

UJ MÉDIA KULTÚRA

MAGAZIN 3. ÉVFOLYAM 2024. 1. SZÁM

**A KORSZAKVÁLTÁS
JÖVŐKÉPE**
Interjú **Koltay András**sal,
az NMHH elnökével

Megújuló technológia, avagy
A QR-KÓDOK MŰVÉSZETE

**MESTERSÉGES INTELLIGENCIA
ÉS SEBEZHETŐSÉG**
Interjú **Tilesch György** globális
mesterséges intelligencia-szakértővel

I-SZENNY ÉS E-FENNTARTHATÓSÁG
Aczél **Petra** írása arról,
hogy nem minden információ hasznos

A SPONTANEITÁSTÓL A PROFESSZIONALIZMUSIG
A Külföldön Sikeres Magyar Művészek-kutatásról

MÁSFÉL PERCBEN AZ EGÉSZSÉGRŐL
andras.doktor: TikTok és egészségügyi tanácsadás



NMHH

Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság

HOGYAN SEGÍTSÜNK GYERMEKEINKNEK TUDATOS DIGITÁLIS POLGÁROKKÁ VÁLNI?

Ebben nyújt sokoldalú, informatív és inspiráló támogatást a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság GYEREK A NETEN weboldala.



EGY OKOS OLDAL A SZÜLŐI MINDENNAPOKRA EGYETLEN KATTINTÁSRA ÖNTŐL.

www.gyerekaneten.hu



GYEREK A NETEN

BOLDOGULNI AZ ONLINE TÉRBE

2024. Minden évváltás egyszerre nagy és kis esemény. Egyrészt nagy, mert egy új év köszönt ránk, magunk mögött hagyunk egy mérföldkövet, és kíváncsian tervezzük a következőt. Másrészt kicsi, hiszen a napok ugyanúgy sorjáznak tovább, megéljük a pillanatok, élvezzük az életet, és szépen sorban megoldjuk a feladatokat. A kabbalisztika üzenete szerint 2024 a bőség, gazdagság éve, és ezzel nehéz is lenne vitatkozni: a médiatermékek mennyiségében, változataiban, új formáiban sosem látott bőséggel találkozunk majd idén. Ez az év (és környéke) számos jövőálmódó regény prognosztizált időpontja, Kim Stanley Vörös Mars című könyvétől, mely a Mars teraformálásáról szól, még messze vagyunk, de eljön, viszont William Gibson kultikus Neurománc világa, annak digitális rétegei egyre erőteljesebben körvonalazódnak.

A média világának ismerete, annak szabályozása, felügyelete még sosem látszott ennyire fontos feladatnak, hiszen már nemcsak a média jelenségeinek mély szemlélet- és világerzékelés-változtató hatásait figyelhetjük meg, de a különböző társadalmi viselkedések mediatizált formájában való működését láthatjuk egyre inkább növekvő mértékben, kezdve az egészségügytől az oktatáson át egészen a gazdaságig, társadalmi párbeszédig. Az online térben való boldogulás, az értékteremtő viselkedés, a fenyegetettség nélküli versenyképesség-növelés, az egyre szélesebb értelemben vett médiatudatosság kulcsfontosságú tudássá válik nemcsak a munkaerőpiacon, hanem a mindennapjainkban, családjainkban is. A mesterséges intelligencia számos formájának robbanásszerű terjedése, a szolgáltatások intelligenciájának növekedése, a generatív chatszolgáltatások más szolgáltatásokba épülése idén és a következő években sodró erővel fog tért hódítani, számos új tükröt tartva értékeink elé.

Kutatóként és magánemberként is kíváncsian, izgatottan nézek ezekben a tükrökbe, és keresem a válaszokat a folyamatosan záporozó kérdésekre, amelyeket ezek a tükrök sugallnak nekem. Mi a fontos ebben a technológiában, mi a megoldóértéke, mit ad és mit vesz el? Hogyan kell helyesen használni, és milyenek lesznek azok az emberek, akik ezeket használják? Hogyan formál minket a technológia, és ami még fontosabb, hogyan tudjuk mi formálni a technológiát? Milyen képességekre lesz szüksége a társadalomnak öt, tíz, tizenöt év múlva? Hogyan tudom növelni nemcsak az egyének, de a közösségek erejét egy hálózati, információs társadalomban?



A média és a technológia jelenségeinek és hatásainak ilyen mérvű terjedése nem öncélú és nem passzív folyamat. Az emberiség nem tehetetlenül áll egy külső erő változtató hatásával szemben, hanem készül, formálja magát és megold. Informálódik, okosodik, létrejönnek és terjednek az idegenek közötti bizalmi együttműködések, az erőforrások megosztása, elkezdjük hatékonyra tenni azokat a technológiákat is, melyeket az elmúlt száz évben robusztusságra optimalizáltunk, béreljük, kölcsönvesszük, ott és akkor használjuk fel az intelligenciát, amikor arra szükségünk van. Az emberiség készül, dolgozik az előtte álló nagy kihívás megoldásán, egy olyan kihívásán, mely gazdagodásunkkal és lélekszámunk növekedésével szükségszerű és várható volt. Egy olyan kihívásán, amelyet meg fog oldani, az emberi képességeink és technológiai eszköztárunk megvan hozzá, illetve fejlesztjük. Mindez nem idén fog megtörténni, de már idén elkezdődik. Töltsön el minket büszkeséggel az, hogy munkánkkal fontos mértékben járulunk hozzá ahhoz, hogy ennek a változásnak minél több győztese legyen. Jelen magazinnak minden lapszáma – így ez is – ezen tudás megszerzésében segít Olvasóink. Tartalmas és örömteli olvasást kívánok Önöknek.

Rab Árpád
jövőkutató

06

„Az online térrel kapcsolatos gyermekvédelmet és a digitális írástudás fejlesztését stratégiai fontosságúnak tartom.” Interjú Koltay Andrással.

18

Engedje egy művész, hogy (digitalizált) alkotásai az AI-rendszerek trenírozására szolgáljanak, és abból mások új képeket hozzanak létre? Veszelszki Ágnes írása.

24

A gyors információközlés és a szemét gyönyörködtető alkotások nászából születnek az új generációs QR-kódok.

30

Vajon a generatív képek kioltják a képbe vetett hitet, és újra kell-e gondolnunk a fénykép mindennapjainkban betöltött szerepét, a kép hitelességét, autenticitását?

38

Ha a mesterséges intelligencia beszélget velünk, beférkőzik a bizalmunkba, már nem úgy gondolunk rá, mint egy tamacocsira, hanem mint egy társra. Interjú Tilesch Györggyel.

46

Soha nem késő szelektíven gyűjteni az információt, megjegyezni, ami fontos, és elfeledni azt, ami nem az, igényesebbé válni a társas környezetben azzal, ahogy kommunikálunk. Aczél Petra írása.

52

Végeláthatatlanul görgetjük tovább telefonunk vagy laptopunk kijelzőjét egy-egy rossz hír nyomában annak ellenére, hogy amit olvasunk, az elszomorít, kétségbe ejt.

58

A figyelem terét kezdték elárasztani a plázákban, utcákon és hátsó kertben rögzített felvételek és gegfilmecek.

66

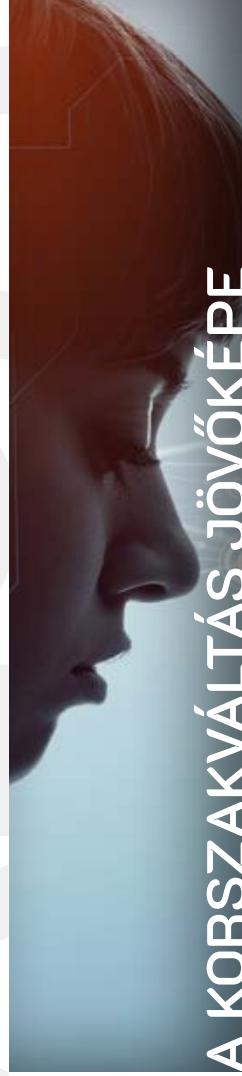
Átfogó kép a digitális zenefogyasztás legfontosabb mintázatairól és trendjeiről a Spotify és a YouTube vizsgálatával.

72

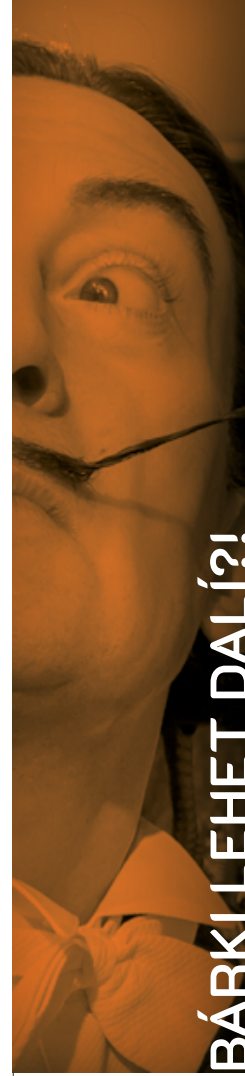
Néhány magyar művész jelen van a világ élvonában, a velük készített interjúkban a Külföldön Sikeres Magyar Művészek kutatás azt vizsgálta, hogy jutottak el oda.

80

andras.doktor a TikTokon segít eloszlítani egészségügyi tévhiteket, közel hozza és megmagyarázza követőinek az idegen vagy ijesztő egészségügyi helyzeteket.



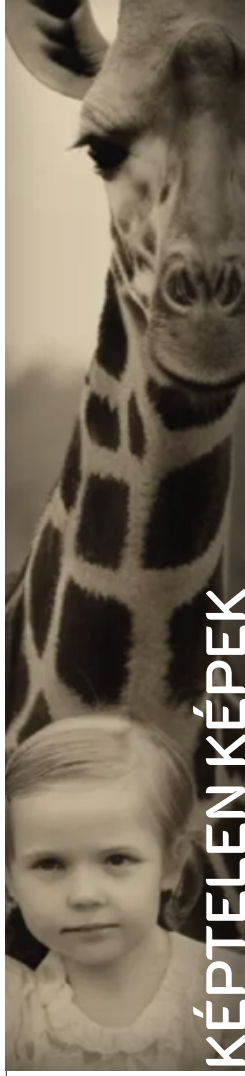
A KORSAKVÁLTÁS JÖVŐKÉPE



BÁRKI LEHET DALÍ?



A QR-KÓDOK MŰVÉSZETE



KÉPTELEN KÉPEK



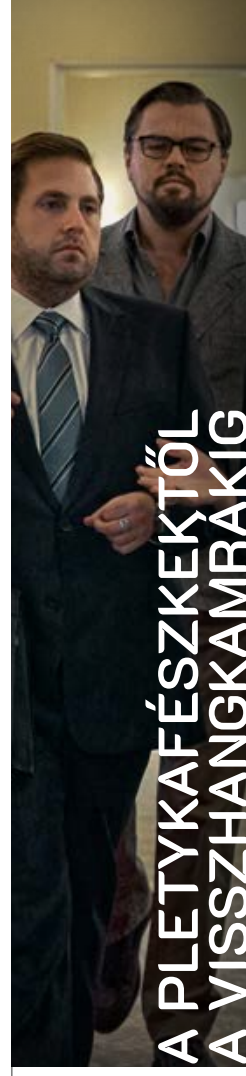
MESTERSÉGES INTELLIGENCIA ÉS SEBEZHEJTŐSÉG



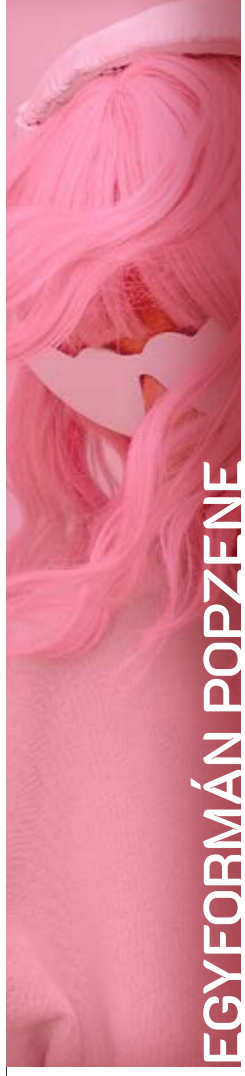
I-SZENNY ÉS E-FENNTARTHATÓSÁG



A ROSSZ HÍREK VÉGTELEN SPIRÁLJA



A PLETYKAFÉSZKEKTŐL A VISSZHANGKAMBAKIG



EGYFORMÁN POPZENE



A SPONTANEITÁSTÓL A PROFESSZIONÁLIZMUSIG




MÁSFÉL PERCBEN AZ EGÉSZSÉGRŐL

A KORSZAKVÁLTÁS JÖVŐKÉPE



BESZÉLGETÉS **KOLTAY ANDRÁSSAL** A NEMZETI MÉDIA- ÉS HÍRKÖZLÉSI HATÓSÁG (NMHH) MEGÚJULÁSÁRÓL, AZ ONLINE GYERMEKVÉDELEM ÉS A FIGYELEMALAPÚ GAZDASÁG FONTOSÁGÁRÓL, A DIGITÁLIS UNIVERZUM TÁRSADALMI HATÁSAIRÓL. SZÓ ESIK TOVÁBBÁ A MÉDIAPIAC ÁTALAKULÁSÁT ÉRINTŐ ALAPKÉRDÉSEKRŐL, AZ EZZEL KAPCSOLATOS SZABÁLYOZÁSI LEHETŐSÉGEKRŐL, A NEMZEDÉKEKET ELVÁLASZTÓ SZOCIOKULTURÁLIS SZAKADÉKOKRÓL, VALAMINT ARRÓL, HOGY MIÉRT KERÜL KULCSSZEREPBE A TERMÉSZETES INTELLIGENCIA A MESTER-SÉGES INTELLIGENCIA KORÁBAN.





Új társadalmi és kulturális jelenségekről van szó, amelyek a hagyományos médiatérben eddig ismeretlenek voltak

Két éve tölti be az NMHH elnöki tisztségét. Hogyan értékeli az elmúlt időszakot?

Szerencsére a megbízatásom első percétől az előttünk álló feladatokra koncentrálni tudtam. Mivel a Médiatanács tagjaként már a kezdetektől részt vettem az NMHH munkájában, ismertem a vezetők többségét, az itt dolgozó kiváló, szakmájuk iránt elkötelezett munkatársakat, és természetesen a hatóság működésével és feladataival is tisztában voltam. Mindez azonban nem jelentette azt, hogy mindent változatlanul kívántam volna hagyni – hiszen tele vagyunk tervekkel –, ezért az elmúlt időszak olyan új szervezeti és szakmai keretek meghatározásával telt, amelyek az NMHH munkáját reményeink szerint stratégiai szinten is segítik majd a jövőben.

Miben kívánt változtatni?

Az NMHH jogállását az európai társhatóságokhoz hasonlóan a vo-

natkozó törvényi rendelkezések nagyon pontosan rögzítik. A normatív működést különösen fontos értéknek tartom. Működésünk alapjait így továbbra is a jogszabályokban kijelölt keretek jelentik. Ugyanakkor vannak fontos határterületek, amelyekkel modern szemléletű hatóságként mindenképp foglalkoznunk kell. A média és a hírközlés világa ugyanis olyan kihívásokkal szembesít minket, amelyek hatással vannak mindnyájunk mindennapi életére. Ezek a kihívások elsősorban a digitális univerzum szédítő fejlődésében gyökereznek, és rendkívüli mértékben hatnak a most felnövekvő nemzedékekre, de természetesen a szülők, nagyszülők generációira is. Olyan új társadalmi és kulturális jelenségekről van szó, amelyek a hagyományos médiatérben eddig ismeretlenek voltak, nem beszélve az online biztonsággal, a személyes integritással kapcsolatos összefüggésekről.

A tradicionális médiaszabályozás és -jogalkotás számára – amelyek a magyar és az uniós hatósági feladatokat meghatározzák – ezek a területek értelmezhetetlenek. Mi pedig nem dughatjuk homokba a fejünket a sokasodó kihívások láttán. Ezért olyan új szervezeti egységeket hoztunk létre, és olyan kollégákat, szakembereket is bevontunk a közös munkába, akikre támaszkodva ezeken a határterületeken is érvényes megoldásokkal tudunk szolgálni a közpolitika és a társadalom számára.

Melyek a legfontosabb területei ennek a megújulásnak?

Az online térrel kapcsolatos gyermekvédelmet és a digitális írástudás fejlesztését stratégiai fontosságúnak tartom. Ugyanígy nagy lehetőséget látok az NMHH működési környezetét jelentő szakmai, iparági és tudományos szereplőkkel való együttműködéseink elmélyítésében is. Ezek

ugyanis végső soron nemcsak őket és minket tesznek szakmailag felkészültebbé, hanem jó eséllyel a közjót is sikerül gazdagítanunk, gyarapítanunk a munkánk által elért eredményeinkkel. A technológiai fejlődés ugyanis új korszakhatárt hozott az életünkbe, és sok múlik azon, hogy miképpen alkalmazkodunk ehhez. Azonban előbb meg kell értenünk a változások lényegét.

Honnan érkezik a legnagyobb kihívás?

Teljesen máshogyan élünk, és más környezetben működik most a hatóság, mint akkor, amikor elkezdődött a demokratikus médiaszabályozásról szóló gondolkodás Magyarországon. Korábban a médiaszabályozás fókuszában a televíziós szolgáltatások álltak, szinte minden ekörül forgott. A viták jellemzően a televíziózás hatásáról, a demokratikus nyilvánosság mibenléteiről és szerepéről szóltak. Ideértve

persze az információszabadságot, a reklámokat, a korhatáros tartalmakat, a kulturális hatásokat, a képernyő okozta ártalmakat és egy sor ezekhez hasonló kérdést.

Mára viszont alapjaiban változott meg minden. Az új médiakultúra korszakában az embernek tulajdonképpen ott van a zsebében az egész világ, és nem habozik elővenni és bele nézni a buszmegállóban, az unalmas egyetemi órákon, de még a családi vacsoraasztalnál sem... Ráadásul valami olyan elképesztő sodrása, ereje van ennek az online tartalomáradatnak, amit, úgy tűnik, nem is nagyon lehet sem megállítani, sem kontroll alatt tartani. És nagyon úgy fest, hogy mind a tagállamok, mind az Európai Unió bicskája is beletörik ebbe, és hogy az események után loholva legfeljebb bizonyos kármentéseket lehet megkísérelni. Itt már messze nem arról van szó, hogy az egyes platformok tartalomáradata mennyire látja el megfe-

lelő információkkal az állampolgárokat, vagy éppen mennyire segítik a kultúra megőrzését, gyarapítását – amelyek klasszikus kérdései a hagyományos médiavilágnak –, hanem arról, hogy mindez milyen elemi erővel formálja át az emberi életet, és milyen mélységben szövi át társadalmi létezésünk minden vetületét.

Az ilyen léptékű információbőségnek és tartalom-hozzáférésnek a hatásai egészen megdöbbentőek. Jelen vannak az oktatásban, az egészségügyben, a kultúrában, a pénzügyi és gazdasági biztonságunkban, a családi életünkben, a demokratikus eljárásokban és így tovább. Látható tehát, hogy a hagyományos hatósági eszközök már nem elegendőek. Az Európai Unió 2022 őszén alkotott egy rendeletet az online platformokról, ez mintegy 200 oldal nyomtatott szöveget jelent, de még ez is legfeljebb csak tüneti kezelésre alkalmas a lényegi kérdések tekintetében. Az egyetlen



a szabályozás az eddigi teljes kiszolgáltatottság helyett formalizált keretbe foglalja a felhasználók sérelmére elkövetett lépések esetén követendő eljárást



jó hír, hogy a feszültséget már a szabályozási oldal is érzékeli.

Mit tart a legfontosabbnak ebben a helyzetben?

Az egyetlen lehetőség, hogy mindenki, aki digitális eszközöket használ, élethelyzetének megfelelő felvértezéssel rendelkezzen. Készség-szinten kell tudatos felhasználókká válnunk, és gyermekeinket is erre kell felkészítenünk. Ez mindannyiunk érdeke. A családok, a tanárok, az üzleti és kulturális szereplők, de még a politikai döntéshozók is segítségre szorulnak ebben a feltáró, megértő, tudatosító munkában, hiszen egy eddig ismeretlen és nagyon összetett jelenséggel állunk szemben.

Valóban így van, hiszen mindennek komoly, társadalmi szinten is jelentkező szocializációs, mentális, kulturális kihatásai vannak.

Magyarországról nézve például az is kérdés, hogy egy olyan közepes méretű európai ország, mint a miénk, miként tudja komolyabb sérülések nélkül a maga nagyon egyedi kulturális sajátosságait, a nyelvét, a hagyományait megőrizni és tovább örökíteni ebben az irtózatossá digitalis tartalomradatban. Pusztán hatósági tiltás vagy kötelezés útján ez nyilvánvalóan nem megvalósítható. Ez persze nem jelenti azt, hogy eleve eszköztelenek volnánk, viszont fel kell ismernünk, hogy a hagyományos médiakultúrára szabott eszköztár és gondolkodásmód nem megfelelő erre a feladatra.

Ön mit tart a leglényegesebbnek a mai folyamatokban?

A piacot meghatározó globális cégek a legjobban képzett és legalkalmasabb szakembereket igénybe véve felfoghatatlanul nagy erőforrásokat fordítanak arra, hogy átalakítsák társadalmi életünk korábbi kereteit,

még hozzá abból a célból, hogy ez a változás még több bevételt hozzon számukra. Ez a figyelemalapú digitális gazdaság kiépülésének következménye. Ebben minden másodpercnyi figyelem dollárokból mérhető, és az már mindegy, hogy ez a figyelem mire irányul, a lényeg csupán az, hogy meglegyen, mert ez növeli a profittermelő képességet.

Ez alapjaiban más helyzetet jelent, mint amit korábban ismertünk, így a következményei is mások. A sikeres alkalmazkodás tehát új megoldások megtalálását teszi szükségessé, ez pedig kihívást jelent a tudománynak, az oktatásnak, az egészségügynek, a családoknak, a jogalkotónak, a politikai intézményrendszernek, végső soron mindenkinek a maga helyzete és felelőssége szerint.

Az NMHH új stratégiája is ezen a felismerésen nyugszik, ezért a normatív működésünkön túl kiemelt

feladatunknak tartom azt is, hogy kezdeményező szerepet töltsünk be ebben a munkában.

Említette az Európai Unió szabályozási kísérletét. Mi a lényege ennek?

Az új uniós szabályozás egy globális anomáliát próbál meg megszüntetni. Nevezetesen azt, hogy az újmédia, azaz a közösségimédia- és videómegosztó platformok gyakorlatilag leuralták a nyilvánosságot, márpedig ebből több probléma is adódik. Mert miközben a szólásszabadság tárgykörében a vonatkozó alkotmánybírói döntéseket tanítjuk az egyetemeken, addig egy átlagos Facebook-moderátor vagy egy algoritmus sokkal nagyobb hatást gyakorol arra, hogy a nyilvánosságban mi lehet jelen és mi nem, mint akár a magyar Alkotmánybíróság vagy az Egyesült Államok Legfelsőbb Bírósága.

Mindez persze alkotmányos értelemben nem feltétlenül tragédia, hiszen itt nem arról van szó, hogy az állam korlátozná a szólásszabadságot, mégis helyes az európai megközelítés, amely abból indul ki, hogy mindenféle korlát nélküli hatalom veszélyes, így ha a magánhatalom túlzottan erőssé válik, akkor azt is lehet, sőt szükséges korlátozni. A szabályozás ebben jelent előrelépést, mert az eddigi teljes kiszolgáltatottság helyett végre formalizált keretbe foglalja a felhasználók sérelmére elkövetett lépések – például szólásszabadságuk korlátozása – esetén követendő eljárást, bizonyos védelmet biztosítva a számukra. Ebben az NMHH-nak is lesz szerepe. Azt tudom mondani, hogy az irány jó, a szándék helyes, de azt is látni kell, hogy még mindig gyerekcipőben topogunk a probléma jelentőségéhez képest.

A figyelemalapú gazdaság mellett valójában adatalapú gazda-

ságról is beszélhetnénk, hiszen a techcégek minden tevékenységünk által létrejött adattal rendelkeznek...

Valóban így van. Vegyünk egy egyszerű példát. Ha valaki Gmail-fiókot használ, annak számolnia kell azzal, hogy az összes e-mailjét látja a Google. Még azokat is, amelyeket el sem küldött. Bármilyen online platformot vagy szolgáltatást veszünk igénybe, tudnunk kell, hogy az online tevékenységünk során végrehajtott tetteink valójában mind adattá válnak. A figyelemgazdaság és az adatgazdaság ezért valójában ugyanannak az üzleti modellnek a két meghatározó pillére.

