

SZÉCSI GÁBOR

NARRATÍVA ÉS MEDIATIZÁCIÓ

Bevezetés

■ A történetekben való gondolkodás és a kommunikáció egymással összefüggő, énteremtő folyamatok. A történetalkotás és -feldolgozás, azaz az észlelt eseményeket, jelenségeket értelemmel felruházó gondolati sémák alkalmazása olyan alapvető kognitív képesség, amelynek kulcsszerep jut a kommunikációs szándékok azonosításában. A kommunikációs aktus adója narratívákba rendezetten közvetíti szándékait, vágyait, vélekedéseit a vevő számára. Történeteket mesél arról, mit tehetne, és mit tesz az adott kommunikációs szituációban, és miért éppen az adott aktust választotta az általa megosztani kívánt információk közlésére. A történetek által sugallt kommunikációs intenciók a tudat narratív struktúrája révén válnak megragadhatóvá a vevő számára. A kódolt, dekódolt jelentéseket meghatározó fogalmi viszonyok narratív módon strukturálódnak, és jelenítenek meg különböző komplexitású cselekvési szituációkat az elmében. A legegyszerűbb cselekvési helyzetektől a legkomplexebb szituációkig történetek építőelemeiként elrendeződő eseménystruktúrák fogalmi reprezentációi biztosítják a megértés feltételeit. E fogalmi viszonyokat konstituáló narratívák révén az információkat történetekbe rendező és ily módon feldolgozó ember voltaképpen történetként éli meg saját életét is. A megértés folyamatában maga is egy a kommunikációs partnerrel közösen felépített narratíva részévé válik. Kommunikációs céljainak megfelelően történeteket használ fel, és a vele történetekre parabolikusan rávetítve azokat értelmezési keretet, magyarázatot keres, hogy beazonosítsa a vele történt események okait, megtalálja bennük saját szerepét.

A gondolkodás történetmesélő formájának ugyanakkor meghatározó szerepe van az én és az identitás létrejöttében is. Dan P. McAdams (2013) szerint az identitás maga az élettörténet, amely számtalan autobiografikus narratívából áll. Az én ebben a megközelítésben nem egy szubjektum, amely a tapasztalás mögött áll, és egységbe rendezi azt, hanem a pszichés világhoz erősen kötődő narratív gondolkodásmód produktuma, vagy miként Daniel Dennett vélekedik, az autobiografikus narratívák centrumában keletkező fikcionális karakter. Más szóval az én nem valamilyen szubsztancia, hanem a „történetei középpontjában élő” individuum személyes eseményeinek összerendeződése egy olyan narratív egységgé, amely egyaránt alapot kínál a múltbeli és a jövőbeli cselekvési szituációk értelmezéséhez (Dennett 1992).

Mint arra tanulmányomban is rá kívánok világítani, a narratíváknak ez az énmódozó hatása rejlik egy mára mind meghatározóbbá váló, ember-, társadalom- és kultúraformáló jelenség, a mediatizáció hátterében is. Az információs technológiák (internet, mobiltelefon stb.) mindennapi hasz-

nálata révén a média logikája mindinkább behálózza életvilágunkat, hálással van a társadalom és a kultúra minden eleme, megváltoztatja az olyan társadalmi alrendszereket is, mint a gazdaság, a politika, a tudomány és az oktatás. A mindent átható mediatisáció lényegét tekintve olyan metafolyamat, amely a média által közvetített történetek interiorizálása révén átalakítja a szocializáció, a társadalmi élet teljes feltételrendszerét, új társadalmi formákat is teremt, és eddig ismeretlen árnyalatokkal gazdagítja a kommunikáció közösségformáló szerepéről alkotott képünket is. Azzal, hogy az információs technológiák egy időben funkcionálnak személyes és tömegkommunikációs tartalmak közvetítésére szolgáló médiumokként, kiterjedt használatuk felerősíti azt a folyamatot, ami már az ún. monologikus médiumok (rádió, televízió) megjelenésével és elterjedésével is érzékelhető volt a posztmodern kultúrában. Ennek lényege, hogy a történetmesélés iparosításával az elektronikus média által közvetített tömegkommunikációs narratívák egyre erősebb hatást gyakorolnak a befogadók attitűdjeire, világképére, értékrendjére, emberi kapcsolataira. Olyannyira, hogy miután a rendszeres „médiafogyasztás” gyakorlatilag már kisgyermekkortól megkezdődik, ezek a narratívák elválaszthatatlanul összefonódnak az új kommunikációs technológiák (okostelefonok stb.) által mediált személyes narratívákkal, sőt részeivé válnak a mediatisált ember énkép-, identitásformáló autobiografikus narratíváinak.

