció azt jelenti, hogy egy tudományos állítás vagy elmélet cáfolható, vagyis olyan módon van megfogalmazva, hogy empirikusan ellenőrizhető, és adott esetben meg is lehet mutatni, hogy nem igaz. A fenti állítások esetében nem lehet beszélni empirikus ellenőrzésről, ugyanis nem hozzáférhetőek, de lehet, nem is léteznek azok a tények, amelyek alátámaszthatnák, esetleg cáfolhatnák őket. Ami lényeges: maguknak a kijelentéseknek az állítói sem fáradnak a kijelentéseik alátámasztásával, hiszen tudják, kijelentéseik érvényessége nem ettől függ, hanem a beléjük foglalt előfeltevések érzelmi töltetétől. Az érvelésmélet eleve megkülönbözteti a tényállításokat az értékállításoktól, az utóbbiak esetében az igazságérték helyett inkább az elfogadhatóság szempontja játszik szerepet, mely egy értékrenden alapuló döntés függvénye. Az ilyen kijelentések nem igazak, hanem hatásosak. Ahol azonban feladjuk a tényekkel való összevetés igényét, ahol az ilyen jellegű kijelentések kezdik dominálni a társadalmi kommunikációt, ott elhagyjuk a valóság talaját, és megérkezünk a posztvalóságba.

A politika átalakulását más események is jelzik. Fentebb a Tisza Párt egyik politikusát idéztem. A magyarországi Tisza Párt feltűnése és sikere szintén egyik példám arra, hogyan alakul át a politika a posztvalóság korában. De idekapcsolható Călin Georgescu államfőjelölt hihetetlen sikere a 2024-es romániai államelnök-választás első fordulójában. Călin Georgescu esélyét a választás előtt három héttel a közvélemény-kutatások két-három százalékra becsülték. Ehhez képest megnyerte az első

3 | Lásd Karl Popper: *A tudományos kutatás logikája*. Európa Kiadó, Bp. 1997.

fordulót, a szavazatok 22.94%-ával. A Tisza Párt esetében is egy hasonló felfutásról lehet beszélni. A 2024-es európai parlamenti választások előtt három hónappal megalakuló, hivatalosan húsz tagot számláló Tisza Párt a választásokon a szavazatok 33.33%-át éri el. De léteznek más európai példák is hasonló sikerekre. Ilyen a Boer Burger Beweging párt Hollandiában, amely megalakulása után rövidesen az ország legnagyobb pártjává nőtte ki magát, szintén egy karizmatikus vezető, Caroline van der Plas vezetése alatt. De idesorolható a Chega sikere Portugáliában, vagy a Fratelli d'Italiaé Olaszországban. Ami közös ezekben az esetekben, hogy ezek a sikerek mögött általában nincs hagyományos, lépésről lépésre történő pártépítkezés, sőt kezdetben sok esetben párt, pártszervezet is alig van. Általában egy karizmatikus figura viszi a hátán a pártot, aki elsősorban a közösségi médiában egyszerű, közérthető, protest-jellegű kommunikációjával, sokszor érzelmi és identitásalapú üzenetekkel éri el a választókat.

Úgy gondolom, az, amit eddig a posztigazságokról és az alternatív tényekről kifejtettem, összekapcsolható ezekkel a jelenségekkel. Feltehető a kérdés, hogy hol találkozik a választó a fent elemzett kijelentésekkel? Hol tudják azok a hatásukat azonnal kifejteni? Természetesen leginkább a közösségi médiában. A posztigazság és az alternatív tények fogalmai mellett ugyanis a *közösségi média* lesz a kulcs annak megértésében, amit a posztvalóság fogalmáról szeretnék mondani. Ugyanis feltevődik az a kérdés, hogy mitől új ez a helyzet? Hogyan tudnak társadalmilag elterjedtté és egyből hatékonyvá válni a posztigazságok? Hová tűnt az a társadalmi kontroll, ami eddig marginalizálta az ilyen jellegű kommunikációt? Pár évvel ezelőttig azt lehetett megfigyelni, hogy a nyugati típusú demokráciákban elsősorban a szélsőjobb pártok képviseltek alternatív, elsősorban erősen nacionalista üzeneteket. Ezek a pártok azonban a választásokon ritkán kaptak nagyobb társadalmi felhatalmazást, ennyiben üzeneteik is karanténba zárva maradtak. Manapság azonban azt tapasztaljuk, hogy eltűnőben vannak azok a társadalmi szűrők, amelyek marginalizálták a szélsőséges üzeneteket. Vagy ha nem is tűnnek el, eljelentéktelenednek, vagy hatásuk nivellálódik egy olyan valóságban, amely egészen másként strukturálódik, mint eddig.