A globális technológiai cégek minden felhasználó tekintetében iszonyatos adatmennyiség felett rendelkeznek, és ezeket nemritkán igen megkérdőjelezhető módon gyűjtik be, tárolják és használják fel. Még a felhasználási feltételeiket is annak



minden tanárt hasznos lenne felvértezni azokkal a képességekkel és készségekkel, amelyek ahhoz szükségesek, hogy ezt a világot megfelelően át tudják látni

tudatában határozzák meg, hogy a felhasználók jelentős része el sem olvassa azokat, vagy ha el is olvassa, inkább úgy dönt, hogy elfogadja az egyoldalú játékszabályokat annak érdekében, hogy használni tudja a platformot vagy szolgáltatást, attól való félelmében, nehogy kimaradjon valamiből, ami fontos.

A techcégeknél létrejövő adattömeg alapján a platformok képessé válnak személyre szabott tartalmak létrehozására, például videókat és barátokat ajánlanak, összeállítják a hírfolyamot, célzott reklámokat tesznek közzé. Mindez nyilván kiváló minőségű szolgáltatást eredményez, de rengeteg kockázata is van.

A létrejövő adattömeg ugyanis teljesen átláthatóvá teszi az egyén magánéletét, például érdeklődési körét, fogyasztási szokásait, kapcsolati hálóját és megannyi más is... Ez a tudás pedig végső soron az adott

vállalat profitszerzését szolgálja. És akkor még nem beszéltünk arról, hogy az adatkereskedelemtől révén adataink akár a tudtunk és ellenőrzésünk nélkül kerülhetnek idegen kezekbe, és arról sem, hogy manipulációra is alkalmat adhatnak akár gazdasági célból, akár politikai megfontolásból.

Mit tesz ez ellen az EU szabályozása?

Az adatvédelmi rendelet kimondja például, hogy kifejezett, kinyilvánított hozzájárulás kell a személyes adatokon alapuló célzott reklámtevékenységhez. A Meta erre válaszul vezetett be fizetős modelljét.

Kérdés, hogy hányan lesznek hajlandók fizetni a szolgáltatásért, és hányan, akik inkább továbbra is az adataikkal fizetnek...

Szerintem ez a meccs sincs még lefutva. A platformokról szóló rende-

let egyébként rögzíti azt is, hogy ha valamely felhasználó nem akarja, hogy a platform a hírfolyamát és az ajánlott tartalmakat a személyes profilja alapján kínálja neki, akkor kivonhatja magát ezen lehetőség alól. De ettől még az adatokat továbbra is gyűjteni fogják.

Ezek nyilván fontos és hasznos lépések, de ahogy fogalmazott, egyelőre csak felületi kezelést jelentenek. Mit tart igazán fontosnak?

A lényegi kérdésekhez szerintem azok a felvetések visznek közelebb, amelyek arról szólnak, hogy az adatvédelmi jogot kellene új alapokra helyezni. Mondjuk ki kellene mondani, hogy aki ilyen mennyiségben gyűjt és kezel személyes adatokat, annak mi a felelőssége, és milyen kötelezettségei vannak annak érdekében, hogy az egyébként jogszerűen – a felhasználó beleegyezése mellett – kezelt adatokkal felelősen bánjon.

Az amerikai és az európai jogalkotás ma még nagyon messze van ettől. Az érem másik oldala viszont az, hogy van-e érzékelhető társadalmi igény erre. Amíg nincsenek határozott társadalmi elvárások ezzel kapcsolatban, addig a jogi szabályozástól sem érdemes csodákat várni, a kettő ugyanis egymásra épül.

Azt is látni kell, hogy nem egyszerű szemléletváltást elérni, amikor az idősebb generációk tagjai közül sokan nem igazán látják át az online tevékenységgel és adatfelhasználással, adatkezeléssel járó kockázatokat, a fiatalok pedig digitális szocializációjuk során eleve olyan világban nőttek fel, ahol magától értetődő az, hogy valaki a legbenső magánéletéhez tartozó információkat osszon meg másokkal, így érzékenységük, veszélyérzetük is csekély e tekintetben.

A jogi szabályok erejét a társadalmi közmegegyezés adja, ezért ezen a

téren nagyon komoly felvilágosító, érzékenyítő munkára van szükség.

Máskülönben azzal kell szembenéznünk, hogy a digitális térben lebomlanak a magánéletünk határai?

A magánélet 19. század utolsó harmada óta kezdett jogilag is védendő értékévé válni, de úgy látom, most könnyen véget érhet ez a korszak. Remélem, néhány évtized múlva nem úgy kell majd visszatekintenünk erre az időszakra, mint ami végül a magánéletre rövid, alig másfél évszázados tündöklését és bukását hozta magával. De jelenleg sajnos efelé tartunk. Úgy vélem, ennek felismerésében és felismertetésében is fontos szerepe van az NMHH-nak mint olyan korszerűen működő médiahatóságnak, amely a normatívitás mellett a közjó előmozdítását is feladatának tekinti.

Mit lehet tenni?

Két területen volna fontos előrelépni. Az egyik az oktatás. Itt rengeteg tennivaló adódik. A régi módszertanok és megközelítések ebben a helyzetben már szemlátomást nem működnek. Nem arról van szó ugyanis, hogy milyen médiatanárokat kellene képezni, hiszen mára már a média jelentése is teljesen megváltozott, szinte minden annak számít az online térben. Ezért valójában minden tanárt hasznos lenne felvértezni azokkal a képességekkel és készségekkel, amelyek ahhoz szükségesek, hogy ezt a világot megfelelően át tudják látni, és ezt a tudást át is tudják adni. Nagyon sok múlik azon, hogy a diákok milyen mintákat kapnak az online tér használatával kapcsolatban. A fiataloknak érvényes tudással kell rendelkezniük a digitális univerzum veszélyeiről, lehetséges ártalmairól, miközben azt is meg kell tanulniuk, hogy az internet áldásait hogyan fordíthatják a maguk



a platformok szolgáltatásaik számos káros hatásával nagyon is tisztában vannak, mégsem jut eszükbe, hogy orvosolják az általuk okozott problémákat

javára. Fontos, hogy készségi szinten tudják egyedülálló tudásforrásként használni az online tér nyújtotta lehetőségeket, és az is, hogy a mindennapi életben nélkülözhetetlen digitális szolgáltatások használatának alapjaival is megismerkedjenek.

Korunk gyermeknemzedékeiről szokás azt mondani, hogy ők már digitális bennszülöttek – ez csakugyan így van. A probléma viszont az, hogy jelenleg nincsenek olyan társadalmilag elfogadott normák, intézményi keretek, amelyek ezt a „bennszülöttséget” kulturálisan is értelmezhetővé tennék, azaz megfelelően fejlesztenék, segítenék, támogatnák. Fel kell ismernünk, hogy nem szabad őket magukra hagynunk. Hiába tekintik magukat kompetensnek, valójában csak egy nagyon kis szeletét ismerik ennek a világnak, vagyis digitális bennszülöttek ugyan, de valójában egy szűkös szigeten laknak. Segíteni kell őket abban, hogy kilássonak a

saját információs buborékukból, nyissanak azon dolgok felé is, amelyeket nem ismernek, ez pedig a szülőkre, a tanárookra, sőt az egész oktatási intézményrendszerre is felelősséget ró. Természetesen ez nem csak hazai probléma, jelenleg nincs olyan fejlett ország, ahol ne keresnék lázasan a megoldásokat ezekre a problémákra.

És mi volna a másik terület, ahol ön szerint feltétlenül szükséges lenne előrelépni?

A napjainkra kialakult új nyilvánosság minőségében és szerkezetében kellene egy lépést tennünk előre. Régóta természetesnek tekintjük, hogy a televíziók és a rádiók támogatják a demokratikus nyilvánosságot, a kulturális értékek elérhetőségét. Elvárjuk azt is, hogy ezek a médiumok a nemzeti, illetve az európai tartalomgyártókat helyzetbe hozzák, vegyenek részt a közös értékek gyarapításában, az információ- és szólásszabadságot

érintő jogok érvényre juttatásában, a közjó előmozdításában, a kiskorúak védelmében, és persze még sok minden mást is. Ezek az elvárások konkrét jogszabályok formájában öltenek testet Magyarországon éppúgy, mint Európa-szerte. Az internetes tartalomszolgáltatókkal szemben azonban nincs ilyen elvárás. Márpedig a trendek egyértelműen afelé mutatnak, hogy egyre több és több ember használja információforrásként, akár kizárólagos jelleggel is az online szolgáltatásokat.

A mostani médiaszabályozási környezet ezért bizonyosan nem alkalmas ezen szolgáltatások kezelésére. Ezeket a kérdéseket persze aligha lehet tagállami szinten kezelni. A megoldást ezért a közös EU-s fellépés és szabályozás jelenthetné. A médiapiaci folyamatokat látva úgy vélem, hogy nincs mire várni, azaz ezekre a problémákra nagyon rövid időn belül megoldásokat kell találni.

Sokan úgy látják, hogy a technológiai fejlődéssel a piaci szereplők is tanulnak, ezért nyugodtan bízhatunk a saját önkorlátozó, önszabályozó mechanizmusaikban...

Persze, lehetnek ilyen remények, de a példák sajnos nem éppen ezt támasztják alá. A piaci szereplőket nem a közjó előmozdítása vezérli, hanem az üzleti érdekeik. Ezzel nincs is semmi probléma mindaddig, amíg működésüknek nincsenek alapvető társadalmi hatásai. Márpedig a globális média-piaci szereplők esetében ez a helyzet.

Jó lenne, ha elvárhatnánk tőlük, hogy belássák azt, hogy szolgáltatásaiknak milyen káros vagy veszélyes társadalmi következményei is lehetnek, és majd korlátozzák magukat, de ez sajnos nem így van. Jelenleg azt sem tudjuk, hogy milyen tudásuk, ismereteik vannak erről, működésük nem állítható. 2021-ben például a Meta egyik volt alkalmazottja néhány ezer

oldalnyi dokumentummal távozott a cégtől, melyeket nyilvánosságra hozott. Ezekből az iratokból egyértelműen kiderül, hogy a platformok szolgáltatásaik számos káros hatásával nagyon is tisztában vannak, mégsem jut eszükbe, hogy orvosolják az általuk okozott problémákat, mert az ellentétes lenne a gazdasági érdekeikkel. A kiszivárogtatásból például kiderült, hogy a cég tökéletesen tisztában van azzal, hogy az Instagram használata a gyermekkorú lányok jelentős részénél okoz testképzavart, pszichés problémát. Az ügyet mégis a szőnyeg alá söpörték, mondván, ha korlátoznák a fiatalokhoz hozzáférést a szolgáltatáshoz, azzal jelentős piacot veszítenének. A közérdek és a piaci érdek konfliktusában rendre a piaci érdek érvényesül, ezért nem várhatunk valódi önkorlátozást egy piaci vállalatától. És ez így is marad mindaddig, amíg a politikai akarat és a jogalkotói szándék ezt engedi, vagy csak felületi, tüneti kezeléssel próbálkozik.

A megoldás kulcsát tehát egy újfajta médiaszabályozás jelenti?

Érdekes felismerni, hogy ezek a cégek a saját mozgásukon túl nagyon is érzékenyen reagálnak a szabályozási környezet változásaira. A piacon maradás ugyanis elemi érdekük, ezért alkalmazkodni is kénytelenek. De, mint korábban is kifejtettem, ez csak az érem egyik oldala. A napjainkban formálódó új médiakultúrában alapvető feladat, hogy erős edukációs tevékenységgel vértesszük föl a felhasználókat. Vagyis ha a szabályozás is szigorodik, és a felhasználói tudatosság is nő, akkor már joggal remélhetjük, hogy az új médiakörnyezet egészséges egyensúlya is belátható időn belül helyreállhat.

Sokan felvetik azt is, hogy a digitális fejlesztéseket valamiféle etikai megfeleléshez kellene kötni, hiszen végső soron mi, emberek vagyunk az online fejlesztések



a technológia dinamikus fejlődése
egy rendkívül gyorsan avuló
jogi környezetben valósul meg

felhasználói. Ami a digitális térben történik, az velünk történik, ezért az algoritmusok világában sem hanyagolhatók el az erkölcsi értékek.

Az etika, az erkölcs, a közjó fontos, jogi értelemben mégis meglehetősen bizonytalan fogalmak. Társadalmi értelemben mindig megvan a maguk helyhez és korhoz kötöttsége. Ha ezek a normarendszerek szétzilálódnak, vagy épp átalakulóban vannak, akkor a jogalkotó különösen nehéz helyzetben van, hiszen e fogalmak mentén minduntalan ingoványos területre téved. De az is vitathatatlan, hogy ha már a digitális javak és szolgáltatások használata tömegessé vált, akkor a felhasználói kultúrában is ki kell alakulniuk azoknak a közmegegyezéseknek, amelyek mind az egyén, mind a társadalom számára hasznos és kívánatos kereteket jelentenek az online tér használatával kapcsolatban. Az ilyen társadalmi elvárások korunk

jogalkotásának is komoly lökést adhatnak, és elég egyértelműen kijelölnék a kérdéskör etikában és közjóban gyökerező értelmezési tartományait is.

Ugyanakkor azt is látni kell, hogy a technológia dinamikus fejlődése egy rendkívül gyorsan avuló jogi környezetben valósul meg. A politikai, közhatalmi intézményrendszernek ezt mindenképpen fel kell ismernie. A jelenleginél jóval innovatívabb, flexibilisebb, adaptívabb megoldások kidolgozására van szükség.

A média- és a jogtudomány mennyire tud segíteni ebben?

Elvileg nagyon sokat. Gyakorlatilag viszont a tudomány is csak rohan az események után. A legtöbb tudományos mű legfeljebb odáig merészkedik, hogy megpróbálja lekövetni a változásokat és leírni a jelenségeket. Ez részben érthető, mert önmagában a megértés is szinte emberfeletti

feladat. A fákat látjuk, de nekünk az erdő természetét kellene megértenünk végre, azaz az alapkérdésekben kellene előrébb jutnunk.

Melyek ezek?

Ezek valójában ma is ugyanazok, mint korábban. Az új technológiai környezetben is alapkérdés például, hogy hol húzódnak a sajtó- és a szólásszabadság határai. Alapkérdés az is, hogy van-e a médiának társadalmi felelőssége a nyilvánosság vagy a kultúra állapotáért. Ha van, akkor az jogi természetű vagy inkább erkölcsi természetű felelősség? Ha jogi, akkor ezt hogyan lehet a jog segítségével előmozdítani?

E kérdések korántsem új keletűek. Az újdonság az, hogy ezek az új online médiatérrel kapcsolatban, az újabb és újabb médiaplatformok vonatkozásában is felmerülnek. Sőt, mivel ezek alapjaiban alakítják át a nyilvánosság

szerkezetét, ezért a szabályozásnak erre külön hangsúlyt kell helyeznie. És itt felmerül az is, hogy az egyéni megszólalókat, tartalomgyártókat, a bloggereket, vloggereket, youtubereket, influencereket vajon miképpen lehet beilleszteni ebbe a keretrendszerbe? Egyáltalán, szükséges-e?

Korunk médiaszabályozása nincs könnyű helyzetben, de az egyén és a társadalom sincs abban, amikor a digitális javak soha nem látott információs és kulturális bősége mellett a digitális térből érkező megannyi veszéllyel és ártalommal is szembeülnie kell. Ráadásul a gyermekeink a leginkább kitettek mindennek, már csak ezért sem maradhatnak passzív szemlélői a folyamatoknak.

Az Új Médiakultúra Magazin milyen szerepet játszik ebben?

Egyike azoknak a kezdeményezéseknek, amelyekkel megpróbáljuk

szélesebbre tágítani a digitális univerzum társadalmi, gazdasági, kulturális hatásairól szóló diskurzust. Inspirálni, megérteni, feltárni, ismereteket terjeszteni, párbeszédet folytatni: ezek mind kiemelten fontos célok a számunkra. Nagyon sok feladat van ezen a téren. Egy olyan korban élünk, ahol mielőbb hidat kellene tudnunk építeni egy váratlanul létrejött, de annál mélyebb szociokulturális szakadék fölött. A mai szülők ugyanis gyermekkorukban semmiféle iránymutatást nem kaptak a saját szüleiktől arra vonatkozóan, hogy hogyan válhatnak felelős digitális polgárokká.

A mi gyermekkorunkban még nem volt internet. A gyermekeink azonban már a digitális világban ösztönösen szocializálódnak, nekünk pedig okosan és felelősen kellene tudnunk segíteni nekik ebben. Nemcsak a saját érdeünkben, hanem azért is, hogy olyan tudással, képességekkel ruházzuk fel a most felnövekvőket, ame-

lyeket ők is továbbadhatnak majd gyermekeiknek. Főleg, hogy ők már a mesterséges intelligencia korába születnek bele. Egy olyan korba, ahol mindennél nagyobb szükségünk lesz az új médiakultúra mibenlétét készségi szinten értő természetes intelligenciára.

Az interjút Gyarmati László készítette

Veszelszki Ágnes

Bárki lehet Dali?!

A GENERATÍV MESTERSÉGES INTELLIGENCIA ÉS A DIGITÁLIS ÖRÖKLÉT

„Egy művésznak örülnie kell annak, hogy mások az ő nevét használják a promptjaikban. Ez elismerést jelent! Az pedig, hogy a generatív mesterséges intelligencia tanításához több képét is felhasználják, még izgalmasabb – ezáltal bekerülnek a munkái az új »generatív művészettörténetbe«. Ahelyett, hogy ezek a művek teljes mértékben eltűnnének, vagy az ízlésformálók rossz kategóriába sorolnák őket, az ő művészetük mostantól élni fog. Elemeiből, mintáiból és részeiből végtelen számú új alkotó készít majd új képeket. Történetne-e ennél jobb? De ehelyett a nem túl okos művészek, akiket elvakítanak az egyéniségről, az egyediségről és a szerzőségről alkotott romantikus elképzelések, megpróbálnak mindezek ellen küzdeni. Szegény bolondok.”

Lev Manovich digitáliskultúra-kutató igencsak megosztó gondolatai ezek, amelyeket 2023. november 5-én tett közzé arra reagálva, hogy képzőművészek egy csoportja tiltakozott a képalkotó mesterséges intelligencia térnyerése és a munkáik felhasználása ellen.

Miért vannak egyes művészek felháborodva, és miért próbálja a médiakutató lehűteni a kedélyeket? Új-e egyáltalán az a technológiai fejlesztés, amely ellen a művészek tiltakoznak?

A mesterséges intelligenciával (artificial intelligence, AI) kapcsolatos kutatások már az 1950-es évek óta folynak – gondoljunk csak Alan Turing brit polihisztor munkásságára, aki az 1950-ben megjelent, *Computing Machinery and Intelligence* (Számítógépek és intelligencia) című tanulmányában már arról értekezett, hogyan lehet intelligens gépeket építeni, és hogyan lehet az intelligenciájukat tesztelni. A későbbiekben a figyelem a gépi beszédértés és -alkotás irányába fordult (az ELIZA-moddell volt e törekvés egyik legismertebb példája), majd az öntanuló mechanizmusokat kutatták a játékok példáján (ennek nyomán verte meg a kilencvenes évek végén sakkban az IBM Deep Blue programja a sakkvilágbajnok Kaszparovot és néhány hónappal később a Google Alpha Go alkalmazása a kínai govilágbajnokot), az utóbbi évtizedben pedig leglátványosabban az önvezető autók fejlesztése vezette az AI-kutatásokat. Az eddigi felhasználási módokhoz leginkább a kutatók értek hozzá – ez változott meg gyökeresen, amikor 2022 végén az OpenAI nevű cég nyilvánosan elérhetővé és használhatóvá tette a ChatGPT alkalmazását, teret nyitva ezáltal a generatív AI széles körű használatának. Ezzel párhuzamosan megjelentek az olyan felhasználási lehetőségek is, amelyekben szöveges utasításokkal képet, hangot, videót lehet előállítani a nagy mennyiségű adat felhasználásával a gépi tanulás elve alapján.

TANULÓ GÉPEK?

Az ember-gép kommunikáció egyik alapja a promptolás, azaz rövidebb-hosszabb szöveges utasítások megadása, ami alapján a rendszer elkészíti az instrukciónak megfelelő szöveget, képet, videót, prezentációt, weboldalt stb. A promptadásnak sajátos szabályai vannak, amire már önálló szakma is épül: a gyakrabban használt elnevezés szerint a prompt-engineering, de már lehet találkozni a promptológia névvel is, amely e névadási sémával szinte a tudományok közé emeli a humán-gép interakciót.

A közkeletű felfogás és az elnevezés ellenére azonban a gépek valójában nem tanulnak (vagyis nem emberi módon tanulnak), ehelyett komplex módon végeznek számításokat és kezelnek hatalmas adatmennyiségeket. Az AI a problémamegoldása során statisztikai formulát (modellt) gyárt: az adathalmazból mintázatokat nyer ki, az együttjárások (korrelációk) alapján valószínűségeket számításával előrejelzéseket ad. Ha a szövegek példáján (large language models, nagy nyelvi modellek) nézzük meg ezt, a rendszer többmilliárdnyi szóból álló szövegadatbázison vizsgálja, hogy egy témában,

Megjelentek az MI olyan felhasználási lehetőségei, amelyekben szöveges utasításokkal képet, hangot, videót lehet előállítani.

Vajon erkölcsös feltámasztani egy elhunyt előadóművészt a mesterséges intelligencia használatával?

szövegtípusban egy adott szó után általában milyen szó szokott előfordulni, és a számítások alapján a legnagyobb valószínűségű szöveg folytatást adja meg. Ahhoz, hogy ez működőképes legyen, a számítási kapacitások növelése mellett adatokra, nagyon-nagyon sok adatra van szükség: szöveget előállító alkalmazás esetén milliónyi szövegre, vizuális eredményekhez tetemes mennyiségű képre és videóra. A bevezetőben említett tiltakozás ez ellen szól: egyes képzőművészek nem kívánnak ahhoz hozzájárulni, hogy (digitalizált) alkotásaik az AI-rendszerek trenírozására szolgáljanak, és abból mások, akár művészeti szempontból nem képzett személyek a szöveges promptok segítségével új képeket hozzanak létre, és azokat majd saját alkotásuként tüntessék fel.

LÁZADÁS HOLLYWOODBAN

Éppen ez váltotta ki a hollywoodi forgatókönyvírók és kreatív szakemberek tiltakozását 2023 nyarán, és bénította meg, de legalábbis lassította hónapokon keresztül a filmalkotást. A sztrájk 2023 októberében ért véget, és mondhatjuk, hogy az írók „győzelmével” zárult. A forgatókönyvírókat a mesterséges intelligenciának a szakmájukat érintő fejleményeitől többek között az alábbi szerződési tételek védik az Egyesült Államok filmstúdióiban:

- A stúdiók nem használhatják az AI-t forgatókönyvek vagy feldolgozások írására vagy újraírására.
- A stúdióknak nyilvánosságra kell hozniuk, ha az íróknak átadott anyagok részben vagy teljesen mesterséges intelligenciával készültek.
- A forgatókönyvírók jogi védelmet kapnak az ellen, hogy a forgatókönyvüket a beleegyezésük nélkül használják fel a mesterséges intelligencia képzésére.
- A forgatókönyvírók a stúdiók beleegyezésével dönthetnek úgy, hogy az írás során mesterséges intelligenciát használnak, de soha nem kényszeríthetik őket a használatára.

A szerzői jogok és az eredetiséghez való ragaszkodás mellett azonban további – etikai – aggályok is felmerülhetnek a művészet és a mesterséges intelligencia viszonyrendszerében. Fel lehet-e támasztani egy elhunyt előadóművészt az AI használatával? Ennek nyilvánvaló és a gyászunkat nehezítő esete volt az, amikor felmerült, hogy a Shrek animációs film magyar szinkronhangjaként az (ugyancsak AI-alapú) hangklónozás technikájával megjelenhetne az évekkel ezelőtt elhunyt, a filmsorozat korábbi részeit szinkronizáló Gesztesi Károly hangja. Ezt a projektet a család érthető kérésére leállították. Nem úgy azonban az

1955-ben meghalt James Dean filmszínész esetében, akinek a digitális klónjával már új film készül (*Back to Eden* címmel). Nem Dean az első „digitálisan feltámasztott” filmszínész: Carrie Fisher, Paul Walker is posztumusz játszották el filmszerepeiket. Egyes vélemények szerint ez a halhatatlanság titka, mások szerint mindez nyugtalanító kérdéseket vet fel a halálunk utáni jogainkkal kapcsolatban: kié a képmásunk, a hangunk digitális másolata, személyiségünk, és ez felhasználható-e új tartalmak, digitális klónok gyártásához, ha ehhez életünkben nem járultunk hozzá, vagy éppen nem tiltakoztunk kifejezetten ez ellen. Ki profitál abból, ha az elhunyt színészek, szinkronszínészek – pontosabban a digitális klónjaik – az örökkévalóságig tartó munkára vannak kárthatatva?