Tanulmányomban egyrészt azt vizsgálom, hogy a mindennapi kommunikációs gyakorlatban az intenciók, hitek, kívánságok azonosítására használt narratív értelmezési sémák milyen viszonyban vannak az énről alkotott fogalmunkkal, énképünkkel; másrészt annak elemzésére vállalkozom, hogy a mediatisálódó kultúrában milyen hatást gyakorolnak az intenciókat, hiteket, vágyakat megjelenítő médianarratívák a médiát használó ember énépítő történeteire. Úgy vélem, hogy egy ilyen irányú elemzés fontos adalékokkal szolgálhat az emberi motivációk, célok, érzelmek és cselekvések közös kognitív struktúráját kiaknázó narratívák kialakulására és működésére vonatkozó filozófiai koncepciók, modellek megalapozásához is, és egyúttal támpontot kínálhatnak egy a nyelv- és tudatfilozófusok által szorgalmazott, új énkoncepció megalapozásához. Ennek feltétele pedig, hogy úgy tekintsünk a megértés pilléreit jelentő narratívákra, mint olyan enteremtő struktúrákra, amelyek – mint Lakoff fogalmaz – „tudatunk részeivé válnak, és olyan modelleket kínálhatnak számunkra, amelyek nem csupán a mindennapi életvezetésben lehetnek segítségünkre, de definiálják számunkra azt is, hogy kik vagyunk valójában” (Lakoff 2008. 231.).

A narratív én intencionalitása

■ Kommunikatív cselekvései során az egyén narratívák által kínált cselekményszervező struktúrák révén következtet az egyes szituációk olyan elemeire, mint a cselekvésbeli szerep, a háttér, a komplikáció, a fő esemény, a végkifejlet és a következmény. És értelemszerűen narratívákhoz fordul akkor is, ha meg akarja érteni az adott szituációban mások cselekvési motívumait és az azokat tápláló intenciókat, hiteket, kívánságokat. Azaz a gondolkodás történetorientáltsága jelenti a pillérét annak a népi vagy naiv pszichológiának nevezett mindennapi gyakorlatnak is, amely-

