

Szécsi Gábor

## Etnikai identitás a mediatizáció korában

### Abstract

In the information age, we can experience „near-universal” conflicts between specific values, and between pursuing self-transcendence or self-enhancement values. The appearance of these conflicts leads to several dynamic social processes that may point the way toward a unifying theory of ethnic identity. This essay argues that the electronically mediated communication contributes to the construction of new, mediated forms of communities, the functions of which to foster communities of interest, information spread, and equality of status all work to enhance social capital, despite their lack of direct physical orientation. The emergence of these new forms of communities leads to a new conceptualization of the relationship between self and community, or self and ethnic identity in the information age. The aim of this article, on the one hand, is to show that with the mediatization of communities, our concept of self and ethnic identity becomes more complex. On the other hand, we intend to analyze what effect media narratives displaying attitudes towards majority society and minority communities have on the narratives of identity-construction of people using media in mediatized culture.

Az új technológiai kihívások és eredmények meghatározó módon hatnak a társadalmi struktúrára, a mindennapi életre, az interakciókra.

A mediatizáció hatással van a teljes életünk menetére, a szocializációs folyamatokra. Ebben a mediatizált világban a társadalom és az egyén szoros kapcsolatban állnak. Ez a folyamat, maga a mediatizáció nemcsak a társadalmi viszonyokra van hatással, nemcsak azokat változtatja meg, hanem hatással van a világról alkotott képünkre, az identitásunkra, így a nemzetiségi identitásra is. Új normák, szokások és értékek jönnek létre, amelyek megváltoztatják a nemzetiségek és más társadalmi csoportok identitásképét egyaránt.

Nova tehnološka ostvarenja relevantno utječu na društvenu strukturu, na svakidašnji život, na naše interakcije. Mediatizacija utječe na naš cijeli životni sustav, na tijek sonjalizacije. U tom mediatiziranom svijetu društvo i pojedinac u tijesnoj su povezonosti. Taj proces, ta mediatizacija mijenja ne samo društvene odnose nego i osobna viđanja te utječe na identitet, na identitet narodnosti. Stvaraju se nove navike i norme te i vrednote koje mijinjaju i strukturu identiteta u narodnosti i kod drugih društvenih zajednica.

## Bevezetés

Az információs technológiák (internet, mobiltelefon stb.) mindennapi használata révén a média logikája mindinkább behálózza életvilágunkat, hatással van társadalmi viszonyainkra, kötődéseinkre. A mindent átható mediatizáció lényegét tekintve olyan meta-folyamat, amely azzal, hogy átalakítja a szocializáció, társadalmi élet teljes feltételrendszerét, egyúttal új társadalmi formákat is teremt, és eddig ismeretlen árnyalatokkal gazdagítja a kommunikáció közösség- és identitásformáló szerepéről alkotott képünket.

A mediatizált világban egymással kapcsolatban kerülő individuumok társadalom- és közösségképek értelmezéséhez ezért egy olyan megújuló társadalomtudományi fogalmi apparátusra van szükségünk, amelynek a segítségével pontos képet adhatunk az új közösségi formák keretei között tájékozódó és személyes és etnikai identitásait építő ember nemzeti, nemzetiségi hagyományokhoz, konvenciókhoz, kulturális értékekhez való viszonyulásairól. A számítógépet, mobiltelefont használó, szűkebb és tágabb környezetével folyamatos kommunikációs kapcsolatban levő egyén számára a különböző társadalmi kontextusok határai szimbolikussá halványulnak. Számos közösségnek válhat tagjává akár egyidejűleg is a különböző kommunikációs technológiák alkalmazásával, és, persze, számos olyan közösségből léphet ki az új médiatér nomádjaiként, amelynek belső viszonyai, normái, konvenciói elfogadhatatlanná váltak számára.

Ez a folyamat ugyanakkor nem jár együtt a közösségi lét iránti vágy, a közösségi kötelékekhez való mélyen emberi vonzódás elillanásával. A közösség a digitális kor új nemzedékei számára mindinkább egy, a közvetlen és közvetett emberi interakciókat egyaránt felölelő jelképes folyamattá válik, ami végső soron a közösséghez való tartozást meghatározó normák, értékek, kockázatok állandó és tudatos mérlegelését jelenti a hatékony és gyors információ áramlás jegyében.

Tanulmányomban ennek, a nemzeti, nemzetiségi etnikai kötődéseket és identitást is meghatározó, új közösségiség élménynek és közösségfogalomnak a forrására próbálok rávilágítani az új technológiák által közvetített medianarratívák személyes és etnikai identitásépítő narratívákra gyakorolt hatásának bemutatásával. Az új közösségiség élmény és közösségfogalom ugyanis elválaszthatatlanul kötődik az új médiumok közegében megjelenített médiatörténetekhez, amelyek mély nyomokat hagynak mind a többségi társadalomhoz, mind a kisebbségi közösségekhez tartozók tudatának szerkezetében, az önmagukról és a kommunikációs cselekvéseiket meghatározó közösségi viszonyokról alkotott képükben.

