

Havasi Tamás

Az internet szerepe a fiatalok identitásának alakításában

A szerző a virtuális és a valódi „vizuális önreprezentációs kelléktárat”, az interneten történő bemutatkozások és a fiatalság identításalakulásának összefüggéseit vizsgálja. Áttekinti az elektronikus identitásépítés lehetőségeit, annak szabadságfokát, illetve a visszajelzések szerepét az önreprezentációban. A bemutatott példák elméleti háttérükkel körbejárják az ifjúság énképének alakulását, típusait, fejlődését, illetve annak különböző típusú elektronikus reprezentációját.

BEVEZETÉS

A posztmodernkor fiatalsága az „identitáskialakítás” tekintetében dinamikusan alkalmazkodik a folyamatosan változó lokális és globális világ kihívásaihoz. De a pedagógia és a pedagógusok számára is elengedhetetlen a fiatal korosztály kulturális, szubkulturális specifikumainak, a szocializáció elemeinek a megismerése, hiszen a hatékony ismeretátadás feltétele a diákokat érdeklő problémákra, tevékenységekre épített tanítási, tanulási folyamat szervezése, az ezen keresztül megvalósuló komplex személyiségfejlesztés.

A fiatalok életstílusához igazodó pedagógiai eszköztár kialakítása mellett a másik analizálandó vetület a digitális kompetencia nagy szabadságfokú használata, amely szinte az élet minden területén alapkövetelménnyé vált (társadalmunkban). Sokan és sokféle kutatási módszerrel vizsgálják a kompetencia működését, az elektronikus környezet hatásait. Vitatják, illetve üdvözlik a virtuális terek különféle lehetőségeit, tartalmainak sokféleségét. A többféle tudományterületről való közelítés¹ eredményei multidiszciplináris összegzéseket tesznek lehetővé, ugyanakkor elbizonytalanítják a vizsgálódót, s vezérfonalak használatára kényszerítik. Így vált megközelítem fonalává a digitális kompetencia, vizualitás és az identitás az elektronikus médiumok összefüggésében.

Az általam elemzett jelenség az ifjúság énképének változása, fejlődése, még inkább annak tükröződése az elektronikus médiumok tereiben végzett reprezentációs gyakorlatban. Hiszen önmagunk megfogalmazása, képviselése, reprezentálása koronként változó

¹ Technikai, szociológiai, antropológiai, pedagógiai, pszichológiai, történeti, filozófiai, narrativisztikai, kommunikációelméleti, szemiotikai, reprezentációelméleti, médiaelméleti, művészetfilozófiai, sőt biológiai, neurológiai stb.

társadalmi nyilvánosságot is biztosít számunkra. A virtuális színpadokon történő változatos bemutatkozás újabb és a valódiaktól eltérő módon szerveződő közösségekkel való szembeállításra ad lehetőségeket.

A tanulmányban vizsgálom a virtuális és a valódi „vizuális önreprezentációs kelléktárat”, az interneten történő bemutatkozások és a fiatalság identitásalakulásának összefüggéseit. Érintem az elektronikus identitásépítés lehetőségeit, annak szabadságfokát, illetve a visszajelzések szerepét az önreprezentációban. Feltételezem, hogy az aktív felhasználók gyakorlathoz jutnak az önreprezentációban, „kelléktáruk” kialakításában, magabiztosabbak lesznek, valamint gyakorlatot szereznek mások (pozitív és negatív) reprezentálásában.

GYEREKEK ÉS FIATALOK A VILÁGHÁLÓN

Az új médiumok (digitális, kommunikációs: internet, mobiltelefon) új kommunikációs lehetőségeket, tereket, térélményt, testhasználatot, új és más elveken szerveződő közösségeket nyújtanak a felhasználó fiatalságnak. A médiumok rendszeres használata által a valóság (feltételezve, hogy a virtualitás is a körülöttünk lévő valóság része), de elsősorban önmagunk megismerésének új lehetőségei vannak születőben. Önmagunk megismerését a végezhető tevékenységek alternatíváinak széles skálája támogatja. Az internet szinte bármilyen emberi tevékenységet virtualizált már, a vásárlástól a szexig, a kutatástól a lázadásig. Kapcsolatot tartunk, üzletet kötünk, információt cserélünk, idegenekkel találkozunk, identitáskísérleteket végzünk, szerepeket és szerepjátékokat játszunk. A médium a szocializálódás egyre kiemeltebb helyszínévé lép elő.

Az internet klasszikus tömegkommunikációs, „én írom, te böngészed” kora lezárult. A tizenévesek és fiatalabbak számára vonzóbbak az interaktivitás, az új tartalmak előállításának lehetőségei, az aktív közösségi tartalmak, a globális cselekvés (és annak online szervezése smart-mob, flash-mob). Az identitáskísérletek, szerepjátékok gyakorló pályái a közösségtérképező és a saját honlapok, a fotómegosztó, kereső-, médiamegosztó portálok (flickr, odeo), online naplók (blogok), videomegosztó vlogok (youtube), valamint a három dimenzió illúzióját nyújtó grafikus világok, melyek természetüknél fogva más és más reprezentációs szabadságot, lehetőségeket biztosítanak a felhasználónak.

