

Szabad Piac

Gazdaság-, társadalom- és bölcsészettudományi folyóirat



4

2021/2

TUDÁS

KIADJA A MILTON
FRIEDMAN EGYETEM

Szabad Piac

Gazdaság-, társadalom- és bölcsészettudományi folyóirat

2021/2
Tudás

Kiadja a Milton Friedman Egyetem

Szabad Piac

Kiadja a Milton Friedman Egyetem

Gazdaság-, társadalom- és bölcsészettudományi folyóirat

Megjelenik félévente

Főszerkesztő: *Csepeli György*

Felelős szerkesztő: *Szűts Zoltán*

Szerkesztők:

Vasali Zoltán (tanulmányok),

Soós Eszter Petronella (szemle)

A szerkesztő bizottság elnöke: *Schottner Krisztina*

A szerkesztő bizottság tagjai:

Beke Ottó (Újvidéki Egyetem), Guld Ádám (Pécsi Tudományegyetem), Lengyelne Molnár Tünde (Eszterházy Károly Egyetem), Mátyus Imre (Szegedi Tudományegyetem), Molnár György (Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem), Pók Attila (MTA Bölcsészettudományi Kutatóközpont Történettudományi Intézet), Racsko Réka (Eszterházy Károly Egyetem), Szatmári Péter (Kodolányi János Egyetem), Tózsza István (Budapesti Corvinus Egyetem)

A szerkesztőség címe: *Milton Friedman Egyetem, 1039 Budapest, Kelta utca 2*

A kiadó neve: *Milton Friedman Egyetem*

Székhelye: *1039 Budapest, Kelta utca 2.*

A kiadásért felelős személy: *Gere Ádám vezérigazgató*

A szerkesztésért felelős személy: *Szűts Zoltán felelős szerkesztő*

Tördelő szerkesztő: *Szitás István (Gerilla design)*

ISSN: 2677-1616

A folyóirat weboldala:

<https://uni-milton.hu/szabad-piac/>

Kapcsolat: *Szűts Zoltán (szuts.zoltan@uni-milton.hu)*

A kéziratok formai és szakmai követelményei az alábbi címen érhetők el:

<https://uni-milton.hu/szabad-piac/kezirat>

Lektorált folyóirat.

Minden publikálásra beküldött kéziratot két felkért opponens lektorál.

TARTALOM

ELŐSZÓ

Csepeli György

Előszó.....	5
-------------	---

SZABAD PIAC BESZÉLGETÉS

Csepeli György – Molnár György – Szűts Zoltán:

Mi a tudás, ki a tudós?.....	7
------------------------------	---

ELMÉLETILEG

Demeter Márton

Imperializmus a tudományban.....	13
----------------------------------	----

Mészáros Tímea - Vass Vilmos

A tacit tudás transzformációja és hatása a felsőoktatás tudásképzésére.....	23
---	----

GYAKORLATILAG

Csepeli György - Örkény Antal

Igaz és hamis tudományos hírek fogadtatása közép-európai egyetemi hallgatók körében	39
--	----

Kiss Dávid

„Elsajátítás-használat-felhasználás”

Gondolatok a digitális irodalomoktatás hatékonyságáról	46
--	----

Balogh Csaba – Dragon Zoltán – Mátyus Imre – Pusztai Bertalan

A közösségi média hatása az egészséggel kapcsolatos elképzelésekre és a testképre	62
--	----

Guld Ádám

Sportolók, rajongók, influencerek.

Szurkolói szokások változása az online térben.....	78
--	----

SZEMLE

Molnár György

Mesterséges intelligenciáról kicsit másképp – gyakorlati megközelítésből	89
---	----

ABSZTRAKTOK.....	92
-------------------------	-----------

ÉLETRAJZOK.....	94
------------------------	-----------

Nyomda: Fotogold Nyomda
Felelős vezető: Borvető Béla

ELŐSZÓ

Csepeli György

ELŐSZÓ

A Szabad Piac 4. számának fókuszába a tudást állítottuk. Ezzel a témával foglalkozik a szokásos szerkesztői kerekasztal beszélgetés, melynek résztvevői szerint a bizonytalan, változékony, komplex világban keletkező tudás paradoxona, hogy a részletekről egyre többet, de az Egészről egyre kevesebbet tudunk.

Demeter Márton rendkívül érdekes cikket írt a globális tudásipari termelést meghatározó imperializmussal foglalkozó kutatási eredményeiről, melyek azt mutatják, hogy a tudományos tőke globális egyenlőtlenségei elsősorban a humán- és társadalomtudományok perfiérián működő művelőit sújtják. A szerző elsőrangú diagnózist állít fel. A terápia megtalálása mindenki számára kihívás, akik felelősséget éreznek egy új, igazságosabb világért, ahol a tudásjavak termelése és fogyasztása mindenki számára egyenlő mértékben válik lehetővé.

Mészáros Tímea és Vass Vilmos tanulmányának tárgya a tacit tudás transzformációja és hatása a felsőoktatás tudásképzésre. A szerzők Polányi Mihály „tacit tudás” koncepcióját eredeti módon hasznosítva a felsőoktatás által közvetített tudás radikális változását sürgetik. A tanulmány kiindulópontját a World Economic Forum 2020. október 20-23 között, a Munka Újrarendezése címmel rendezett csúcstalálkozója adja, melyben a sikeres munka elvégzéséhez a következő öt évben szükségessé váló képességeket sorolják fel. A legfontosabb képességek sorában találjuk a kreativitást, a kritikai gondolkodást, a stressztűrést, a komplex problémák megoldását. Ezeknek a képességeknek a kifejlesztésére jelenleg a felsőoktatásban kevés figyelmet szentelnek. A kiútra a szerzők több lehetséges forgatókönyvet javasolnak.

Szertőtársammal, Örkény Antallal együtt részt vettünk egy kutatásban, melynek során hat közép-európai ország egyetemistái körében a tudományos hírek iránt mutatott hiszékenységet vizsgáltuk. A kutatás menetét megzavarta a vírusjárvány, aminek következtében a tervezettnél kevesebb számú egyetemistát értünk el. A kérdőívben 12 hírt soroltunk fel, amelyek közül 4 bizonyíthatóan valóságos tudományos információt tartalmazott, 8 pedig hamis volt. Mind az igaz, mind a hamis hírek között fele-fele arányban voltak társadalomtudományos és természettudományos hírek. Az eredmények azt mutatták, hogy a hiszékenységet csökkenti a természettudományos előképzettség, valamint a közösségi média által forgalmazott tartalmak kerülése. Egészében azonban minden országban kisebbségben voltak azok, akik a hamis tudományos híreket elhitték, és egyidejűleg az igaz tudományos híreket nem hitték el. A cikk felhívja a figyelmet a tudományos újságírás, ismeretterjesztés fontosságára, amelynek hiánya a tágabbban vett kritikus és demokratikus nyilvánosság kárára van.

A vírusjárvány kikényszerítette a magyar iskolákban a digitális átállást. Kiss Dávid saját középiskolai tanári tapasztalatait is beépítette kutatásába, amelynek keretében hat- és négyosztályos középiskolai tanulókat és tanárokat kérdezett meg a járvány időszaka alatt. Az eredmények azt mutatták, hogy az IKT eszközök (internet hozzáférés, audiovizuális szinkron

ELŐSZÓ

interaktív kommunikációs technológiák, hipertext adta lehetőségek) önmagukban nem elegendőek. A szerző bátran szembenézve a hatékonyság változójának operacionalizálási nehézségeivel, arra a következtetésre jutott, hogy digitális pedagógiai kompetencia nélkül a digitális pedagógia, legalábbis az irodalomtanítás esetében nem hatékony. A kvantitatív és kvalitatív kutatási módszereket egyaránt alkalmazó kutatás értékét fokozza a tanulmány végén közölt problématerkép, amely az irodalomtanítás digitális pedagógiájának fejlesztésének útmodellje lehet.

Balogh Csaba, Dragon Zoltán, Mátyus Imre, Pusztai Bertalan kiváló cikke a közösségi média egészséggel kapcsolatos elképzelésekre és a testképre gyakorolt hatásaival foglalkozik. A szerzők alapos szakirodalmi áttekintést követően egy nemrég végzett saját kutatás eredményeivel igazolják, hogy a közösségi média (adott esetben az Instagram) felületein elérhető képek hatására egyes felhasználói csoportok tagjai, különösen a serdülők és a nők valóban elégedetlenek lehetnek saját testükkel. A vizsgálat azonban azt mutatta, hogy a frusztrációnak határt szab a képek nyomán kialakuló felhasználói diskurzus, amelyben az egészség értéke felülírja az extrém testminták fanatikus követését.

Guld Ádám egy – Magyarországon elvégzett – reprezentatív szociológiai kutatás eredményeit összegezve megállapítja, hogy bár a sporttartalmak domináns elérési módja ma Magyarországon még a televízió, a sporttartalmak kedvelői, akik jellemzően inkább férfiak, mint nők, a sportolókat már inkább az online térben követik. A szerző szerint a sportolók népszerűségében és vonzerejében szerepet játszik a hírnév, a csoport- és nemzeti identitás, valamint a tetszetős külső. Ezek a tényezők együttesen eredményezik, hogy a sportolók kiemelkedően megbízható, stabil csoportot képeznek az ismert emberek világán belül, és ez magyarázza azt is, hogy az irántuk való kulturális és piaci érdeklődés 2021-ben is töretlen.

Csepeli György
Főszerkesztő

Csepeli György – Molnár György – Szűts Zoltán:

MI A TUDÁS, KI A TUDÓS?

Szűts Zoltán: Hogyan definiálnátok a tudás fogalmát?

Csepeli György: Kiindulópontként a hétköznapi tudást választom, mely az a program a fejünkben, aminek segítségével el tudjuk dönteni, hogy mikor, milyen helyzetben vagyunk, mi a valóság, mi nem az. Ez egy borzasztóan praktikus felfogása a tudásnak, amely természetesen nem magától, nem egyik pillanatról a másikra születik – mint Pallasz Athénéé, aki kipattant Zeusz fejéből –, hanem egy hosszú szocializációs folyamat eredményeként alakul ki az élet első tizenöt-húsz évében és utána meglehetősen tartós hatást gyakorol ránk. Az élet végén, amikor kiesnek a különféle tartalmai és mintái ennek a tudásnak a fejünkből, akkor visszatér a gyermeki állapot. Ilyen értelemben véve a tudás a magától értetődőség, a hétköznapiság, a primér, elsődleges valóság észlelésének eszköze. Ebből ágazik ki a művészi, a vallási és a tudományos tudás, amelyről ma még fogunk beszélni. Lukács az Esztétikájában hasonló kiindulást követett, amikor megkülönböztette a hétköznapi tudást a tudás egyéb válfajaihoz képest.

Molnár György: Azt gondolom, hogy a tudás általánosságban az élet minőségének egyik legfontosabb meghatározó tényezője, ha egy picit pedagógia szempontból közelítjük meg, akkor bizonyos információknak valamilyen összessége, ami persze a mindennapjainkat is átjárja. Valójában a tudás nagyon fontos a mai társadalmunkban, hiszen a tudás határozza meg a fejlődési lehetőségeket társadalmunkban, az információs társadalmunkban. Mindennek van egy lényeges fejlődési íve. Úgy vélem, a tudásnak a legfőbb meghatározója életünk első szakaszában érzékelhető elsősorban, hiszen akkor vértessük fel magunkat a legtöbb információval, akkor kapjuk meg, illetve akkor birtokoljuk első ízben a legtöbb információt. Ezt követően már az a fő kérdés, hogy mennyire tudunk majd megújulni ezzel a megszerzett tudással? Szintén egyre nagyobb kihívásként kezelhetjük a tudás amortizációjának jelenségét, amiről Adolf Melezinek is beszél, amely azt jelenti, hogy milyen mértékben tudjuk lekövetni a változásokat, mennyire tudunk a változások korának megfelelni és hogyan tudjuk megújítani ezt a tudásunkat. Mindez a tudománnyal, a folyamatos tudással szorosan összefüggésbe hozható, mert egyik a másiknak a hajtóereje, a motorja és különböző tevékenységek sorozatában ezek majd tetten is érhetőek. Napjainkban tehát egyfajta tudásbázisról beszélhetünk, amely körül nagyobb tudáselemek koncentrálnának, erre egy új, a konstruktivista tanulásméлет is építkezik.

Csepeli György: A hétköznapi tudás interaktív és kommunikatív jellegű. Az én és a partnerem tudása folyamatosan ötvöződik és igazolódik vissza, a diskurzusban válik működőképpé. Ezáltal jön létre az életszerűségesség és a valóságosság, amit tapasztalunk a hétköznapi tudást alkalmazva. Mindennek van egy előremutató szerepe, ami azt jelenti, hogy a tudás létre is hozza a valóságot. Ha előítélettel közelítünk egy helyzethez vagy egy emberhez, bizonyos értelemben véve az előítéletem preformálja a tapasztalatomat, amit majd a helyzet

vagy az emberrel való találkozás kapcsán megszerzek. Amikor a tudományos tudásra térünk át, akkor én látok egyfajta hasadást a hétköznapi tudáshoz képest. Szakadék van az én Föld laposságára vonatkozó tudásom és a Galilei által hirdetett tudás között. Az idők során egyre nagyobb a szakadék a hétköznapi és a tudományos tudás között. Ez a szakadék a tudományos és a hétköznapi tudás között végzetes mai világunkban.

Szűts Zoltán: *Ha definiáltuk a tudás fogalmát, akkor hogyan határoznánk meg azt a személyt, aki a tudás birtokában van? A magyar nyelv a „tudóst” jelöli meg olyan egyénként, aki tudással bír, és hidat képez a mindennapi polgár és a tudomány között. Helytálló még ez a megfogalmazás?*

Molnár György: Ki a tudós ma? Azt gondolom hogy az, aki a legjobban, a leggyorsabban, a legdinamikusabban, a leghatékonyabban tudja követni a változással összefüggő tudáselemek frissítését, megújítását. Azaz azok újratermelését. Az lehet, aki a tudásnak az újratermelését a legdinamikusabban és leggyorsabban tudja megvalósítani. Azt gondolom, hogy ebben rejlik majd a tudományosság lényegi ereje is, a „tudás újratermelése”, ahol ez megtörténik, akinél a leghamarabb és szakmailag jól megalapozott módon. Olyanok, akik a leghitelesebb módon képesek erre reagálni, ők válhatnak tudóssá. Ugyanakkor azt sem mondhatjuk, hogy Ő lesz csak az egyedüli tudós, aki kiemelkedően bizonyos tudáselemek egyedüli birtokosa. Az, aki a leghamarabb megtalálja, hiteles módon fel tudja használni, és belátja azt, hogy hol kell megújulni, milyen területeken és mikor. Mindezt előre tudja – egy picikét tervezett módon – szemlélni és rákészülni. Azt gondolom, hogy Ő lehet a tudós. Általános felfogásban pedig az derül ki, hogy a tudós a „mindent tudó” (ami egy magas szint), a legmagasabb szinten elhelyezkedő egyéniség, aki azon a szakterületen a lehető legtöbb információval rendelkezik. Kvázi általános tudással vagy picit lehet, hogy az intelligenciával is összekapcsolható a tudós fogalmi kérdésköre, de azért azt gondolom, hogy manapság már bizonyos részterületekre specializálódnak a tudósok is. Tehát nem lehetünk tudósok minden területen, csak azt kell tudnunk, megtanulnunk, hogy hol kell megújulnunk és hol kell újratermelnünk tudásunkat.

Csepeli György: Én is úgy látom, hogy a társadalmi munkamegosztás nagyon fontos szegmenséről beszélünk, amikor a tudósokat emlegetjük. És itt nemcsak a tudás újratermeléséről van szó, természetesen arról is, hanem új tudások megszerzéséről is. Az új tudásoknak a mai világban az a paradoxona, hogy egyre szűkebb és szűkebb területekre vonatkoznak és ennek következtében nem jönnek létre a keresztkapcsolatok, amelyek régebben akár a tudományos akadémiák, akár más tudományos kommunikációs hálózatok révén létrejöttek. Egyre többet tudunk a részletekről, és egyre kevesebbet az Egészről. Rengeteg ember nevezhető tudósnak, de mindenki csak a saját maga apró területén, és bizonyos értelemben véve ugyanolyan naivan nézi a többi szakterületet, mint amilyen naivan néz az, aki egyáltalán nem tudós. Ebből keletkezik a probléma, amelyet kiélez a jelenlegi helyzet, hogy a járvánnyal kapcsolatban van egy hihetetlen információéhség azokban, akiknek csak a hétköznapi tudásminták állnak rendelkezésre és azokban is, akik tudósok, de nem virológusok, nem epidemiológusok. Valamennyien zavartan azt

tapasztalják, hogy akiknek el kellene igazítaniuk bennünket azok túlságosan leragadtak a saját részterületükön, és képtelenek megnyugtató információkat közölni, mert ők sem látják át az egész képet.

