

Szikszai Mária

Egy utcai tiltakozás szimbolikus kommunikációja a közösségi média felületein

A Facebook közössége 2013-ban lépte át az 1 milliárd felhasználót, és ez a szám 2017 végére már megduplázódott. A társadalomtudományok kutatói számára egy ekkora felhasználói réteget foglalkoztató, őket akár napi több órában lekötő platform megkerülhetetlen.

A 2000-es évek elején, amikor még nem volt ennyire nyilvánvaló, hogy merre tart az internet világa, egyes kutatók arról írtak, hogy az internet nem hoz létre valós közösségeket, és hogy az internetes tartalmak csak azért sokasodnak, mert a való világban ezek a tartalmak nem találják meg a helyüket, magyarul: a nem megfelelő minőségük miatt nem publikálják őket nyomtatott formában, és ezért kerülnek a világhálóra.¹ A web 1.0 kontextusában tehát még kérdés volt az, hogy bekövetkezik-e a társadalom netre költözése. Pár év múlva aztán egyre nyilvánvalóbbá vált, hogy a netre költözés fordulata valóban zajlik, sőt az is, hogy a közösségi média megjelenése és térhódítása radikálisan átalakítja a társadalomtudomány premisszáit és irányát is.² Az etnográfusok, antropológusok számára még emlékezetes az a Bernard S. Cohn által leírt modell a misszionáriusokról és antropológusokról, amelyben „az átalakulások nyugati ügynökei”, a kereskedők és a misszionáriusok után végül megérkezik az antropológus is a bennszülöttek világába, de csak akkor, amikor ott már javában zajlik egy jelentős átalakulás.³

Miközben lassan láthatóvá válik az, hogy a web 2.0 társadalmi impaktja a fentihez hasonlítható, a jó hír az, hogy immár a társadalomkutatók a folyamat elejétől ott voltak ezeken az új felületeken, és azóta is próbálnak lépést tartani a közösségi média változó világával.⁴ Az

Szikszai Mária – egyetemi adjunktus, BBTE Magyar Néprajz és Antropológia Intézet, Kolozsvár, szikszaimaria@yahoo.com

¹ Daniel Miller–Don Slater: *The Internet: An Ethnographic Approach*. Berg 2000.

² Daniel Miller: *An Extreme Reading of Facebook*. 2010. 3–8. Online: <http://openanthcoop.net/press/http://openanthcoop.net/press/wp-content/uploads/2010/10/Miller-An-Extreme-Reading-of-Facebook.pdf>(Utolsó megtekintés: 2018. január 2.)

³ „Ebben a modellben a misszionárius, a kereskedő, a munkaerő-toborzó vagy kormánytisztviselő Bibliával, csecsebecsékkel, dohánnyal, acélfejcsévével és a nyugati uralom egyéb tartozékaival felszerelve partra száll egy szigeten, maleynek társadalma és kultúrája a strukturális funkcionális senkiföldjén terül el: az új betörésével összeomlik a »boldog« bennszülöttek társadalmi struktúrája, felmorzsolódik értékrendjük, életmódjuk. Az átalakulás nyugati ügynökei nyomában beállt végül az antropológus is – és megpróbálja feltárni az eredeti állapotokat.” (B. S. Cohn: *Anthropology and History. The State of the Play*. Comparative Studies in Society and History. 22(1980). 199., idézi Hans Medick: „Misszionáriusok a csónakban?” *Néprajzi megismerésmódoak kihívása a társadalomtörténettel szemben*. = *Misszionáriusok a csónakban. Antropológiai módszerek a társadalomtörténetben*. Válogatta: Vári András. Bp. 1988. 63.)

⁴ Lásd Robert V. Kozinets: *Netnography: doing ethnographic research online*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC 2010; Christine Hine: *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*. London, New York 2015; Heather Horst–Daniel Miller: *Digital Anthropology*. London, Berg 2012; Tom Boellstorff–Bonnie Nardi–Celia Pearce–T. L. Taylor: *Ethnography and Virtual Worlds*. Princeton 2012 stb.

azonban máris látható, hogy a digitális bennszülöttek világában báméskodó kutatókat illetően is látványos a generációs elkülönböződés: az x generációhoz⁵ tartozó etnográfusok, antropológusok – kevés kivétellel – továbbra is hajlamosak arra, hogy ne vegyenek tudomást a digitális fordulatról, illetve ha mégis belépnek ebbe a világba, egészen másért, látványosan másképp és másra használják a közösségi média felületeit, mint az y és z generációk. És kérdés maradt az is, hogy maga a tudományos világ mit kezd ezzel a dinamikus, percről percre változó közösségi felülettel, mennyire válik lehetővé az, hogy a tudományos szövegek érvényes megállapításokat fogalmazzanak meg velük kapcsolatban.

A közösségi média robbanásszerű előretörésének egyik előfeltétele ezeknek a platformoknak a működtetését lehetővé tevő technikai fejlődés volt, ám amint megszületett a technikai feltétele, elkezdődött a netre költözés folyamata. Míg a klasszikus web 1.0 tartalmak, azaz a honlapok, személyes weboldalak, a online enciklopédiák, adatbázisok nem jelentettek túl vonzó terepet a társadalomkutatók számára, a web 2.0 világa már kimondottan izgalmas kutatási helyszínnek bizonyult, miután kiderült, hogy a társadalom lassan beköltözött ezekre a felületekre.

A netre költözés elsősorban azt jelenti, hogy a netre költöző társadalom tagjai maguk is elkezdték gyártani a tartalmat, amellyel elárasztják az online felületeket – azaz magukkal vitték a hétköznapi és ünnepek tartalmait, majd a közösségi médiafelületeken ezeket éltetni kezdték, és az új kapcsolódási lehetőségeket figyelembe véve újabb szabályokat és viselkedési normákat kezdtek el kialakítani. És milyen tartalmat gyártanak a felhasználók? Kissé hasonlatosat ahhoz, amit a való világban gyártottak. A web 2.0 világában is fontos helyet kapnak például a emberi élet fordulópontjai: a felhasználók nagy többsége megosztja a születés, a házasság és a halál körüli rituális események tartalmait, ezzel kapcsolatos híreket, fényképeket, videofelvételeket tesznek közzé. A megjelenített tartalmak között ott vannak a párválasztással és az udvarlással kapcsolatos anyagok, fényképek a recens párválasztási alkalmakról (partik, bulik stb.), a lánykérésről, az eljegyzésről, a házasságról, a megszületett gyerekről, a keresztelőről, majd a büszke szülő dokumentációs munkája nyomán a gyerek teljes életútjáról az óvodáskortól kezdődően a ballagásáig, de mind gyakoribb az is, hogy a családok a közösségi oldalakon bejelentik a családtagjaik elhalálozását, illetve az ismerőseik ott fejezik ki részvétüket.

