

A SZENZITIVITÁS KORA

KEPE NÓRA



Kepe Nóra: *A közösségi média önimádó embere* (2022)

A szenzitív időszak a nyelvészetben kitüntetett életszakaszokat jelent, amely során a gyermek a legalkalmasabb bizonyos készségek és koncepciók elsajátítására.¹ A kifejezés a fejlődésnek azon időablakait jelzi, amelyek optimálisak például a nyelvi behangolás, azaz az anyanyelv elsajátítása szempontjából. A szenzitív időszakban az agy rendkívül gyors változáson megy keresztül, amely átmenetileg zavart okozhat a gyermek viselkedésében, alvásában, étkezésében. Az időszak lezárultával, amennyiben az alkalmazkodás zökkenőmentesen megy végbe, a gyermek új készségek birtokosává válik. Napjainkban a technológiaadaptációt illetően a nyugati társadalmak is éppen ilyen szenzitív időszakhoz érkeztek, amely a társadalom idegrendszerének alkalmazkodása idejére felfordulással, a kulturális sztenderdek felborulásával jár. A különféle civilizációs betegségek, mint a depresszió vagy a figyelemzavar, mind-mind az általános nyugtalanságot tükrözik, ami az egyensúlyvesztett állapot következménye. A felbolydulás oka, hogy köztes, átmeneti évtizedekben élünk: a társadalom most dolgozza ki magából a korszakot meghatározó kommunikációs technológiához való viszonyát, amelynek tétje a világhoz való viszonyunk meghatározása, vagyis az új anyanyelvünk megszületése.

TECHNOLÓGIAI DETERMINIZMUS

Az a gondolat, hogy az adott időszakot meghatározó kommunikációs technológia hat a társadalom szerveződésére, egy magyar paleográfustól, Hajnal Istvántól származik. Hajnal a kora középkori oklevelek tanulmányozása során arra a következtetésre jutott, hogy az emberi közösség mint történeti matéria változik az érintkezés módjától, azaz az adott korban meghatározó kommunikációs formától függően. Vizsgálódásának középpontjában a 12–13. századi egyetemek oktatási gyakorlata állt, amelyen keresztül a szóbeliségből az írásbeliség korába való átmenet jellemzőit azonosította.²

A részint Hajnal *Írásoktatás a középkori egyetemeken* (1954) című munkája által ihletett, technológiai determinizmusként hivatkozott irányzat a torontói iskolához sorolt kommunikációkutatók (Harold Innis, Jack Goody, Eric Havelock, Marshall McLuhan, Walter Ong, Ian Watt, majd Manuel Castells, Merlin Donald, Elisabeth Einstein, Joshua Meyrowitz, Neil Postman) munkájának köszönhetően vált ismertté a '60-as években és maradt meghatározó egészen a '80-as évekig, az elektronikus eszközök tömegessé válásáig. Az irányzathoz sorolt kutatók szerint a kommunikáció módja – többek között azáltal, hogy médiumtól függően megváltoztatja az egyes érzékszerveknek az érzékelésben betöltött arányát s így a valóságészlelést – új gondolkodási technikát és

1 Eric Heinz LENNEBERG: *A nyelv – biológiai szempontból* [1964] = *A nyelv keletkezése*. szerk. PAPP Mária, Kossuth, Bp. 1974.

2 Lásd bővebben: NYÍRI Kristóf: Hajnal István időszerűsége. *Világosság*, 1992/8–9.

világhoz való viszonyt hoz létre, ami végül társadalmi és kulturális következményekkel jár.³ Innis szerint például a társadalomfejlődés kilenc szakasza egy-egy médium dominanciáján (az agyagtáblák, a könyvek, a mozi és a rádió elterjedésén) keresztül érthető meg.⁴ McLuhan számára a korszakhatárt a könyvnyomtatás, Neil Postmannak a televízió, Manuel Castellsnek az internet feltalálása jelentette napjaink társadalmi szempontjából.⁵ A korszakolásban ettől kissé eltérő utat választott Walter Ong, amerikai jezsuita szerzetes, aki a társadalmak fejlődésének három időszakát különítette el: a szóbeliség, az írásbeliség és a másodlagos szóbeliség korát.⁶ A másodlagos szóbeliség az elektronikus eszközök, a rádió és a televízió feltalálásától számítódik, amikor a társadalomban az elsődleges érintkezési formává a kommunikációs technológia fejlettségi fokának köszönhetően ismét a szóbeli érintkezés válik, és ez jelentős változást hoz a közösség norma- és értékrendszerében egyaránt.