Szűts Zoltán: *Ez mintha ellentmondana annak, hogy az inter- és multidiszciplinaritás jellemzi a mai tudományt. Nehéz például támogatást nyerni kutatásra úgy, hogy ne szerepeljen benne az a meghatározás, hogy egyszerre több tudományterületre is kilépünk. Lehetséges tehát, hogy újra a speciális és szűk tudások azok, amelyek meghatározzák a tudós munkáját? Ehhez kapcsolódik egy másik kérdésem is, hogy az azonnali információszerzés, ami a digitális paradigmára jellemző és egyre inkább a mesterséges intelligencia világában is uralkodó lesz, a tudásnak a barátja vagy az ellensége?*

Csepeli György: Szerintem a mesterséges intelligencia inkább a tudás barátja, mint az ellensége, de csak akkor, ha a mesterséges intelligencia a természetes intelligenciából származó kritikai gondolkodással társul. Az egész probléma alapja amikor azt mondjuk, hogy a tudósok a társadalmi munkamegosztás szerint egy jelentős társadalmi csoport tagjai, akkor lehet, hogy nem vesszük figyelembe azt a tényezőt, hogy speciális gondolkodás teszi a tudóst tudóssá. Ez a speciális gondolkodás nem függhet attól, hogy te sejtessel, te csillagokkal vagy teknősbékákkal foglalkozol, hanem arra kell, hogy indítson, hogy a létezőn túl a létbe tudjál bepillantani. Erre nagyon kevesen képesek. A tudomány is eltömegesedett a sok tudós miatt, és a tömegesedés óhatatlanul nivellál, kiszűri a nagyságot, ellenszegül azoknak a gondolkodóknak és gondolatoknak, amelyek aztán képesek fölforgatni az egész világot, mint ahogyan annak idején Nietzsche fel tudta forgatni a filozófiai, Marx a közgazdasági vagy Einstein a fizikai világot. Igazi aggályom, hogy a tömegek lázadása már áttért a tudástermelés központjába, a tudós társadalomba is és erre a problémára nem látom a megoldást.

Molnár György: Tulajdonképpen ezzel egyetértek, nem tudom megcáfolni. Szerintem inkább barátja, segítője.

Szűts Zoltán: *Milyen szerepe van tehát az azonnali ismeretszerzésnek?*

Molnár György: Ennél arra kell figyelni, amire már utaltam is. Szerintem erre van szükség ahhoz, hogy az ember valamilyen szinten tudós lehessen, és az új tudás megszerzéséhez vagy újratermeléséhez ez is kell. Ugyanakkor azt is gondolom, hogy a változásokhoz alkalmazkodnunk kell. De olyan módon, ahogy Csepeli professzor úr is mondta, erős kritikával, illetve hogy ismerjük azt a jelenséget, amely a hitelesség a biztonság kérdéskörét is jelenti. Tehát ha gyorsan szerzünk be azonnali információkat, akkor mindenképp meg kell róla győződni, hogy megvan-e a tudományos, hiteles alapja, mert enélkül nem tudjuk ezt tudományos mederbe terelni, illetve nem lesz korrekt annak a felhasználása, tehát nagyon félre is mehet. Nagyon fontos, hogy gyorsan reagáljunk, de nem mindegy, hogy mit veszünk át és hogyan, hogy átgondoljuk-e, kicsit transzformáljuk-e vagy csak úgy egy az egyben – hogy is mondjam – csak továbbítjuk, így vesszük fel és magunkévá tesszük. De az is állítható, hogy a széles látókör miatt, persze ahogy azt mondtam is korábban, nem lehetünk polihisztorok,

az emberek többsége sem lehet polihisztor, a tudósok sem, hanem csupán egy-egy speciális területhez fognak kiemelkedően érteni. Ugyanakkor azt is gondolom, hogy egy általános tudásszint kialakítása már elvárható egy információs társadalomban, ahol nagyon gyors változásokkal szembesülünk nap mint nap. Ebbe beletartozik az is, hogy kövessük ezeket a friss információkat, mert különben elavulttá válik, nem lesz hiteles, a régmúltba nem merenghetünk, a klasszikus hagyományok megoldásait nem vihetjük egy az egyben tovább, hanem váltani kell. E jelenségeket az új paradigmaváltások is alátámasztják, ezekre muszáj odafigyelnünk, én ezt gondolom erről.

Szűts Zoltán: *Térjünk vissza a tudós figurájára. Míg az angolban létezik 'scientist' és 'scholar', addig a magyar nyelvben nincs ilyen megkülönböztetés, legalábbis nyelvi szinten, de azért a tudomány művelői között jelen van a distinkció. Egyáltalán hogyan viszonyul a magyar társadalom a tudós alakjához? Történt-e változás ezen a téren az elmúlt időszakban? A járványt említhetjük töréspontnak, hiszen a természettudományok szerepe előtérbe került?*

Csepeli György: Nem állnak rendelkezésemre mérvadó közvéleménykutatási adatok. Nem ismerem pontosan a magyar társadalom tudós és tudomány percepcióját. Érzésem szerint a presztízs az változatlanul megvan. A Magyar Tudományos Akadémia feltehetően őrzi presztízsét sok más intézménnyel szemben, amely leamortizálódott. De önmagába véve ez kevés, mert amire igazán szükség volna, az a párbeszéd megteremtése, és az arra való képesség kialakítása, amely a már emlegetett hétköznapi tudás és a tudomány között képes hidat verni. Nemcsak arról van szó, hogy a külön fajta tudományágak között, ahogy mondtatok, interdiszciplináris okok miatt szükséges a párbeszéd és a kooperáció, hanem a tudomány képviselői és a hétköznapi életben élő emberek között is szükséges a párbeszéd. Ha ez nincs, akkor házilag előállított tudományos közléseknek vagyunk áldozatai, konteók befogadói vagy éppen gyártói leszünk. A közösségi média rettenetesen káros tud lenni. Épp most, a vírusjárvány kapcsán látjuk, hogy a közösségi média felületein az elvakult vakcinaellenesség megtalálta a maga áltudományos hátterét és olyan emberek beszélnek a Youtube-on, posztolnak a Facebookon, indítanak élő stream-et, akik különféle tudományos rangokat hazudva vagy megjátszva, de semmiféleképpen sem a tudománynak megfelelő módon használva, elmélyítik a babonás hiedelmeket, amelyek a vakcina elleneseket megtartják balhitükben, és ezáltal hozzájárulnak ahhoz, hogy ez a járvány ne tűnjön el.

Molnár György: Hasonlót tudok én is erről mondani, amit Csepeli professzor is említett. Talán azzal kiegészítve, hogy ez a tekintélyelvűség, a hagyományos elveknek való megfelelés még mindig működik, amiről azt gondolom, hogy a tudósokkal kapcsolatban is fennáll. Érzékelhető egy magasabb szintű tudásra való felnézés, egy tekintélyelvűség, egy elismerés, egyfajta validálásnak, egy hitelességnek megfeleltetve, hogy aki komolyan műveli, akkor az valóban a leginkább és legkiemelkedőbb módon érthet hozzá. Ugyanakkor vannak olyan helyzetek is a tudományos élet mozgásában és szervezetében, amit mi is érzékelünk az MTA kapcsán. A tudóskör elismerése szerintem attól is függ, hogy fel tud-e hígulni ez a kör vagy pedig tudja tartani magát az elvárt magas szintű követelményekhez? Azaz, bizonyos

feltételeket hogyan teljesítenek, vagy egyáltalán milyen mértékben, illetve milyen feltételek mellett kell ezt egy tudósnek teljesíteni? Ha picit megnézzük ezt az oktatás szempontjából, akkor ott van egy úgynevezett „tudósabb” fokozat az előmeneteli rendszerben, a kutatótanár. Sokat beszélgetünk arról, hogy ki a tudóstanár, ki az, aki ennek megfelel, és ezt hogyan kell újraértelmezni vagy átgondolni. Olyan pl., aki bekapcsolódik a kutatásokba és nemcsak az oktatásra-tanításra fókuszál, hanem a tudományos eszközrendszert is beviszi a tanítás folyamatába, úgy tűnik, ezeket fogadja be a szakmai kör most leginkább, ez érződik. Most olyan szűrőket egyre nehezebb találni, amelyek tényleg tudják a hiteles és tudományos tartalmakat jól validálni, ami azt eredményezi, hogy akkor az tényleg tudóssá válhat és a társadalom számára is egy tudós lesz. Elismerjük, felnézünk rá, hallgatunk rá, és elfogadjuk a gondolatait, amelyek megkérdőjelezhetetlenek vagy megcáfolhatatlanok. Manapság azért nem mondhatjuk teljes körűen, hogy ez így lenne minden esetben, azaz egyértelműen így van és megcáfolhatatlan, mert már tapasztaltunk olyat is, hogy az ellenkezője is megtörtént. Úgy vélem, van egy hagyományos, klasszikus képe a magyar tudós figurának, amelyet folyamatosan formál az új társadalom, az új gazdaság, az új kihívások, vagy az olyan váratlan események, mint a Covid-19.

Csepeli György: Még egy dolgot hozzátennék ahhoz kapcsolódóan, amit Molnár György mondott, történetesen, hogy akik új dolgokra képesek rátalálni, azok követőket keressenek. A doktori iskolák és az egyéb tudományos műhelyek rettenetesen fontosak ilyen szempontból. Ezek biztosítják az intergenerációs folyamatosságot. Mint hajdan volt a középkorban a mesteriskola, az inasok a mesterektől tanulták meg a szakma titkait, ugyanúgy a tudomány is ilyen értelemben véve mesterség, amelyet meg kell tanítani. De csak az tudja tanítani, aki maga is csinálja. Nagyon fontos dolog, hogy az egyetemeken ne csak kutatás legyen, ne csak tanítás legyen, hanem mindkettő. A kutatás és a tanítás között nem lehet Kínai fal, mert az tud igazán tanítani, aki tudja magát a mesterséget. Ilyen szempontból a doktori iskoláknak semmivel nem felváltható szerepük van.

Szűts Zoltán: *Amikor a '90-es években egyetemre jártam, azt tapasztaltam, hogy voltak olyan tudós tanárok, akiket a hírnevük megelőzött. Azonban, ha ezeknek a tudósoknak ma megnézzük a tudományometriáját, akkor azt látjuk, hogy elmaradnak a komoly számokat produkáló szerzőktől, akiket egyébként nem ismer a szakma. Mintha kényszerré vált volna, hogy a 21. században mindent mérünk. Mérjük a bevitt kalóriákat, mérjük a napi lépéseket, mérjük a lélegzetvételeket, mérjük az idézettségeket. Vajon ez a helyes irány, hogy mindent lemérünk grammra és így tudjuk összehasonlítani egymással a tudósokat, vagy meg kell hagyni valamit abból, amit a tudós nimbuszának vagy aurájának nevezünk? Ez pedig már ugye összehasonlíthatatlan.*

Csepeli György: Én mindig ellene voltam a tudománymetriai hókuszpókuszoknak. Persze nem árt néhány alapinformációt tudni valakinek a tevékenységéről, hogy hány könyvet írt, meg a könyveknek milyen volt az idézettsége. De az a fajta mennyiségi túltermelés, amely sok esetben mint kényszer jelentkezik, az már annak a jelenségnek a része, amit a tömegek lázadásaként, az eltömegesedés részeként írtam le. Ha belegondolok, hogy Anaximandrosz,

aki az egyik legnagyobb gondolkodó aki valaha élt ezen a földön, mindössze egy félmondatot hagyott maga után, és az a félmondat azóta is a nyugati gondolkodás egyik alapja, akkor azt kell mondjam, hogy ő sehol nem lenne az MTMT-ben ezzel a félmondatokkal. Nyilvánvalóan két véglet van. Aki nem szól semmit, hallgat, a másik az, aki, aki a balmazújvárosi kukoricatermelői konferencián is felszólal, és évente produkál négyszáz publikációt. A két véglet között nyilvánvalóan kell lennie egy arany középnek. Ami igazán fontos szerintem, amit az előbb is mondtam, hogy legyenek tanítványok. Ez kicsit olyan, mint a papság. A papságot kézrátétellel lehet átadni. A mester-tanítvány viszony sok szempontból erre hasonlít. És ha siker kritériumokat nézünk, – ahogy Szűts Zoltán mondja – mérjük, akkor mindenkit mérjük a tanítványainak számával.

Molnár György: Remek aktuális felvezető gondolat. Ehhez nem is olyan egyszerű csatlakozni. Komplex a kérdés, komplex körbejárást igényel. Azt érzem, hogy napjainkban vagy az elmúlt időszakban, egyre jobban a hivatalok, a szervezetek, a hivatalos fórumok több hangsúlyt helyeznek a tudományometriára és azt nézik, hogy azzal valóban könnyebben lehet mérni az egyes tudós embereket. Ezek meghatároznak olyan indikátorokat, amelyek egy adott rendszerben rendelkezésre állnak, ha az egyén pontosan vezeti a rendszerét, akkor annak utána lehet nézni, hogy valós-e vagy sem az adott tudományometriai adatsor. Könnyebb ezek segítségével így megmérgettni, mert könnyen számszerűsíthető. Amikor egy vizsgálat során mérlegre kell ezt helyezni, akkor nem csak a tudományometriát veszik figyelembe, hanem meg kell nézni az adott egyén teljes munkásságát, hogy mit alkotott, mit újított, mely szakmai területek megkerülhetetlen embere, mennyire volt iskolateremtő a munkássága? Amit mondott Csepeli Professzor úr is, hogy vannak a mesterek és a tanítványaik, normál esetben. Tehát ha egy tudósra vannak tanítványai, akik továbbviszik az ő nézeteit, amelyek alapjántudóssá vagy olyan alakká vált, akit így ismernek el, akkor azt gondolom, hogy ez egy fontos mutató. Azaz, hogy továbbviszik a tanítványok a mester elveit, attitűdjét, gyakorlatát, filozófiáját. Úgy vélem ez egy komoly mutató. Ha ez jól működik, akkor az biztosan jelent valamit, akkor nemcsak tudományometrián múlik az értéke. Az persze egy másik dolog, hogy manapság valójában elsőrendű elvárás, hogy bizonyos publikációk éves szinten szülessenek. Ebben van egy erős kényszer is, hogy a tudományos előmenetelhez hozzátartozik. Ilyen mutató indikátor pl. a Hirsch-index, a független hivatkozások száma, I index, illetve hogy milyen típusú publikációkkal rendelkezik a tudósember. Mindez persze egy kissé torzíthatja az összképet és nem biztos, hogy csak ezt kellene nézni, de valójában most ez működik a hivatalos felületeken, mert pl. teljesítményértékeléseknél ezeket tudják elsősorban megvizsgálni. Azt kevésbé tudják megvizsgálni a rendszereken keresztül, hogy az elmélete hogyan ment tovább, vagy milyen volt a reputációja, mennyien követték, mert ezt nehéz számszerűsítve konkretizálni vagy indikátorként felmutatni. Szerintem valahogy a kettőt együtt lenne érdemes komplexen szemlélni, de a jelenlegi rendszereink elsősorban a tudományometriai mutatókra vannak érzékenyítve, azt gondolom.

IMPERIALIZMUS A TUDOMÁNYBAN

A témakör klasszikus irodalmában az imperializmus többnyire gazdasági és politikai kontextusban jelenik meg, és ebben az értelmezésben a gazdasági és politikai világhatalmi és centralizációs törekvések mintegy a korábbi, jobbára katonai hódítások kapitalista megfelelőiként értelmezettek. Mind Marx *A tőké-jében* (Marx, 1948), mind Lenin *Az imperializmus mint a kapitalizmus legfelsőbb foka* (Lenin, 1948) című munkájában az imperializmus mint monopolkapitalizmus jelenik meg, amelyben a kapitalista centrumállamok, minthogy a hazai piacok már nem eredményeznek kellő mértékű növekedést, a perifériarégiókra is igyekeznek kiterjeszteni befolyásukat. Az imperializmus, mint újfajta, főként gazdasági gyarmatosítás a marxista irodalomban – többek között – olyan jellemvonásokkal rendelkezik, mint a tőke nagyfokú koncentrációja, a (gazdasági) monopóliumok létrejötte, a gazdasági és ipari alrendszerek összefonódása, nemzetközi tőkés monopóliumok kialakulása és a világ (gazdasági) újrafelosztása. Rosa Luxemburg (1951) az imperializmus azon tulajdonságát is hangsúlyozta, hogy az elsősorban nem-centrális területek meghódítását célozza, és ez a folyamatos terjeszkedés – az ezzel együtt járó kolonizációval együtt – az egyre inkább globálissá váló kapitalizmus belső lényegéből fakad (Scott, 2008).

A fentieknél kissé általánosabban fogalmaz Gotteland (2017), aki szerint imperializmusnak számít minden olyan törekvés, amelynek során egy bizonyos ország kontroll alá kíván vonni egy másik országot attól függetlenül, hogy ez a kontroll gazdasági, katonai, politikai, kulturális, nyelvi, vagy éppen – mint általában – ezek valamely kombinációja. Az imperializmus ezért a társadalmi valóság valamennyi területén értelmezhető, ahol geopolitikai relevanciákat, hatalmi ágenciákat és centrum-periféria viszonyokat tudunk megállapítani, és ekképpen a jelen dolgozat közvetlen témája, így az akadémiai vagy más néven tudományos imperializmus is tárgyalható ebben a keretben. A tudományban jelenleg is zajló, egyre inkább kiszélesedő globalizációs törekvéseket már csak azért is jellemezhetjük okkal az imperializmus egy megvalósulásaként, mert – a kapitalista típusú imperializmushoz hasonlóan – a neoliborális tudomány működése is kiválóan leírható specifikus tőkefajták működéseként és azoknak a munkával és a tudástermeléssel kapcsolatos relációjaként. Jelen dolgozatban a tudományt természetesen nem mint módszertan-gyűjteményt vagy megismerési/episztemikus perspektívát, hanem mint társadalmi képletet vizsgálom, intézményein és ágensein keresztül, és a megjelenő kritika így voltaképp tudományszociológiai (és nem például tudományfilozófiai vagy ismeretelméleti). Noha releváns érveket lehetne felhozni amellett, hogy a tudományszociológiai tények maximum mesterségesen, *in vitro*, és soha nem *in vivo* választhatók szét módszertani vagy ismeretelméleti tényektől, ebben a dolgozatban, zárójelbe téve ezt a feltételezett relációt, kizárólag a tudományra, mint szociológiai képletre fókuszálok. Lássuk hát, mit tekinthetünk a globális akadémiai tudástermelés rendszerében tőkének, munkának, terméknek és termelékenységnak.