## 1. A mediatizált közösségek sajátosságai

Az elektronikusan mediatizált kommunikáció, mindenekelőtt az internethasználat eredményeként megszülető virtuális-fizikai hibrid közösségek a közösséghez való tartozásból fakadó cselekvési erőforrás, azaz a társadalmi tőke valamennyi típusával rendelkező, valós közösségi formák. Ez a társadalmi tőke, miként azt például az új médiatérben közösségi kapcsolataikat építgető fiatalok esetében is érzékelhetjük, elsősorban a közös érdeklődési körre visszavezethető erőteljes motiváción alapul. Ahogy arra Katz és Rice felhívja a figyelmet, a mediatizált közösségek tagjai éppúgy képesek fogalmat alkotni az önzetlenségen, szolidaritáson alapuló közösségiségről, mint a hagyományos, fizikai közösségek tagjai tudtak a modernitás korában (Katz-Rice 2002, 199.o.). Gondoljunk csak az interneten szerveződő adománygyűjtésekre, önszegélyező csoportokra, mentori programokra, karitatív szolgáltatásokra, etnikai, vagy politikai közösségekre! Nancy K. Baym nem véletlenül tekinti az elektronikusan közvetített kommunikáció általánosan elfogadott normarendszerét olyan „menedékeknek”, amely összehozza a hálózati társadalom közösségépítő tagjait (Baym 1995). S Etzioni is ebből a megfontolásból jut arra a megállapításra, hogy a valós közösségek ma már nem elsősorban az adott helyen élő emberek mindennapi kommunikációs kölcsönhatásainak során, hanem más emberek értékorientált elérésének folyamatában az erkölcsiség és a megbízható kommunikációra való képesség jegyében születnek (Etzioni 2001).

A fentiek mellett egyébként már csak azért is indokolt a mediatizált közösségek esetében társadalmi tőkéről beszélni, mert, ahogy arra Rheingold is rávilágít, a mediatizált közösségek kialakulásának lényegi mozzanatát jelentő tudásmegosztás és bizalom a társadalmi tőke egyik lényeges formája és erőforrása (Rheingold 2002). Sőt mi több, ezek a közösségek bizonyos értelemben olyan ideális közösségeknek is tekinthetők, amelyekben a kommunikációs viszonyokból fakadó közösségérzést felerősíti a tekintélyelvűség egyöntetű elutasítása, az egyenlőségen alapuló belső rend iránti nyitottság és a saját szabályok megalkotására való hajlam.

Ma már számos látványos és kevésbé látványos példát találunk a virtuális közösségekben rejlő cselekvési erőforrásokra. A napi híradások egyre több olyan, gyakran etnikai indíttatású társadalmi, politikai akcióról tudósítanak, amelyek kiindulópontját az internetes közösségi kommunikáció jelenti. Politikai, kulturális, vallási események sora kötődik az egymással

online információcsere révén kapcsolatba kerülő emberek virtuális csoportjaihoz. Kampányaik megtervezésekor a pártok, kulturális, etnikai és vallási csoportok ma már megkerülhetetlen tényezőként veszik figyelembe az internetes csoportokra jellemző jelentős társadalmi tőkét, a virtuális közösségekben rejlő cselekvési erőforrásokat. Különösképpen igaz ez akkor, amikor a fiatalokból álló célcsoportok megszólítására törekednek.

Katz és Rice már idézett munkájukban nem véletlenül jutnak arra a megállapításra, hogy a rendszeres internethasználók sokkal nagyobb valószínűséggel kapcsolódnak be a politikai eseményekbe, különböző közösségi szerveződésekbe (pl. nemzetiségi kulturális programokba), mint azok akik ritkán vagy egyáltalán nem kommunikálnak az interneten (Katz-Rice 2002). Hasonló következtetést fogalmaznak meg 2010-ben megjelent, „Internet and Community” című tanulmányukban Haythornthwaite és Kendall is, akik a virtuális közösségek által megerősített fizikai közösségeket tekintik a legjobb közösségi formáknak hangsúlyozva, hogy az információ korában az online kommunikációs viszonyok nem csupán pozitív hatást gyakorolnak a fizikai, helyalapú közösségekre, de az online kommunikáció és az offline világ csak egymással kölcsönhatásban válhatnak a közösségépítő tényezővé (Haythornthwaite-Kendall 2010). És ezen az állásponton van Amitai Etzioni is, aki *The Monochrome Society* című, nagy hatású munkájában azt hangsúlyozza, hogy bár az elektronikusan mediatizált kommunikáció jelentős mértékben kiszélesíti azok körét, akikkel folyamatos kommunikációs kapcsolatba kerülhetünk, egyúttal meg is erősíti és újra is építi a hagyományos közösségi formákat (Etzioni 2001).

Ha tehát a virtuális közösségek esetében is felfedezhetők a közösségeket jellemző cselekvési erőforrások, akkor túl azon, hogy szükségtelen féltünk a hagyományos, fizikai közösségeket az elektronikusan mediatizált kommunikációtól, egyre kevésbé indokolt a virtuális és fizikai közösségekről mint egymástól lényegileg különböző szerveződésekről beszélnünk. Az információs technológiák használatához kötődő hálózottság révén az új nemzedékek számára ezeknek a közösségeknek a határai egyre kevésbé érzékelhetők. Az egymással a közvetített kommunikáció különböző technológiai révén kapcsolatba kerülő fiatalok önértelmezésének és közösségi szerepeinek végső viszonyítási keretévé a napi információcsere révén kialakuló hálózati társadalom válik. Az elektronikusan kommunikáló fiatal fizikai, konkrét helyhez kötött, közvetlen emberi viszonyait, offline társadalmi helyét és kapcsolatait mindinkább egy információközpontú társadalmi hálózat részeként ítéli meg. Ez a társadalmi hálózat ily módon válhat egyetlen nagy, a globális és lokális, nemzeti, vagy

nemzetiségi kötődéseket egyaránt megjelenítő, mediatizált közösséggé, amelynek szervezőelve a hatékony információcsere szabályainak egyöntetű elfogadása és alkalmazása.