Az okoseszközök és az azokon a képernyőidő hozzátételleg kétharmadában fogyasztott közösségimédia-felületek megjelenése nem új korszakot, hanem a szóbeliség kiteljesedésének lehetőségét rejti magában.⁷ A viszonyítási pont megválasztásának azért van jelentősége, mert ez esetben a felületek létrejöttét nem a felvilágosodás individualizáló trendjeinek csúcsra járatása magyarázza, mint inkább a szóbeli kultúrák közösségi élményéhez való visszatérésének kísérlete. A kérdés az, hogy a rádió és a televízió után az okostelefonok a közösségimédia-felületeken keresztül megélhetővé teszik-e a társadalom közösségi szükségleteit?

a kommunikáció módja egyben gondolkodási technika

SZÓBELI TÁRSADALOM

Az emberiség történetében a szerveződés legalapvetőbb formája a beszéd volt, az emberi közösség úgyszólván a szóbeli közlés kialakulásával jött létre. Beszéd létezett az írásbeliséget megelőzően is – ahogyan a gyermek is előbb tanul meg beszélni, mint írni –, azonban az írás csak szerteágazó, kiterjedt nyelvhasználatlaltal és átfogó nyelvtani szabályrendszerrel rendelkező szóbeli kultúrákban születhetett meg. Ezt mutatja az is, hogy a világ jelenleg több mint hétezer élő nyelvnek a fele csak beszélt formában létezik, és a nyelvek jelentős hányadában ott sincsen érdemi írásbeliség, ahol a betűkészlet egyébként rendelkezésre áll.

Az, hogy a szóbeli kultúrában a szavak kizárólag hangzóként léteznek, nemcsak a kifejezésmódot befolyásolja, de a gondolkodást is, hiszen a kommunikáció módja egyben gondolkodási technika is.⁸ Az írásbeliséggel nem rendelkező népek nem ismerik a szavak jelentéstörténetét és elvont jelentését, így a megnyilatkozás esetükben nem az elvont gondolat kifejeződése. A szóbeli népek számára a nyelvhasználat cselekvési mód: hatalmat tulajdonítanak a szónak, mivel írásbeliség híján csak a kimondott, azaz elhangzó és ebből következőleg erő kifejtésen alapuló szavakat érzékelik. *Annak van hatalma, akinek nagyobb hangja van, és akinek a hangja többekhez eljut.* A szóbeli társadalmak eredendően tradicionálisak, vagyis konzervatívak. Ez azt jelenti, hogy írásbeli megrögzítettség hiányában az létezik, amit elbeszélnek. A történeteket újra és újra el kell mondani ahhoz, hogy a társadalom magáévá tegye és felidézhesse azokat. Az ismétlési kényszer azáltal, hogy kiszorítja a továbbgondolás lehetőségét és így a gondolati innovációt, zárttá teszi a szóbeliség körülményei közepette

3 Marshall McLuhan – Quentin Fiore: *Médiamasszás. Egy rakás hatás* [1967] ford. Kiss Barnabás, Typotex, Bp. 2012.

4 Harold Innis: *The Bias of Communication* [1951] University of Toronto Press, Torontó, 2008.

5 Marshall McLuhan: *A Gutenberg-galaxis. A tipográfiai ember létrejötte* [1962] ford. Kristó Nagy Gyula, Trezor, Bp. 2001; Neil Postman: *Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Business* [198] Penguin Books, London, 2005. és Manuel Castells: *Az Internet-galaxis. Gondolatok internetről, üzletről, társadalomról* [2002] ford. Komáromyné Várady Ágnes, Network TwentyOne, Bp. 2001.

6 Walter Ong: *Szóbeliség és írásbeliség. A szó technológizálása* [1980] ford. Kozák Dániel, Gondolat, Bp. 2010.

7 Balázs Géza: *Az internet népe*. Ludovika, Bp. 2023.

8 Vö. Hajnal István: *Írásbeliség, intellektuális réteg, európai fejlődés* [1933] = Hajnal István, szerk. Lakatos László, Új Mandátum, Bp. 2001.



Analóg csábítás –

Részlet a *Videodrome*-ból
(rend. David Cronenberg, 1983)
(IMDB / MUBI)

élő népek gondolkodásmódját. A többletértéket ebben az esetben nem az előzmény nélküliség adja, hanem az, hogy az elmondottak összhangban állnak-e a hagyománnyal.

Az, hogy az újra elmondás által teremődnek meg a közös fogalmak, a szóbeli kultúrákat mintegy kényszerűen közösségivé teszi. A közösségben való lét nem választás, hanem kölcsönös egymásra utaltság eredménye, mert a kommunikációhoz, jelen esetben a tudásszerzéshez vagy -átadáshoz partnerre van szükség. A közösségiséget és az együvé tartozást ugyanakkor pozitív értelemben növeli, hogy a szó a hangzás által a hallgatóba áramlik, és a közönséget összefonja a beszélővel. Nemcsak amiatt, hogy a hang átjárja a csoport tagjait, hanem a személyes részvétel miatt is, a szóbeli kultúrában élettelen az érintkezés: a közösség sokféle mozgást, szagot, színt, hangot tapasztal az együttlétek közben; főleg, ha ezt összevetjük a könyves kultúrák írásbeliségével, ahol az olvasó többnyire csendben, egymagában interiorizálja a könyvet, a szerző jelenléte és a visszakérdezés lehetősége nélkül. Ong megfogalmazásában a szóbeli kultúra éppen ezért életvilághoz közeli, élő és intenzív. McLuhan a teljes részvételt hangsúlyozza: a hallgatóság nagy intenzitással vonódik be mások ügyeibe, olyan módon, hogy az még a magánbűn fogalmát is felülírja.

