

Globalizált média, mediatizált kultúra

A tömegkommunikáció határok felettisége globális-virtuális világok sokaságát látatja. A digitalizációs folyamatokban feloldódní látszik a kulturális hagyomány, amely – Eric Hobsbawn szerint – a nemzetalkotási konstrukciós tevékenység része (volt), így az ő teóriája szerint hagyományok léteznek, de tudatos átfórmálások mentén alakulnak. Kérdés, hogy korunkban az eszközhasználat milliárdos pillanatnyi akciói mellett milyen mértékű a „tudatos” átfórmálása a tegnapról mára hagyományá váló ismerethalmaznak (persze a hagyomány nemcsak ismeretekből, de átadott értékekből, keretet adó narratívákából is áll[t]).

Mára elmondható, hogy mind a nyelvi, mind a kulturális sokszínűség ténye minden korábbinál egyértelműbb, közvetlenebb élménye a mindennapoknak, ezt adja – a sok más elvevő – globális-virtuális tér, ebben már sok esetben nehezen mutathatóak ki a civilizációs határvonalak; bár mindennek az ellentéte is igaz: az egy adott civilizációs körön belüli kulturális törésvonalak sokkal plasztikusabban rajzolódnak ki, mint korábban, hiszen a virtuális térben „közelebb” kerültek egymáshoz, de úgy, hogy a valós találkozás mégsem feltétlenül zajlott le.

A fentiekben leírtak okán az interkulturális párbeszéd lehetőségét sokan megkérdőjelezzik: egyfelől a lehetetlensége, másfelől a lehetségessége okán.

Az elsőnél – azaz a párbeszéd lehetetlensége esetében – a fordítást mint a nyelvi idegenek egymás közötti párbeszédét biztosító folyamatot kérdőjelezzik meg, tehát azt állítják, hogy a szemantikai tartalmak a fordítás kódoló-dekódoló eljárásában torzulnak, s így a megértés megtörténte az átiratokra alapozottan valósul meg, ezért a párbeszéd az eredeti közlő-befogadó, közlendő és megértendő felől vizsgálva az értelmezésben elveszik.

Másik értelmezés lehet a kultúrák – valójában a nyelvi kultúrák (amelyek akár egy adott nyelven belüliek is lehetnek) – közötti dialógusról beszélni, azaz a folyamat maga lehetséges, de éppen ez az, ami a lehetséges – meglévő – különbözőségeket feloldja, így a dialógus magát a dialógust szünteti, szüntetheti meg.

A globalizált-globalizáló médapiacra a közérdek, a közjó fogalma elhalványult. A globalizált platformokon a szép, a jó, az igaz egy-egy versengő érték (termék) másokkal – akár a saját ellentétükkel –, nincs kiemelt szerepük. „Kvází értékek”, mint mások, mert „kvází értékelést” kapnak: eladhatóak vagy sem?

Biztosan eladhatóak, ha szórakoztatóak, ekkor áruk nő; de ha nem értékesíthetőek, el-tűnnek. Igazi érték az értékelésből származhat, ez pedig emberi sajátosság. Az érzékelés az állati léte is jellemző aktivitás, az értékelés az, ami emberi (nagyon is emberi),¹ azaz az embert emberré tevő viszonyulás a valósághoz.

A mindennapokban világtendenciáknak is tekinthető változásoknak is részesei vagyunk: a print kiadású lapok, folyóiratok, könyvek visszaszorulása (a digitális kiadásai megjelenése mellett),² az online sajtó térnyerése, a rádiók és televíziók kábelekedésének befejeződése, illetve ezek digitális átállása, még pontosabban: a digitalizált alapon elinduló rádiózás és televíziózás megjelenése, azaz a technológiai változások miatt megváltozott életkörülmények egyetemes erkölcsi és jogi újragondolást igényelnének, de a teóriaalkotáson túl nem jut a nemzetközi tudományos közösség.

