

KÖSZERVEZÉSI ÉS KÖZIGAZGATÁSTANI

MŰHELY - FÓRUM

2016

Tanulmánykötet

Budapest
2018

Nemzeti Közzolgálati Egyetem
Államtudományi és Közigazgatási Kar
Közzervezési és Közigazgatástani Intézet
munkatársainak 2016. évi szakmai fóruma

Szerkesztő:

Prof. Dr. Tózsza István

Szerzők:

Dr. Almásy Gyula

Dr. Bajnai László

Dr. Belényesi Emese

Dr. Buskó Tibor László

Györfyné dr. Kukoda Andrea

Dr. Jenei Ágnes

Jószai Attila

Dr. Koronváry Péter

Dr. Merkovity Norbert

Prof. Dr. Nemes Ferenc

Prof. Dr. Tózsza István

Dr. Zsolt Péter

Lektorok:

Prof. Dr. Nemes Ferenc

Prof. Dr. Sikos T. Tamás

ISBN 978-963-9753-21-1

Kiadó:

E-Government Alapítvány a Közigazgatás Modernizációjáért

Borítóterv: Tózsza István

© A szerzők

Budapest

2018

Tartalom

Előszó (Tózsza István)	5
<i>Közigazgatási szervezet</i>	
21. századi kihívások a vezetőkkel szemben (Nemes Ferenc)	7
Szervezeti kockázatok a közigazgatásban (Koronváry Péter)	23
Közigazgatási szervezetek változási folyamatai – változásmenedzsment a közigazgatásban (Belényesi Emese)	39
<i>Közigazgatási tér</i>	
Nemzeti identitástudat és a kreativitás (Tózsza István)	55
Fenntartható urbanizáció kihívásai (Bajnai László)	67
Az országmárka-építés lehetőségei és problémái a Budapest 2024 olimpiai pályázat apropóján (Buskó Tibor László)	83
Esettanulmány a korai szuburbanizációs folyamatok megjelenésére Csepel községben (Jószai Attila)	97
<i>Közigazgatási módszer</i>	
A network-szemlélet, a kapcsolatháló elemzés alapjai (Györfyné Kukoda Andrea)	113
<i>Közigazgatási kapcsolat</i>	
A közigazgatás-tudomány és a politikai kommunikáció találkozási pontjai (Merkovity Norbert)	127
A bosszú a társadalmi hálózatokban (Zsolt Péter)	137
A párbeszéd kultúrájának fejlesztése a Nemzeti Közszolgálati Egyetem Államtudományi és Közigazgatási Karának képzéseiben (Jenei Ágnes)	151
<i>E-közigazgatási szemelvény</i>	
A legkorszerűbb „okos” alkalmazások az önkormányzati igazgatásban (Almásy Gyula)	167

Előszó

Máthé Gábor professzor szerint *Magyary Zoltán tudománytörténeti jelentőségét pedig elsősorban az adja, hogy az 1850 óta kettős pályán futó közigazgatástudományt és közigazgatási politikát az egyetemi oktatásban addig nem képviselt közigazgatástannal, továbbá a tudományosan alátámasztott racionalizálási kutatási eredményekkel egyetlen szintézisbe, a magyar közigazgatás-tudományba ötvözte.*¹ Amikor a Nemzeti Közszolgálati Egyetem vezetése 2016-ban meghatározta az Államtudományi és Közigazgatási Kar új intézeti struktúráját, az egyik legösszetettebb intézet megnevezése Közszervezési és Közigazgatástani Intézet lett. Ezzel a „közigazgatástan” egyetemi környezetben történő definiálása – mint intézetfejlesztési kihívás – előtérbe került. Az új Intézet négy, korábban működő tanszékből az alábbi diszciplináris területeket integrálja: közigazgatási vezetés és szervezés; közigazgatási kommunikáció és média; közigazgatási urbanisztika; közigazgatási statisztika. Ez úgy is értelmezhető, mint közigazgatási szervezet, kapcsolat, módszer és tér – mint a közigazgatástan alkotóelemei.