Az elektronikus kommunikáció tehát olyan új kontextust teremt, amelyben összetettebbé válnak az individuumok közösségről, nemzeti, nemzetiségi tradíciókról, önmagukról alkotott fogalmai. Ezek az összetett fogalmak új dimenziókat tárnak fel gondolkodásukban minden eddiginél komplexebbé, de tudatosabbá is téve a kommunikációs folyamataikat meghatározó közösségi, társadalmi szerepvállalásaikat. Globális és lokális identitásaik egy időben, egymást átfedve formálják énképüket, a közösséggel, közösségi léttel, nemzeti, vagy nemzetiségi hagyományokkal kapcsolatos képzetüket. S ennek eredményeként nem pusztán a globális iránti fogékonyságunk nő, de a lokális értékekhez, tradíciókhoz fűződő viszonyunkban rejlő tudatosság is. Azaz a kulturális, nemzeti, társadalmi határokon átívelő globális kommunikáció során nyert információk tükrében élesebben rajzolódnak ki előttük a lokalitás ismérvei, mint valaha.

Az új kommunikációs technológiák használata tehát egyszerre jár együtt a globális hálózottság, valamint a tudatosabbá váló és ily módon bizonyos értelemben véve megerősödő lokális közösségi, kulturális kötődés élményével. A rádiózó, televíziót néző, internetező, mobiltelefonáló; szűkebb és tágabb virtuális közösségével állandó kommunikatív kapcsolatban levő fiatal így egyre inkább egy olyan hálózati társadalom tagjaként kezd gondolkodni, cselekedni, kommunikálni, amelynek léte elválaszthatatlanul kötődik az újonnan megszülető kommunikációs térhez.

Akár a globális, akár az újonnan szerveződő helyi közösségi szint irányából közelítjük meg az egyén és a társadalom viszonyát, azt látjuk, hogy az új médiát használó individuum mind szélesebb spektrumú kommunikációs tevékenysége révén egyre több olyan közösségi formát, életmódot, hagyományt és értékrendet ismer meg, amelyet a korábbi nemzedékek elől elzártak a normatív integráció tradicionális intézményei, az eleve elfogadott közösségi hagyományok és tekintélyek. Lehetősége nyílik ezáltal arra, hogy válasszon magának az egymással versengő közösségek, életmódok, értékek közül. S ez a hagyományosan elfogadott normák, életmódok, nemzeti vagy nemzetiségi tradíciók, értékek viszonylagosságnak felismeréséből fakadó választás egyúttal egyre összetettebb identitásának részévé is válik.

A közösség új szintjeinek kialakulása a mind összetettebb egyéni identitások révén tehát felülírja a társadalommal kapcsolatos hagyományos osztályozási, kategorizálási mintákat, s ezzel együtt mintegy újraintegrálja a különböző társadalmi csoportokat is. A globális és lokális közösségi szintek kialakulása ily módon vezet el egy új típusú lokalitáshoz.

megszületéséhez, amelyet Meyrowitz találóan „glokalitás”-nak” nevez (Meyrowitz 2005, 23-25.o.). Az újonnan megszülető globális nézőpont azáltal, hogy minden eddiginél tudatosabbá teszi közösségi, társadalmi viszonyulásainkat, nem egyszerűen csak a viselkedésünket befolyásolja, de hatással van magára a társadalmi identitásra is. A globális kommunikáció teremtette „felülnézetben” átértékelődnek a szövegalapú társadalmakban kikristályosodott, hagyományos társadalmi kategóriák. A globális nézőpont révén egyre tudatosabban közelítjük meg ezeket a kategóriákat, és emiatt egyre kevésbé tudjuk reflexió nélkül elfogadni a háttérükben boltosuló, nemzeti vagy nemzetiségi tradíciókhoz kötődő konvenciókat. Másrészt az új médiatér kínálta kommunikációs közeg teljes mértékig átjárhatóvá tette a közösségi, társadalmi kommunikációt meghatározó szituációs határokat. Az elektronikus médiumok révén megnyíló szituációs határok és a saját társadalmi, közösségi gyakorlatát globális nézőpontból szemlélő és ezáltal a konvenciókkal kapcsolatban mindinkább kritikusabbá váló személyiség attitűdjei miatt egyre kevésbé lehetséges több, a hagyományos társadalmat jellemző kategóriát fenntartani. Az elektronikus média használata megszabadít bennünket a hagyományos társadalmi besorolásokban és az azokra épülő interakciókban rejlő kötöttségektől, korlátozásoktól. Ahogy Meyrowitz írja: „Szabadon alakíthatjuk saját kapcsolati hálóinkat, és a mi döntésünkön múlik, hogy milyen szinten akarunk bekapcsolódni ezekbe a hálózatokba. Valamint tőlünk függ az is, hogy milyen szinten kötődünk a helyi térhez (Meyrowitz 2005, 30.o.)” Mindez természetesen egyaránt mély nyomokat hagy a digitális kultúra emberének személyes és csoportidentitásában.

A fentiekben összefoglalt felismerés nyilvánvalóan új megvilágításba helyezi a személyes és szociális identitás viszonyát is. Mint arra több szociológus is rávilágít, a személyes és szociális identitás olyan egymással összefüggő szerkezetek, amelyek egyszerre befolyásolják az énképet, az adott közösségen, csoporton belüli magatartást, illetve a közösségen, csoporton belüli személyközi kapcsolatokat (Simon–Pettigrew 1990). A „glokalitások” kultúrájában a személyes és szociális identitás kapcsolata még szorosabbá válik a digitális térben kialakult közösségek tagjai esetében, aminek háttérében a lokális értékekhez, konvenciókhoz való tudatosabb viszonyulás rejlik. Az adott közösségek, csoportok konvencióival, normáival való azonosulás tudatosabbá válása egyúttal felerősíti a csoporton belüli különbözőség tudatát is. Az individuum mindinkább saját választásának eredményeként éli meg az adott közösséghez, csoporthoz való tartozását. Reflexívebbé és ezáltal kritikusabbá is válik az adott konvenciókhoz, normákhoz, értékekhez való viszonyulása. Voltaképpen ez a folyamat zajlik le a digitális média révén tájékozódó új nemzedékek etnikai, faji identitásának alakulásakor is.