nek keretében mások cselekedeteit és viselkedését a nekik tulajdonított vélekedések, vágyak, remények, félelmek és más mentális állapotok jegyében magyarázzuk. Narratív értelmezési sémák használata tesz képessé bennünket arra, hogy kommunikációs aktusok során másokat vágyakkal, reményekkel vagy félelmekkel ruházzunk fel, és ennek jegyében értsük meg a közvetített üzeneteik háttérében rejlő kommunikációs intenciókat. Ezek segítségével minősítjük racionálisnak és ezáltal – bizonyos feltételek fennálltával – megjósolhatónak valamely individuum cselekedeteit. Más szóval a népi pszichológia prediktív ereje gondolkodásunk narratív jellegeből fakad, abból a képességünkéből, hogy megértve a másik individuum által közvetített narratívákat és ismerve az azokat meghatározó közösségi, társadalmi metanarratívákat meg tudjuk jósolni, hogy az individuum az adott szituációban végrehajtható lehetséges cselekvések közül várhatóan melyiket választja ki céljai elérésére. A választás tárgyát jelentő lehetséges problémamegoldó aktusokat a közösségi metanarratívák jelenítik meg, míg az individuum a metanarratívákhoz való viszonyát az önmagáról elmesélt én- és identitásformáló autobiografikus narratívák segítségével reprezentálja. Ennek jegyében lehet cselekedeteit egy adott kommunikációs szituációban racionálisnak vagy irracionálisnak minősíteni a népi pszichológia eszközeivel. És ennek jegyében lehet rekonstruálni a szándékaikat befolyásoló hiteket, kívánságokat, vágyakat vagy éppen előítéleteket is. Minden egyes közvetlenül kommunikált történet háttérében tehát egy olyan immanens narratíva rejlik, amely azt hivatott megvilágítani, hogy a történetmesélő az adott szituációban választható cselekvések közül miért éppen az adott aktust választotta az általa közvetíteni kívánt történet megjelenítéséhez. A kommunikatív aktust végrehajtó individuum elsődleges indítéka, hogy a kommunikatív aktus vevője az adó választási szándékát reprezentáló történetet e rejtett narratíva jegyében értse meg. Ennek elsődleges feltétele pedig, hogy az adó egyaránt információkkal rendelkezzen az adott szituációban a vevő által lehetségesnek tekintett cselekvések körének és a társadalmilag elfogadott potenciális aktusok csoportjának viszonyáról, vagyis arról, hogy az adott szituációban a vevő milyen lehetséges cselekvésekkel reagálna az adó által megoldani kívánt problémára. Voltaképpen ezek az információk jelentik az adott helyzetekben működtetett népi pszichológia legfontosabb pillérét. A narratíva gondolkodásunkra, megértési folyamatainkra, kommunikatív aktusainkra, mindennapi problémamegoldó cselekvéseinkre gyakorolt hatását vizsgálni tehát nem kevesebbet jelent, mint az emberi természet és a kultúra kapcsolatát kutatni. A történetekben való gondolkodás a kognitív folyamatainkat immanens módon meghatározó, természetes képességünk. Mint Roland Barthes írja, a narratíva, „mint az élet, csak úgy egyszerűen van” (Barthes 1977. 79.). A narratíva olyan különleges, az emberi lényegét megjelenítő metakódként működik a mindennapi kommunikatív folyamatokban, amely biztosítja azt, hogy a kommunikációs szándékok megragadásával az adó és a vevő által ismert közös világgal kapcsolatos üzenetek szabadon áramolhassanak az adott kultúrákban vagy a különböző kultúrák között.

A narratíva nem egyszerűen a megértés feltétele, de jelentésformáló, fogalomalkotó struktúra is. Fogalmaink narratív szerkezetekbe ágyazottan kapcsolódnak egymáshoz, és válnak tudásunk alapegységeivé. A legele-

mibb cselekvési tapasztalatainkat éppúgy narratívákba rendezzük, mint a legösszetettebb gondolati konstrukcióinkat. A megismerés folyamatában narratívákat alkotunk, közvetítünk magunkról és a világról, és narratívák segítségével értelmezzük a különböző kommunikációs helyzetekben betöltött szerepeinket is. A kommunikációs szituációkhoz kötődő személyes tapasztalatainkat történetekbe foglalva dolgozzuk fel és jelenítjük meg kommunikációs aktusaink során. Történetekben kommunikálunk önmagunkról és egyéniségünk közösségi integrációjáról. A történetekben való gondolkodás képessége összekapcsol bennünket közösségünk más tagjaival, lehetővé teszi, hogy a közösség többi tagjának nézőpontját az énünkhöz való viszonyban értelmezzük. A történetek befogadásának és elbeszélésének képességét kialakítva egyúttal megtanuljuk azt is, hogyan kapcsoljuk össze egy eseménysor elejét és végét úgy, hogy ezzel kifejezzük egy adott társadalmi, erkölcsi vagy jogrendhez való tartozásunkat, kulturális kötődéseinket. Történetek strukturálják számunkra a múltat és a jövőt; narratívák segítségével válnak múltbeli tapasztalataink a jövőre vonatkozó terveink, elvárásaink pilléreivé. Történetekben rendeződnek el a helyes és helytelen cselekedetekkel, lényeges és lényegtelen dolgokkal kapcsolatos képzeleteink. Azaz tapasztalatainkat narratívák segítségével értékeljük, rendszerezzük. Bizonyos tapasztalataink az azokat keretbe foglaló történetek révén válnak kiemelkedővé, fontossá, a különböző entitások és cselekvések értelmezésének és értékelésének kiindulópontjaivá. Narratívák szolgálnak a cselekvések morális értékelésének keretétül is. Mint Georges Lakoff és Srini Narayanan tanulmányában olvashatjuk, „narratívák teszik lehetővé számunkra, hogy értelmesen funkcionáljunk a világban, és központiak legyünk az öntudat számára” (Lakoff–Narayanan 2010. 24.).