Akadémiai tőke, akadémiai munka és termelékenység

Atudományosmezőműködésénekleírásakor komolykonceptuálisakadályokba ütközhetünk a tőkejellegű konstituensek leírásakor, mert a szakirodalom meglehetősen zűrzavarosan, olykor a megfelelő analitikus precizitás nélkül használja a vonatkozó fogalmakat. Különböző kutatási irányzatok, mint például a szociológia, az oktatáskutatás, a tudománykommunikációs stúdiumok, a tudománymetria vagy a kutatásértékelési tanulmányok egészen eltérő megközelítéseket alkalmaznak, és ezeket szinte lehetetlen összehangolni. A tudományban, mint specifikus társadalmi mezőn működő tőketípusokat a legrészletesebben Bourdieu (1988, 1998, 2004), illetve az általa inspirált tudányszociológia (Bauder, 2015; Bauder et al., 2017; Grenfell, 2008; Gouanvic, 2005; Hilgers and Mangez, 2015; Leung, 2013; Recke, 2011; Rothenberger et al., 2017; Thatcher et al., 2016; Wacquant, 2018; Wiedemann and Meyen, 2016) vizsgálta. Bourdieu az akadémiai tőkét, mint kifejezést általában kétféle értelmében használta: olykor oktatási tőkét értett alatta, melyet az oktatásban töltött évek száma alapján mérhetünk, máskor az egyetemeken belüli hatalommegosztás vizsgálatakor ezzel a kifejezéssel különböztette meg a „gyakorló akadémikusok” által birtokolt intellektuális tőkét az akadémiai menedzserek által birtokolt adminisztratív hatalomtól (Rowlands, 2018). Mások az akadémiai tőkét egyszerűen tudástőkeként (Nori et al., 2020) vagy még szűkebben, doktori tőkeként (Walker és Yoon, 2017) tartják nyilván. Végül, elsősorban a közgazdaságtudományokban és rokon területein, az akadémiai tőke mintegy beépül a humán tőke fogalmába, amely itt is tudásként, voltaképp eladható tudásként nyilvánul meg. Véleményem szerint a fenti megközelítések az akadémiai tőke egy igen fontos jellemvonását ragadják meg, tudniillik felhalmozható jellegét, valamint azt a tulajdonságát, hogy kifejezett munka nélkül is jövedelmeznek. Ugyanakkor a vonatkozó irodalom az akadémiai tőkének egy – legalább ennyire fontos – jellemvonását nem hangsúlyozza eléggé, tudniillik azt, hogy az mind konceptuálisan, mind empirikusan jól elkülöníthető attól a tudástól és felkészültségtől, amely az akadémiai képzés során elsajátítható. A terület kutatói mintha nem fordítanak kellő figyelmet arra a tényre, hogy elsősorban az egyes akadémiai stúdiumokhoz tartozó presztízs, és nem az általuk nyújtott tudás az, ami tőkeként funkcionál, és ez az, ami a későbbi akadémiai produktumtól függetlenül, vagy akár annak ellenében olyan pozíciókra váltható, amelyek presztízs értékükön (ekképp további akadémiai tőkeértékükön) felül gazdasági tőkét is képviselnek.

Az akadémiai tőke meghatározásánál konceptuálisan jóval könnyebb az akadémiai munka meghatározása, hiszen az az adott akadémiai munkás munkaszerződésében több-kevesebb alapossággal meghatározott. Ez rögtön rávilágít arra is, hogy – az akadémiai tőkéktől eltérő módon – az akadémiai munka explicit és intézményesült, ekképpen akár önmagában, a munkaszerződésben rögzített pontok alapján is mérhető. Az akadémiai tőke ezzel szemben önmagában nem mérhető, csak abban az egyenletben értelmezhető, ahol épp az akadémiai produktummal, vagyis a munka eredményével való relációban fedezzük fel, mint az egyes pozíciók megszerzéséhez (ezzel a vonatkozó presztízs és gazdasági tőkerészesedéshez) szükséges mértéket. Ugyanígy jelenik meg az akadémiai tőke, mint a munkát helyettesítő készlet (stock), és mint ilyen tőkefunkció mutatkozik meg egy-egy akadémiai pozíció

relációjában. Például az akadémiai tőke magas fokon tudja helyettesíteni az akadémiai munkát, amennyiben egy bizonyos akadémiai pozíciót könnyebb megszerezni nagymértékű akadémiai tőkével, mint nagymértékű akadémiai munkával. Közelebbről, ha a nemzetközi akadémiai szférában az a jellemző, hogy elit, magas presztízsű diplomákkal könnyebb pozíciókhoz jutni, mint magas fokú termelékenységgel – például kiváló publikációs listával –, úgy a tőke munkát helyettesítő funkciója nagy, és minthogy a tőke eloszlása mindig egyenlőtlenebb, mint a munkáé, az ekképpen működő akadémiai mező magas fokú egyenlőtlenségekkel terhelt. A következőkben látni fogjuk, hogy sajnálatos módon mindezek nem csak elméletben, hanem a gyakorlatban is jellemzőek a nemzetközi akadémiára.

Nemzetköziesítési stratégiák vagy imperializmus?

Wu és Zha (2018) empirikus elemzésekkel arra a következtetésre jutottak, hogy a tudományon belüli nemzetköziesítésnek négyféle állapota van, és ez a négy állapot megfelel a lokális és globális tőkefelhalmozás különböző stratégiáinak. Az első kategóriát, amelyet legjobban az Egyesült Államok, illetve kisebb mértékben az Egyesült Királyság illusztrál, azok a tudástermelő szupercentrumok reprezentálják, amelyek esetében a nemzeti vagy lokális tudomány egybeesik a nemzetközi tudománnyal. Egy amerikai téma amerikai feldolgozása amerikai folyóiratban publikálva azonnal és mindenféle különös indoklás nélkül nemzetközinek is minősül egyben – természetesen amennyiben elit amerikai folyóiratban jelenik meg (Canagarajah, 2002). Az úgynevezett nemzetközi folyóiratok, nemzetközi tudományos társaságok és nemzetközi tanszékek túlnyomórészt valójában amerikai szakemberek amerikai elméletek által vezérelt amerikai tudományos tőkét tömörítik. Nem ritka a közel 100 százalékos amerikai tartalommal (vagy 100 százalékos Euro-Amerikai tartalommal) teleírt úgynevezett nemzetközi folyóirat, a szinte – vagy gyakorlatilag 100 százalékosan – amerikai kutatókkal feltöltött nemzetközinek nevezett szerkesztőbizottság, vagy a szinte 100 százalékosan amerikai vagy Euro-Amerikai vezetéssel működő úgynevezett nemzetközi tudományos társaság (Goyanes és Demeter, 2020). Az elit amerikai és angol egyetemek diplomái automatikus belépőt jelentenek a nemzetközi tudományos közösség intézményeibe, miközben egy periférián szerzett PhD. fokozat rendszerint lokális tőkének minősül, és gyakran re-educáció szükséges valamely centrális egyetemen, ha egy perifériáról indult kutató a nemzetközi centrum által is elismert tőkét kíván szerezni (Demeter, 2019a; Demeter és Tóth, 2020). Geopolitikai értelemben ez azt is jelenti, hogy az amerikai és angol (kisebb részben más nyugat-európai) elit adja a nemzetközi elit túlnyomó többségét, vagyis aki Amerikában elegendő akadémiai tőkét halmoz fel ahhoz, hogy az amerikai elit részévé váljon, az ugyanezzel a tőkefelhalmozással egyben nemzetközi akadémiai tőkét is felhalmoz és a nemzetközi elit részévé is válik. Így esik egybe ezen típus esetében a lokális a globálissal.

A második nemzetköziesítési kategóriába esnek azok a még mindig jelentős, világrendszerelméleti szempontból centrálisként értelmezhető gazdasági és kulturális hatalommal rendelkező országok, amelyek esetében a lokális és a globális tudástőke felhalmozása egyaránt fontos lehet, de mégis különválnak. A tipikus példa Franciaország,

Németország és a legutóbbi időkig Spanyolország, ahol egy sikeres akadémiai pálya kétféleképp is elképzelhető: lokális és globális tudástőke felhalmozással egyaránt, ám ez a két tevékenység relatíve világosan elkülönül, például azért, mert a lokális tudás nemzeti nyelven, a globális pedig nemzetközi nyelven, vagyis angolul kerül kifejtésre. Ennél a típusnál a nemzetköziség támogatott, de nem istenített törekvés, vagyis a lokális tudományos szcéna van annyira megbecsült, hogy az akadémiai ranglétra tetejére anélkül is felkerülhetnek a jelöltek, hogy jelentősebb idegen nyelvű munkássággal rendelkezzenek. Természetesen ehhez arra van szükség, hogy a nemzeti diploma vagy doktori fokozat elég megbecsült legyen, valamint a lokális nyelvet elég sok potenciális olvasó ismerje – ehhez pedig alapvetően a francia, a német és a spanyol nyelv tökéletesen megfelel. Az első típusal ellentétben itt a lokális tudástőke felhalmozás nem jelent párhuzamosan globális tudástőke felhalmozást is, vagyis a lokális tudástőke általában nem konvertálható pozíciókra a nemzetközi mezőn. Ez azt is jelenti, hogy karrierjük egy relatíve korai stádiumában az egyes kutatóknak el kell döntenüik, hogy a nemzeti vagy a nemzetközi tőkefajták gyűjtését irányozzák elő maguk számára.

A harmadik típusba tartoznak azok a kisebb, de fejlett országok, ahol a tudástőke-felhalmozás nemzetstratégiailag fontos: itt a tudástőke szinte kizárólag a nemzetközi tudástőkét jelenti, és komoly nemzetközi impakt nélkül még lokális karriert sem lehet befutni. Az olyan országok, mint Svájc vagy Hollandia (különösen az utóbbi) igen komoly tényezőnek számítanak a globális tudástermelésben, miközben tudományos kibocsátásuk döntő többségét angol nyelven és nemzetközi színtereken fejtik ki, kutatóikat pedig előszeretettel küldik amerikai vagy angol egyetemekre tanulni. A harmadik kategória akadémiai tőkefelhalmozására továbbá az is jellemző, hogy – noha ezek az országok általában rendelkeznek igen magasán jegyzett egyetemekkel – a nemzeti akadémiai tőke ritkán váltható be automatikusan nemzetközi akadémiai tőkév, például a holland vagy svájci diplomák sokkal kevésbé kapósak a nemzetközi elit pozíciókban, mint amerikai vagy brit társaik. Ennek megfelelően a harmadik típusú régióban dolgozó, nemzetközi karrierre vágyó kutatók leggyakrabban az első típushoz tartozó brit vagy amerikai egyetemeken igyekeznek akadémiai tőkét felhalmozni, tipikusan elit egyetemi diplomák, doktori fokozatok és posztdoktori pozíciók formájában.

Végül, a negyedik típusba tartozik azoknak az országoknak a sokasága – köztük Magyarország is – ahol a humán és társadalomtudományok nemzetköziesítése igen komoly akadályokba ütközik, és az akadémiai élet ezeken a területeken szinte kizárólag hazai, vagy maximum lokális (regionális) szintre korlátozódik. Noha ezekben a tipikusan gazdaságilag kevésbé fejlett, félperiférikus vagy periférikus országokban is lehetnek olyan kutatók, akik szeretnének a nemzetközi közösséghez tartozni és ennek érdekében centrális kollégákkal kooperálni, de olykor azt tapasztalhatják, hogy nem kezelik őket egyenrangú partnereként (Wu and Zha, 2018). Ezekben az országokban és régiókban azok a fiatal tanulók vagy kutatók, akik – tipikusan a lokális elit tagjaiként – nemzetközi karrierre vágnak, amilyen gyorsan csak lehet, igyekeznek nyugatra emigrálni, és meglehetősen valószínűtlen, hogy a nyugati akadémiai tőkefelhalmozás után hazatérnének (Gerhards és mtsi, 2017). Az ilyen mértékű mobilitás és az ezzel járó nemzetközi tudástőke-felhalmozás valós lehetőségként szinte kizárólag a felső középosztály és az elit számára kínálkozik (Piketty, 2015), így ez a tendencia

nem csak tükrözi, de fenntartja és erősíti mind az osztályalapú társadalmi egyenlőtlenségeket, mind a geopolitikai értelemben vett tudományos imperializmust a tudástermelés területén.

A globális tudástermelés egyenlőtlenségeinek világrendszerelméleti megközelítése

A globális akadémiai tőke felhalmozásának fentebb körvonalazott dinamikája világossá teszi, hogy a nemzetközi tudományosság – a rá jellemző vonások empirikus elemzése alapján – viszonylag egyértelműen felosztható centrum-periféria viszonyok szerint, néhány félperifériás, illetve vitatott besorolású terület fenntartásával (Cline, 2000). Ahogy a világrendszer-elemzés egyik vezető kutatója, Christopher Chase-Dunn (1999) megfogalmazza, minden olyan társadalmi struktúra, amely egymással összekötött régiók gazdasági, kulturális, politikai és kommunikációs dinamikájában működik, kizárólag globális perspektívából érthető meg, és egészen nyilvánvaló, hogy a nemzetközi tudományosság sem kivétel ez alól. Egyetértve a világrendszer-elmélet nemrég elhunyt alapító atyjának, Emmanuel Wallersteinnek a feltevésével azt kell mondanunk, hogy a tudástermelés nemzetközi rendszere egyáltalán nem független attól az általános világrendszertől, melyre ráépül, sőt, a világrendszer dinamikai működése alapvetően meghatározza, miközben megfordítva, a tudástermelési rendszer is meghatározó része a világrendszer működésének (Wallerstein, 2004). Galtung (1971) ennél is tovább megy, amikor azt állítja, hogy a tudástermelés egyes intézményei – a populáris kultúrától kezdve az oktatásig – kifejezetten a centrum hegemoniájának fenntartását célozzák és szolgálják azáltal, hogy a centrális elit értékeit és ideológiáit az egész világrendszer (ide értve a perifériákat is) számára univerzális, determináns értékeként és ideológiaként pozicionálják. Nem meglepő tehát, hogy a humán és társadalomtudományokban tapasztalható globális hatalmi struktúrák meglehetősen hasonlítanak a világrendszer más szuperstruktúráihoz, mint amilyeneket a nemzetközi ipari hálózatok, a közlekedés vagy a kommunikációs hálózatok produkálnak (Wallerstein, 1991). Emlékeztetnünk kell ugyanakkor arra, hogy – más társadalmi intézményekkel ellentétben – a tudomány azt állítja magáról, hogy ideológia, érték és érdeksemleges, meritokratikus intézmény, amelyre nem hatnak külső hatalmi dinamikák, és a hatalmi relációk nem játszanak meghatározó szerepet működésében. Ez azonban a jelek szerint naivitás vagy pusztán retorika, hiszen az empirikus elemzések – az olyan elméleti megközelítések, mint a kritikai kultúrakutatás, a dekolonializációs elemzések vagy a világrendszer-elemzés – azt mutatják, hogy a tudomány világában, kiváltképp az ideológiai és kulturálisan terhelt humán és társadalomtudományok területén mind a múltban, mind a jelenben kifejezetten erős torzítások érvényesülnek, amelyek a hatalmi pozícióban lévő centrális ágenseket privilegizált helyzetbe hozzák, a perifériális ágenseket pedig kirekesztik és gátolják, tisztán tudományos érdemeiktől praktikusán függetlenül.

Empirikus kutatásaim a legnagyobb centrum-periféria megosztottságot a pszichológia, a kommunikáció és médiatudomány, valamint a szociológia esetében mérték, ezt a filozófia követte, miközben a matematika, fizika és kémia esetében még mindig jelentős, de sokkal

kevésbé radikális megosztottságot látunk (Demeter, 2019b). Más empirikus elemzések (Gumpenberger és mtsi, 2016; Moody, 2004) is azt mutatják, hogy a globális tudástermelés rendszerébe bele van kódolva a fennálló hatalmi struktúrák fenntartása, a geopolitikai hegemon viszonyok megszilárdítása és lehetőség szerinti imperialista kiterjesztése. Ebben a rendszerben az elit centrum mindenekelőtt mint akadémiai tőkeképző működik annak érdekében, hogy hegemon pozícióját fenntartsa, a perifériát pedig kizárja a nemzetközi szempontból befolyással bíró pozíciókból. Mindez ráadásul afféle kétélű kardként működik. Egyfelől a periférikus résztvevők meg kell, hogy küzdjenek a szerényebb infrastrukturális viszonyok által közvetített hátrányokkal, másrészt a centrum felől érkező szisztematikus leértékelésükkel.