SZEMÉLYISÉGMÁSOLÁS ÉS AMI MÖGÖTTE VAN

De nem csupán már elhunyt színészeket, közszereplőket (sőt hétköznapi embereket) érinthet a személyiségük lemásolása. Nemrégiben Scarlett Johansson amerikai színésznő kezdeményezett jogi lépéseket egy cég ellen, amely a deepfake-technológia használatával reklámot készített a színésznő „szereplésével”. Tom Hanks pedig figyelmeztette a követőit, rajongóit, hogy az ő arcával hirdetett fogászati biztosítást valójában nem ő ajánlja, visszaéltek az arcával, hangjával és mozdulataival. Természetesen a személyiség lemásolása és meghamisítása nem új jelenség: a videós tartalmak valóságghú utánzóképesége révén a megtévesztő jellegük viszont újdonság.

Minden bizonnyal sokat fogunk még olvasni-hallani az Európai Unió jelenleg is készülő mesterségesintelligencia-rendeletéről, amely a tervek szerint többek között ezeket a kérdésköröket is szabályozni fogja. Addig is ellenőrizhetjük, hogy használták-e az online szövegeinket, képeinket, videóinkat (ha rendelkezünk ilyenekkel) valamely AI tanításához: a haveibeentrained.com oldalon kulcsszavak megadása alapján kiderül, milyen AI működik már a mi tartalmaink alapján. Az pedig már rajtunk múlik, hogy Manovich tanácsát megfogadva örülünk-e ennek a digitális „örök életnek”, vagy pedig tiltakozunk a szerzői jogaink megsértése ellen.



MEGÚJULÓ TECHNOLOGIA,

AVAGY A QR-KÓDOK MŰVÉSZETE

A QR-kódok mindennapjaink megszokott részeivé váltak. De vajon miben rejlik a sikerük igazi titka? Mi a történetük, és a technológiai fejlődés milyen új utakat nyit meg számukra?

Fekete-fehér négyzetek, rajtuk kirajzolódó furcsa mintázatok. Nap mint nap szembetalálkozunk velük különböző módokon, mégis keveset tudunk róluk. Itthon elég a BKK digitálisan vásárolt jegyeinek érvényesítésére gondolni, ahol a buszokra elhelyezett QR-kód beolvasása után egy mozgó animáció jelenik meg telefonunk képernyőjén, vagy a számlák befizetésére, ami szintén QR-kóddal történik sok esetben, ahogy koncertjegyeinken is ilyen kódok köszönnek vissza. QR-kódokkal találkozhatunk még termékek csomagolásán, magazinokban, de plakátokon is, az utcán sétálva. A választ arra, hogy miért váltak ennyire népszerűvé, és hogy miért lehetséges ilyen széles körű alkalmazásuk, elsősorban abban a technológiai újításban kell keresni, amelyet lehetővé tettek.

A QR-kódok csaknem három évtizede váltak részeivé életünknek. A történet elején egy japán céget találunk. 1994-ben fejlesztette ki őket a Denso Wave, az akkor még autókalkatrész-gyártó, mára már kifejezetten vonalkódokra specializálódó vállalat. A Denso ekkor már régóta alkalmazott vonalkódokat különböző munkafázisok felgyorsításához, viszont ezek a kódok kevés információt, alig 20 karaktert tudtak tárolni, illetve ellenálló képességük is alacsonynak bizonyult a használat során. Ha egy vonal megsérült, az egész kód érvénytelenné vált. Így a munkát nemhogy gyorsították, hanem olykor nagymértékben akadályozták, mivel egy-egy dolgozónak akár napi 1000 kódot is be kellett olvasnia.

Ezt a problémát ismerték fel a Densónál, amikor Hara Maszahiro vezető fejlesztő jobb leolvasók gyártásával kezdett kísérletezni, ám hamar felismerte, hogy a probléma gyökere magában a vonalkódban gyökerezik. Ahhoz, hogy egy hatékonyabb megoldást tudjon létrehozni, Hara újragondolta a beágyazott kódok dizájnját. A vizualitás és a technológia ötvözéséből pedig megszületett egy olyan adattároló pontkód, amelyen az eddigi lehető legtöbb információt a lehető leggyorsabban és a legpontosabban tudták tárolni. A QR-kódok a technológiai innovációjuk miatt ma már nyílt szabványként, ingyenesen, bárki által használhatók.





MESTERSÉGES, MISZTIKUS, MŰVÉSZI, MŰKÖDIK!

A sokaknak ismerős fekete-fehér mintázatú négyzetek interakción alapulnak. Egy okostelefon kamerájával való beolvasás után a felhasználó képernyőjén megnyílik a QR-kódba ágyazott link, és mindez lehetővé teszi, hogy a felhasználót azonnal összekapcsolja a kódba rejtett tartalommal. Ez a megoldás rendkívül sok előnyt kínál, amelyeket a kommunikációs piac is egyre szélesebb körben kezd el alkalmazni. A lehetőségek kézenfekvők és igen változatosak. Képzeld el, hogy az utcán látunk egy hirdetést, és nem kell rákeresnünk a termék nevére, márkájára, csupán fel kell emelnünk a telefonunkat, megnyitni a kamerát, és máris minden információ a rendelkezésünkre áll.

A QR-kódok a kifejlesztésük óta olyan nagy sikerre tettek szert globálisan, hogy mára már szinte minden számottevő cég, vállalkozás, intézmény alkalmazza őket. Ezek a fekete-fehér négyzetek és pontok ugyanis nem pusztán vonalkódok, hanem 'quick response', vagyis 'gyors válasz' kódok – innen ered az elnevezésük is. Ez a tulajdonságuk lehetővé teszi, hogy több információt rövidebb idő alatt jelenítsenek meg, ráadásul speciális leolvasó eszköz nélkül, hiszen ma már a legtöbb okostelefon kamerája képes automatikusan felismerni ezeket a pontkódokat. A kódok úgy épülnek fel, hogy orientáló mintázatok vannak bennük elrejtve, így a bármilyen irányból beolvasott kód a megfelelő találatot adja.



Tipp: A cikkben lévő bekeretezett képek QR-kódokat rejtnek, melyek könnyedén beolvashatók telefonunk kamerájával.

Sőt, az adatok beolvasása akkor is lehetséges, ha a mintázat egy része sérült. Egy QR-kód képes több ezer karakternyi adat tárolásra, így lehetővé teszi elméleti szinten bármennyi információ megőrzését.

A QR-kódok ily módon forradalmi előrelépést hoztak a vonalkódokhoz képest, hiszen jóval szélesebb spektrumú használatra alkalmasak, mint a bolti áruk csomagolásán található fekete-fehér csíkok, azoknál jóval több információt, ráadásul jóval megbízhatóbban és lényegesen gyorsabban tudnak megjeleníteni. Esztétikájuk azonban jó ideig igencsak egyszerű, mondhatni unalmas és egysíkú volt. Aztán jött a mesterséges intelligencia és az emberi kreativitás.

Ezeknek köszönhetően a QR-kódoknak immár nem pusztán funkcionalitásuk lehet, hanem esztétikájuk is – ezt a felfedezését osztotta meg a világgal egy Reddit-felhasználó 2023 nyarán. A gyors információközlés és a szemet gyönyörködtető alkotások nászából születtek az új generációs QR-kódok, amelyek már nem pusztán fekete-fehér négyzetek ritmikus sorrendjét jelentik, hanem akár márkához, témához, hangulathoz kapcsolódó látványvilágot nyújtanak úgy, hogy maguk a kódok nem sérülnek. Azt eddig is tudtuk, hogy a mesterséges intelligencia forradalmasítani fogja a világunkat, ám ebből a példából is látszik, hogy önmagában semmilyen technológia sem elegendő az áttöréshez, az emberi kreativitás nélkülözhetetlen, hogy a már létező és jól bevált technológiák határait megkérdőjelezzük és meghaladjuk.



SZABAD A PÁLYA?

Kreálhat bárki mesés QR-kódokat? A válasz igen is és nem is. @nhciao, a Reddit-felhasználó, aki először posztolt művészi QR-kódokat, a Stable Diffusion szoftvert használta. A pontos lépéseket nem tette közzé, viszont nem sokkal később létrehozott egy oldalt, ahol bétaverzióban bárki kipróbálhatja a QR-kód-művészkedést. Mások azonban, felismerve az új generációs QR-kódokban rejlő lehetőségeket, kapva kaptak rajta, hogy megnyissák a szövegből képet kreáló szoftvereket más felhasználók előtt. Ezek az alkalmazások a regisztráció után (néhány esetben anélkül is) megadott 'prompt', azaz szöveg alapján kreálnak egyedi és változatos képes

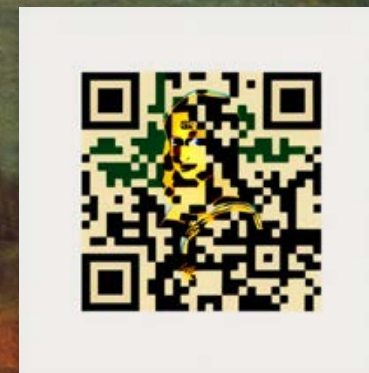
kódokat, amelyek bármilyen, a felhasználó által megadott linkre tudnak mutatni.

Négy, MI-vel operáló QR-kód-oldalt vettünk górcső alá, hogy feltárjuk a különbségeket köztük, és hogy felmérjük, hol is tart ez a technológia ma, ingyenes formában. Kísérletünkben minden alkalmazásnak azt az utasítást adtuk, hogy Leonardo da Vinci legendás festményét, a Mona Lisát jelenítse meg egy olyan QR-kódba ágyazottan, mely az NMHH weboldalára mutat. Az így generált kódok pedig három szempont alapján kaptak értékelést: beolvashatóság, prompthűség, művészi érték.



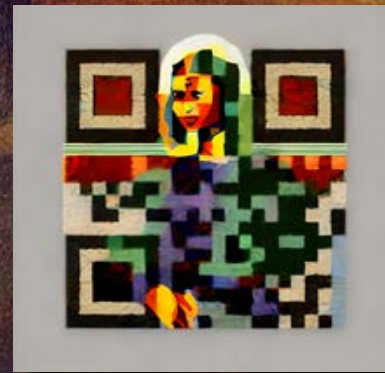
A QuickQR.art magasan a legjobban teljesített prompthűség tekintetében, a megadott szöveges instrukciót egyértelműen és felismerhetően használta fel. Ugyanakkor szkenneléskor a kamera nem ismerte fel a beágyazott QR-kódot, távolról beolvassa sem.

Beolvashatóság: ★★★★★
Prompthűség: ★★★★★
Művészi érték: ★★★★★



A Gooley.AI egy nagyon egyszerűen kezelhető szoftver. Megadott prompt alapján azonnal két QR-kód-verziót is generál. Látható, hogy Mona Lisa itt is kivehetően megjelenik, ugyanakkor túlságosan láthatók a QR-kód-vezető négyzetek.

Beolvashatóság: ★★★★★
Prompthűség: ★★★★★
Művészi érték: ★★★★★



Az OpenArt.AI applikáció ígéretesen vágott neki a feladatnak. Látható, hogy az MI megfelelően értelmezte a megadott szöveget, viszont magát a kódot nem tudta kellőképpen elrejteni a képen, így a végeredmény kevésbé művészi az előzőhöz képest.

Beolvashatóság: ★★★★★
Prompthűség: ★★★★★
Művészi érték: ★★★★★



A Huggingface.co szoftvere regisztráció nélkül használható, és az előzőkhez képest több beállítási lehetőséget ad a QR-kód generálására. Ugyanakkor ez a végeredményben nem tükröződik: a kód jól beolvasható, viszont Mona Lisa alig kivehető az MI által alkotott képen. Érdekes ugyanakkor, hogy ez a szoftver mintha újra is értelmezte volna az egész festményen a fontossági sorrendet: sokkal nagyobb hangsúly van a háttérben, mint Mona Lisa alakján.

Beolvashatóság: ★★★★★
Prompthűség: ★★★★★
Művészi érték: ★★★★★



VALAMI VAN, DE MÉG NEM AZ IGAZI...?

Az előbbi példák is megfigyelhető, hogy ez a technológia még gyerekcipőben jár az elérhetőség terén. Persze, sok szoftver van, amely ingyenesen használható, de ezek önmagukban még nincsenek annyira kidolgozva, hogy kifejezetten egyszerű legyen művészi értékű kódokat létrehozni házilag. A legtöbb QR-kód vagy a kidolgozottság terén köt kompromisszumot, vagy a használhatóságán, márpedig mindkettő ugyanolyan fontos, mivel egy vizuális információközlő csatornáról van szó. Ha egy QR-kód nem beolvasható, akkor elveszti a lényegét, viszont ha vizuálisan nem kreatív, akkor nem újít semmiben.

Felmerül a kérdés, hogy hol lehetnek alkalmazhatók ezek az új generációs kódok, probléma-e, ha a cégek megmaradnak a jól bevált „klasszikus” QR-kódoknál. Természetesen, nem minden QR-kód jó, ha művészi magasságokra emelkedik. Ahogy a design thinking előírja, itt is csak akkor érdemes használni ezt a technológiai újítást, ha az illeszkedik a felhasználó igényeihez. Mit jelent ez? Például egy múzeum vagy kulturális esemény népszerűsítéséhez jó eszköz lehet egy esztétikus QR-kód, de például egy számla befize-

tésénél egy túl intrikált grafika hátráltathatja a felhasználó célját, a gyors ügymenetet. A technológiai újítások sikere mindig annak függvénye, hogy az mennyire jól integrálható a vásárlói élmény útjába (customer journey), vagyis abba, hogy végponttól végpontig elősegítse a felhasználó érzelmi elköteleződését a termék/szolgáltatás iránt, és egy pillanatig se bizonytalanítsa el őt. A legjobban akkor használhatók az MI vizuális QR-kódjai, ha a felhasználó kíváncsiságát már felkeltette az adott téma, és nyomás nélkül gyönyörködhet azok részletességében, szépségében.

Gyarmati Fanni



Tipp: Lehetséges, hogy nem sikerül azonnal megnyitni a QR-kódot a telefontal, ilyenkor célszerű kissé távolabb tartani a telefont a magazintól, vagy letölteni egy QR-kód-beolvasó alkalmazást, amely nagyobb érzékenységgel olvassa be a képekbe rejtett QR-kódokat.

Képtelen KÉPEK

Fotográfia a *generatív média* korában

Ajjaj-*AI*

2022. november 30-án az OpenAI bemutatta a ChatGPT böngészőből elérhető felületét, mely végletes indulatokat keltett világszerte. Bár a mesterségesintelligencia-alapú képgenerátorok már korábban megjelentek, hamarosan mindenki az AI vagy MI, a deep learning vagy mély tanulás, netán a nagy nyelvi modellek vagy a neurális háló megváltó erejét, netán épp az emberiséget romba döntő jövőjét vizionálta. Nem sokkal később nagy nevű tudósok kiáltványt is megfogalmaztak, követelve a fejlesztések azonnali leállítását, mondván: társadalmunk és kultúránk nincs felkészülve arra, amit az ilyen rendszerek körültekintést nélkülöző bevezetése jelent. Hollywood már régóta riogatja az arra fogékony nézőket: a gépek hatalomátvétele már a küszöbön áll, csak azt nem tudjuk pontosan, valami antropomorf, embert imitáló robot formájában jön el az embert igába hajtó mesterséges intelligencia, vagy épp megfoghatatlan, éteri minőségű, kifürkészhetetlen hálózat okozza majd a vesztünket.

Közben egész szektorok féltik a munkájukat, mások pedig máris új művészeti ágként tekintenek a generatív MI képalkotásaira: de vajon kell-e félnünk, kell-e ünnepelnünk? Vajon a generatív képek kioltják-e a képbe vetett hitet, újra kell-e gondolnunk a fénykép mindennapjainkban betöltött szerepét, a kép hitelességét, autenticitását, vagy bátran és gondtalanul lubickolhatunk nem létező világok és tárgyak, emberek és szituációk képi megfogalmazásában?





ÁLMODIK-E AZ EMBERI INTELLIGENCIA A MESTERSÉGESRŐL?

Talán érdemes kissé szokatlan módon közelíteni az MI kérdéskörét, és tágabb vonatkozásban, az automatizációra irányuló erőfeszítések egy megvalósulásaként tekinteni rá. Már az ipari forradalom előtt felmerültek olyan elképzelések – az automatontól kezdve filozófiai eszmefuttatásokon keresztül konkrét analóg analitikai gépezetek koncepciójáig –, melyek arra irányultak, hogy ismétlődő, de precíz odafigyelést, nagy időbeli ráfordítást igénylő feladatokat kiszervezzenek az emberi tevékenységi körből, és lehetőség szerint jól irányítható gépek vegyék át ezeket a munkákat. Ennek eredményeként jelent meg a szövőszék vagy Charles Babbage differenciálgépe is, melyek bináris rendszerű,

lyukkártyaalapú, matematikai algoritmust végrehajtó eszközök voltak a 17–18. században. Utóbbira a költő Lord Byron lánya, Ada Lovelace írta meg a világ első számítástechnikai programját, amelyet az ipar és a technológia hiányosságai miatt csak jóval később lehetett ellenőrizni: akkor azonban kifogástalanul működött.

Az analóg számítástechnika hamar beépült a kalkulációs feladatokat ellátó tevékenységek közé: a bankszféra, az államapparátus és természetesen a hadászat is megtalálta a felhasználás módját. A folyamatok bonyolódása, újabb és újabb igények megjelenése, a kereslet növekedése, valamint a társadalmi fejlődés magával hozott számos új lehetőséget is: Vannevar Bush Memex mint ha csak ennek a szerteágazó problémahalmaznak ragadta volna meg a gerincét, és ajánlott valamit, ami aztán az MI-kutatások egyik

alapvető vonalát jelölte ki – anélkül egyébként, hogy akár Bush, akár az MI úttörői kifejezetten MI-definíciót láttak volna meg ebben a megépíthetetlen eszközben. Bush a digitális számítógép memóriamodelljét vizionálta a második világháborút követően, amiből aztán évtizedeken keresztül merítettek ötletet a számítástechnika ismert hősei, ahogy egyre több lehetőség nyílt az elképzelések megvalósítására. Az adatbázis, a fájlrendszer, a RAM, az interfész megannyi aspektusa ebből az eredeti elképzelésből táplálkozik, a különböző évtizedek híressé vált kutatói és gazdasági szereplői (amelyek közül sokan azóta is talpon vannak, talán nem véletlenül) ezeket fejlesztették tovább.

Bush elképzelése kézenfekvő volt: ha a gépek egyre több feladatot átvesznek tőlünk, és egyre inkább arra tart a társadalom, hogy gépekkel automatizálja azokat a felada-

tokat, amelyek helyett így több idő és tér marad kreatívabb problémákat megoldani, miért is ne gondolkodnánk olyan gépekről, amelyek ezeken a területeken is társaink tudnának lenni? A koncepció egy olyan eszközzel szól, amely modellezi az emberi asszociatív gondolkodást, ami sok tekintetben összecseng a korai MI-kutatások irányával is: megvizsgálni az emberi intelligencia működésének különböző aspektusait, majd számítástechnikai modellek segítségével ellenőrizni azokat, ezt követően pedig alkalmazni őket, immáron az emberi intelligenciától függetlenül, de szigorúan annak szolgálatában.

Ebben a kontextusban érthető leginkább, miért épp a neurális hálózati modell vált a jelenkor MI-teljesítményeinek működtetőjévé: a biológiai ideghálózatok szerkezete olyan szintű összetettséget sejtet, amely meghaladja a korábbi algoritmikus logikát, és szinte felfoghatatlan méretű adathalmaz összekapcsolását és működtetését teszi lehetővé. Az elmúlt pár évben annyi történt, hogy ezek a hálózatok publikusan hozzáférhető interfészt kaptak, amelynek segítségével bárki interakcióba léphet akár szövegalapú, akár szöveg-kép átfordítást megvalósító eszközökkel. Ezzel egy új éra új lehetőségei váltak elérhetővé: a generatív média demokratizálódása első lépéseinek lehetünk tanúi.

SOSEM VOLT MÚLT A JELENBŐL NÉZVE

A képgenerátorok egyre bővülő lehetőségei különböző módon ragadják meg az átlag felhasználó és a kutató fantáziáját is. Lev Manovich újmédia-kutató 2022 őszén a Midjourney képgenerátorát használta „Megjósolhatatlan múlt”-projektjének megvalósítására, ami tulajdonképpen egy gondolat kísérletet fogalmazott meg. A kiindulási pont az volt, hogy míg a képeket létrehozó algoritmusok folyamatosan fejlődnek, a rendelkezésünkre álló történelmi jelentőségű fotók, mozgóképek vagy más dokumentumok száma nem valószínű, hogy szignifikáns mértékben növekedne – „hacsaknem az MI képes lesz igazán valószerű történelmi dokumentumokat generálni, vagy a már létezők más verzióit létrehozni”. Bár az, hogy az MI képes lenne megmutatni a múltat, amiről nincs akár szöveges, akár képi adatbázisa, merész feltételezés még kérdés formában is, de a projekt valójában arra mutat rá, hogy a generatív médiaalkotások hogyan lehetnek képesek konstruálni és rekonstruálni a kulturális emlékezet néhol hiányos részeit. A Manovich szöveges promptjára („10. osztályos orosz középiskolai diákok csoportképe” 1966–2016 között, több évre lebontva) érkező generált képek meglehetősen kezdetlegesek és felismerhetően MI-megformáltságúak, mégis képesek tökéletesen visszaadni a korszakra jellemző atmoszférát. Manovich arra kérdez rá, hogy ha minél többre megtanítjuk az MI adatbázisát, vajon lehetséges-e egyre precízebb, illetve valami-



képpen érvényes alternatív történelmi képet kapni a múltból – legfőképpen olyan aspektusairól, amelyek nem feltétlenül kerültek eddig a kulturális emlékezet homlokterébe.

Természetesen ezek a generált képek nem tekinthetők korhű, fotorealisztikus reprezentációknak. Még akkor sem, ha a kép fogalma és működése már korábban, talán a digitalizáció beköszöntével bekövetkezett. Joanna Zylinka szerint a fotók egyre kevésbé funkcionálnak önmagukban, egyedi képekként vagy akár médiatartalomként, hiszen leginkább már adatfolyamként működnek, amelyet itt-ott megállíthatunk. A kép már nem az a kép, amit a digitális számítástechnika előtt ismertünk, hiszen eszközeink kulturális interfészként csupán felismerik egy adott fájl információi alapján, hogy azt képként vagy valamilyen más formátumban kell megjeleníteniük. Ha úgy tetszik, a gép nem úgy és nem azt látja, amit az emberi szem képként érzékel, csupán alfanumerikus kódot, amelyet egy adott módon alakít át a felhasználó számára. Épp ezért lehetséges olyan lehetetlen képekkel előrukkolni, mint a fekete lyukról készült, bonyolult és összehangolt műholdas adatokból nyert vizualizáció: az ember fényképként, képként fogja fel azt, ami csupán adatfolyam.

A jövőbe mutató jelek és a pillanatnyilag elérhető alkalmazások egy új kulturális felfogás szükségességét vetik fel, amit Manovich után talán generatív kultúráként lehet névelni. Olyan kulturális közegben találja magát a jelenkor alkotója, ahol az autentikusság, az egyediség, az emberi intenció és intuíció, a személyesség, a kézjegy, a művészi hozzáadott érték (megannyi önmagában is problematikus fogalom) devalválódhat, de legalábbis jelen pillanatban megkérdőjeleződik, hiszen egy képgenerátorral helyettesíthetővé válik a fotográfus vagy a festő, egy szöveggenerátor segítségével könnyedén létrehozható egy-egy hangzatos reklámszlogen vagy akár haiku is.

A fotográfia, amit anno Walter Benjamin a hagyományos képi ábrázolás művészetének gépi, sokszorosítható, ezért az aurától, értéktől megfosztott új médiumaként taglalt, most hasonló helyzetbe került, mint amibe a kritikus szerint a festészetet kényszerítette: az unikális alkotás, egyáltalán a médium léte kérdőjeleződik meg. Hol arról kapunk hírt, hogy egy MI-rendszer már tökéletesen ki tudja váltani egy-egy fotográfiai terület teljes egészét, hol arról, hogy az MI által generált fénykép győzedelmeskedik a fotográfusok

által benyújtott pályázati anyagok felett: se szeri, se száma a médium halálát prognosztizáló híreknek (melyek közé ügyesen beillesztenek néha olyan híreket is, ahol az emberi alkotás győzedelmeskedik a gépi felett, csak hogy ne keseredjünk el oly nagyon).