A virtuális terek további vonzereje, hogy a felnőttek kizárásával is működik. Míg a tizenévesek és az idősebb korosztály „csak” aktív internethasználók, addig a fiatalabb generáció már olvasástudás nélküli internetbirtokló, autonóm kereső, tartalommegosztó, tartalom-előállító, zenekeverő, videoszerkesztő, mely tevékenységek eredménye új „kulturális” javak termelése lehet. Mindezek mellett aggasztó lehet a felnőttek egyes csoportjainak szolgáltatott, a többség által szélsőségesnek tartott politikai, gazdasági, szexuális stb. tartalmak elérése, illetve a felnőttek által be nem járható utak ismerete, melyeket nem pótolnak a felnőttek által nyújtott ellenőrzött, de szűkre szabott, frissítetlen információk (sulinet, egyszervolt.hu).

A neurológusok, neuropszichológusok más veszélyekre is felhívják a figyelmet. A veszélyes tartalmakról történő „haszontalan” viták helyett egy sokkal aggasztóbb problémával kellene törődnünk, a képernyő előtt eltöltött idő neurológiai következményeivel. A virtuális tapasztalatokkal ugyanis nem pótolhatók a valódiak, így a gyerekek testtudata, testérzete és mozgáskoordinációja, annak agyi neuronhálózata a sokszoros megerősítések hiányában nem alakul ki megfelelően (NEMES 2009).

KULTÚRA, SZOCIALIZÁCIÓ ÉS IDENTITÁSÉPÍTÉS

Az egyén szocializációja során építi fel, fogalmazza meg önmagát, belenő a társadalomba, miközben elsajátítja és továbbadja a kultúra különböző elemeit, szerepeit. A személyiség formálódása közben formál másokat, közvetíti a kultúrát. A közvetítés „tárgyai” pedig az egyéni arculat és a kultúra különböző elemei, melyek a tárgyalt médium közvetítésével átformálják a Föld „kulturarcukat”, és bővítik a szocializáció színtereit is. A közvetített „kultúra nemcsak az egyik fontos, de a legfontosabb társadalommeghatározó tényező” – tolmácsolja B. Malinowskit Angelusz Erzsébet (ANGELUSZ 1984, 13.). A változások eredményeképpen az új médiumok közösségi „tereiben” megjelennek, illetve körvonalazódnak az akkulturáció, dekulturálódás, ellenkulturális megnyilvánulások és a különböző szubkultúrák.²

Általánosan ma is elmondható, hogy „önmagunk meghatározásának az egészséges pszichoszociális fejlődés szerves része” (ATKINSON–HILGARD 2005, 126.). Ez a korszak korábban és most is a „szerepkísérletek”, viselkedésformák, érdeklődési irányok és ideológiák felfedezésének időszaka (Erikson). Ezek a folyamatok hajdan, az internet előtt egyszerűbben alakultak. „Az egyszerű felépítésű társadalmakban, ahol kevés az azonosulási modell, és a szerepek száma is korlátozott, az identitás kialakítása viszonylag könnyű. A miénkhez hasonló, bonyolult és gyorsan változó kultúrákban azonban a serdülők előtt nehéz és hosszú út áll.” (ATKINSON–HILGARD 2005, 126.)

Ebben a kiemelt viszonyrendszerben a fiatalok vizuális és verbális identitásépítésének fontos elemei az alkotás, a megfogalmazás, a reprezentálás, a szembesítés, melyek az elektronikus hálózati fórumokon, színtereken intenzíven, többféle metódusban, új lehetőségekkel vannak jelen. Az utóbbi egy-két évtizedben megnőtt az internet és a média jelentősége a nevelésben, miközben a hagyományos kultúrák közvetítési csatornák – család, iskola – szerepe csökken. Önmagunk megfogalmazásának korábbi (verbális, manuális és optikai) lehetőségei bővülnek, és az önreprezentálás hétköznapi, gyakorló helyszínévé válik a virtuális tér, segítve valahogyan az eligazodást a különböző szerepek között az élet különböző területein (szexualitás, családi, iskolai, hivatásbeli, ideológiai). A „színpadok” nyújtotta változatos kontextus következménye, hogy a verbális és „vizuális önreprezentációs kelléktár” elemei folyamatosan változhatnak, feltételezve az egyre jobban felhasználóbaráttá váló helyszíneket és a

2 A szubkultúrák egy társadalom jellemző kultúrájához viszonyított kisebb kulturális egységek, alrendszerek (ANGELUSZ 1984). Nem szubkulturális értelemben, de átfogó alrendszerként meghatározható a gyermekkultúra, illetve az ifjúság kultúrája is. Ez lehet a gyermekek, kamaszok, fiatalok számára alkotott, közvetített, válogatott kulturális javak és ellátások rendszere, de lehetnek az általuk szervezeten vagy spontán létrehozott, közvetített kulturális értékek is.

felnövekvő generáció javuló készségi szintű technikai ismereteit. A könnyű változtatás és az állandó szembesítés a közösség tagjai részéről sajátos dinamikát kölcsönöznek a vizuális arculat formálásának. Csábító lehetőségünk van az önmagunkat bemutató modulok (fotók, írások, mozgóképek) cserélgetésére, csiszolására. Olyan önreprezentációs, reprezentációs képességekre tehetünk szert, amely a valóságban vagy más médiumokon keresztül nehezebben fejleszthető. Kérdés viszont, hogy van-e lehetőség az alkalmazásukra a nem virtuális, valós térben. Véleményem szerint igen, ezek a képességek alkalmassá teszik az egyént a jelen társadalmi viszonyai között felgyorsult „image-iparágaknak”, a média igényeinek a kielégítésére és a különböző célokból elkészített portfóliók rutinszerű alakítására is.