A közösségi médiának természetesen több arca van. Nem minden közösségi médiában terjedő nézet posztigazság, alternatív tény. Már rég nyilvánvalóvá vált, hogy a Facebook, a Twitter, legújabban pedig a TikTok társadalmi folyamatok katalizátorként tud működni. A 2011-es egyiptomi Tahrír téri tüntetés mint *Facebook-forradalom* vonult be a köztudatba, hiszen a szervezők a Facebook felületein mozgósították a tömeget. Iránban 2009-ben a vitatott elnökválasztás utáni tömegtüntetés pedig a *Twitter-forradalom* nevet kapta a sajtóban, mivel a Twitter kulcsszerepet játszott a tiltakozások dokumentálásában és a nemzetközi figyelem mozgósításában. Manapság pedig a TikTok válik a választási kampányok fontos szereplőjévé, ahol nagyon könnyen mémeshíthetők a politikai üzenetek, a TikTok-videók ugyanis rövid, látványos és erős érzelmi hatású formátumot kínálnak, amelyeknek terjedését külön segíti a TikTok algoritmus, amely nem a követésekre épít, hanem a „For You” ajánlásra, így a politikai tartalmak gyorsan eljuthatnak olyan felhasználókhoz is, akik nem követik az adott pártot.

Úgy gondolom, lassan eljutottam arra a pontra, ahonnan körvonalazhatóvá válik az, amit a posztvalóság korának lehet nevezni. Megint a posztigazsággal való összevetést lehet kiindulópontnak használni, amely egyszerre egy nyelvi, politikai és

médiatechnológiai jelenség. A posztvalóság (post-reality) ehhez képest egy mélyebb, filozofikusabb fogalom, amely egy olyan helyzetre utal, amelyen belül maga a *valóság* fogalma kérdőjeleződik meg. A politikai életben ez abban nyilvánul meg, hogy egyszerre több, egymással össze nem egyeztethető valóságértelmezés működik, és nincs egy közös alap, amelyhez viszonyulni lehetne. A posztvalóság fogalma elsősorban ott alkalmazható, ahol a politikusok tudatosan építenek társadalmi mítoszokra, összeesküvés-elméletekre, féligazságokra, ahol a választók elsősorban nem a társadalmi tényekre alapozva, hanem érzelmi alapon alkotnak politikai ítéletet. Ebben a világban a valóság a média, elsősorban a közösségi média által szerkesztett, széttöredezett, algoritmikusan szűrt, tehát „valóság-helyettesítővé” válik.