Nem mehetünk el a tény mellett, hogy a fotográfia már elég régen betagozódott ugyanabba a platformmodellbe, amely más ágazatokat is már infrastrukturális szinten működtet. Tette ezt gazdasági és kulturális értelemben is, tehát evidensnek tűnik, hogy nem marad érintetlenül. Ilyeténképpen a fényképezés függ is a hozzá kapcsolódó, a képkalkulást kiszolgáló vagy segítő rendszerektől, tehát része annak a generatív kultúrának, amely ellen a médiumot használók egy része ágál.

KIBER ENGEDETLENSÉG

Ahhoz, hogy a generatív MI-rendszerek működjenek, óriási előre trenírozott adatbázisra van szükség, melynek nagy része nyilvánosan hozzáférhető forrásokból származik, más része viszont szerzői jogi védelem alá esik. Egyre több mű-

vész és író tiltakozik a rendszer működése ellen, sokan jogi lépéseket is foganatosítanak az MI-szisztémákat működtető cégóriások ellen, azonban a kérdéskör jogi keretei még nem teljesen kidolgozottak, ráadásul ezek a pereskedések évekig is elhúzódhatnak. Talán nem meglepő, hogy a jogtulajdonosok igyekeznek más fronton is fellépni képeik jogosulatlan használói ellen, és a tudomány nem is hagyta válasz nélkül ezt az igényt. A Chicagói Egyetem kutatói Nightshade néven egy olyan algoritmust fejlesztettek ki, amely lehetőséget ad az alkotóknak, hogy korrumpálják a generatív adatbázisokat, vagyis megtévesszék az előre betanított sémákat kereső modelleket, hogy minél többet tévedjenek, majd tévedéseiket egyre több esetben reprodukálják, így lehetetlenítve el az értelmes, célzott képkalkulási lehetőséget, amit szövegbevitellel lehet kezdeményezni. A már megvalósult ötlet lényege, hogy az emberi szem számára észrevétlen módon módosítanak a pixelek elhelyezkedésén, majd a generatív algoritmus által használt címkéket rosszul illesztik a képpontokhoz, így a kutatók példái alapján akár már ötven darab „mérgezet” képpel el tudják érni, hogy bármelyik generatív képkalkulató platform elkezdjen borzalmasan furcsa kutyákat ábrázoló képeket a felhasználó elé tárni.

Az ilyen és ehhez hasonló, gerillaakciónak beillő megoldások a fotográfia bizonyíték minőségét hivatottak helyreállítani. Walter Benjamin szerint egy fotó annak bizonyosága, hogy valaki adott időben, meghatározott helyen elkészítette a felvételt, ráadásul egy gép közbeiktatásával, ami az emberi beavatkozás lehetőségét a minimumra csökkenti. Ezzel együtt a kép autenticitása a valósághoz való viszonyában felértékelődik: talán nem csoda, hogy a fénykép korán bírósági eljárások során felhasználható, bizonyító erejű eszközzé vált. Napjainkban a digitális fotográfia ehhez képest számos kihívással néz szembe. A képek manipulációja persze korántsem új keletű lehetőség, hiszen az analóg korszakban készült képek, de akár maga a fotografikus eljárás is bizonyos szintű és jellegű manipulációk sorozata, a digitális technológia azonban felerősítette és mindenki számára elérhetővé tette azokat a lehetőségeket, melyek alapjaiban kérdőjelezik meg a kép eredetét-eredetiségét: a megosztás kultúrája ezt emeli egy újabb, tömegesen reprodukív szintre.

A fotográfia autenticitásának kérdése központi probléma például a dokumentarista igényű fényképek esetén, hiszen nem mindegy, hogy egy társadalmi jelentőségű valós eseményről MI-generált képi tudósítást lát az érdeklődő, vagy olyan képekkel találkozunk, melyek bizonyíték jelleggel mutatják meg a történéseket. A 2019-ben létrehozott Content Authenticity Initiative (CAI – Tartalmi Eredetiség Kezdeményezés) piaci szereplők bevonásával igyekszik megszerezni a fotóriport műfajának presztízsét, így biztosítva a manipulációtól mentes beszámolók hitelességét. Ennek előzménye, hogy a Reuters már korábban közölte, hogy csak és kizárólag JPEG-formátumú, a kamerából kinyert képeket hajlandó befogadni archívumába, hiszen ezek manipulációja könnyen kiszűrhető, eredete pedig gyorsan ellenőrizhető, míg egy nyers digitális kép oly mértékben változtatható, ami mindezen ellenőrzési folyamatokat nagymértékben nehezíti. A CAI egy olyan sztenderdet dolgozott ki, amely ezeket a rutinfeladatokat már a kép adatállományába mentett információkkal segíti elő: egy nyilvánosan hozzáférhető webes felület segítségével tökéletesen, lépésről lépésre követhető módon megmutatja, mi történt egy adott képpel az elkészítését követően. Világosan megnevezi a kép jogtulajdonosát, készítőjét, a kép adatait, mindezt pedig egy, a fényképezőgépbe épített, csak ezt a célt szolgáló, a többi képközponttól elkülönülő chip segítségével oldják meg.

Ránézésre talán egy egyszerű, nem feltétlenül a tömegek felhasználási és képközpontosi szokásaira apelláló megoldásról van szó, a cél azonban mégis az, hogy a professzionális képközpontosi a digitális érában visszanyerje eredetiségét, és ezzel együtt a fake news és általában véve a digitális platformok használatával felerősödött dezinformációk terjedését kordában tartsák. Ha ugyanis egy képről bizonyítható, hogy



a megjelölt helyen, azonosítható fényképező által készült, aki a továbbiakban nem módosította a képet, akkor hála a metaadatoknak, a fénykép autentikus, megkérdőjelezhetetlenül kapcsolódik a valósághoz, amelyet leképez. Bárki bármilyen módon módosítaná, egy kattintással kiderülne akár egy átlag felhasználó számára is a manipuláció ténye és módja is.

JÖVŐKÉP: A JÖVŐ KÉP?

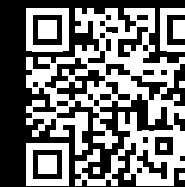
A fotográfia majd két évszázadnyi története során nagymértékben alakította a világról alkotott képünket. Hozzászoktunk, hogy a képnek hitele van, hiszen az analóg korszakban alapvető kapcsolat állt fenn a valóság és leképezése között: valaki jelen volt egy adott pillanatban, és létrehozta a képet. A digitalizáció kételkedést injektált ebbe a hitbe,

hiszen a képek széles körű hozzáférhetősége, könnyű kezelhetősége, valamint a megosztás kultúrájával járó ellenőrizhetetlen sokszorosíthatóság, valamint a digitális média alapvető adatalapú működése miatt már nem feltétlenül biztosított a valóságra való hivatkozás lehetősége. Erre épül rá, ezt erősíti tovább a generatív média: a mesterséges intelligencia milliárdnyi képből válogat fragmentumokat, melyek újraellesztésével képes vizualizációt létrehozni anélkül, hogy a felhasznált képeket nagyobb részben reprodukálná, vagy a képek valóságosságát erősítené.

Talán kikopik majd a szókinccsünkből a „hiszem, ha látom” kifejezés, ám a generált kép, a generatív média velünk marad, és talán újfajta viszonyrendszert, netán világképet hoz el. A képközpontosi és képi manipuláció számos területén

már most is jelen lévő MI-megoldások szinte észrevétlenül beépülnek a hétköznapijainkba, mindennapos képközpontosi gyakorlatunkba, mindezzel együtt pedig elfogadjuk, hogy a fotografikus kép létrehozatalát mindig valamiféle technológiai apparátus segítségével oldottuk meg: a jövőben sem lesz ez másként – és mégis, teljesen másképp lesz.

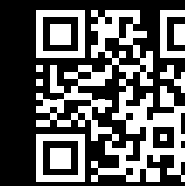
Dragon Zoltán



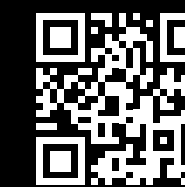
Ez egy nyilvánosan hozzáférhető webes felület segítségével tökéletesen, lépésről lépésre követhető módon megmutatja, mi történt egy adott képpel az elkészítését követően.



www.midjourney.com



Manovich weboldala



Tengr.ai weboldala

**LEGSEBEZHETŐBB PILLANATAINKBAN
SZPONSZORÁLT TARTALMAT
KAPHATUNK TŐLE**

A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA SZABÁLYOZÁSÁRÓL RENDEZETT NEMZETKÖZI KONFERENCIÁT A NEMZETI MÉDIA- ÉS HÍRKÖZLÉSI HATÓSÁG (NMHH) OKTÓBER 2-ÁN HUMANS IN CHARGE – FELELŐSSÉGTELJES IRÁNYÍTÁS A MESTERSÉGES INTELLIGENCIA KORÁBAN CÍMMEL. ENNEK KÖRÜLMÉNYEIRŐL KÉRDEZTÜK **DR. TILESCH GYÖRGY** GLOBÁLIS MESTERSÉGESINTELLIGENCIA-SZAKÉRTŐT, A PHI INSTITUTE ELNÖKÉT.



MESTERSÉGES INTELLIGENCIA,
ANGOLUL ARTIFICIAL INTELLI-
GENCE, AZAZ AI – SOKAN ÍGY
HASZNÁLJÁK MAGYARUL IS A
KIFEJEZÉST



Felsorolna öt-tíz mesterséges intelligenciát, amellyel össze lehet futni az életben, a világban a mindennapok során?

Azok a digitális szolgáltatások, amelyeket a nagy platformoktól veszünk igénybe, mind AI-alapú szolgáltatások. Mesterséges intelligencia áll minden információbeszerzésünk, médiafogyasztásunk, közösségimédia-fogyasztásunk, szórakozásunk mögött, legyen az zene vagy streaming. A navigációs rendszereink, a spamszűrőink ilyenek. A generatív AI megjelenése óta az irodai szoftvereinkbe is egyre több ilyen funkció érkezik. Már a tradicionális keresők is AI-alapúak voltak, de most még inkább jellemző lesz az AI-alapú keresés és információszintézis. A banki rendszerek backendje is AI-alapú, például a hitelkártyacsalások megakadályozását ez felügyeli. Amerikában a hitelbírálat is AI segítségével történik. És vannak, ha úgy tetszik, a közvélemény szá-

mára kevésbé látható, de magasabb kockázatú felhasználások, mint például az, hogy Amerikában a bírúk, akik arról döntenek egy-egy elítélt tekintetében, hogy feltételesen szabadlábra bocsátható-e, nagyrészt AI-asszisztenseket vesznek figyelembe, melyek sokkal több adat alapján tudnak ajánlásokat tenni. A közvéleménynek viszont önhibáján kívül furcsa a látásmódja. Alapvetően a médiának köszönhető, de a legtöbben úgy gondolják, hogy a ChatGPT előtt nem volt élet. Holott 1956 óta van AI-fejlesztés a világban, és már a 70-es években is azt írták a szalagcímekben, hogy most már eljött az, ami teljességgel meg fogja változtatni az életünket. Emellett tény, hogy 2015 óta a legnagyobb techcégek mind AI-cégekbe váltak.

Elhangzott szerintem egy nagyon fontos szó, az asszisztencia, az erről való álláspontunk meghatározza az ember és a számítógép közti együttműködést. Az egyik fő

kérdés, hogy a mesterséges intelligenciát felülbírálható módon használjuk-e, vagy hagyjuk-e, hogy teljesen önállóan cselekedjen.

A következő hónapokat ez fogja meghatározni. A generatív AI által hozott lehetőségeket a legtöbben úgy kezelik, hogy fölmennek a ChatGPT oldalára, és beírják, mit szeretnének tőle. Az új fejlesztések megfordítják a sorrendet, és az AI-asszisztensek proaktívak lesznek. Nagyon könnyen belépünk abba a paradigmába, hogy az életünk minden területét, tehát a munkánk, az egészségünk, a családi életünk szervezését ilyen asszisztensek fogják ellátni. Ezt a hullámot agentív AI-nak nevezik. Az egyik legfontosabb kérdés az, hogy mennyire engedjük magunkat irányítani, mennyire hagyjuk az AI-asszisztenseket önállóan hatni. A kérdés tehát az, hol legyen az ember helye. Ez persze legtöbbször az alkalmazási területtől függ. Vajon AI teszi le a gépet a re-

pülőterre, vagy csak ajánlásokat ad a pilótának? Ez esetben nagyon magas kockázatú történetről beszélünk. Van másik példa is. Amerikában zajlik egy próbaper egy nagy, biztosítóval integrált egészségügyi szolgáltatóval szemben. Náluk a biztosító határozza meg, melyik beteg milyen ellátást kaphat, ezért az integrált szolgáltatók AI segítségével próbálják optimalizálni a döntéseket, hogy mit írhatnak föl. Az orvosokat a munkáltató kötelezte, hogy minden esetben az AI döntését fogadják el. Tehát nem bírálhatták fölül. A vád szerint az AI nagyon magas százalékban javasolt nem megfelelő kezelést. A biztosító érdekeinek ezek a döntések teljes mértékben megfeleltek – de a beteg érdekeinek nagyon sok esetben nem. 50 millió biztosítottról beszélünk, és minden egyes beteg után ötmillió dollár kártérítést kérnek. Nos, vajon kötelezhető az orvosok arra, hogy minden esetben döntésként kezeljék az AI ajánlásait?

Épp az itt is a kérdés, hogy ki kinek az asszisztense.

A legtöbb Big Tech cég AI-üzleti modellje mögött reklámozásalapú modellek vannak. A Google-keresésnél már tudjuk, hogy az első két link az szponzorált lesz minden egyes találatnál. Bonyolultabb rendszereknél még nincsenek meg a módszereink arra, hogy hogyan tudjuk azonosítani a szponzorált tartalmat, azaz nehezebben választható el egymástól a tudásanyag és a reklámozott tudásanyag. Ha van egy reklámalapú AI-asszisztens a zsebemben, amely arra van programozva, hogy engem bölcs tanácsokkal lásson el, akkor nagyon manipulatív reklámeszközt kapok. Az ember a gépekkel is személyes kapcsolatot keres. Ha elkezd velünk beszélgetni, és beférkőzik a bizalmunkba, már nem úgy gondolunk rá, mint egy tamagocsira, hanem mint egy társra, és a legsebezhetőbb pillanatainkban szponzorált tartalmat

kapunk. Ez teljesen új, minden eddiginél veszélyesebb paradigma a reklámozásban.

Kérdés, hogy vajon kit, mit kell szabályozni: a mesterséges intelligenciát, annak a működését, vagy a mesterséges intelligencia létrehozóit, az azokat a szoftve-reikbe beillesztő cégeket? A harmadik pedig nyilván az edukálás, hogy kritikusak legyünk, mert kiszolgáltatottak vagyunk, hiszen keressük a bizalmi viszonyokat a világban.

Utóbbinál van a legnagyobb probléma. Hiszek abban, hogy az embereket meg kell tanítani a kritikus gondolkodásra. Viszont hatalmas terheket cipelünk a múltból. A digitális világra való felkészítés elégtelenségének a terhét. Az AI rendelkezik a bőr alá behatoló manipulatív képességgel, másrészt öntanuló, önfejlesztő, legalábbis részeiben, és kéthetente



változtatja az arcát, hogy most éppen mit tud. Ez olyasmi, amire nem lehet azzal a nagyon lassú adaptációval felkészülni, amellyel korábban megpróbáltuk megtanítani az embereknek az internet vagy a közösségi média használatát. Sokkal koncentráltabb erőfeszítésekre van szükség. Ma sok szabályozási tervezet van a világban, de nagyon kevés a hatályos. Kínában van hatályos, markáns szabályozás. Az USA-ban, Európában, a nyugati világban borzasztóan kevés van, vagy nagyon-nagyon kis részterületeket érint, viszont hál' istennek az EU AI Act idén már hatályba lép. Kaliforniában született egy viszonylag jó online gyermekvédelmi törvény, európai mintára. New Yorkban van egy olyan szabályozás, amely a munkaerőpiacot óvja az algoritmusoktól, hogy ne legyenek részrehajló döntéseik, mondjuk, egy állásinterjú esetében. De a nagy átfogó keretszabályozásokat még mindig csak előkészítjük. Kérdés, hogy magát a technológiát akarjuk-e szabályozni, és ezen belül igényelnek-e külön kockázatalapú szabályozást a részterü-

letek. Vajon azokat az alapmodelleket szabályozzuk, amelyekre API-okon keresztül minden szolgáltatás épülni fog? Pár hete Joe Biden kiadott egy elnöki rendeletet, ebben egyértelműen látszik, hogy vannak olyan dolgok, amelyeket központilag védendőnek kíván, például a diszkrimináció elkerülése ilyen. Egyébként úgy véli, teljesen máshogy viselkedik az AI a hadászatban, az egészségügyben, mint a közösségi médiában, a szóraközlésben. Ha úgy tetszik, minden amerikai kormányzati ügynökség, minisztérium, hívjuk bárminek, megkapta azt a feladatot, hogy dolgozzák ki a területükre a speciális szabályokat. Kína csak a nagyon kritikusnak tekintett dolgokra fókuszál. Hatályban van például a szerzői jogok védelme a nagy nyelvi modellekben, ami szintén meghatározó kérdés jelen pillanatban. Úgy jött létre a generatív AI, hogy a nagy technológiai platformok hozzáfértek az internet textuális és audiovizuális részéhez, melyek segítségével betanítottak alap- és nyelvi modelleket. Mindeközben a fókusz

nem azon volt, hogy megnézzék minden egyes esetben, vajon ezek jogvédett vagy etikailag megkérdőjelezhető tartalmak-e vagy sem. És most megpróbálunk ebben a szürke, ha nem a fekete zónában előállt helyzetben rendet vágni. Kínában nagyon fontos törekvés, hogy a jogvédett tartalmak egyértelműen jogvédettnek is tűnjenek, illetőleg, ha lehet, ne kerüljenek bele ezekbe a rendszerekbe, mielőtt a vonatkozó jogi helyzetük nem tisztázódik. Az Európai Unió 2019 óta foglalkozik ezzel a kérdéssel. A hamarosan hatályba lépő tervezet első draftja 2021 tavaszán jelent meg. Annyit már az elején is beláttak az európai törvényalkotók, hogy nem egy statikus helyzetet kell most szabályozni.

Tehát ez nem olyan, mint a „Ne ölj” törvénye, amiről onnantól fogva tudjuk, hogy ez tilos.

Először két évig ült a bölcsek tanácsa, hogy létrehozzanak bizonyos alapelveket, melyek a szabályozás alapját képezhetik. Megértették, hogy az AI

tanul, fejlődik, és változtatja az alakját. Azt gondolták, hogy a szabályozandó „tárgy” definíciója meglehetősen széles legyen, és a szabályozásnak akkor van értelme, ha a társadalmi kockázatok alapján próbáljuk megszabni a kereteket. Ez annyit jelent, hogy az alapvető jogokhoz, melyek az Európai Unióban mindenkit megilletnek, nos, azokhoz kössenek kockázati és felelősségi viszonyokat. Nem csupán a technológiát akarták szabályozni. De a generatív AI nem nagyon akart beleférni az eredetileg lefektetett gondolkodásukba. Mondok egy példát. Nagy egészségügyi szolgáltatóként megveszek egy AI-alapmodellt, és egyszerre akarom használni diszpécserszolgálat üzemeltetésére, nyelvi fordításokra (ha Budapesten a török kebabárust kell kórházba vinni, tudjon a nyelvén ez a rendszer) és, mondjuk, a kezelés elbírálására. Ha van egy technológia, amelyet úgy hívnak, hogy általános felhasználású technológia, akkor valóban lehet azt mondani, hogy minden, ami általános felhasználású, csak amiatt, mert magas kockázatú

tevékenységhez is használják, alapvetően kiemelt kockázatúnak minősül vagy sem. Ha igen, akkor rengeteg extra munka annak biztonságossá tétele compliance oldalán. A törvényhozónak könnyű lenne így kipipálni a feladatot a maga részéről. Sokáig azt láttuk, hogy Európa, mivel technológiailag nem tud a nyomába érni a nagy amerikai cégeknek, valamint a kínai technológiáknak, a reguláció erejével próbál ellenhatást kifejteni. Ezzel párhuzamosan kevesebb erőfeszítés került arra, hogy Európa is AI-fellegvár legyen. Azoknak is van igazságuk, akik most felemelik a szavukat, hogy a tervezett szabályozás az európai innovációt képes lehet visszavetni. Európa nem járna jól a forogatókönyvvel, hogy nincs csúcstechnológiánk, mi csak szabályozunk mindenki mást a világban. Mert akkor alapvetően mindent ellenséges benyomulásként fogunk értékelni. Ráadásul szinte mindenki átmege Amerikába az új ötletével üzleti sikert kovácsolni: Európa számára ez is nagy teher.

Volt egy előadás a konferencián, ahol elhangzott az is, hogy a mesterséges intelligencia negatív hatásairól sokat beszélünk, de igazából lehet, hogy nem nagyon tapasztaltuk még meg eddig ezeket a negatív hatásokat. A gyerekek esetében igen, hiszen épp most felnő egy generáció, amely szinte nem is beszélget a másik emberrel, de állandóan az okoseszközöket nyomkodja.

Amikor kockázatokról beszélünk, akkor kritikus incidensek elkerülése van a fejünkben: ne robbantsák fel a nukleáris erőműveket, ne bocsássanak el az állásomból diszkrimináció miatt, ne tagadják meg a hospice-kezelésem, az egészségügyi vizsgálatot. De vannak a bűvópatak jellegű társadalmi hatások, amelyek sokszor évek múltán jelentkeznek csak, és addigra késő van, amire észrevesszük, hogy egész generációkat megváltoztatott. Ezek ugyanannyira veszélyesek, csak erre nincsen felkészülve a szabályozóvilág. Márpedig amikor zsebünkben az



AI-asszisztens, az emberi kapcsolataink még tovább erodálódnak. A generatív AI olyannyira átírja a tudás megszerzésének és szintetizálásának szabályait, hogy az emberek elfelejtenek tanulni. Egyszerűen azért, mert konyhakészen kapják az úgynevezett tudást, akarom mondani az információt, és összekeverjük az információ megszerzését a tudással. Ezek a problémák óriási tömegeket érintenek. A munka világa kapcsán több lényeges irány is van. Egy nagy, reprezentatív felmérés szerint a munkavállalók ötven százaléka úgy használ AI-t a munkájához, hogy nem tud róla a főnöke, többségük ráadásul az így előállított munkát saját munkájaként adja el. Felvetődik a kérdés, hogy a jelenlegi üzleti modelljeink, munkaszervezésünk, állás- és munkakörleírásaink vajon mennyire felelnek meg a kor követelményeinek. A generatív AI korszakában más típusú munkaerőre van szükség. Biztos, hogy a generatív AI nagyon-nagyon hasznos

tud lenni. A generatív AI-asszisztensek a legváltozatosabb munkakörökben növelni tudják a produktivitást. Most úgy tűnik, hogy akik nem szállnak fel a generatív AI-vonatra, azok mellett könnyen elhúz a versenytársuk. A másik kérdés az a belső vállalatvezetői döntés, hogy mit kezdünk ezzel a produktivitásnövekedéssel. Boldogabbak lesznek a munkavállalóink, és itt akarnak maradni, esetleg több munkát tudunk elvállalni, vagy nem lesz szükség a szenior kóderre, vagy nem kell 1200 junior fejlesztő, mert az AI nagyrészt elvégzi a feladatokat. Az IBM egyik vezetője bejelentette, hogy most már nem vesznek föl HR-est.

Egyszerű kérdést hagytam a végére. Ön szerint Magyarország uniós elnökségének idejére elkészül a mesterséges intelligencia szabályozása?

A politikai deal megkötött december elején, az EU-s intézmények

egymás kezébe csaptak, tehát a spanyol elnökség berúgta a tervezett gólt. Végleges szövegünk még nincs, de az már pusztán formalitás lesz, hogy hatályba lépjen valamikor 2024 elején. Pozitív irányba lendítette a történetet az, hogy ősszel a világban kialakult egy verseny, hogy kinek lesz korábban szabályozása. A munka dandárja, az AI Act kézzelfoghatóvá tétele, operatívba átfordítása azonban szintén hatalmas kihívás, és itt a magyar elnökségnek is komoly feladatai lesznek. Ehhez kapcsolódik egy másik jó hír, hogy az AI-szabályozásról rendezett, nagyon sikeres nemzetközi konferenciánkat 2024 októberében újra – és továbbfejlesztett formában – megtartja az NMHH, tehát hazánknak is van már olyan, a világban jegyzett szimpóziumsorozata a témában, amellyel tavaly már jó visszhanggal leraktuk a névjegyünket.