A gondolkodás ebben a közegben inkább szituatív, ami azt jelenti, hogy az emberek nem elvont kategóriákban rendezik el a világ történéseit. A szóbeli közösségek nem ismerik a listákat, a betűrendi besorolást, a keresztrejtvényt, helyette szubjektív megítélés és személyes tapasztalat alapján rendelik egymáshoz a fogalmakat.⁹ Ennek példája, amikor egy primitív törzs tagjait megkérdezték, hogy melyik a kakukktojás a fűrész, a balta, a kalapács és a farönk közül. A törzs tagjai nem úgy képezték csoportokat, ahogyan azt az antropológusok gondolták (munkaeszköz vagy alapanyag), mert náluk, ha egy ember meglát több szerszámot és egy fadarabot, akkor – az írásbeliség által lehetővé tett objektivációs képesség hiányában – arra fog gondolni, miként lehet a fát az adott eszközzel megmunkálni, nem pedig arra, hogy hogyan különítse el őket egymástól. Aztán a szóbeli közösség gondolkodásmódját a külső jelenségek helyett képzeletrendszer vezérli. Ez azt jelenti, hogy egy nagy, monolitikus világkép létezik, ahol a hiányokat áthidalják, az ellentmondások felett átnéznek, a folyamatos módosítást nem is érzékelik, amennyiben a mag sértetlenül áthagyományozódik. A történetek legfontosabb feladata a tények rögzítése helyett az

⁹ Jack Goody: *Nyelv és írás* [1987. = *Szóbeliség és írásbeliség. A kommunikációs technológiák története Homérosztól Heideggerig.* szerk. Nyíri Kristóf – Szécsi Gábor, Áron, Bp. 1998.

átadandó világmagyarázat, az erkölcsi útmutató vagy a közösség életének kitüntetett pillanatát megörökítő esemény rögzítése. Minden más csak a figyelem megragadását és megtartását, a mondanivaló átadását szolgálja. Bár az énekmondók és mesélők szeretik úgy gondolni, hogy képesek szó szerint visszaidézni a történeteket, ez a valóságban nincs így: a szóbeliségben teremtett hagyomány az utódok folyamatosan változó alkotása az elődökről, míg az írásbeliség az elődök rögzített hagyatéka az utódokra.¹⁰ A megszólalók számára rendkívül fontos a közösség elismerésének elnyerése, éppen ezért a mindenkori hallgatóságához igazítják a mondottakat, illetve a hagyománykincs egészét is folyamatosan alakítják a közösség igényeinek megfelelően. Ugyanígy a közösség tagjainak értékelése is kívülről származik, a csoport általi elfogadás határozza meg. Ez konformitást eredményez, az ellenállást és a lázadást ellehetetleníti a csoportnormához való igazodás kényszere.¹¹ A kultúra egésze is homeosztatis: megszabadul azon emlékektől, amelyeknek a jelen szempontjából nincsen relevanciájuk, illetve nem a csoportnormát erősítik. *A szóbeli kultúrákban nem lehet felrúgni a hagyományt*, inkább az organikus változtatások, a szavak jelentésmódosulása, az egymás mellett élés a jellemző, az előzmény nélküli gondolat, a radikális újítás nemcsak ellenérzést szül, de a gondolkodási struktúra miatt voltaképpen nem is lehetséges. A legfontosabb cél a jelen integritásának biztosítása, így a társadalmat a strukturális amnézia jellemzi, „a szóbeliség lehetővé teszi a múlt kényelmetlen részleteinek elfeledését [...] a mindenkori jelen szükségleteinek megfelelően”.¹²

A szóba hozott szerzők arra hívták fel a figyelmet, hogy az írásbeliség kifulladásá után „újra a szóbeliség a vágyunk, az írás lehető legteljesebb kiküszöbölése, az ösztönszerűség újbóli megélése” jellemző, immár az elektronikus eszközök felhasználásával.¹³ Ebből fakad, hogy „nem tudunk nem szimpátiával tekinteni a törzsi társadalomra”, ami felszámolja az individualizmust, visszaállítja a világ és az ember természetes egységét, valamint visszahozza a varázslatot.

A KÖZÖSSÉGI MÉDIA MÁSODLAGOS SZÓBELISÉGE

A közösségi média a felhasználói tartalomelőállításra építő *online* médiaeszközök összefoglaló neve, amely különféle céllal létrejött felületeket foglal magába. 2024 áprilisában a Föld népessége elérte a 8 milliárd főt, ebből több mint ötmilliárdan használták a közösségi médiát. A felhasználók száma gyorsabban nő, mint a világ népessége, ami azt jelenti, hogy arányában egyre többen vannak jelen az oldalakon. Emellett a felületeken eltöltött idő is folyamatosan növekszik, beleértve a hagyományos honlapok rovására történő aránynövekedést.

