

Rögzített és mediatizált kapcsolati hálók a 21. századi kibertérben

Faragó László¹

Abstract **Fixed and Mediatized Social Networks in 21st Century Cyberspace.** The Social Network formed in cyberspace can be considered stable: access paths, fixed points. There is no possibility to disconnect. The matrix has become charged with media content with sustainable dynamics. The Social Network - among other things, specifies the quality of group interaction, which is not dependent on time or space. The key player of the network is the virtual hero.

Keywords social network • cyberspace • cyberhero • creative minority
inter-group interaction

Bevezetés

A tíz évvel ezelőttihez képest is nagyságrendekkel kibővült az a tér, amit egy fiatal felnőtt ma bejárhat az „okoseszközeivel”, és kivétel nélkül kihasználja a lehetőségeket, nyomokat hagy, nagyon sok esetben felelőtlenül. Kétségkívül sok minden megtanulható a mediatizált kapcsolati háló kezeléséből, de nem elsősorban a szocializáció során az idősebbektől, hanem leginkább saját kudarcaikból és a kortársaik tapasztalataiból okulnak majd. Mennyire képesek ellenállni a barátoktól érkező tematizálásnak és mivel lehet rávenni a szájberismerősöket, hogy arról beszéljenek, ami nekünk fontos? Mekkorára bővíthető a kapcsolati háló, s van lehetőség ezek visszabontására is? Egy médiano-mád fiatal betölthet-e mégis ellenőrző szerepet saját információ- és adatbirodalmában, másfelől pedig a médiatudatos tizenéves mennyiben akar aktív szerepet vállalni a mások számára is fontos információk megosztásában, illetően módon részese lehet az utca nyilvánosságának², vagyis a hatalom és a média ellenőrzésének? Ezekre a kérdésekre keresem a választ a következő oldalakon. A tapasztalati úton megfigyelt jelenségeket teoretikus megközelítéssel próbálok igazolni, adott esetben cáfolni.

Erősen rögzült mátrixpontok, ahol észrevehetőek a társadalmi különbségek

Tízéves kor lehet a választóvonal, az ettől idősebbek túlnyomó része rendelkezik valamilyen okoseszközzel, amelyik természetesen nem csak telefonálás és fotózásra

¹ Kaposvári Egyetem Pedagógiai Kar
E-mail: farago.laszlo@ke.hu

² Faragó, László 2011: *Az új nyilvánosság ellenőrző szerepe a horizontálisan átjárható köztérben.* Csíkszereda.

alkalmas, hanem, vagy sokkal inkább *a kapcsolati háló mediatív összekötője*.³ A bevezetőben említett fiatal felnőtt korcsoport alsó határát tehát tíz évben határozom meg. Hozzátevé, hogy őket nyilvánvalóan nem tekintem felnőttnek, bár társadalmi aktivitásukat figyelve, gyakran „szorgalmasabbak” és tudatosabbak, mint a náluk tíz-húsz évvel többet tapasztalt, bölcsőbb korosztály. Hozzá kell tenni, hogy a ma leginkább használt közösségi portál 13 évben határozza meg a regisztráció alsó határát. Azonban egyrészt az okoseszközöket már használó tizenévesek megpróbálják ezt kijátszani, másrészt pedig az elemzés szempontjából ennek az eltérésnek nincs jelentősége. A vizsgált csoport idősebb tagjai a húsz-huszonöt évesek közül kerülnek ki, akik éppen otthagyják a felsőoktatási rendszert, vagy nemrég kerültek be a munka világába, egy olyan közegbe, amelyre leginkább a mobilizációkényszer jellemző, s a fluktuáció kénytelen-kelletlen elfogadását jelenti számukra.