Az önreprezentáció és vizuális összetevői

Az önmagunkról alkotott képet, illetve az önmagunkról mutatott, láttatott képet sokan, sokféle módon vizsgálták, vizsgálják. Az identitás meghatározható úgy is, mint az a kép, „...amelyben elfogadott önmagamot felismerem, vagyis amelyet önképemnek ismerek el...” (KONCZ 1994). Az énkép és összetevőinek alakulásáról, ontogeneziséről sok forrás nyilatkozik. A serdülőkor kiemelt szerepe (ELKIND 2006) sem vitatható az énkép alakulásában, melynek végén az énkép stabilizálódik: „valahol 12 és 18 éves kora között mindenki átéli a bábból lepkévé válást, az egyéniség, a jellem kialakulásának fájdalmasan szép korszakát” (idézi Kozéki Bélát KONCZ 1994).

„Az önreprezentáció három eleme: az *aktuális énkép* (azok a tulajdonságok, amelyekkel éppen jellemezzük magunkat), az *ideális énkép* (tulajdonságok, amelyeket birtokolni szeretnénk) és a *kell(ene) énkép* (tulajdonságok, amelyekről azt gondoljuk, hogy kell, illetve kellene birtokolnunk); utóbbi kettő képezi a lehetséges énképet. Míg a reális énkép az aktuális énképnek felel meg, addig az ideális és a kellene énképek az ún. lehetséges énképeket jelentik, azt, hogy a személyek miképpen vélekednek saját lehetőségeikről, milyenné szeretnének válni, illetve milyenné kellene válniuk.” (TÓKOS 2005) A megnevezett énképeket a szociális kapcsolatok, a kölcsönösen működő kommunikáció során alakítjuk ki, családtagok, példaképek, bizalmasok, barátok, de akár egy virtuális közösség tagjai mint külső hatások csiszolhatják, formálhatják azokat. Céljaink (kell/ene/énkép), vágyaink (ideális énkép) mint változó belső vezérelvek mozgatják a folyamatot. Az „identitáskrisis” (Erikson) rövid, de aktív szakaszában a más-más szocializációs színtereken más normáknak, szabályoknak, más közvetítő személyeknek kell megfelelni. Minél jobban egybeesnek a szülők, tanárok, barátok, ismerősök által közvetített különböző típusú értékek, annál problémamentesebb az identitáskeresés. Az énképben az aktuális és ideális énelemek a serdülőkor alatt módosulnak s végül harmonizálódnak az integrált énfogalom kialakítására tett kísérletek, szerep-, és viselkedésp próbák során. A fiatal személyiségre jellemző a testi és szexuális érettség kialakulása is, melynek az átlagostól való eltérése (korai, késői érés) összefüggésben van a testi külsővel való elégedettséggel (WILLIAMS–DUNLOP 1999). Az identitáskeresés közben korszakonként változik az érdeklődés és az igény az önismeret, az önreflexió iránt. Az önértékelés végül pozitívabb lesz, mert az ideális és a reális én közötti különbség csökken. „Az



1. ábra: Oros Katalin vizuális kommunikáció szakos hallgató önreprezentációs diplomamunka-projektje (Nyíregyházi Főiskola, 2008)

Identitásunk többféle eszközzel közvetve, illetve közvetlenül mutatható be vagy reprezentálható. Verbális módon megfogalmazhatók, általunk gyűjtött, válogatott, készített, tárgyakkal, képekkel vizuálisan is bemutathatók a tulajdonságaink és az, amit azokból láttatni szeretnénk. Ezúttal a vizuális elemek identitáskifejező lehetőségét vizsgáljuk mélyebben. Különböző típusú, mozgó- és állóképekkel ábrázolhatjuk külsőnket, de bemutathatjuk kapcsolatainkat, belső tulajdonságainkat, értékeinket, vágyaink, büszkeségünk tárgyát, szeretteinket, „egodokumentumainkat” stb. (1. ábra).

A hálózat önreprezentációs jelentősége abban áll, hogy a bemutatott vizuális és verbális lehetőségeket azonos helyszínen, ötvözve alkalmazhatjuk, miközben, ha szándékunk úgy kívánja, „valódi énünk” rejtve maradhat. Az interneten, csakúgy, mint a valóságban, kedvő színben (a szerintünk ideális ént) szeretnénk bemutatkozni, jó benyomást kelteni, hogy számunkra értékes kapcsolatokat teremthessünk. Digitális „fényképalbumunk” tükrözheti énképünkkel való elégedettségünk fokát is (önreflexió), és megjelenítheti énídeálunkat, példaképeinket is (2. ábra).