A kétezres évek első felében a blogok, *chatek*, üzenetküldő alkalmazások népszerűvé válásával az *online* teret még a másodlagos írásbeliség terepeként azonosították, amely visszatekintve inkább a technológia fejlettségi fokának korlátozottságával volt magyarázható. Neil Postman már 1985-ben arról írt, hogy a számítógépek egyre nagyobb mértékben vesznek fel „televíziókép-formát”, vagyis olyan tulajdonságokat, hogy az információk, eszmék és meggyőződések forrása audiovizuálissá válik. 2024 végére a teljes internetes adatforgalom 82 százalékát a videók tehetik ki. Egyre több, kifejezetten videómegosztásra épülő közösségi platform működik (TikTok, YouTube), és más közösségi oldalakon is megoszthatók rövid videók (Facebook Shorts, Instagram Reels,), kiegészítve az élő bejelentkezések (Facebook, Instagram, TikTok és YouTube *live*-ok), illetve a hangüzenetküldés lehetőségével. Felfutóban vannak a *podcast*ek: világszerte

az írásbeliség
kifulladásá után
visszatér a szóbeliség

10 BENCZIK Vilmos: *Nyelv, írás, irodalom kommunikációelméleti megközelítésben*. Trezor, Bp. 2001. 222–225.

11 Vö. David RIESMAN: *A magányos tömeg* [1961] ford. SZELÉNYI Iván, Közgazdasági és Jogi, Bp. 1973.

12 David Heniget idézi: Walter ONG: *Szóbeliség és írásbeliség. A szó technológiázása* [1980] ford. KOZÁK Dániel, Gondolat, Bp. 2010. 48.

13 HAJNAL István: *Írásbeliség és fejlődés* [é.n.] *Replika*, 1998/30.

mintegy félmilliárd ember hallgat hetente átlagosan 7 órában felvételeket a kedvenc tartalomelőállítóitól. Formátumot tekintve egyre nagyobb igény mutatkozik az olyan felvételek iránt, amelyek képet is közvetítenek, amit mutat, hogy a Podcast Index 2023-ban mintegy 50 ezer videós *podcastet* rögzített, ami 29 százalékos növekedést jelentett az előző évihez képest.

Mára a közösségi média az a mód, ahogyan az emberek az internetet meg tapasztalják. Amikor ennek kapcsán arról gondolkodunk, hogy a másodlagos szóbeliség létrejöttének van tér- és időbeli dimenziója is, amelyek a kultúra minőségét meghatározzák, akkor az írásbeliség emberének perspektívájából teszünk kísérletet a közösségi média megértésére. Az óraorientált időfelfogás az egyidejűségre és a jelenidejűségre való rámutatással a mérhetőség és a linearitás elvesztését kéri számon a felületeken, amiatt aggódva, hogy időbeli egymásutánosság hiányában az események elveszítik kontextusukat, ezáltal valóságteremtő erejüket.¹⁴ Az írásbeliséget megelőzően ugyanakkor a ciklikus időszemlélet volt meghatározó, amely az állandó ismétlődésre, a folytonos viszatérésre, az egymás mellett létezésre épített – éppen, ahogyan azt a közösségi média is teszi. A térfelfogás, bár nem követi a törzsi társadalmak területi korlátozottságát, mégis szintén azzal hasonló mintázatot mutat, amennyiben a teret nem fizikai, hanem egy bizonyos értékközösséget lehatároló tartományként fogjuk fel, amely a tagokat szimbolikusan körülrajzolhatóvá teszi, illetve az új gondolatok beérkezésének lehetőségét korlátozza. A szóbeli kultúrákban a területiségnek az a lényege, hogy a gondolkodásmód zártsága miatt a gyakorlatban nem mutatkozik igény a külvilágról szóló többletismeret szerzésére, valamint új impulzusok beengedésére, mivel az kihívás elé állítaná az

egyébként intakt világgépet. A közösségi média, bár elvben növeli az információhoz való hozzáférés lehetőségét, véleménybuborékokat (*epistemic bubble*, *filter bubble*, *ideological frame*) hoz létre, amelyek intellektuálisan elszigetelik az *online* közösségek tagjait az algoritmus személyre szabottsága és determinációi alapján. Ezt még inkább erősíti, hogy csoportok egyre nagyobb szeletet hasítanak ki maguknak az *online*