A biztosan változó munkaerőpiac, a pénztőke megszerzésének színtere mellett kell lenni egy másik biztonságpillérnek (Maslow) – a család mellett, vagy szülői-testvéri kötelék helyett, ami egyrészt eligazodás pont, segítség, információ bázis és szórakozó tér.⁴ Ez a *virtuális hálóközösség*, kapcsolati tőke (Bourdieu), amelyben az egyik lényeges mérőszám *a saját maguk által engedélyezett vagy aktivizált kapcsolati pontok mennyisége*, egyszerűbben fogalmazva az ismerősök száma. Az pedig nagyon ritkán fordul elő, hogy valaki leépíteni szeretné a kapcsolati mátrix-át, inkább a fordítottjával dicsekszik, mi több, megosztja ezt a számára presztízst jelentő információt a többiekkel. E tekintetben egyébként az okoseszközzel fenntartott együttműködés igen stabilnak mondható. Véleményem szerint tehát a kapcsolatok – bármilyen mélységű – szintje, az általam vizsgált korosztályok esetében *erősen rögzült pontot jelent*, s ez nem a kapcsolat minőségét, hanem a felbonthatatlanságát jelenti. A kőbevésett mátrixpontokhoz egy újabb elem hozzáadásával valójában nem is egy ismerős kerül a kapcsolati térbe, hanem az hozza magával az ismerősök barátait, hozzátartozóit, akik akár bővíthetik a korábbi ismerős kiterjedését. Ez utóbbi okfejtés is az látszik igazolni, hogy hiába zár be valaki néhány kaput egy megromlott kapcsolat miatt, szinte azonnal betölti az űrt egy másik szereplő, aki egészen biztosan nincs egyedül.

Meg kell jegyezni, hogy az így kialakult kapcsolati közösség dinamikusan változó és online aktív. Nemrégiben előadást tartottam egy általános iskolában, és miután a fény és a média kapcsolatáról beszélgettünk ötödikes és hetedikes, érdeklődő és nem kivezényelt diákokkal, megkértem őket, hogy valaki osszon meg egy általa érdekesnek vélt információt erről a speciális óráról. A tanárok mindjárt a védelmükre keltek, vagy inkább mentegetőztek, hogy bizony az iskolai vezeték nélküli hálózathoz a tanulók nem férnek hozzá, s a feladat nem oldható meg. A diákok azonban tromfolva kiabálták: leg-többjünknek volt saját hálózati hozzáférése, elsősorban azért, hogy a nap bármely részében lássanak és láttatva legyenek. A poszt percekben belül kikerült.

Évekkel korábban (2010-11) egyetemi csoportjaimnál tettem próbát, akkor az előadás alatti online kapcsolatot átlagban 60 százalékban vallották be. 2015-ben már ez teljes lefedettséget jelentett a végzős BA kommunikáció- és médiatudomány szakos hallgatók esetében, még az a roppant tehetséges fiatalember is rákényszerült az okostelefon

³ Tapasztalatom szerint a kisiskolásoknak (1-4. osztályosok) még nem engedik meg az iskolai házi-rendek a mobilkészülékek használatát, és ezt tudomásul veszik a szülők is, azonban ettől idősebb tanulóknál már nem tudják tiltani, vagyis ez is alátámasztja a korcsoport alsó szegmensének a meghatározását. Az életkor pedig változhat azáltal, hogy a gyerekek mikor kerülnek az iskolapadba.

⁴ Garai, László, 2003: *Identitásgazdaságtan*, Budapest: TAS-11 Kft.

hálózati használatára (de csak az egyetem utolsó évében), aki évekig kitartott a csak telefonálni képes készüléke mellett. A most említett tankörnek természetesen önálló Facebook-csoportja volt, vagyis van. A hangsúly megint a fenntarthatóságon, a rögzített mátrixpontokon van: a hallgatók korábban az egyetemi előmenetelük érdekében hozták létre. Később a kapcsolattartás és nem utolsó sorban az elhelyezkedésük miatt pihentetik, hogy bármikor aktivizálható legyen.

Megállapítható: az elérési utakat – mátrixpontokat – érdemes fenntartani, ezt az alapvető szabályt a vizsgált korosztály idősebb tagjai megtanulják. Hasonlíthat ez azokra az évtizedekre, amikor a kapcsolati pontokat a névjegykártyák jelölték, s a tudatos kapcsolattartók sohasem dobták el a kapott kártyákat. Van-e élet vagy inkább kapcsolat a névjegykártya után? Természetesen, *a rögzített és mediatizált kapcsolati háló*ok.

Bourdieu a pénztőke és a kulturális tőke mellett a társadalmi vagy más néven kapcsolati tőke szerepét tartja mindközül a legfontosabbnak. Úgy véli, hogy mind a pénzhez, mind pedig a tárgyi és az inkorporált kulturális értékekhez úgy jutunk a legkönnyebben, ha megfelelően tudjuk működtetni a kapcsolati eszközrendszerünket.⁵ A kibertérben manifesztálódott társadalmi tőke azonban az általunk kialakított és jóváhagyott csoporttól is függ, amelyre alighanem megint csak érvényes a francia szociológus megállapítása, jelesül, hogy *hálónk újratermeli a társadalmi különbségeket*, vagyis a társadalomnak ebben az újszerű szerveződésében is benne foglaltatik az egyenlőtlenség lehetősége.