A közösségi oldalak népeinek kedvenc témái a kalendáriumi ünnepek alkalmával megosztott tartalmak, Európában főleg a keresztény egyházak ünnepei, a karácsony, a húsvét és a pünkösd, vagy a világi ünnepek, mint az egyes országok sajátos ünnepei, falu- és városnapok, fesztiválok, évszakokhoz kötött ünnepek stb. Ezek a megnyilvánulások azt mondják el a társadalomkutató számára, hogy a tartalom megosztója hogyan vélekedik a világról, és hogyan képzei el benne a saját helyét. Látni lehet, hogy mindezek a megnyilvánulások a közösségi értékek körüli diskurzus részét képezik, azaz mint ahogy korábban, itt is állandó egyeztetés zajlik a közös értékekről, normákról.

A közösségi média világa az előzőekben vázlatosan felsorolt hasonlóságok mellett néhány fontos részletben különbséget is mutat a korábbi, a web 2.0-t megelőző állapothoz képest.

Újdonság az, hogy a közösségi média felületein minden korábbinál nagyobb információfolyam érhető el. A regisztrált felhasználók itt hozzáférhetnek az őket érdeklő témák információs

⁵ A generációk definíciójához ld. pl. McCrindle, Mark – Wolfinger, Emily: *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. Online: <http://mccrindle.com.au/ABCXYZ/downloads/TheABCofXYZ-Chapter-Preview.pdf> (Utolsó megtekintés: 2018. február 13.)

csomagjaihoz, tematikus oldalak és kommunikációra nyitott csoportok sokasága biztosítja ezt. De újdonság az is, hogy saját, lokális és regionális világon kívüli információk immár bárki számára naprakészen elérhetők, és általánossá vált a saját, lokális vagy regionális kultúra korábban nem tapasztalt szintű ismerete is. És végül újszerű az is, ahogyan a web 2.0 lehetőséget nyújt a társadalom önszerveződése számára. Ebben a tanulmányban ez utóbbival kapcsolatos példaanyag kap szerepet.

A közösségi média felületei tehát abban hoztak újítást az megelőző online lehetőségekhez képest, hogy egyéni tartalomgyártásra, azok megjelenítésére alkalmasak. Ám ezen túlmenően nagy szerepük van a lokális közösségek önszerveződésében és érdekérvényesítési törekvéseiben is. A 21. században már nem a televíziókban közvetítik a forradalmakat,⁶ hanem – ahogy Catherine O’Donnell már 2011-ben rámutatott – a Facebookon szervezik őket, és Twitteren, blogokon, SMS-ekben számolnak be róluk.⁷ Catherine O’Donnellnek ez a megjegyzése részben arra utal, hogy az információáramlás ma már nem egyirányú, mint a klasszikus modellben, amelyben az egyeduralkodó televízió (rádó, újság) szórta az információt, és mindenki más befogadóként vett részt a kommunikációs sémában. A közösségi média felületeinek köszönhetően az információáramlás ma sokirányú, azaz az új modellben minden felhasználó egyszerre szórhatja és befogadhatja az információkat, röviden: az egyirányú információszórás egyeduralma ebben az értelemben megszűnt. Már nem ő az, aki a fogyasztók passzív tömegeit kizárólagosan értesíti a világ történéseiről vagy bármi másról, ami általános érdeklődésre tarthat számot, hanem ezen a privilégiumon most a közösségi média felületeivel osztozik.

A szociális média egyik újítása tehát az, hogy számos résztvevő részéről érkező, jelen idejű értesítést forgalmaz arról, hogy éppen mi történik a világban. De a tevékenysége nemcsak jelen idejű, hanem fokozottan jövőorientált is: arról is szól, hogy a tagjai szerint minek kellene történnie a közeljövőben. Azaz nemcsak tudósításra használják, hanem a jövőbeli elképzelések egyeztetésére, adott esetekben (társadalom)kritikára, politikai üzenetek megfogalmazására, tiltakozásra, és miután erre megérett, a megfelelő események megtervezésére, azaz önszerveződésre is.

Ennek az új kommunikációs modellnek köszönhetően a társadalmi önszerveződés lehetősége minden korábbinál nagyobb. Miután ez a nagy sebességű információáramlás megkönnyítette az azonnali (ön)szerveződést, bármely ügy hirtelen akár nemzetközivé is tud válni, és nagyon nagy számú követőt tud mozgósítani a világ minden tájáról, legyen szó akár szórakozásról, informálásról, állásfoglalásról vagy tiltakozásról. Ez a mozgósítás adott esetekben nem marad meg a szociális média felületein, hanem kiterjedhet az utcára is. Ennek egyik legnagyobb hatású példájaként az Arab tavasznak nevezett megmozdulássorozatot szokták emlegetni, amelynek terjedésében az elemzők szerint nagy szerepe volt a szociális média nyújtotta lehetőségeknek.⁸

⁶ Utalás a hatvanas évekbeli Black Power nevű mozgalom jelmondatára („The revolution will not be televised”), amely később Gil Scott-Heron dalának címeként lett híres. Az eredeti jelentéshez hozzátartozott az is, hogy egy olyan eseményre/forradalomra utalt, amelyet a média megpróbál esetleg elhallgatni – O’Donnell azonban itt nem erre reflektál. (Catherine O’Donnell: *New Study Quantifies Use Of Social Media In Arab Spring*. 2011. Online:

<http://www.washington.edu/news/2011/09/12/new-study-quantifies-use-of-social-media-in-arab-spring/> (Utolsó megtekintés: 2018. január 26.).

⁷ Lásd <http://www.washington.edu/news/2011/09/12/new-study-quantifies-use-of-social-media-in-arab-spring/> (Utolsó megtekintés: 2017. 12. 17.)

⁸ Bár vannak szkeptikusok is (pl. Evgeny Morozov: *Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. New York 2011), az elemzők többsége egyetért abban, hogy a szociális média szerepe ebben igen jelentős volt. Az arab

Ez a jelenség éppen annak köszönhető, hogy a klasszikus internetfogyasztók az új helyzetben tartalomgyártó szereplővé váltak. A közösségi felület így hamar a lokális közösségek (ön) szerveződési gyakorlatának elengedhetetlen eszközévé lép elő. Ezt megkönnyítette az is, hogy maga a felület elsősorban a lokalitás alapján határozza meg a közösséget, amikor arra biztatja a regisztráló tagjait, hogy a való világban már meglévő ismerőseit gyűjtse maga köré. Csak ezt követik a szakmai körök, hobbi mentén szerveződő körök, érdeklődési körök, rajongói körök stb. És mivel minden személy a saját ismerőseinek körében függő egyén ebben a világban, ezért elsősorban a lokalitás híreivel fog szembesülni. Amikor a lokális társadalmat különösen foglalkoztat valamely társadalmi kérdés, nagy esélye van annak, hogy a vitatott kérdéssel kapcsolatos diskurzusok eljutnak a lokális társadalom minden tagjához, akik így nagy eséllyel értesülni fognak arról, hogy közösségük többi tagja ezzel kapcsolatosan önszerveződésbe kezdett. Ez történt Romániában 2017 január végén és február első heteiben, amikor az ország számos városában kormányellenes tüntetések zajlottak, ugyanis ezek a megmozdulások az online felületeken szerveződtek.