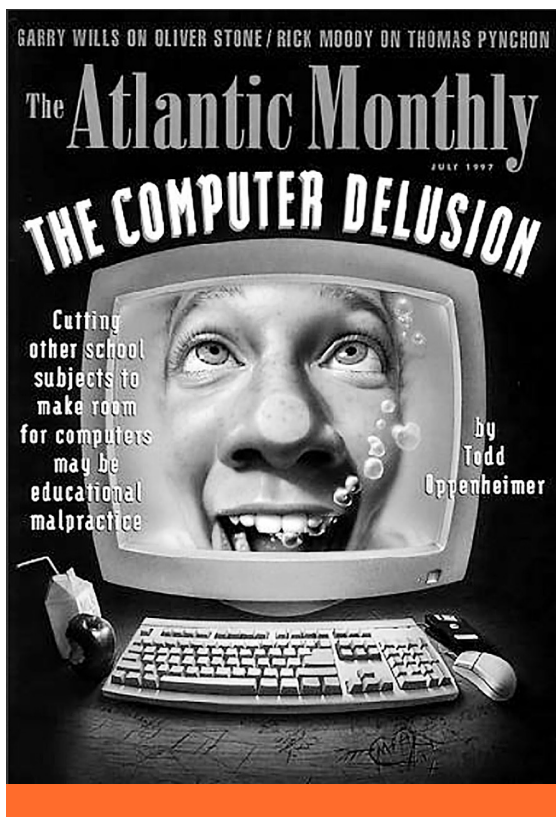
térből. Az internethasználók 76 százaléka tagja különféle csoportoknak. A Facebook kihívásként számolt be arról, hogy a felhasználói aktivitás a hírfolyam helyett egyre inkább zárt térben, illetve újabban csoportchatekben zajlik. Csak ezen a felületen 1,8 milliárd felhasználó van jelen különféle csoportokban, felük öt vagy annál több közösségben is aktív. A Redditen legalább 130 ezer aktív közösség (*subreddit*) található, míg a Telegram számos, 200 ezer főnél nagyobb csoportnak ad otthont. A felhasználók kétharmada azzal magyarázta a csatlakozást, hogy szeretne a saját érdeklődési köréhez hasonlókkal kapcsolatot teremteni, azaz „tartozni valahová”.

A közösségi média a szóbeliség kultúráját teremti újjá azáltal, hogy személyességet – kapcsolódást és kötődést – ígér. Az írásbeliség racionális embere a világban az objektivitást, a mérhetőséget, a logikát és a szakértelmet kereste. Ehhez képest a szóbeliség embere benyomások alapján és a világgépéhez való illeszkedéssel összhangban, szubjektíven dönt. Azért szorulnak vissza az újságokhoz hasonló logikában működő híroldalak, mert a felhasználók számára önmagában már nem az információtartalom jelenti az értéket. Nem a térszerűség, hanem a szavahihetőség, a hitelesség a fontos. Azt, hogy a mélyben a gondolkodási technika átalakulóban van, a felszínen a közösségi média trendfigyelői – főként a jelenség kapitalizálása érdekében – is rögzítik: 2023-ban a *Merriam-Webster Dictionary*-ben az év szava az „autentikus” lett. Az autenticitás önazonosságot jelent, azt, hogy a megszólaló hűséges a saját személyiségéhez, az általa képviselt szellemiségéhez, megnyilvánulásai őszinték és valódiak. A közösségi médiában a hitelesség az a valuta, ami bizalomra váltható, a bizalom pedig az elköteleződés alapja, ami elvezet minket a szóbeliség kulcszereplőjéhez, az influenzaszereplőkhöz és az influenzaszereplők kultúra felemelkedéséhez.

¹⁴ Michael SACASAS: The Inescapable Town Square. *The New Atlantis*, 2019/nyár.



a közösségi média újratemti a szóbeliség kultúráját



A közösségi médiában az influenszerek olyan tartalomgyártók, akik meghatározott jellemzőkkel bíró követők körében fejtenek ki meggyőző hatást, ezáltal az *online* közösségek vezetőivé emelkednek. A világon jelenleg 200 millió aktív tartalomgyártó tevékenykedik, ebből 45 millióan vannak, akik hivatásos tartalomelőállítóként tekintenek magukra. Az influenszerek kevesebb mint 1 százalékanak van egymilliónál több követője, vagyis a közösségimédia-tér szét-töredezett, ahol azonos értékeket és életmódot osztó kisebb közösségek élnek egymás mellett. Ezek élén a *makroinfluenster-társadalom globális kultúráközvetítő rétegként funkcionál*, akik tevékenységüket elsősorban kulturális kódok átörökítésén keresztül fejtik ki. Tevékenységükkel mindenekelőtt értékeket képviselnek, életmódot népszerűsítnek, így szemléletformáló hatással bírnak. A hitelesség érdekében az influenszerek napjaink társadalmának archetípusait (barát, családanya, politikus, tréner, tudós stb.) képezik le, és a típusnak megfelelő nagy történetet mesélnek el posztokon átívelően, amelyhez a követők szimpátiával viszonyulnak. A posztokban bomlanak ki személyiségük jellemzői, világhoz való viszonyuk, valamint mindennapi döntéseik. A karakterek kevés tulajdonságra redukáltak, reakcióikban konzisztensek, fogyasztásukban koherensek. A követőkkel szoros, már-már „élő” kapcsolatot ápolnak, egyesek a kommentekre és az üzenetekre is válaszolnak. (A szóbeliség újjáéledése mint fogalmi keret segítségével az – akár politikai és közéleti – influenszerek nyelvhasználatának megértése, konkrét példákon keresztül, további esettanulmányos kutatások tárgyát képezheti.)