Az intézet diszciplináris területeinek interferenciái a közigazgatástan értelmezésében; a számok az intézeti oktatók és kutatók konkrét érdeklődési, kutatási területeit jelölik, a szakterületek interferenciájában elhelyezkedve, amely egyben rámutat elsősorban a „tér,” másodsorban a „módszer” viszonylagos gyengeségére, amely az oktatói-kutatói létszámmal is arányos

Az intézetfejlesztési tervben 2016-tól minden évben egy olyan intézeti előadói műhely fórum tartása szerepel, amely célja, hogy a munkatársak oktatási (ismeretátadási), az azt alapozó tananyag fejlesztési (ismeret rendszerezési) és mindenekelőtt a legfrissebb kutatási (ismeretszerzési) kötelezettségeit próbálja egységes közigazgatástani keretbe kovácsolni.

Tózsá István

¹ MÁTHÉ G. 2013 Magyary Zoltán tudománytörténeti jelentősége = Polgári Szemle 2013.9/3-6

A közigazgatás-tudomány és a politikai kommunikáció találkozási pontjai

Merkovity Norbert

„A legfontosabb a kommunikációban meghallani azt, ami nem hangzik el.”
(Peter Drucker)

A közigazgatás-tudomány és a politikai kommunikáció közötti kapcsolat magától értetődő folyamat az angolszász szakirodalomban. Ez a fejezet is ezt az álláspontot képviselő. A folyamat értelmezésére az agenda melding jelenséget mutatja be az írás, amely abból a meggondolásból indul ki, hogy az állampolgárok – a vertikális logikával működő hagyományos média mellett – különböző horizontális médiumokon kapcsolódnak egymáshoz. Másként megfogalmazva az egyén számára a hírek és az események valójában a horizontális média keretében jelennek meg. Az így létrejövő napirendek visszatükrözik a csoportok világnézetét, azt, ahogyan az ügyeiket intézik, és más egyedi módokat, amelyek az őket körülvevő világgal állnak kapcsolatban

BEVEZETÉS

A politikai kommunikáció egyike azon kevés tudományágaknak, amelyek az angolszász „*media studies*” fejlődésével egy időben, nem egyszer egymást segítve, ért el eredményeket a kilencvenes évekig. Az együttműködésnek köszönheti a politikatudomány például az *agenda-setting* és az agenda building folyamatának megértését.

A kommunikációtudomány és a politikai kommunikáció kutatás korai szakaszában egyértelmű volt, hogy a két terület kutatói együttműködtek, képviselőik nem egyszer mindkét terület kutatóinak számítottak. *Lippmann, Dewey, Lasswell, Lazarsfeld, Stouffer, Hovland, Lewin, Schramm, McCombs, Shaw*, a közeli múltban *Chaffee, McDevitt* és még sokan mások egyszerre számítanak mindkét tudomány alapító atyáinak és/vagy meghatározó személyiségeinek. A kilencvenes évektől, a digitális média, majd a web 2.0 megjelenésével azonban látszólag háttérbe szorult a két tudományág együttgondolkodása, mindkettő más részterületek felé nyitott.

Az interdiszciplinaritást szem előtt tartva, kérdés, hogy a régi hagyományok felélevenítésével vajon meg lehet-e újítani a médiakutatást és a politikai kommunikációt a közigazgatás-tudomány révén? Továbbá mi lehet az az elem, amely mind a médiatudomány, mind a politikai kommunikáció kutatóinak a figyelmére számíthat? Véleményem szerint ehhez nem a két tudományág területén kell

vizsgálódnunk, hanem a politikai kommunikáció – pontosabban azon túl –, a politikatudomány területén.

A JELEN POLITIKATUDOMÁNYÁBAN A POLITIKAI KOMMUNIKÁCIÓ ÉS A KÖZIGAZGATÁS-TUDOMÁNY

Az 1990-es évek második felében *Gianpietro Mazzoleni* megalkotta a politikai kommunikáció mediatizált háromszögét, az úgynevezett nyilvánosság-dialógus modellt (MAZZOLENI, 2002), amelyben megkülönbözteti egymástól a politika rendszerét, az állampolgárokat/választókat és a média rendszerét. A politika rendszere tartalmaz minden politikai szereplőt. A szerző ugyan különbséget tesz a helyi, az országos és a transznacionális politika között, ahogyan az egyes szereplők különböző érdekérvényesítő kapacitásukkal is foglalkozik, de mindezek ellenére problémás e tág csoport egy rendszerben való szerepeltetése.⁴⁰ *Mazzoleni* leírásában az állampolgárok/választók a legtöbb esetben kiszolgáltatták a politikának és a médiának. Ugyanakkor két erős fegyver van a kezükben, amelyeket nem használhatnak korlátlanul. Ezek a közvélemény-kutatások révén a közvélemény és a választások. A média rendszere tölti be többek között a közvetítő, a helyettesítő és a problémamegoldó funkciókat. A média közvetíti a politika és az állampolgárok között, a közvetett demokráciák sajátosságából kifolyólag képvisel (helyettesít) az állampolgárok és a politika között zajló kommunikációs folyamatokban, valamint lehetőségéhez mérten javaslatokat tesz a két fél között fellépő vitás kérdések megoldásában. A mediatizált háromszög szereplői egyenrangú felekként vesznek részt az interakciós folyamatokban. A modell további gondja, hogy a kétezres évek eleje óta változások történtek a politikai kommunikáció (és a közigazgatás) működésében, amelyekre *Mazzoleni* modellje nem ad egyértelmű választ.