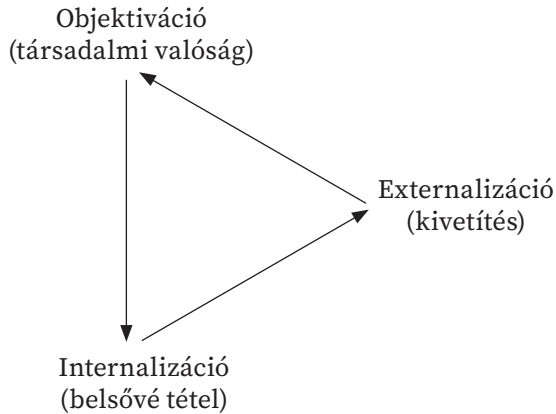
Fontos, hogy a valóság fogalmát ne naivan, reflektálatlanul használjuk. Ugyanis ebben a kontextusban a valóságot nem a fizikai realitás analógiájára kell elgondolnunk, hanem társadalmi valóságként kell tekintenünk rá, amely egy szociológiai fogalom, és ennyiben hosszú történetre tekint vissza. Én a következőkben a tudásszociológia valóságfogalmát fogom használni, amely a valóságot eleve nem adottságként, hanem társadalmi konstrukcióként fogja fel. A tudásszociológia eleve érzékeny a valóságok közötti különbségekre, hisz tudatában van annak, hogy a különböző társadalmakban más és más dolgokat vesznek magától értetődően „tudásnak”. Innen fakad a tudásszociológia tulajdonképpeni feladata is, amely nem más, mint a valóság társadalmi konstrukciójának az elemzése. Fontos kiemelni itt a „konstrukció” fogalmát, ugyanis ez tud hidat képezni a posztvalóság korszaka irányába. Ugyanis ebben az összefüggésben a konstruálódás módja lesz érdekes számunkra. Ha meg akarjuk érteni a maga mélységében a posztvalóság korát, arra a változásra kell fókuszálnunk, amely a valóság társadalmi konstrukciójában az utóbbi időben végbement. Mi és hogyan változott meg ebben a vonatkozásban? Minek a következtében? Ezek lesznek az irányadó kérdéseink. De ahhoz, hogy értsük, hogyan konstruálódik a valóság a posztvalóság korában, először azt kell megérteni, hogyan működött a posztvalóság kora előtt. Ehhez a legplasztikusabb leírást a tudásszociológia egyik főművében, Peter Berger és Thomas Luckmann szerzőpáros *A valóság társadalmi felépítése* című alapmunkájában találjuk meg.⁴ A következőben az elméletüket fogom felvázolni, néhány alapfogalomra fókuszálva.

A valóság társadalmi termék, állítja a két szerző, a tudásszociológia pedig azt a folyamatot vizsgálja, amelyben a „valóság” megszületik. Álláspontjuk szerint a társadalmat egyszerre kell objektív és szubjektív valóságnak tekinteni, amelyek között egy dialektikus közvetítés történik. Ez a dialektikus közvetítés egy háromlépcsős folyamat felől ábrázolható. Ennek a folyamatnak a szakaszai az externalizáció, az objektiváció és az internalizáció. Az *externalizáció* a valóságteremtés produktív szakasza. Az emberek folyamatosan „kivetítik” magukból a jelentéseket, szokásokat, intézményeket a világba, nyelvet hoznak létre, szimbólumokat alakítanak ki, szabályokat állítanak fel. Példa lehet rá, ahogy kialakul egy közösségen belül a köszönés módja. Ezt követi az *objektiváció* szakasza, amikor a létrehozott társadalmi termékek önálló életre kelnek, és „objektív” tényekként jelennek meg a tagok előtt. Például, a jogrendszer és a vallási előírások úgy hatnak, mintha azok függetlenek lennének az

4 | Lásd Peter Berger–Thomas Luckmann: *A valóság társadalmi felépítése*. Jósöveg Műhely Kiadó, Bp. 1998.

emberek akaratától. Az *internalizáció* pedig arra szolgál, hogy az így létrejött objektív valóságot elsajátítsák, azaz, belsővé tegyék a társadalmilag adott jelentéseket. Ez a szocializáció folyamata, amelynek során a közösségi normák, értékek, hiedelmek beépülnek az egyén tudatába.