A felületek szerkezete miatt a közösségi médiában folyamatos az ismétlési kényszer, az eltűnő hírfolyam, a rövidülő emlékezet, és az epizodikusság miatt a közösség egyben tartása érdekében az összetartást újra és újra meg kell képezniük tartalmaikon keresztül. A megjelenések ritualizáltak, az egyes tartalomgyártóknak a saját karakterükhöz illő vizuális (*emoji, cutting, filter, topic*) és nyelvi kódja (*hashtag*), illetve perszonalizált zeneisége (*playlist*) van. A közösségi média nyelvhasználata a korábbi médiumokon szocializálódott felhasználókban gyakran kelt megütközést. A kifejezőmód változása jelen szociológiai megközelítésben nem a társadalom hanyatlásában keresendő. Sokkal inkább arról van szó, hogy akár csak a televízióhoz képest is, amely szerkesztettségében még az írásbeliség stílusjegyeit őrizte, a közösségi médiáról lekopik az

A kiábrándulás kora –

Az *Atlantic Monthly* 1997. júliusi száma a számítógépes technológiával kapcsolatos csaldottságról és a *Time* címlapja 2019. január végén a közösségi média kordában tartásáról

„írástudó előkelő szelídsége” (Walter Ong), hogy nyelvezetében visszatérjen az ezt megelőzően több mint két évezreden át uralkodó szónoki stílushoz. A szóbeli kultúrákban a gondolatot erősen ritmizált, egymást ellensúlyozó sémák segítségével, ismétlődések vagy ellentétek sorozataként, alliteráció és asszonánc kibontásával, állandó jelzős kifejezésekkel, illetve hagyományos tematikus kontextusokba ágyazottan (például jól ismert események, mint az étkezés, verseny, ünnep keretében) lehet átélhetővé tenni. A megfogalmazás szükségszerűen lecsupaszított és a különbségeket hangsúlyozó, a vitapartner tekintetében erősen versengő. A szóbeli kultúra az emlékezést és az elköteleződést segítően az ún. súlyos egyéniségekkel tud foglalkozni, így megengedett a másik fél hitelességének rombolása érdekében a gyalázkodás, személyeskedés, ami kontextusba helyezi a közösségi médiában tapasztalható jelenségeket.

ÚTON A MÁSODLAGOS SZÓBELISÉG FELÉ

Éppen 30 éve, 1994-ben vált elérhetővé az első okostelefon a nagyközönség számára, és idén 20 éve, hogy elindult világhódító útjára a mára több mint 3 milliárd felhasználót számláló Facebook, melynek természete a kutatókat a korábbi elméletek partvonalra helyezésére készítette – talán kissé elhamarkodottan is. A változás sebessége tagadhatatlan: a beszéd kialakulásától az írás megjelenéséig másfélmillió év telt el, és közel 7 ezer év kellett, amíg az emberiség az agyagtábláktól eljutott 1454-ben a könyvnyomtatásig, miközben az Apple vállalatcsoport által fejlesztett iPhone alig 2,75 év alatt tarolta le a világpiacot. A közösségimédia-alkalmazások piaci kapitalizációja még ennél is gyorsabban, a Facebook esetében két, az X (korábbi nevén Twitter) esetén 9 hónap alatt ment végbe. A kommunikációs technológia változásának sebessége mellett az okoseszközök, akár csak az elektronikus eszközök első generációjához viszonyítva is, számos minőségi újdonságot hoztak, amelyek folyamatos alkalmazkodásra kényszerítik a társadalmat – lásd a „szorongás kora” (W. H. Auden), a „hálózati társadalom” (Manuel Castells), az „ellenőrzés társadalma” (Gilles Deleuze), az „élménytársadalom” (Gerhard Schulze), a „teljesítmény” vagy a „kiégés társadalma” (Byung-Chul Han) és az „érzelmi kapitalizmus” (Eva Illouz) kifejezéseket.

Más utat járunk azonban be, ha a közösségi médiát nem valamiféle gyökeresen új jelenségnek tekintjük, amely új korszakot nyit a társadalmak életében, hanem az emberben változatlanul munkáló közösségi igényre koncentrálnak. Ez esetben a közösségi média, az okos eszközökkel együtt, az elektronikus kommunikációs technológia fejlődésének újabb, de vélhetően nem a legvégső állomása, amely azt a célt szolgálja, hogy az emberek az írásbeliség korszaka után visszataláljanak a szóbeliséghez. Ez a visszatérés a mediatizáció miatt nem lehet ugyanolyan, mint a megelőző koré, ezért neveztem a ránk váró szóbeliséget Walter Ong terminológiáját követve másodlagosnak.