2. ábra: Kompozíció egy közösségi oldal vizuális kommunikáció szakos hallgatók kezdőképeiből, melyek példaképekkel, énídeálokkal reprezentálnak.

önértékelés természetesen mindkét nemnél és az etnikai csoportoknál is a szülői elismeréstől, a kortárskapcsolatoktól, az iskolában elért sikerektől és a beilleszkedéstől függ (DuBois et al., 1998, idézi ATKINSON–HILGARD 2005). Mindez kiemésül egy nehezen meghatározható (és folyamatosan változó) virtuális közösség hatásaival, amelynek tagjait nem a koruk, földrajzi helyük, esetleg nyelvük, hanem egy téma, az érdeklődés vagy rajongásuk tárgya köti össze őket. A bizonytalan, korlátozott benyomásokra épített virtuális kapcsolatok mégis meghatározóak lehetnek, ha a valódi szociális kapcsolatok önszántunkból korlátozva vannak, vagy korlátozódnak. A kapcsolatok szempontjából fontos benyomások kialakítása így középpontba kerül.

Hálózati önreprezentáció

A vizuális önreprezentáció rendszeres gyakorlata a technikai hiányosságok és a korlátozott lehetőségek miatt a tömegmédiumok megjelenése előtt az arisztokraták, gazdag polgárok, illetve művészek privilégiuma lehetett. Akár a kunstkammerekre (csodakamrák)³ vagy a festők önarcképeire gondolunk (3. ábra). A lehetőségek bővülését egy új médium, a fotó megjelenése, hétköznapi elterjedése indította el, de a digitális-kommunikációs médiumok (elsősorban az internet) szélesítették ki a mai értelemben. A demokratizálódás nemcsak a társadalmi rétegek között, hanem a családban is lezajlott. Napjainkra a digitális telefonok és kamerák a fiatalabbak számára gyakorolhatóvá teszik az önreprezentáció vizuális formáit is.

Az internet fotóalbumok, portfóliók dinamikusan alakítására ösztönöz (4. ábra), de megenged olyan lényeges változásokat is a „személyiségünkön” (személyiségünk virtuális kiterjesztésén), amelyenre eddig nem vagy csak kevés lehetőségünk volt, például korunk, nemünk „átalakítására”.

Az online önreprezentációs eszközök különböznek a valóságtól, ahol jó benyomást keltetünk magabiztossággal, szemkontaktussal; online ezt nem tehetjük, a cél azonban mindig a kedvező benyomás kialakítása. Az online bemutatkozások a már említett virtuális színpadokon történhetnek. Ilyen színpad például az elektronikus levelezés, a vitafórumok (szinkrón, aszinkrón), a mud (multiuser dungeon) szöveg alapú virtuális realitások, a közösségtérképező honlapok (fotó) és egyéb grafikus alapú, több résztvevős metavilágok, hálózati játékok.

A továbbiakban az interneten folyó önreprezentáció különféle műfajait veszem sorba.



3. ábra: Reprézantáló tárgygyűjtemény (csodakamra)



4. ábra: Rajz szakos hallgató közösségi honlapján korábban (fent) és később (lent) feltöltött képei a képválasztás változását, technikai igényességét mutatják be.

³ A csodakamrák kijelölt helyre összegyűjtött tárgyak halmaza, amelyek válogatásuk révén gyűjtőjüket reprezentálják.

Verbális reprezentációk az interneten

A nyelvi reprezentációban (a médium sajátos szövegei következtében), például egy levélváltásban az első benyomás szerepe felértékelődik, nincs idő egymás mélyebb megismerésére. E-mail címünk és a fórumokon begépelte mondataink ugyanúgy információt közölnek rólunk (pl.: kemenycsavo82@freemail.hu). A vitafórumokon használt emotikonok ☺ és nyelvi „lágýtók” érzelmeket, véleményt próbálnak csempészni a virtuális önreprezentációba, de céljuk a szöveg legnagyobb mértékű tömörítése is. Nyelvi „lágýtók” (tétovázás, bizonytalanság kifejezése) például az angol⁴ imho (in my humble opinion - szerény véleményem szerint) vagy a btw (by the way - erről jut eszembe), illetve a magyarulban „jesszmária”, vok (vagyok), szvsz (szerény véleményem szerint), jó8 (jó éjszakát), sztem (szerintem).⁵

A kevés információ következtében hűvösebbek, közömbösebbek és feladatorientáltabbak vagyunk, mint valójában, hiszen ebből a kommunikációs formából hiányoznak az árnyalt érzelmeket közvetítő jelek. Hiltz és Turoff szerint a közvetlen kommunikációban jobban egyetértünk, online feszültebbek, egyet nem értőbbek vagyunk. Rodney Fuller szerint pedig a személyes kapcsolat nélkül túlbecsüljük a célszemély struktúra- és rendigényét a spontaneitással szemben, és kevésbé törődünk az udvariassággal (WALLACE 2006).