„A habitus, mintegy olyan szervezetként, amit a csoport megszerzett magának, s ami a csoportra sajátosan jellemző, a kollektív emlékezet anyagi bázisaként működik. A csoport eszköze lévén, az utódokban reprodukálja az elődök tapasztalatait, vagy egyszerűbben, az utódokban reprodukálja az elődöket.”⁶

A hálózati pontok fenntartása azért is válhat alapvető szükségletté, mert egyrészt ezek megléte és folyamatos bővülése vezethet egy régebbi ismerős újra eléréséhez, másrészt pedig lehetőséget ad a „valaki úgyis megtalál, ha kell” életstratégia folyamatos fenntartásához. Érdekes tehát annak a kérdésnek a vizsgálata is, hogy kapcsolati hálónkat mennyire kell bővíteni egy ismeretlen ismerős felkutatásához. Mindehhez természetesen az okoskészüléken elérhető közösségi teret használják a legtöbben.

Információs hidak, gyenge kapcsolatok

A vezetékek nélküli interakció expanzióját a rádiózás egyik atyjának tekinthető G. Marconi már a 1909-es Nobel-díj átadásán megtartott beszédében előre jelezte.⁷ „A vezetékek nélküli telegráfnak nagy jelentősége lehet a hajóknál és a hajózásban (...), és a kereskedelmi kommunikációban a Föld különböző pontjai, így Európa és Amerika között. Ha sikerülne megtalálni annak a módját, hogy az elektromos energiát és a rádióhullámokat körbe lehetne utaztatni a föld körül, akkor eljöhethet az az idő, amikor az üzeneteket akár több országnyi távolságra is képesek lennének eljuttatni viszonylag kevés elektromos

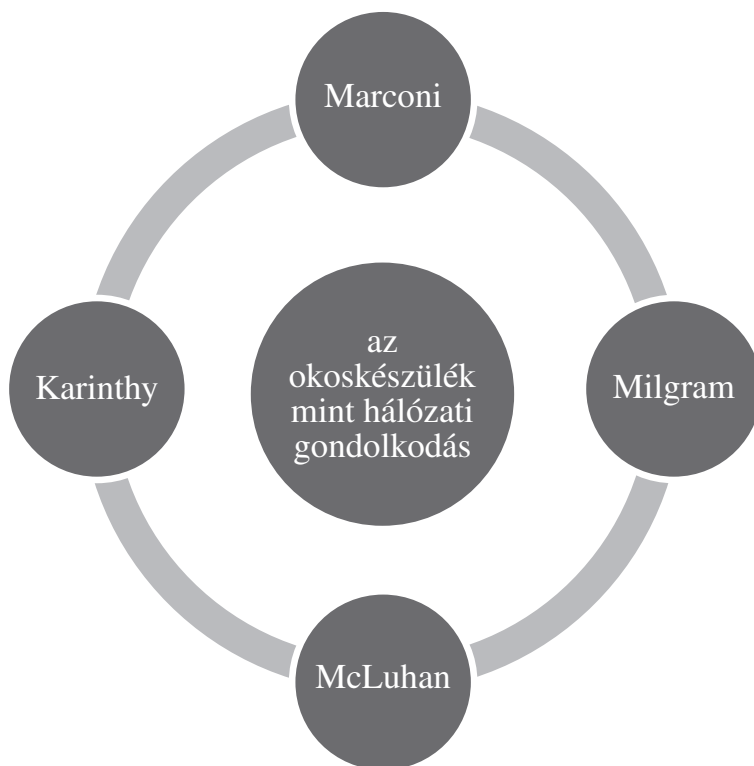
⁵ Bourdieu, Pierre, 2008: *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése* – Tanulmányok. Budapest: General Press Kiadó.

⁶ Angelusz, Róbert (szerk.), 2004: *A társadalmi rétegződések komponensei*. Budapest: Új Mandátum 158.o.

⁷ Faragó, László 2013: *Az engedély nélküli rádiók és az új média a szociális befolyásolás területén*. [PhD-értékezés] Budapest: NKE.

energia befektetéssel, így ennek megfelelően kis költségen”.⁸ Amiről Marconi beszélt 1909-ben, az kísértetiesen hasonlít Milgram „kisvilág-elméletéhez”, és nem áll messze Marchall McLuhan „világfaluról” (globális világról) alkotott elképzelésétől. De még mielőtt az előbb említett kutatók használták volna az előbbi fogalmakat, Karinthy Frigyes írt egy különös, a témánk szempontjából kiváltképp érdekes tárcát, amelyben igen pontosan körbejárta azt, amit Milgram 1967-ben empirikus kutatással igazol. A Láncszem című novellában⁹ úgy véli, (...) „soha nem kellett ötnél több láncszem ahhoz, hogy a Földkerekség bármelyik lakosával, csupa személyes ismeretség révén, összeköttetésbe kerüljön a társaság bármelyik tagja.