A következő ábra jól szemlélteti ezeknek a szakaszoknak az összefüggését:

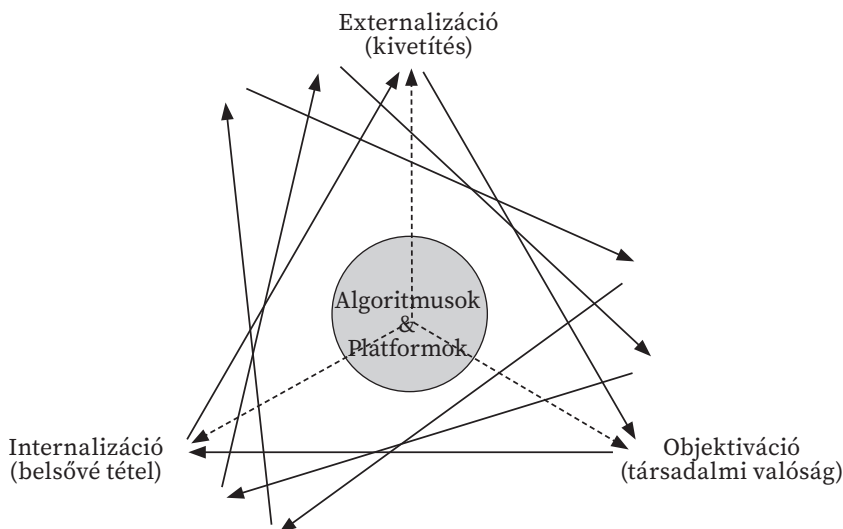


Jól látszik, hogy itt egy olyan körforgásról van szó, amelyben nincs kezdeti pillanat, a valóság társadalmi felépítése állandóan zajlik. Az egész folyamatot pedig a társadalmi kommunikáció tartja egyben, hiszen ez az a cselekvés, amely konstituálja és koherenssé teszi a társadalom objektív és szubjektív valóságát. Az objektiváció ugyanis nem tud végbemenni kommunikáció nélkül. Ahogy egy másik szöveg állítja, amelyet Peter Berger már Hansfried Kellnerrel írt közösen:

Minden társadalmi kapcsolat objektiválódást igényel, vagyis olyan folyamatot, amelyben a szubjektíve tapasztalt jelentések objektivvává válnak az egyén számára, s a többiekkel folytatott interakciója során immár vaskosan objektivvává válnak.⁵

Ha a mélyére megyünk Peter Berger és Thomas Luckmann elméletének, azt láthatjuk, hogy a szerepek, a tipizálások és az intézmények biztosítják a társadalmi valóság vaskosságát. A vaskosság értelmezésében a konstruált valóság tényezői kapcsán adódik, és mint koherencia, stabilitás, áttekinthetőség jelentkezik. Ezeket a tényezőket pedig a társadalmi interakció, a viszonyulások és a kommunikáció sokasága valóságosítja, tartja életben. Világos, hogy ha posztvalóságról próbálunk beszélni, ezeken a szinteken kell keresnünk a változást. A posztvalóságban ugyanis szétzilálódik a társadalmi valóságépítés folyamata, elsősorban a közösségi média platformjai és algoritmusai működésének a következtében. Ez a szétzilálódás pedig megragadható a valóságépítés mindhárom szintjén. Ezt próbálom szemléltetni a következő ábrával:

5 | Peter Berger–Hansfried Kellner: Valóságfelépítés a házasságban. A tudás mikroszociológiájához. In: *A fenomenológia a társadalomtudományban*. Szerk. Hernádi Miklós. Gondolat, Bp. 1984. 439.



Ha az externalizációra fókuszálunk, azt tapasztaljuk, hogy míg régen az közvetlen, szűkebb közösségekben zajlott, az mára áthelyeződött a globális közegbe. A kreatív produktumok (posztok, mémek, videók) azonnal óriási tömegek számára válnak láthatóvá, aminek következménye a jelentések gyors stabilizációja vagy éppen villámgyors eltűnése. Ha az objektiváció szintjén kutakodunk, azt vehetjük észre, hogy míg régen a normák lassan alakultak ki, és viszonylag stabilak maradtak, most gyorsan jönnek létre új valóságok, amihez az algoritmusok is hozzájárulhatnak azáltal, hogy felerősítenek bizonyos narratívákat, míg másokat háttérben hagynak. Ennek a következménye, hogy a valóság fragmentálódik, párhuzamos valóságszigetek jönnek létre (például egy TikTok-trend vagy online szubkultúra). Ha pedig az internalizációra figyelünk, szintén nagy léptékű változásról számolhatunk be. Régen a szocializáció viszonylag lassan, tartós intézményeken keresztül történt (család, iskola, vallás stb.). Manapság ezzel szemben az figyelhető meg, hogy mivel az objektiváció gyorsan változik, az internalizált tartalom is könnyen lecserélődhet, sőt a belsővé tétel szinte valós időben zajlik. Ebből fakad, hogy az identitások és világnézetek is gyorsan alakulnak át, olykor felszínesebben rögzülve.