Az előttünk álló évtizedek szemléltetése érdekében a másodlagos szóbeliség felé vezető, közösségi médiával kikövezett útra a technológia általános életútját megragadó Gartner-görbe segítségével is rátekinthetünk. Ami az okoseszközöket és a közösségimédia-felületeket illeti, kétségtelenül túl vagyunk 1) a technológiai áttörés évein. Az egyes gyártók között egység mutatkozik az eszközök formáját, az érintőképernyőt, a kamera elhelyezését, a meghatározó funkciókat illetően, ami azt jelenti, hogy az okoseszközök formája elérte konszenzuális állapotát. Ugyanígy, a közösségimédia-felületek is uniformizálódnak, a változások inkább ergonómiai és esztétikai funkciót, nem pedig működést érintő gyökeres újítások. Ugyanígy, túl vagyunk 2) a felfokozott várakozások időszakán, hiszen ahogyan az írásbeliség korában az írni-olvasni tudás, úgy manapság a digitális eszközhasználat is tömegessé vált. Ezzel együtt a „szép remények”, mint a demokratizálódás, a transzparencia és a kapcsolatteremtés elősegítésének reménye elérték a csúcspontjukat, a technológia a mindennapok részévé vált. Jelenlegi zavarunkat már inkább az okozza, hogy ráléptünk 3) a csalódás lejtőjére, amikor a felhasználók számára egyre nyilvánvalóbbá válnak az eszközhasználatból fakadó hátrányok, illetve a felületek által ígért „szép új világ”



Digitális rabság –

Az okostelefonok függőséget okozó hatásának szatirikus ábrázolása (Adbusters)

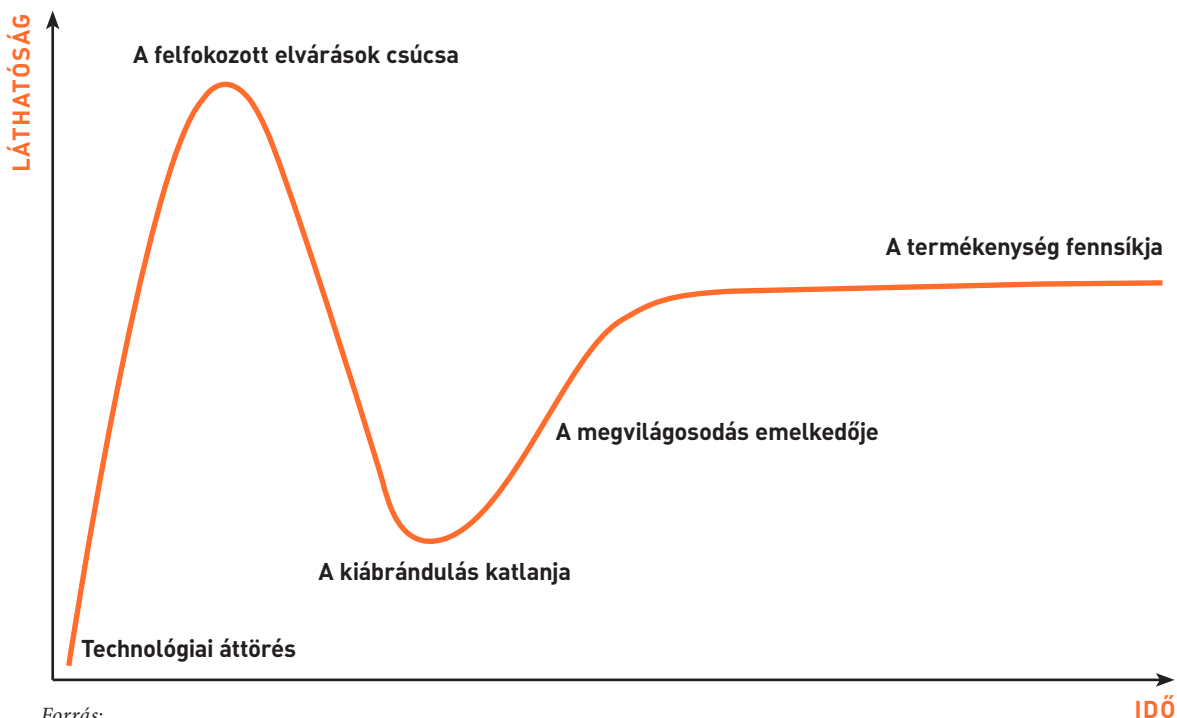
késlekedése. Az embereket egyénileg érintő hátrányok között számos olyan tényező szerepel (például a testi változások és a mentális egészség megrendülése), amelyek vizsgálata elsődlegesen az orvostudomány feladata. Itt mindössze egyetlen, az egyéni szintű szenzitivitást jelző elemet jegyzek meg. Az a tény, hogy a beszéd kialakulása anatómiai változást idézett elő az emberben, széles körben ismert. Mindemellett úgy tűnik, hogy az írásbeliség létrejötte is hasonló volumenű változást indított el az első ábécé kialakulásakor, a Kr. e. 2. évezredben. Az írásbeliség elsajátítása hozzájárult a bal agyfélteke strukturáltabbá válásához is. Az írás- és olvasáskészség mellett ez az analitikus gondolkodásért, az események egymásutániságának megértéséért, az emlékezésért felelős terület, szemben az intuícióért, a kreatív és metaforikus, érzelmvezérelt gondolkodásért felelős jobb agyféltekével.¹⁵ Az újabb kutatások szerint a közösségi média fokozott használata is ehhez hasonlóan érinti az agyat, és hozzájárul a boldogsághormonként ismert dopamintermelésért felelős érzelmvezérlő központ túl-, illetve a racionális gondolkodásért felelős kognitív terület alulműködéséhez. Mindez egybecseng a másodlagos szóbeliség kultúrájára jellemző, az előzőekben vázolt beszédmód és magatartásformák elterjedésével.

