

Az internetet és a világhálót (*World Wide Web*, *www*) lehet dicsőíteni vagy kárhóztatni, csupán egyet nem lehet: figyelmen kívül hagyni azt a tényt, hogy az infokommunikációs technológia (*information and communication technology*, *ICT*) rendkívül gyors fejlődése milyen jelentős mértékben alakította át az emberek életét az utóbbi két-három évtizedben. Ma már szinte senki nem ütközik meg azon, hogy a társadalmi tájkép jellegzetes figurája a lépten-nyomon telefonáló vagy internetező, az okostelefonját nyomogató ember, aki természetesen, mondhatnánk életvitelszerűen használja az elektronikus és közösségi médiát, a különböző kommunikációs eszközöket, és termel a felhasználó által létrehozott tartalmakat (*user-generated content*, *UGC*). Az internetkutatásokra fókuszáló 90–91. *Replika*-szám a(z) elektronikus médiahasználat és az internetes kutatások problémakörét mutatja be különböző diszciplináris (kulturális antropológiai, néprajzi, szociológiai, kommunikáció- és médiatudományos, nyelvészeti) megközelítésekből.

Mivel az internet és a világháló átalakította az emberek életvilágát és a szociokulturális praxisokat, így a társadalomtudományoknak új módszertani eszközöket kellett kialakítaniuk a komplex (az offline és online gyakorlatokat is magában foglaló) kortárs társadalmi valóságok szisztematikus megértéséhez. A tematikus összeállítás első három írása annak módszertani és elméleti kérdéseit tárgyalja, hogy miként alkalmazható a kulturális antropológiai megismerés metodikája (az etnográfia – *ethnography*) és az értelmezésben használt émiikus megközelítés az online kultúrák és közösségek kutatásában, az online és offline valóságok közötti összefüggések megértésében.

A média antropológiája (*anthropology of media*, *media anthropology*) a szakantropológiák számának 1980-as évekbeli megnövekedése idején jelent meg, amit nem sokkal később a szintén a kritikai-interpretatív kutatási paradigmába tartozó kiber-, virtuális vagy online etnográfia (*cyber-ethnography*, *cyber-anthropology*, *virtual ethnography* vagy *online ethnography*) követett. *Szijártó Zsolt* tanulmánya egy nagyobb lélegzetű munka első része, amelynek célja áttekinteni a tágan értelmezett médiaetnográfia, vagyis a médiatechnológiák használatának kontextusaival foglalkozó médiakutatókat, irodalomtudósokat és kulturális antropológusokat, empirikus kultúrakutatókat is magában foglaló tudásterület néhány fontosabb kérdésfel-

vetését. Szándéka szerint munkája túlmutat a médiakutatás hagyományos keretein, s általánosságban foglalkozik a technológiák és a társadalom közötti viszony alakulásával az elmúlt évtizedekben. Jelen írás azokat az elméleti és módszertani problémákat tárgyalja, amelyek a médiaetnográfia 1980-as évekbeli kialakulásakor fogalmazódtak meg (például, hogyan vált a médiakutatás elfogadott kutatási tárgyává az otthon és a mindennapi élet területe).

A kultúra területiális felfogásának megkérdőjelezése a német és európai etnológiában már az 1960-as években megfigyelhető. Két évtizeddel később az etnológusok és kulturális antropológusok figyelme már következetesen fordult az antropológiai megismerés lokalizációs stratégiáinak irányába. Ennek következtében egy évtizeden belül határozott igény jelent meg a földrajzilag és kulturálisan adott helyhez kötött terepfogalom kritikai megközelítésére (ennek egyik legismertebb és egyben rendkívül vitatott példája a több szinterű etnográfia, *multi-sited ethnography*). *Mátyus Imre* tanulmánya az antropológiai módszertan kulcsfogalmának, a terepnek az online környezetben történő átalakulásával foglalkozik, az online kvalitatív kutatások, elsősorban a virtuális etnográfia módszertanának szempontjából gondolja tovább a *terep* tradicionális etnográfiai fogalmát. Ennek érdekében tárgyalja a kulturális antropológiában az 1970–80-as években tapasztalható interpretatív és kritikai fordulatot, majd a terep definíciójára építve összefoglalja a virtuális etnográfia néhány meghatározó tulajdonságát. *Nagy Károly Zsolt* írása már címével – „Ösvény a dzsungelben” – kalandozásra invitálja az olvasót. A szerző járható utat (ösvényt) kíván vágni a dzsungelben: szándéka egyazon keretben értelmezni a kibertér és az online világ néprajzi és kulturális antropológiai kutatásának különböző elméleteit és módszereit. Munkája központjában többek között a terep és a terepmunka, a hipertext és a kollaboráció fogalma áll.