A hagyományos társadalmakban a szociális, etnikai identitást a többség és kisebbség közötti permanens társadalmi egyeztetések formálják. Az ennek során elfogadott faktorok azonban gyakran távol esnek az adott etnikumhoz, kisebbséghez tartozó egyén önmeghatározásakor érvényesülő szempontoktól. Emiatt például az etnikai kisebbséghez tartozó fiatalok esetében a szociális, etnikai önmeghatározása olyan komplex folyamattá vált, amelynek során az egyénnek meg kell teremtenie a kortárcsoportjai által támasztott követelmények és a többségi normák által meghatározott intézményes szerepek közötti összhangot (Murell 1999). A hagyományos társadalmakban azonban ez korántsem bizonyul egyszerű feladatnak akkor, amikor a kisebbségi csoporthoz tartozó egyén azt tapasztalja, hogy nem individuumként, hanem egy többség által sztereotipizált csoport tagjaként ítélik meg a cselekedeteit. A digitális kultúra által teremtett új közösségi formák azonban azzal, hogy tudatosabbá teszik a kisebbségi csoportok tagjai által követett konvenciókhoz, normákhoz való viszonyt, egyúttal világosabb individuum-képet is sugallnak az identitását építő fiatal számára, ami megvédheti attól, hogy énképe részévé tegye az etnikai közösségével kapcsolatos többségi sztereotípiákat és az azokat közvetítő narratívákat. Az önértelmezéshez kínált globális mátrix elmosza az énkép formálását korlátok közé szorító társadalmi kategóriák határait: mintegy felszabadítóan hat a vele és társadalmi csoportjával kapcsolatos társadalmi sztereotípiákkal szembeesülő egyénre. Ugyanakkor, mint arra Meyrowitz vizsgálatai is rávilágítanak, erősítik az individuum lokális értékekhez, konvenciókhoz való kötődését. Azaz új média használatához köthető fogalmi határnyitások érintik a többségi és kisebbségi társadalom közötti határvonalakat is, amelyek mindinkább elhalványulnak az új kommunikációs technológiák révén kapcsolataikat építő individuumok énképépítő folyamataiban, ami természetesen hatással van az offline, fizikai közösségek tagjaiként formált értékítéleteikre, elvárásaikra is.

Mindez egyúttal azt is jelenti, hogy a „glokálisok” terében identitását építő egyén személyes és szociális identitását minden eddiginél erőteljesebben határozzák meg az új média által közvetített tömegkommunikációs narratívák, amelyek a médiát fenntartó, működtető csoportok sajátos értékrendjét megjelenítő keretnarratívákkal együtt válnak a befogadók énképépítő történeteinek részévé. Célszerű ezért a továbbiakban részletesebben is foglalkozni ezzel a folyamattal külön is kitérve a többségi, kisebbségi média által közvetített tömegkommunikációs narratívák mediatizációban betöltött szerepére is.

## **2. Az én- és közösség formáló narratívák mediatizációja a többségi és kisebbségi médiában**

A digitális technológiát használó emberek egymásnak mesélt történetei mindinkább feltölteknek a tömegmédiával számukra mesélt történetek tartalmi és formai elemeivel. Más szóval, mindinkább úgy mesélnek egymásnak, ahogyan a tömegmédiával mesél nekik. Explicit narratíváik témái gyakran megfelelnek a tömegmédiával napirenden tartott témáknak. A konkrét témákkal kapcsolatos általános attitűdjeiket megjelenítő, implicit narratíváikat pedig egyre erőteljesebben befolyásolják a tömegmédiával értékrendjét reprezentáló keretnarratívák. Az új média közegében az elektronikus kommunikáció révén közvetített személyes, közösségi, társadalmi narratívák teljes mértékig összefonódnak a tömegkommunikációs narratívákkal. Ez a jelenség a mediatizáció alapja. A média által közvetített explicit, tehát a konkrét személyes, közösségi, társadalmi, gazdasági, kulturális problémákkal, azok megoldásával kapcsolatos narratívák, valamint a tömegmédiával saját értékrendjét és a média segítségével kommunikáló ember általános attitűdjeit egymással kölcsönhatásban megjelenítő, implicit narratívák ilyen formán járulhatnak a befogadói csoportok alkotta közösségek mediatizációjához.

A digitális kultúrában tehát a média által közvetített történetek a médiafogyasztók identitását, énképét formáló és az egyén hagyományos értékekhez való viszonyát meghatározó, autobiografikus narratívák szerves részévé válnak. Ez pedig alapvetően változtatja meg az egyén közösségről és társadalomról kialakított képzetét is. Az új kommunikációs technológiák által közvetített narratívák világában tájékozódó, kapcsolatot építő, énképét formáló ember számára a különböző társadalmi kontextusok határai szimbolikussá halványulnak. Számos közösségnek válhat tagjává akár egyidejűleg is a különböző kommunikációs technológiák alkalmazásával, és számos olyan közösségből léphet ki az új médiatér nomádjaként, amelynek belső viszonyai, normái, konvenciói elfogadhatatlanná váltak számára. A közvetlen face-to-face kapcsolatok által meghatározott, fizikai és a főként elektronikusan közvetített kommunikációs viszonyokra épülő, virtuális közösségeket egyaránt sajátjának érző egyén mindennapi kommunikációs tevékenysége mindinkább eltünteti ezeket a közösségeknek a határait. A különböző közösségekben betöltött szerepei egymásra kölcsönösen hatva befolyásolják énképét, egyéniségét az egyes közösségi formákhoz való kötődését. Az elektronikusan kommunikáló, a média explicit és implicit narratíváit gyakran személyes történetei elemeiként befogadó és továbbító ember közösségről alkotott fogalma így számos fizikai és virtuális közösségélményből táplálkozva, a