Összefoglalva az eddigieket megállapítható, hogy a közösségi média világában a Berger-Luckmann-féle valóságfelépítés hipergyorsított és technológiailag mediatizált lesz. A közösségi média minden szinten meghatározza a valóságépítést, felforgatva annak megszokott menetét. Ezért lehet manapság a valóság mediatizált konstrukciójáról beszélni, ahogy Nick Coudry és Andreas Hepp is teszi ugyanilyen című munkájában.⁶

Ebből a szempontból példaértékű Călin Georgescu kampánya a 2024-es elnökválasztás első fordulójában. Ahogy fentebb jeleztem, esetében egy pár hetes felfutásról

6 | Lásd Nick Coudry and Andreas Hepp: *The Mediated Construction of Reality*. Polity Press, Cambridge 2017.

van szó, ami teljesen a közösségi médiában lefolytatott kommunikációs kampánynak köszönhető. Ezenkívül ugyanis Georgescu nem folytatott más kampányolást, nem jelent meg a hagyományos médiában, nem vett részt a politikusok vitafórumain. Ez a kampány sikerét leginkább a jól időzített és hatásos TikTok-videóknak köszönheti, illetve a közösségi média lefizetett influenszereinek, akik népszerűsíteni kezdték Georgescut videóikban, megosztásaikban. Tulajdonképpen annyi történt, állítják az elemzők, hogy több százezer TikTok-fiók egyszerre kezdte megosztani azokat a tartalmakat, amelyek a #Călin Georgescu címkét viselték. Ezzel a TikTok beemelte Georgescut a keresési opciók közé, elérte, hogy a jelölt változatos buborékokban jelenjen meg, egyre inkább virálissá váló videóival.⁷ Másrészt fontossá váltak Georgescu személyes posztjai és videói is, amelyeket a saját közösségi médiás felületein osztott meg. Persze, egy ilyen felfutás mögött vannak objektív társadalmi folyamatok is, hiszen ahhoz, hogy a választók ilyen nagy arányban válhassanak fogékonnyá Georgescu videóira, kellett az a tágabb politikai kontextus, amely elfordította a választókat a hagyományos pártok jelöltjeitől. Ennek ellenére mégis jelzésértékű, hogy a közösségi média ilyen magas csúcsra tudta katapultálni őt. És még nem is tértem ki a terjesztett videók tartalmára, amit teljesen le lehet írni a posztigazság fogalmával.