Az értékek és normák egyeztetése, a szükséges lépések megszervezése és megtétele után a visszacsatolás következik. A szociális média világában a visszacsatolás ugyanolyan fontos mozzanat, mint maga az esemény megszervezése. A visszacsatolás alatt itt azt a folyamatot értjük, amely során az esemény valós ideje alatt vagy utána az eseménnyel kapcsolatos információk visszaáramlanak a szociális média platformjára, és ott újabb tartalomhullámokat generálnak. Miközben sokkal könnyebb lett értesülni az eseményekről, az eseményekkel kapcsolatos információk visszagyűrűznek a közösségi média felületeire oly módon, hogy a részt vevő személyek maguk közvetítenek a történekről, és onnan még az esemény ideje alatt filmfelvételeket, fotókat, információkat tesznek közzé. Így a világ legtávolabbi pontjáról is értesülni lehet egy-egy eseményről, ráadásul mindezt élőben. Az a közeg tehát, amelyen megszervezték az eseményeket, alkalmas arra is, hogy az eseményekről valós időben és utána is tájékoztassa azokat, akik nincsenek jelen, illetve megerősítse a saját résztvevőit is, és ezzel további diskurzusokat generáljon a témáról.

Források

Az említett 2017 eleji romániai eseményekről nagyrészt a Facebook közösségi oldalon lelhető információk alapján lehetett értesülni. Itt terjedtek az eseményeket beharangozó bejegyzések, és itt zajlottak a vitatott értékekkel kapcsolatos egyeztetések is, amelyeknek részét képezték a vélemények kifejtése, az ehhez kötődő viták, és ide került vissza a diskurzus részét képező vizuális anyag is. Az itt következő elemzés erre a vizuális anyagra alapoz. A közösségi oldalon megosztott fényképek közül több százat tekintettem át, 121-et töltöttem le.⁹ Mivel az

világ Facebook-penetrációjáról lásd az Arab Social Media report adatait: <http://arabsocialmediareport.com/Facebook/LineChart.aspx?&PriMenuID=18&CatID=24&mnu=Cat>

⁹ Képek forrásai személyes Facebook-oldalak: Adi Bulboaca, Adriana Stoian, Alina Andrei, Anna Ghiran, Carmen Vasadi, Cîtu Ciprian, Coste Patrascan, Dobra Andrei, Doru Dumitescu, Ferenc József, Iona Enache, Emilia Sercan, Julius Constantinescu, Lorena Cojocaru, Milena Egizia Apostol, Cristian Sirbu, Mircea Cartarescu, Mirela Carmen Anastasescu, Nicu Cherciu, Rafa Nicu, Stoica Ionel oldalai és további, nem személyes oldalak: blog f64, Brrlog, I.L. Caragiale, iqads.ro, Pancar-dar, Partikip Cluj oldalai. A képek letöltése: 2017. február 4–6.)

egyes egyéni felhasználói hírfolyamok között igen nagy különbség lehet,¹⁰ fontosnak tartottam, hogy az adatgyűjtési felületemet kiszélesítsem, és hogy ne csupán a saját ismerősi köröm által továbbított információkra alapozzak, hanem kihasználva a felület által biztosított követési funkciót, a vezető fővárosi újságírók, véleményvezérek vagy intézmények által közzétett vagy megosztott tartalmakat is kövessem.¹¹ Így nagyjából két város, Kolozsvár és Bukarest történéseiről értesültem, valamint ennél sokkal kisebb mértékben – annyira, amennyire az ismerőseim és az erdélyi média reflektált rá – a többi erdélyi város történéseiről is.

Üzenet és kontextusa

Alább a 2017 január és február hónapokban lezajlott romániai utcai tüntetéseken készült fényképekre alapozva bemutatom azt, hogy a megmozdulások résztvevői hogyan használták a hagyományos utcai tiltakozás eszköztárát, hogyan fogalmazták meg üzeneteiket, és az üzeneteik közvetítéséhez hogyan használták az online és az offline csatornákat. A leírásban *szövegnek* nevezem mindazon textusokat, amelyeket a tiltakozók bannereken, táblákon vagy bármilyen más üzenethordozó felületen felmutattak. A szövegeket gyakran képek is kísérték, amelyek szorosan kapcsolódtak a szövegek által közvetített üzenethez, ilyen esetekben ezekre is kitér a leírás.¹² A táblákra rögzített üzenetek valamilyen közös ismeretre utalva fogalmazták meg a mondanivalójukat. Az elemzés célja rámutatni arra, hogy miben áll ez a közös tudás. A táblák tartalmukat tekintve tiltakozást fogalmaztak meg, és ezt különböző regiszterek keretében tették annak függvényében, hogy a közös tudás melyik részét használták fel az üzenetek közvetítése céljából. A következőkben ezeket a regisztereket csoportosítva mutatom be. Ez a tematikus felsorolás a terjedelmi keretek miatt nyilván nem teljes, ám eredménye tanulságos lehet.¹³ A besorolási témakör megnevezése után az üzenetek leírása következik (ezen belül a szöveg eredeti nyelven és fordítása, valamint a kép leírása, amennyiben kép is tartozott a szöveghez), majd ezt követi a kutatói értelmezés/magyarázat, azaz a kulturális, társadalmi vagy politikai kontextus felvázolása. Amennyiben több leírás került példaként egy témakör alá, ezek sorszámot kaptak.

Román irodalom

Szöveg: *Mai am un singur dor, (---) scriitor!* / Csak egy vágyam van, hogy (---) író legyen!

Magyarázat: A szöveg első része a román irodalom egyik legismertebb költőjének, Mihai Eminescunak egyik széles körben ismert verssora, a második egy utólag hozzá írt sor arról, hogy a tüntető egyik politikust szeretné látni könyveket írni. A tábla arra a nagy sajtóvisszahangot kapott szabályozásra utal, mely szerint ha egy bebörtönzött személy a büntetési ideje alatt tudományos munkát, könyvet írt, akkor ez a büntetési idő csökkentéséhez vezetett. Ez a rendelkezés látványos visszaélésekre adott lehetőséget. Ezt a verssort több más átköltésben is használták.

¹⁰ Ezt a jelenséget buborékeffektusnak hívja a szakirodalom, kialakulásához pedig maga a közösségi felület algoritmus-rendszere is nagyban hozzájárul.

¹¹ A válogatás szubjektivitását ez a szempont csökkentette ugyan, de nem szüntette meg.

¹² A táblákon szereplő személyneveket személyiségi jogi megfontolások miatt a leírásban a (---) jel helyettesíti.

¹³ Terjedelmi okokból az áttekintés csupán a jelentősebb témaköröket érinti.

Világirodalom

Szöveg: *Les misérables* / A nyomorultak

Kép: a szöveg alatt négy ismert romániai politikus képe látható.