A fenti megfontolások jegyében vált mind a narratív pszichológia, mind a kognitív nyelvészet központi tézisévé az a kijelentés, hogy az egyén történetként éli meg az életét. A narratív pszichológia álláspontja szerint a történetmesélés döntő módon határozza meg az emberi gondolkodás természetét. Miként Jerome Bruner feltételezi, az értelem működésének, a gondolkodásnak két formája létezik, amelyek más-más módon rendezik el a tapasztalatokat, konstruálják a valóságot (Bruner 1986. 1990). E megkülönböztetésben az egyik „váfaj” a gondolkodás paradigmikus vagy logikai-tudományos módja, amely a szabatos elemzéshez, logikai bizonyításhoz, megbízható érveléshez, észszerű felvetésekhez vezet. A másik, a narratív mód pedig inkább történeti beszámolókat eredményez, és a pszichés valóság uralma alá tartozik.

Az egyén saját céljainak megfelelően történeteket vesz igénybe, és a vele történetekre parabolikusan rávetíti azokat; értelmezési keretet, magyarázatot keres, hogy beazonosítsa a vele történet események okait, megtalálja bennük saját szerepét. A privát, belső világ megértését olyan autobiografikus narratívák segítik elő, amelyekben a narrátor és a narráció központi alakja megegyezik. Autobiografikus narratívák formájában különböző történeteket osztunk meg egymással a múltunkkal, szokásainkkal, motivációinkkal vagy a tervezett jövőnkkel kapcsolatban. Ezért az ilyen típusú narratíváknak interszubsjektív természetük is van. Forrásuk a személyek közötti diskurzus, azaz elválaszthatatlanul kötődnek az

interszjektív kommunikációs szituációkhoz. A továbbiakban azt vizsgáljuk meg, hogy milyen hatással vannak ezekre az autobiografikus narratívákra a digitális média használatához köthető kommunikációs helyzetek és a média által közvetített narratívák különböző típusai.

Az én- és közösségformáló narratívák mediatizációja

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

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

Az elektronikus kommunikáció révén megvalósuló gyors és folyamatos információáramlás pedig nem csupán a közösségi szerepek értelmezésének egyidejűségét, de gyakran e szerepek egyidejűségét is maga után vonja (Szécsi 2013). Az új kommunikációs technológiák által közvetített narratívák jegyében közösségeket építgető, hálózott individuum a kommunikációs technológiák gyors és folyamatos váltogatásának következményeként valós és virtuális közösségi szerepeit egyre kevésbé képes elkülöníteni egymástól. Amikor például valamilyen fizikai, közvetlen emberi viszonyokon alapuló helyi közösség tagjaként kommunikál, akkor ezt egyúttal az elektronikus kommunikációs kontextusokhoz köthető, virtuális közösségi szerepeinek megfelelően, azaz az énképét, identitását formáló médianarratívák jegyében is teszi. Így válhat az elektronikus kommunikáció kora egyúttal a mediatizált közösségek korává is. A mediatizált kommunikáció térnyerésével ilyen módon mediatizálódnak egyúttal közösségi kapcsolataink is. Az elektronikus kommunikáció az általa közvetített narratívák kölcsönhatása révén virtualizálja és a kommunikációs folyamat részévé teszi a közösségkritériumokat, és ezzel hozzájárul valós és virtuális szerepviszonyaink összefonódásához. Ennek eredményeként az információ korának embere a médianarratívák jegyében mediatizálódó közösségkritériumok és közösségi viszonyok tükrében értelmezi újra fizikai és virtuális közösségi kötődéseit, kapcsolatait, szerepeit.