Fontos látni az ilyen és az ehhez hasonló eseteket, hogy érthetővé váljon, miért tudunk a posztvalóság korszakáról beszélni a politika világában. Tulajdonképpen a valóságépítés módja változott meg. Ennek még van egy olyan kitüntetett aspektusa, amelyet eddig csak érintőlegesen tárgyaltam. A nyilvánosság működésének megváltozásáról van szó, amely Jürgen Habermas híres munkájának megjelenése után állandóan a fókuszba kerül, ha a nagy társadalmi mozgások, trendek megértésére próbálunk vállalkozni. Habermas beszél először a nyilvánosság szerkezetváltozásáról, amelynek része a polgári nyilvánosság megszületése a XVIII. században, amely egyfajta közvetítő térként működött az állam és a társadalom között, ahol a racionális vita és érvelés zajlott. A változás ennek a nyilvánosságnak az átalakulásáról szól a XIX–XX. századra, amikor a tömegkommunikáció, a reklám, a gazdasági érdekek hatására és a politikai pártok aktivitása miatt a nyilvánosság eltorzul.⁸ Azonban a mi szempontunkból az a változás, amelyről Habermas beszél, még aranykornak bizonyul. Hiszen a tömegkommunikáció, a politikai pártok működése még viszonylag a realitás talaján zajlott, ahol a visszacsatolás, az ellenőrzés még létezett. Kezdetben úgy tűnt, hogy az internetes kommunikációnak köszönhetően a helyzet még pozitívabb irányba tolódik el. Ugyanis az internetes kommunikációnak köszönhetően sokkal többen lettek képesek hozzáférni a nyilvánossághoz, ahogy demokratizálódott a tartalom előállítása és publikálása is. Ennek az alapvetően pozitív fejleménynek egyik következménye azonban, hogy lassan megszűnik a főszórú média kivételezett, kapuőrszerepe. Nem feltétlenül lesz hiteles attól egy információ, mert egy bejáratott, nagy múltú sajtóorgánumban jelenik meg. Ez összefügg azzal a jelenséggel, hogy a médiában való bizalom is fokozatosan csökkent, sőt maguk a politikusok is érdekeltek abban, hogy csökkentsék a független, tényellenőrző médiába vetett bizalmat, hogy a

7 | Lásd „Se întâmplă ceva ciudat cu acest Călin Georgescu pe TikTok” (Interviu).

8 | Lásd Jürgen Habermas: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Századvég–Gondolat Kiadó, Bp. 1993.

választók csak az ő üzeneteikre fókuszálhassanak, amelyeket most már a hagyományos média felületei nélkül is célba tudnak juttatni.

Fontosnak tartom kiemelni, hogy Peter Berger és Thomas Luckmann az intézményeknek kiemelkedő szerepet szánt az objektiváció folyamatában, ami egyik fontos szakasza a valóság társadalmi felépítésének.⁹ A társadalmi intézmények azok, amelyek rögzítik a viselkedési mintákat, biztosítják a stabilitást, legitimációt adnak a különböző megnyilvánulásoknak, egyszóval fenntartják az objektív valóság illúzióját. Ezek közül a legitimációt mint funkciót emelném ki, mert ez függ össze azzal, amit a posztvalóság korában a posztigazságok hatékonyságáról lehet mondani. Ugyanis manapság egyre jobban kezdenek hiányozni azok a szűrők, amelyek régen korlátozták az ilyen típusú üzenetek terjedését. Innen pedig bizonytalanná válik, hogy mi biztosít legitimációt egy megnyilvánulásnak. Ez a következmény kitüntetett módon az intézmények válságával függ össze. Manapság az intézményes válságok különböző, de hatásában összeadódó formáiról lehet beszámolni, amelyek többnyire az internet, illetve a közösségi média-alkalmazások elterjedésével kapcsolatosak. Ezeknek csak egyike a hagyományos, print-alapú média eljelentéktelenedése. Egy másik válság az oktatási intézmények működéséhez kapcsolódik. Ez már rég velünk van, pontosabban azóta, mióta az Internet mint alternatív informálódási és tanuláskörnyezet megjelent. Ezt a válságot manapság még a mesterséges intelligencia alkalmazása felől érkező kihívások is súlyosbítják. De még a tudományba vetett bizalom elvesztése is reális jelenség az utóbbi időben, pontosabban mióta az interneten elszabadultak és minden moderálás nélkül terjedhetnek a különböző áltudományos, összeesküvés-szerű, alternatív világmagyarázatok és igazságok (lásd. oltásellenesség, klímaválságszkepszis stb.). A közösségi médiában egy tanulatlan felhasználó ugyanúgy ki tudja építeni a követői táborát, mint egy cizellált véleményekre képes társadalomkutató, csak meg kell találnia azokat a virális tartalmakat, amelyek direkt hatni tudnak a felhasználókra. Sőt, azt is lehet látni, hogy egy leegyszerűsített, de botrányos üzenet könnyebben megtalálja továbbosztóit, mint egy komplex, ezért nehezebben befogadható elemzés. Ezt a folyamatot erősítik fel a különböző algoritmusok, visszhangkamrákat, filterbuborékokat hozva létre.¹⁰ A válságok elmélyüléséhez vezet a polarizáció folyamata is, ami szintén a közösségi média használatának a következménye. Hunt Allcott és munkatársai jutnak arra a következtetésre 2020-ban közzétett tanulmányukban, hogy a közösség médiaplatformjai hozzájárulnak a közvélemény polarizálásához, s így alááshatják a demokratikus döntéshozatal hatékonyságát.¹¹