A politika rendszerét – amely egyaránt érinti a politikai kommunikációt és a közigazgatás-tudományt – tekintve a politikatudomány több ága a XXI. századi demokrácia felfogások irányába fordult (vö.: SZABÓ – MIHÁLYFFY, 2009: 86–87), valamint átgondolásra került a politológiai háromszög (*polity*, *policy*, *politics*) hagyományos definíciója. A *polity*-t az információs technológia eszközeivel látták el, emiatt megváltozott a kapcsolata a világgal, ami újabb vizsgálatokat követelt meg. A *policy* kapcsán szükségessé vált az állampolgárok bevonása, amit például az átfogó digitális kori kormányzás – *digital era governance* (DUNLEAVY et al., 2006; BOGDANOR, 2006; ALFORD – OWEN, 2008; Z. KARVALICS, 2008), illetve a szűkebb területen érvényesíthető e-kognokrácia – e-

⁴⁰ Ez utóbbi miatt sok kritika éri *Mazzoleni*t, hiszen nem közömbös például, hogy egy széles társadalmi támogatottsággal rendelkező politikusról vagy pártról van szó, avagy egy település városvédő csoportjáról. Hasonló a helyzet az itt szintén helyet foglaló helyi és állami közigazgatással.

cognocracy (MORENO-JIMÉNEZ – POLASEK, 2003; PILES et al., 2006; MORENO-JIMÉNEZ et al., 2008) révén igyekszik megoldani a közigazgatás-tudomány. A politics, mint a politikai kommunikáció elsődleges kutatási területe, pedig a digitális média megjelenésének köszönhetően bővítette az eszköztárát, immáron nem csak a hivatalos médián és kapuőrökön keresztül képes szólni, hanem a videó megosztó és közösségi oldalak segítségével megkerülheti a hagyományos csatornákat.

A választók csoportjában a politikatudomány, ezen belül a politikai kommunikáció és a közigazgatás-tudomány a civil részvétel felé fordult (HABERMAS, 2006: 415; SZABÓ – MIHÁLYFFY, 2009: 87-88). Aktív és inaktív hálózatok jöttek létre, amelyek politikabefolyásoló erejüknel fogva fontos tényezővé váltak (MERKOVITY, 2008). Az inaktívak olyan „offline” hálózatok digitális nyúlványai, mint amilyenek például a környezetvédő, emberi jogok védelméért küzdő, globalizációellenes, vagy esetleg egy ideológiai mentén szerveződő szervezetek (lásd pl.: TOFFLER, 1970; 1980; RHEINGOLD, 2002). Az ilyen hálózatok eszközként használják a digitális hálózatokat, a céljukat viszont ezeken kívül találják. Az aktív hálózatokat azok a netizenek alkotják, akik egyre jellemzőbben az úgynevezett ismertségi hálózatokban (*social networks*) érintkeznek, a személyes kapcsolatok helyett online kerülnek interakcióba más emberekkel (MCLUHAN – NEVITT, 1972; CASTELLS, 2002; BARD – SÖDERQUIST, 2002; 6, 2004; LEADBEATER – MILLER, 2004). Az aktív hálózatok az eszköz mellett a célt is a digitális hálózatokon találják. Mindkét csoport igényeinek kielégítésére ment végbe a közigazgatásban egy erőteljes elektronizálási/digitalizálási folyamat, amely átszabta a hagyományos ügyintézkést. Ugyanakkor ez a folyamat szemléletváltást is magában hordoz. Az „új közmenedzsment a halott, isten éltesse a digitális kori kormányzást” személet szerint a közszolgáltatások reintegrációja és a közigazgatási munkához való holisztikus hozzáállás alapjaiban írja át a klasszikus közigazgatástan tételeit (DUNLEAVY et al., 2006).