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

Gergen szerint az új kommunikációs technológiák használata a „kapcsolati létezés” eddig ismeretlen formáinak kialakulásával „teljes mértékig aláássa a kötött én fogalmát” (Gergen 2003. 110.). A hálózati társadalomban a különböző közösségi formák között szabadon vándorló ember újabb és újabb érzelmi kötelékeket képes kialakítani a fizikai közösségeket jellemző, közvetlen társadalmi kötődései mellett. A mediatizált kommunikáció különböző technológiáit alkalmazó egyén identitása így képlékennyé válik, a különböző társadalmi kontextusokban „kaméleonszerűen” változik. Egyre bizonytalanabb vállalkozássá válik egy ember valódi énjének, egy stabil „énmagnak” a meghatározása. A globális társadalmi hálózat tagjává váló egyén számos kapcsolat, értékrend, vágy és vélekedés iránt kötelezi el magát, miközben közösségről közösségre vándorol televíziózás, internetezés vagy éppen mobiltelefonálás közben. Egyetérthetünk tehát Gergennel abban, hogy az információ korában a kötött, központi én képzeete mindinkább felbomlik, és átadja helyét a kapcsolati én fogalmának. És abban is, hogy ez a folyamat az új típusú közösségek metanarratíváit és

a személyes és tömegmédiá történeteket egyszerre közvetítő, ún. dialogikus technológiák, az internet és mindenekelőtt a mobiltelefon mind gyakoribb használatával gyorsul fel igazán. A mobiltelefon révén a viszonyok hálózata „mindig kéznél van” – írja Gergen, a telefon mint tárgy így a „kapcsolati kötelek egyfajta ikonjává válik” (Gergen 2003. 111.). A mobiltelefon egy olyan „terelőlemezt” jelent használója számára, amely révén kötöttségek nélkül tud nap mint nap választani az egymással versengő csoportok (család, baráti kör, munkahelyi kollégák stb.) közül. A mobil kommunikáció a különböző közösségek között vándorló ember számára megteremti a többszörös lojalitás élményét.

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

A mediatizált közösségek korában tehát a hatékony és gyors információáramlás, közös érdeklődés, nyitottság és bizalmon alapuló közösségválasztás lehetőségének egyöntetű elfogadása válik közösségformáló tényezővé. A mediatizált, hibrid közösségek a közvetített kommunikáció régi és új eszközeit használó emberek egyfajta bizalmi folyamatként megélt társadalmi hálózata. Az internetező, mobiltelefonáló ember a virtuális és fizikai kommunikációs szituációk és az ezekből táplálkozó közösségek határait újra és újra átlépve teszi a kommunikációs folyamatok által közvetítetté egyúttal saját közösségi viszonyait is. Ezek a közösségi viszonyok nem egy egymástól élesen elkülönülő virtuális és fizikai szférába tagolódva rendeződnek el, hanem egy a virtuális és fizikai kapcsolatokat egyaránt felölelő társadalmi hálózat részeként formálják a közösségek tagjainak identitását. Az önmagát a különböző, egymásra ható közösségi szerepei által megérteni akaró egyén számára már ez a közösségként működő társadalmi hálózat jelenti az önértelmezés keretét. Mások vele és kommunikációs szerepeivel kapcsolatos és különböző narratívák formájában megjelenített reakcióit már ebben a virtuális-fizikai, hibrid értelmezési keretben dolgozza fel és teszi énképe elemévé. Közösségi szerepeinek megítélése a vele kapcsolatos narratíváknak ebben az összetett viszonyrendszerében történik; csoporthoz való tartozásának élménye ebben a kapcsolati hálózatban válik cselekvési erőforrássá.