A 21. század elején a társadalom radikális átalakulásának következtében a társadalom- és kultúrákutatók egyre inkább azzal szembesülnek, hogy az emberek életében az online és offline világok, a valós és online személyiségek (vagy digitális identitások) a mindennapokban egymástól elválaszthatatlan, egymást kiegészítő, át- és felülíró komplex egységbe szerveződnek. A *Replika* jelen lapszámában az esettanulmányok sorát két olyan írás nyitja, amelyek egy alapvetően offline térben működő, de az online világban is otthonosan mozgó, azt nagyon használó, illetve felhasználó közösség bemutatására vállalkoznak. *Csáji László Koppány* egy a Kárpát-medencében 2008 óta szerveződő új vallási mozgalmat, a székelyföldi „dénés Próféta” közösséget vizsgálta az online etnográfia és a résztvevő megfigyelés módszerével. A tanulmány célja összehasonlítani a csoporttagok által az internet nyilvános terében közzétett tartalmakat a csoport személyközi és valós térben tapasztalható beszédeseményeivel és diskurzusaival. Az elemzés középpontjában azok a legitimációs technikák és tartalmak (narratívák és értékek) állnak, amelyek a csoportkonstrukció alapjaként a természetfeletti tartott hiteles, intenzív és hatékony kapcsolat igazolását szolgálják. *Vásárhelyi Ágnes* a hazai hardcore punk szubkultúrában végzett kutatása (résztvevő megfigyelés és diskurzuselemzés) segítségével mutatja meg, hogy a virtuális tér (és különösen a közösségi média) hogyan járul hozzá a szubkulturális gyakorlatok megújulásához, miként biztosít kedvező körülményeket a különböző szubkultúrák egymással, illetve a mainstream kultúrával folytatott interakciójához, és hogyan működik közre a szubkulturális kapcsolatháló folytonos újrarajzolásában. A szerző interjúrészletekkel és etnográfiai leírásokkal tarkított utazásra viszi az olvasót, amelynek során láthatóvá válik, hogy a magyar hardcore punkok hogyan egyeztetik össze szubkultúrájuk „csináld magad” szellemiségét és underground logikáját az internet szubkulturális célokra való felhasználásával.

A gyakran X, Y és Z (net-, bedrótozott és Facebook-) generáció névvel illetett, vagy a digitális bevándorlók és bennszülöttek (óslakosok) (Prensky 2001) közé sorolt korosztályokat többek között az online és az offline világhoz kapcsolódó praxisok is élesen megkülönböztetik egymástól. Az internet és egyéb infokommunikációs eszközök terjedése és használatuk általánossá válása a késő modern társadalomban a mindennapi élet számtalan aspektusát változtatta meg – generációnként eltérő módon – többek között a szabadidő eltöltésének módját, a médiahasználatot vagy a kultúrafogyasztási szokásokat. *Fekete Mariann* egy zenei ízlés és preferencia alapján szerveződő online közösség (a *Mindennapi klasszikusok* nevű blog és Facebook-csoport) szociológiai szempontú vizsgálatára vállalkozott. Az elemzésből megtudhatjuk, miként működik egy a klasszikus zenei kultúra köré szerveződő internetes „élményközösség”, mi jellemzi az internethasználat és a kultúrafogyasztási szokások viszonyát. A szerző, arra a kérdésre keresve a választ, hogy a kultúrát demokratizáló információs technológia terjedése milyen hatást gyakorol a szokásokra, megállapítja: az „internet önmagában nem tesz csodát” és nem képes a társadalom fizikai terében tapasztalható egyenlőtlenségek felszámolására.