A kilencvenes évek közepe utáni média rendszerét azonban egyre nehezebb elhelyezni a politikai kommunikáció háromszögében. Miközben kétségtelen, hogy mind a mai napig – *Cohen* szavait használva – a média nem abban sikeres, hogy megmondja az embereknek, mit gondoljanak, de elképesztően sikeres, hogy megmondja az olvasóinak, hallgatóinak, nézőinek, miről gondolkodjanak (COHEN, 1963: 13). Ugyanakkor, ahogyan azt a választók/állampolgárok csoportjánál is jeleztem, megváltoztak a civilek az elmúlt másfél-két évtizedben. A média hatása nem írható le egyértelmű folyamatként, mint amilyen az *agenda-setting* folyamata. Ez alatt nem azt értem, hogy sutba dobhatjuk az elmúlt bő hatvan-nyolcvan év kommunikációkutatását, épp ellenkezőleg, a politikatudomány, és azon belül a magyar politikai kommunikáció még nem, vagy legalábbis nem a legfrissebb események kutatási eredményeit dolgozta fel. A média rendszerének újraértelmezése és a digitális média beillesztése az aktuális folyamatokba lehet a

közigazgatás-tudomány, a kommunikációtudomány és a politológia új közös feladata.

AZ AGENDA-SETTING JELENTŐSÉGE

Az elmúlt években a média és azon belül is a televíziós üzletág létrehozta a társadalmi és politikai kommunikáció terét, a teret ahol a távoli és a közeli, az idegen és az ismerős kapcsolatok szerkesztettek, tagoltak és a média hatásának köszönhetően leromboltak (ASHURI, 2009). Ugyanakkor az interaktív kommunikáció horizontális hálózatai (CASTELLS, 2007) erősítik az összetartozást, még úgy is, ha mindez egyszerre az új és régi médián keresztül valósul meg. Viszont más minőségű tartalmat kölcsönöz a kapcsolatoknak, mint tette azt korábban. Gondoljunk csak az elmúlt évtizedben történt eseményekre, ahol a média rendszere aktív szereplő volt ugyan, de nem az események alakításában vette ki a részét. Ilyenek voltak például a dán sajtóban megjelent Allah karikatúrák, vagy a 2005-ös francia zavargások kapcsán kialakult *smart mob*⁴¹, de hasonló utat járt be az Arab tavasz is. Ide tartoznak a világ legkülönbözőbb tájain megjelenő politikai *flash mobok*⁴², a 2007-es észt-orosz szájerháború néven elhíresült eset, vagy a digitális hálózatok jelentősége az Amerikai Egyesült Államokban tartott elnökválasztásokban, továbbá a blogoszféra megszilárdulása a média piacán, valamint a szociális hálózatokra épülő honlapokon regisztráltak számának exponenciális növekedése. Ez a pár példa is jelzi, hogy változás zajlik a média rendszerében, ahol a média *coheni* megközelítésének érvényessége gyengülni látszik. Napjainkban azt mondhatjuk, a média elképesztően sikeres abban, hogy megmondja fogyasztóinak, miről *kellene* gondolkodniuk, de a használói eldöntik, hogy milyen forrásból tegyék azt. A hagyományos média – egyelőre – legnépszerűbb „kasztyát”, a televíziót és annak *push* hatását ismerve igaznak is tűnik az előbbi mondat. A *politainment* típusú műsorok térnyerésével valóban az irányított figyelemfelkeltés magasiskolájának korát éljük, de a digitális média jelenléte árnyalja a képet. Gátolja az ilyen felismerések tudományos vizsgálatát, hogy a politikai kommunikáció kutatói ritkán elemzik a szórakoztató műsorok politikai hatásait, mert benne ragadtak a hírmédia vizsgálatának bűvkörében.

A fenti megközelítést alapul véve változóban van *McCombs* és *Shaw agenda-setting* elmélete is. Jól ismertek a napirend és a fontossági sorrend közötti összefüggések. Tudjuk, hogy a média napirendje (*media agenda*) megmutatja az írott és az elektronikus sajtó által működtetett hírszelekciós mechanizmust, illetve azt, hogy mit tart fontos témának egy adott időszakban, azaz milyen kérdésekről, problémákról, eseményekről számol be, hogyan közvetíti, szelektálja és konst-

⁴¹ *Smart mob* (okos tömeg) – a hálózatokon szerveződő, viszonylag hosszan tartó megmozdulás. Sok esetben nincs egyértelmű célja.