Solomon Asch benyomásvizsgálatai szerint kevés jel (arc kifejezés, testtartás, gesztus stb.) is elég a hagyományos kommunikációban részt vevők értékeléséhez, ahhoz, hogy megállapítsuk például, hogy valaki hidegszívú, melegsívú. De ezek az online érintkezésben nagyrészt hiányoznak, így a közlés kognitív gazdaságosságának elve, azaz a szükséztűség érvényesül a benyomásalakításban. Fiske S. T., Taylor, S. E. szerint a benyomásalakítás hullámvasút jellegű a hálón, melyben bizonyos jelzéseket túlértékelünk, és első benyomásunkat nehezen bíráljuk felül. Aktívan használjuk az általunk ismert sztereotípiákat, kategorizálunk kor, nem, nemzet, rassz szerint. A szöveg alapú (szerepjáték jellegű) virtuális világokban (MUD) a helyszín vagy önmagunk érzékletes leírására van lehetőség, a játékosok így megalkothatják önleírásukat is (WALLACE 2006).

Grafikus, képi reprezentáció

Goffman színpadi és valóságos megjelenést elemző kutatásai szerint a grafikus önreprezentációban óriási energiákat fektetünk a jó megjelenésbe a reprezentáció minden szintjén, így az interneten is fő szándékká válik ez a törekvés. A képek síkjában fotóinkkal, a háromdimenziós világban kreált vagy választott „jelmezünkkel” (avatar) jelenhetünk meg. Ez a

4 Az angol „sms-nyelv” vagy chat-nyelv” fordításához szótárt is készítettek az interneten szülők számára: <http://www.lingozword.com/translate.php>

5 Többféle érdekes párhuzam, illetve asszociáció is kínálkozik a nyelv hasonló egyszerűsítéseire: Az újmagyar mesterséges nyelv, melyet Romhányi József A Mészga család történeteiben használ a 30. századi Magyarországon, a magyar nyelv új formájaként. kapcs ford (kapcsolok fordításra), dermel, hifa (derűs, meleg; hideg, fagyos), ak nyav (Akarja a nyavalya!). A másik párhuzam a fejfa- és sírfeliratok esetében a szűkös helyen, a rokonság fájdalomának kifejezésére vonatkozó rövidítések: ABFRA (A Boldog Feltámadás Reménye Alatt), BP (Béke Poraira).

jelmez (melyet talán egyetlen dologként birtokolhatunk a kibertérben) legtöbbször nem áll távol a valódi identitástól vagy az éniideálunktól (bővebben a Grafikus reprezentáció három dimenzióban című fejezetben).

A többség számára elérhető lehetőség, hogy sík képekkel képviseltesse magát a közösségi (közösségtérképező) honlapokon vagy egy saját honlapon. A technikai lehetőségek, internet-hozzáférés és a képek, esetleg animációk, videók elkészítéséhez, feltöltéséhez szükséges digitális kompetencia a vizsgált korosztály egyre nagyobb részének a rendelkezésére áll. Ez a színpad mintegy hirdetőtáblaként használható, melynek szándékolt célközönsége nem egyezik meg a potenciális nézőközönséggel, kiszámíthatatlan, illetve folyamatosan változó. Példaként az iskola tanári szobájában, két tanár között egyre többször elhangzó mondatot említhetnénk: „Láttad, hogy milyen képet töltött fel magáról? Nem is gondoltam volna róla!”

A képek és a nyelvi lehetőségek kombinálásával holisztikus bemutatkozásra törekszünk (5. ábra). Az információk minden csatornája (kép, mozgókép, hang, szöveg stb.) alkalmas arra, hogy önmagunkat teljességre törekedve bemutassuk; kísérletezési lehetőséget biztosít önmagunk reprezentálására, „vizuális reprezentációs kelléktárunk” csiszolására, folyamatos alakítására (6. ábra). A bemutatott példánál megfigyelhető a reprezentáló képek számának változása, illetve bizonyos elemek jelentőségének növekedése, letisztulása, a képminőség javulása. A 6. ábra többéves eltéréssel mutatja be a második esetben már végzett, munkába állt hallgatót, aki talán identitásának alakításában is a kiegyensúlyozottabb fázisba lépett, így válogatott képei is stabilabb, letisztultabb személyiséget tükröznek.

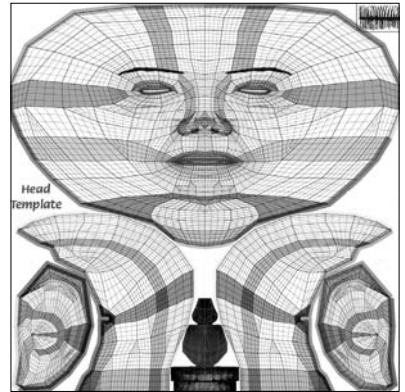
A változó identitás fázisában segíti az alakítást az állandó visszajelzésekre való reagálás lehetősége is. Bemutatkozásunk szembesítése mellett nézőként mások bemutatkozására is reflektálunk, így befolyásolva „virtuális közösségünk” tagjainak szocializációját. Nemcsak a nézőközönség köre behatárolhatatlan, hanem a megjegyzéseket, véleményeket írók csoportja is. Ezek között vannak valódi ismerősök, de ismeretlenek is lehetnek a hozzászólók. Reagálásunk az adott visszajelzésekre rajtunk múlik, s befolyásolhatja, hogy mennyire fogadjuk el az adott véleményt. Ezt pedig a valódi kapcsolatok milyensége is jelentős mértékben módosítja (7. ábra).