1. ábra • A hálózati gondolkodás és az okoskészülék



Forrás: saját szerkesztés, 2015.

Mindezzel Marconi, Karinthy, Milgram és McLuhan megteremti a mai, okoseszközökhöz fűződő hálózati gondolkodás alapjait. A dilemma természetesen ma is fontos kérdés: hány láncszem szükséges egy kapcsolat igazolásához, felépítéséhez, vagyis mi a valószínűsége annak, hogy két ember – összekötők útján - ismeri egymást. Karinthy

⁸ Marconi, Guglielmo: Wireless Telegraphic Communication, Nobel Lecture, December 11, 1909, http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/physics/laureates/1909/marconi-lecture.pdf. (2015.05.19.)

⁹ Karinthy, Frigyes 1980: *Címszavak a Nagy Enciklopédiához I-II.*; Cikkek. Válogatta és a szöveget gondozta Ungvári Tamás. Budapest: Szépirodalmi Könyvkiadó, I. kötet, 351. oldal (Karinthy Frigyes összegyűjtött művei)

öt közbülső láncszemről beszél, Milgram elküldött levelekkel végzett empirikus kutatásai bizonyos esetekben kilenc, máskor már csak négy „információs hidat” mutatnak, de az okostelefonokkal felszerelkezett utcanilyánosság aktív szereplési hajlandósága nyomán ezek a kapcsolatok még szorosabbra zárhatók, ráadásul akár élő, mai szóhasználatnál élve „online” kapcsolatban lehetnek a hálózat tagjai, földrajzi korlátok nélkül.

A kapcsolatok minőségét tehát a gyorsaság, az online elérés és az egymásközi vagy csoportos interakció lehetősége adja meg. A kultúrák folyamatosságát biztosító narratív közeg – a verbális kommunikáció kialakulásától egészen a nyomtatás elterjedéséig, vagyis a könyvek hozzáférhetőségéig – a kimondott szó volt.¹⁰ A könyvek azután „tehermentesítették az emlékezetet”, s lehetőséget adtak arra, hogy a múlt és a jelen elváljon egymástól. Rögzítették az információkat, megteremtették az adattárolást, archiválást, és lehetőséget adtak az adatok újrafelhasználásra. A hozzáférési korlátok azonban jó ideig megmaradtak: a szükséges tudástőke hiánya miatt először csak nagyon kevesen fértek hozzá, ráadásul térben és időben korlátozott a könyvek „fogyasztása”.

A vezeték nélküli rádiójellel a XX. század elejétől korábban elképzelhetetlen távolságokra tudták eljuttatni az üzenetet, egy időben majdnem végtelen számú fogyasztója lehetett az adásnak, a hálózat nagyságát azonban az adó hatótávolsága korlátozta. Marconi-Milgram és McLuhan kisvilága az internettel kiegészülve mostanra Föld-egyenértékű lett. S ami alapvetően megváltozott a XX. század elejének vezeték nélküli eszközeihez képest: az interakció lehetősége és mennyisége, másfelől pedig az, hogy mostanra több az okoseszköz, mint ahány felhasználói identitás létezik.

Az internet kisvilágként vagy szükséges és elkerülhetetlen hálózatként fogható fel. A hálózati hozzáférés a társadalmi marginalizálódás elkerülésének egyik eszköze lehet, de nem feltétlenül válik azzá. Azt azonban látni kell, hogy a növekvő számú új pontok nem véletlenszerűen csatlakoznak más pontokhoz, hanem a magas presztízsű csoportokhoz (az ott található csoporttagokat nevezhetjük így: szájberhősök) nagyobb előszeretettel kapcsolódnak újak, ismerősök, útválasztók. Luhmann és Habermas nyomán a kommunikációs eszközökhöz való hozzáférés a társadalmi rétegződésben elfoglalt helyet jelöli ki az egyének számára, a mérce pedig lehet az interakció-képesség, vagy interakció-sűrűség is. Ide kapcsolódik Angelusz, Bourdieu elmélete is,¹¹ hogy az információs hidak voltaképpen a gyenge kapcsolatokon épülnek ki. Az erős, tehát baráti vagy családi kötődések viszont szinte elképzelhetetlenek már a közösségi tér nélkül. Egymásra épülő halmazokról van szó, amelyben tudatos szereplők csak horizontális átjárhatóságot engedélyeznek a nagyobb kiterjedésű halmazok a kisebb felé sokszor láthatatlanok maradnak.