⁴² *Flash mob* (villámcsődület) – a smart mobbal szemben gyors lefolyású, konkrét cél érdekében szervezet megmozdulás.

ruálja a politikai valóságot, mint ahogy azt is tudjuk, hogy az egyik napirendi fontosság átvihető egy másik napirendre. A napirend két szintje, a *framing*, a *priming*, a *real-world-indicators*, az *Acapulco*-tipológia mind ismertek. Amit nem tudunk pontosan, hogy hogyan hat mindezekre a digitális média, továbbá milyen eltéréseket eredményez a változó médiatér, illetve mi alapján lehet ezeket a változásokat vizsgálni a közigazgatás-tudomány körében?

A hordozható számítógépek, a mobiltelefonok, a PDA eszközök és más mobil technológiáknak köszönhetően a digitális média immár nem helyhez kötöttséget jelent, mint ahogy az a rádió és később a televízió korában volt. A háztartások „médiá szentélyei” átalakulóban, vagy más vélemények szerint eltűnőben vannak. *Franklin D. Roosevelt* „kandalló előtti beszédei” a mai korban elképzelhetetlenek lennének, ahogyan egy ország vezetőjének a néphez intézett televíziós beszédei sem érdekelnek már olyan széles tömegeket, mint korábban. A napirend meghatározásban a hagyományos média szerepe csökkenőben van, és mindez hatványozottan igaz a politikai témákra. Ennek oka, hogy az állampolgárokat látszólag kevésbé érdeklik a politikai tudósítások. Ugyanakkor a politikai kommunikáció szakemberei új módszereket fejlesztettek ki, hogy kapcsolatba kerüljenek a választókkal. Az egyik módszer a digitális médiában, és azon belül az interneten keresztül történő kapcsolattartás teljesebbé tétele. A nyugati típusú demokráciákban a kilencvenes évektől kezdődően a pártok, majd az államok megjelentek az interneten. A kezdeti időkben a prezentálás volt a elsődleges cél, míg a kétezres évek elejétől már a konkrét hálózatépítés és szolgáltatásnyújtás vált a fő profillá. A politika rájött ugyanis, hogy az interneten közölt információk sokkal olcsóbbak, mintha a média rendszerén keresztül közvetítenék.

Természetesen a média, pontosabban a televízió uralma is megkérdőjelezhetetlen a politikai körökben, hiszen a fontosabb üzeneteket továbbra is a média rendszerén közvetíti a politika rendszere. Erre azonban csak a nagy és pénzügyileg erős politikai csoportok, valamint az állam képesek, a politikai rendszer kisebb szereplőinek alternatívaként marad az internet. Mindezek által összetettebbé válik a média rendszere, mivel a hagyományos média ugyanúgy figyel a digitális médiára, ahogy a digitális média figyel a hagyományos médiára. A politikai információk forrása hihetetlen robbanáson van túl, ahol az állampolgárok szabadon eldönthetik mely adatok lesznek lényegesek számukra és mely adatokat tekintik megbízhatónak. Úgy tűnhet azonban, hogy az információk megnövekedett számán túl, napjaink médiája nem igazán tér el a korábbi évtizedek médiájától, tudniillik a média továbbra is a közvetítői, az állampolgárok pedig a befogadói szerepet töltik be. Az igazi változást az állampolgárok hozzáállása jelenti, amikor a széles tömegek számára maga a polgár is lehet az információ forrása, elemzője, cáfolója vagy továbbbítőja. Az internet kiszélesítette a politikai forrás fogalmát. Ennek következtében az *agenda-setting* többé nem a politikusok és újságírók duopóliuma, illetve a kommentár, mint sajtóműfaj immár nem csak

egy exkluzív klub tagjainak kiváltsága. „Mindezek radikálisan kiterjesztették a politika területét” (GUREVITCH et al., 2009: 171.), ahol a hagyományos *agenda-setting* eszközök és kutatások felülvizsgálatra szorulnak.