5. ábra: Példa a holisztikus bemutatásra. A kevés kép ellenére, a válogatás egyfajta változást, fejlődést kíván bemutatni.

A kép (avatarunk képe) félrevezetőbb, mint a szöveg alapú mudokban (szöveges szerepjátékok). A vizuális információ erősebb hatású, pedig tudjuk, hogy „hamis” képet kapunk általa a másik felhasználóról. Az adott helyzetben nem támaszkodhatunk másra, mint a benyomásra, amelyet a kiválasztott avatar tesz ránk (hiszen mi választjuk), illetve figyelhetünk a másokra gyakorolt hatás irányítására is.

A Virtual Realitybe belépők „digitális bevándorlókra” és „digitális bennszülöttekre” oszlanak a felhasználók jelmeztválasztási rutinja alapján. A „digitális bevándorlók” több klisé és közhelyszerű kombinációt alkalmaznak a reprezentációjukban, de a lehetőségeik is korlátozottabbak például a Second life-ban (8. ábra). A világ egyik legnépszerűbb virtuális terében hétről hétre több millió játékos játszik és fejleszti valamilyen asszociációs összefüggések révén az önmagát reprezentáló saját karakterét (9. ábra).



8. ábra: Míg a Second Life-ba próbafelhasználóként belépők csak 12 féle megjelenés közül választhatnak, addig a „bennszülöttek” megalkothatják saját avatarjukat.



9. ábra: Megjelenések a Second Life-ban (vásárlás és társas kapcsolatok)

„Másvolt Ének” a virtuális környezetben

Az eddigi megközelítésben virtuális testünk, imázsunk mint szabadságaink újraformázásának lehetősége jelent meg. Az identitáshoz kapcsolódva jelenik meg egy másik „jelenség”, a kibertérre jellemző „személyiségkomplexek”, az ún. multiplex személyiségek. A multiplex személyiségeket az online virtuális adattest sajátos lehetőségei hívják „életre” (DANY 1995).

A kibertérbe belépő virtuális testünkkel új ismereteket szerezhethetünk saját testünkre vonatkozóan. Egy valóságban kevésbé használható billentyű- vagy joystick-navigációval irányíthatunk egy virtuális testet, amely inkább irányítási képességeinket fejleszti, mintsem egy másik test mozgatásának érzetét nyújtja. A virtuális és valódi érzetek keveredése – például a látóközpontban – nehezen ellenőrizhető jelenség, ahol mindkét érzettípus azonos agykérgi asszociációs kapcsolatokhoz rendelődik hozzá.

Ez a technológia hatásainak olyan pontja, ahol a médianevelésnek szerepe lehet a jövőben. Amikor a technológia mindennapi életünk része lesz, a még kialakulatlan személyiségeket segíteni kell a „veszélytelen”, kritikus felhasználás felé (hogy „függőség” ne alakulhasson ki) korlátozva az online eltöltött idő mennyiségét is. *Michael Heim* szerint elképzelhető, hogy valamilyen mértékben az „általunk viselt protézis képére formál bennünket a gép”⁶. Ez a mérték valószínűleg a személyiség, illetve annak stabilitása, véglegességének függvénye. Ilyen szempontból tehát a vizsgált korosztály a bemutatott identitáskrizissel a veszélyeztetettek közé sorolható.

A kibertér különféle virtuális testek váltogatására ad lehetőséget. Ezek a választható adattestek más és más mozgási lehetőségeket, tapasztalatokat nyújtanak. Ezekkel virtuális identitást is választhatunk magunknak. Ezt kihasználva a szabadidőipar új ága van kialakulóban; a „pótidentitás-ipar” az „identitások közötti szökdecselés iránti vágyat” aknázza ki (DANY 1997, 152–162.; Gondolat-Jel, 1995, 8–24.). Az egyik először alkalmazott lehetőség az identitásváltásra a virtuális realitásban, hogy nemet válthatunk. Ezt visszavezethetjük akár a „textuális transzveszticizmusra” is, amelyet már a nőként levelet író középkori szerzetesek is űztek, így ez nem csupán a technológia sajátossága, de a hálózat támogatja a lehetőségek széles körű kombinációját. A különböző kultúrák más-más elvárásokat támasztanak a nemek személyiségjellemzői, szerepei, társadalmi viselkedése iránt (ATKINSON 2005). Az elvárt viselkedési normák az interneten más módon alakulnak, hiszen a test is választható, és a követendő normákat is az adott virtuális színpad határozza meg. Mindez a kialakulatlan identitású személyek számára zavart is okozhat az igazodásban, illetve nagyon eltérhetnek a valódi szocializációs színterek elvárásaitól, megnehezítve az értékek azonosítását, egységes képpé kovácsolását. „Sok vélekedés, szerep és viselkedésmód ’felpróbálható’, módosítható, illetve elvethető az integrált énfogalom kialakítására irányuló

6 Vö.: A cybertér erotikus ontológiája (HEIM 1997, 133).

próbálkozások során.” (ATKINSON–HILGARD 2005, 126.) Reális lehetőség tehát, hogy végül a valóságtól eltávolodva, egy virtuális közösség normái, szerepei maradnak dominánsak, vagy esetleg „személyiségkomplexek” is kialakulhatnak.

