

## Könyvszemle

SIPOS JÚLIA GONDOZÁSÁBAN

# KONVERGENCIA, KONTEXTUS, KÖZÖSSÉGI MÉDIA: MEGKÍVÁNJA-E A TÁRSADALOMTUDOMÁNYOK FOGALOM- ÉS ESZKÖZTÁRÁNAK ÚJRAGONDOLÁSÁT A MINDENNAPI ÉLETÜNKBÉ ÁGYAZÓDÓ DIGITÁLIS MÉDIA?

„Minek nevezzetek?” – tűnődhetnek el napjaink társadalomkutatói a néhány évtized leforgása alatt gyökeresen megváltozott médiakörnyezetet szemlélve. Mint ahogyan Petőfi Sándor számos alternatívát sorakoztatott fel a kérdéssel megegyező című versében, úgy a társadalom összefüggéseit vizsgáló szakemberek (többek között a szociológusok, a médiakutatók vagy akár a politológusok) is igyekeznek minél szemléletesebb és használhatóbb nevet adni a nyilvánosság átrendeződött, globalizálódott és *online*-ná vált színtérének. Annak az új színtérnek, ahol már a szereplők és a folyamatok sem a tömegtájékoztatás korában kidolgozott modellek szerint működnek, s ahol a kommunikációelmélet legalapvetőbb paradigmái is megkérdőjeleződnek.

Andok Mónika könyve a digitális média és a mindennapi élet összefüggéseit vizsgálja interdiszciplináris társadalomtudományi szempontból a konvergencia, a kontextus és a közösségi média kulcsfogalmainak tükrében. Hiánypótló áttekintésről van szó, hiszen az elmúlt évtizedekben végérvényesen átalakult az információ áramlásának és fogyasztásának mechanizmusa, az emberi kommunikáció jelentős része pedig immáron mediatisált közegben zajlik, számítógép vagy annak szerepét betöltő „okos”-eszközök által. Az átalakulási folyamat olyan tényezőkkel áll megkerülhetetlen kölcsönhatásban, mint például a robbanásszerű technológiai fejlődés, a globalizáció, a multimedialitás vagy a nyilvános és a magán-szféra közötti határvonal elmosódása.

A szerző kiindulásképpen különösen hasznos és közérthető formában foglalja össze David Gauntlett brit szociológus 2007-es vitairatának tartalmát a Media Studies 2.0 nevű új médiatudományi szemléletről. Mivel a hagyományos Media Studies 1.0 szemszögéből a tartalom-előállítás és az értelmezéssel kapcsolatos tudás privilégiumnak számít, s az „új médiát” csupán felületesen említi – hiszen nem igazán tudja a saját fogalmi keretei közé beilleszteni –, addig az új médiatudományi szemléletnek tekintettel kell lennie a közönség különböző

rétegeiből jövő hétköznapi emberek mindennapos jelentés-létrehozására, a felhasználók által létrehozott tartalmakra, valamint a minden eddiginél gyorsabban terjedő nemzetközi trendekre. Erre elsősorban azért van szükség, mert az internet radikálisan átformálta azt a módot, ahogyan kapcsolatba kerülünk a médiumokkal.

Elképzelhető azonban, hogy a megújuló médiatudomány számára a User Studies elnevezés volna a megfelelőbb, miután Lev Manovich szerint a web 2.0-ként említett platformok (ügymint a közösségi médiaoldalak vagy a videómegosztók) a személyes információmenedzsmenthez köthető keresőmotorok és projektmenedzsment-applikációkkal együtt olyan szerepbe helyezték a huszonegyedik század médiahasználóit, amely elválaszthatatlanná vált az informatikától, és az emberek felhasználói mivolta került a középpontba.

A lehetséges médiatudományi elméleti keretek sorából nem marad ki a Collaborative Media (Jonas Löwgrén és Reimer Bo) elképzelése sem, amely egyszerű és kreatív, alulról szerveződő új kommunikációs gyakorlatok köre szerveződik – végképp meghaladva a tömegkommunikáció klasszikus modelljét.

A magyar kötet szerzőjének részéről különös gondosságra vall, hogy a Public Media 2.0, vagyis az újgenerációs közmédia fogalmát is ismerteti (Jessica Clark és Patricia Aufderheide). Ez az alulról jövő politikai részvétel lehetőségeit szorgalmazza, valamint a közösségi és a nemzeti politika témáinak megjelenítését a digitális média eszközeivel.

Az értelmezési keretek közül a Netnography (Robert Kozinets) kerül terítékre utolsóként, amely az etnográfia hagyományos megközelítésének átdolgozását jelenti az új média és a hálózati kommunikáció világába.

Andok Mónika mindezek bemutatása mellett az egyes elméleti keretek kritikáját is fölvezet azzal a konklúzióval, hogy a gyökeresen új elméletek tulajdonképpen valahol mélyen egy töről fakadnak. Ez az integratív megközelítés – amely a felsorolt paradigmaváltási lehetőségek egyikét sem zárja ki, sőt újabbaknak is helyet ad – mind kommunikáció- és médiatudományi, mind pedig szociológiai szemszögből építő jellegű.