AZ AGENDA-MELDING

A napirend egybeolvadás (*agenda melding*) azt jelenti, ha egy egyén csatlakozik egy csoporthoz, amely csoportnak lehet saját videó csatornája, hírlevele, weboldala, akkor olyan csoportot fog választani, ami közel áll saját prekonceptióihoz. Következmenye, hogy a csoport tagjai a tömegmédiá megkerülésével léphetnek kapcsolatba egymással. Az *agenda melding* valójában arra ad értelmezési keretet, hogy a politikai információ miként válik a napirend (*public agenda*) részévé. Az *agenda melding* abból a megfontolásból indul, hogy az *agenda-setting* a médiában fontos, hogy megmondja, miről gondolkodjanak a fogyasztók. Azonban a hírek és események valójában a horizontális média keretében jönnek létre, úgy mint újságokban, televíziókban és mostanában a mobil telefonokon és az interneten. Ebben a médiasíkban azonos hírek különböző értelmezéseit kapják a fogyasztók, illetve további összefüggéseket találhatnak, amelyek interpretációja nem más, mint maga a napirend egybeolvadása. Donald Shaw és kutatótársai szerint az emberek csoportokban szerveződnek napirendek köré, amelyek visszatükrözik a csoport világnézetét, azt ahogyan az ügyeiket intézik, és más egyedi módokat, amelyek az őket körülvevő világgal állnak kapcsolatban. Ha egy egyén azért szeretne csatlakozni egy közösséghez, hogy például jól informált választó legyen, akkor a tömegmédiá ösvényét fogja követni, hogy azonosulni és követni tudja a közösséget. Amennyiben úgy dönt az egyén, hogy egy nem nyilvános közösség tagjává kíván lenni, amelyet nem fed le a média, akkor egyéneken, hírleveleken vagy más szakosodott médián keresztül jut el a csoporthoz (SHAW et al., 1999: 11). Az *agenda melding* elmélete szerint tehát az egyének úgy csatlakoznak a közösségekhez, hogy napirendet választanak maguknak. A középpontjában a média üzenetének a befogadója áll, aki megfordítja a hagyományos *media-setting* irányt a média és a közönség között. A kérdés immár nem az, hogy mit tesz a média a fogyasztóval, hanem mit tesz a fogyasztó a médiával.

Korábban az ilyen kapcsolattartás túlságosan sokba került. Egy videó elkészítése, vagy egy hírlevél megszerkesztése több ráfordítással, mint megtérüléssel járt.⁴³ Ma a különböző információs és kommunikációs technológiáknak köszönhetően anyagi befektetés nélkül is létrehozható és fenntartható egy ilyen csoport.

⁴³ Fontos megjegyezni, hogy a közép-kelet európai múlt a szamizdat révén ismeri ezt a fajta kapcsolattartást. A kutatók ezt második (olykor harmadik) nyilvánosságnak nevezik, amely a hivatalosan elfogadott vagy elvárt nyilvánossággal szemben és rejtve létezik. A napirend egyesülés azonban nem jelent rejtett nyilvánosságot, hanem a hivatalos nyilvánosság egy szeletét képezi.

Bárkiből lehet újságíró és bárki fogadhatja az ő híreit. A hasonló érdeklődésű emberek hasonló hírekre lesznek kíváncsiak, így azonos nyelvismeret mellett nagy valószínűséggel hasonló közösségek és csoportok információforrásaihoz jutnak el. Az ilyen csoportok önkéntelenül felkarolnak egyes témákat, míg másokat figyelmen kívül hagynak. A napirend egybeolvadás az egyéneken kívülálló folyamat, amely a csoportok információáramoltatásával van összefüggésben, és nyomot hagy a médián. Az *agenda melding* a horizontális hálózatok által elméletileg végtelen számú variációval lehet jelen a média napirendjében. Így a média napirendre és általában a napirend hatásra is befolyással bír a napirend egybeolvadás. Ez által válik magyarázhatóvá a hagyományos média és az úgynevezett web 2.0 vagy szociális hálózatokon működő (blog, *Twitter*, *YouTube* csatornái, *Facebook* hírhálózatai, stb.) „média” egymásra figyelése, azaz érthető, hogy a hagyományos média miért idézi egyre sűrűbben a digitális – nem hivatalos – médiát, hiszen az aktuális napirend nem egyszer megelőzi a hagyományos média napirendjét is. Korai példa erre *Bill Clinton* elnökségének idején, 1998-ban kirobbant *Monica Lewinsky* botrány, amelyről első ízben a *Drudge Report* nevű blog számolt be, négy nappal korábban, mint a *The Washington Post*. Ezen a példán is látható, hogy az online csoportok több nappal is megelőzhetik a hagyományos médiát, tehát amennyiben az ilyen témák a napirend részévé válnak, és elkezdnek terjedni, akkor mire a fősodró médiát is eléri, már túl is eshettek egy elsődleges a napirend egybeolvadáson.