A média mint kultúraközvetítő sokszínű. A tartalmi és formai sokszínűsége a „fogyasztók” nem voltak (nincsenek) felkészülve,³ a világhálón mindenféle tartalmat megtalálhat az érdeklődő, a keresőprogramok sokszor néhány lépésre helyeznek el egymástól emelkedett és obszcén tartalmakat;⁴ mindezek miatt a média mára több, mint a kultúra közvetítője, a kisebb kulturális tőkehányaddal, vagy tőkeprivációval bírók esetében magát a kultúrát jelenti.⁵

Az internethasználatba⁶ korunk gyermekei beleszületnek (előbb ismeri meg a technikát, mint ahogy értékítélete, ízlése lenne; vagy éppen fordítva: mire elsajátítja a technikai készségeket, elveszíti a veleszületett esztétikai értékítélet képességét). A „ma” szülei és nagyszülei csak ifjú, vagy felnőtt fejjel tanulták a világhálóban való barangolás képességét (kevésbé ismerik a technikát, így kisebb meggyőzőerővel tudják alátámasztani a gyakorlatban az értékválasztásaikat), éppen ezért a gyermekeik, unokáik védelmére kevésbé vannak felkészülve, mint amilyen veszélyek a technológia adta virtuális világban rejlenek. Az idősebb generációk esetében mindez a felkészületlenség nem csak technikai ismeretekről, vagy azok hiányáról szól, hanem arról, hogy az informatikai robbanás olyan választások elé állítja az internethasználót, amelyre az korábban soha nem kényszerült. A fiatalabb generációk esetében pedig hiányzik az irányt mutatni, példát adni tudó, a helyes – és a világ jellegéből fakadóan a gyors – választást segítő magasabb életkorú korosztály.⁷

Mindezek miatt megállapítható – akár veszélyként is megjelölve –, hogy az eszközhasználó – azaz korunk embere – civilizált, de nem feltétlenül kulturált, hiszen az eszköz elviszi-elveszi az alkotóerőt (sőt annak szükségességét mint az emberi létezés alapkövét is megkérdőjelezi).

A kultúra nem csak és kizárólagosan emberi alkotásként értelmezendő, hanem mint az emberi létmód alapja-kerete, hiszen ember és kultúra egymást feltételezők, azaz egyik megszünte, a másik eltűnésével jár.⁸

A globális mítosz, kultúra, legfeljebb csak mítosz-, kultúrapiótlék, mert vegyes, kevert, de senkinek sem otthont adó, ami mindenkié, az senkié. A hétköznapi eseményei egyre világosabban (homályosabban, esetleg sötétebben) mutatják: nincs globális közösség, a lokális, regionális, nemzeti (esetleg még) létezhet.⁹

Az egyetemes – és ezek részeként a nemzeti¹⁰ – kulturális értékek – művészeti alkotások – nem csak koruknak szólnak, ez evidensen igaz a korábbi korok alkotásaira, de a jelenhez kötődően, abban értelmezetten születettek-re-születőkre is. A jelen kor technológiája lehetővé teszi a művész(et)ek számára is a mindenhol-mindenkor „jelen levést”, s ez magával hozza a művészeti alkotás értékének és élményszerűségének hétköznapivá válását, de a közismertség, a népszerűség (popularitás) potencialitását úgyszintén.

Az embert kora formálja, pedig sokszor tűnik úgy – s talán úgy is van néha, néhányakkal –, hogy fordítva áll a dolog. Most egy olyan világot élünk, ahol a gyermek – aki ember-lehetősége szerint alkotó és befogadó, művész és közönség egyszerre – digitalizált szövegeket olvasva a világ egyes részein már kézírás sem tanul – elveszíti a manualitást, amely emberré (értelmes állattá) tette. Elveszíti a személyes élményszerzés lehetőségét, s ennek egyediségét is, amely meghatározó mértékben személyiséggé tette –, könyvet is nagy ritkán vesz kezébe, s azt hiszi, ha valamit letölt a világhálóról, ugyanazt hallja, mintha a koncertteremben ülne, ugyanazt látja mintha filmszínház nézője, vagy kiállítás látogatója lenne. Nem. S nem csak azért, mert az eredeti hang, fény más, vagy, mert a színháznak illata van, hanem azért is, mert a hozzá hasonló érdeklődésű embertársaival való személyes találkozás lehetőségétől is megfosztja önmagát.