Dokumentum megosztás a visszaigazolásért, interakcióért

A kapcsolati háló elemei között létrejövő interakció médiaszerű viselkedést mutat. Az eszközök, amelyek az együttműködés fenntartásához igénybe vesznek, szintén mediatívák: kép, szöveg és videó. Ide sorolom természetesen a smile-kat is, ezeket tömörített és gyakran humoros szövegnek is felfoghatjuk (vö.: vágókép), amelyeket nem szükséges dekódolni, a színes grafikus képek kiegészítik, kihangsúlyozzák könnyebben emészthetővé teszik az üzeneteket.

¹⁰ Csepeli, György – Prazsák, Gergő, 2010: *Örök visszatérés? Társadalom az információs korban*. Budapest: Józsefvárosi Műhely Kiadó.

¹¹ Angelusz, Róbert 2000: *A láthatóság görbe tükrői*. Budapest: Új Mandátum.

Érdemes itt kitérni a média szerepére, amely alapján egyértelművé válik, hogy a *kibertéri kapcsolati háló jelentősen mediatizált*. A média mint társadalmi integráló a végtelen nagyszámú hozzáférési lehetőségben, az ideológia párhuzamokban, vagy csupán a közös attitűdökben, életérzésekben érhető tetten. A közösségi háló csoportjaira minden esetben jellemző a társadalmi integráció is. A csoportokon belüli összeköttetés azonban a hasonló habitussal is magyarázható. De az is igaz, ahogy korábban már említést tettem róla: a szájberközösség tagjai egymásra is hatással vannak, és akár továbbvihetik, megerősíthetik a valós társadalmi helyzetüket, az egyenlőtlenséget. Kérdés azonban, hogy a kapcsolati metszéspontok kulcsemberei a valóságban is vezéregyeniségek-e? Richard Florida szerint a kreatív kisebbség a kommunikációs csomópontokon találja meg a helyét.¹² Tapasztalatom szerint gyakran van egybeesés a valóságos és a virtuális kulcsemberek között, de ettől függetlenül: aki ügyesen válogatja meg mit posztol, érdekes látásmóddal fotózik, képes világos érvekkel kritizálni, az válhat „csomóponttá”, miközben a valóságos hétköznapiakban közepszerűen szürke. Ettől függetlenül ők számítanak a virtuális tér kreatív kisebbségének. Azt viszont Leydesdorff írta le, hogy a társadalmi rendszerek – a sajtóságos dinamikájuk alapján – azáltal működnek, hogy újraosztják a cselekvés lehetőségét a helyi csomópontokon.¹³ Vagyis nem kizárt, hogy a kommunikációs csomópontok szereplői kicserélődnek. Aki tehát magát a kreatív társadalom tagjának tekinti, szüksége lehet a kibernetikus tudatos ismeretére és a tömörített közlés jellemzőinek, készségeinek elsajátítására. A csomópont méreteire a Perato-elv alapján is következtethetünk, vagyis azt némiképp a dolgozat témájához igazítva: a kapcsolati pontok nyolcvan százalékában a húszszázaléknyi kreatív kisebbség posztol a leghatékonyabban.

A médiának vitathatatlanul lényeges szerepe van az információáramlásban, ami együtt jár a szubjektív torzítással, a direkt befolyással, vagy egyszerűen csak az információk akarva-akaratlan elhallgatásával, bizonyos tekintetben a „kapuőr” szereppel és a tematizálással. Ha az előbb felsoroltak közül csak a tematizálásra fordítunk némi figyelmet, akkor beláthatjuk, hogy az általam vizsgált kapcsolati közösségek esetében egy jól elhelyezett poszt (kép és/vagy szöveg) elindíthat egy csoporton belüli beszélgetést: Nem azt mondja meg a posztolt üzenet, hogy mit gondoljanak a szerzőről vagy a tartalomról – ez sem kizárt persze –, hanem inkább arra hívja fel a mátrix tagjait, hogy beszéljessenek róla, vö.: tematizálás.