Az akadémiai szférán belüli geopolitikai viszonyrendszert már Canagarajah (2002) is horizontálisnak tekintette, és ez az a kontextus, amelyben nyugati hegemoniáról, a globális Észak centrális pozíciójáról, Euro-Amerikai dominanciáról, illetve geográfiai (pontosabban geopolitikai) centrum(ok)ról és perifériákról beszélhetünk. Ha azonban a periférián lévő centrumokról vagy a centrumokban lévő perifériákról is szeretnénk beszélni, akkor be kell vezetnünk egy vertikális dimenziót, amely egy bizonyos földrajzi helyen belül fennálló intézményes és/vagy társadalmi rétegzettségére utal. Ez a vertikális dimenzió mutatja meg, hogy a centrumon belül is vannak marginalizált csoportok (elnyomott kisebbségek, etnikai, osztály, nemi vagy más alapon hátrányos helyzetben tartott csoportok), amelyek a helyi eliteket szolgálják ki. Hasonlóképpen vannak a periférián is elit csoportok, akik jó kapcsolatokat ápolnak a centrális elittel és általában elnyomják vagy legalábbis (akár morálisan, akár szakmailag) leértékelik a saját helyi közösségeik perifériális csoportjait. A periféria elitcsoportjai által a centrális elit még a perifériák közösségeit is kontrollálja, dominálja. Az akadémiai imperializmus rendszere dinamikailag a centrum által meghatározott, de – mint minden kizsákmányolásra épülő rendszer esetében – a periféria állhatatos alávetettsége és önstigmatizációja nélkül közel sem működhetne ilyen eredményesen. Ez vonatkozik a modell mind horizontális (geopolitikai), mind vertikális (osztálytagozódásra vonatkozó) dimenziójára. Az első esetben a geopolitikai centrum értékrendjének általánossá tételéről van szó, mely a perifériákra is kiterjed, és a periféria régió ágensein azokat úgy kéri számon, mintha legalábbis magától értetődő volna, hogy a centrum értékei magasabb rendűek és ekképpen transznacionális tőkeként csakis ezek vehetők figyelembe. Ugyanakkor ennek a folyamatnak a fenntartásában és megszilárdításában a periféria kétféleképp is közreműködik, vagyis annak nem pusztán elszenvetője. Először is, a „centrum a periférián” jelenség keretében a centrum intézményes szinten, közvetlen akadémiai imperializmusként is képviselteti magát a perifériákon, például a periférián létesített centrális felsőoktatási és kutatóintézeteken vagy a nemzetközi lapterjesztésen keresztül. Másodszor, többnyire tipikus dolog a perifériarégiók kisebbségi komplexusa és az ebből fakadó önstigmatizáció, amelynek következtében a perifériarégiók akadémiai munkásainak legalább egy része hajlamos maga is leminősíteni saját lokális teljesítményét, akadémiai kultúráját, hagyományait, és a centrális kultúrát ezzel szemben jelentősen felértékeli még akkor is, ha az általa felminősített kultúra által előírt sztenderdek szerint saját teljesítménye meglehetősen gyenge. Ez az önstigmatizáció a dependencia elméletei szerint az egyik legnagyobb gátja a fejlődésnek, hiszen a külső

szempontoknak való megfelelés szerinti felzárkózás természetesen lehetetlen, mert a kiválóság szempontjainak meghatározása mindig a domináns centrum, és soha nem a periféria rendszerszintű feladata.

Dolgozatom lezárásaként az alábbiakban összefoglalom a globális tudástermelés részrendszereiben tapasztalható centrum-perifériális dependenciaviszonyok legfőbb jellegzetességeit, ezzel mintegy rendszerbe foglalva az előzőekben vázolt egyenlőtlenségeket. Alább a centrumhoz és a perifériához köthető főbb rendszerszintű vonásokat sorolom fel, és igyekszem mindegyikre rövid és jellemző példákat is hozni annak érdekében, hogy az akadémiai imperializmus ne csak absztrakt szinten, de konkrét megvalósulása tekintetében is világosan kirajzolódjék.

centrum	periféria
A publikációs kimenet tekintetében jelentős mértékben felülreprezentált.	A publikációs kimenet tekintetében jelentős mértékben alulreprezentált vagy teljesen hiányzik.
A szerkesztőbizottságokban jelentős mértékben felülreprezentált.	A szerkesztőbizottságokban jelentős mértékben alulreprezentált vagy teljesen hiányzik.
Az értékelő bizottságokban jelentős mértékben felülreprezentált.	Az értékelő bizottságokban jelentős mértékben alulreprezentált vagy teljesen hiányzik.
A nemzetközi tudományos társaságokban, különös tekintettel azok vezetői pozícióira, jelentős mértékben felülreprezentált.	A nemzetközi tudományos társaságokban, különös tekintettel azok vezetői pozícióira, jelentős mértékben alulreprezentált vagy teljesen hiányzik.
Szinte kivétel nélkül birtokolja a nemzetközi kiadóvállalatokat	Nincsenek nemzetközi kiadóvállalatai, lokális, elsősorban országos szintű kiadói tevékenységet folytat.
Szinte kivétel nélkül birtokolja az elit folyóiratokat.	Nagyon csekély számú elit folyóiratai vagy lokális témájúak, vagy idővel felvásárlás útján a centrum valamely kiadójához kerülnek.
Meghatározza a nemzetközileg elfogadott elméleti kereteket.	A centrum által meghatározott elméleti kereteket vagy követni igyekszik, vagy kimarad a nemzetközi közösségből.
Meghatározza a nemzetközileg elfogadott módszertani szabályokat és eljárásokat.	A centrum által meghatározott módszertani szabályokat és eljárásokat vagy követni igyekszik, vagy kimarad a nemzetközi közösségből.

ELMÉLETILEG

Meghatározza a nemzetközi nyelvet, retorikát, akadémiai stílust.

A centrum által meghatározott nyelvi, retorikai és stílári feltételeket vagy követni igyekezik, vagy kimarad a nemzetközi közösségből.

Nemzetközi tudományos társaságokat alapít, irányít és működtet.

Lokális tudományos társaságait időnként megpróbálja a nemzetközi tudományos társaságok partvonalához kapcsolni, nemzetközi társaságok irányításában nem vesz részt.

Nemzetközi tudományos bizottságokat, finanszírozási keretprogramokat alapít, irányít, melyeken a legtöbb pályázatot meg is nyeri.

Nemzetközi kutatási projektekre pályázik, jóval kevesebb sikerrel, mint a centrumországok.

Jelentős agyelszívást és centrális átképzést (reedukációt) indukál a tudástermelés világrendszerében.

Jelentős tudásmigrációt folytat a centrum irányába, aláveti magát az átképzésnek.

A transznacionális akadémiai tőke akkumulációja gyors és jelentős mértékű.

Transznacionális akadémiai tőkét csak csekély mértékben vagy egyáltalán nem halmoz fel.

Irodalom

- Bauder, H. (2015). The international migration of academics: A labour market perspective. *International Migration*, 53, 83–96.
- Bauder, H., Hannah, C.A., & Lujan, U. (2017). International experience in the academic field: Knowledge production, symbolic capital, and mobility fetishism. *Population, Space and Place*, 23, 1–13.
- Bourdieu, P. (1988). *Homo Academicus*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1998). *Practical reason. On the theory of action*. Stanford: Stanford University Press.
- Bourdieu, P. (1996). *The state nobility. Elite schools in the field of power*. Oxford, UK: Polity Press.
- Bourdieu, P. (2004). *Science of science and reflexivity*. Cambridge: Polity Press.
- Canagarajah, S. A. (2004). Geopolitics of academic writing. Pittsburgh, University of Pittsburgh Press.
- Chase-Dunn, C. (1999). Globalization: A world-systems perspective. *Journal of World-Systems Research*, 5(2), 198–215.
- Cline, E. H. (2000). Contested peripheries in world systems theory: Megiddo and the Jezreel Valley as a test case. *Journal of World-Systems Research* 6(1), 7–16.
- Demeter, M. (2019a). So far yet so close. International career paths of communication scholars from the Global South. *International Journal of Communication* 13, 578–602.
- Demeter, M. (2019b). The winner takes it all. International inequality in communication and media studies today. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 96(1), 37–59.
- Demeter, M., & Tóth, T. (2020). The world-systemic network of global elite sociology: the western male monoculture at faculties of the top one-hundred sociology departments of the world. *Scientometrics*, 124, 2469–2495.
- Galtung, J. (1971). A structural theory of imperialism. *Journal of Peace Research* 8(2), 81–117.
- Gerhards, J., Silke, H., & Carlson, S. (2017). *Social class and transnational human capital. How middle and upper-class parents prepare their children for globalization*. London: Routledge.
- Grenfell, M. (2008). *Pierre Bourdieu*. Key concepts. Stocksfield: Acumen Publishing.
- Gouanvic, J. M. (2005). A Bourdieusian theory of translation, or the coincidence of practical instances. *The Translator*, 11(2), 147–166.
- Goyanes, M., & Demeter, M. (2020). How the geographic diversity of editorial boards affects what is published in JCR-ranked communication journals. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 97(4), 1123–1148.
- Gumpenberger, C., Sorz, H., Wieland, M., & Gorraiz, J. (2016). Humanities and social sciences in the bibliometric spotlight. Research output analysis at the University of Vienna and considerations for increasing visibility. *Research Evaluation* 25(3), 271–278.
- Lenin, V. I. (1948). *Az imperializmus, mint a kapitalizmus legfelsőbb foka*. Népszerű vázlat; Szikra, Bp.

- Luxemburg, R. (1979). *A tőkefelhalmozás. Adalékok az imperializmus gazdasági magyarázatához*; ford. Dalos György; Kossuth, Bp.
- Marx, K. (1948). *A tőke politikai gazdaságtan bírálata. I. köt. 1. könyv, A tőke termelőfolyamata*; ford. Rudas László, Nagy Tamás; Szikra, Bp.
- Moody, J. (2004). The structure of a social science collaboration network: Disciplinary cohesion from 1963 to 1999. *American Sociological Review*, 69(2), 213–238.
- Nori, H., Peura, M., & Jauhiainen, A. (2020). From imposter syndrome to heroic tales: Doctoral students' backgrounds, study aims, and experiences. *International Journal of Doctoral Studies*, 15, 517–539.
- Piketty, T. (2015). *A tőke a 21. Században*. Budapest: Kossuth Kiadó.
- Recke, R. (2011). Converging principles of norm, rule, and practice: Tracing normativity beyond semantics in Bourdieu's outline of a theory of practice. *Res cogitans*, 2, 167–192.
- Rowlands, J. (2018). Deepening understandings of Bourdieu's academic and intellectual capital through a study of academic voice within academic governance, *Studies in Higher Education*, 43(11), 1823–1836.
- Scott, H. (2008). *Introduction to Rosa Luxemburg. The essential Rosa Luxemburg: Reform or revolution and the mass strike*. Chicago, IL: Haymarket Books
- Thatcher, J., Ingram, N., Burke, C., & Abrahams, J. (2016). *Bourdieu: The next generation. the development of Bourdieu's intellectual heritage in contemporary UK sociology*. London: Routledge.
- Wacquant, L. (2018). Bourdieu comes to town: Pertinence, principles, applications. *International Journal of Urban and Regional Research*, 42(1), 90–105.
- Walker, J., & Yoon, E. (2017). Becoming an academic: the role of doctoral capital in the field of education, *Higher Education Research & Development*, 36(2), 401–415.
- Wallerstein, I. (1991). *Geopolitics and geoculture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wallerstein, I. (2004). *World systems analysis: An introduction*. Durham and London: Duke University Press.
- Wiedemann, T. & Meyen, M. (2016). Internationalization through Americanization: The expansion of the International Communication Association's leadership to the world. *International Journal of Communication*, 10, 1489–1509.
- Wu, H., & Zha, Q. (2018). A new typology for analyzing the direction of movement in higher education internationalization. *Journal of Studies in International Education*, 22(3), 259–277.

A TACIT TUDÁS TRANSZFORMÁCIÓJA ÉS HATÁSA A FELSŐOKTATÁS TUDÁSKÉPÉRE

Bevezetés

A tanulmány apropóját egy 2020. október 21-én megjelent cikk adja. Kate Whiting a World Economic Forum által 2020. október 20-23. között szervezett, a Munka Újraindítása Csúcstalálkozóra alapozva (The Jobs Reset Summit) előre jelezte 2025-re a 10 legfontosabb képességet.¹

Elemző gondolkodás és innováció
Aktív tanulás és tanulási stratégiák
Komplex problémamegoldás
Kritikus gondolkodás és elemzés
Kreativitás, eredetiség és kezdeményező képesség
Vezetés és társadalmi hatás
Technológia használata, megfigyelés és ellenőrzés
Technológiai tervezés és programozás
Rugalmasság és stressztűrés
Gondolkodás, problémamegoldás és fogalomalkotás

1. sz. táblázat

2025 TOP 10 képessége

Legyünk optimisták, már maguk a listában szereplő képességek is elgondolkodtatják a felsőoktatás szereplőit. Bizonyára sokan tapasztaltuk azt, hogy a mesterszakos hallgatók nehezen birkóznak meg az elemzésekkel. Joggal várható el tőlük, hogy az egyszerű leírásokat meghaladva, különösen a szakdolgozatukban minőségi elemzéseket végezzenek. Amennyiben ez innovációval, valami nívóval párosul, különösebb hezitálás nélkül, boldogan hátradőlünk a karosszékünkben és jelesre értékeljük a munkájukat. A hallgatók tanulási képességeivel és stratégiáival már más a helyzet. Tapasztalatunk szerint számos oktató ezeket a képességeket természetesnek veszi. „A hallgatónak az a dolga, hogy tanuljon!” A COVID-19 időszaka, különösen az online tanulás és távoktatás előtérbe helyezte a hallgatók tanulásának támogatását, a tanulási képességek fejlesztését. Kiderült, hogy van még teendő ezen a téren. Első megközelítésben, a folyamat mögött egy stratégiai és egy szemléleti szempont mindenképpen megtalálható. Nevezetesen az egész életen át tartó tanulás napjainkban már több felsőoktatási intézmény stratégiai dokumentumaiban és küldetésnyilatkozataiban megtalálható. Néhány

¹ <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/top-10-work-skills-of-tomorrow-how-long-it-takes-to-learn-them/>

oktató esetében a tanulásközpontú szemlélet is felbukkan. Ez jól tetten érhető a tematika tervezéseikben, az oktatási és értékelési módszereikben. A komplex problémamegoldás még nehezebb ügy. Nézetünk szerint, bár néhány felsőoktatási intézményben vannak gyakorlati foglalkozások és szemináriumok, amelyeken a problémamegoldás fejlesztése felbukkan, ám ez erőteljesen algoritmikus és a konvergens gondolkodás részét képezi. A komplex problémamegoldás igazi terepe a projekt alapon működő egyetem, amelyben ráadásul a hallgatók és oktatók közösen dolgoznak inter- és transzdiszciplináris projekteken, amelyekben a komplex gondolkodás fejlesztése, különös tekintettel az életszerű problémák megoldására és a csapatmunka erősítésére vonatkozóan, kiemelt célkitűzés. Nyilvánvaló, hogy ettől még messze vagyunk. A kritikus gondolkodás fejlesztése (az elemzésről korábban már szót ejtettünk) egyrészt megmutatkozik a hallgatói kérdéskultúra erősítésében. Érdeemes lenne egy akciókutatás keretében megvizsgálni egy-egy felsőoktatási intézményen belül a hallgatói kérdések gyakoriságát és minőségét. Másrészt a kritikus gondolkodás a megtalált információ megbízhatóságának, relevanciájának az értékelésével kezdődik. Ezt követően főszerephez jut a tapasztalat, a megfigyelés, a gondolkodás és a kommunikáció. Nyilvánvaló, hogy ezek segítségével lehet az értékelt információkat elemezni, szintetizálni, új tudást létrehozni. Nem meglepő, hogy a projekt- és a problémaalapú tanulás erőteljesen konzisztens a kritikus gondolkodás fejlesztésével. A felsorolást a további TOP 10 képesség tekintetében folytathatnánk, ám rövidre zárva gondolatmenetünket, feltehetjük a kissé költői kérdést:

Milyen mértékben fejlesztik a felsőoktatási intézmények a munka világa 2025-re előtérbe helyezett képességeket?

Amennyiben meggondoljuk, hogy 2025-ig négy évünk van hátra, ami „napjaink rohanó világában” valóban rövid időnek tűnik, ebben az esetben mindenképpen érdemes a kérdésre érdemi válaszokat is keresni. Ezeket a válaszokat természetesen megtalálhatjuk a digitalizáció stratégiájában, a transzformációs egyetem elképzelésében (Smith-Vass, 2017) és nem utolsósorban a tervezési, módszertani és értékelési innovációkban. Véleményünk szerint számos felsőoktatási intézmény elindult ezen az úton az utóbbi években, ám ezek a változások csak csekély eredményeket hoztak. Ráadásul az innovációk fenntarthatóságával kapcsolatban is számos probléma adódott. Mi lehet ennek az oka?

A fent hivatkozott cikkben a tanulmányunk számára további releváns megállapítás a következő: A munkavállalók 50%-át újra kell képezni (reskilling) 2025-re. Mondhatnánk, hogy a folyamatos továbbképzés az egész életen át tartó tanulás következménye, ám ebben az esetben ennél lényegesen többről van szó. Sokat sejtető, hogy az idézett cikkben – és a teljes jelentésben egyaránt – a képességek négy típusát határozták meg: (I) problémamegoldás, (II) önmenedzselés, (III) munka az emberekkel és (IV) technológiahasználat és -fejlesztés. Amennyiben a felsőoktatás felől ezekre a típusokra fókuszálunk, ebben az esetben is érzékelhetünk némi távolságot (szándékosan nem szakadékot írunk) a munka világának elvárásai és a felsőoktatás működése között.