A „nagy a szép”, a „sok a szép”, a „hasznos a szép” gyakorlattá vált elvei adják a mindennapi létezés kereteit. Az első kettővel azt (is) sugallva: „a minőséget gyártjuk (csak neked”, tömegével. Így végül majd’ mindenki személyesen megszólítottá – lehetőség szerinti fogyasztóvá – vált a művészet esetében is. Mindeközben a piacósított műalkotás az csönd és a láthatatlanság ködfátyolával borítottá lett, mivel kulturális termékként az eredendő mivoltát, a maga „anyagiságát” – amely mediatiszálta, virtualizálta és bár így sokakhoz eljutó, vagy éppen ezért személytelenné lett – veszíti el.

A „nagy a szép” és a „sok a szép” párosát tehát a „hasznos a szép” egészíti ki. Hasznos – és leginkább csak az hasznos –, ami „releváns”, van „gyakorlati jelentősége”.

Ez a haszonelvűség – utilitarizmus – az, ami egyenes utat nyit a kommercializációhoz. A marketingtevékenység esetében az eladás az elsődleges cél. Eladni a termékből (szolgáltatásból) minél többet, minél több embernek, a lehető leginkább drágán. Ez a – gazdasági – cél nem tartható elfogadhatónak, ha a kultúráról, ezen belül a művészetről van szó.

Ekkor cél az érték „eladása” (értve ez alatt most a nyilvánosságra hozatalt, a közvetítést, a közönséghez történő eljuttatást, nem csak a piaci értékesítést), akkor is, ha ez nem hasznos: azaz nincs gyakorlati értéke (nem releváns), nem hasznot termelő közgazdasági értelemben, nem akar tömegessé válni.

Az utilitarizmus uralta világban a marketing tudománnyá lett, a filozófiából tudományt csináltak (csak hogy szalonképes legyen), s a mai napig a természettudományos ismerethalmozást helyezik a nevelés, a képzés központjába.

A humaniorák a (sokszor) megmosolygott „kiegészítők” az oktatásban, művészet ugyanitt a luxus(tan)tárgy kategóriájába sorolódik, pedig ezek azok, amelyek a kreativitást, a fantáziát, a döntési és az adaptációs képességet, a kognitív struktúrában a fogalomalkotás képességét, a szociabilitás terén a szolidaritás kialakítását eredményezhetik.

A barbárság és – a kultúra szövevényében élés, hétköznapi szóhasználat – a civilizált-ság közötti határ vonal ott húzható meg, hogy létünk biztonságos fenntartásán, kényelmünk biztosításán túl igényelünk-e *nem* hasznossági alapon előállított értékeket is.

Az érték önmagáért is lehet: ez a potencialitás választja el a nem értéktől (például akár a kulturális piac áruitól).

S ha így érdektelen lesz az embernek, az értékelésen alapuló alkotó mivoltát és az értékválasztáson álló morális jellemzőjét veszíti el.

Az általam preferált esztétikai szemlélet szerint az ember jó ízléssel – széperzéssel – születik, ezt megalapozza az a tény, hogy az egyedfejlődéshez hasonlóan az emberiség történelmének korai szakaszaiból származó művészeti hagyatékaink kifejelett – az örök szépséget mintázó – esztétikai érzékről tanúskodnak.¹¹

Arra, hogy változik a világ, de vannak örök értékek, a művészet felhívhatja a figyelmet, hiszen az egyszerre hagyomány és megújulás.