Közismert, hogy a fiatal és fiatal felnőtt korosztályok egyre inkább távol maradnak a politikától, közömbösek vagy elutasítóak a közélet kérdései iránt. Dacára annak, hogy a 21. század elején a politikai kommunikációnak kifejezetten kedvelt eszköze az elektronikus média (e-mailek, videók, blogok és vlogok stb.), ami egyúttal kiváló témákat szolgáltat az interneten megjelenő folklóralkotásoknak. Az ifjúsági médiahasználat és a népszerű internetes paródiavideók összefüggéseit vizsgáló *Glózer Rita* azt állítja, hogy a direkt politikai kérdésektől távol maradó fiatal korosztályok esetében nem arról van szó, hogy nem érdekelné őket a politika és a közéleti véleménynyilvánítás. Korántsem, hiszen a fiatalok által készített, különféle humoros, parodisztikus stílusú, társadalmi és kulturális témákra reflektáló videók (a Pempi- és a hozzá hasonló videók) igenis a véleménynyilvánítás eszközei. Ezek „komolytalan”, ironikus formában, játékosan szembesítik nézőjüket (és egyben szerzőjüket) a késő modern mindennapok problematikus szociokulturális jelenségeivel, a klasszikus politikai véleménynyilvánítás alternatívájaként működnek.

A tematikus összeállítás utolsó három írásának tárgyköre az internet és a folklór, illetve a néphagyományok közötti összefüggések. *Domokos Mariann* és *Vargha Katalin* cikke egy összetett kutatási program részeként született, amelynek célja az elektronikus folklór vizsgálatának népszerűsítése a magyar folklórisztikában. Jelen írásban a szerzők a 2014-es országgyűlési és európai parlamenti választásokat megelőző kampányidőszakban keletkezett elektronikus folklórt elemzik. Ez nem csak izgalmas olvasmány a választásokhoz kapcsolódóan az interneten megjelenő folklóralkotásokról (például a kampányeseményeket kommentáló internetes mémekről), hanem számos módszertani tanulással szolgál az elektronikus folklórral foglalkozóknak. Többek között a megfelelő internetes felület kiválasztásának fontosságára, a mélyreható elemzés és a kutatás tárgyának meghatározása közötti összefüggésekre vagy a szerzőség és a forráskritika kérdésére vonatkozóan.

*Balázs Géza* a netfolklór több szempontú (például a netfolklór nyelvi létmódja, netfolklór és emlékezet) bemutatására vállalkozott, írásában a digitális korszak folklórjelenségeinek elméleti folklórisztikai, technológiai megközelítésével foglalkozik. Tárgyalja a netnyelv és netfolklór kapcsolatát, fontosabb kutatási területeit, valamint példákat hoz a digitalizált kultúra „folklórárchívumaira” és a kapcsolódó jelenségek terjedési módjára. *Vajda András* a népi kultúra interneten történő megjelenését és használatát elemzi, azt, hogy az internetnek

köszönhetően miként válik a népi kultúra és a helyi örökség a kortárs mindennapok részévé. A szerző arra hívja fel a figyelmet, hogy egyre inkább az internet válik a hagyományos kultúra és a kulturális örökség újabb hordozójává és közterévé, ezért érdemes azt megvizsgálni, hogyan használjuk fel az internetet a népi kultúra jelenünkbe való beépítésére, milyen örökség- és hagyományápoló politikák rajzolódnak ki az új médiában.