különböző közösségi formák fogalmi megjelenítésének csomópontján születik meg. A fizikai és virtuális közösségek az egyéni fogalmi reprezentációk szintjén kerülnek kölcsönhatásba egymással és válnak az ilyen közösségekben akár egyidejűleg is jelenlevő individuumok kettős identitásának forrásává.

Az elektronikus kommunikáció révén megvalósuló gyors és folyamatos információáramlás pedig nem csupán a közösségi szerepek értelmezésének szinkronitását, de gyakran e szerepek egyidejűségét is maga után vonja (Szécsi 2016). Az új kommunikációs technológiák által közvetített narratívák jegyében közösségeket építgető, hálózott individuum a kommunikációs technológiák gyors és folyamatos váltogatásának következményeként valós és virtuális közösségi szerepeit egyre kevésbé képes elkülöníteni egymástól. Amikor például valamilyen fizikai, közvetlen emberi viszonyokon alapuló helyi (pl. kisebbségi) közösség tagjaként kommunikál, akkor ezt egyúttal az elektronikus kommunikációs kontextusokhoz köthető virtuális közösségi szerepeinek megfelelően, azaz az énképét, identitását formáló médianarratívák jegyében is teszi. Így válhat az elektronikus kommunikáció kora egyúttal a mediatizált közösségek korává is. A mediatizált kommunikáció térnyerésével ilyen módon mediatizálódnak egyúttal közösségi kapcsolataink is. Az elektronikus kommunikáció az általa közvetített narratívák kölcsönhatása révén virtualizálja és a kommunikációs folyamat részévé teszi a közösségkritériumokat, és ezzel hozzájárul valós és virtuális szerepviszonyaink összefonódásához. Ennek eredményeként az információ korának embere a médianarratívák jegyében mediatizálódó közösségkritériumok és közösségi viszonyok tükrében értelmezi újra fizikai és virtuális közösségi kötődéseit, kapcsolatait, szerepeit.

Az elektronikus média által közvetített én- és közösségteremtő narratívák interiorizálása sokrétűvé és személyessé teszi közösségfogalmunkat, s megváltoztatja a hagyományos közösségi formákhoz köthető rögzített, stabil identitásról alkotott képzetünket. Az új kommunikációs technológiák használata így vezethet el az én „telítődéséhez”, ami annyit jelent, hogy a hálózati társadalom tagjai képesek valamennyi lehetséges identitásukat befogadni, és ebben már nem korlátozza őket egy, a hagyományos közösségi formákat jellemző, adott helyhez kötött azonosságtudat. Mindez pedig az én fogalmának azt az új, viszonyközpontú megközelítését vonja maga után, amit a főként a mobiltelefonok használatának pszichológiai hatásait vizsgáló Kenneth J. Gergen szorgalmaz *Self and Community in the New Floating Worlds* című tanulmányában (Gergen 2003).

Gergen szerint az új kommunikációs technológiák használata a „kapcsolati létezés” eddig ismeretlen formáinak kialakulásával „teljes mértékig aláássa a kötött én fogalmát” (Gergen 2003. 110). A hálózati társadalomban a különböző közösségi formák között szabadon vándorló ember újabb és újabb érzelmi kötelekeket képes kialakítani a fizikai közösségeket jellemző közvetlen társadalmi kötődései mellett. A mediatizált kommunikáció különböző technológiáit alkalmazó egyén identitása így képlékennyé válik, a különböző társadalmi kontextusokban „kaméleonszerűen” változik. Egyre bizonytalanabb vállalkozássá válik egy ember valódi énjének, egy stabil „énmagnak” a meghatározása. A globális társadalmi hálózat tagjává váló egyén számos kapcsolat, értékrend, vágy és vélekedés iránt kötelezi el magát miközben közösségről közösségre vándorol televíziózás, internetezés vagy éppen mobiltelefonálás közben. Egyetérthetünk tehát Gergennel abban, hogy az információ korában a kötött, központi én képzete mindinkább felbomlik, és átadja helyét a kapcsolati én fogalmának. És abban is, hogy ez a folyamat az új típusú közösségek metanarratíváit és a személyes és tömegmédiát történeteket egyszerre közvetítő, ún. dialogikus technológiák, az internet és mindenekelőtt a mobiltelefon mind gyakoribb használatával gyorsul fel igazán. A mobiltelefon révén a viszonyok hálózata „mindig kéznél van”, írja Gergen, a telefon mint tárgy így a „kapcsolati kötelekek egyfajta ikonjává válik” (Gergen 2003. 111). A mobiltelefon egy olyan „terelőlemez” jelent használója számára, amely révén kötöttségek nélkül tud nap mint nap választani az egymással versengő csoportok (család, baráti kör, munkahelyi kollégák stb.) közül. A mobil kommunikáció a különböző közösségek között vándorló ember számára megteremt a többszörös lojalitás élményét.