Az interjút Balogh Endre készítette

online platformok

DIGITÁLIS ÚTIKALAUZ

Van új a nap alatt!
Érdekfeszítő cikkeket,
friss kutatásokkal,
hasznos tudnivalókkal
várjuk látogatóinkat.





I-SZENNY ÉS



ACZÉL PETRA

E-FENNTARTHATÓSÁG

Mi az a bizonyos **'i'** az elmúlt évtizedek legsikeresebb, almás készülékeiben? Steve Jobs, az azóta legendává vált fejlesztő-üzletember kapcsolta először ezt a kis előtagot az 1998-ban debütáló, szemrevaló számítógéphez, az iMachez. Újszerű alkalmatosság volt ez több tekintetben is, egyebek között külsejét illetően. A gépek gömbölyded, színes, átlátszó műanyag burkolatai egyedivé és egyénivé, vagyis vonzóvá tették a funkcionális kockakomputereket. Az **'i'** akkor azt jelentette: internet, aztán nem sokkal később már azt is: individual (egyéni). Az egyéni érdekekhez, ízléshez, célokhoz igazított technológia korának kezdetén jártunk ekkor. Azóta persze az **'i'** újabb jelentéseket tapasztott magához. Például azt, hogy 'instruct, inform, inspire' (elgázít, tájékoztat, inspirál), utalva arra, milyen okosak és kezdeményezőek azok az innovatív (újabb **'i'**) készülékek, amelyek neve elé biggyesztették. Persze a 2000-es évektől az **'i'** levedlése is megkezdődött – de ez már egy másik történet lenne.

Az 'i'-technológia korában ugyanis minden technológiai újítás valahogyan személyes ügy maradt, ha bizakodásról, ha aggodalomról van szó. 2022 második felében azon izgultunk – szigorúan 'i'-vel –, hogy mit hoz a Metaversum. Tettük ezt azért, hogy rögvest megfeledezhessünk róla 2023 februárjában, az ingyenes ChatGPT farsangi belépőjével. Azóta mintha kevesebb közfigyelem kísérné a robotokat, a virtuális valóságot, sőt, a járványok ügye is háttérbe szorulni látszik, miközben a háborúk kérdésében egyre gyakrabban kerül elő a kiber és az AI. Az új média-technológia mindenkit érint, egyénileg és közösségileg egyaránt, hiszen – ahogy sokan vélekednek – ez fog dönteni a jövőnkéről, mert hát, ahogy ígérte: instruál, informál és inspirál. Kevés olyan szakmai-tudományos összejövettel tartanak manapság, amelyen ne kerülne elő a mesterséges intelligencia, az, hogy hogyan fogja át-'i'-rni hétköznapi és intézményi életünket, mire képes a különböző termelő és szolgáltató szektorokban, hogyan vált majd föl évtizedek-évszázadok óta létező tevékenységeket, folyamatokat. Ezekben a diskussziókban sokféle remény és leginkább aggodalom jelenik meg: veszendő munkakörökről, a helyettesíthető emberi képességekről, a gépek uralmáról, a féktelen kapacitás, a várható hatalmi átrendeződések és a technológiának való kiszolgáltatottság szcénáiról. Így lett ez a tündöklő 'i' előtag más, kevésbé pozitív érzéseknek is a jele, úgymint idegesség, iszony, irgalmatlanság. S bár nem kifejezetten lelkesítő ajánlat a jó hírre vágyó olvasónak ezt ígérni, most mégis arra hívom magunkat, nézzünk bele az 'i'-nek ebbe a másik dimenziójába: beszéljünk arról a mentális környezet-szennyezésről, amely szándéktalan beleegyezésünkkel naponta, sőt, pillanatonként megtörténik velünk.

FÖLDÖN, LÉGBEN, VÍZBEN, HANGBAN, ÉS...?

A környezeti szennyezések típusait a termőföldhöz, a levegőhöz, a vízhez és a hanghoz szokás kötni. A sort a radioaktív szennyezés egészíti ki. A környezeti szennyezés minősített esetei leginkább ezekbe sorolhatók. Ezek között azonban hiába keresnénk, mondjuk, a nagy mesterségesintelligencia-modellek szennyezőkapacitását. Már csak azért is hiába, mert egyetlenegy technológia sem méri, hogy például az AI mint modell önmagában vagy sok százmillió okoskészülékkel kapcsolva milyen környezeti hatásokat okoz. Pedig Sasha Luccioni és munkatársai nemrég azt állapították meg, hogy egy kisebb nyelvitanulási-alapú mesterségesintelligencia-modellek csupán a betanítása annyi energiát emészt fel, ami 30 családi ház éves energiaellátására elegendő lenne, és közben 25 tonna karbon-dioxidot bocsát ki

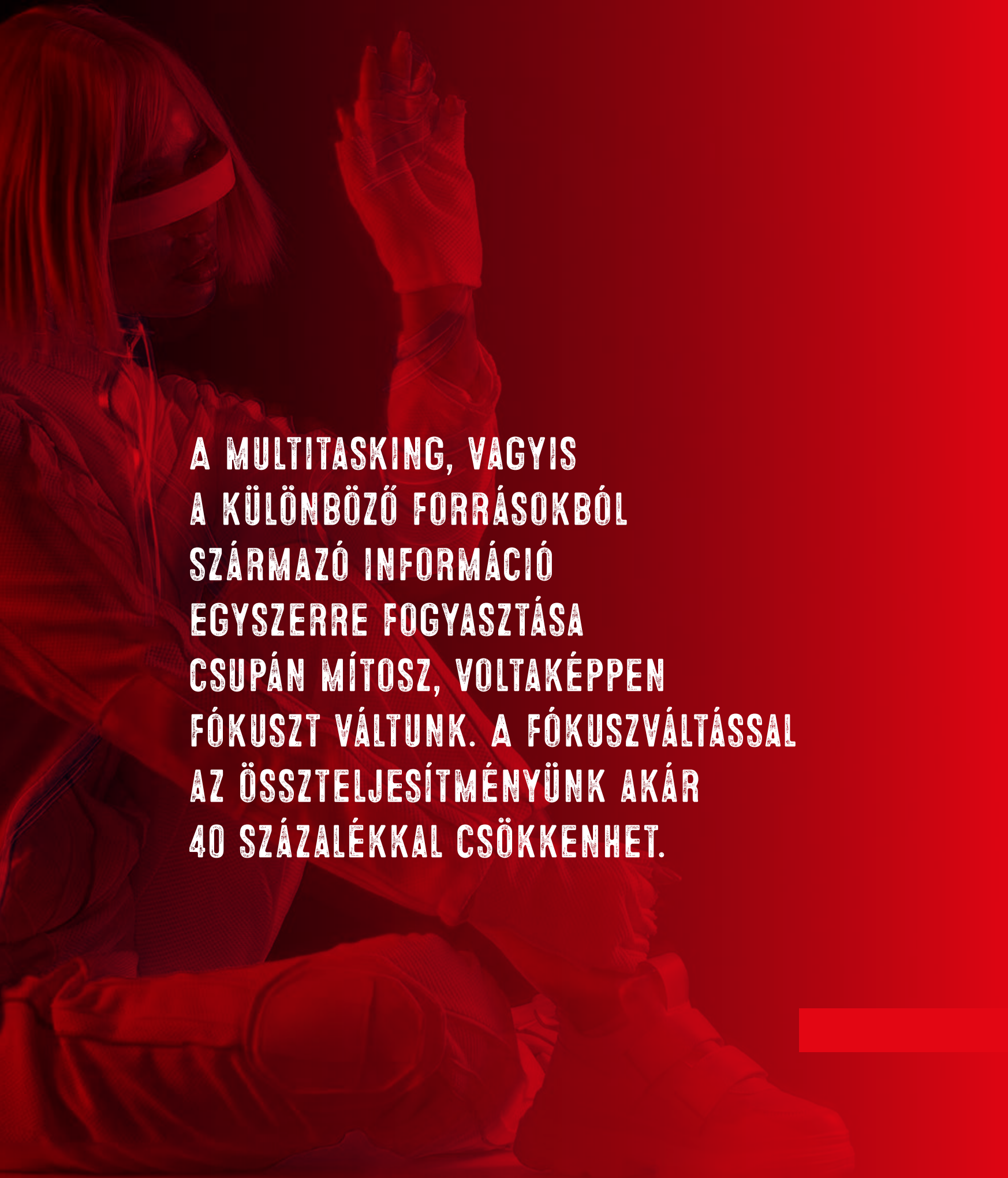
magából – mintha csak ötször körbeautóznánk a földet. Hogy ez nem is annyira sok? Talán nem, de ez csak egy kis modell adatsora, a ChatGPT 3 működése például ennek a felhasználásnak-szennyezésnek a hússzorosát jelenti. Úgy, hogy a fejlesztő és szolgáltató cégeknek senki nem írja elő a kalkulálható kár megengedhető mértékét, ahogy azt sem, hogy ezt a szennyezést átláthatóan kommunikálja. Eközben pedig valamennyi piaci „játékos” a „nagyobb az jobb” elvét követve duzzasztja többszázszorosra AI-programjait.

Persze, nem csak az újító AI környezetszennyező adatai maradnak rejtve. Arról a típusú morális szennyezésről is mellékesen esik szó, amelyet az okotechnológia a szerzőséggel tesz. Például úgy, hogy betanulásra, majd végrehajtásra sajátjaként használja művészek alkotásait, szöveges műveit, sőt magukat az alkotókat is. A plágium köre végtelenné vált: a betűtől az ecsetvonáson át már magát az embert is lehet plagizálni. Miközben azt tanítjuk otthon, az iskolában, hogy ne lopj, mialatt a jog óvja és őrzi a teljesítmény és a tehetség egyediségét, addig az új technológiák közmegegyezés nélkül nyitották meg a voltaképpen lopott szellemi termékek, a lopott emberek új, színes piacát. Arról a pollúcióról pedig még kevesebb szó esik, amelyet az új technológiák az ember megismerő és figyelemrendszerére, a humán lélekre, a társas kapcsolatokra gyakorolnak. Pedig a kár talán itt a legnagyobb.

HCV-TŐL AZ ADHD-IG

Ha megnézzük, hogy a különféle, ma még egymás mellett élő nemzedékeknek melyek (voltak) a tipikus egészségügyi problémái, meglepő felfedezést tehetünk. Míg a mai hetvenesek leginkább a szív- és érrendszeri betegségekkel, a magas vérnyomással vagy éppen a hepatitis C vírussal küzdöttek-küzdöttek, addig az őket követő mai ötveneseknél már inkább jellemzőnek mutatkozik a diabétesz, az alkoholizmus. Az őket követő mai harmincasok – azok, akiknek az életében egyre nagyobb szerepet játszik a média és a jólét, legalábbis a világ fejlett országaiiban – már az obezitás, a stressz, a migrén elszennvedői. És a huszonévesek? Esetükben legjellemzőbbek a mentális betegségek, a figyelemzavarok, a pánikbetegségek, a szorongás és a depresszió. Mintha a baj a szívtől feljutott volna az agyig. A nehezebb történelmi időket megélő generációk kevésbé érezték magukat pánikban, mint a mai, jóléti opciók közül válogató fiatalok. Vajon mi az ok? Nem kizárható, hogy a (média)technológiák ehhez nagyban hozzájárultak. Elsősorban a figyelem megosztásával.

**AZ ÚJ MÉDIATECHNOLÓGIA
MINDENKIT ÉRINT, EGYÉNILEG
ÉS KÖZÖSSÉGILEG EGYARÁNT,
HISZEN INSTRUÁL, INFORMÁL
ÉS INSPIRÁL.**



A MULTITASKING, VAGYIS A KÜLÖNBÖZŐ FORRÁSOKBÓL SZÁRMAZÓ INFORMÁCIÓ EGYSZERRE FOGYASZTÁSA CSUPÁN MÍTOSZ, VOLTAKÉPPEN FÓKUSZT VÁLTUNK. A FÓKUSZVÁLTÁSSAL AZ ÖSSZTELJESÍTMÉNYÜNK AKÁR 40 SZÁZALÉKKAL CSÖKKENHET.

Tegyük fel, hogy a nyájas olvasó ennél a bekezdésnél hirtelen rátekint okostelefonjára, hiszen az éppen pityeggett, megnézi az üzeneteit, leveleit, majd visszatér a szöveghez. Olyan, mintha egyszerre fogyasztana két vagy több helyről információt. Profi ebben, hiszen naponta több mint kétezerszer nyúl amúgy is a telefonjához, ugyanezen célból. Multitaskol. Mert azt hiszi, hogy képes multitaskolni. Pedig nem. A multitasking, vagyis a különböző forrásokból származó információ egyszerre fogyasztása csupán mítosz. Az elegánsan működő emberi agy téveszt meg minket a tekintetben, hogy ez lehetséges: azt hihetjük, hogy egyszerre olvasunk cikket és üzenetet. Holott voltaképpen fókuszot váltunk. És ezzel a fókuszváltással az összteljesítményünk akár 40 százalékkal csökkenhet, a feladatvégzésünk 50 százalékkal több időt vehet igénybe, és körülbelül 20 percbe telik, míg újra teljes figyelmünkkel tudunk egyik, másik vagy harmadik információforrásunkra figyelni. Aki multitaskol, az kevésbé válogat, és kevésbé emlékszik arra, amit fogyaszt. Ugyanakkor viszont a figyelmet stimuláló jelzések: a hangok, a felvillanó jelek, a soha ki nem kapcsolt készülékek közelsége függést eredményez. Egyes vizsgálatok rámutattak, hogy még a közelünkben lévő, kikapcsolt okostelefon is elterelheti a figyelmet, mert arra a digitális világra figyelmeztet, amelyből éppen kimaradunk. A fel nem vett hívás, az el nem olvasott üzenet – hiába nem „fogyasztjuk el” – ugyanígy elvon minket attól a másik tevékenységtől, amelyben éppen vagyunk. Az új médiakultúrában minden felület a figyelemért dolgozik, annak megtartásán, megosztásán. Ezért indulnak automatikusan el a videók a videómegosztókon, ezért villannak fel a képernyők, ezért mérhetők a lájkok, a látogatások, a megosztások. Hogy a figyelmünket kössék, elragadják és piaci áruvá tegyék. A „kognitív kapitalizmus” korában azé a haszon, akié az emberi figyelem. Ezért tehát a szülő hazaérve sem kapcsolja ki a készülékeit, hiszen épp csak „egy kicsit” pillant rájuk, miközben gyerekével tanul vagy a család vacsorázik. Ezért futunk haza még a távoli buszmegállóból is, ha az okostelefonunkat otthon hagytuk. És emiatt aggódunk annyira. Hiszen a figyelem problémái hosszabb távon szorongássá, alvászavarrá, mentális otthontalansággá válnak. Aki nem szelektál, az védtelen. Aki nem emlékszik, az nem is feled. Aki mindig ébren van, az nem ismeri meg a csönd, nyugalom és inger-szegénység építő, fejlesztő erejét. A mentális környezet-szennyezésnek a figyelem megzavarása a trójai falova. Ahonnan hatalmas kommunikációs hadsereg bújik elő.

A KOMMUNIKÁCIÓ BIOSZFÉRÁJA

Egyesek szerint az információs túlterhelésünk meghaladja a 90 százalékos mértéket. Ez azt jelenti,

hogy közel duplaannyi információ ér el minket, mint amennyivel képesek vagyunk valamit kezdeni. Ez valószínűleg az információban kisebb kárt tesz, mint az emberi létben. Merthogy azzal, hogy a prefrontális kérgünket a zsibbadásig kimeríti a médiakommunikáció, voltaképpen egy újfajta szennyezést hoz létre: a kommunikációs. Azt, amikor bármely üzenet elérhet hozzánk, a védőrendszer kiiktatásával. A rossz és rossz szándékú közlések éppúgy, mint a jók, a gyűlöletet hirdető úgymint a rajongók, a nyelvileg igénytelenek hasonlóan a példamutatókhoz. A sokaságban válogatni kellene, de ahhoz csönd szükséges, és észlelési szünetek. Sőt, ahhoz kell a személyes, kötődésen és jelentőségen alapuló fizikai emberi kapcsolatok védőrendszere is. Pont az, amelyre a legkevesebb időnk jut. Ha meggondoljuk, hogy életünkben hány jó előadást hallottunk, hány igazán hatással bíró üzenetet kaptunk, valószínűleg igen kis számot fogunk mondani. Én évek óta megkérdem az egyetemi hallgatóimat. Az általuk jónak tartott kommunikáció mértéke soha nem haladja meg a 10 százalékot. Ez persze nem tudományos adat, de azért illusztrációra alkalmas. Rámutat arra, hogy sok beszédnek sok az alja. Hogy a napi százezres nagyságrendű információból csak nagyon kevés értékes. Hogy a mondanivaló és a közlés kezd elválni egymástól. Pedig a kommunikációs bioszféra valóban életközeg. „Nem lehet nem kommunikálni”, jelentette ki Paul Watzlawick 1967-ben, tömören kifejezve, hogy minden, amit teszünk, életünk minden megnyilvánulása kommunikáció. Az is, ha figyelünk. A kommunikációs környezetszennyezésben tehát az sérül, amitől „vagyunk”, ahogy Descartes mondta. A gondolkodásunk.

E-FENNTARTHATÓSÁG

Igencsak elcsüggedhetünk, ha a gondolkodás szennyezését végiggondoljuk: pedig önmagában felemelő, hogy ez a paradoxon – a gondolat hibájáról való gondolkodás – létezhet. 'E-', vagyis emberi fenntarthatóságunknak is valószínűleg ez a felismerés a záloga. Hogy soha nem késő újra szelektíven gyűjteni az információt, megjegyezni, ami fontos, és elfeledni azt, ami nem az. Igényesebbé válni a társas környezetben azzal, ahogy kommunikálunk. Megkímélni közösségeinket a kommunikációs feleslegtől. Teljes lényünkkel figyelni arra, akivel, amiben éppen vagyunk. Semmi nem kényszerít, hogy az ellenkezőjét tegyük, a választásunk tényleg szabad. Az e-fenntarthatóság kulcsa, hogy elhisszük, képesek vagyunk az i-szeny ellenében 'instruálni, informálni és inspirálni'. Ahogy 1998-ban az iMac fejlesztője, mi is elhisszük, eljött végre a mi időnk a döntésben.



A ROSSZ HÍREK VÉGTELEN SPIRÁLJA

MIÉRT VESZÉLYES

A DOOMSCROLLING

Világjárvány, klímaváltozás, környezeti katasztrófák, menekültválság, háborúk... Számos olyan negatív folyamat zajlik napjainkban, melyek akarva vagy akaratlanul, de hatással vannak az életünkre, megülnek a gondolataink egy hátsó zugában, és akkor is hatnak ránk, ha éppen a gyerekekkel játszunk, egy jó könyvet olvasunk vagy a természetben kirándulunk. Ráadásul a digitalizáció térnyerésének köszönhetően ezekkel a hírekkel már nem csupán az esti híradóban találkozunk, hanem a nap 24 órájában körülvesznek bennünket a különféle weboldalakon vagy social media felületeken. Az okostelefonnal együtt ezeket is ott hurcoljuk a zsebünkben nap mint nap, és aligha tudunk úgy mozogni a digitális térben, hogy ne jöjjenek szembe velünk.

VÉGET NEM ÉRŐ KATTINTÁSOK

2020-ban egy baljós jelentésárnyalatú kifejezés, a doomscrolling lett az év szava a Macquarie Dictionary, vagyis az ausztrál angol szótár szerint. De mit is takar pontosan ez a kifejezés? A 'végzet' (doom) és a 'görgetés' (scrolling) angol szavak összevonásával leírt jelenség arra a gyakorlatra utal, amikor végelethetetlenül görgetjük tovább telefonunk vagy laptopunk kijelzőjét egy-egy rossz hír nyomában annak ellenére, hogy amit olvasunk elsomorít, kétségbe ejt, vagy éppen megijeszt bennünket. Kicsit olyan ez, mint amikor nem tudjuk elfordítani a fejünket, ha egy sokkoló balesetet látunk. Nyugtalanít minket a helyzet, paradox módon mégis megpróbálunk még több információt szerezni róla.

Egy a Health Communication folyóiratban 2022 nyarán megjelent tanulmány egy 1100 főt bevonó, a hírolvasási szokásokra irányuló kutatásról számolt be, melynek eredményei szerint az alanyok 16,5 százaléka a súlyosan, további 27,3 százaléka pedig a mérsékelten problémás hírfogyasztás jeleit mutatta, ami a többi között fokozott stresszhez és szorongáshoz vezetett. A doomscrolling (vagy más néven doomsurfing) folyamata legtöbbször ártatlanul indul: tájékozódni szeretnénk, ismereteket szerezni egy olyan aktuális téma kapcsán, mely közvetve vagy közvetlenül akár a mi és a családjunk életére is kihatással lehet. Önmagában ezzel nem is lenne még baj, hiszen az, hogy tájékozottak maradjunk, hogy képesek legyünk eligazodni a hírek és álhírek aknamezős világában, rendkívül fontos dolog a 21. században. Ám könnyen túlzásokba eshetünk. A hírek – különösen a rossz hírek – folyamatos frissítése pedig súlyos következményekkel járhat a mentális egészségünkre nézve.

Miért csináljuk mégis? Miért olvassuk el az ötvenedik hírt is az olvadó gleccserekről? Miért bújunk heteken át az internetet a pandémia kitérősekor újabb és újabb információkra vadászva a koronavírusról? A doomscrolling mögött sokszor áll bizonytalanság: ami ismeretlen, az félelmetes, megpróbáljuk hát megismerni, megérteni, és – legalábbis ebben bízunk – egy kicsit megszelídíteni. Ennek érdekében igyekszünk a legkülönbözőbb forrásokból összegyűjteni annyi információt, amennyit csak tudunk. Abban reménykedünk ilyenkor, hogy ha megértjük, mivel is van dolgunk, az csökkenti majd a szorongásunkat, ám a legtöbb esetben ez éppen fordítva van: minél többet tudunk, annál rosszabbul érezzük magunkat a bőrünkben. Így hát még tovább ásunk, és végelethetetlen örvénybe rántjuk magunkat: az újabb negatív információt ismét szorongás követi majd, ami megint arra késztet bennünket, ássunk még mélyebbre, hátha akkor sikerül olyan tudásra szert tennünk, amivel visszaszerezhetjük a kontrollt.



NAGYOBB FIGYELMET SZENTELÜNK A NEGATÍV HÍREKNEK, MINT A POZITÍVAKNAK

A doomscrolling háttérében megbújik az a jelenség is, hogy általában nagyobb figyelmet szentelünk a negatív híreknek, mint a pozitívoknak: a gyilkosságok, szörnyűségek és katasztrófák mellett az újszülött állatkerti pandabébik sajnós labdába sem rúghatnak. Evolúciós okai vannak annak, hogy így működünk: agyunk úgy van kialakítva, hogy folyamatosan kémlelje a horizontot potenciális veszélyhelyzetek után kutatva, hogy legyen esélyünk még időben észrevenni, és így jó esetben túl is élni azokat. Mivel a túlélésünk szempontjából fontosabb hír egy világjárvány, mint egy pandabébi, sokkal jobban oda fogunk figyelni rá, még akkor is, ha a járvánnyal kapcsolatos információszerezés a legkevésbé sem kellemes számunkra.

Akár ezek az okok vezetnek a negatív hírek szakadatlan görgetéséhez, akár csupán az, hogy a tájékozódás álarcá mögé bújva szeretnénk elbújni egy fontos, határidős feladat elől, érdemes minél előbb határt szabni a folyamatnak. Noha a legkevésbé sem könnyű dolog felülírni ösztönös

hajlamainkat, mégis fontos, hogy képesek legyünk visszaszerezni az irányítást hírfogyasztási szokásaink fölött, mert a doomscrolling számos kockázatot rejt magában. Erősítheti a szorongást, hiszen újra és újra azzal szembesít bennünket, hogy nincs bizonyosságot adó tudás vagy végkövetkeztetés, és nem gyakorolhatunk kontrollt az események felett. Ha olyan téma feneketlen kútjába vetjük bele magunkat, amelyre különösen érzékenyek vagyunk – ilyen például napjainkban sokak számára a klímakatasztrófa veszélye –, a szorongásunk egészen extrém mértéket is ölthet, ami kihatással van a mindennapi életünkre. A doomscrolling tovább ronthatja a depressziót is: ha olyan életszakaszban csúszik valaki a negatív hírek spiráljába, amikor alából is komoly nehézséget jelent számára az élet pozitív vetületeinek felismerése és megélése, sokkal nehezebbé válik a betegséggel való megküzdés.