Ahogy jeleztem, ezek a válságok összeadódnak, és mind odavezetnek, hogy társadalmi szinten eljelentéktelenednek azok az intézményes szűrők, amelyek eddig visszaszorították és karanténba zárták a társadalmilag káros és ellenőrizhetetlen üzeneteket. Másrészt, eddig maguk az üzenetek terjesztői is az érezték, hogy meg kell felelniük bizonyos normáknak, képesek kell, hogy legyenek arra, hogy álláspontjaikat kitegyék a racionális vita fórumainak és követelményeinek. Manapság eltűnőben van ez a kényszer, hiszen, ha az üzeneteink hatékonysága más úton is biztosítható, nincs miért próbálkozni egy nehezített terepen való érvényesüléssel. Ezzel azonban

9 | Peter Berger–Thomas Luckmann: *A valóság társadalmi felépítése*. 80–92.

10 | Gálík Mihály: Visszhangkamrák és szűrőbuborékok. *Médiakutató* 2020. Tavasz 01. 27–35.

11 | Lásd Hunt Allcott et al.: The Welfare Effects of Social Media. *American Economic Review* 110 (3) 2019.

a demokrácia mint politikai rendszer alapjai kérdőjeleződnek meg, többek között az, amit állampolgári deliberációnak neveznek. Ez egy olyan folyamatot jelent, amelyben állampolgárok közösen, nyíltan és racionálisan megvitatnak közügyeket, mérlegelik a különféle érveket, és konszenzusra vagy legalábbis kölcsönös megértésre törekednek.¹² Az ilyen jellegű viták hozzájárulnak a politikum igazságainak az ellenőrzéséhez is, ennyiben a valóságépítés hagyományos mechanizmusai közé tartoznak. Az állampolgári deliberáció mechanizmusai nélkül sérül a demokrácia valósága, az állampolgárra egy ilyen közegben ugyanis csak az marad, hogy azonosuljon egy számára felkínált valóságértelmezéssel, a politikum ugyanis mindent megtesz annak érdekében, hogy az általa felkínált valóságértelmezést kínálja fel egyetlen érvényes valóságként.

Ideje összegezni. Idáig arra törekedtem, hogy bevezessem a posztvalóság kora terminust, mint egy olyan keretfeltételt, amelyen keresztül jobban elhelyezhetők és megérthetők a kortárs politikai életben történő jelenségek. Ennek érdekében a valóságépítés közösségi média előtti folyamatát tekintettem kiindulópontnak, amelyet Peter Berger és Thomas Luckmann írt le korszakos művében. Ehhez viszonyítottam a posztvalóság korszakának valóságépítését, amelyet erőteljesen a közösségi média határoz meg. A posztvalóság fogalmának megvannak a 20. századi előzményei. Ide-sorolható Jean Baudrillard szimulákrumfogalma,¹³ ahogy Jean-François Lyotard posztmodernállapot-teóriája is, amely a nagy narratívák összeomlása utáni korszak bejelentésével a posztigazságok világát előlegezte meg.¹⁴ A posztvalóság fogalmát más szerzők is használják, többek között Rebeka F. Guarda és szerzőtársai, akik tanulmányukban szintén azt próbálták elemezni, hogyan alakult ki a posztigazság korszaka a közösségi média korában, amikor a tömegtájékoztatás megbízhatósága erodálódik, és a közvéleményt manipulált tartalmak formálják.¹⁵