Anélkül, hogy véglegesen elkötelezné magát valamely közösségi forma mellett, a növekvő mobilitás révén tehát bárki képes lehet szolidárisan kommunikálni bármely általa választott csoporttal. Más szóval, az a modern ember közösségi kötődéseit meghatározó törekvés, hogy egy-egy közösségi magra összpontosítva lezárja közvetlen társadalmi viszonyai hálózatát, egyre kevésbé érvényesül az új kommunikációs technológiák korában. A hálózati társadalom emberének egyéniségét a hibrid (virtuális-fizikai) kommunikációs közösségekben betöltött szerepei határozzák meg. E kölcsönhatások nyomán olyan instabil, képlékeny, állandóan változó közösségi formák születnek a hálózati társadalomban, amelyeket Michel Maffesoli találóan „új törzsek”-nek nevez (Maffesoli 1996). Ezek a „törzsek” úgy biztosítják az én számára a „sokoldalúvá” válás, az újabb és újabb közösségi szerepek kívánta gyors átalakulás lehetőségét, hogy ezzel az egyén egyúttal egy széleskörű társadalmi hálózat részévé is válik.

Látnunk kell ugyanakkor, hogy az új kommunikációs technológiákat különböző szintű narratívák befogadására és továbbítására használó ember identitásformáló történetei között egyre fontosabb szerepet töltenek be a televízió megjelenése és elterjedése óta a társadalom „intézményesített mesemondójának” tekintett (Gerbner-Gross 1976) tömegmédiá narratívái. A tömegkommunikáció új csatornáinak megjelenése, az internet, a különböző közösségi oldalak által kínált új kommunikációs felületek mind népszerűbbé válása ugyanakkor a képek, hanganyagok, írott szövegek által közvetített médianarratívák soha nem látott offenzíváját eredményezi a felhasználók mindennapi életvilágában. Az új eszközöket használó emberek gondolkodásmódja, nyelvi világa teljes mértékig ráhangolódik a növekvő számú adat, információ hatékony befogadásának és továbbításának igényére. A mentális világukban, fogalmi apparátusukban, nyelvük struktúrájában bekövetkező változások képessé tehetik őket arra, hogy a megnövekedett számú napi információhalmazból kiválogassák, tudásuk részévé tegyék és kommunikálják a számunkra legfontosabbakat. Ennek következményeként egyre nagyobb szerepet kap mindennapi megismerési folyamatainkban azoknak a médiumoknak a kiválasztása, amelyek a gondolkodásuknak, értékrendjüknek leginkább megfelelő narratívák keretében közvetítik feljüket a szóban forgó információkat. Azaz mindinkább azokat a médiumokat keresik, amelyek keretnarratívái összehangolhatók saját, korai tapasztalataikból táplálkozó, autobiografikus narratíváikkal, a viselkedésüket meghatározó közösségi, társadalmi metanarratívákkal, véleményükkel, értékrendjükkel. Az új média korában az információáramlás sebességének és a feldolgozandó információk számának ugrásszerű növekedésével ez a szelektív befogadási folyamat egyre meghatározóbbá válik a médiával folytatott kommunikáció gyakorlatában. Az új média használatához kötődő információ- és ingeráradatban a befogadók figyelme mindinkább fragmentálódik, az aktív figyelem időtartama csökken. Általában koncentrálatlanul, gyorsan és kis dózisokban, különösebb érdeklődés nélkül fogadják be a tényeket és adatokat, ugyanakkor kritikusak is velük szemben.

Az új kommunikációs technológiákat használó ember a tömegmédiával folytatott kommunikáció eredményeként saját történeteinek, a közösségi metanarratíváknak és a média narratíváinak metszéspontján, egy „folyamatos párbeszéd” (Dayan-Katz 1992) keretében erősíti meg azonosságtudatát. Azaz identitástudata szempontjából is fontos, hogy minél több, saját értékrendjét, felfogását, véleményét megerősítő információt kapjon a partnernek tekintett médiától a gyorsuló változások világában. Nem véletlenül jut több médiakutató arra a

megállapításra, hogy a digitális kultúra embere úgy kezeli a televíziót vagy az új médiát, mintha az egy társadalmi szereppel bíró kommunikációs partner, valós személy lenne, akivel folyamatos interperszonális kommunikációt folytathat valamilyen valós helyen énképe, identitása megerősítése céljából (Reeves-Nass 1996). Mindez egyúttal egy, a média által kultivált és annak keretnarratíváiban sugallt értékrend elfogadásából fakadó közösségi tudat megerősödését is szolgálja a hálózott individuumok körében.