Látnunk kell ugyanakkor, hogy az új kommunikációs technológiákat különböző szintű narratívák befogadására és továbbítására használó ember identitásformáló történetei között egyre fontosabb szerepet töltenek be a televízió megjelenése és elterjedése óta a társadalom „intézményesi-

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

A médianarratívák én- és közösségfogalomra gyakorolt hatása talán leginkább az új média használatához köthető, és ezáltal a digitális kultúra emberének mindennapi döntéseit meghatározó értékkonfliktusok kezelésében mutatkozik meg. Nem véletlenül sürgeti mind több, a kérdéskört vizsgáló teoretikus egy olyan általános elmélet kidolgozását, amely az új közösségi formák kialakulását kísérő értékkonfliktusokkal és értékpreferenciákkal foglalkozna. Shalom Schwartz például arra a következtetésre jut, hogy az információ korában a specifikus értékek (pl. hatalom vs. univerzalizmus, hagyomány vs. hedonizmus) és az éntanszcendens és az énhangsúlyozó értékek közötti univerzális konfliktus kialakulásának vagyunk tanúi (Schwartz 2012). Ezek a konfliktusok számos, az új generációk énképét befolyásoló, dinamikus társadalmi folyamat alapjául szolgálnak napjainkban. Az egyik ilyen folyamat a konformitás tendenciáinak felerősödése az online oldalak használóinak körében, ami alapvetően abból a tényből fakad, hogy az online társadalmi hálózatok tagjainak az eredményes kommunikáció érdekében orientálódniuk kell mások véleménye és viselkedése felé. Nő továbbá a hedonizmus (az igények gyors kielégítéséből fakadó boldogság mint etikai cél) jelentősége, ami a nyitottságot és individualizmust egyaránt involváló, általános értékként jelenik meg az új nemzedékek életvilágában. Ugyancsak fontos tendencia a média-individuumközpontú szemléletének uralkodó értéként való megjelenése,

ami arra vezethető vissza, hogy a kereskedelmi érdekeit szem előtt tartó közösségi média a felhasználók igényeit úgy regisztrálja, hogy őket fontos személyiségeknek tekinti, olyanoknak, mint akiknek a teljesítménye iránt mások elismeréssel adóznak, és mint akiknek lehetősége van megmutatni különleges képességeiket másoknak. És végül fontos társadalmi trend napjainkban az internethasználók körében egyre általánosabbá váló univerzalista, az emberek közötti egyenlőség elvén nyugvó egyetemes erkölcsi maximákat feltételező szemlélet expanziója, aminek következtében az új médiát használók egy részének döntéseit mind erőteljesebben határozza meg a társadalmi és természeti környezet iránti felelősség, a másokról való gondoskodás igénye. Ezek a folyamatok tehát olyan értékkonfliktusokat feltételeznek, amelyeket a média közvetítette személyes, közösségi, társadalmi és tömegkommunikációs narratívákat nap mint nap befogadók stabil, központi „énmagot” feltételező azonosságtudat hiányában egyre nehezebben tudnak feloldani. Az én telítődésének Gergen által leírt folyamata megszünteti azokat az értékrendbeli fogódzókat, amelyek az új nemzedékek segítségére lehetnének a helyes magatartásformák megtalálásában.