A felhasználók lehetőséget kapnak önmaguk újrateemtésére, demokratizálva a vizuális imázt a negatív sztereotípiákkal sújtott csoportok tagjai esetében is. Különösen a testükkel meghatározott csoportokra vonatkozhat ez a megállapítás, például a nőkre (Júlia Kristeva szerint testükbe börtönzött emberpéldányok), színes bőrűekre, fogyatékosokra, betegekre, valamint a többség szexuális szokásaitól eltérő személyekre. A valóságban ilyen módon elnyomottak a szabadság ígéretével lépnek be a kibertérbe (NEMÉNYI 1994, 163–170.). A félénk vagy más nemi, politikai, ideológiai identitású fiatalok a védelmet nyújtó avatar mögé bújhatnak. (A hálózaton egyes vélemények szerint a nők többnyire a nemkívánatos küldeményeket kerülik el férfinak álcázva magukat.)

A multiplex személyiségek virtuális valósággal való összefonódása⁷ lehetőséget ad a „bűnözésre” a kreált identitások „leple” alatt. Lássunk egy ilyen példát részletesebben is!

Dany írása nyomán megismerkedhetünk néhány, csak a világhálón azonosított személyiséggel. Ilyen például a hírhedtté vált 'Vito' identitás-gyűjtőnév alatti „online terrorista”. Vito ingyenes CD-ken különféle online identitásokat eszelt ki és terjesztett az amerikai Prodigy hálózaton. „Egy vizsgálat során a Prodigy megállapította, hogy Vito egyedül a Diesel jelszó használatával több mint ötven nem egzisztáló hitelkártyát talált ki, és ezekkel fizetve a hálózat nőnemű felhasználóit obszcén levelekkel bombázta.” (DANY 1997, 158.) Így nem létező hitelkártyákkal több ezer dollárnyi online időt használt el. A máig le nem zárt nyomozások egy dr. Johnsonhoz vezettek, aki VITO-LOW rendszámú autót vezetett.

Dany szerint érdekes párhuzam vonható Billy Milligan, egy multiplex személyiség (24-féle identitás) identitásrendszere és a Windows felépítése és működése között. A Windows ablakrendszer működését a multiplex személyiség identitásai közötti kapcsolat ihlette. Amikor Billy-identitás (mag Én, eredeti Én, gazda Én) elalszik, a spotra egy magát Davidnek nevező identitás lép, s így váltják egymást a többiek is. A spot egy identitásszínpad, amelyet mindig az identitások egyike foglal el. Azért cserélgetik egymást, hogy a programmagot életben tartsák azáltal, hogy nem engedik felébredni Billyt (DANY 1997, 159.). A többi identitás csak úgy működhet, ha az eredeti Én ki van kapcsolva.

Adilkno egy másik online személyiséget is említ. Az általa bemutatott 'Datadandy' egy tiszteletlen (gúnyos, mértéktelen, lázadó) „személy”, aki bárhol megjelenhet, el is tűnhet játékokban, internetes kávézókban (Gondolat-Jel, 1995, 5–7.). Nárcizmusát és egoizmusát példázza, hogy a képernyőt a „piperetükrének” tartja, de létét csak a hálózat nyitott struktúrájának köszönheti. Itt harcol a „digitális emberi jogok korlátatlan expanziójáért” (Gondolat-Jel, 1995, 6.), a hálózati demokrácia kiterjesztéséért, így személyiségének létéért és szabadságáért.

7 Például a banki tranzakciók interneten történő végrehajtása, az információkkal való visszaélés és a még nem megoldott felelőségre vonás is ilyen probléma, melynek ecsetelése messzire vezetne.

ÖSSZEGRZÉS

A bemutatott példák elméleti háttérükkel körbejárják az ifjúság énképének alakulását, típusait, fejlődését, illetve annak különböző típusú elektronikus reprezentációját. Virtuális önmagunk, látványunk megteremtése, önreprezentációs gyakorlatunk rendkívül hasznossá válhat a mai társadalmi viszonyok között, hiszen lépten-nyomon az image-termelés ipari méreteket öltő hatásával találkozhatunk a média- és a „sztárvilágban” is, azok értékítéletétől függetlenül.

A hasznosság mellett a korosztály énképének stabilizálódása, identitáskrizise a nem megfelelő, valódi társadalomtól eltávolodó értékorientációt is eredményezhet.