Világunk része a digitális világ is, amely egyszerre adja a talányt és a megoldást is. Ember alkotta, tehát tökéletlen. Ember alkotta, tehát amíg az ember önmagán uralkodik, alkotásán is tud uralkodni. Felelősségünk nem kicsiny, hiszen: „Az ember nem a létező ura. Az ember a lét pásztora.”¹²

JEGYZETEK

- 1 Több írásában is elemzi mindezt Nietzsche. Ebből csak az egyiket jelzem. NIETZSCHE, Friedrich: *Adalék a morál genealógiájához – Vitairat a legutóbb közreadott „Jón és gonoszon túl” kiegészítéseként és magyarázatoként*, Bp., Holnap, 1996, (Ford. Romhányi Török Gábor), 77.
- 2 A sajtó, a népszerűsített irodalom – a növekvő írni-olvasni tudás – közelítőleg háromszáz évvel ezelőtti egyre szélesebb körben történt terjedése megteremtette a kulturális tömegcikket. Erről: LÖWENTHAL, Leo: *Irodalom és társadalom – Könyv a kultúrában*. Bp., Gondolat, 1973, 99-3
Társágunkban részben az államszocialista egyikúság, részben a demokratikus átrendeződés összevisszaságai (amelyben a véleménynyilvánítás szabadságának különböző gyakorlata egyéni és közösségi jogokat sokszor sértő módon formálódott), majd a kereskedelmi rádiózás-televíziózás hallgató-, illetve nézővadász stílusa-tartalma, végül a digitális forradalomnak nevezett világlejenség miatt. Mindezek a hatások két rövid évtizedben érték többek között a magyar „médiafogyasztót is” (azaz mindnyájunkat), kisgyermektől az aggastyánig.
- 4 A médiumok jelentős részének működési-működöttes alapelve: „a sztori nagyot szőljön”; az, hogy téves a közlés, dezinformatív, vagy éppen erkölcsi értelemben romboló, kevésbé „érdekes”, az esetleges perek és kártérítések költségei beépítettek a médiacégek működésébe. Mindez a hitelesség világszintű romlásával jár, de a klímát saját magával kapcsolatban is ugyanaz a média határozza meg, így a saját működését az önbagatellizációval tartja fenn, sugallva: nem érdekes a tartalom valódisága (azaz nem érték a hitelesség), csak a gegszerűség, a szórakoztató mivolt a fontos.
Mindez nem csak a virtuális térben igaz, hiszen egy nemzetközi könyvfesztiválon, vagy animációs filmfesztiválon és vásáron egymás mellett találhatjuk a populáris, illetve a magas művészeti kategóriákba soroltat (azaz csak szórakoztató céllal készített termékeket, és a nem szórakoztatás céljából alkotott műveket). Továbbá például a múzeumokban (a kultúra templomaiban) a magas (képző-, vagy ipar-, esetleg népművészeti) művészeti alkotások könnyen elérhető (megvásárolható) „értékként” való megjelenítése is popularizálási technikaként értelmezhető; s megkérdőjelezi a magas és a pop(uláris) megkülönböztetés mögötti értékhierarchiát.
- 5 A továbbiak részben a *Média* címen – az *Idők jelei* című kiadvány 45-6. A számadatok szerint a magyarországi internet penetráció felgyorsult, bár a szélessávú szolgáltatások még mindig gyenge mutatókkal bírnak. Egy 2014-ben – a Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság által – közzétett felmérés szerint a magyarországi nagyvárosokban élők közel háromnegyede, míg a kis településeken élők valamivel több mint fele internetezik legalább heti gyakorisággal. Az is jellemzi a hazai viszonyokat, hogy az adatátviteli hálózatok kevésbé kiépítettek a kis népsűrűségű régiókban, ezért ezen a