A fentiekben jelzett értékkonfliktusok feloldására a befogadók történeteket várnak és kapnak a tömegmédiától. Olyan történeteket, amelyek könnyen megjegyezhető és továbbadható ismeretté szervezik a megszerzett információkat, és amelyek jól használható értelmezési támpontokat kínálnak az egyre komplexebbé váló társadalmi, kulturális folyamatok megértéséhez. Ezek a történetek azonban egy tágabb narratívakeretben jelennek meg a médiakommunikáció gyakorlatában. Mint arra a fentiekben is utaltam, a tömegmédia által kommunikált valamennyi történet egy olyan keretnarratíva része, amelyet a média önmagáról, saját értékrendjéről, a működését meghatározó morális, kulturális, politikai stb. irányelvekről „mesél” folyamatosan a célcsoportoknak. A befogadók e keretnarratívák alapján választják ki az értékrendjükhöz leginkább közel álló és ezért hitelesnek tekintett médiumot az egyre növekvő kínálatból. Az új média által közvetített tömegkommunikációs történetek ezekkel az implicit narratívaként működő keretnarratívákkal együtt jutnak el a célcsoportokhoz, és erősítik meg bennük a tömegmédia értékrendje iránti elkötelezettséget. A hírek és az álhírek például nem csupán igaz vagy hamis információk összességét jelentik, hanem olyan elemi narratívák, amelyek a média önmagáról szóló kerettörténetét is közvetítik könnyen felismerhető és feldolgozható formában. A hírek által megjelenített információk ugyanis önmagukban nem rögzülnek tudatunkban, nem gyakorolnak hatást véleményünkre, érzelmeinkre, attitűdjeinkre. Szükség van olyan történetekre, amelyek megerősítik értékrendünket, véleményünket és a miénkhez hasonló értékrendet, véleményt osztó emberek közösségéhez való tartozásunkat. A napi hírfogyasztás így egyfajta rituálévá válik, amelynek lényege, hogy nap mint nap megerősítjük az értékrendünkhöz legközelebb álló és ezért a napi kommunikációban partnernek tekintett médiával kialakított együttműködésünket.

A hírek által közvetített explicit és implicit narratívák ezt a közös értékrend elfogadásából fakadó közösségi tudatot hivatottak megszilárdítani. Az információk befogadását segítő, explicit narratívák közvetlenül, egy konkrét problémához kötve jelenítik meg a tömegkommunikációs tartal-

makat. Az implicit vagy keretnarratívák pedig az adott médium működését meghatározó általános értékrendet hivatottak megjeleníteni. Erre a napi rituáléra, a narratívák közlésének folyamatosságára szüksége van a digitális kultúra emberének, hiszen ezek az énképét is megszilárdító történetek fontos értelmezési támpontokat kínálnak számukra a felgyorsuló híráramlásban. Ezek hiányában zavarttá, bizonytalanává válik, és megállíthatatlanul sodródik a fragmentálódás, elmagányosodás irányába. A tömegmédiá pedig emiatt és a médiapiacra tapasztalható növekvő versenyt észelve folyamatos történetmesélésre kényszerül, amihez a hírek, illetve azok hiányában az álhírek jelentik számára a legkézenfekvőbb eszközöket. A hírek mint narratív struktúrák tehát maguk is részei egy komplex narratívának, a média önmagáról mesélt történetének, és így egy időben két, egy explicit és egy implicit narratívát jelenítenek meg a befogadó számára. A két narratíva együttesen világítja meg a hír közlésének hátterében rejlő kommunikációs szándékot. A hírt e megértett szándék jegyében fogadják be a kommunikatív aktusok vevői. Azaz megértik, mit akart elérni, közölni velük a kommunikátor. Ennek a szándéknak a felismerése a feltétele annak, hogy a szelektív befogadás folyamatában elfogadják vagy elutasítsák a hír által megjelenített narratívákat.

Az új média expanziója és az új technológiát használó ember mindennapi életvilágának folyamatos mediatizációja jelentős változásokat von maga után az információk feldolgozása és közvetítése terén. A digitális kultúra emberének gondolkodásmódja, nyelvi világa teljes mértékig ráhangolódik az egyre növekvő számú adat, információ hatékony befogadásának és továbbításának igényére. A mentális világában, fogalmi apparátusában, nyelvhasználatában bekövetkező változások képessé tehetik arra, hogy a megnövekedett számú napi információhalmazból kiválogassa, tudása részévé tegye és kommunikálja a számára leginkább fontosakat. Ennek a folyamatnak a következménye az is, hogy egyre tudatosabban választja ki azokat a hírforrásokat, illetve médiumokat, amelyek a gondolkodásmódjának, értékrendjének leginkább megfelelő narratívák keretében közvetítik felé a szóban forgó információkat. Azaz mindinkább azokat a médiumokat keresi, amelyek keretnarratívái összehangolhatók személyes és közösségi narratíváival, véleményével, értékrendjével.