A közösségek szintjén a szenzitivitás időszaka az értékek és normák változásának periódusát jelzi, amikor két világhoz való viszony és értelmezésmód áll egymással szemben. „Ma éppen annyira vagyunk benne az elektronikus korban, mint amennyire annak idején az Erzsébet-koriak a nyomdászat és a mechanika korszakában. És ugyanazt a zavartságot és bizonytalanságot tapasztaljuk, amelyet ők éreztek, amikor egyidejűleg két egymással ellentétes társadalmi formációban és élményvilágban éltek” – fogalmazott McLuhan.¹⁶ Sőt, a maga idejében már Platón is az írást kárhoztatta, azzal vádolva az írott

15 Derrick de KERCKHOVE: A theory of Greek tragedy. *Sub-Stance*, 1981/nyár.

16 McLUHAN: *A Gutenberg-galaxis*. I.m. 13.

A Gartner által kifejlesztett ciklusábrázolás a technológiai termékek társadalmi elfogadottságának hullámzásáról



Forrás:
Wikimedia Commons

szövegalkotást, hogy a gondolatok lejegyzése embertelen, egyoldalú és elpusztítja az emlékezetet.¹⁷ Ma a közösségi oldalakat illetjük ezzel a kritikával. A csalódás és az alkalmazkodás évei ezek. Ha pusztán az eszközre és annak alkalmazására figyelünk, akkor a csalódás éveit tapasztjuk, ha azonban az emberi természetre helyezük tekintetünket és arra, hogy milyen hit, vágy és mélyen gyökerező érték táplálta a közösségi média létrejöttét, akkor felfedezzük, hogy kezdetektől fogva a szóbeliség, pontosabban a szóbeliség által lehetővé tett közösségi élmény, az embertársakkal való élettelen érintkezés és az életvilághoz való visszatérés volt az, amit az elektronikus eszközök életre hívásával el akart érni a társadalom.

A másodlagos szóbeliség még várat magára. Bár azt, hogy talán már a küszöbön áll, jelzi, hogy az új kor gyermekeit „digitális bennszülötteknek” (Marc Prensky) nevezzük, ami önkéntelenül megidézi a szóbeli kultúrák törzseinek világát. Még legalább két generációnak kellett felnőnie ahhoz, hogy az írásbeliség korának ne maradjon hírmondója, és az új generáció felnövésénél is már csak digitális bennszülöttek bábáskodjanak. Mindezzel azonban csupán a kommunikációs technológiát életre hívó szándékokat és az így létrejött környezet jellemzőit azonosítottam. A másodlagos szóbeliség akkor köszönt be, amikor a társadalomban meggyökeresednek az új korszakhoz tartozó „hitek, szokások, elvek, szabályok: maga alkotta érzés és gondolatfelhő az ember felett, amelyhez legbensőbb és legegységesebb pillanataiban is valamiképpen igazodnia kell”.¹⁸ A közösségi média énekmondóira ezért nagy feladat vár, hogy olyan történeteket meséljenek el, amelyekkel – a Gartner-görbe további állomásait megnevezve – a 4) megvilágosodás valóban emelkedő lehet, amely 5) a produktivitás helyett az „ezer fensíkra” vezet, hogy a médium „értünk és általunk legyen”.¹⁹ ■

„**ráléptünk a csalódás lejtőjére**

17 PLATÓN: *Phaidrosz = Platón összes művei*. szerk. FARKAS Lőrinc Imre, Atlantisz, Bp. 2001. 41.

18 HAJNAL: *Írásbeliség és fejlődés*. I.m. 197.

19 GILLES DELEUZE – FÉLIX GUATTARI: *Capitalisme et Schizophrénie 2. Mille Plateaux*. Les Éditions de Minuit, Párizs, 1980. és MARTIN HEIDEGGER: *Az idő fogalma. A német egyetem önmegnyilatkozása. A rektorátus 1933/1934.* ford. FEHÉR M. István, Kossuth, Bp. 1992.