Magyarázat: A *Les misérables* Victor Hugo regényének címe, itt a címet szó szerinti értelmezésében használják.

Festészet

Kép: Eugène Delacroix 1830-as festménye van a táblán, amelynek címe: *La Liberté guidant le peuple* / A Szabadság vezeti a népet.

Magyarázat: A festmény az elnyomás ellen felemelkedő népet ábrázolja, akiket a szabadságot allegorikusan megjelenítő nő vezet a győzelemre. A festményt felmutató táblát egy fiatal nő tartja.

Filmek

1.

Kép: Sir Laurence Olivier látszik a képen Hamlet szerepében az 1948-as filmjében, amint épp a koponyát tartja a kezében.

Szöveg: *A fi sau a nu fi? Altă întrebare!* / Lenni vagy nem lenni? Más kérdés!

Magyarázat: Hamlet teszi fel a kérdést a képen, a választ (itt: *Altă întrebare!*) a koponya adja meg neki. Az említett kormányzati felelős politikus arrogáns viselkedésére utalnak itt is, amikor a sajtó által feltett kérdésre nem kívánt válaszolni, és azzal ütötte el a kérdést, hogy a többi jelenlevőhöz fordult, és ezt hajtogatta: „Más kérdés? Más kérdés?”

2.

Kép: A *Star Trek. The Original Season* című sci-fi sorozat egyik főszereplője, Spock látszik egy fényképen, amelyet egy tüntető tart a kezében. A fotót úgy tartják, hogy háttérében a román Parlament épülete látszik.

Szöveg: *Captain, I have scanned the entire building. There are no signs of intelligent life.* / Kapitány, szkenneltük az egész épületet. Nincsenek értelmes életre utaló jelek.

Magyarázat: A filmben gyakori jelenet, hogy egy idegen bolygóhoz érve megvizsgálják, hogy lakott-e, vannak-e rajta értelmes élet jelei. Egy ilyen jelenetre utal a kép és szöveg, azt sugallva, hogy a parlamentben nincsenek jelei az értelmes életnek. A tábla tulajdonképpen a hatalom rituális kinevetésének gesztusa.

3.

Kép: két jelmezbe öltözött szereplő menetel a tömegben, kezükben látható két táblán szöveg olvasható. Az első alak sárga védőruhában van, gázmaszkot visel. A második alak a *Star Wars* c. film egyik szereplője, Darth Vader jelmezében menetel.

Szöveg 1.: *Carantina. Nivel maxim de ciumă roșie. Protest obligatoriu.* / Karantén. Magas fokú vörös pestis. Kötelező a tiltakozás.

Szöveg 2.: *The force is strong with the people* / Az Erő hatalma az emberekben van.

Magyarázat: A védőruhás alak azt sugallja, hogy a kormánypárt annyira fertőző és halálos, mint a pestis, és ehhez a vörös színt társítja, amely az adott a pártnak a színe. A másik alak a *Star Wars* filmben emlegetett természetfölötti erőre utal, jelen esetben arra, hogy a tüntető emberek közösen birtokolják ezt az erőt.

Hiedelmek

Kép: A tömegből valaki két kézzel a tüntető tömeg fölé emel egy fekete macskát.

Magyarázat: A román szólások között ismert (*a arăta pisica* / megmutatni a macskát), de a román közéletben, sajtóban, újságcikkekkben, sőt az elmúlt években politikusok közötti üzenetekben is néha előbukkan az a megjegyzés, hogy valaki megmutatja a macskát valakinek. Jelentése egyértelműen a fenyegetés. A képen a macska sziluettje és az, hogy ez épp egy baljós fekete macska, erre a tartalomra enged következtetni.

A tüntetésre elvitt macska felmutatásának azonban volt egy további jeletéstartalma is. Azokban a napokban a hatalom által ellenőrzött média azzal vádolta a tüntetőket, hogy pénzt kapnak azért, hogy tüntetni menjenek, sőt ha kisállatot, kutyát, macskát visznek magukkal, arra külön összeget kapnak. A résztvevők ironizálva reagáltak ezekre a vádakra, másnap mindenki igyekezett kisállatokkal, kutyákkal, ölben vitt macskákkal tüntetni, és a Facebook oldalakat elárasztották ezek a fotók, különféle ironikus, a fizetség megemelésére felszólító szövegek kíséretében.

Rajzfilmfigurák, internetes hírességek

1.

Kép: Dexter nevű rajzfilmfigura látható a képen, mellette szöveg.

Szöveg: *Protest now, study later!* / Tüntess most, tanulj később!

Magyarázat: a tüntetések a vizsgaidőszakban zajlottak, amikor az egyetemi hallgatóknak tanulniuk kellett volna, ám ők fontosabbnak tartották, hogy jelen legyenek a tüntetéseken. Dexter egy tudományért rajongó rajzfilmfigura, számára a tudomány a legfontosabb. A plakát arra utal, hogy még neki is fontosabb lenne a tüntetés.

2.

Kép: Grumpy Cat nevű macska rajza.

Szöveg: *No.* / Nem.

Magyarázat: Grumpy Cat egy valós, törpe növésű, morcos kinézetű macska, a morcos vonásaira alapozó internetes mémeknek köszönhetően sztár lett a közösségi médiában. A mémeken a macska fényképe és a rá applikált szöveg látható, a mémek szövegének alapvető attitűdje a tagadás. Facebook oldalát több mint 8 millióan követik. A jelen üzenet szerint a tüntetőnek ugyanúgy *nem* a válasza a történésekre, mint a szóban forgó mémek macskájának.

Plágiumbotrányok

Szöveg: *Ministru cu plagiat „trebie” remaniat* / Plágiumos minisztert le kell cserélni.

Magyarázat: A tüntetések idején működő kormányban doktori disszertációikat plagizáló miniszterek is részt vettek. Az egyik szót a tüntető ezért írta szándékosan hibásan, idézőjelben. A tiltakozó a politikai döntéshozók hozzáértését, hitelességét, erkölcsi megbízhatóságát kérdőjelezte meg.

Digitális világ

1.

Szöveg: *PSD, due to illegal operation, your licence has expires and you will be completely removed from the system* / PSD, tekintettel az illegális tevékenységére, a felhasználói jogosultsága lejárt, és Önt eltávolítottuk a rendszerből.

Magyarázat: a szöveg a számítógépes szoftware-ek nyelvezete segítségével fogalmazza meg azt az elvárást, hogy az egyik kormánypárt nem szabályos tevékenysége miatt vissza kellene vonuljon.

2.