Az internetkutatások esetében különösen igaz, hogy nagyon vitatott az adatgyűjtés és feldolgozás etikája. A *The SAGE Handbook of Online Research Methods* etikai dilemmákat és kihívásokat tárgyaló fejezete (Eynon, Fry és Schroeder 2008: 23–41) az internetalapú adatgyűjtés három alapvető típusát különbözteti meg: az első a közvetlenül az egyénektől származó adatgyűjtés online módszerrel, a második annak esete, amikor a kutató a virtuális környezetben megfigyelhető interakciók elemzését végzi, és a harmadik, amikor az online domainek széles körű analízise a cél. Az etikai természetű problémák egyik klasszikus dilemmája – az offline térben végzett résztvevő megfigyeléshez hasonlóan – a megfigyelő identitásának felfedése, „láthatóvá tétele” vagy elrejtése (ezt a kérdést érinti *Mátyus Imre* tanulmánya is), például az online világbeli interakciók tanulmányozásakor. Az internetkutatások esetében rendkívül fontos a kontextusok iránti érzékenység (lásd például *Vásárhelyi Ágnes* írását a magyar hardcore punkok internethasználati szokásairól). A szakembereknek nemcsak azt az offline kontextust kell figyelembe venniük, amelyben a vizsgálat történik, hanem az egyes online kontextusok eltérő természetét is, hiszen az internet és annak használata különböző dolgot jelent különböző embereknek. Példának okáért, attól függetlenül, hogy az online játékok nyilvánosak, vajon helyénvaló eljárás-e a tudományos publikációkban felfedni a játékosok nevét (Eynon, Fry és Schroeder 2008: 26)? Az etikai dilemmák közé tartozik még, többek között, az online környezetben végzett kísérletek ügye, a privát-nyilvános közötti határok értelmezése és az annak megfelelő kutatási gyakorlat kérdése, vagy a szó szerinti idézés és az internetes visszakereshetőség következtében megsemmisülő anonimitás között fennálló feszültség.

Szijártó Zsolt az etnográfus Stefan Beck több mint tíz évvel ezelőtt (Beck 2000) megjelent beszámolójának bemutatásával kezdi tanulmányát. Beck, miután az ezredfordulón áttekintette a médiaetnográfiai jellegű kutatásokat, arra a következtetésre jutott, hogy azok igen szegényesek, alig találni köztük tudományos elemzést. Úgy tűnt, mintha az empirikus kultúrakutatás tudatosan távol tartaná magát ezeknek a jelenségeknek a vizsgálatától. Ez azért is különösen furcsa – hangsúlyozza Beck és az ő nyomán Szijártó is –, mert:

az etnográfiai-antropológiai kutatások látóterébe gyakran kerülnek olyan társadalmi csoportok, melyek mindennapi életében a médiahasználat kiemelt szerepet játszik. A különböző migráns csoportok, a diaszpórák közösségei, a szubkultúrák életmódjának, szokásrendszerének bemutatása gyakorlatilag elképzelhetetlen az egyes médiumokhoz fűződő kapcsolataik bemutatása és értelmezése nélkül (Szijártó 2015: 13).

Úgy véljük, ma már bátran állítható, hogy többek között az etnográfia és antropológia is feladta a kibertér, az internetes kultúrák és közösségek, továbbá a médiumrendszerek megismerésére vonatkozó tartózkodását, és számtalan kutató tekinti kikerülhetetlennek az online világok tanulmányozását. Ez teljes bizonyossággal kijelenthető, legyen szó akár arról, hogy az online valóságot a terepmunka helyszínéként értelmezik, vagy akár arról, hogy az internet és a közösségi média nyújtotta lehetőségeket a szakemberek az adatgyűjtés módszereként hasznosítják, mint például a virtuális etnográfia és az online fókuszcsoport vagy az egyéb

kvantitatív és kvalitatív online kutatási módszerek esetében. A hazai tudományosságban is tapasztalható nyitásnak ékes bizonyítéka a *Replika* legújabb tematikus száma, melyet kezében tart a kedves olvasó.

### Hivatkozott irodalom

- Beck, Stefan (szerk.) (2000): *Technogene Nähe. Ethnographische Studien zur Mediennutzung im Alltag*. Münster: Lit.
- Eynon, Rebecca, Jenny Fry és Ralph Schroeder (2008): The Ethics of Internet Research. In *The SAGE Handbook of Online Research Methods*. Nigel Fielding, Raymond M. Lee és Grant Blank (szerk). London – Los Angeles: Sage, 23–41.
- Prensky, Marc (2001): Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon* 9(5): 1–6.
- Szijártó Zsolt (2015): Irányzatok és korszakok a médiaetnográfia kutatásában. *Replika* (90): 13–25.