Ugyanakkor a napirend egyesülés nem jelenti egyben a napirendek végleges megszűnését, de mindenképp cáfolja az *agenda-setting* erős hatását, amelyet *Edward Herman* és *Noam Chomsky* (1988) propaganda modelljében felelősnek tartanak a kulturális hegemonia megalkotásában és abban, hogy az elit média által létrehozott általános kereteket követi az alsóbb szintű média is. Ezeket gyengíti a napirend egybeolvadás hatása, főleg akkor, ha a híreket nem hagyják meg maguk egységében, hanem a remixkultúra részévé teszik. *Lance Bennett* és *Shanto Iyengar* szerint a hagyományos mediaközönség fogyásával megszűnnek az információs közjavak, amelyeket jellemzően az országos (televíziós) csatornák közvetítettek, helyette a média rétegződése és fragmentációja egyidejűleg megy végbe (BENNETT & IYENGAR, 2008a: 717).

A jelenség arra világít rá, hogy míg az emberiség robbanásszerű technológia fejlődésének köszönhetően túlcsoportuló információbőségében rengeteg adat között válogathat, addig korunk elképesztően depolitizált (MCCHESNEY, 2015). Az *agenda melding* azonban azt jelzi, hogy a társadalmak depolitizáltsága csak látszat. A különböző csoportokhoz eljutnak az információk, csak ezek az információk már nem kapnak olyan műfaji kereteket, mint amelyeket korábban megszoktunk. *Herman* és *Chomsky* szerint az elit média a napirend hatás segítségével politikai és gazdasági érdekeket képvisel (1988: xi), illetve meghatározza, hogy mely témák, témakörök és események érdekesek arra, hogy beszámolja-

nak róluk, illetve amelyekkel az alsóbb szintű médiumok is foglalkozhatnak (1988: 1–2). Az *agenda melding* ismeretében azonban kijelenthető, lehet, hogy épp az alsóbb szintű médiából indul a hagyományos *agenda-setting*, vagy még ennél is nagyobb az esélye, hogy az online média veti fel az elitnek mondott médiának, hogy mivel érdemes foglalkoznia. Ezzel mind a politikai kommunikációnak (és médiatudománynak), mind a közigazgatás-tudománynak szembe kell néznie.

ÖSSZEGRZÉS

A napirend egybeolvadás új kutatási irányt jelent a napirendhatás elemzésekben. Nagy valószínűséggel a fősodró média *agenda-settingje* sem tűnik el az egyik napról a másikra, de várható, hogy a jövőben az egyének további információkkal dúsíthatják a *mainstreamben* megjelenő információkat. Ilyen környezetben az kerül előnybe, aki ismeri a területét érintő csoportok dinamikáját. Úgy tűnik, hogy akik ki tudják használni a napirend egybeolvadás előnyeit, azok hatással lehetnek a hagyományos *agenda-setting* folyamatára is, ami végső soron hatással lesz e fejezet címében jelezett két tudományágra. Ha ez a megállapítás megállja a helyét, akkor fontos kérdés lesz, hogy kik és milyen célokra használják a médiát?

HIVATKOZÁSOK

ALFORD, J. OWEN, P. 2004. *Your friendship networks* In: *Network Logic. Who governs in an interconnected world?* (szerk: McCarthy, H. et al.) Demos, London, pp 129–142. ISBN 1-8418-0118-6

ALFORD, J. – HUGHES, O. 2008. *Public Value Pragmatism as the Next Phase of Public Management* = *The American Review of Public Administration*. 38/2. pp 130–148.

ASHURI, T. 2009. *Negotiating Distances. The Cultural Economy of Television Programs* = *Television & New Media*. 11/2. pp 105–122.

BARD, A. – SÖDERQUIST, J. 2002. *Netocracy. The new power elite and life after capitalism* Pearson Education, London. 288 p. ISBN 1-9036-8429-3.

BENNETT, L. W. – IYENGAR, S. 2008. *The Shifting Foundations of Political Communication: Responding to a Defense of the Media Effects Paradigm* = *Journal of Communication*. 60/1. pp 35–39.

BOGDANOR, V. 2006. *Introduction. In: Joined-Up Government* (szerk: Bogdanor, V.) Oxford University Press, Oxford, pp 1–18. ISBN 978-0-19-726333-4

CASTELLS, M. 2002. *Az Internet-galaxis. Network Twenty One*, Budapest. 280 p. ISBN 963-9333-11-5.