A folyamat mentális egészségre gyakorolt hatása hasonlít a viselkedési függőségekéhez: kialakul egyfajta vágyakozás egy olyan viselkedési minta iránt, mely negatív hatással van

a mentális, sőt hosszabb távon akár a fizikai egészségre, valamint a szociális kapcsolatok alakulására. Mindez hozzájárulhat internet- vagy közösségimédia-függőséghez is. Az állandó doomscrolling fokozhatja a hangulatingadozásokat, alvász- és evészavarokat okozhat, erősítheti a reménytelenség és tehetetlenség érzését, növelheti a napi stresszt.

HOGYAN VEHETJÜK FEL A HARCOT A VÉGZETES GÖRGETÉSELLEL?

Miért olyan nehéz megállítani mégis a doomscrolling folyamatát? Mert olyan alapvető emberi szükségleteket elégít ki, mint a túlélésre és a biztonságra, a kontrollra és a bizonyosságra való törekvés. Ezek miatt indulunk vadászatra a hírek – a digitalizációnak köszönhetően valóban – végtelen univerzumában, hogy megszerezzük azt az információt, amely megnyugvást hoz. A legtöbb esetben ilyen tudás egyáltalán nem is létezik, mégis Don Quijoteként megyünk tovább, és állunk szemben újabb és újabb szélmalomokkal.

Mi az első lépés, hogy kiszakadjunk ebből a romboló folyamatból? Hogy képesek legyünk tudatosítani magunkban, mi történik velünk. Ha nem vesszük észre, hogy áldozatává estünk a negatív hírek fogyasztásának, nem fogunk tudni kiszabadulni ebből a spirálból. Figyeljük meg magunkat néhány hétig. Milyen hírekre keresünk rá? Mennyi időt töltünk ezek olvasásával? Hogyan érezzük magunkat az új információktól? Rossz hírek mindig lesznek, ezen nem tudunk változtatni – azon viszont, hogy hogyan reagálunk rájuk, annál inkább. Lássuk, min érdemes változtatnunk a hétköznapi életünkben, ha szeretnénk megszabadulni a doomscrolling káros hatásaitól!

1. SZABJUNK KERETEKET!

Aligha tudnánk már napjainkban teljesen internet nélkül élni, de nincs is rá szükség: sokat segít a doomscrolling elleni harcban, ha időkorlátokat szabunk magunknak azzal kapcsolatban, hogy egy nap hány percet tölthetünk hírek olvasásával. Lehet ez 15 vagy 30 perc – a lényeg, hogy tartsuk be a saját szabályunkat, és ha kimerítettük a napi hírolvasási időkeretet, nézzünk más online vagy offline elfoglaltság után. Ha szükségesnek érezzük, használhatunk ennek érdekében képernyőidőt szabályozó alkalmazásokat is, melyek a mi beállításaink alapján képesek korlátozni a hozzáférést bizonyos funkciókhoz, így például a netes böngészőkhöz vagy épp a közösségimédia-platformokhoz.

2. VEGYÜK ÉSZRE A POZITÍV DOLGOKAT IS!

Noha a negatívumok jellemzően sokkal nagyobb hangsúlyt kapnak, tele van az internet jó dolgokkal is. Igaz, a sok rossz hír között néha nehéz őket megtalálni. Lehet, hogy eleinte nem lesz könnyű dolgunk, de próbáljunk mindennap három pozitív hírt keresni a világból. Lehetnek ezek tudományos áttörések, közösségi sikerek, inspiráló emberi történetek. Egyre több podcast mutat be például olyan sorsokat, melyekből pozitív energiát meríthetünk. Ha megtanuljuk észrevenni a jót is a világban, az kihatással lesz arra, hogyan értékeljük a saját életünket, minek engedünk teret a mindennapjainkban, és minek nem. Izgalmas módja a doomscrolling visszaszorításának a hálanapló írása is: írjuk le, vagy csak gondoljuk végig minden este, hogy aznap mi olyan történt velünk, amiért hálásak vagyunk. Nincs szükség hosszú listára: a gyakorlat lényege abban áll, hogy képesek legyünk tudatosítani az életünkben jelen lévő jót.

3. MERJÜNK OFFLINE ÜZEMMÓDBAN LENNI!

Ha túl sok időt töltünk az online térben, az könnyen a szociális kapcsolataink vagy a fizikai és egészségi állapotunk rovására mehet. Sport, kirándulás, egy új hobbi – ez mind olyan dolog, ami képes örömhormont felszabadítani a szervezetünkben. Hatalmas erőforrások rejlenek a családdal és a barátokkal közösen töltött időben is: az összetartozás érzése legalább olyan fontos emberi szükségletünk ugyanis, mint a veszély kémlelése. Annyi információ veszi körül bennünket nap mint nap, hogy egyre nagyobb szükségünk van a rendszeres csendre is, hogy ellensúlyozzuk azt az állandó készenléti állapotot, melyet a felgyorsult világunk megkövetel. Meditáljunk, sajátítsunk el egy-két mindfulness technikát – naponta legalább néhány percre állítsuk meg az egyre csak száguldozó gondolatainkat.

A doomscrolling száműzése az életünkből közel sem lehetetlen, ám nagyfokú tudatosságot és következetességet követel. Ha visszacsúsznánk a rossz hírek kergetésébe, érdemes már a folyamat elején tetten érni magunkat, és feltenni a kérdést: hozzáad az életünkhöz a folyamatos görgetés? Vagy épp ellenkezőleg? Inkább elvesz tőlünk valamit?

Németh Mónika



MAX
10-15
PERC!

HÁLÁT
ADNI!

ITT ÉS
MOST,
JELEN
Lenni!



A group of people in formal attire, including men in suits and women in gowns, are posed on a stage. The stage is decorated with numerous gold streamers and lights, creating a glamorous atmosphere. The background is dark, making the gold decorations stand out. The overall scene suggests a high-end event or a theatrical production.

A PLETYKAFÉSZKEKTŐL A VISSZHANGKAMRÁKIG

TECHNOPESSZIMIZMUS, NYILVÁNOSSÁGKRITIKA
ÉS EMBERSZERETET – KÉPERNYŐN
ÉS A NAGYVÁSZNON

Az okostelefonok megjelenése és a webkettő előretörése az évezred első évtizedének közepén nemcsak a kulturális és közéleti nyilvánosságban uralkodó tradicionális erőviszonyokat forgatta fel alaposan, hanem a fogyasztható kulturális és médiatermékeket illetően is radikális átalakulást okozott, amennyiben a kivételes kevesek által megalkotott, illetve kiválogatott produciókat leváltotta a sokak, még hozzá teljesen átlagos emberek által rögzített és közvetített csip-csup hétköznapi események végtelen sora. Azaz az online tartalom.

Bizonyos értelemben újra helyet cserélt társadalmi és magánélet, fikció és valóság, megalkotott produció és a sima létezés rögzítése, ahogyan ez megtörtént már a mozi születésének hajnalán is. Akkor a pályaudvaron, gyárkapuban vagy hátsó kertben rögzített egybeállítós dokumentumfelvételeket és gegfilmeckéket lassan leváltották a hosszabb, bonyolultabb történeteket mesélő játékfilmek. Most pedig a figyelem terét kezdték elárasztani és a szofisztikáltabb audiovizuális tartalmakat a perifériára tolni a plázákban, utcákon és hátsó kertben rögzített felvételek és gegfilmeckék. Éppen csak a technológia változott, és az, hogy hányan férnek hozzá ehhez a technológiához.



DÜBÖRÖG A WEBKETTŐ

A kétezres évek közepén az ekkortájt fiatal felnőtt éveit töltő Y generáció, vagyis a millennialok kezében felbukkantak az első BlackBerryk. Ezeket a korai okostelefonokat az amerikai felhasználók csak CrackBerrynek becézték, utalva ezzel az újfajta digitális eszközök erősen addiktív voltára. 2007-ben kijött az első iPhone is, eddigre már világosan látható volt, hogy a közeljövőben nem lesz fék a smartphone-ok és más okos mobil eszközök piacán. Mindeközben hódító úttjukra indultak a különböző webkettes platformok, mikroblogok, blogok, képmegosztók, videómegosztó és streamingoldalak, valamint közösségi hálózatok. „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. [...] A digitális »tartalomgyártás«, a publikálás és a terjesztés technikai szak tudást 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 kérdésévé 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 megal-

kotásához vezető tömeges adatgyűjtés a megfigyelés, a kereskedelmi és politikai manipuláció, valamint az álhírek körül generáltak fajsúlyos kérdéseket” – összegezte Gerencsér Péter az *Apertúra* online periodikában 2019 telén megjelent *Bevezetés a web 2.0 definícióiba és ideológiáiba* című tanulmányában a korszak gyors változásait.

2007-ben indult a The CW kereskedelmi televíziós csatorna gyártásában a *Gossip Girl – A pletykafészek* című sorozat. A széria Cecily von Ziegesar ifjúsági regénysorozata alapján készült, és nagyon elcsípte a korhangulatot, a 2012-es lelövéséig legalábbis 6 évadon és 121 epizódon át pörgött töretlenül. A legtöbb évadért egyenesen odavoltak a kritikusok is, a hatalmas közönségsikert pedig mi sem bizonyítja jobban, mint hogy a nosztalgizálni vágyó rajongók a mai napig lelkesen streamelik a részeket az HBO Maxen, az Apple TV-n, a Vudun vagy az Amazon Prime Videón.

A sorozat pedig nem tett mást, mint bevezetett a New Yorkban, Manhattanben élő ultragazdag tinédzserek elit köreibé, méghozzá Pletykacica blogbejegyzésein keresztül, aki egyfelől szimpátiával, már-már elnéző szeretettel kommentálta az ifjú hősök bumfordi érzelmeit és kusza szerelmi életét, másfelől megleckéztető szándékkal és szigorú kritikával tekintett az elkényeztetett gazdag tinik kegyetlen vidámparkjára és az Upper East Side-ra.

A történetészövés, azt leszámítva, hogy egy blog szervezte a narratívát, amelyet a cselekményvilágon belül történetesen mindenki lázas serénységgel követett, igazából nem sokban különbözött a klasszikus kereskedelmi televíziós sorozatokétól. Ugyanakkor a *Gossip Girl* egy új módon összehuzalozott világot mutatott be, a korábbinál gátlástalanabb kamaszokkal és tanácstalanabb felnőttekkel a középpontban. Hangsúlyozva, hogy ebben az évtizedben a magánélet már nemcsak paparazzik ritka szerencséjével elkattintott fotóin, hanem 0–24-es online közvetítésben válik magává a nyilvánosan befogadható tartalommal, szenzációvá, a szó szó szerinti, ‘külső inger által keltett érzékszervi érzés’ jelentésében.

(a pletyka bizonyos értelemben evolúciós fegyver, mely a csoportok túlélését szolgálja)

Robin Dunbar evolúciós pszichológus vezette be a tudományos köztudatba az elméletet, miszerint a pletyka ősi evolúciós fegyvertény, az emberek közötti tág értelemben vett informális információcsere adaptív formájában a csoportok túlélését szolgálta, más tudósok szerint pedig még az sem kizárt, hogy az agyunk is megnőtt kicsit tőle. Ám, ahogyan egykor az udvari intrikák, úgy a telefonjaik és Pletykacica blogja révén folyamatosan összekötött és közvetített tinédzserek játszmái is már inkább maladaptív társas gyakorlatoknak tűnnek, hiszen megszűnt a privát szféra, valamint

a fajfenntartás szempontjából is hasznosnak tűnő bizalom és biztonság. Ugyanakkor a *Gossip Girl – A pletykafészek* tinijeit mégis felnőttek, cicaharcaik és egó-összeméregeteik pedig paradox módon erősítették a csoportkohéziót.

Mindeközben a *Gossip Girl* új csavart vitt a populáris kultúrában száz évvel korábban megalkotott és azóta több alakváltozáson átment „It girl” karakterébe. A lány, akinek

megvan mindene hozzá, szexepil és személyiség, hogy bárkit az ujjai köré csavarjon, mostantól a közösségi médiában, mindannyiunk figyelmének fókuszában fog „megszületni”, de bármikor le is ránthatjuk a piedesztálról a porba, üzente a sorozat, amelynek a felmelegített

verziójában, a 2021-ben kifejezetten az HBO Max számára fejlesztett *Az új pletykafészekben* a lányok már egyenesen az Instán nyomultak. Amekkora siker volt az eredeti, akkor bukás lett az újralesztett változat, amelyet két évad után elkaszáltak. Ebben izgalmas intrikák, szövevényes viszonyrendszerek és jól megírt karakterek helyett csupa felszíniesség, ostobaság és csillogás honolt a rajongók hangos panaszai szerint. A gazdagok glamúros világa pedig az instacelebek csecsebecsevilágává változott, ahol a like az új.



A MAGYAR KAMASZOK IS AZ „OSZD MEG ÉS URALKODJ” ELVÉN ÉLNEK

Hartung Attila remek rövidfilmek sora után rendezte meg első nagyjátékfilmjét (és Kerékgyártó Yvonne-nal maga is írta), amely 2019 őszén került a hazai mozikba. A *FOMO – Megosztod, és uralkodsz* címében a furcsa hangzású betűszó az angol nyelvű „Fear of Missing Out” kifejezésre utal, amely annyit tesz: az attól való félelem, hogy az ember valamiből kimarad. A téma egyik első kutatója, Andrew Przybylski brit pszichológus így definiálta a jelenséget: „átható félelem attól, hogy mások tartalmas élményeket szereznek nélkülünk”. „Az utóbbi évszázadok evolúciós léptékben mérve nagyon rövid időnek számítanak. Az emberi természet nem sokat, míg a kommunikációs formáink annál többet változtak. A kirekesztettségől való félelem ősi, de a Facebook, az Instagram vagy a Twitter a korábbiánál több »tápanyagot« biztosít számunkra. Folyamatosan képben vagyunk, hogy mi történik a világban és szűkebb környezetünkben. Megannyi esemény, élmény, amelyekből kimarad(hat)unk” – részletezte a *Mindset* pszichológiai szakportálon a FOMO-érzés elhatalmasodása mögötti

FOMO: az attól való félelem, hogy az ember valamiből kimarad

összefüggéseket Bánszegi Rebeka *FoMO – Tényleg mindenről lemaradunk?* című cikke.

Hartung Attila filmjének központi figurái vad, kontrolvesztett budapesti, középosztálybeli kamaszok, akik a Falka nevű csapatba verődve gátlástalanabbnál gátlástalanabb szívátásokat, prankeket követnek el és vesznek videóra, hogy azután ezeket a másokat kompromittáló vagy megalázó felvételeket közzé tegyék netes challenge-csatonájukon. A buli és az alkohol rendszerint felold bennük minden morális tartást és keretet, a heccelés azonban tragikus fordulatot vesz, amikor egy gimis házibulin az egyik társukat addig hergelik, míg az meg nem erőszakolja öntudatlan osztálytársnőjüket, aki egyúttal a történelemtanáruk lánya. Az aktust rögzítik, a videó pedig, ahogy az már csak lenni szokott az ilyen videókkal, útra kel. Ettől fogva két fő kérdéskört jár körül a FOMO. Hogyan dolgozza fel az esetet az iskola zárt, hierarchikus és társadalmi hatalommal rendelkező szülők által könnyen befolyásolható mikronvilágossága? És hogyan dolgozzák fel a történeteket a kamaszok, közöttük elsősorban az erőszaktevő Gergő, valamint az áldozat, Lilla?

Hartung megengedte ugyan a végeérhetetlen budapesti éjszakában tébláboló, Lillát kereső, valamiféle jóvátételben vagy megbocsátásban reménykedő antihősnének a változás lehetőségét, de a történetet nem hagyta kibontakozni, elvágta egy forgalmas, mocskos városi hajnalon. A fiatal rendező a filmbeli felnőttekkel, a szülők generációjával már ennél is kevésbé volt elnéző: a következménynélküliségnek és a morális nihilnek a FOMO szerint igazából ők ágyaztak meg a magukra hagyott kamaszok lelkében.

PESSZIMIZMUS 2.0 ÉS A VITRIOLÓS VILÁGVÉGE

A *Black Mirror*, avagy *Fekete tükör* úgynevezett antológiasorozatot, amelynek nemcsak minden évada, hanem minden egyes epizódja más-más feszült, sötét és megragadó, borzongató drámát nyújt át közönségének, valahol a sci-fi és a tech-horror, a filozófiai dilemma és a felkavaró disztópia pengeélén táncolva áttetsző, sértetlen fehér bőr fedte csupasz talppal.

2011-ben mutatkozott be a Netflix eredeti szériája három résszel, ezt 2013-ban újabb 3 epizód követte, majd egy egzisztencialista rémálommal felérő karácsonyi különkiadás. 2016-ban és 2017-ben 6-6 epizód landolt a streamingplat-

formon, majd a széria 2019-ben és 2023-ban tért vissza 3, illetve 5 résszel. A 2018-as téli ünnepi szezonban az alkotók egy történetmesélést megreformáló, az interaktivitás és a videójátékos narratívák felé lépő különkiadással lepték meg a rajongókat.

A *Black Mirror* nagyon erősen indult, de a hatodik évadra minden jel szerint elveszítette a kapcsolatot az eredeti rajongótáborral. A kritikusok azonban, ha talán kevésbé lelkesek is olykor, hűek maradtak, és tartják a tempót. Bár az online nyilvánosságban számos véleménycikk és elemzés kering arról, hogy a hatodik évad alapján egyáltalán *Black Mirror*-e még a *Black Mirror*. De mit is fed ez a felismerhető, megvitatható blackmirrorság, amelyet joggal nevezhetünk kortárs kulturális jelenségnek?

A sorozat epizódjai rendre meghökkentő és megrendítő történeteket mesélnek el a modern technológia különféle lehetséges tényszerű futásaiból, illetve az ezek által felvetett filozófiai és morális dilemmákból, diszkomfortos érzelmi helyzetekből kiindulva. A rajongók előszeretettel listázzák a legsokkolóbb epizódokat, nemritkán megjegyezve, hogy az csak az igazán sokkoló, ha egy *Black Mirror*-rész nem teljesen borítja depresszióba a nézőt.



A disztópikus technológiai horrornál már csak a jelenben játszódó szatirikus katasztrófafilm lehet sötétebb, gondolhatjuk jogosan, ugyanakkor az Adam McKay és David Sirota által írt és McKay által rendezett **Ne nézz fel!** (Don't Look Up) 2021 karácsonyára azt adta az embereknek ajándékba, hogy bebizonyította: a világot bizony röhgöve is el lehet pusztítani.

Adam McKay évekig dolgozott a legendás és máig meghatározó amerikai tévéshow, a Saturday Night Live (SNL) egyik vezető írójaként, és például olyan többszörösen Oscar-jelölt, és egy-egy kategóriát díjra is váltó filmeket jegyez forgatókönyvíróként és rendezőként, mint *A nagy dobás* (The Big Short) és az *Alelnök* (Vice).

(Ne nézz fel! – Korábban csak mozibemutatók szóltak ekkorát, nem streamingpremierek.)

A **Ne nézz fel!** a Netflix istállójában készült, és olyan bravúrt vitt véghez – azon persze lehet vitatkozni, hogy a streamingszolgáltatót és az ügyes PR-marketinges csapatot vagy a filmet dicséri-e ez a teljesítmény –, amelyet még előtte nem igazán tapasztaltunk: limitált mozibemutató után egy egész világ várta tükön ülve, hogy 2021. december 24-én felkerüljön végre a kisbolygós szatíra a netre, és kezdhesük streamelni. Annyira be voltunk sózva, hogy

nem is boldog karácsonyt, hanem boldog **Ne nézz fel!**-nézést kívántunk. Korábban csak nagyon várt mozibemutatók szóltak ekkorát, nem pedig streamingpremierek. Az lehet, hogy McKay filmje megosztotta mind a nézőket, mind a kritikusokat, de azt nem lehet tehát elvitatni tőle, hogy eseményszámba ment a film megjelenése.

Mi okozta a megosztottságot? Nagyon elterjedt volt a Földet megsemmisítő kisbolygó, valamint a nyilvánosságot kétségbeesetten végigtornázó, a teljes tagadásban és saját kis buborékjaiban elveszett földlakókat felrázni akaró tudósok történetét a fenyegető ökológiai katasztrófa, a klímaváltozás és a globális felmelegedés fejünkre húzott válságának allegóriájaként értelmezni. De ez az allegória több ponton sántít. „Míg a Dibiasky-üstökös esetében van a rádöbbenésnek egy konkrét, jól elkülöníthető mozzanata (amikor az szabad szemmel is láthatóvá válik az égen), az éghajlati katasztrófának, emberi léptékkel szinte követhetetlen idő- és térbeli kiterjedése miatt, nem lesz egyetlen ilyen pillanata. Szintén problematikus, hogy a klímaváltozással szemben az üstökös relatíve tiszta és »demokratikus« pusztító: az általa okozott, villámgyorsan lezajló kihalási esemény

élesen szemben áll a környezet, valamint a tőle függő emberiség lassú haldoklásával. Így a film, melyben a világ Amerikán kívüli részei véletlenszerű, szórványos »élet a Földön«-jelenetekben tűnnek csak fel, könnyedén figyelmen kívül hagyhatja, hogy az éghajlati válságtól a bolygó sérülékeny közösségei már régóta szenvednek, már most is saját világvégéjükben élnek. A leglényegesebb különbség azonban mégiscsak az, hogy a klímaválság jóval nehezebben körülhatárolható fenyegetéséhez és temporalitásához képest az üstökös által az emberiség egy sokkal megfoghatóbb és közeli lejáratú katasztrófával szembesül, és mégsem tud azzal mit kezdeni; ezáltal viszont Adam McKay talán még a valóságosnál is kiábrándítóbb képet fest rólunk” – sorolta ezeket a pontokat fel nagyon éleslátóan Novák Zsófia a prae.hu művészeti portálon megjelent *Nem bánik olyan embertelenül a nézővel* című elemzésében.

A **Ne nézz fel!** konkrét jelentésén tehát sokat vitatkoztak, de abban már sokan egyetértettek, hogy remek gegjei és fékevesztett humorú médiakritikája ellenére is kifejezetten lehangoló képet festett a krízisben jó reakciókat adni képtelen emberiség mentális és intellektuális állapotáról.

A hit – akár istenhit, akár a saját belátás szerinti felsőbb erőbe vetett hit –, valamint az egymáshoz kapcsolódás, az

egymásra vigyázás, az egymással való törődés képessége mindennek ellenére csendes erővel hatotta át a harsány képsorokat. McKay mintha mégis felemelte és a tenyerébe zárta volna a buta kis embereket egy oltalmazó mozdulattal a vitriolos világvége közepette, mélyen megértve az embernek levés nem embernek való nehézségeit. Ahogyan a kapitalista és nagyhatalmi berendezkedésben uralmon lévő sorsa sem szimpla primitivitásba fulladt végül, hanem pimaszul be lett csomagolva az ember egy további zseniális képességébe, a humorba. Méghozzá úgy, hogy közben olyan alapvető antik tragikus kellékek játszottak fontos szerepet a történetészövésben, mint a hübrisz, valamint a jóslat elolvasása ám félreértése, és így tovább...

Adam McKay valóban rajzolhatott volna sötét-sötét karikatúrát is, feketére feketével, de igazából nem ezt tette. Óvatosan bánt a nézővel, lazára engedte a dramaturgiát, hagyott időt mindig fellélegezni, adott clown jeleneteket. Engedte, hogy átjárja a filmidőt a téblábolás, mindent kicsit hosszabbra vett, mint indokolt lett volna, ajándékozott hirtelen kivirágzó intimítást, hogy elviselhetőbbé tegye a ... Mit? Végül is a kritikát, mert azért azt konokul elmondta, csak éppen viccesen és szeretettel, kicsit csiricsárén, mint amilyenre egy kisgyerek sminkelné az anyukáját, olyan grimasszal.