területeken kisebb a szolgáltató- és csomagválaszték, mindezekért – növelve az itt élők meglévő társadalmi és technológiai hátrányát – alacsonyabb az internetkapcsolat elérhető sebessége, valamint az árverseny is kisebb; azaz egységnyi sebességért a kisteleplésen élők többet fizetnek, mint a nagyvárosok lakói. Mindezt összevetve azzal, hogy a nagyvárosokhoz viszonyítva magasabb árszínvonal alacsonyabb jövedelmi színvonalal találkozik a kisebb településeken; megállapítható, hogy szolgáltatók technológiai-gazdasági gyakorlata megnehezíti az internethasználat terjedését a jellemzően gyengébb szocióökonomiai jellemzőkkel bíró területeken.
Lakossági internethasználat – online piacfelmérés 2013, NMHH. Forrás: http://nmhh.hu/dokumentum/162930/lakossagi_internethasznalat_kutatasi_osszefoglalo_2013.pdf (utolsó letöltés: 2016. 02. 20.)
- 7 „Az a fejlődési ütem, amit a kultúrára saját gyermeke, a technológia kényszerít rá, azzal a következménnyel jár, hogy a fiatalság joggal nevezi elavultnak az aktív generációnak még birtokában lévő örökölt ismeretanyag jelentős részét.” LORENZ, Konrad: *A civilizált emberiség nyolc halálos bűne*. Bp., IKVA, 1994, (Ford. Gellért Katalin), 97.; a jelen sorok írásakor szinte napra pontosan harminc esztendeje elhunyt Nobel-díjas osztrák tudós így folytatja a későbbiekben (egyszerre fogalmazva meg aggodalmát természetért, emberért, kultúráért): „Nagyon nehéz lesz megértetni velük, hogy mindaz, ami a kulturális fejlődés során keletkezett, ugyanolyan pótolhatatlan és csodálatra méltó, mint az, ami a törzsfelődés folyamán jött létre, nehéz lesz velük megértetni, hogy a kultúra kioltható, akár egy gyertyaláng.” Uo., 105.
- 8 *A kultúra nélküli ember mítosz = MACINTYRE, Alasdair: Az erény nyomában – Erkölcseleleti tanulmány*. Bp., Osiris, 1999, (Ford. Biróné Kaszás Éva), 218.
- 9 Mindezzel nem ellentétes az a kijelentés, hogy: „Az új elektronikus egymásrautaltság globális falu képében teremti újra a világot” – írja MCLUHAN, Marshall: *A Guttenberg-galaxis – A tipográfiai ember létrejötte*. Bp., Trezor, 2001, (Ford. Kristó Nagy István), 45.
- 10 A kultúra egésze mediatisált, így nemzeti kultúránk is, amelynek alapja anyanyelvünk. Az anyanyelv ápolása terén (például a helytelen

médiamunkatársi, vagy szinkronszínészi, de akár pedagógusi nyelvhasználat miatt) az állami szerepvállalás elkerülhetetlen.

- 11 KUCSERA Tamás Gergely: *Social and cultural Effects of Animation* című előadás; elhangzott 2019. március 6-án a – 2019. március 3. és 7. között megtartott – 11. Teheráni Animációs Fesztiválhoz (11th International Animation Festival in Tehran) kapcsolódó Teheráni Animációs Filmvásáron (Tehran Animation Market); a témához kötődően elhangzott még:

- 12 HEIDEGGER, Martin: *Levél a „humanizmusról”* = *Újjelek*. Szerk. PONGRÁCZ Tibor, Bp., Osiris, 2003, (ford. Ábrahám Zoltán és társai), 316.
- „Mindezért fontos, hogy a jelen korban a globalizált világ egyik legbefolyásosabb művészeti ága – és valóban az egyik legbefolyásosabb, hiszen tematikus csatornákon keresztül a felnövekvő gyermekek világképét formálja – az animáció, ne rombolja az egyetemesen meglévő szépérzékét, hanem erősítse azt, közös – akár az animáción is túlmutató – nyelvet adva a Világnak.”