Ahhoz azonban, hogy valaki „beszédtémát találjon”, másképpen felhívja magára vagy másokra a figyelmet, először arra van szükség, hogy legyen nyilvános szereplési hajlandósága. A kapcsolati mátrixok tagjai könnyebben válnak szereplőkké, megszatókká, mint a valós térben. Különösen a vizsgált korosztály fiatalabb tagjai esetében tűnnek megfontolatlanoknak, úgy vélem, hogy a várható lájkok és kommentek érdekében sokszor még a bölcebb korosztályok is vállalják a kockázatot, pontosabban nem mérik fel, milyen veszélyt rejt a kiberközösség más tagjaira nézve egy személyes szöveg vagy kép közzététele. A kellemetlen tartalmat pedig nagyon nehéz eltüntetni: hiába töröljük, ha időközben mások gyorsan lemásolják vagy körbeküldik az ismerősöknek. Beszélünk kell a *passzív hálózati tagokról* is, akik ugyan nem regisztráltak közösségiportál-felhasználók, de elég gyakran válnak „szereplővé” a különböző tartalommegosztások

¹² Csepeli, György 2007: Kreatív társadalom, Az ember mint kreatív lény

¹³ Leydesdorff, Loet 2007: A kommunikáció szociológiai elmélete. Budapest: Typotex Kiadó, 207-248. o.

során, vagy egy posztolt fotón. Ilyen esetben aztán kínos helyzetek is adódnak, vagy a rossz reklám is sokat ér alapon egy újabb felhasználóval gazdagodik a mátrix. Az előbbtől természetesen függetlenül a posztolt tartalom nagyon gyakran szórakoztatóvá is válik. S mindezek esetében megfigyelhető a média két alapvető sajátossága periodicitás és a publicitás is. Az elérhető közönség a tudatosan vagy kevésbé előre tervezetten kiválasztott halmaz a kapcsolati mátrixból, melynek adott esetben lájk-interakció kutya kötelessége.

A tartalom, amelyet igen gyakran megosztanak, nem más, mint annak dokumentálása, hogy hol vannak, mit csinálnak és kívül alakítanak ki bensőséges viszonyt. Visszatulva a korábbi hipotézisek egyikére: a személyes tartalom/cselekedetek dokumentálása a szociális identitás fenntartásának alapvető része: „vagyok, létezem, büszke vagyok valamire”. Ezek a mondatok csak akkor válnak valódi biztonság-tényezővé, ha mások is visszaigazolják (lájk-interakció). Vagyis mind a tartalom posztolójának, mind pedig az olvasó-nézőnek érdeke, hogy a kapcsolati háló fennmaradjon, rögzüljön.

„Amit nem posztolsz, az nincs is.” Ez az attitűd szinte minden okoskészüléket használónál fellelhető. A lényeg, mutasd meg magad, hogy a hálóközösséged tagjait fúrja a kíváncsiság, epekedjenek, vagy csak egyszerűen hírt kapjanak s ezzel az önnön identitásom erősödik. Felveti a kérdést, hogy minden lényeges történés eljut-e így a mátrix kiválasztott pontjaihoz? Szó sincs erről, a saját „kapuőr” szerkesztő csupán azokat teszi közhírré, amelyek jóérzést keltenek a feladóban is. „Magamról rosszat soha.”

Ahhoz viszont, hogy biztosan felkeltsem a hálózat tagjainak figyelmét, az átlagosnál meghökkentőbbet és izgalmasabbat kell posztolni. A visszaigazolás vágya vezetheti félre a tartalom megosztóját a túlon túl személyes posztok alkalmazásánál, kikapcsolva a máskor jól működő kontrollt. A tartalommegosztók hamarosan észreveszik, hogy minél intenzívebb a figyelemfelkeltés, annál hatásosabb a rögzítés.¹⁴ Feltételezhetjük azt is, hogy a rögzítés akkor lehet a legsikeresebb, hogy ha a média-kommunikációhoz hozzátartozik valamilyen interakció.¹⁵ Témánk kapcsán ez a komment, vagy nyilvános szöveges beszélgetés. A tartalom posztolása nem önmagáért való, hanem a visszaigazolásért, az interakcióért.

Mindez megint a mediatisált kapcsolatokra jellemző, mint ahogy a kíváncsiság, ami arra vezeti a felhasználókat, hogy időről időre érdeklődjenek az ismerős személyiség sorsa felől. Természetesen abban reménykedve, hogy a sorok, képek és videók között sikerül fellelni a balsorsot is. A rendszeres érdeklődés és posztolás a média periodicitását igazolja. A természetese exhibicionizmus és túlzott érdeklődés pedig a publicitást biztosítja. A periodicitás és a publicitás – mint ahogy azt már fentebb is említettem – a média alapvető jellegzetességei közé tartozik.