A fenti modellek értelemszerűen új megvilágításba helyezik a média etnikai identitás megerősítésében játszott szerepét, és többségi, kisebbségi média viszonyának problematikáját. A médianarratívák elemeiként megjelenő nemzeti, nemzetiségi történetek, szimbólumok, vagy a nemzeti, nemzetiségi nyelvi kultúra közvetítése önmagukban is fontos eszközei az etnikai identitás megerősítésének. Emellett számos más úton járulhatnak hozzá ezek a narratívák az etnikai identifikáció megalapozásához. Elég, ha egy eredményes működő kisebbségi média eszköztárára gondolunk. A kisebbségi média elsődleges rendeltetése ugyanis az információk közvetítése mellett az adott etnikai közösségiség érzésének megerősítése a célcsoportokban. Narratívái elsősorban identitásközvetítő- és megerősítő célokat szolgálnak. Denis McQuail a lokálishoz való tudatosabb kötődés kovászájának tekinti a kisebbségi médiát, amelynek elsődleges célja az etnikai identitás és a társadalmi szolidaritás alapjainak megszilárdítása (McQuail 2002). Ahhoz ugyanakkor, hogy a kisebbségi média be tudja tölteni ezt a rendeltetését, McQuail szerint több kritériumnak is teljesülnie kell. Szükség van például a kisebbségi csoport egy időben több csatornán is zajló belső kommunikációjára, a kisebbség országos médiához való hozzáférésére, az adott kisebbség megfelelő hazai médiareprezentációjára, valamint a kisebbség önmaga által való megjelenítésének médiaeszközeire, lehetőségeire. E feltételek teljesülését számos tényező befolyásolhatja. Ilyen tényező lehet például a kisebbségi csoport politikai, kulturális autonómiájának és befogadó társadalomba való integráltságának mértéke, valamint az adott közösség gazdasági helyzete. Azaz minél erősebb társadalmilag és gazdaságilag egy kisebbségi csoport, és minél erősebben törekszik identitásának, autonómiájának megmutatására, annál inkább képes meghatározni saját médiakínálatát akár önálló csatornák, médiafelületek fenntartásával is. Hasonló megállapításra jut Stephen H. Riggins (1992) is, aki a kisebbségi csoportok történelmi, szociális és politikai sajátosságait is figyelembe véve hívja fel a figyelmet arra, hogy az általuk fenntartott média elsődleges célja az etnikai összetartozás, kohézió erősítése és kulturális fennmaradás feltételeinek biztosítása, valamint a kisebbségi célcsoportok társadalmi integrációjának elősegítése. A kisebbségi média által közvetített narratíváknak tehát egy

időben kell szolgálniuk az etnikai identitás megerősödését, a lokális (etnikai) értékekhez való tudatos kötődést, valamint a kulturális, társadalmi asszimiláció új formáinak megteremtését. Ezeket a médianarratívákat, azok hatásosságát természetesen erőteljesen befolyásolja az állam kisebbségi médiával kapcsolatos stratégiája. Ha ez a stratégia támogató, akkor Riggins szerint öt modellt követhet: lehet (1) integracionista, azaz a kisebbségi médiát a többségibe integráló és annak szerves részeként kezelő, (2) gazdaságorientált, azaz a kisebbségi média szponzorálásától gazdasági előnyöket váró, (3) megosztó, vagyis az egyes etnikumok között feszültséget generáló a nagyobb állami kontroll megteremtése érdekében, (4) megelőző, azaz az állami kontrollt erőteljesebben biztosító, saját kisebbségi sajtó kialakítása a függetlenebb kisebbségi média kialakulását megelőzendő, és végül (5) térítő, azaz állam, a többségi társadalom szempontjait, értékrendjét a kisebbségi szempontok és értékek elé helyező. A kisebbségi média elmúlt évtizedeit az ilyen modelleket követő multikulturális stratégiák és az asszimilációt szerves, fokozatos folyamatként értelmező kisebbségi koncepciók permanens konfliktusa határozza meg. Ez a konfliktus pedig szükségszerűen hat a kisebbségi média által közvetített és a célcsoportok én- és identitásépítő narratíváit egyaránt meghatározó tömegkommunikációs narratívákra. Más szóval, a sokcsatornás tömegmédia korában döntő jelentőségűvé vált, hogy a célcsoportok milyen fenntartói, szponzori stratégiák és keretnarratívák jegyében jutnak hozzá a közösségeikkel kapcsolatos legfontosabb információkhoz.

Ezt a jelenséget erősíti fel az a tény, hogy a digitális kultúra eszközeit is használó kisebbségi célcsoportok gondolkodásmódja, nyelvi világa teljes mértékig ráhangolódik az egyre növekvő számú adat, információ hatékony befogadásának és továbbításának igényére. A mentális világukban, fogalmi apparátusukban, nyelvhasználatukban bekövetkező változások képessé tehetik őket arra, hogy a megnövekedett számú napi információhalmazból kiválogassák, tudásuk részévé tegyék és kommunikálják a számukra mint individuumok számára leginkább fontosakat. Ennek a folyamatnak a következménye az is, hogy egyre tudatosabban választják ki azokat a hírforrásokat, illetve médiumokat, amelyek a gondolkodásmódjuknak, értékrendjüknek leginkább megfelelő narratívák keretében közvetítik feléjük a szóban forgó információkat. Azaz mindinkább azokat a médiumokat keresik, amelyek keretnarratívái összehangolhatók személyes és kisebbségi közösségi narratíváikkal, értékrendjükkel.

Az új média használatával megszülető virtuális-valós, globális-lokális közösségek és a tömegkommunikációs narratívák ebben a közegben felerősödő identitásformáló hatása tehát

szükségszerűen mediatizálja a kiterjedt médiahasználat révén megszilárduló közösségeket, így a kisebbségi, nemzetiségi közösségi szerveződések is. Ezekben az új dimenziókkal bíró csoportokban fontos közösségformáló tényezővé válik a hatékony és gyors információáramlás, közös érdeklődés, nyitottság és bizalmon alapuló közösségválasztás lehetőségének egyöntetű elfogadása. A mediatizált, hibrid közösségek pedig a közvetített kommunikáció régi és új eszközeit használó emberek egyfajta bizalmi folyamatként megélt társadalmi hálózatává válik. Az internetező, mobiltelefonáló ember a virtuális és fizikai kommunikációs szituációk és az ezekből táplálkozó közösségek határait újra és újra átlépve teszi a kommunikációs folyamatok által közvetítetté egyúttal saját közösségi viszonyait is. Ezek a közösségi viszonyok nem egy egymástól élesen elkülönülő virtuális és fizikai szférába tagolódva rendeződnek el, hanem egy, a virtuális és fizikai kapcsolatokat egyaránt felölelő társadalmi hálózat részeként formálják a közösségek (pl. a kisebbségi, nemzetiségi csoportok tagjainak) identitását. Az önmagát a különböző, egymásra ható közösségi szerepei által megérteni akaró egyén számára már ez a közösségként működő társadalmi hálózat jelenti az önértelmezés egyik legfontosabb forrását. Mások vele és kommunikációs szerepeivel kapcsolatos és különböző narratívák formájában megjelenített reakcióit már ebben a virtuális-fizikai, hibrid értelmezési keretben dolgozza fel és teszi énképe elemévé. Közösségi szerepeinek megítélése a vele kapcsolatos narratíváknak ebben az összetett viszonyrendszerében történik; csoporthoz való tartozásának élménye ebben a kapcsolati hálózatban válik cselekvési erőforrássá, a többségi és kisebbségi kultúrák értékei iránt egyaránt nyitott szemléletmód alapjává, valamint az ennek jegyében megvalósuló közös fellépések egyetemes és helyi közösségi kötődéseket egyaránt feltételező kiindulópontjává.