A közösségi honlapok több millió felhasználót bemutató adatbázisában az érintett korosztály naponta csiszolgathatja, célorientáltabbá teheti saját vizuális és verbális imázsának elemeit. A fotófeltöltés és a viszontreakciók lehetőségét vizsgálva, az ilyen hatásra történt módosítások az önreprezentációban az első benyomáskeltés sikerességét növelik, valamint védettebbé is tesznek a médium hatásaival szemben (médianevelés). Azonban nemcsak a külső hatásra történő változtatás lehet érdekes, hanem az identitás alakulásával annak változó reprezentációja is vizsgálható. Az internet ilyen lehetőségeinek népszerűsége, a motivációkat kutatva az okok között a korosztály önkifejezésének médiumaiban történő változást is említhetjük. Ez lehet a „rajzfejlődési törés”-ként említett folyamat eredménye, a tizenéves kor elején tapasztalható manuális teljesítményromlás (pszichomotoros képességének határához érve), a rajzolási kedv csökkenése (KÁRPÁTI 2005). Az új médium a digitális kompetencia birtokában pótolhatja vagy betöltheti a korábbi eszközök és képeségek szerepét.

Az elektronikus portfóliók, fotóalbumok szabad képi és verbális alakítása mellett a háromdimenziós világokba egyelőre még a felkínált kliséket használva léphetünk be avatarunkkal, így önreprezentációnk kevésbé tükrözi identitásunkat, de virtuális testünkkel közlekedve másfajta szabadságokat tapasztalhatunk meg.

Míg a fizikai világ korlátaival, normáival (változó mértékben ugyan, de) kirekeszti, nehezen tolerálja, stigmatizálja a deviáns személyeket a szocializáció során, addig a hálózaton megjelenik a „kiberélet”⁸ a szabadság és a demokrácia törekeny ígéréteivel.

Ez az „élet” az önreprezentáció-kísérletek színpada, a „kiterjesztett” ének megtalálási helye is, de „létezésük” bemutatásával a problémakör vizuális nevelési, médianevelési vonatkozásait korántsem sikerült kimeríteni.

IRODALOM

ANGELUSZ ERZSÉBET (1984): *Filozófia, antropológia, nevelés*. Akadémiai Kiadó, Budapest, 13., 14.

ATKINSON & HILGARD (2005): *Pszichológia*. Osiris Kiadó, Budapest.

BUCKINGHAM, DAVID (2000): *A gyermekkor halála után*. Helikon Kiadó, Budapest.

8 Alberto Moreiras szerint birtokháborítással szerzett saját hely a kibertérben.

- DANY, HANS-CHRISTIAN (1997): Multiplex személyiségek. In *Buldózer, médiaelméleti antológia*. Média Research Alapítvány.
- ELKIND, DAVID (2006): Serdülőkori egocentrizmus. In Patricia Wallace: *Az internet pszichológiája*. Osiris Kiadó, Budapest.
- GOFFMAN, ERVING (1999): *Az én bemutatása a mindennapi életben*. Thalassa Alapítvány – Pólya Kiadó, Budapest.
- GONDOLAT-JEL (1995): *Cyberszkóp*. 5. sz.
- GYÖRGY PÉTER (1995): *Művészet és a média találkozása a boncaszalonon*. Kulturtrade Kiadó, Budapest.
- HEIM, MICHAEL (1997): *A virtuális valóság metafizikája*. (Formázott, lektorálásra előkészített kézirat.) Debrecen.
- IVANCS ÁGNES – SUGÁR JÁNOS (szerk., 1997): *Buldózer, médiaelméleti antológia*. Média Research Alapítvány.
- KARDOS KATALIN (szerk., 1998): *A térélmény kultúrtörténete és pszichopatológiája*. Tertia Kiadó, Budapest.
- KÁRPÁTI ANDREA (2005): *A kamaszok vizuális nyelve*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- NEGROPONTE, NICHOLAS (2002): *Digitális létezés*. Dabas Jegyzet Nyomda.
- DR. KONCZ ISTVÁN (1994): *Kamasz-kapaskodó (Tinitükör)*. ÉN KÉP ÉSZ, Szentendre, 5.
- NEMÉNYI MÁRIA (1994): A kötelező heteroszexualitástól a kötelező feminizmusig. *Café Babel*, 1–2. sz.
- NEMES GÁSPÁR (ford.): Virtuális világok bűvöletében. Interjú Gerald Hütherrel. *Élet és Tudomány*, 2009. 13. sz. 405–408.
- NYÍRI JÁNOS KRISTÓF (1998): Globális társadalom és lokális kultúra a hálózottság korában. *Magyar Tudomány*, 11. sz. 1286–1297.
- PETERNÁK MIKLÓS (1993): *Új képfajtákról*. Balassi Kiadó, Budapest.
- QVORTRUP, LARS (2006): *Media Pedagogy: Media Education, Media Socialisation and Educational Media* By Lars Qvortrup, January in: „in medias res”. ISSN: 1604-5104. Årgang 2. Nr. 1 (<http://www.medievidenskab-odense.dk/index.php?id=63>)
- TÓKOS KATALIN (2005): A serdülőkori önismeret az elméleti és empirikus kutatások tükrében – pedagógiai megközelítésben. *Új Pedagógiai Szemle*, 10. sz.
- WALLACE, PATRICIA (2006): *Az Internet pszichológiája*. Osiris Kiadó, Budapest.
- WILLIAMS, J. M. – DUNLOP, L. C. (1999): Pubertal timing and self-reported delinquency among male adolescents. *Jurnal of Adolescence*, 22, 157–171. Hivatkozik rá: ATKINSON–HILGARD: *Pszichológia*. Osiris Kiadó, Budapest, 2005, 122–123.