Szöveg: *Porunca 8-a V. 2.0: Sa nu furi... prea mult! #stoplacomieii #integritate* / A 8. parancsolat V. 2.0: Ne lopj... túl sokat! #stopkapzsiságnak #becsületesség

Magyarázat: A tábla a bibliai 8. parancsolat ironikusan újított értelmezését, 2.0 változatát fogalmazza meg. A 2.0 azt jelenti, hogy valami az első szintet túllépte, és már a második szinten tart. A jelentése általános értelemben: valaminek az új, javított változata A # jel használata is a web 2.0 világát jól ismerő társadalom számára üzenetértékű. A hashtag (#) jelnek nincs magyar neve, jelentése megközelítőleg a *címke, kulcsszó*. A közösségi médiában az azonos címkéjű bejegyzések egymás mellé rendelhetők, ezért elterjedt az a gyakorlat, hogy a bejegyzések szélesebb körű elérése céljából a felhasználók számos címkét használnak. A tiltakozó a kapzsiságnak szeretne véget vetni, a becsületességre szólít fel, és ironikusan megállapítja, hogy a 8. parancsolat megfigyelése szerint bizonyos körökben így szól: ne lopj – túl sokat.

3.

Szöveg: *Shift Del Oug*

Magyarázat: a *Shift Del* billentyűkombinációt a számítógépes tartalom törlésére használják, itt a tiltakozás tárgyát képező kormányrendelet (Ordonanța de Urgență, rövidítve: Oug) törlését szorgalmazzák a tüntetők.

Román népköltészet

Szöveg: *Foaie verde și-o lalea, (---)-i prost!* Lefordíthatatlan szójáték. Az első sora a román népdalok gyakori kezdősorát képező természeti kép, a második azt hangoztatja, hogy a megnevezett politikus hülye.

Magyarázat: A szöveg az olvasó elvásáraival játszik. Az első sor után azt várja az olvasó, hogy a második rimeljen rá, mint a népdalokban. Itt azonban egy egyáltalán nem rímelő sor következik. Kicsit a favicce hatását idézi, de kreatív, és eléri a célját. Az üzenet a hatalmon levő politikus képességeit kérdőjelezi meg, és mint ilyen a hatalom rituális kinevetésének egyik formája.

Reklámok

1.

Kép: Két szék látszik a képen, egy kisebb rózsaszínű és egy nagyobb natúr színű. A székek fölött a márka megnevezése az egyetlen szöveg. A kép a nemzetközi lakberendezéseket árusító Ikea svéd cég reklámjának néz ki, az alján a cég logójával.

Szöveg: *Söbölän*. / Lefordíthatatlan szójáték.

Magyarázat: A képen a székek fölött megjelenő szó (*Söbölän*) a székek márkanéve akar lenni, ugyanakkor a román *şobolan* szóra utal, amelynek jelentése: 'patkány'. A kép készítője három olyan betűt is beleillesztett a *şobolan* szóba, amelyeket a román nyelv nem ismer, és amelyek a szándéka szerint a cég nemzetiségére (svéd) utalnak, ám ezektől a betűktől még nyilvánvaló a szó értelme azok számára, akik ismerik a román nyelvet.

A kép mögötti történetnek politikai jelentése volt. Egy sajtótájékoztatóra utalt, amelyen az akkori kormányfő és a kormányzó párt elnöke vett részt. A sajtótájékoztatón jelen levő újságírók észrevették, hogy a két politikus különböző méretű székeken ül: a párt elnökének széke egy magas támlás, impozáns szék volt, a kormányfő széke egy alacsonyabb támlás, szerényebb. Azonnal megszületett az az értelmezés, mely szerint a pártelnök saját fontosságát kívánta hangsúlyozni a székek méretével, és jelezni azt, hogy a kormányfő az ő alárendeltje. Ezen a képen látható kis és nagy szék, valamint a felirat (*şobolan*) erre a visszás helyzetre utal, és a gesztust immorálisnak ítéli. Az üzenetet igen kreatív módon egy közismert, bútorokat forgalmazó nemzetközi áruházlánc reklámfelületévé alakította.

2.

A tábla egy közismert üdítő reklámjára utal.

Szöveg: *Enjoying Coruptie since 1989* / Élvezzük a Korrupciót 1989 óta

Kép: a *Coruptie/korrupció* szó a Coca Cola termék reklámjain megjelenő írásmódjával és színével szerepel, a szöveg is ennek a terméknek a reklámszövegeire utal.

Magyarázat: Megtartották az üdítő klasszikus reklámjában szereplő írásmódot és színeket, valamint a szöveg megfogalmazását, csak az üdítő nevét és az évszámot cserélték ki, és ettől az *enjoying/élvezzük* szó erősen ironikussá vált. Az évszám a kommunista rendszer bukásának éve.

3.

Kép: a magasba emelt táblán egy könyv elképzelt bortója és mellette a könyvet reklámozó szöveg látható. A rögtönzött könyvborítón egy politikus fényképe is látható.

Szöveg a könyvborítón: (---): *Cum am furat pas cu pas. Învățați, învățați, învățați.* / (---): Hogyan loptam lépésről lépésre. Tanulni, tanulni, tanulni.

A borító melletti reklámszöveg: *Acum în librării!!! Şoseaua Kiseleff nr. 10 sector 1. Bucureşti. Primele 1.000.000 exemplare gratis!* / Most a könyvesboltokban!!! Kiseleff sugárút 10. szám, 1. kerület, Bukarest. Az első 1.000.000 példány ingyenes!

Magyarázat: A reklámszövegben a könyvesboltokra történő utalás alatt a borítón látható politikus vezette párt székhelyének címe látható. A tanulást emlegető idézet Lenintől származik, és idézésével a tiltakozó arra céloz, hogy a párt nem szakított hajdani kommunista ideológiával. Az ingyenes példányok emlegetésével a párt támogatóira céloznak, gyakori ugyanis, hogy a választási kampányokban ennek a pártnak a szavazói az ingyenes termékek ajándékozását tartják mérvadónak. A kép jelentőségét növelte, hogy Mircea Cărtărescu román író is megosztotta a szociális média felületein.

4.

Szöveg: *No more Victoria's secrets* / Szójáték

Kép: a kormány épületének fényképe látszik a szöveg fölött.

Magyarázat: A román kormány épülete a Victoria / Győzelem téren található. A szöveg az ismert fehérnemű márkára (Victoria's secrets) utal, amelynek a nevében ugyanaz a Victoria szó szerepel, a fehérnemű-márkában azonban nem győzelem, hanem női név értelemben. A tüntető szerint nem kellene titkoknak lenniük a Victoria téri épületben.

Fiatal generáció, generációs megosztottság

1.

Szöveg: *Da, mama, m-am îmbrăcat bine!* / Igen, anya, jól felöltöztem!

Magyarázat: A tábla arra utal, hogy amíg hordozójának generációja az utcán vonult, szülei, nagyszülei generációja ezt jó esetben csak a televízióban követte. Az egyes hírcsatornák nagyban hozzájárultak ahhoz, hogy ez a generációs különbség nemcsak ebben, hanem az események megítélésében is megmutatkozzon. A szöveg ironikusan céloz arra, hogy a kapcsolat a két generáció között kimerül abban, hogy a szülők aggódnak azért, hogy a gyerekeik meg ne fázzanak, ám a tiltakozás tétjét nem ismerik fel.

2.