Ellenőrző terep

A kibertérben jelenlévő közösségi oldalak jelentősen hozzájárulnak a hálózati gondolkodás kialakításához a vizsgált fiatal felnőtt korosztály körében. Létre kell hozniuk a csoportokat, halmazokat kezelnek, azok átjárhatóságát, nyilvánosságát szerkesztik és átrendezik, mindezzel a közösségi hálók alapvető működését sajátítják el. A bevezetőben is említettem, hogy ezt a tudást igen ritkán kapják meg a szülőktől, a gyermekkori

¹⁴ A rögzítésen a szöveges vagy képi információra való emlékezést, az üzenet elaborációját értem.

¹⁵ Faragó, László 2014: Vizualitás a rádiós kommunikáció oktatásában. in Nagyházi Bernadett (szerk.); Innováció a neveléstudomány elméleti és gyakorlati műhelyeiben. Kaposvár: KE, 207-215. oldal.

szocializáció, tanulás idején, legfeljebb éppen a közösségi háló egyik-másik tagjától, vagyis kortársaiktól. Azonban leginkább önmaguk (kárán) gyakorolják be a kibertér használatát. Adódik a kérdés, hogy mindezek után a társadalmi integráló erő az erősebb, vagy attól, hogy a kiberközösséghez tartoznak, mégsem válnak „erős kötésű” közösségi taggá, ugyanúgy, elszigetelten élnek az életüket, mint valóságban. A kapcsolatok mélységét a személyes kommunikáció minősége és a bizalom határozza meg, nyilvánvalóan a baráti viszony kialakulásához elengedhetetlen kilépni a kibertérből: a négy szemközi találkozó más dimenziót jelent, de ez napjainkban sokkal rövidebb ideig tart, mint az online csevegés. A személyes beszélgetés vezet a bizalmi viszony kialakulásához, a stabil biztonságpillér visszaigazolásához. A négy szemközi találkozó alkalmas arra is, hogy fellebbentse a fátylat az esetleges hamis közlések soráról, csökkentse a későbbi agresszió veszélyét.

A kapcsolati háló tudatosan gondolkodó szereplői időt kell szakítsanak arra, hogy ellenőrizzék a mások által posztolt tartalom hitelességét, aktualitását, mint ahogy azt néhány internetes oldalon egy kvalitatív skálával jelölik az eladót vagy a regisztrált felhasználót, emitt azonban mindenkinek maga magának kell elkészítenie a bizalmi indexet.

A kapcsolati háló a média és a hatalom ellenőrző terepe is lehet. A közösségi portálok ma már közvetítő eszközként működnek a hatalom és a társadalom között, így a kortárs kulturális jelenségek megértése nélkül nem lehet büntetlenül alkalmazni ezeket. A társadalomra erőltetett médiarendszer, a hatalmi gőg működtette cenzúra és az ezáltal *megkurtított nyilvánosság*¹⁶ hosszú távon károsan hatnak az önszerveződésre és sokszor drámai feszültségekhez vezetnek. A feszültségek feloldásnak egyik eszköze, ha a kapcsolati háló tagjai érznek magukban elegendő késztetést arra, hogy dokumentálják a rituális tér mások számára is fontos eseményeit. Megint csak mediális terepre kerülünk, hiszen akár netriportereknek is nevezhetjük őket: a virtuális közteret pedig, ahol a netriporterek tartalmat osztanak meg korábban utcanyilvánosságként jellemeztem.¹⁷ A hálóközösségen belül szerveződő új nyilvánosság alkalmas arra, hogy betöltse a formális média ellenőrző szerepét. A kapcsolati közösség tagjainak aktivitása kimagaslóan magas az erőszakhelyzetben, az események elő- és utóidejűsége helyett csak a valósidejű híreknek van értelmük, és ezek iránt szűnni nem akaró szükséglet mutatkozik.

Az utcanyilvánosság által hírül vitt és kreált médiaeseményeknek azon túl, hogy informálnak, erősítik a társadalmi szolidaritást, kulcsfontosságú szerepük van az értékrend kialakításában. Egyenrangú szereplők hálókommunikációjaként is felfoghatjuk, amikor is ismételten fontos szerepet kap a közösségi mátrixon belül kialakított bizalmi index. Minél több elemet tartalmaz a mátrix, annál nagyobb esély van arra, hogy kiderüljön, ha valótlán, nem időszerű, vagy részben igaz kreált információkat oszt meg valaki. Ettől azonban még nem biztos, hogy eggyel kevesebb tagja lesz a hálózatnak.