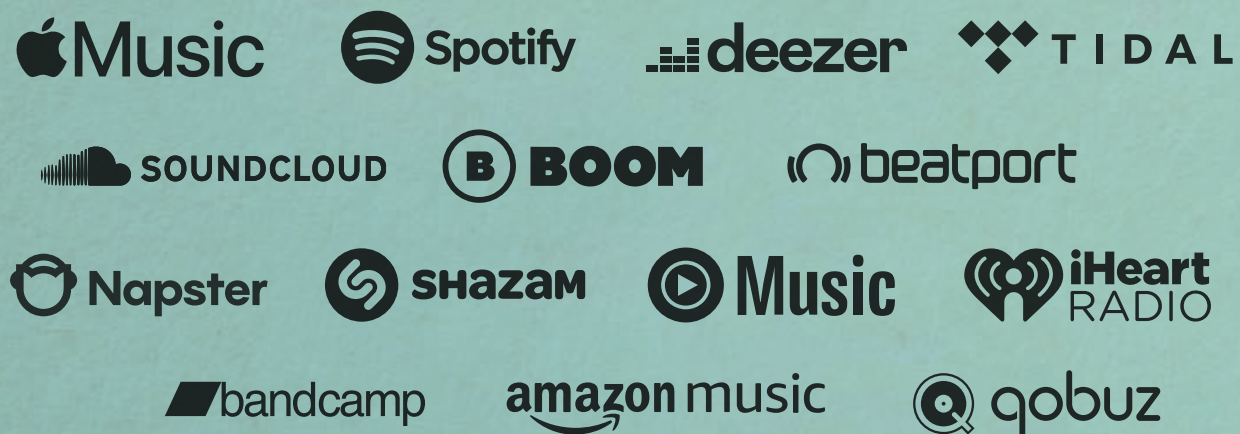
Forgács Nóra Kinga

EGYFORMÁN POPZENE



Kik a legnépszerűbb nemzetközi és magyar előadók a digitális streaming-platformokon határon innen és azon túl? Hazai vagy külföldi zenét hallgatnak-e többet a magyarok? Milyen hatással van a streaming a zenei ízlés alakulására? Ilyen és hasonló kérdésekre kereste a választ az a tanulmány, amely a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság megbízásából készült a közelmúltban, és a két legnagyobb streamingplatform, a Spotify és a YouTube vizsgálatával vázolt átfogó képet a digitális zenefogyasztás legfontosabb mintázatairól és trendjeiről.





A listavezető streamingszolgáltatók nagy része igen fiatal, húszas évei elején-közepén jár, túlnyomórészt férfi előadó. Digitális bennszülöttek, akik együtt nőttek fel a ma meghatározó közösségi-média-platformokkal.



ISTEN VELED, ALBUMKORSZAK?

Hol vannak már azok az idők, amikor legmélyebb álmunkból felkeltve is elmondtuk a dalok sorrendjét kedvenc lemezeink A és B oldalán. Amikor sercegett a tű a bakeliten, ceruzával tekertük vissza a kazetta szalagját, ha kihúzta a magnó, a polcainkon pedig CD-k sorakoztak. Még az MP3-lejátszót is nehezen hittük volna el akkoriban... Pedig hol van már az is! Az elmúlt években – akárcsak a filmek, sorozatok vagy épp az egymással való kapcsolattartás jelentős része – a zene is a digitális térbe költözött. A fizikai hordozók helyét egyik pillanatról a másikra átvette a streaming, a digitalizált zene a zeneipar legfontosabb és legnagyobb ágazata lett, kedvenc előadóink távoli szerverekre költöztek, és a felhőből zenélnek nekünk. Elképesztően megnőtt a bárki számára rendelkezésre álló zenei állományok volume-ne: kis túlzással a világ összes albuma ott lapul a hanyagul a zsebünkbe csúsztatott okostelefonunkban.

A Music Hungary 2022-es becslése szerint világszerte mintegy 150 streamingszolgáltatás érhető el, melyek közül

Magyarországon a Spotify, a YouTube (és a YouTube Music), az Apple, a Deezer, a Bandcamp, a Soundcloud, a Tidal és az Amazon Music van jelen, ám messze az első kettő a legmeghatározóbb. A 2022-es évben a zeneipar globális bevételeinek 67, a hazai bevételeknek pedig 79 százalékát tette ki a digitális zene. És nem csupán a hozzáférhetőség lett sokkal egyszerűbb. A streaming-ökoszisztémában a dalok is gyorsan megszületnek, ráadásul szinte azonnal el is jutnak a fogyasztókhoz. Nem csoda hát, hogy az elmúlt években egyre nagyobb számban vannak jelen a zeneiparban azok az előadók, akik tudatosan ezekre a felületekre optimalizálják a dalukat. A digitalizáció térnyerésének köszönhetően mindez jóval egyszerűbb, mint például húsz évvel ezelőtt: a rendelkezésre álló, egyre fejlettebb zeneszerkesztő programok és zenei adatbázisok segítségével, valamint a megfelelő szaktudással gyorsan és költséghatékonyan lehet zenei tartalmakat előállítani. Az 1997-es születésű DESH, polgári nevén Molnár Attila például kukásként kezdett el zenélni, és már milliós megtekintései is voltak a YouTube-on, amikor úgy döntött, hogy otthagyja az állását, és teljes mértékben a zenére koncentrálni.

Az NMHH tanulmánya által vizsgált négyéves időszakban volt olyan előadó, aki hatvannál is több különböző dallal volt jelen a toplistákon. Annak köszönhetően, hogy egy-egy dal megjelentetése rengeteget segít a zenészeknek abban, hogy állandó jelleggel a köztudatban tartsák munkásságukat, az oly sokáig uralkodó szemléletű „albumkorszakkal” szemben a single-ök, vagyis az egyedi dalok térnyerése jellemzi az elmúlt éveket. Azt, hogy valakinek a nevéhez csupán néhány év leforgása alatt több nagylemeznyi dal is köthető, az a jelenség is nagyban támogatja, hogy az előadók gyakran kooperálnak a sikerért, és egyrészt a közös zenei gondolkodásmód, másrészt a nagyobb elérés érvényesülése érdekében egymással együttműködve készítik a számokat.

SPOTIFY VS. YOUTUBE

A legnagyobb, ingyenesen hozzáférhető platformnak számító YouTube-on havonta több mint kétmilliárd bejelentkezett felhasználó játszik le zenét. A Spotify, mint a legnagyobb előfizetéses szolgáltatás, 2023 első negyedévé-

ben lépte át a félmilliárdos határt a havi aktív felhasználók számában. Noha nem közöl róla adatokat, pontosan hány videó található meg a katalógusában, a becslések szerint mintegy ötmilliárd videó lehet a YouTube platformján, melynek hozzávetőlegesen az öt százalékát teszik ki a zenei tartalmak (vagyis körülbelül 250 millió tételről beszélünk). A Spotifynak százmilliós bázisa van, mely túlnyomórészt zenét, kisebb arányban pedig egyéb hangalapú tartalmat – például podcastokat – tartalmaz.

A két nagy platformot különböző ízlésvilág jellemzi, világszerte és hazánkban egyaránt. Globálisan vizsgálva a YouTube egy jóval nemzetközibb, kulturálisan sokszínűbb platform, melyen nagy számban található meg a Globális Dél (például Latin-Amerika) előadói is, míg a Spotify jóval angolszászcentrikusabb, sokkal inkább a Globális Észak műfajait és előadóit reprezentálja. Magyarországon a Spotify szintén inkább a nemzetközibb, kozmopolitább fogyasztási trendeket tükrözi, a YouTube-on pedig a lokális, szélesebb körben hozzáférhető, ugyanakkor kevésbé magas társadalmi státuszú zenék fogyasztása a hangsúlyos.



Noha a globális Spotify-listákat a pop vezeti 74%-kal, négy olyan műfaj követi a sorban, amely vagy hip-hop (46%), vagy annak egy alműfaja, a trap (28%), vagy a hip-hop- és popelemeket szintén beolvasztó urbano (20%), illetve reggaeton (19%).

A titokzatos NATEKI

A Magyarországon legtöbbet streamelt magyar előadó nem azonos az összességében (azaz Magyarországon kívül is) legtöbbet streamelt magyar előadóval. Az utóbbi kategória nyertese a rejtélyes Nateki, akinek a valódi személyazonossága nem ismert. Legnépszerűbb száma, a PLAYAMANÉ-val közös „MIDNIGHT” Spotifyon 2023 júniusáig több mint 170 millió streamet halmozott fel (további verziói ezt még 28 millióval toldják meg), valamint a YouTube-on 43 millió megtekintést ért el (amihez hozzájárul még legalább 10 millió a szám további verzióinak megtekintéséből). Nateki havi hallgatóinak a száma a Spotifyon meghaladja a 3,6 milliót.

Könnyen belátható, hogy ilyen mennyiségű zene kizárólag emberi erőforrásokkal nem menedzselhető... Ilyenkor jönnek a képbe az algoritmusok. Mindkét platform azon van, hogy három lépéssel előre gondolkodjon, és korábbi zenehallgatási szokásaink alapján kitalálja, mihez volna leginkább kedvünk az adott pillanatban. Az algoritmusoknak alapvető szerepük van a streamingplatformok működtetésében, szűrik és válogatják a zenéket a felhasználók általuk kikövetkeztetett preferenciáinak megfelelően. Nem véletlen tehát, hogy a sikerre vágyó kortárs produkciók sokszor nekik igyekeznek a leginkább megfelelni. Így alakult ki az úgynevezett platformpop, vagyis a streamingplatformokra előállított, azokon terjesztett és fogyasztott populáris zene világa, melyben különösen fontos szerep jut az aktuálisan legtöbbet hallgatott előadókat és dalokat reprezentáló toplistáknak. A Spotify és a YouTube listái megkerülhetetlenül fontos adatokat szolgáltatnak arról, hogyan alakul korunk zenei ízlése, és miként változnak a fogyasztói preferenciák.

MIT HALLGATNAK A MAGYAROK?

A magyar zenehallgatás szinkronban van a globális trendekkel. Ez nem azt jelenti, hogy pont ugyanazokat hallgatjuk, mint bárhol bárki a földtekén, hanem azt, hogy azok az előadók és dalok, amelyek a kül- és belhoni listákon is rajta vannak, számottevő késedelem nélkül érkeznek el hozzánk. A Spotify globális és magyar toplistáin is feltűnő 833 dal közül például 706 ugyanazon a héten jelent meg nálunk, mint külföldön.

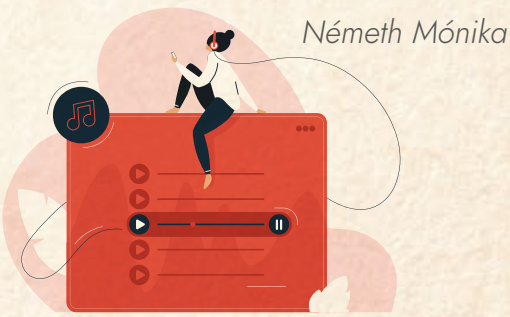
Szívesen hallgatjuk az angolszász világsztárokat, ám nem az övék a legkiemelkedőbb hely a hazai playlisteken: a YouTube-on a teljes vizsgált időszakban, a Spotifyon pedig 2022 második negyedétől kezdve több magyar zenét streameltek a hallgatók, mint külföldit. A tanulmányban feldolgozott négyéves periódusban 2020 negyedik negyedében volt a legnagyobb, 71,5 százalékos a magyar zenék aránya. Maga a tendencia azonban nem

magyar sajátosság, illeszkedik a globálisan megfigyelhető, úgynevezett glocalizáció, azaz helyi digitális tartalmak felé fordulás trendjéhez.

Adja magát a kérdés: vajon ki a legnépszerűbb előadó Magyarországon? Kinek a dalai mellé kerül a legtöbb szívecske Spotifyon? Hatalmas hírt generált nemrégiben a magyar sajtóban, hogy Azahriah (vagy más néven Baukó Attila) 2024 májusában három alkalommal is megtölti a Puskás Arénát – alig néhány hónappal a 22. születésnapja után. Ennek fényében nem túl meglepő az a tény, hogy a magyar listákon ő a legtöbbet streamelt előadó, a YouTube-on és a Spotifyon egyaránt. A külföldi előadók esetében YouTube-on az erdélyi Bagossy Brothers Company zenekart, a Spotifyon pedig a koszovói albán származású angol énekesnőt, Dua Lipát streamelik a legtöbben. A legtöbbször hallgatott szám a YouTube-on az ausztrál Tones and I „Dance monkey” című száma, a Spotifyon Azahriah és DESH „Mind1” című dala. A legtöbbször streamelt külföldi szám a YouTube-on a Tones and I „Dance monkey” című száma, a Spotifyon pedig az amerikai The Weeknd „Blinding lights” című száma vezet.

A legtöbbször streamelt hazai szám a YouTube-on az „Úristen” a VALMAR zenekar és Szikora Róbert koprodukciójában, a Spotifyon pedig Azahriah és DESH „Mind1” című száma.

A magyar populáris zene a globális platformokon című elemzés (készítette: Tófalvy Tamás, Koltai Júlia, Knap Árpád, Mogyorósi Pálma, Musza Stéfi) 2019. február 7. és 2023. március 2. között vizsgálta globális és magyarországi streaming-zenefogyasztási mintázatokat és trendek alakulását a globális, közép-kelet-európai és magyar YouTube és Spotify heti top100 listák alapján.





A SPONTANEITÁSTÓL A PROFESSZIONALIZMUSIG

LEHET A SIKER TITKA IS A SOCIAL MEDIA



JELLEN VANNAK A MAGYAR MŰVÉSZEK, ALKOTÓK A VILÁGBAN?

Hogyan találták meg azokat a lehetőségeket, amelyek külföldi csatornákat nyitottak meg számukra? A prae.hu művészeti portál Külföldön Sikeres Magyar Művészek-kutatásának egyik célja annak felderítése volt, vajon min múlik, hogy külföldön érvényesek és láthatók egyes magyar művészeti produktumok. Az interjúk során visszatérő téma volt a médiával való kapcsolattartás, illetve a közösségi média használata, ennek tanulságait foglaljuk össze cikkünkben.

Megdobban a szívünk, ha nemzetközi elismerést kapó magyarokról hallunk, legyen az sportbéli, tudományos vagy művészeti siker. Legutóbb épp az egyik legnagyobb presztízsű díj, a 2023-as Nobel-díjak átadása kapcsán érezhettük ezt kétszer is, hiszen Kari-kó Katalin és Krausz Ferenc is ott volt Svédországban a kiemelten előkelő névsorban. A díjak odaítélésének szempont-rendszere a sportban egyszerűbben mérhető: az a futó nyer, aki hamarabb célba ér, az a csapat a győztes, amelyik több gólt lő. A tudomány vilá-

a siker egyértelmű jele lehet egy jelentős díj, de szintén nagy elismerés a rendszeres jelenlét a jelentős koncertterekben, lapokban, kiadóknál, színházakban.

KITŰNNI A TÖMEGBŐL

Tóth Krisztina író-költő a fiatalok céljait megnevezve kendőzetlenül leszögezte az interjújában: „Iszonyú erős lett a tömegeből való kitörés kényszere, nagyon gyorsan látszani kell, brandet építeni, jelen lenni.” Érdekes tapasztalat, hogy más és más a média

írók jó médiaszereplése növelheti az őket elismerők, az irántuk rajongók számát, így feljebb lehet csavarni az elért sikert a médiaszereplések halmozásával, egyre értékesebb, nagyobb eléréssel rendelkező médiumokban való fellépések szervezésével. Persze a nagyobb figyelemtől még ők sem alkotnak jobbat, de a hatásuk növelésére megvan az esély. Tehát nem csoda, hogy a kutatás során a művészekkel folytatott beszélgetésekben állandóan visszatérő téma volt a médiafigyelem és annak elérése, valamint a közösségi média használata.

csak úgy kamerához juss és forgass, a digitális technika fejlődésével és széles körű elterjedésével ez mára megváltozott. Más szempontból azonban ez az új helyzet kifejezetten nehéz, mert a tartalomtúlszórulás okozta óriási zajból nagyon nehéz kitűnni. Ennél a pontnál talán már újra közrejátszik a szerencsefaktor.” Vági Bence, a Recirquel alapítója és művészeti vezetője hasonlóan azt szűri le, hogy szükség van a közösségi média bátor használatára, mert számos akadályt segít átugrani: „egy YouTube-ra feltöltött videó hatvanmil-

a színdarabok esetén a közönségszervezésben, azaz az ismertté válásban. A BMC vezetője, Gőz László is említi a közösségi médiát, mint aminek a segítségével könnyű kapcsolatot tartani a saját közönségükkel. Bretz Gábor operaénekes szerint (fellépett a milánói Scalától a Salzburgi Ünnepi Játékokig, és jelenleg a Zeneakadémián is tanít) „inkább a kezdő korszakban fontos a közösségi média. Ha már benne van az ember a nemzetközi körforgásban [...] nincs olyan jelentősége az Instagramnak, Facebooknak.” Ezt támasztja alá

VAJON MIT LÁTTATNAK, AKIK MINDENÜTT JELEN VANNAK?

Új aspektust fogalmaz meg a „látszás” kapcsán Csepeli Eszter operatőr, amikor rámutat, „a mindennapok része a social media is, aminek az az eredménye, hogy az embernek egyszerre száz helyen kell jelen lennie, helytállnia, és minden apró, hétköznapi kommunikációs lépésében ott kell lennie annak a nagy célnak, amelynek az eléréséért küzd”. Erre rímel a Bel-



TÓTH KRISZTINA



TÖRÖK ZOLTÁN



NÉDER PANNI



GŐZ LÁSZLÓ



EMBER SÁRI



KÁRPÁTI TIBOR

gában már kicsit bonyolultabb, hiszen az emberi elme még egy tudományágon belül is számtalan csodálatos eredmény elérésére képes, melyek nem mindig állíthatók rajtvonalhoz egymással, hogy megmérettessenek. Mégis, objektíven meghatározható célokkal lehet őket jellemezni: mennyire segítik a gyógyulást, a közjót, régóta fennálló problémát oldanak-e meg...? A művészetnél ez a kérdés sokkal összetettebb, szerepet játszik benne a személyes vélemény, esetleg az országonként, földrészekenként és az idővel változó közízlés is. Mégis, vannak a művészetek esetében is objektívnek tekinthető körülmények:

funkciója a fent említett területeken versenyzők, alkotók körében, ha a „látszás” az elérendő cél. Ha egy diszkoszvető többet szerepel a médiában, attól még nem dob nagyobbat, és lehet, hogy végül sportolóként feledhető teljesítményt nyújt. Neki valószínűleg az edzőmunka, a táplálkozás és a formaidőztetés lesz a legfontosabb. A tudósok eredményei sem lesznek jobbak a szerepléstől, sőt, az csak elvonja a kutatástól az időt. Mindkét esetben első a kiemelkedő eredmény, annak lehet majd a következménye a közönség egyre nagyobb mértékű figyelme. Ezzel szemben a színészek, zenészek vagy

EGYSZERŰEN NAGYSZERŰ LEHETŐSÉGEK

Török Zoltán természetfilmes (*Vad Magyarország, Vadlovak*) úgy látja, az alkotás mellett a közlés módja lett egyszerűbb a 21. században, és emiatt nem kell rengeteg akadályon átküzdenie magát egy fiatalnak. „Akár okostelefonnal is lehet olyan filmet készíteni, amelyre felkapják a fejüket az emberek, és van hozzá olyan platform is, ahol megjelenhet anélkül, hogy egy programigazgatónak rá kellene bólintania a projektre. Míg korábban elképzelhetetlen volt, hogy

liós nézettséget kaphat két hét alatt. [...] egy dél-koreai kislány feltöltött egy videót, ahogy énekel, és egy évre rá Céline Dionnal duettezik. És nem egy menedzsmentteam juttatja odáig, hanem az információáramlás.” Török Zoltánnál a modern eszközök és a platformok adta technikai lehetőségek mellett szintén a kitűnés kérdése merül fel, de ő szerencseként fogalmazza meg azt, ami az utóbbi időben fiatalokként induló és rögtön nemzetközi karriert is befutó művészek mindegyikét foglalkoztatja. Néder Panni rendező egyértelműen azt tapasztalta, hogy „a Facebook és az Instagram nagyon jól használható”

Ember Sári képző- és fotóművész tapasztalata, aki szerint „mostanában gyakori, hogy ott járnak utána először az ember munkásságának”. Kárpáti Tibor grafikus is megerősíti ezt a tényt a saját tapasztalatai alapján: „Ha megkeres egy magazin művészeti vezetője, általában csatol egy-két példát a weboldalamról vagy az Instagram-oldalamról – mutatva, hogy milyen jellegű képet szeretne tőlem.” Maurer Dóra, az egyik legjobban jegyzett magyar képzőművész elmesélte, kiállításokat szervezve maga is interneten keres új alkotásokat, új művészeket.

giumban élő Madaras Gergely, aki az ottani legnagyobb zenekar karmestere. Madaras érdekesnek tartja „azokat a lehetőségeket, amelyek az internet révén a mindennapok részévé váltak, és amelyek segítségével nemcsak a barátaimmal és ismerőseimmel, hanem tágabb közönséggel is meg tudom osztani, hogy ki vagyok, hogyan gondolkodom, mik foglalkoztatnak, és éppen merre járok”. Könnyen elérhető módon, és többet tud adni a művész a közönségének abból a szellemi-természeti-tárgyi környezetből, világból, amelyben él, mint azt pár évtizeddel korábban tehette. Játék is lehet ez kicsit a követőkkel,

ahogy Ladányi Andrea táncművész, koreográfus gondolja: „fontos és nem mindegy, hogy mit posztol az ember, hogy az igazi titkokat nem rakja ki, de közben annyit mégis, hogy felkeltse a figyelmet”. A titokzatosságot emeli ki Pusker Júlia hegedűművész is, úgy látva, „olyan világot élünk, hogy mindenki be akar jutni a privát szférába, minden részletét látni akarják egy művész életének. Ez a távolság, ez a rejtélyesség alakulóban van: a közönség inkább arra vágyik, hogy részese legyen a misztikumnak”.

TANÍTANI

Szokták mondani, hogy sok az „egy-ügyű” a művészek közt, azaz aki csak azzal az egy dologgal tud foglalkozni az önfenntartáson felül, ami a hangszere, a kamerája, a megmunkált anyaga... Ráadásul az alkotó emberek nem kis része nevezhető introvertáltak, ők pedig nagyon nehéz helyzetben vannak pszichikailag is, amikor mesélniük kell önmagukról a megszokottól eltérő módon. Épp ezért nem elvárható minden művésztől,

Master tanszékvezetője is. Ő tanárként, tanszékvezetőként bizonyára átgondolta ezeket a problémákat, mert az oktatásban, az általa vezetett intézményben is fontosnak találja az önreprezentációt. „Felnő egy generáció az internet és a Facebook ernyője alatt, ami teljesen más világképet, más tempót, más gondolkodásmódot kap. [...] Münchenben, ahol a tanszékem vezettem, része a képzésnek. Én beletettem az órarendbe egy kötelező témasorozatot arról, hogy hogyan válhat valaki professzionálissá a pályáján, hogyan lehet megismerni

hamarosan már nem is az lesz a legfontosabb az érvényesüléshez, ki milyen zenei értékeket hoz létre, hanem hogy mennyire érti és tudja kihasználni azokat az algoritmusokat, amelyek ezeknek az online platformoknak a működését szabályozzák.” Hód Adrienn koreográfus egy megjegyzéséből az derül ki, hogy az intézmények hagyományos oktatói gárdája erre a feladatra nincs felkészülve, „vendégelőadókat kellene meghívni, hogy ezek a kérdések kinyíljanak a diákokban”. Arra is van példa, hogy a diákok kifejezetten keresik a művészeti kép-

kinteni az önreprezentáció különböző fajtáira, így a közösségi médiában való megjelenésre is.