Szöveg: *Fraiere, am venit cu trenul* / Balek, vonattal jöttünk!

Magyarázat: A táblát nevető fiatal egyetemista tartja fel a bukaresti vonatállomáson. Az egyetemi hallgatók számára február 1-jétől tették ingyenessé a vasúti utazást. Feltételezések szerint részben azért is siettek ezzel a rendelkezéssel, hogy ne adjanak okot nekik a tüntetéseken való részvételre. A diákok azonban arra használták fel a lehetőséget, hogy a ország egyes városaiból Bukarestbe utaztak tünetetni.

3.

Szöveg: *Am sesiune de învățat, dar și țara de salvat.* / Vizsgaidőszakban tanulnom kellene, ám az országot is meg kell mentenem.

Magyarázat: a tüntetések az egyetemi év vizsgaidőszakában zajlottak, a hallgatók amikor a táblára írt szövegekkel arra utaltak, hogy bár tanulniuk kellene abban az időszakban, fontosabbnak tartják az ország megmentését.

4.

Szöveg: *Draga OUG, mâine am examen, dar asta e, picâm împreună!* / Kedves Kormányrendelet, holnap vizsgám van, de ez van, együtt bukunk meg!

Magyarázat: mint előbb.

5.

Szöveg: *Jos ANTENELE de pe MAMA!* / Le az ANTENNÁKKAL az ÉDESANYÁMRÓL!

Magyarázat: Az egyik legnézettebb, magánkézben levő országos televíziócsoport a szövegben említett *Antena*, amelynek egyik csatornája híreket, aktualitásokra reflektáló beszélgetéseket sugároz. A tulajdonosa egy korrupcióért jogerősen börtönre ítélt pénzmágnás, aki politikai pártot is alapított. A csatorna politikai elkötelezettsége ez időszakban látványos volt. A csatornát rengeteg nyugdíjas korú személy követi, akik más csatornákat nem néznek, internetet nem használnak, így a tüntetők szerint könnyen a manipuláció áldozataivá válnak. A fiatalabb generáció tagjai, akik más információforrásokat is használnak, gyakran tapasztalták ezt a generációsnak is mondható problémát.

Nemiség

1.

Szöveg: *Măcar să ne fi scos la o cafea, înaintea să ne fuți* / Legalább kávézhattunk volna egyet mielőtt így kicsesztél velünk.

Magyarázat: A fényképen a táblát egy nő tartja a kezében. A szöveg arra utal, hogy az udvarlás társadalmi elvárásai szerint előbb illik megismerni, e célból kávézni hívni a nőt, ám ez esetben a kávézás elmaradt, az átvitt értelmű aktus azonban megvolt. Az aktusra vonatkozó kifejezés adott kontextusban azt is jelenti, hogy valamit nagyon elrontottak, második értelmében ezt jelenti a felirat.

2.

Szöveg: (---), *retrage OUG la timp. Nu fi ca tactu în februarie 1962* / (---), vond vissza a kormányhatározatot. Ne légy olyan, mint az apád 1962 februárjában.

Magyarázat: A tüntető a rendelet visszavonását kéri, a politikus születési évére, és a fogantatás megelőzését célzó szexuális viselkedésre való utalással.

3.

Szöveg: *Nu am nevoie de sex, guvernul mi-o trage în ficcare zi!* / Nincs szükségem szexre, a kormány meghúz minden nap!

Magyarázat: Az aktusra vonatkozó kifejezés itt is kettős jelentéssel bír: azt is jelenti, hogy a kormány naponta valamit nagyon elront.

4.

Szöveg: *Ai retras-o? Că n-am simțit nimic.* / Visszavontad? Mert nem éreztem semmit.

Magyarázat: a kormányrendelet visszavonására céloznak, párhuzamba állítva ezt a gesztust a fogantatás megelőzését célzó szexuális viselkedéssel.

Történelmi események

1.

Szöveg: *Elicopter aveți?* / Van helikopteretek?

Kép: egy 1989-es fotón látszik a Ceausescu házaspárt menekítő, éppen felszálló helikopter a tüntetők feje fölött.

Magyarázat: A kép arra utal, hogy az 1989. decemberi események alkalmával a romániai diktátor házaspár helikopterrel menekült el a kormányépület tetejéről a feldühödött tömeg elől. A tüntetők tábláján a helikopter emlegetése arra utal, hogy az aktális politikusok is így kellene meneküljenek.

A közösség ereje

A képen két szöveges tábla látszik.

Szöveg 1.: *Tremurați și voi?* / Ti is reszkettek?

Magyarázat: A szöveg a szó szoros értelmében is érvényes volt, hiszen a téli hidegben tüntetőkre utal, de átvitt értelemben is, a félelemtől reszkető bűnösre.

Szöveg 2.: *Alta întrebare: Elicopter aveți?* / Más kérdés: Van helikopteretek?

Magyarázat: Ennek a szövegnek az első része arra utal, hogy az egyik kormányzati felelős politikus arrogánsan viselkedett egy sajtótájékoztatón, amikor a sajtó által feltett kérdésre nem kívánt válaszolni, és azzal kerülte el a válaszadást, hogy a többi jelenlevőhöz fordulva azt hajtogatta: *Alta întrebare?* / Más kérdés? A szöveg (*Alta întrebare?* / Más kérdés?) internetes mémmé alakult, megjelent a felvonulók tábláin, és azóta is állandóan visszatér a szociális média posztjaiban. A szöveg második része arra utal, hogy az 1989 decemberi események

alkalmával a romániai diktátor házaspár a feldühödött tömeg elől helikopterrel menekült el a kormányépület tetejéről. A tüntetők tábláján a helikopter emlegetése erre a mozzanatra utalt.

Az egyenlő bánásmód elve

1.

Kép: az adóbevallásoknál használt nyomtatvány egy része látszik a képen, rajta a szöveg.

Szöveg: *Alta întrebare* / Más kérdés

Magyarázat: az adóbevallásban a bruttó jövedelem feltüntetésére létrehozott sorban szerepel a fenti szöveg, arra utalva, hogy amennyiben a miniszter nem tartja maga számára kötelezőnek azt, hogy válaszoljon az adófizetőket képviselő média kérdéseire, az adófizető sem tartja kötelezőnek azt, hogy az adóbevallását elkészítse.

2.

Szöveg: *Deci pot să copiezi la bac???* / Tehát másolhatok az érettségim???

Magyarázat: A szöveg arra utal, hogy a megelőző időszakban a nyilvánvaló plágiumügyek ellenére sem mozdították el a plágiumbotrányba keveredett kormánytagokat, ezért a tüntető, feltehetően érettségi előtt álló személy, ezt a helyzetet ironizálja a kérdésével az egyenlő bánásmódra utalva.

Multimédia

Szöveg: *Vă vedem.* / Látunk benneteket.

Kép: A szöveg fölött két macskaszem. A fotón látható szöveg és a macskaszemek egy videoprojektorral egy épület falára vannak vetítve.