Amikor tehát arra a Riggins által is sugallt kérdésre keressük a választ, hogy miként teremthető meg a tömegkommunikációs narratívák én- és identitásformáló világában az etnikai összetartozás, kohézió erősítésére és a tömegmédia kisebbségi célcsoportjainak társadalmi integrációjára irányuló erőfeszítések közötti összhang, akkor a digitális kultúra emberének mindennapi döntéseit meghatározó közösségi viszonyok két sajátos vonására kell rávilágítanunk. Az egyik az új kommunikációs technológiák alkalmazásához köthető, hibrid (virtuális-fizikai) közösségekben rejlő társadalmi tőke, a másik a globális és lokális közösségi kötődések eddig ismeretlen mértékű interferenciája. Az előbbi fejlemény arra utal, hogy a kölcsönös érdeklődésen és érdekeltségen alapuló, új típusú közösségekhez való tartozás eddig ismeretlen mértékű, globális és lokális szinten egyaránt megmutatkozó mozgósítóerővel bír.

Ezeknek a közösségeknek a tagjai az új média által közvetített és napirenden tartott témák mentén – ilyenek a többségi-kisebbségi kulturális, társadalmi, politikai konfliktusok is - viszonylag gyorsan és eredményesen aktivizálhatók és vonhatók be különböző szintű akciókba, mozgalmakba. A globális és lokális szempontok egyidejű érvényesítéséből fakadó, „glokális” szemléletmód pedig tökéletesen alkalmassá teszi az érintett csoportok tagjait arra, hogy a közvetlenül, lokálisan észlelt problémákat globális vetületekben értelmezzék, majd tegyék cselekvési forrássá; és *vice versa*, hatékonyan legyenek képesek felismerni és helyi akciók kiindulópontjává tenni a globális folyamatok lokális következményeivel kapcsolatos tanulságokat. A megfelelő pedagógiai módszerek révén tudatos médiafogyasztóvá váló új generációk körében ezáltal lehet mozgósító ereje az olyan, média közvetítette történeteknek, amelyek gyújtópontjába a kisebbségi, nemzetiségi kultúrák, hagyományok, értékek iránti nyitottság, tolerancia és az erre épülő folyamatos társadalmi párbeszéd lehetősége kerül.

## Irodalom

- BAYM**, Nancy K. (1995): *Emergence of Community in Computer Mediated Communication*. In S.G. Jones (szerk.): *Cybersociety: Computer Mediated Communication and Community*. Thousand Oaks, CA, Sage, 138-163.
- DAYAN**, Danial - **Katz**, Elihu (1992): *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge, Harvard University Press.
- ETZIONI**, Amitai (2001): *The Monochrome Society*. Princeton, NJ, Princeton University Press.
- GERBNER**, George - **Gross**, Larry (1976): *Living with Television: the Violence Profile*. *Journal of Communication*, 26, 173-199.
- GERGEN**, Kenneth J. (2003): *Self and Community in the New Floating Worlds*. In: K. Nyíri (szerk.): *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*. Passagen Verlag, Vienna, 103-114.
- KATZ**, James E. - **Rice**, Ronald E. (2002): *Social Consequences of Internet Use: Access, Involvement and Interaction*. Cambridge, MIT Press.
- MAFFESOLI**, Michel (1996): *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Societies*. London, Sage.
- MEYROWITZ**, Joshua (2005): *The Rise of Glocality: New Senses of Place and Identity in the Global Village*. In: K. Nyíri (szerk.): *A Sense of Place: The Global and the Local in Mobile Communication*, Vienna, Passagen Verlag, 21-30.

- McQUAIL**, Denis (ed.) (2002): *McQuail's Reader in Mass Communication Theory*. London-Thousands Oaks - New Delhi, Sage.
- MURRELL**, Audrey J. (1999): Black women, careers and family. In: N.J. Burgess, E. Brown, & S. Turner (szerk.): *African american women: An ecological perspective*. Ann Arbor, MI: Garland Press.
- REEVES**, Byron - **Nass**, Clifford (1996): *The Media Equation: How People Treat Computers, Television, and New Media Like Real People and Places*. Cambridge, Cambridge University Press.
- RHEINGOLD**, Howard (2002): *Smarts Mobs*. Cambridge, Perseus.
- RIGGINS**, Stephen R. (1992): *Ethnic Minority Media: An International Perspective*. London, Sage.
- SIMON**, Bernd - **Pettigrew**, Thomas F. (1990): Social identity and perceived group homogeneity: Evidence for the ingroup homogeneity effect. *European Journal of Social Psychology*, 20(4), 269–286.
- SZÉCSI** Gábor (2016): *Média és társadalom. Kommunikációfilozófiai adalékok a mediatizáció fogalmához*. Budapest, Akadémiai Kiadó.