

MERKOVITY NORBERT*SZTE ÁJTK Politológiai Tanszék***Országomat egy rivaldafényért!
A digitális nyilvánosság politikai aspektusai**

A digitális nyilvánosság, különösen, ha a politikai kommunikáció-kutatás körében kerül elő, jellemzően a politikai szereplők kommunikációjának, illetve viselkedésének a tanulmányozását jelenti. Nem szabad azonban megfeledkezni, hogy a politikai cselekvés ilyen aspektusainak a címzettje a választó. Adott a kérdés, tehát. Miként vizsgálható a politikai szereplők digitális nyilvánossága úgy, hogy közben nem feledkezünk meg arról, hogy az állampolgárok/választók szűrőin megy keresztül minden megnyilvánulás? A politikai kommunikáció irodalma ezt a területet a mediatizált társadalom – mediatizálódott politika tengelyén értelmezi (ld. Bajomi-Lázár 2005, Couldry és Hepp 2017), ahol a közös nevező a mediatizáció (ld. Andok 2023). A digitalizálódott környezetben ezeket egészíti ki például a hálózati medialogikához, a napirendek egybeolvadásához és a visszhangkamrákhoz köthető jelenségek. Az előadás részeként bemutatásra kerülő kutatási projekt az előbbiektől eltérően vizsgálja a kérdést, ugyanis a választói mediahasználat kerül a középpontba. Így a politikai szereplők kommunikációja stratégiák mentén érhetőek tetten. Egyik ilyen stratégia, hogy a politikusok arra törekednek a közösségi oldalakon, hogy ne csak rövid időre kössék le a választók figyelmét, hanem lehetőség szerint folyamatosan magukon tartsák azt. Mivel a figyelem korlátozott, csak nehezen osztható meg, ezért a lekötött figyelem az ellenfelek kommunikációját gyengíti, rájuk kevesebb rivaldafény jut. Az előadásban bemutatásra kerülő megközelítés nem paradigmaváltás mellett érvel, pusztán annyiban egészíti ki a mediatizációról szóló szakirodalmat, hogy stratégiai eszközként értelmezi a politika mediatizálódását a digitális korszakban.