Ha összegezni akarjuk, mi történik a politikával a posztvalóság korában, egy három tényezőből álló összefüggést tudunk kiemelni. Ezek szorosan összefüggnek, és kiadják azt a valóságot, amelyben a politikacsinálás zajlik:

1. Leegyszerűsödnek, átalakulnak az üzenetek, illetve megváltozik azok episztemológiai státusa (posztigazságok, alternatív tények, fake newsok).
2. Hatékonyá válik az üzenetek terjedése (közösségi média).
3. Eljelentéktelenednek a társadalmi szűrők (hagyományos média, intézmények, közösségi ellenőrzés).

Fontos megjegyezni, nem teljesen új jelenséggel van dolgunk. A politika mindig használta a tömegmanipuláció, a propaganda eszközeit, hogy befolyásolja a tömegeket. A tömegkommunikáció hatását már rég elemzik a szociálpszichológusok, nem véletlenül viseli Elliot Aronson *A társas lény* című könyvének egy nagy fejezete *A tömegkommunikáció, a propaganda és a meggyőzés* címet.¹⁶ Pedig ezt a könyvet Aronson 1978-ban jelentette meg, ami számos vélekedés szerint a nyugati típusú demokráciák aranykorszaka volt. Ami változott ehhez képest, hogy közben kialakult egy

12 | Lásd Jürgen Habermas: *Between Facts and Norms: Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. MIT Press, Cambridge, MA 1996.

13 | Jean Baudrillard: A szimulákrum elsőbbsége. In: *Testes könyv I.* Ictus–JATE, Szeged 1996. 161–193.

14 | Lásd Jean-François Lyotard: *A posztmodern állapot*. Századvég Kiadó, Bp. 1993.

15 | Rebeka F. Guarda et al.: Disinformation, Dystopia and Post-Reality in Social Media: A Semiotic-Cognitive Perspective. *Education for Information*. Volume 34. Issue 3. 2018. 1–13.

16 | Elliot Aronson: *A társas lény*. Akadémiai Kiadó, Bp. 2008. 87–135.

társadalmilag nehezen ellenőrizhető közeg, amely nagyon könnyen válik a manipuláció és a propaganda terepévé és eszközévé. Amiről beszélek, azonban nem egy kész világ, hanem egy tendencia, amely felől értelmezhetővé válik a kortárs politikai élet számos aspektusa. A valóság azonban soha nem tüntethető el teljesen. De pont a tudásszociológia tanítja meg számunkra, lépjen elő bármilyen köntösben, mindig egy társadalmi építkezés folyamataként fog előtűnni. Azonban jó lenne, ha velünk maradnának a konstrukció bonyolult, időigényes, nagyobb figyelmet és energiabefektetést igénylő folyamatai is, úgymint az érvelés, az ellenőrzés, a szűrés, az intézményépítés. Ezek a garanciái ugyanis, hogy egy rétegzettebb, korrekcióra képes, demokratikusabb valóságban élhessünk.

Politics in the Age of Post-Reality

Keywords: post-truth, alternative facts, social media, post-reality

In 2016, Oxford Dictionaries chose the expression *post-truth* as the word of the year. The term denotes circumstances in political life in which objective facts influence public opinion less than emotional impact or personal belief. Alongside the terms *post-truth* and *alternative facts*, I consider it justified to introduce the concept of *post-reality*, which places the phenomena related to these notions in a broader context. In the age of post-reality, it is the very concept of reality itself that is called into question, with the consequence that in political life multiple, mutually irreconcilable interpretations of reality increasingly begin to operate simultaneously, with no common ground to which one could refer. This raises the question: what has happened here? Where has reality gone? But where has it been before, and how was it able to exist?

The sociology of knowledge speaks of the social construction of reality. This construction can take different forms, as Peter Berger and Thomas Luckmann discuss in their famous book. In my study, I relate the concept of post-reality to these considerations, in order to make clearer what has changed and what has been lost.