A fenti elemzésekkel arra kívántam tehát rávilágítani, hogy az általam feltételezett kettős szerkezetű narrativitás hálója hogyan szövi át a kommunikációs kapcsolatait építő ember mindennapi, mediatizált életvilágát, és miként válhat a történetalkotási és megértési képesség az emberi kommunikáció és megismerés pillérévé a digitális kultúrában. Mindenekelőtt azt kívántam ezzel igazolni, hogy az ilyen jellegű vizsgálódások használható adalékokkal szolgálhatnak az emberi motivációk, célok, érzelmek és cselekvések közös kognitív struktúráját kiaknázó narratívák kialakulására és működésére vonatkozó filozófiai modellek megalapozásához, és egyúttal támpontot kínálhatnak egy a nyelv- és tudatfilozófusok által szorgalmazott, új énkoncepció megalkotásához is. Ily módon az én- és identitás-teremtő tudati konstrukcióknak tekintett narratívák fenti adalékokkal kiegészülő elmélete közelebb vihet bennünket számos nyelv- és tudatfilozófiai probléma megoldásához. Így lehetnek segítségünkre a narrativitással kapcsolatos filozófiai modellek abban, hogy új megvilágításba helyezzük

a tudat, a cselekvés és a nyelv viszonyát érintő szemantikai, pragmatikai, nyelvfilozófiai elemzések eredményeit. S így vállalkozhatunk a történetekbe zár elme szerkezetét, működését, fogalom- és jelentéskonstituáló folyamatait különböző tudományterületek irányából leíró elméletek szintézisére is. Egy olyan szintézisre, amely révén minden eddiginél világosabb képet kaphatunk a történetekre épülő kommunikáció embert, közösséget, társadalmat, kultúrát formáló erejéről.

■ IRODALOM

Barthes, Roland: *Introduction to the Structural Analysis of Narratives*. In: *Image, Music, Text*. Fontana Press, New York, 1977.

Bruner, Jerome (1986): *Actual Minds, Possible Worlds*. Harvard University Press, Cambridge, MA, 1986.

Bruner, Jerome: *Acts of Meaning*. Harvard University Press, Cambridge, MA, 1990.

Dennett, Daniel C.: *The Self as a Center of Narrative Gravity*. In: F. Kessel – P. Cole – D. Johnson (eds.): *Self and Consciousness: Multiple Perspectives*. Erlbaum, Hillsdale, 1992.

Gerbner, George – Gross, Larry: *Living with Television: the Violence Profile*. *Journal of Communication* 1976. 26. 173–199.

Gergen, Kenneth J.: *Self and Community in the New Floating Worlds*. In: K. Nyíri (ed.): *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*. Passagen Verlag, Vienna, 2003. 103–114.

Lakoff, George: *The Political Mind: A Cognitive Scientist's Guide to Your Brain and Its Politics*. Penguin, New York, 2008.

Lakoff, George – Narayanan, Srini: *Toward a Computational Model of Narrative*. *Computational Models of Narrative: Papers from the AAI Fall Symposium 2010*. 21–28.

Maffesoli, Michel: *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Societies*. Sage, London, 1996.

McAdams, Dan P.: *The Psychological Self as Actor, Agent, and Author*. *Perspectives on Psychological Science* 2013. 8. 272–295.

Schwartz, Shalom H.: *An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values*. *Online Readings in Psychology and Culture* 2012. 2. 1. <http://dx.doi.org/10.9707/2307-0919.1116>

Szécsi, Gábor: *Social and Linguistic Convergence in the Infomation Age*. *Canadian Journal of Communication* 2013. 4. 639–648.