Hogyan reagál ezekre a folyamatokra a felsőoktatás?

Feltételezésünk szerint azok az egyetemek képesek eredményesen változni, amelyek nem pusztán a digitalizációra, a transzformációra és az innovációra fókuszálnak, hanem alapvetően megváltoztatják a hagyományos tudásképzőket. Ez a tradicionális tudáskonceptió a deklaratív, szakmai-tartalmi tudásra épül, amely reprodukzív és csekély mértékben hasznosítható. Éppen ezért érdemes végiggondolni, hogy melyek a felsőoktatási tudáskonceptió változásai, amelyek szükségesek ahhoz, hogy egyetemeink felvegyék a versenyt ebben a gyorsan változó globális tudásgazdaságban.

Ennek megfelelően a tanulmány alapkérdése:

Hogyan lehet a tacit tudás transzformációját erősíteni a felsőoktatásban?

A kérdés megválaszolásának kontextusa a tudás problematikája, koncepcionális változása. Elméleti alapja egyrészt Polányi tacit és explicit tudás fogalma és összefüggésrendszere, másrészt a tudástranszfer egyre növekvő jelentősége. Közismert, hogy Polányi az emberi tudást egy jéghegyhez hasonlította, amelynek a vízszint feletti része tudásunk explicit része, azaz kimondható része, míg a többi a tacit (rejtett) tudás. (Nagy-Velencei, 2018) A tacit tudás jelentőségét a tudásmenedzsment az alábbiakban összegzi: egy-egy vállalatban belül becslések szerint az összes tudás 80 százaléka tacit tudás. (Mihály, 2007) Bár ezek becslések, a tacit tudás növekvő jelentőségének tendenciáját jól jelzik.

A tanulmány első részében a tudás problematikájának kontextusát mutatjuk be, majd ezt követően a téma szempontjából releváns, Polányi-féle explicit és tacit tudás fogalmi rendszerét és összefüggéseit elemezzük. A tanulmány második részében a felsőoktatási intézmények hagyományos tudásképző bemutatása következik, különös tekintettel a fenti folyamatok következtében szükségszerű tudáskonceptió változásainak, a változás jellemzőinek elemzésére. Végül, de nem utolsó sorban a tanulmányt következtetés zárja, amelynek keretén belül sor kerül néhány dilemma megfogalmazására, reményeink szerint a korábban feltett konkrét kérdésekre is választ kapunk.

A tudás problematikájának kontextusa

Bármilyen paradoxnak is tűnik, a tudás a modern társadalom számára egyre nagyobb problémát jelent. A termelt információ mennyisége folyamatosan növekszik, így nem túlzás információrobbanásról beszélnünk. Az elmúlt években ezek kvantifikálására több kísérlet is történt, az egyik leggyakrabban hivatkozott forrásnak az University of Berkeley által 2003-ban közzétett jelentés számít. 2003-ban mintegy 5 exabyte információ termelődött a világon, ami 2000-hez képest (1,5 exabyte) több mint 200%-os növekedést jelent. Ez a mennyiség magába foglalja egyrészt a fizikai hordozókon elmentett információkat, másrészt az elektronikus úton továbbítottakat is. Sokatmondó az is, hogy a figyelt évben 18 exabyte-nyi adat cserélődött ki, melynek majdnem a fele kizárólag az USA-ban valósult meg². Bár az itt tárgyalt számok majdnem

² <https://groups.ischool.berkeley.edu/archive/how-much-info/how-much-info.pdf>

20 évvel korábbi állapotokat tükröznek, néhány következtetés így is levonható. Amennyiben az internet korszak hajnalán ilyen mennyiségű információ termelődött, feltételezhető, hogy az azóta megjelent és immár mindennapossá vált technológiai innováció révén mindez azt eredményezi, hogy a modern társadalmakban nem kizárólag a tudástermelés minősége és mennyisége válik központi kérdéssé, hanem sokkal inkább az ahhoz való hozzáférés. Más szóval: nem maga a tudás, hanem a tudáshoz való hozzáférés válik egyre kevésbé átláthatóvá (Mészáros, 2009, 30. o.).

Nyilvánvaló, hogy a drámai adat- és információnövekedés tendenciája folytatódott és soha nem látott mértékben felgyorsult. Az IBM becslése szerint 2013-ban 2,2 millió terrabyte adat keletkezett naponta. Eric Schmidt, a Google volt elnöke ezt a mennyiséget úgy jellemezte, ennyi adat keletkezett a civilizáció hajnala és 2003 között összesen.³ Ez a folyamat az információszerzés képességére és a tudás alkalmazhatóságára vonatkozóan is jelentős hatást gyakorol. (Vass, 2020a)

Nem véletlen, hogy a tudásalapú gazdaság/oktatás/társadalom fogalmak mellett egyre nagyobb szerepet kapnak a tudásközvetítés, a tudástranszfer kifejezések. A modern gazdaságelméletek ugyanis a tudást immár nem információk pusztá halmazaként kezelik, hanem egyre értékesebb gazdasági jóként tekintenek rá. Mint ilyen, a tudás a hagyományos – föld, munka és tőke – termelési tényezők fölé helyeződik (lásd Nonaka-Takeuchi, 1997), korlátozott elérhetősége miatt rendkívül értékes, ugyanakkor értékét döntő mértékben befolyásolja fajtája, minősége és struktúrája. Hanushek és Woessmann szerint a kognitív képességek minősége, a tanulási eredmények és a gazdaság produktivitása között komoly összefüggés mutatható ki. (Hanushek-Woessmann, 2015) Csapó Benő cizelláltabb álláspontja: „A kiművelt emberfők és a gazdaság állapota közötti összefüggésekkel kapcsolatos vélekedések igen messzire nyúlnak, s már több mint egy fél évszázadra tekint vissza azoknak a közgazdaságtani elméleteknek a története is, amelyek a gazdasági fejlődés motorját mindenekelőtt az emberi erőforrásokban, a felhalmozott tudásban, az elsajátított készségekben, képességekben, a társadalom által felhalmozott tapasztalatokban látják.” (Csapó, 2011, 1067. o.) Nota bene, a tudás minősége egyre inkább gazdasági értékévé válik. Ennek alapja az innováció és a tanulási képesség, amely a felsőoktatás tekintetében is komoly kihívást jelent. Valójában a tudás minőségének magas társadalmi hozzáadott értéke is van. Ugyanakkor a tudásintenzív gazdaság és a tudásalapú társadalmi fejlődés egyaránt előtérbe helyezi a képességek eredményes és hatékony fejlesztését. (Vass, 2020b)

³ Elképesztő, mennyi adat létezik - Mire lehet felhasználni? Portfolio 2013. július 2. <https://www.portfolio.hu/uzlet/20130702/elkepeszto-mennyi-adat-letezik-mire-lehet-felhasznalni-186053>

A Polányi-féle explicit és tacit tudás fogalmi rendszere és összefüggései

A tacit tudással kapcsolatos szakirodalom, illetve az az információhalmaz, amelyben a fogalomra hivatkoznak, hatalmas (több mint 656 000 találat a Google Scholarban)⁴ és számos kutatási területet, tudományágat foglal magába, például tudományfilozófia, tudományszociológia, teológia, szociálfilozófia, tudásmenedzsment, szervezetielmélet és így tovább. Jelen írás azonban nem vállalkozik arra, hogy ezt a szakirodalmat és az értelmezéseket sokszínűségét lefedje. Tanulmányunk a tacit és az explicit tudás fogalmára összpontosít, leginkább a tudásmenedzsment égisze alatt, elsősorban a pedagógiára/felsőoktatásra vonatkoztatva.

A tacit tudás (tacit knowledge) fogalma a Magyarországról Németországba, majd Angliába emigrált Polányi Mihály (1891–1976) természettudós, filozófus tollából származik. Polányi rendkívül széles tudományos érdeklődéssel bírt, a gazdaság, a filozófia, a tudományelmélet, a hermeneutika, az etika, az esztétika, a vallásfilozófia terén egyaránt publikált. Polányi a *The Tacit Dimension* (1966) című művében ismertette a tacit tudás fogalmát, amely az explicit tudás (explicit knowledge) kifejezés ellentétpárjaként jelent meg. Elméletének lényege, hogy tudásunk nem korlátozódik a verbalizált, leírt vagy más módon kifejezésre juttatott tudásra, e mögött mindig rejtőzik egyfajta hallgatólagos tudástöbblet. Olyan tudást ért alatta, amelyet a tapasztalatokból tanulunk és tudat alatt internalizálódik, ezért nehéz verbalizálni és kodifikálni.

A tacit tudás ellentétpárja az explicit tudás, amely könnyen önthető szavakba és formalizálható. A tacit tudás azzal a folyamattal szerezhető meg leginkább, amelynek során az információkat az alanyok tudatosságától függetlenül tanulják. Ezt nevezzük implicit tanulásnak. Emellett a tacit tudás csak korlátozott mértékben átadható, leginkább szoros interakciók (egymással való tapasztalatmegosztás vagy mások viselkedésének megfigyelése) révén. A tacit tudás megragadásához bizonyos szintű bizalomra van szükség az egyének között.

Polányi szerint az explicit tudás alkalmazásához nélkülözhetetlen a tacit tudás, ez a tacit háttér nem konvertálható. (Polányi, 1997) Napjainkban az implicit tudást, mint a szervezet értékes emberi erőforrását tartják számon. Tudományos konszenzus alakult ki, miszerint a tudásnak a szervezetekben nagyobb jelentősége lesz, mint a többi erőforrásnak. Polányi a tudás személyes dimenzióját az alábbi híres tételmondatban emeli ki: „Többet tudunk, mint amennyit el tudunk mondani.” (Polányi, 1966, 4. o., 1997, 170. o.). Polányi azt állítja, hogy minden tudás személyes, személyhez kötött, a szubjektum rányomja a maga bélyegét a tudás tartalmára és formájára egyaránt. Olyan posztpozitivisták szemléletet képvisel, amely elismeri, hogy az emberi tudás gyakran túlmutat azok explicit kifejezésén. Polányi szerint a hallgatólagos tudás a tudatunkban lakozik. (Polányi, 1966) Az emberek képességei, tapasztalatai, élelátása, kreativitása és ítélőképessége mind ebbe a dimenzióba tartoznak. A tacit tudás know-how-ként is leírható, megkülönböztetve a know-that-tól vagy a tényektől.

⁴ 2021. szeptember 20-i megtekintés

Polányi előtt Gilbert Ryle 1945-ben publikált egy tanulmányt, amelyben különbséget tett a knowing-that (a tételek ismerete) és a knowing-how között. Ryle szerint ez a know-how tudás az egyén emberi képességeibe beivódott ösztönös és belső tudás (Ryle, 1945).

Nem meglepő módon a tacit tudásról szóló írások nagy része a tudásmenedzsmentről szól. Philippe Baumard (1999) és Chun Wei Choo (1998) is a Polányi-modellt alkalmazza, azonban némi eltéréssel. Aadne és munkatársai (1996, 12, 24) a tacit tudást nemcsak személyesnek, hanem a vállalatban belüli kapcsolatokba is beágyazottnak tekintik, ami egy kollektív, szervezeti dimenziót feltételez. A kapcsolatokba való beágyazottság ellenére szerintük nem nehéz a tacit tudás szervezetek közötti átadása.

Von Krogh (1996, 39. o.) is azzal a nézettel ért egyet, hogy a tacit tudás a kapcsolatokban, valamint „az (emberek) egymással való kapcsolatát alakító attitűdökben, információáramlásokban és döntési módokban” rejlik. Georg von Krogh és Johan Roos (1995) szerint a tacit tudás kizárólag az egyének sajátja, és nem kommunikálható, mivel „beágyazódik” az egyének konkrét kontextusokban történő cselekvéseibe. (Von Krogh & Roos 1995, 50-51. o.)

Philippe Baumard (1999) nyújtotta a tacit tudásnak a tudásmenedzsment és a szervezeti kontextusban történő legátfogóbb feldolgozását. Azt állítja, a tacit tudás részben azért fontos, mert a szakértelem ezen alapul, és mert a versenyelőny forrása, valamint a mindennapi menedzsment-tevékenységek szempontjából is kiemelkedő jelentőséggel bír. (Baumard 1999, 8-22. o.) Az implicit tanulással kapcsolatos más kutatások is arra jutottak, hogy az alanyok látszólag olyan tudással rendelkeznek, amely nem tudatosul bennük, valójában nem is rendelkeznek vele. (Baumard, 1999, 54. o.) A szervezeti tudás két típusát különböztette meg, amelyek „nem artikulálhatók vagy stabilizálhatók” – az implicit tudást és a tacit tudást. (Baumard, 1999, 2. o.) Az implicit tudás olyasvalami, amit talán tudunk, de nem akarunk kifejezni, míg a tacit tudás olyasvalami, amit tudunk, de nem tudunk kifejezni; személyes, nehezen önthető nyelvi formába, tehát nem közölhető. Ő is támogatta Nonaka és Takeuchi technikai/kognitív megkülönböztetését. (Baumard, 1999, 59. o.) Úgy vélte, hogy a tudás általánosságban az egyének és a csoportok/kollektívák tulajdonsága egyaránt lehet. Így maga a tacit tudás is lehet az egyének és a csoportok tulajdonsága. (Baumard, 1999, 30-33. o.)

Choo (1998) különbséget tett az egyénekre jellemző tacit tudás és a csoportokra jellemző hasonló jelenség között. Az egyéni tacit tudás nehezen verbalizálható, mivel cselekvésen alapuló készségeken keresztül fejeződik ki, a tapasztalatok és a cselekvés során tanulják meg, valamint az egyének és a hozzájuk kapcsolódó tárgyak tekintetében helyezkedik el. Ez a fajta hallgatólagos tudás megszerezhető tanulás útján, valamint „gazdag diskurzusmódokon keresztül, amelyek magukba foglalják az analógiák, metaforák vagy modellek használatát, valamint a történetek közös megosztásán keresztül”. (Choo, 1998, 117. o.) Megjegyzi, hogy különböző szerzők utalnak a csoportok tagjai közötti közös gyakorlatok és hallgatólagos megértések létezésére, amelyek az együttes munkához és a feladatok elvégzéséhez kapcsolódnak. Ezen megfigyelések alapján létezik a tudásnak egy olyan kollektív vagy csoportos formája, amely analóg, ha nem is azonos az egyének hallgatólagos tudásával. (Choo, 1998, 118-119. o.)

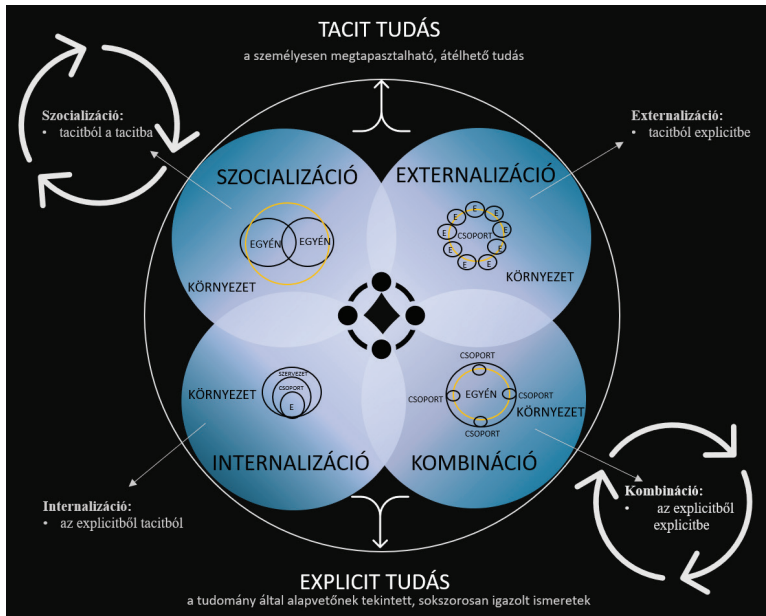
Scharmer (2000) a tacit tudás két formáját emlegeti: a mindennapi gyakorlatokba beágyazott tudást „megtestesült tacit tudásnak” nevezi, a másikat a „még nem testet öltött tacit tudásnak/ön-transzcendáló tudásnak”. Scharmer szerint ez a két forma meglehetősen különbözik egymástól, az előbbi a cselekvésen, az utóbbi a képzeleten és az esztétikai tapasztalaton alapul. Azt állítja továbbá, hogy csak az utóbbi forma az, amely a versenyelőny fenntartható forrása. (Scharmer, 2000)

A tacit tudás fogalmával a pszichológusok is foglalkoztak, akik főként szakmai csoportokra, köztük menedzserekre fókuszáltak kutatásaikban (Sternberg, 1999; Wagner, 1987, 1991; Wagner és Sternberg, 1985, 1986; Sternberg és Horvath, 1999). Hivatkoztak ugyan Polányira, de nem tárgyalták az elméletét. A tacit tudás fogalmát a szótári értelemben vett hallgatólágos tudásként kezelték (Wagner és Sternberg, 1985, 438-439. o.). Sternberg (1999) szerint a tacit tudás az egyének tulajdonsága. Inkább „gyakorlati, mint tudományos, inkább informális, mint formális” (Wagner és Sternberg, 1986, 54. o.); „gyakorlati know-how” (Wagner, 1987, 1236 o.) vagy „procedurális tudás” (Sternberg, 1999, 231. o.). Közvetlen oktatás hiányában, tapasztalat útján kell elsajátítani, mivel általában nem tanítják. (Wagner és Sternberg 1985, 54. o.; Wagner, 1987, 1236. o.; Sternberg, 1999, 233. o.)