Az új médiakörnyezet megértéséhez természetesen elengedhetetlen a konvergencia („összetartás, összehajlás”) fogalmának és jelentőségének ismerete. Ez az a folyamat, amelynek a révén ma már a zsebünkben hordott okostelefonnal tudjuk megvalósítani mindazt, amihez korábban többek között egy televízió, egy rádió, egy távíró és egy navigációs berendezés is kellett... csak hogy magáról a telefonról meg ne feledkezzünk, még ha jelentősen háttérbe is szorult ez az alapfunkció. A technológiai konvergencián túl ugyanolyan jelentőséggel bír a mai médiakörnyezetet alapvetően meghatározó gazdasági konvergencia, a tartalmakat és a felhasználókat homogenizáló tartalmi konvergencia, a kommunikáció használatára kiterjedő funkcionális konvergencia, a virtuális élménytérteret megteremtő tapasztalati konvergencia – illetve a mindehhez kapcsolódó

pszichológiai és kulturális konvergencia is. Mindez a kommunikációs szintek és formák egymáshoz közeledését vonja maga után, létrehozva a konvergens kultúrát (Henry Jenkins). Persze, ez a felismerés nem új keletű, már Bertolt Brecht német drámaíró is megfogalmazta, hogy a rádiónak „túl kellene mennie a szállító szerepén, és a hallgatót kellene szállítónak beszerveznie”, így „a közélet lehető legnagyobb mértékű kommunikációs apparátusa lehetne, egy hatalmas csatornarendszer”.

Szemléletes, hogy az új médiakörnyezetben miként valósul meg a konvergencia: a tehetségkutató műsorok például remekül mutatják be a televíziós csatornák új kihívásokhoz alkalmazkodó stratégiáját. Multimediális narratívát építenek a szereplők köré, s a hosszabb esti „élő show-kat” mindössze néhány perces előadásokra szegmentálva teszik megoszthatóvá az interneten – különös tekintettel a közösségi média oldalakra –, ezzel is serkentve a nézői részvételt, ami közvetlen úton (például a beérkező telefonhívások és SMS-ek segítségével) és közvetetten (a reklámok és a termékelhelyezések révén) is bevételt hoz. A konvergencia kitűnő példája a Disney- vagy a Harry Potter-„iparág”: ennek része a szervezett rajongói fórumok üzemeltetése, az igények kielégítésére szolgáló multimediális „melléktermékek” gyártása, továbbá a hús-vér vagy animációs szereplők képével, márkajelzésével ellátott termékek árusítása.

A digitális média és a mindennapi élet összefüggéseinek társadalomtudományi görcső alá vételéhez nélkülözhetetlen a digitális jelenlét, a digitális kontextus vizsgálata. Ide tartozik, hogy mit jelent az egyén számára az online közeg, melyik platform milyen távú elköteleződést és bizalmat ébreszt benne közösségtopológiai értelemben (Rahaf Harfoush). A rajongói Facebook-csoportok például szinte törzsi működést hoznak létre hosszú távú és magas szintű elköteleződéssel, bizalommal és aktivitással. A Twitter már inkább ökológiai rendszerre emlékeztet a hosszú távú elköteleződés és az alacsonyabb bizalmi szint révén. Egy-egy világszerte nagy hatást kiváltó esemény kapcsán a felhasználók hajlamosak falkaként viselkedni – bizalmas, ám rövid távú elköteleződés –, míg a termékek vagy szolgáltatások cseréjére szakosodott platformok (akár az eBay vagy a TripAdvisor) szintén rövid távú elköteleződést kívánnak meg csekélyebb bizalmi szint mellett. Ezek mindegyikének adott a maga helye az online kommunikációs térben.

A kötet egyik legértékesebb részét a digitális motivációk, digitális életstílusok feltérképezése jelenti. A szerző Andrew Mendelson és Zizi Papacharissi 2011-es kutatási eredményeit idézi az általuk vizsgált egyetemisták Facebookon közzétett fényképei alapján – akik úgy találták, hogy a közösségi média használata tökéletesen beilleszthető a kommunikáció kulturalista felfogásába, s azon belül is James W. Carey rituális modelljébe, mely szerint a médiahasználat egyfajta rituális cselekvés –, majd mindezt beépíti a motivációk több szakirodalmi forrásból kölcsönzött értelmezési keretébe.

Andok Mónika könyve összességében remek áttekintési lehetőséget kínál a megváltozott médiakörnyezet elemzési kereteihez. A napjaink kommunikációs és médiaviszonyaival foglalkozó kutatóknak igen értékes forrásként szolgál amellett, hogy bárki számára érthető, érdekes és informatív olvasmányt jelent.

*(Andok Mónika: Digitális média és mindennapi élet – Konvergencia, kontextus, közösségi média. Budapest: L'Harmattan Kiadó, 2016)*

Sándor Alexandra Valéria

doktorandusz  
Eötvös Loránd Tudományegyetem Szociológia Doktori Iskola