Szajberhősnek lenni rövidtávon is kifizetődő

Nem látok lehetőséget a kibertérben kialakított kapcsolati háló visszabontására, és ennek az egyik oka éppen az, hogy – véleményem szerint és a leírtak alapján – a közösségi mátrix mediatív tartalommal töltődött, ezen keresztül tartja meg a dinamiká-

¹⁶ U.o.

¹⁷ Faragó, 2011.

ját. A mátrix létrehozóinak alapvető szükségletévé válik, hogy a kapcsolati pontokat megtartsák, ezzel ellentétben a csomópontok szereplőit bizonyos helyzetekben szívesen felcserélnék vagy leváltanák. Nem csak azért, mert szájberhősnek vagy más néven kulcsfigurának lenni rövidtávon is kifizetődő. A hálózat azonban dinamikus mozgásban van, ráadásul a csomópontokat szinte kizárólag a kreatív kisebbség foglalja el, melynek a helyét könnyen betöltheti egy új szereplő. Nincs földrajzi, sem időkorlát. A hálózati kapcsolatok minőségét a gyorsaság, az online elérés és az egymásközi vagy csoportos interakció lehetősége adja meg. A hálózat tagjai a virtuális térben nyitottabbak, mint a valós közegben: a személyes tartalom és aktivitás dokumentálása (posztolása, megosztása) a kibertérben kialakított szociális identitás fenntartásának alapvető része.

Felhasznált irodalom

- Angelusz, Róbert 2000: *A láthatóság görbe tükrői*. Budapest: Új Mandátum.
- Angelusz, Róbert (szerk.) 2004: *A társadalmi rétegződések komponensei*. Budapest: Új Mandátum.
- Bourdieu, Pierre, 2008: *A társadalmi egyenlőtlenségek újratermelődése – Tanulmányok*. Budapest: General Press Kiadó
- Csepeli, György – Prazsák, Gergő, 2010: *Örök visszatérés? Társadalom az információs korban*. Budapest: József Műhely Kiadó.
- Csepeli, György 2007: *Kreatív társadalom, Az ember, mint kreatív lény*.
http://www.csepeli.hu/pub/2007/csepeli_kreativ_tarsadalom_2007.pdf
(2015.05.19.)
- Faragó, László 2011: *Az új nyilvánosság ellenőrző szerepe a horizontálisan átjárható köztérben*. Csíkszereda.
- Faragó, László 2013: *Az engedély nélküli rádiók és az új média a szociális befolyásolás területén*. [PhD-értekezés] Budapest: NKE.
- Faragó, László 2014: *Vizualitás a rádiós kommunikáció oktatásában*. in Nagyházi Bernadett (szerk.); *Innováció a neveléstudomány elméleti és gyakorlati műhelyeiben*. Kaposvár: KE, 207-215. oldal.
- Garai, László, 2003: *Identitásgazdaságtan*, Budapest: TAS-11 Kft.
http://www.csepeli.hu/pub/2007/csepeli_kreativ_tarsadalom_2007.pdf (2015.05.19.)
https://reconnect2009.files.wordpress.com/2011/04/reconnect_01_2011_faragolaszlo.pdf
(2015. 05. 19.)
- Karácsony, András 2001: *Individualitás a nomádok földjén, Információs Társadalom, 2001*. http://epa.oszk.hu/01900/01963/00001/pdf/infotars_2001_01_01_061-067.pdf, (2015.05.30.)
- Karinthy, Frigyes 1980: *Címszavak a Nagy Enciklopédiához I-II.; Cikkek*. Válogatta és a szöveget gondozta Ungvári Tamás. Budapest: Szépirodalmi Könyvkiadó, I. kötet, 351. oldal (Karinthy Frigyes összegyűjtött művei)
- Leydesdorff, Loet 2007: *A kommunikáció szociológiai elmélete*. Budapest: Typotex Kiadó. 207-248. o.
- Marconi, Guglielmo: *Wireless Telegraphic Communication*, Nobel Lecture, December 11, 1909, http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/physics/laureates/1909/marconi-lecture.pdf. (2015.05.19.)
- Wessely, Anna 2005: *Pierre Bourdieu tudományszociológiájáról*. Budapest: BUKSZ, 220-231.o.