Operacionalizálták a vezetői tacit tudás háromdimenziós modelljét (Wagner és Sternberg, 1985; Wagner, 1987). Kísérleteik révén megállapították, hogy a tacit tudás jelentős része viszonylag általánosnak és széles körben alkalmazhatónak tűnik, szemben a szituációsan specifikus tudással. (Wagner, 1991, 178-181. o.)

Sternberg (1999) más tanulmányok áttekintése alapján arra a következtetésre jutott, hogy a különböző tevékenységekhez szükséges tacit tudás különbözik egymástól, és hogy azt a legjobban olyan környezetben szerzett tapasztalatok révén lehet elsajátítani, ahol később használni fogják.

Összefoglalva, Polányi elméletében a tacit-explicit tudás olyan komplex hálózatot alkotnak, amelynek az egyes elemei egymással hálózatszerű kapcsolatban vannak.



1. ábra: A tudásteremtés folyamata a SECI-modell alapján (Nonaka és Takeuchi, 1998)

A tudásteremtés folyamata még komplexebbé válik a tacit-explicit összefüggésrendszerben. „A tudásteremtés olyan dinamikus folyamat, amely létező határokat lép át újra és újra. Határokat lép át egyének között, illetve egyén és annak környezete között.” (Lengyel, 2004, 62. o.)

A tudás tacit-explicit dimenziója a tudásmenedzsment egyik legszélesebb körben megvitatott témája. Központi műnek Nonaka és Takeuchi (1991) munkája tekinthető, amely a tudás új leírását mutatja be szervezeti kontextusban. Nonaka és szerzőtársai Polányi személyes tudással kapcsolatos munkáját vették alapul, és kiterjesztették azt a szervezeti tudás területére. Ennek lényege, hogy a sikeres innováció a tacit tudás mobilizálásából és átalakításából származik a tudás átalakításának négy lehetséges módján keresztül, amelyek a következők: szocializáció, externalizáció, kombináció és internalizáció (röviden a SECI-modell).

A SECI-modellben (Socialization - Externalization - Combination - Internalization) a tacit és az explicit tudás között megvalósuló kölcsönhatásokat nevezzük tudásváltásnak (Nonaka és Takeuchi, 1998). Ezek a kölcsönhatások a következők:

- szocializáció: a tacitból a tacitba,
- externalizáció: a tacitból az explicitbe,
- kombináció: az explicitből az explicitbe, és
- internalizáció: az explicitből tacitba való átmenet.

A szocializáció során szóbeli kommunikáció nem, viszont a fizikai közelség szükséges, fontosak a közös élmények, hasonló helyzetek. A japán szerzők három kulcsszóval ragadták meg a lényegét: megfigyelés, utánzás, gyakorlat. Externalizáció során leginkább hasonlatokat, modelleket,

metaforákat használnak. Ez az új tudásteremtés sarkalatos pontja. A kombináció az adatokká alakított tudás rendszerezését és továbbítását jelenti. Az adatokban megjelenő tudáselemeket összegyűjtik, és a meglévő elemekből egy új rendszert hoznak létre. Az explicit tudáselemek kommunikálásában nagy szerepet játszanak a kommunikációt segítő hálózatok. A tudásteremtési-tudásváltási folyamat végén az internalizáció áll, amelyben az explicit tudás átalakul, készség szintre kerül az egyénben. Ahol a tapasztalatok, információk át tudnak formálódni gondolkodási modellekké, majd az egyéni cselekvésben meg is jelennek, ott újabb szocializáció indulhat el.

A tacit tudás a japán modell szerint két jól elkülöníthető részből áll (Nonaka és Takeuchi, 1998, idézi Lengyel, 2004):

- 1) technikai részből: begyakorlott, készség szinten zajló cselekvésekből, amelyeket szavakkal, formális kifejezésekkel nem lehet leírni és
- 2) kognitív dimenzióból: tapasztalatokból származó sémákból, gondolkodási modellekből, amelyekbe a valóságból érkező észlelet beágyazódik.

Nonaka Polányi nyomán azt állítja, hogy a tacit tudás személyhez kötött, nehezen verbalizálható (s ennek megfelelően nehezen közvetíthető), tevékenységhez és konkrét tapasztalatokhoz kötött. A fogalom terjedelmére vonatkozóan azonban meghaladja Polányi elképzelését; szerinte ide tartoznak: a kognitív képességek, a hiedelmek, az intuíció, a mentális modellek és a gyakorlati képességek is (pl. ügyesség, know-how).

A szervezeti tudás létrehozásának, megteremtésének, alkotásának definíciója három feltételre épül (Nonaka-Takeuchi, 1998, id. Lengyel, 2004):

- A szervezet egésze minőségileg új tudás teremtésére képes, tehát az egyének közössége olyan tudást tud létrehozni, amely nem létezne az egyének szintjén.
- Ezt a közös tudást el lehet terjeszteni a szervezeten belül, mivel az emberek olyan kommunikációs folyamatot tudnak működtetni, amelynek segítségével mindenki magáévá tudja tenni az új ismereteket.
- Az új tudás valamilyen új termékben, szolgáltatásban vagy a rendszer felépítésében képes megtestesülni, ezáltal értékesíteni, tökélesíteni lehet.

A tudásteremtés a tacit és explicit tudás folyamatos interakcióján alapul, amelyet tudásváltásnak, tudáskonverzióknak (knowledge conversion) neveztek el.

A Nonaka-modell szerint a tacit tudás átalakítható explicit tudássá, a kétfajta tudás strukturálisan különböző dimenziókat jelenít meg.

A tacit tudás további szinonimái: artikulálatlan, implicit, kódolhatatlan, know-how, ismeret, tudás, nehezen utánozható. (Jashapara, 2005, 138. o.) Ashok Jashapara szerint a tacit tudás többértelmű tulajdonsággal rendelkezik, és a szervezet rendszerébe, folyamataiba és kontextusába ágyazódik. A hallgatólagos tudás nem verbalizált vagy akár nem is verbalizálható, intuitív és artikulálatlan. A hallgatólagos tudás értékes és rendkívül szubjektív, személyes, nem rögzített, olyan meglátásokat és intuíciókat foglal magába, amelyeket nehéz rögzíteni és megosztani. Olyan személyes tulajdonság, amely nem dokumentált, kontextusérzékeny, tapasztalaton és szakértelmen alapul és internalizált. Széles körben elterjedt megállapítás, hogy a hallgatólagos tudás a munkavállalók fejében lakozik, és nehezebb kifejezni, rögzíteni és kommunikálni, mivel az az összegyűjtött tapasztalatok és a munkavégzés közben szerzett tanulságok eredménye.

A tacit tudás externalizálásának optimális módja a személyes interakciók és a kommunikáció. Mind a tacit tudást beágyazó koncepciók kidolgozása, mind a kommunikáció lehetővé tétele explicit tudás létrehozásával jár. A személyes interakciók és a kommunikáció arra ösztönzi az embereket, hogy megosszák tacit tudásukat, amely átkerül explicit tudássá, és amelyet a tudásmenedzsment-rendszer felhasznál. Mivel az explicit tudás szorosan kapcsolódik a tanuláshoz, mint a tudás megosztásának kifejeződéséhez, az explicit tudás az egyén tudásbázisának részévé, majd a szervezet tudáskincsévé válik.

A múltban a tacit tudás mesterről tanítványra, generációról generációra öröklődött. Manapság azonban a tacit tudás átadása nemcsak a memorizálással, hanem a tudás kodifikálásával is megvalósul, amely lehetővé teszi, hogy a nyugdíjba vonuló helyébe lépő új munkaerő ezt az írott emlékezetet tanulási programként használja. Következésképpen a tacit tudás a kodifikációval válik explicitté. A tacit tudás mélyen a személyes minőségben gyökerezik és nehezen formalizálható, artikulálható és kommunikálható.

Ezzel szemben az explicit tudás dokumentálható, kommunikálható, továbbadható és kodifikálható formális nyelven (Nonaka, 1994, 16. o.). Idetartoznak a nyelvtani kijelentések és a matematikai kifejezések. Az explicit vagy artikulált tudást viszont szóban vagy írásban, számítógépes programokban, szabadalmakban és rajzokban határozzák meg (Hedlund, 1994, 75. o., id. Semertzaki, 2011), könyvtárakban, archívumokban, adatbázisokban rögzítik. Az explicit tudás egy szervezet feladatainak és tevékenységeinek eredménye jelentések, feljegyzések, adatbázisok, eljárások, stb. formájában. Az explicit tudás strukturált, formális, szabványosított és externalizált, rögzített tartalommal és rendszerezett szavakkal. Az explicit tudás könnyen kommunikálható és megosztható, a szervezet vagy az egyén explicit tudását kvantitatív elemzéssel lehet mérni. (Chen és Chen, 2006, 25. o., id. Semertzaki, 2011)

Nonaka tudásspiráljában az artikuláció a hallgatolagos tudás explicit tudássá alakítása, az internalizáció pedig az explicit tudás felhasználása az egyén hallgatolagos tudásbázisának bővítésére. Nonaka tudásinnovációs spirálmodellje nem más, mint a klasszikus tudásmenedzsment-elmélet (Shuhuai et al., 2009, 251. o.). A szervezetekben a tudást a vállalat és az egyének halmozzák fel, akik a tudás birtoklói. Az egyének fejében rejlő tudás a tacit tudás. Ez szorosan kötődik ahhoz a személyhez, aki kifejlesztette. Ez összetettebb és internalizáltabb, mint az explicit, a szervezet egészére kiterjedő tudás, amely strukturáltabb és kifejezhetőbb.

Összefoglalva, az itt felsorolt szerzők számos dologban hasonlóan gondolkodnak a tacit tudás természetéről, azonban akadnak különbségek is. Az áttekintésből témánk szempontjából két kulcskérdést emelünk ki:

- Vajon a tacit tudás explicitté tehető-e?
- A tacit tudás az egyénekre vagy az egyénekre és a csoportokra egyaránt jellemző?

A felsőoktatás hagyományos tudásképe és a tudáskonceptió változásai

Mielőtt a kérdésekre válaszolunk, érdemes a felsőoktatás hagyományos tudásképét és a tudáskonceptió változásait bemutatni.

„A tanuló gyarló szerelvénnel: íróeszközzel, egy kéziratot könyvvél ment be a tanterembe, hol csak a mesternek volt ülőhelye, mert a tanulók (még Párisban 1451-ben is) a földre terített szalmán ültek. A nap nagyobb részét, mintegy hét órát mestereivel tölt, az ebédidei rövid szünetet kivéve, reggeltől estig másol, újra másol, átnézi és könyv nélkül tanulja a leckeórán készített jegyzeteket. A napi leckeórákat csak a szombati rendes vitatkozás zavarja meg. A tanulónak minden fokon elő vannak írva a könyvei s tőlük el nem térhet. Minden fakultásnak megvolt a maga könyve, melynek tekintélyét senki kétségbe nem vonta: az artium facultásnak Aristotelese, továbbá Priscianus és Donatus grammatikái; a kánonjogban Gratian Decretuma, a polgári jogban Justinian Corpus Juris; az orvostanban Hippokrates és Galenus művei azok a tekintélyek, melyeken minden tudás épült; végre a teológiában Petrus Lombardus Sentenciái. A tanár eme hagyományos könyvek szövegét olvasta, gyakran diktálta s a tanulók másolták és kivonatolták. A tanár az egyszer elolvasott szöveget más szókkal is kifejezte, s így ment végig a könyvön mondatról mondatra, fejezetről fejezetre. Meg volt szabva az is, hogy a tanár mely pontoknál állapodjék meg (Puncta taxata), egy-egy megállapodó pontra következő az ismétlés izzadságos munkája, hogy a tanuló jó emlékezetbe vesse, amit százszor körülírva százszor hallott.”⁵

A fentiek a felsőoktatás hagyományos tudásképeinek néhány jellemzőjére mutatnak rá. Mindenekelőtt, hogy a tudás alapvetően reprodukív, Polányi elméletéből kiindulva, erőteljesen explicit. A diktálás-másolás-kivonatolás háromszögében az ismétlés és az emlékezetbe vésés jelentette a tanulás folyamatát, „az izzadságos munkát”. A tudásképe erőteljesen domain-specifikus, egy-egy tudományterület kánonja: „Minden fakultásnak megvolt a maga könyve, melynek tekintélyét senki kétségbe nem vonta: az artium facultásnak Aristotelese, továbbá Priscianus és Donatus grammatikái; a kánonjogban Gratian Decretuma, a polgári jogban Justinian Corpus Juris; az orvostanban Hippokrates és Galenus művei azok a tekintélyek, melyeken minden tudás épült; végre a teológiában Petrus Lombardus Sentenciái.”⁶ Öröndetes a szombati rendes vitatkozás (Szókratész szellemisége?), valamint a mester és tanítvány kapcsolata. A rendszer rendkívül merev: „A tanulónak minden fokon elő vannak írva a könyvei s tőlük el nem térhet.”⁷ „Meg volt szabva az is, hogy a tanár mely pontoknál állapodjék meg (Puncta taxata)”⁸. Az ismétlés és az emlékezetbe vésés arra utal, hogy a tudás megértésére és különösen az alkalmazására nem helyeztek különösebb hangsúlyt.

⁵ <http://www.kislexikon.hu/tudomany-egyetem.html>

⁶ <https://www.arcanum.com/hu/online-kiadvanyok/Lexikonok-a-pallas-nagy-lexikona-2/sz-183B4/tudomany-egyetem-1A2E5/>

⁷ <https://www.arcanum.com/hu/online-kiadvanyok/Lexikonok-a-pallas-nagy-lexikona-2/sz-183B4/tudomany-egyetem-1A2E5/>

⁸ <https://www.arcanum.com/hu/online-kiadvanyok/Lexikonok-a-pallas-nagy-lexikona-2/sz-183B4/tudomany-egyetem-1A2E5/>

Megváltozott-e ez a hagyományos tudáskép az évszázadok során?

Némi hezitálást követően, a fenti kérdésre egyértelműen igen a válaszuk. Ennek oka nem pusztán az optimizmus. Pozitív válaszuk a 2. ipari forradalom idejére tehető. Ez volt az a korszak, amelyik alapvetően megváltoztatta a gazdaságot, a társadalmat és nem utolsósorban az oktatást. *Nota bene*, olyan találmányok és innovációk jelentek meg ebben a korszakban, amelyek alapvetően megváltoztatták az emberek életét. Gondoljunk csak a Wright-testvérek repülőgépére, Edison telefonjára, Marconi rádiójára és a sort még folytathatnánk. Nyilvánvaló, hogy a fenti folyamatok a felsőoktatás tudásképére is hatottak. Egyrészt ez volt az a történelmi korszak, amelyik azzal szembesítette az emberek egy jelentős részét, hogy tudásukat és képességeiket meg kell újítani. Másrészt a 20. század elején értékelődött fel először az információszerzés és a problémamegoldás képessége. (Davidson, 2017, Vass, 2019) Ennek megfelelően a felsőoktatás tudásképében megjelentek a minőségi szempontok, kiderült, hogy a tudást nem mennyiségi szempontból lehet megközelíteni. Ráadásul a 20. század eleje módszertani megoldást is kínált, jelesül a projekt-módszert, ami a későbbiekben meghódította a felsőoktatás világát is.

Nemrégiben benéztem egy felsőoktatási terembe és némi megdöbbenéssel tapasztaltam, hogy a diákok csoportokban dolgoznak. Az oktató ráadásul az egyik csoportban együtt tevékenykedett a hallgatókkal, így elsőre elég nehéz volt felfedezni. Kiderült, hogy projektterveket készítenek megadott sablon alapján, amelynek az előzménye egyrészt a diákok előzetes tudásának (hitek, nézetek, tapasztalatok) feltárása, másrészt a projekt témák egyeztetése és véglegesítése volt. Ráadásul az oktató azt is elmesélte, hogy ez csak a csoport egyik fele, a többiek a terveiken az udvaron dolgoznak. Kíváncsiságból bent maradtam a foglalkozáson. A projektterveket közösen megbeszélték és értékelték, majd ezt követően a projektmunkákat lezáró prezentációk értékelési szempontjait egyeztették. A kollaboratív értékelés stratégiája meghatározta a munkálatokat.

Egyértelmű, hogy mindezek mögött egy teljesen megváltozott felsőoktatási tudáskép húzódott meg, mint a korábban bemutatott hagyományos tudáskép esetében. Melyek a megváltozott tudáskép legfontosabb jellemzői? Mindenekelőtt az, hogy az információszerzés, a problémamegoldás és a projektmódszer kombináció a tudás megértésének és alkalmazásának előtérbe kerülését eredményezte. A tudáskép továbbra is domain-specifikus, ám a terület egyre inkább komplexebb, az inter- és transzdiszciplinaritás jellemzi. A projektmódszernek köszönhetően erőteljesebb az együttműködés, mai divatos kifejezéssel élve, a *networking*. Ez a megváltozott tudáskép az egyénre és a szervezetre egyaránt jellemző.

A tacit tudás előtérbe kerülésére és a megváltozott tudáskép összefüggéseire lássunk egy hétköznapi példát! Egy tudományos konferencia során az előadások explicit tudást tárnak fel tudományos eredmények felmutatásával és elemzésével. A részvétel igazi előnye azonban nagymértékben a résztvevők közötti kapcsolatépítés, valamint a szünetekben, a társas érintkezés során folytatott informális beszélgetések. A résztvevők a konferencia témájához kötődő tudományágakkal kapcsolatos tacit tudásukat és szakértelmüket sokkal közvetlenebb formában tudják a formális kereteken kívül kifejtetni, mint a konferenciateremben. Az informális beszélgetések és a személyes kapcsolatok eredménye az emberi hálózatok

bővítése. Ez a kiindulópontja olyan emberi szakmai kapcsolatok születésének, amelyek tovább tartanak, mint a hivatalos konferenciák, és olyan hálózatokat hoznak létre az érintettek közül, amelyek értékesek a szakmai munkájuk szempontjából.