Szöveg: *Love. Unity. Respect. Peace.* / Szeretet. Összetartás. Tisztelet. Béke.

Magyarázat: A tüntetéseken részt vettek egy fővárosi *video mapping* stúdió munkatársai. A stúdió azzal foglalkozik, hogy nagyobb épületekre készít videovetítéseket. A megmozdulások alatt ezt a technikát és a hozzáértésüket felhasználva kívülről vetítettek tiltakozó jelszavakat a kormány épületére. Az erről készült videók és fényképek felkerültek a közösségi média oldalaira.¹⁴ Elmondásuk szerint a vetített jelszavakra vonatkozó javaslatokat az első nap kivételével, amikor maguk válogattak a táblákon látható jelszavakból, a résztvevőktől email-en gyűjtötték be.

Szöveg: #REZIST / # ELLENÁLLOK

Kép: A szöveget egy videoprojektorral egy kolozsvári épület falára vetítették. Maga a kifejezés (#rezist) a 2017-es tüntetések jelszavává vált.

Az utca mint színpad

Richard Schechner az utcára vonuló tömegek viselkedésének dramaturgiáját vizsgálva¹⁵ azt próbálta megtudni, hogy mi történik akkor, amikor az utcára úgy tekintünk mint színpadra, aho-

¹⁴ A filmfelvétel elérhetősége: <https://www.facebook.com/auraleye/videos/1455556804486481/> (Utolsó megtekintés: 2017. január 2.)

¹⁵ Richard Schechner: *The Future of Ritual: Writings on Culture and Performance*. Routledge 1993.

va az emberek csoportjai kivonulnak, jeleket mutatnak fel, és ezek segítségével kommunikálnak egymással, illetve a hatalommal. A tömeg, akár vallási, rituális, akár politikai célból szerveződik, mindig jól körülhatárolt kommunikációs stratégiákat alkalmaz a térhasználatától kezdve a szimbolikus nyelvezetig. Schechner értelmezése abból indul ki, hogy napjainkra a karneválok és fesztiválok elveszítették azt, amiről a középkori karneválok kapcsán Mihail Bahtyin beszélt,¹⁶ azaz már nem a biztonsági szelepei a társadalomnak, és nem a fordított világot mutatják meg. Azzal, hogy az állam rájuk telepedett, ezek az események maguk kisebbek, ellenőrzöttebbek, profitorientáltak és deszexualizáltak lettek, a térhasználatuk szabályozottá vált, a kaotikus tömegvonulást pedig felváltották a rendezett, négyzetes vagy lineáris sorban vonuló szereplők, azaz ezek az események a konformitás és rend megtestesítőivé váltak.¹⁷ A régi karneválok egyes elemei azonban, mint például a hatalom rituális kinevetése, szimbolikus megsemmisítése¹⁸, vagy az explicit szexuális tartalom, továbbra is előbukkannak a ma szerveződő utcai megnyilvánulások alkalmával. Amikor a hajdani farsangi ember tiltakozott a fennálló rend ellen, úgy tette, hogy nem kívánta azt felborítani, hanem ehelyett rituálisan, újra és újra kinevette a hatalmon levőket azon az egy napon, amikor ehhez joga volt.

Ma már nincsenek meg az ilyen rendszeres tiltakozási alkalmak, amelyeknek szerepe az úgynevezett „társadalmi gőz” kiengedése volt. Azokon a helyeken, ahol még ma is tartanak farsangi felvonulást, a résztvevők inkább valamiféle nosztalgikus színpadi eseményként, kimevített kulturális örökségként, esetleg látványában színes turistacsalogató hagyományként tekintenek ezekre. Azt mondhatjuk, hogy a hajdani karneválok mára jócskán megszelídültek. És miközben a hajdani, ciklikusan szervezett karneválok megszelídültek, megjelentek helyettük a nem ciklikus, tömeges méretű utcai rendezvények, fesztiválok, felvonulások, tiltakozások, amelyek mindig az aktualitásoktól függően alakulnak ki, és amelyek felhasználják a karneválok eszköztárát, ezeket frissen és kreatívan újraértelmezve.

A hajdani karneválok funkcióit is különálló események éltetik: a szórakoztató funkciót a fesztiválok és karneváli felvonulások, a hatalom kritikáját, rituális kinevetését a tiltakozó utcai események vették át. Ez utóbbi megmozdulások azonban nemcsak a ciklikusságot adták fel, hanem immár céljaikat tekintve is mások: nincs már szó rituális szerepcseréről, nem a kinevetés, a szimbolikus megsemmisítés a céljuk, hanem a hétköznapi életvitelhez köthető konkrét és fontosnak ítélt eredmények elérése, amihez felhasználják a rituális kinevetés, szimbolikus megsemmisítés stb. eszköztárát. Egyszerre vannak jelen az utcán és a digitális térben, és erőteljes kritikai hangot ütnek meg, alapelvekre, alaptörvényekre és általános morális elvárásokra hivatkozva, olyanokra, mint az alkotmány, nemzetközi egyezményekre, mint az Emberi Jogok Egyetemes Nyilatkozata, vallási törvényekre, mint a Tízparancsolat, vagy akár az íratlan viselkedési normákra.

A web 2.0 mint színpad

Az elmúlt években bebizonyosodott az, hogy a közösségi média kitűnő platformja lehet a nagyobb tömegeket mozgató események megszervezésének, függetlenül attól, hogy az esemény

¹⁶ Mihail Bahtyin: *François Rabelais művészete, a középkor és a reneszánsz népi kultúrája*. Bp. 1982.

¹⁷ Schechner: *i. m.* 48.

¹⁸ Bahtyin: *i. m.* 1982. 249, 250.

célja szórakozás vagy tiltakozás. Még akkor is így van ez, ha a résztvevők nem tartoznak egy-azon intézményes keretbe, nem köti össze őket egyéb, mint az az ideológia, amely az esemény hátterét adja. Egy-egy esemény megszervezésének híre egy-egy lokális csoportban könnyen el tud terjedni, illetve ezt fel tudja erősíteni az, ha az eseményt az úgynevezett *influencer*¹⁹ felhasználók felvállalják.²⁰ A web 2.0 ebben a folyamatban tulajdoképpen ugyanolyan színpada lett az eseményeknek, mint korábban az utca volt. Sőt valamelyest több is lett annál, hiszen egyszerre mutatja a magánélet és a közélet eseményeit, egyszerre látni a magánvéleményeket és a közéleti vitákat.

A közösséget foglalkoztató kérdések megvitatása, események megtervezése, megszervezése, lezajlása – ezekben a folyamatokban valóban nagy szerepe van ma már a szociális média felületeinek. A közösségi médiának a társadalom önszerveződésében játszott szerepe értékelésekor a mérleg pozitívumai ezekből indulnak ki. De mit mondhatunk a negatív oldalairól? Hol tart a hatékonyságuk? Vajon elmondható-e, hogy az ily módon megvitatott, felvállalt és utcára vitt ügyek ugyanúgy növekedett arányú eséllyel teljesülnek, mint amilyen könnyedén megszervezhetőek?