- CASTELLS, M. 2007. *Communication, Power and Counter-power in the Network Society* = International Journal of Communication. 1/1. pp 238–266.
- COHEN, B. 1963. *The Press and Foreign Policy*. Princeton University Press, Princeton. 288 p. ISBN 1-4008-7861-6.
- DUNLEAVY, P. – MARGETTS, H. – BASTOW, S. – TINKLER, J. 2006. *Digital Era Governance. IT Corporations, The State, and E-Government*. Oxford University Press, Oxford. 304 p. ISBN 0-1995-4700-9.
- GUREVITCH, M. – COLEMAN, S. – BLUMLER, J. G. 2009. *Political Communication – Old and New Media Relationships* = The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science. 625/1. pp 164–181.
- HABERMAS, J. 2006. *Political Communication in Media Society: Does Democracy Still Enjoy an Epistemic Dimension? The Impact of Normative Theory on Empirical Research* = Communication Theory. 16/4. pp 411–426.
- HERMAN, E. S. – CHOMSKY, N. 1988. *The Manufacturing of Consent. The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon, New York. 393 p. ISBN 0-375-71449-9.
- LEADBEATER, C. – MILLER, P. 2004. *The Pro-Am Revolution*. Demos, London. 74 p. ISBN 1-8418-0136-4.
- MAZZOLENI, G. (2002): Politikai kommunikáció. Osiris Kiadó, Budapest. 252 p. ISBN 963-389-227-9.
- MCCHESNEY, R. 2015. *Rich Media, Poor Democracy*. The New Press, New York. 496 p. ISBN 978-1-62097-070-6.
- MCLUHAN, M. – NEVITT, B. 1972. *Take Today. The Executive as Dropout*. Harcourt, Brace, Jovanovich, New York. 304 p. ISBN 0-1518-7830-7.
- MERKOVITY N. 2008. *Digital Diversity. An Attempt to Describe the the Individual's Information Networks* = NETIS Text Book. Colorful Information Societies – Country Reports, Case Studies and Papers http://www.ittk.hu/netis/doc/textbook/_Merkovity_final_eng.pdf (utolsó letöltés: 2016. július 19-én).
- MORENO-JIMÉNEZ, J. M. – ESCOBAR, T. M. – TONCOVICH, A. – TURÓN L. A. 2008. *Arguments That Support Desisions in E-Cognocracy. A Quantitavie Aproach Based on Priorities Intensity*. In: The Open Knowlege Society: A Computer Science and Information Systems Manifesto (szerk: Lytras, M. D. – Carroll, J. M. – Damiani, E. et al.) Springer, Berlin Heidelberg, pp 649–658. ISBN 978-3-540-87783-7.
- MORENO-JIMÉNEZ, J. M. – POLASEK, W. 2003. *E-Democracy and Knowledge: A Multicriteria Framework for the New Democratic Era* = Journal of Multi-Criteria Decision Analysis. 12/2–3. pp 163–176.

PILES, J. J. – SALAZAR, J. L. – RUÍZ, J. – MORENO-JIMÉNEZ, J. M. 2006. *The Voting Challenges in e-Cognocracy*. In: *Electronic Voting 2006* (szerk: Krimmer, R.) *GI Lecture Notes in Informatics*, P-86, Bonn, pp 225–235. ISBN 978-3-88579-180-3.

RHEINGOLD, H. 2002. *Smart Mobs. The Next Social Revolution*. Basic Books, Cambridge. 288 p. ISBN 0-7382-0608-3.

SHAW, D. – MCCOMBS, M. – WEAVER, D. – HAMM, B. J. 1999. *Individuals, Groups, and Agenda Melding. A Theory of Social Dissonance* = *International Journal of Public Opinion Research*. 11/1. pp 2–24.

SZABÓ G. – MIHÁLYFFY Zs. 2009. *Politikai kommunikáció az interneten = Politikatudományi Szemle*. 18/2. pp 81–102.

TOFFLER, A. 1970. *Future Shock*. Random House, New York. 505 p. ISBN 0-394-42586-3.

TOFFLER, A. 1980. *The Third Wave*. Bantam Books, New York. 537 p. ISBN 0-517-32719-8.

Z. KARVALICS L. 2008. *Úton a digitális kormányzás felé*. Demos Magyarország, Budapest. 82 p. ISBN 978-963-87649-5-9.