A tacit tudás az egyének közötti kommunikáción keresztül fejezhető ki. A kommunikációs csatornákon keresztül a rejtett hallgatólagos tudás feltárulhat, és a tudásteremtő, tudásépítő folyamat részévé válhat. Ily módon a tacit tudás explicit tudássá alakul át. Ha a felsőoktatás a meglévő tudás következetes kiaknázásával és fejlesztésével új tudás létrehozására törekszik, akkor sikeressé válhat. Az a szervezet, amely valóban tudásteremtő és tudásépítő folyamatosan megújul.

A vállalkozások/szervezetek igyekeznek tagjaik tudását a szervezeten belül, de kívülről is hasznosítani. Az új tudás (innováció) az azt birtokló személynél kezdődik. Az egyén személyes tudása szervezeti tudássá alakul át. A tacit tudás egy produktum, technika, elmélet vagy ötlet létrehozásakor válik explicitté, de a megszerzett tudás visszatér az egyénekhez, hogy a tudás spiráljaként új tacit tudást hozzon létre (Nonaka, 2007, 164. o.). Meglátásunk szerint ez egy transzformációs folyamat, amelynek az egyes szakaszait érdemes összegezni.

Következtetés

A tacit tudás transzformációjának első szakasza a tervezés, módszertan, értékelés innovációjára épül. A felsőoktatási intézmény megváltoztatja tervezési gyakorlatát, előtérbe kerül a kollaboratív tervezés. Ennek stratégiai alapelveit a kompetenciafejlesztés, a tanulási eredmények megfogalmazása, a felülvizsgált Bloom-taxonómia és a kimenetalapúság alkotja. A módszertanban a digitalizáció mellett teret hódít a projekt, a problémaalapú tanulás, a vita, a tanulói kérdéskultúra és mindenekelőtt az interaktivitás. Az értékelés gyakorlatában megjelennek a diagnosztikus (helyzetfeltáró) és formatív (tanulást támogató) módszerek és eszközök. Korábban láthattuk, hogy itt is jelen van a kollaboráció. Tapasztalatunk szerint ezek az innovációk még nem eredményezik a szervezeti beépülést, fenntarthatóságuk gyakran problémákba ütközik, gyakran sporadikusak. Tanulmányunk egyik legfontosabb következtetése, hogy nincs eredményes, hatékony implementáció a tudáskép megváltozása nélkül. Ez a tacit tudás transzformációjának második szakasza. A hagyományos tudáskép már a tervezési, módszertani és értékelési innováció következtében is recseg-ropog. Amennyiben az egyének kritikus tömege eléri azt a szintet, hogy a megváltozott tudáskép jellemzőiben gondolkodik, ebben az esetben az innovációk fenntarthatósága erősödik, nagy eséllyel a változások intézményesülnek. Itt érkezünk el a tacit tudás transzformációjának harmadik szakaszához, jelesül az egyének szintje mellett a megváltozott tudáskép a szervezeti kultúra részévé válik. Mielőtt azonban kényelmesen hátradőlnénk a karosszékünkben, a tacit tudás transzformációja és a megváltozott tudáskép összefüggésében néhány forгатókönyvet is érdemes végiggondolni. Az első forгатókönyv esetében a felsőoktatás tudásképe csak csekély mértékben változik. A „rég, szép napok” emlékének nosztalgikus hatása erőteljes a szervezeten belül, így a tervezési, módszertani és értékelési innovációk is esetlegesek és – nem utolsósorban – személyfüggőek. A második forгатókönyv esetében a felsőoktatás megváltozott

tudásképe erőteljesen piacorientált. A tanulmány elején bemutatott képességlista prioritást élvez. Erőteljesen korporatív szemlélet, amelyben a munkaerőpiaci igényeknek dominanciája van. A megváltozott piackép nehezen intézményesül, ráadásul a felsőoktatás inerciája komoly ellenhatást fejt ki ezzel a forgatókönyvvel szemben. Így a tudáskép is nehezebben változik, a változás fenntarthatósága nehézségekbe ütközik. A harmadik forgatókönyv az emberi tényezőkre épül. A transzformációs folyamatban egyrészt előtérbe kerülnek a tanulási-tanítási folyamat affektív (érzelmi-akarati) tényezői, másrészt a tanár-diák kapcsolat. Jól érzékelhető, hogy ebben az esetben visszatértünk a korábbi mester-tanítvány viszonyhoz, amely számos kreatív alkotás alapja a korábbi évszázadokban. Álláspontunk szerint ez a tacit tudás transzformációjának a legeredményesebb és leghatékonyabb, ám leggöröngyösebb útja.

Irodalom

- Aadne, J. H., Von Krogh, G., & Roos, J., (1996). Representationism: the traditional approach to cooperative strategies. Chapter 1 in von Krogh, G., and Roos, J., (eds.), Managing knowledge. Perspectives on cooperation and competition, London, Sage.
- Baumard, P. (1999). Tacit knowledge in organizations, London & Thousand Oaks: Sage.
- Choo, C. W. (1998). The knowing organization: How organizations use information to construct meaning, create knowledge, and make decisions. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Csapó, B. (2011). Az oktatás tudományos háttérének fejlődése. Magyar Tudomány, 172, 9., 1065-1076. o. URL: <http://www.matud.iif.hu/2011/09/06.htm>
- Davidson, .N. (2017). The New Education. Basic Books, New York.
- Hanushek, E. A. & Woessmann, L. (2015). Universal Basic Skills: What Countries Stand to Gain, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/9789264234833-en>
- Hedlund, G. (1994). A Model of Knowledge Management and the n-Form Corporation. Strategic Management Journal, 15, 73-90. <https://doi.org/10.1002/smj.4250151006>
- Jashapara, A. (2005). The emerging discourse of knowledge management: a new dawn for information science research? Journal of Information Science, 31(2), 136–148. <https://doi.org/10.1177/0165551505051057>
- Lengyel, B. (2004). A tudásteremtés lokalitása: hallgatólágos tudás és helyi tudástranszfer. Local Knowledge Creation: Tacit Knowledge and Local Knowledge Transfer. Tér és Társadalom XVIII. évf. 2004 n 2: 51-71.: <https://core.ac.uk/download/pdf/335374498.pdf>
- Mészáros, A. (2009). Wissenstransfer in computerfachlichen Zeitschriftenartikeln. Eine linguistische Analyse der fachexternen Wissensvermittlung im multilingualen Kontext. Duisburg: UVR.
- Mihály I. (2007). Tacit tudás. Egy kifejezés kialakulásának és alkalmazásának története. Új Pedagógiai Szemle 2007. 3-4. <https://folyoiratok.oh.gov.hu/uj-pedagogiai-szemle/tacit-tudas>

- Nagy N. & Velencei, J. (2018). A szükséges tudás elérhetőségének akadályai. Vállalkozásfejlesztés a XXI. Században. Budapest. http://kgk.uni-obuda.hu/sites/default/files/205_VF2018_VF_2018_1.pdf
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1991). The knowledge-creating company. Harvard Business Review. (November-December):96-104.
- Nonaka, I. (1994). A Dynamic Theory of Organizational Knowledge Creation. Organization Science 5(1):14-37. <http://dx.doi.org/10.1287/orsc.5.1.14>
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1997). Die Organisation des Wissens. Wie japanische Unternehmen eine brachliegende Ressource nutzbar machen. Frankfurt/Main: Campus. Polányi, M. (1966). The Tacit Dimension. London, Routledge. University of Chicago Press. ISBN 978-0-226-67298-4.
- Nonaka, I. & Takeuchi, H. (1998). A Theory of the Firm's Knowledge-Creation Dynamics. Chandler, AD. Hagström, P. Sblvell, Ö. (eds.) The Dynamic Firm. Oxford University Press, Oxford. 214-241. o.
- Vass, V. (2020a). A deklaratív és a procedurális tudás összefüggései a tudás transzferálhatósági folyamatában. In: Buda, András; Kiss, Endre (szerk.) Interdiszciplináris pedagógia múlt és jövő között: a XI. Kiss Árpád Emlékkonferencia előadásainak szerkesztett változata. Debrecen, Debreceni Egyetem Neveléstudományok Intézete. 402 p. pp. 35-52.
- Vass, V. (2019): Hatalmas kihívás előtt a felsőoktatás. Világgazdaság. 4. <https://www.vg.hu/velemen/2019/04/hatalmas-kihivas-elott-a-felsooktat-as-2>
- Vass, Vilmos: (2020b) A tudásgazdaság és a 21. századi kompetenciák összefüggései ÚJ MUNKAÜGYI SZEMLE 1: 1 pp. 30-37., 8 p. <https://www.metropolitan.hu/upload/62972a5434e437a440115eace52810492fdb4273.pdf>
- Polányi, M. (1966). The Tacit Dimension. Doubleday, Garden City, NY.
- Polányi, M. (1994). Személyes tudás I-II. Úton egy posztkritikai filozófiához. Budapest: Atlantisz Könyvkiadó. 415. p., 265. p.
- Polányi, M. (1997). A hallgatólagos dimenzió. In: Tudomány és ember. (163-236 o.). Budapest: Argumentum Kiadó.
- Scharmer, C. O. (2000). Organizing around not-yet-embodied knowledge. Chapter 2 in: von Krogh, G.; Nonaka, I., and Nichiguchi, T., (eds). Knowledge Creation. A source of value. Basingstoke and London: Macmillan Press; pp. 13-60.
- Semerzaki, E. (2011). Knowledge management. Special Libraries as Knowledge Management Centres. Chandos Information Professional Series, pp. 57-119.
- Smith, M. K. & Vass, V. (2017). The relationship between internationalisation, creativity and transformation: A case study of higher education in Hungary TRANSFORMATION IN HIGHER EDUCATION 2 : 1 pp. 1-9. Paper: a22 , 9 p. <https://thejournal.org.za/index.php/thejournal/article/view/22>
- Shuhuai, R., Xingjun, S., Haiqing, L. and Jialin, C. (2009). From information commons to knowledge commons: Building a collaborative knowledge sharing environment for innovative communities. The Electronic Library, Vol. 27 No. 2, pp. 247-257. <https://doi.org/10.1108/02640470910947593>

- Sternberg, R. J. (1999). What do you know about tacit knowledge? Making the tacit become explicit. Epilogue, Sternberg, R. J. and Horvath, J. A., (eds). Tacit knowledge in professional practice. Mahwah, NJ and London: Lawrence Erlbaum Associates; pp. 231-236.
- Sternberg, & Horvath, (1999). Sternberg, R. J. and Horvath, J. A., (eds). Tacit knowledge in professional practice. Mahwah, NJ and London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Von Krogh, G., & Roos, J. (1995). Organizational epistemology. London: Macmillan.
- Von Krogh, G., Roos, J. (1996). Imitation of knowledge: a sociology of knowledge perspective. Chapter 2 in von Krogh, G., Roos, J., (eds.). Managing knowledge. Perspectives on cooperation and competition, London: Sage, 32-54.
- Wagner, R. K. (1987). Tacit knowledge in everyday intelligent behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*. 52(6):1236-1247.
- Wagner, R. K. (1991). Managerial problem solving, Chapter 5. in Sternberg, R. J. and Frensch, P. A., (eds). Complex problem solving: principles and mechanisms. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates; pp. 159-183.
- Wagner, R. K. & Sternberg, R. J. (1985). Practical intelligence in real-world pursuits: the role of tacit knowledge. *Journal of Personality and Social Psychology*. 49(2):436-458.
- Wagner, R. K. & Sternberg, R. J. (1986). Tacit knowledge and intelligence in the everyday world", chapter 4 in Sternberg, R. J. and Wagner, R. K. (eds) Practical intelligence: nature and origins of competence in the everyday world, Cambridge: Cambridge University Press, 51-83.
- Ryle, G. (1945). Knowing How and Knowing That: The Presidential Address. *Proceedings of the Aristotelian Society New Series*, Vol. 46 (1945 - 1946), pp. 1-16.

Internetes források

- <https://www.weforum.org/agenda/2020/10/top-10-work-skills-of-tomorrow-how-long-it-takes-to-learn-them/>
- <https://groups.ischool.berkeley.edu/archive/how-much-info/how-much-info.pdf>
- <https://www.portfolio.hu/uzlet/20130702/elkepeszto-mennyi-adat-letezik-mire-lehetfelhasznalni-186053>
- <http://www.kislexikon.hu/tudomany-egyetem.html>
- <https://www.arcanum.com/hu/online-kiadvanyok/Lexikonok-a-pallas-nagy-lexikona-2/sz-183B4/tudomany-egyetem-1A2E5/>

Csepeli György - Örkény Antal:

IGAZ ÉS HAMIS TUDOMÁNYOS HÍREK FOGADTATÁSA KÖZÉP-EURÓPAI EGYETEMI HALLGATÓK KÖRÉBEN

Még híre, hamva sem volt a vírusjárványnak, amikor – Palugyai István, az Európai Tudományos Újságírók Szervezete Uniójának korábbi alelnöke javaslatára – egy vizsgálatot kezdtünk megtervezni, amelynek célja a tudományos álhírek, mai szóval „fake news” iránt tanúsított hiszékenységek felmérése volt.¹ A hiszékenységek pszichológiai és szociológiai okairól a Mindennapi Pszichológia előző számában az olvasó már talál cikket, itt csak a vizsgálat eredményeiről számolunk be.

A vizsgálatot a közép-európai térség hat országában található egyetemeken és kutatóintézetek kutatóinak közreműködésével bonyolítottuk le, egyetemi hallgatók körében.² Eredetileg minden országban országanként 500 egyetemistát akartunk megkérdezni, akik között fele-fele arányban lettek volna természettudományi és társadalomtudományi szakok hallgatói. A vírusjárvány közbejötté miatt a vizsgálatban résztvevő egyetemi hallgatók száma megcsappant.³

Az 1. táblázat mutatja be országanként a vizsgálatban résztvevő diákok számát.

Ausztria	264
Horvátország	609
Csehország	512
Magyarország	466
Olaszország (Veneto)	248
Szlovákia	178
Összesen	2277

1. táblázat: A vizsgálatban résztvevők száma országok szerint

A kérdőív központi blokkjában 12 tudományos hírt soroltunk fel, melyek mindegyike kapcsán megkértük a válaszadót, hogy az adott hír igazságtartalmát – valószínűség szerint – egy háromfokú skálán értékelje. Ha a hír a válaszadó szerint biztos igaz volt, akkor 1-esre

¹ A vizsgálatot az Európai Parlament Technológia és Tudomány Jövője Panel (STOA) támogatta az Európai Tudományos-Média Hub (SMH) küldetése keretében, melynek célja a tudományos témák társadalmi megértésének felderítése és szembeszállítás a téves információ, valamint az áltudomány káros hatásaival. A kutatás eredményeiről az Euroscience Open Forum 2020 szeptember 4-én Triesztben megrendezett online konferenciáján, valamint az Európai Parlament Kulturális Bizottsága meghallgatásán 2021 április 19-én számoltunk be.

² A teljes jelentés elérhető: Disinformation and Science: A survey of the gullibility of students. <https://www.europarl.europa.eu/stoa-document-EP>

³ Ausztia: Hajo Boomgarten és Ahrabihi Kathirgamalan, Bécsi Egyetem; Horvátország: Blanka Jergovic és Ivan Balabanic, Zágrábi Egyetem; Csehország: Ivan Jarabinsky és Otakar Durda, IESA, Prága; Magyarország: Murányi István, Debreceni Egyetem; Olaszország: Ramona Velea és Daniele delBianco, ISIG, Gorizia; Szlovákia, Miloslav Bahna és Örkény Antal, Szlovák Tudományos Akadémia, Szociológiai Kutató Intézet, Pozsony

értékelt, ha valószínűnek tűnt számára, 2-es értékelést adott, míg ha hamisnak tűnt a hírt, akkor 3-ast adhatott, ha pedig biztosan hamisnak tartotta, akkor 4-es értéket. Ha nem tudott állást foglalni, akkor a „nem tudom” alternatívát választotta. A kérdőív többi részében a bizalomra és a hírfogyasztásra vonatkozó kérdéseket tettünk fel. A hírblokk bevezetőjében a válaszadókkal közöltük, hogy a listán szereplő hírek egy része igaz, más része hamis, de természetesen nem árultuk el, hogy melyek a hamis, és melyek az igaz hírek. A hamis hírek a következők voltak:

A CERN Svájcban már kis fekete lyukakat hozott létre.
 A nemekkel kapcsolatos tanulmányok növelik a transzszexuális emberek számát.
 A globális felmelegedést az adatok nem támasztják alá.
 A homoszexualitás géntechnológiával gyógyítható.
 A menekültügyi válság az európai gazdasági válság fő oka.
 A faji csoportok közötti intelligencia különbsége kétségtelenül bebizonyosodott.
 A kanyaró, mumpsz és rubeola elleni oltás autizmust okoz.
 Soha nem szálltak le a Holdra.

Az igaz hírek pedig az alábbiak voltak:

A világban növekszik a gazdasági egyenlőtlenség.
 Vízet találtak a Jupiter holdján, az Europe-on
 Ma a földrengések nem jósolhatók meg.
 Kelet-Európában az élettartam alacsonyabb, mint Nyugaton.