Nos ebben a kérdésben a kutatók már szkeptikusok. Több szakember felhívta már a figyelmet arra, hogy a közösségi média felületei többségükben a társadalmilag laza kapcsolatokat tudják működtetni, és ezek csak ritkán elegendőek komolyabb eredmények eléréséhez. A felhasználók ugyanis hajlanak arra, hogy részt vegyenek egy-egy online csevegésben, vagy hogy reagáljanak egy „kedvelés” erejéig, egy online petíció aláírásával, ám ezzel máris lezártnak tekintik a szerepüket, és el is lehetetlenítik a valós részvételt és jelenlétet megkívánó ügyeket. Illetve ha meg is történik az esemény, ez könnyen hatás nélkül maradhat. Az első évek eufóriája után lassan világossá válik az is, hogy bár ezeken a felületeken igen gyorsan szerveződik egy ügy mellé álló csoport, ezek hosszú távon kevésbé tartósak és kevésbé hatékonyak, ami az eredményeiket illeti.²¹ Recens kutatások, amelyek ezekre a problémákra keresik a választ, kiemelik azt, hogy a társadalmi mozgalmak erőssége azon képességükben áll, hogy létrehozzanak egy az online felületen kívül is éltethető közösséget, majd céljaikról megteremtsenek egy narratívát, amellyel majd befolyásolni tudják a döntéshozatali folyamatokat.²² A fent tárgyalt romániai megmozdulások részben és időlegesen elérték céljukat, amennyiben sikerült egy új és önálló narratívát létrehozniuk,²³ ám azt is láttuk, hogy a következő lépés, a befolyás megszilárdítása még nem következett el.

¹⁹ Az influencer (megközelítőleg: véleményvezér) olyan személy, akinek az online bejegyzéseit nagyon sokan követik, olvassák, és egyedi hangjukkal, markáns véleményükkel befolyásolni tudják a gondolkodásmódjukat.

²⁰ A romániai román közéletnek számos ilyen influencer személyisége van. 2017. december 17-én pl. Moise Gurannak 261 233 követője volt, Lucian Mándruțanának 158 694, de például egy Barcelonában élő románul író, közéleti és nemzetközi politikai témákat is érintő felhasználónak, aki nem közéleti személyiség, és főállásban nem újságírással foglalkozik, a követői száma 17 168 volt ezen a napon.

²¹ Zeynep Tufekci: *Twitter and Tear Gas. The Power and Fragility of Networked Protest*. New Haven & London 2017. Online:

<https://www.twitterandteargas.org/downloads/twitter-and-tear-gas-by-zeynep-tufekci.pdf> (Utolsó megtekintés: 2018. 02. 13.)

²² Tufekci: *i. m.* 192.

²³ A narratíváknak egy részét képezik az eseményekről készült fényképek, a teljes diskurzus értékeléséhez azonban még számos tényezőt figyelembe kell venni.

Összegzésként elmondható, hogy ma a társadalom egy jelentős része a web 2.0 felületein egyeztet arról, hogy mi jó, és mi nem jó a világban, mi elfogadható, és mi nem a közösségük számára, és mint láttuk, ott szervezi meg a tiltakozásait is. Ezeken a közösségi oldalakon szervezett, majd az utcára kivitt eseményeken, tiltakozásokon, megmozdulásokon felmutatott üzeneteket továbbra is a kultúra ismert regisztereiben fogalmazzák meg, így ezek csak kulturális, közéleti és politikai kontextusuk ismeretében értelmezhetők. Az üzenetek megértéséhez szükséges az azokat megfogalmazó csoport kultúrájának, történetének, vágyainak és motivációinak az ismerete. Mivel a fent bemutatott tüntetések hetekig tartottak, a tüntetők nap mint nap az előző napok fejleményeire is reagálhattak, és így már nemcsak a kulturális, közéleti stb. kontextus volt számukra fontos, hanem a napi történések dinamikája is.

A megmozdulások világosan leleplezték a társadalomban létező, a digitalizációs folyamat révén létrejött generációs töréseket, és azt, hogy ennek számos következménye van. A digitális világ zsargonja is kikerült az utcára, és 2D formában ott volt a táblákon, hogy ezen utalások révén is nyilvánvalóvá váljon a generációs elkülönböződés. A hashtag jelek és a többi, a digitális médiára történő utalások, az olyan eszközök bevetése, mint az üzeneteknek, jelszavaknak videoprojektossal történő kivetítése egy-egy épület falára – mind-mind azt az érzést erősítették, hogy a tüntetés alatt bár minden korosztályból vannak jelen az utcákon, a kezdeményezés és az üzenetek megfogalmazása mégis elsősorban a digitális médiában jártas generációké. A társadalom azon része, amelyik nem használja rendszeresen a közösségi média felületeit, valószínűleg nem vagy nem úgy érti a jelentését, mint azok, akik használják. Ezzel kapcsolatosan előtérbe került az az információ is, hogy azok a fiatalok, akik 2017-ben vettek részt a tüntetéseken, tulajdonképpen az 1989-es rendszerváltók gyerekei. Ez a generáció az, amelyik már az internet korszakában nőtt fel, és ellentétben az szüleikkel, akik ebbe beletanultak, és a nagyszüleikkel, akik ezt idegennek érzik, az ő számukra a szociális média otthonos közeg. A megfogalmazott üzenetek gyakran reflektáltak a generációs törésre: arra, hogy a szülei, nagyszülei generációja kevésbé vesz részt ebben a sokirányú információs világban, inkább megmarad a televíziók nyújtotta információknál, és így ez a társadalmi szegmens fokozottan vulnerábilissá vált.

A digitális média a maga kétmilliárd felhasználójával még gyerekcipőben jár: a Facebook még csak 13 éves, a Tweeter 11. A hatásuk a mindennapokra azonban máris óriási, hiszen a társadalom világhálóra költözése nem csupán a digitális háztartás készleteinek dobozolását és átszállítását jelenti, hanem komoly társadalmi átalakulásokat is feltételez. Látványosan változik a közéleti diskurzus, valamint az értékek egyeztetésének helye és módozatai is. A fent leírt példánál maradva, láttuk, hogy bár az utca továbbra is fontos színtér marad, már jelentős mértékben osztozik a digitális felületekkel.

Symbolic Communication of Street Protests on Social Media Platforms

Keywords: digital platforms, the social impact of the digital media

Digital media is still in its infancy: the Facebook platform was founded in 2004, Twitter in 2006, and their popularity has seen remarkable growth, by 2017 the first has surpassed two billion users, the second 330 million. Their impact is enormous, we can rightly say that the society has moved to digital platforms. However, migration to digital platforms does not just mean the encapsulation and transfer of digital inventories, this phenomenon has led to major transformations in social life. The public discourse is changing, and at the same time the place and ways of reconciling social values change. With reference to the example described in the study: although the street has remained the space of manifestation of dissatisfaction, it shares this role with digital surfaces.