KÜLSŐ SEGÍTSÉG

A leggyakoribb álláspont a túlzásba vitt médiajelenlét szervezésével szemben az, amit Bodor Ádám író így fogalmaz meg: „sokáig azt hittem, összehoz az ember egy közepesnél jobb könyvet, aztán legjobb, ha nem nagyon tesz semmit, mert aligha van rálátása az illető területre [...], és ha valóban értékes az alkotása, úgys

népszerű előadó koncertjére sokan meg fogják venni a jegyet, és nem az számít, hogy hogyan énekel”. Azaz a világ talán legjobb régizenei énekesnőjének számító Baráth Emőke annak a veszélyét látja, hogy „művészcelebek” töltik meg az előadótermet, kiszorítva a kevésbé dekoratív, kevésbé tudatosan médiahasználó zenészeket. Baráti Kristóf hegedűművész szintén hasonlóan gondolkodik, amikor így fogalmaz: „Ma már a marketing és főleg a social media kap erős szerepet még a klasszikus zenében is, ami rengeteg további kérdést felvet: tényleg



KOVALIK BALÁZS



HÓD ADRIENN



ÁBEL TAMÁS



BETZ GÁBOR



UBRANKOVICS JÚLIA



VÁGI BENCE

Ennek nehézségeivel is szembe kell néznie előadóművészként, hiszen „nem könnyű olyan anyagot megosztani, ami másoknak is érdekes, sokszor a mindennapi dolgok nagyon rutinszerűek és monotonok tudnak lenni. Az is felmerül, hogy amit láttatni engedünk magunkból a social medián, nem feltétlenül valós kép, miközben valahogy mégis valósnak kell lennie”. Ezekkel a gondolatokkal médiafogyasztóknak és elméleti szakembereknek, pszichológusoknak is meg kell küzdeniük ennek a megalakított, kirakatvilágnak a kapcsán, nem csak a művészeknek.

hogy webes tutorialok segítségével önmagától belekezdjen és gyorsan alkalmassá váljon a saját tevékenységei, szellemi tájékozódásai nyilvános netes dokumentálására. Vajda Gergely karmester ezért fogalmazhatott úgy, hogy „igyekszem a saját erőmből is támogatni, segíteni azokat, akik nehezen fejezik ki magukat más médiumban, mert a zenének önértéke van, és engem elsősorban az érdekel. Csak azért, mert valaki autista, vagy például dadog, még lehet zseniális zeneszerző.” Kovalik Balázs operarendező, emellett a müncheni August Everding Bayerische Theaterakademie Opera

a pályának a kihívásait, hogyan lehet ezekre felkészülni. Ebbe sok minden beletartozik, [...] az önprezentáció is része a képzésnek, illetve a jelentkezési mappa összeállítása, vagy hogy hogyan kell önéletrajzot írni, honlapot csinálni”. Szintén a felsőoktatásban dolgozik Csonka András, a Zeneakadémia programigazgatójaként ő a közönség közösségimédia-szerepét emeli ki. „Azok tudnak leginkább érvényesülni, akik intenzíven foglalkoznak a közönséggel, és már-már személyes kapcsolatot tartanak fenn a rajongóikkal, például Facebookon és Instagramon keresztül. [...] Elképzelhető, hogy

zész ilyen aspektusait. Ábel Tamás üvegművész mondatai például elég egyértelműen erre utalnak. Neki több nagyon jó barátja van a Magyar Képzőművészeti Egyetemről, „akik alig hitték el, hogy a MOME-n tanulhattam művészmenedzsmentet. Olyanokkal foglalkoztunk, hogy hogyan nézzen ki egy CV, hogyan kell prezentációt készíteni, hogyan nézzen ki egy honlap, és hogyan mutassuk be magunkat”. Konklúzióként már most levonhatónak tűnik tehát, hogy mint a legtöbb probléma esetében, jelen esetben is nagy segítség, ha sikerül tudatosítani és az oktatásba rendszerszerűen integrálni, hogy érdemes a pálya részeként te-

megy minden, mint a karikacsapás”. Tehát szerinte a mű létrehozására kell koncentrálni, nem annak a tálalására, láttatására. Sokak szerint veszélyes, hogy egyre több az önreprezentációra fordított idő, mert emiatt épp a gyakorlásra, alkotásra nem marad elegendő. Baráth Emőke énekesnő ennek a veszélyeit egészen kiélezve is megfogalmazza, „ha valaki jól néz ki, és ezt az adottságát megfelelően használja, lesz 20 000 követője. A kommentek meg arról szólnak, hogy milyen szép, és nem arról, hogy hogyan énekel, hogyan játszik. A koncerttermek az eladott jegyek és CD-k számát nézik, márpedig az ilyen

az kap lehetőséget, aki művészileg kimagasló, vagy akinek van százezer követője valamelyik platformon?” Sokan a művészre magára is eladható termékként tekintenek, de „aki eladható termék lesz, az erre vágyik is, és kiszolgálja az ezzel kapcsolatos igényeket” – mondja Baráth Emőke, hozzátéve mindehhez azonban, hogy „jobb esetben persze összeér a kétő, vagyis az adott művész marketingje is megfelelő, és közben szakmailag is kiemelkedik. Yuja Wangot tudnám felhozni”. És ehhez a megoldási irányhoz kapcsolódik Bodor Ádám is, mikor az ő érdekeinek képviselőjét ügynökségre, majd a Magvető Kiadó

munkatársaira bízva. Másik példaként említhetjük, hogy Harcsa Veronika közösségi médiáját szintén egy ügynökség kezeli. Hiába az esetleges oktatás, a közösségi média magas szintű kiszolgálása nem lehet mindenkinek kézenfekvő, akinek más a szakmája. Ilyenkor tűnik jó ötletnek a szakemberek segítségül hívása, akik vagy egy ügynökség, vagy egy kiadó munkatársai, de néha szabadúszó közösségimédia-szakértőként dolgoznak, korlátozott számú művésszel. Van az a nagyságrend, amit már nem is lehet elérni, kezelni szakmai segítség nélkül. Sőt, vannak olyan művészeti ágak, például a populáris művészeteknél (elsősorban a popzenénél, filmeknél), melyekben elengedhetetlenül szükséges a rajongók kezelhetetlenül magas száma. Ubrankovics Júlia színésznő rámutat, „Amerikában minden számít a casting során: milyen iskolába jártál, milyen az ügynököd, mennyi követőd van [...] sőt így hirdetik meg a castingot. Találtam olyan felhívást, hogy legalább 150 ezer követő kell, különben nem vagy érdekes.”

ELAPRÓZÓDÁS, KIÉGÉS ELLEN

A Külföldön Sikeres Magyar Művészek kutatási projekt ez irányú vizsgálata eredményeképpen leszögezhető néhány megállapítás. Nagy lehetőségek rejlenek az okoseszközökben és a velük kezelhető social mediában, de ezek alkalmazásához nem mindenkinek van kedve, ideje. Az oktatás segítségével lehet bővíteni azok körét, akik sikeresen alkalmazzák, vagy legalább meg tudják állapítani, hogy akiket megbíznak, azok jól használják-e ezt az eszközt. Mert azok sem választanak rosszul, akik megbízható másik személyekre, ügynökségekre bízzák ezt a munkát: nem aprózkodnak el a mindennapi teendők során. A leginkább populáris műfajokban mérőeszköz a lájkok száma, ott marketingesek szisztematikus munkájával lehet a csúcsra törni és ott maradni. Ne feledjük, ez a szám azonban nem a művészi színvonalról ad tájékoztatást: arról csak akkor értesülhetünk, ha rendszeresen kezünkbe vesszük a könyveket, megnézzük a friss filmeket, elmegyünk színházba, operába vagy múzeumba.

Balogh Endre



HARCSA VERONIKA

A Külföldön Sikeres Magyar Művészek-projekt keretében eddig mintegy százötven interjú készítették a prae.hu művészeti portál munkatársai, és ha bárkinek hiányérzete van, az azért lehet, mert még nem zárult le a kutatás ezen szakasza. A projekt keretében egyrészt olyan alkotókkal, művészekkel beszélgettek, akik külföldön is ismertek, netán ismertebbek is, mint idehaza, másrészt pedig háttérinterjúkat készítették olyan emberekkel, akiknek a munkája közvetlenül vagy közvetve hozzájárul a magyar művészet exportjához.

A projekt mikrosite-ja: www.ksmm.hu





andras.doktor

MÁSFÉL PERCBEN **AZ EGÉSZSÉGRŐL**

Mi a baj a hevített dohánytermékekkel? Hogy zajlik egy nyitott szívműtét? Hány megapixeles a látásunk? Hogyan ne utazzunk soha autóban? Miként aránylik a valóság a filmes orvosi jelenetekhez? Ilyen és hasonló kérdéseket boncolgat videóiban **dr. Kulja András** sebészeti szakképzése végén járó szakorvosjelölt, aki úttörő volt a magyar TikTok történetében – legalább is ami az egészségügyi témák edukatív feldolgozását illeti. Nem csupán az emberi test működését mutatja be videóin keresztül a Gottsegen György Országos Kardiovaszkuláris Intézet szívsebészeti osztályának orvosa, hanem segít eloszlatni egészségügyi tévhiteteket is, valamint közel hozza és megmagyarázza követőinek a legtöbbünk számára idegen vagy ijesztő egészségügyi helyzeteket.

Emlékszik, melyik közösségi média-platformra regisztrált életében először?

Az iWiW volt az első, aztán jött sorban a többi: a Facebook, az Instagram, a TikTok. Ez utóbbira csak akkor regisztráltam, amikor elkezdtem tartalmat gyártani, 2021. július 1-jén. Sosem voltam különösebben nagy tartalomfogyasztó ezeken a platformokon, leginkább az ismerősökkel való kapcsolattartásra használtam ezeket az oldalakat. Nem volt rám jellemző, hogy a végtelenségig pörgetem a feedet. Bár a TikTok egy kicsit kivétel ezalól, különösen addiktív.

Az @andras.doktor TikTok-csatornának már 340 ezer követője van. Mi volt előbb? A szándék, hogy edukatív tartalmat szeretne gyártani? Vagy inkább ennek az új platformnak a megjelenése hozta magával az ötletet?

A rövid válasz az, hogy az előbbi. A hosszabb válaszhoz kicsit meszebbre indulok. 2016 szeptemberében pszichiáterrezidensként kezdtem a pályámat, később váltottam a sebészetre. Éles váltás volt ez, ahogy néhányan viccelődtek, de hiába szerettem a szakterületet és a kollégákat, rájöttem, hogy nehezen tudok sokáig egy helyben ülni, nagyobb pörgésre van szükségem, hiányzott a manualitás. Sokszor nem volt számomra könnyű találkozni a nehéz élettörténetekkel, illetve szembesülni azzal, hogy néha csak ideig-óráig tudunk elérni javulást. Rájöttem, a személyiségem azt igényli, hogy azonnal tudjam, amit csinálok, az jó és eredményes.

A váltás után döbrentem rá, hogy ezen a szakterületen mennyivel kevesebb időm van a páciensekkel beszélgetni – egy nagyon dolgos ügyeletben például, amikor egy éjszaka leforgása alatt 3-4 súlyos műtét is van, illetve felveszünk számos bete-

get, sokszor nagyon minimális idő jut csak a tájékoztatásra. A páciensnek viszont az alapismeretekre lenne a legnagyobb szüksége: elmondhatom én neki, hogy önnek vakbélgyulladás van, és laparoszkóppal kivesszük, de nem biztos, hogy ezzel túl sokat mondtam, ha nem tudja, mi az, hogy vakbél, mi az, hogy laparoszkópia.

A betegtájékoztatásnak két kötelező része van, az egyik probléma az általános, a másik pedig az eseti vonatkozásaival foglalkozik. Azon kezdtem gondolkodni, hogyan lehetne az előbbit kiváltani, és időhatékonyan átadni a betegnek a szükséges alapvető információkat. Az jutott eszembe, hogy megpróbálok valamiféle audiovizuális tartalmat gyártani, és elkezdtem dolgozni az első YouTube-videómon a vakbélgyulladásról. Hónapokig tartott a felkészülés, vettem kamerát, fényeket, megtanultam videót vágni. Aztán kiderült, hogy nem a technikai dolgokban van a legnagyobb kihívás: bármilyen jónak gondoltam is a saját szövegem, a feleségem, aki abszolút laikus, rávilágított, hogy az sok ponton nem érthető. Hosszan sorolta, melyek azok a kifejezések a videóban, amelyek egy átlagember számára túl bonyolultak. Rádöbbenem, hogy az, amit én közérthetőnek gondolok, messze van attól, ami egy laikus ember alapszókincsében orvosi témakörben szerepel. Ez tulajdonképpen teljesen érthető – én sem vagyok tisztában építészeti vagy mérnöki szakkifejezésekkel.

Milyen út vezetett a YouTube-tól a TikTokig?

2019 elején jött ki az első YouTube-videó, nagyon szerencsés időpontban, mert éppen akkor volt a rezidenstörzsképzés. Ez egy kéthetes, előadásokból és csoportfoglalkozásokból álló esemény a SOTE Nagyvárad téri épületében, amelyen többek között az Egészségügyi Menedzserképző

Központ oktatói is tartottak előadásokat, illetve kis csoportos foglalkozásokat. Meséltem nekik a Fonendoszkóp nevű csatornámról, és nemcsak pozitív visszajelzést kaptam az ötletre, hanem nekik köszönhetően részt vehettem a témában egy egyhetes nyári egyetemen Barcelonában, ami nagyon izgalmas volt, és szélesítette a tartalomgyártásról való gondolkodásomat. Beiratkoztam utána az egészségmenedzser Msc-képzésre is, ahol kiemelten foglalkozhattam a betegtájékoztató kérdéseivel.

Aztán berobbant a koronavírus-járvány: figyeltem az álhírek terjedését, és több videót is készítettem a témában. Rájöttem, hogy nagyon komoly általános egészségértési hiányosságok vannak a lakosság körében. Ez plusz motivációt adott, ugyanakkor közben aktívan dolgoztam Covid-osztályon 12 órás műszakokban. Egyre inkább úgy éreztem, hogy sem az anyagi, sem az időbeli forrásaim nem teszik lehetővé, hogy a YouTube-on olyan minőségű tartalmat készítsek, amelyet elképzelek. A feleségem már mondogatta egy ideje, hogy próbáljam ki a TikTokot, ráadásul az ismeretségi körünkben volt is már egy fizikuslány, aki pozitív visszajelzéseket kapott az edukatív csatornájára, így én is belevágtam.

Mi lehet az oka, hogy sokaknak nagyon szűkös a megfelelő egészségügyi alapszókincse?

Ez egy sokrétű kérdés. Rengeteg inger éri ma az embereket, újabb és újabb egészségügyi információk jönnek szembe velük, miközben egyre felületesebben olvasnak, és nincs is idejük elmélyülni egy témában. A Dunning–Kruger-hatásnak megfelelően pedig sokszor ez a kevés ismeret nagyfokú magabiztossággal társul, hisz aki nem ezen a területen dolgozik vagy tanul, nem láthatja át, hogy mennyire komplex rendszerek-

ről beszélünk. Az ál- és tévhírek nagyon egyszerű, logikusnak tűnő indoklásokat adnak, a valós magyarázat viszont sokszor összetett, és mély ismeretekre van hozzá szükség. Ez vezet oda, hogy a lebutított vagy éppen teljesen fals válaszok dominálnak, ezek sokkal könnyebben megragadnak az emberek fejében.

DUNNING–KRUGER-HATÁS

Egyfajta kognitív torzítás, melynek következtében az emberek hajlamosak túlbecsülni a képességeiket egy feladattal vagy kérdéssel kapcsolatban. Minél kevesebbet tudnak egy adott dologról, annál nagyobb – valójában alaptalan – magabiztosság jellemzi őket, sem a saját hozzá nem értésüket nem ismerik fel, sem azt, ha másvalaki valóban ért hozzá. A jelenséget a Cornell Egyetem két kutatója, David Dunning és Justin Kruger írta le egy 1999-ben publikált tanulmányban.

Az emberi testről tanulunk ugyan általános és középiskolában is, de akit a biológia anyanyira nem érdekel, abban jóval kevesebb marad meg ebből. Ez teljesen normális, én más tantárgyakkal voltam így. Viszont közben mindannyian egy testnek a gazdája vagyunk, az egészség kérdése mindenkit érint. Engem lehet, hogy soha nem érdekelt a gépészet, de valószínűleg soha nem is lesz szükségem ezzel kapcsolatban bármilyen szaktudásra. Az emberi test, az egészség, a hosszú élet, a betegségek legyőzése kérdése viszont mindenkit érinteni fog az élete egy bizonyos pontjában, közvetve vagy közvetlenül.

Mi a nehezebb? Azt kitalálni, miről beszéljen, vagy azt, hogyan?

Talán a hogyan. Ma már, ha egy TikTok-videó szövegén gondolkodom, automatikusan 55 másodpercesre jön ki, de nem volt ez mindig így. Sokáig nagy kihívást jelentett, hogy hogyan foglaljam össze egy-másfél





percben egy téma lényegét úgy, hogy megmaradjon a hitelessége, az információtartalma, de közben még érdekes is legyen. Folyamatosan olvastam a kommenteket, mi sok, mi kevés – próbáltam fejleszteni magam.

Mindig is úgy éreztem, hogy ebben a műfajban nagy a kockázat, hiszen ha esetleg félreérthetően fogalmazok, annak akár egészségügyi hatása is lehet. Fontos, hogy közérthető és pontos legyek, ugyanakkor közben maximálisan szakmainak is kell maradnia annak, amit mondok. Folyamatos szorongási faktor ez az életemben, hisz egyre többen nézik a videókat, egyre többen követnek, így egyre nagyobb felelősség nehezedik a vállamra azzal kapcsolatban, hogy amit mondok, az helyes-e, hiteles-e, egyértelmű-e.

Emlékszik, hogy mi volt az a pillanat, amikor egyértelművé vált, hogy a TikTok több lesz, mint egyszerű szárnypróbálgatás?

Már az első egy-két hétben feltűnt, hogy itt valami történik, mert szinte azonnal nagyon durván emelkedni kezdtek a követőszámok. Álltam kezemben a telefonnal, és azon gondolkodtam, hogy hát én ezt csak kipróbálni akartam, hogyan lett hirtelen 8000 követőm. Egyáltalán nem számítottam erre, de úgy voltam vele, ha így alakult, csinálni kell, abbahagyni ezt már nem lehet. Napra pontosan fél év alatt lett százezer követője a csatornának. Sokáig nehéz volt ezeket a számokat felfogni, talán ma sem megy igazán. Mindig meglep például az is, amikor rám köszönnek az utcán számomra teljesen idegen emberek, vagy rám írnak, hogy itt és itt láttak. Furcsa érzés.

Volt olyan videója, amelyik különösen népszerű volt a tiktokozók körében?

Nagyot mentek például a Dohányzás FókuszPonttal közösen kitalált dohányprevenciós videóim, aminek szívből örülök. Októberben jártam egy nemzetközi dohányzásszabályozási konferencián, ahol kiderült, hogy az eredmények még európai viszonylatban is nagyon kiemelkedőek: öt videóval 4,2 milliós megtekintést sikerült elérnem, volt olyan videó, amin 16 000 megosztás volt. Én is csak a konferencián fogtam fel, mekkora számok is ezek, amikor láttam más európai országok dohányzásellenes kampányait – volt köztük olyan, amelyik gyönyörűen felvett videókkal, influencer bevonásával, hatalmas marketingbüdzsével hozott összesen húszmillió elérést. Ehhez képest az én videóim nulla forintból futottak ekkorát, és a nagyjából kilenc négyzetméteres dolgozószobámban vettem fel őket.

Vannak olyan témák, amelyekről előre lehet tudni, hogy népszerűek lesznek, és nagy nézettséget fognak generálni. Ezeket próbálok úgy elővenni, hogy az utána következő komolyabb témát kicsit felhúzzák. Igaz, a TikTok ilyen szempontból nagyon zord platform, minden videót külön elbírál, az, hogy 340 ezren követnek, egyáltalán nem jelenti azt, hogy az új tartalmam is sikeres lesz. Minimális hatása viszont van egyik videónak a másikra, egy-két populárisabb tartalom után a következő videót nagyobb közönségnek enged ki. Ezért ha tudom, hogy szeretnék beszélni egy népegészségügyi szempontból is fontos kérdésről, azt megelőzően könnyedebb témákat szoktam feldolgozni.

Orvosszakmai berkekben milyen a megítélése annak, hogy ezeket a platformokat lehet használni edukációra is?

Nagyon nagyot változott az elmúlt egy-két évben. Eleinte még furcsán néztek rám a kollégák, sokan nem tudták hová tenni, mik ezek a platformok, és én mit is csinálok rajtuk pontosan. Az utóbbi időben viszont már azt tapasztalom, egyre többen jönnek oda hozzám ötletekkel, olyan témákat javasolnak, amelyekkel ők a saját szak-

HA SZAKMAI TARTALMAT KÉSZÍTÜNK, TÖREKEDJÜNK A HITELESSÉGRE, NE HAGYJUK FIGYELMEN KÍVÜL A TÁRSADALMI HATÁST SEM.

területükön gyakran találkoznak, vagy épp új eljárásokat ajánlanak, amelyeket bemutathatnék. A megmosolygásból a semlegességen át eljutottunk egy egészen pozitív odafordulásig, ami nagyon jó érzés.

Rengeteg időt és energiát kíván mindez, ráadásul egy orvos jellemzően alaptól sem dúskál szabadidőben. Miért éri meg mégis?

Egyfelől egy olyan kikapcsolódás, amit nagyon szeretek, másfelől talán van egy kis társadalmi haszna is. Ha sikerül átadni egy-egy gondolatot, vagy azt elérni, hogy az emberek egy kicsit szkeptikusabban olvassák a netes egészségügyi álhíreket, már megérte. A követőim megtisztelnak a figyelmükkel, időt szánnak a videóimra, hálátlan dolog lenne csak úgy eltűnni.

Ráadásul nagyon jó embereket is megismertem, mióta tiktokozom. A legjobb szívvel ajánlom például Gyuris Rita növényorvos (@plantprotecting), dr. Mucsi Anna fül-orr-gégyész (@kedvestestem_podcast), dr. Ispán Dávid vegyész (@chemistry_researcher) vagy Hizsnay Julianna biológushallgató (@bioszfera) csatornáját. Nekik köszönhetően sikerült egy olyan közösségre lelnem, ahol támogatjuk egymást, meg tudjuk osztani a gondolatainkat, át tudjuk beszélni az elakadásainkat. Mind úgy gondoljuk, talán tudunk tenni azért, hogy a TikTok egy kicsit jobb, kicsit edukatívabb hely legyen. Ez persze lehet, hogy így egy kicsit szentimentálisan hangzik, de nagy motiváció. Ugyanakkor szeretnénk felhívni a figyelmet az etikus tartalomgyártás fontosságára is.

Pontosan mit ért etikus tartalomgyártás alatt?

Számomra ezek a legfőbb pillérek: ha szakmai tartalmat készítünk, maximálisan törekedjünk a hitelességre, soha ne hagyjuk figyelmen kívül a társadalmi hatást, és minden esetben megfelelően válasszuk meg az együttműködéseket, hitelesek legyenek, olyanok, amelyek szakmai szempontok alapján is tarthatók. És tiszteljük a többi tartalomgyártót, ne más szavait kiforgatva, másokat kellemetlen helyzetbe hozva akarjunk magasabb nézettséget elérni. Különösen igaz ez akkor, ha edukatív tartalomról van szó, mert ez a fajta viselkedés mindannyiunkat hiteltelenné tesz. A TikTok nem egy zéróösszegű játék, nem csupán a másik kárára növelhetjük a nyereségünket. Sőt! Én úgy tapasztalom, az összefogásnak sokkal nagyobb ereje van.

Az interjút Németh Mónika készítette

HITELESSÉG
OKTATÁS
KÖZJÓ
MÉDIA
DIGITÁLIS UNIVERZUM
NEVELÉS
GYERMEKVÉDELEM
INNOVÁCIÓ

KOMPETENCIA
TUDÁS
FELKÉSZÜLTSG
SZABADSÁG
INSPIRÁCIÓ
NORMATIVITÁS
KÖZÖSSÉG

BIZTONSÁG

MÉDIAKULTÚRA

IMPRESSZUM ÚJ MÉDIAKULTÚRA | ISSN 2939-6743

Az MTTV 132. § k) pontja ellátásához kapcsolódó közszolgálati, tájékoztató és információs kiadvány | Kiadja a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH)

Felelős kiadó: Miklósné Meyer Ágnes, NMHH kommunikációs igazgató-helyettes

Főszerkesztő: Balogh Endre | **Vezető szerkesztő:** Gyarmati László | **Kontrollszerkesztő:** Kerekes Andrea | **Szerkesztőségi irodavezető:** Gyórfi Katalin

Grant & Son | **Nyomdai kivitelezés:** Pátria Nyomda Zrt. | **Felelős vezető:** Orgován Katalin vezérigazgató

E lapszám elkészítésében közreműködött: Aczél Petra, Bene Zsolt Miklós, Dragon Zoltán, Forgács Nóra Kinga, Gyarmati Fanni, Nagy Nándor, Németh Mónika, Rab Árpád, Veszelszki Ágnes

Fotó, kép: Alloy Entertainment, Bach Máté/prae.hu, Bluegrass Films, Dragon Zoltán, Gál András, Egressy Orsi Fotó, Filmteam, Gooey.AI, House of Tomorrow, Huggingface.co, Hyperobject Industries, Mariia Kashtanova/prae.hu, Oláh Gergely Máté/prae.hu, OpenArt.AI, QRBF.ai, QuickQR.art, Shutterstock, tengr.ai, Zeppotron

CSAK TISZTA FORRÁSBÓL...

KÖZHASZNÚ, NAPRAKÉSZ, SZAKMAI INFORMÁCIÓK
A MÉDIA ÉS HÍRKÖZLÉS VILÁGÁBÓL

www.nmhh.hu