A hír témája	teljesen igaznak tartja	inkább igaznak tartja	inkább hamisnak tartja	teljesen hamisnak tartja	nem tudja nem válaszol
CERN	6,4%	15,9%	27,8%	35,7%	14,2%
Gender	6,6%	18,1%	26,1%	42,9%	6,4%
Klíma	6,1%	8,6%	22,0%	59,2%	4,1%
Hsex	3,3%	7,7%	18,2%	64,3%	6,5%
Migránsok	5,7%	14,9%	36,8%	33,9%	8,7%
Faji IQ	6,2%	14,1%	21,3%	50,5%	7,8%
Autizmus	3,4%	6,6%	23,1%	55,9%	11,0%
Holdraszállás	4,3%	5,9%	17,2%	66,0%	6,5%

2. táblázat: A hamis hírek valószínűségének elfogadása téma szerint

A hír témája	teljesen igaznak tartja	inkább igaznak tartja	inkább hamisnak tartja	teljesen hamisnak tartja	nem tudja nem válaszol
Egyenlőtlenség	49,8%	36,3%	6,2%	4,3%	3,4%
Víz a Jupiteren	16,0%	31,0%	16,2%	10,9%	25,8%
Földrengések	14,9%	28,5%	25,0%	24,7%	6,9%
Élettartam	23,3%	36,8%	15,9%	9,7%	14,3%

3. táblázat: Az igaz hírek valószínűségének elfogadása téma szerint

A 2. és a 3. táblázat mutatja, hogy a válaszadók egészében véve hogyan reagáltak az egyes hírekre. Úgy tűnik, hogy a mintába került válaszadókat jellemző tendencia, hogy a hamis híreket inkább elutasítják, míg az igaz híreket készek elfogadni. A válaszadók döntő többsége készen mutatkozott, hogy a kérdésekre válaszoljon. A legtöbb kérdésnél, legyen szó hamis vagy igaz állításról, a válaszadók kevesebb mint 10 százalékának nem volt véleménye vagy nem válaszolt, ami nem tér el a szociológiai kutatások jellemző statisztikáitól. Néhány témakör esetében, ami konkrét tudást feltételez a véleményformáláshoz, mint például a CERN, az autizmus, a Jupiteren található víz, illetve a várható átlagos élettartam, a nem válaszolók aránya valamelyest megugrik, ami a tudományos ténymegállapítások és az attitűdök kapcsolatának ellentmondásaira vezethető vissza.

A következőkben azt nézzük meg, hogy miként oszlanak meg a válaszadók következetesség szerint. Egyesek konzekvensek voltak abban, hogy a hamis híreket nem fogadták el, az igazakat igen. Őket tekinthetjük a tudományos hírek fogyasztói ideáltípusának. Fordítottan következetesek, akik a hamis híreket igaznak, és az igaz híreket hamisnak tartják. Ők a hiszékeny-hitetlenek, akikre egyáltalán nem hat a tudományos kommunikáció. Két hibrid típus is van. Az egyik típusba azok tartoznak, akik sem az igaz tudományos híreket, sem a hamis tudományos híreket nem hiszik el, ők a szkeptikusok. A másik hibrid típusba azok tartoznak, akik mind az igaz, mind a hamis tudományos híreket elfogadják, ők a kritikátlanok.

	racionalis	kritikátlan	szkeptikus	hiszékeny
Szlovákia	57	9	27	7
Olaszország	57	17	21	6
Magyarország	48	19	21	12
Csehország	35	21	31	13
Horvátország	48	21	19	11
Ausztria	56	16	18	10

4. táblázat: A válaszadók megoszlása következetesség szerint országoként (%)

A 4. táblázat azt mutatja, hogy Csehország kivételével az összes országban – az egyetemisták körében – a racionálisan gondolkodók voltak többségben. Csehországban a szkeptikusok és a racionálisan gondolkodók aránya majdnem azonos. A többi országban a kritikátlanok és a szkeptikusok közel azonos arányt mutattak. A vizsgálatunk szempontjából kiemelkedően fontos hiszékeny csoport aránya mindegyik országban alacsony volt.

A magyarázó tényezők sorában elsőként a bizalmat emeljük ki. A társadalmi kommunikációban a bizalom kulcsfontosságú, hiszen akiben vagy akikben megbízunk, attól inkább elhiszük, amit mond, és feltételezzük, hogy ha a bizalom kölcsönös, akkor a másik is hisz nekünk. A társadalmi bizalmat az European Social Survey standard kérdésével mértük. A válaszadóknak 7 fokú skálán volt lehetőségük arra, hogy az embertársaik iránt érzett általános bizalmuk mértékét kifejezzék.

Ausztria	3.8
Horvátország	3.0
Csehország	3.1
Magyarország	4.0
Olaszország	3.1
Szlovákia	3.0

5. táblázat: Embertársak iránt érzett bizalom országoként, az egyetemisták körében (7 fokú skálaátlagok)

Az adatok azt mutatják, hogy a szociális bizalom minden válaszadói csoportban meglehetősen alacsony, ami illeszkedik az Európában tapasztalható, Nyugatról Keletre lejtő bizalmi trendbe.

A 1. és a 2. ábrán mutatjuk be az adatokat, amelyek azt mutatják, hogy a megkérdezettek milyen mértékben bíznak meg a különböző hírforrásokban, és milyen gyakorisággal veszik azokat igénybe tájékozódásuk során. Meglepő eredmény, hogy az adott hírforrás iránti bizalom és az igénybevétel gyakorisága fordítottan viszonyul egymáshoz. Minél inkább megbíznak a válaszadók a hírforrásban, annál kevésbé veszik azt igénybe, és fordítva, minél kevésbé bíznak meg a hírforrásban, annál gyakoribb az igénybevétel.

1. ábra: A különböző hírforrások iránt táplált bizalom átlagai országoként (7 fokú skálaátlag)

2. ábra: Különböző hírforrások igénybevételének gyakorisága, országoként (100 fokú skálaátlag)

Anyilvánosság egy teljesen új szakaszba lépett, amikor az információ szűrési mechanizmusai már nem léteznek. A nyilvános kommunikáció olyan világába léptünk, ahol az igazságnak nincs szerepe a kijelentések tartalmának alátámasztásában. A közösségi médián keresztül az üzenetek előállítói bármilyen tudományos hatóság által ellenőrizetlenül küldhetnek híreket.

Ezt mutatja a hamis hírek elfogadásának lineáris regressziós magyarázó modellje. A hamis hírek elfogadását sem a hírekhez való hozzáférés gyakorisága, sem az általános személyközi

bizalom, sem az egyes hírforrások iránti bizalom nem magyarázza, kivéve a közösségi médiát. Ez utóbbi esetben a közösségi média fogyasztása – habár nagyon gyengén, de – felerősíti a hamis hírek elfogadását. Az viszont érdekes eredmény, hogy a hallgatók tudományág szerinti különbsége szignifikáns hatást mutat: a természettudományos gondolkodás mintha inkább megóvná a diákokat a hamis hírek elfogadásától, mint a humán tudományterületen tanulókat.

		Standardizált Béta	t	Standard Béta	t
Tudományág	1 természettudomány 2 humán tudomány	-,062	-3,011	-,064	,003**
Bizalmatlanság	bizalom az emberekben vs. bizalmatlanság	,000	-,032	-,001	,974
Hírforrások iránti bizalom	televízió	,006	,584	,019	,560
	nyomtatott sajtó	-,011	-1,050	-,034	,294
	közösségi média	,022	2,433	,057	,015*
Hírforrások igénybevétele	rádió	,009	,433	,010	,665
	televízió	,034	1,660	,037	,097
	közösségi média (Facebook, Instagram, Twitter, Snapchat...)	-,009	-,335	-,007	,738
	Blog, Vlog	,051	1,936	,043	,053
	Nyomtatott sajtó	-,039	-1,786	-,040	,074
	Internet (pl. Google News)	-,046	-1,870	-,040	,062

Megjegyzés: * $p < .05$; ** $p < .01$

Megmagyarázott R 0,114347

6. táblázat: A hamis hírek elfogadási valószínűségének lineáris regressziós magyarázó modellje

Ezzel szemben azok között, akik nem válaszoltak vagy nem tudtak válaszolni a kérdésekre, a tudományterületi különbségek éppen ellenkező eredményt hoztak. A humán területen tanulók valamelyest inkább tartózkodtak azoknak a kérdéseknek a megválaszolásától, amelyek esetében – feltételezhetően információhiány miatt – nem tudták eldönteni a hírek

igazságát vagy hamisságát. A természettudományos területen tanulók esetében viszont azt tapasztaltuk, hogy ők magabiztosabbak a hírek megítélésében, legyen az igaz vagy hamis. Az interneten való tájékozódás gyakorisága, illetve a nyomtatott sajtó és a blogok olvasása ugyancsak arra serkenti a megkérdezetteket, hogy nagyobb meggyőződéssel tudják megítélni a felvetett kérdéseket.

		standar- dizálatlan Béta	t	Stan- dard Béta	t
Tudomá- nyág	1 természettudo- mány 2 humán tudo- mány	,264	3,885	,068	,000 **
Bizalmat- lanság	bizalom az emberek- ben vs. bizalmatlan- ság	,003	,126	,023	,899
Hírforrások iránti biza- lom	televízió	-,062	-1,798	,034	,072
	nyomtatott sajtó	-,026	-,737	,035	,461
	közösségi média	,001	,017	,029	,986
Hírforrások igénybevé- tele	rádió	,089	1,270	,070	,204
	televízió	-,050	-,735	,068	,463
	közösségi média (Fa- cebook, Instagram, Twitter, Snapchat...)	-,082	-,945	,086	,345
	Blog, Vlog	-,245	-2,811	,087	,005 **
	Nyomtatott sajtó	-,263	-3,707	,071	,000 **
	Internet (pl. Google News)	-,387	-4,821	,080	,000 **

Megjegyzés: * $p < .05$; ** $p < .01$

Megmagyarázott R 0,195160

7. táblázat: Az ignorancia lineáris regressziós (nem tudom válaszok) magyarázó modellje

Az új információs ökokörnyezetben a közösségi média térhódítása megállíthatatlan. Ez a média mindenütt jelen van, mindenki része, akár mint tartalom előállító, akár mint tartalomfogyasztó, vagy mindkettő egyszerre. Szemben a központilag szerkesztett tömegkommunikációs hírforrásokkal, a közösségi médiába került tartalmak ellenőrizetlenek. A közösségi médiában szándékoltan félrevezető hírek éppen úgy elérhetőek, mint a

tájékozatlanságból, félreértésből, hiszékenységből, a tudománnyal szemben táplált makacs előítéletekből táplálkozó hamis hírek.

A 21. században a társadalmi nyilvánosság új korszaka kezdődött el, melyben a közönség átvette a hatalmat a korábban monopol szerepet betöltő közlők felett. Az új, immár uralommentes helyzetet akár a demokratikus nyilvánosság diadalának is tarthatnánk, de ami bekövetkezett, az inkább a tömegek tekintélyellenes lázadása. A demokratikus nyilvánosság csak akkor működik, ha a nyilvános közlési tér szereplői tájékozottak, megfelelő héttértudással rendelkeznek, és nyitott, kritikai gondolkodás jellemzi őket. Ebben azonban a közösségi média inkább negatív szerepet játszik, mert a közösségek erejéből fakadó hamis hírek iránti fogékonyságot és hiszékenységet látszik felerősíteni. (Lásd a 6. táblázat)

Az új nyilvánosság felé vezető úton nem lehet visszafordulni. A hamis tudományos hírek terjedésével szemben a közösségi média eszközeivel is fel kell venni a harcot. Szükség van az interneten mindenki számára ismert és elismert tényellenőrző pontokra, melyek lehetőséget adnak a hamis, tudományosan nem bizonyított állítások kiszűrésére. Javítani kell a tudományos újságírás színvonalát, be kell vonni az élvonalbeli tudósokat a tudományos kommunikáció áramába. Az ismeretterjesztés új, interaktív, a közösségi média működésmódjához illő formáira van szükség. Ki kell alakítani a „kíváncsiság kultúráját”, a gyermekeket az iskolában meg kell tanítani kérdezni.

A rohamléptékben bővülő tudományos tudással nem lehet lépést tartani, de erre nincs is szükség. A zárt, dogmatikus gondolkodást a háborús logika határozza meg, amely az identitás védelmében a tudást változtathatatatlannak és véglegesnek tartja, nem ismerve el a tévedés és a kritika jogait. Ezzel szemben a nyílt gondolkodást a nem tudás kihívása élteti.

A körülmények szorításában született kutatásunk nem lehetett teljes. A vírusjárványt övező közösségi hisztériák arra figyelmeztetnek, hogy a hamis tudományos közlések iránt mutatott hiszékenység és a bizonyítható tudományos állítások iránt tanúsított hitetlenség folyamatos vizsgálatai nemcsak az egyetemi hallgatók körében, hanem a társadalom minden szegmensében elengedhetetlenül szükségesek.

Kiss Dávid:

„ELSAJÁTÍTÁS-HASZNÁLAT-FELHASZNÁLÁS” GONDOLATOK A DIGITÁLIS IRODALOMOKTATÁS HATÉKONYSÁGÁRÓL

„A digitális munkarend sok olyan anomáliára világított rá szokatlan erővel, amelyek eddig a megszokott hétköznapiakban annak ellenére rejtve maradtak, hogy már régóta rontják a tanári munka hatékonyságát (tanulói motiváció alacsony szintje, az értékelés problémái, a tananyag valósághoz való viszonyának reflektálatlansága.)”(Urbán Péter)

Bevezető gondolatok

Sipos Lajos – az Irodalomtanítás a harmadik évezredben című tanulmánykötet előszavában – a társadalmak gazdasági és kulturális fejlődésének posztindusztriális szakaszát e három fogalom metszetében értelmezi, és helyezi szembe a kulturális kódrendszer közvetítésének elsődlegességét hirdető történeti elgondolással. A digitális átállás az egész tanár társadalmat nagy kihívás elé állította: az otthonról történő tanulás és tanítás eszközfeltételeinek megteremtése, egy kielégítően működő platform megtalálása és hatékony kezelésének elsajátítása mellett, a tananyagfeldolgozás hagyományostól eltérő módozatainak keresése és alkalmazása is megoldandó feladatként jelentkezett (vö. Fekete & Porkoláb, 2020). Ennek a kihívásnak a nagyságát és minőségét több tényező is befolyásolja, „nagyon erősen összefügg többek között az adott ország oktatási rendszerének jellemzőivel [...], az oktatás digitalizáltságának fokával, a pedagógusok és tanulók IKT-eszközökkel való ellátottságával, a szükséges technikai készségek birtoklásával, az ezzel kapcsolatos attitűddel és a motivációval.” (Fekete, 2020).

Racsco Réka *Digitális átállás az oktatásban* című, évekkal a magyar közoktatás koronavírus-járvány miatti kényszerű online térbe történő átköltözése előtt megjelent írásában azt olvashatjuk, hogy az elkövetkező években az oktatástechnológiai eszközök világa mellett „módszertani területen is jelentős változások várhatók az oktatás digitális átállásával”. (Racsco, 2017). A 2019/2020-as tanév tavaszán elrendelt digitális tanrend hamar a tudományos érdeklődés középpontjába helyezte az oktatás digitalizációjának kérdéseit, mely az elmúlt év szócikkeit vizsgálva is szembevetőd, így a közoktatás digitális transzformációja, tanár és diák megváltozott szerepe, a digitális eszközök pedagógiai hatékonysága hamar napjaink meghatározó neveléstudományi témái lettek.

Az régóta tudott, hogy pusztán az IKT-eszközök alkalmazása nem teszi hatékonyabbá a hagyományos oktatást, „a digitális technológia is csak egy eszköz [...] a hangsúly tehát az eszközhasználathoz kapcsolódó módszertanon és az egyensúlyon van” (Szűts, 2020). Hasonló megállapításra jut Gordon Győri János és Molnár Gábor Tamás, középiskolai magyartanárokkal készített interjúk elemzésekor, az elektronikus eszközök irodalomtanításra gyakorolt hatásával kapcsolatban. Szerintük „a szakmai és szakmódszertani szempontok alapján kell

megválogatni és kialakítani a használt eszközöket, nem pedig a tanítási gyakorlatot igazítani a rendelkezésre álló eszközökhöz.” (Gordon Győri & Molnár, 2021) Felmerül a kérdés, hogy az oktatás kényszerű digitális átállása nem éppen ez utóbbi megoldásra kötelezte-e a tanárokat és diákokat. Az írásom címében is elhelyezett fogalomhármas segíthet meghatározni a digitális eszközhasználat helyét és értelmét a pedagógiában: hogyan és milyen hatékonysággal sajátítják el az oktatásban résztvevők a digitális technológiát, milyen módon és hozzáértéssel használják, s mi az eszközök felhasználásának célja a tanulás-tanítás folyamatában.

Aktív, pályán lévő magyartanárként és az irodalomtanítás gyakorlatát vizsgáló doktorjelöltként figyelmem – számos tanár- és kutatótársaméhoz hasonlóan – természetes módon fordult a tudományos érdeklődéssel és diszkurzussal összhangban a digitális oktatás időszaka felé. Kutatásomban az irodalomtanítás aktuális helyzetének feltárása, a problémás területek azonosítása, alternatívák, javaslatok keresése és meglévő jó gyakorlatok felmutatása egyaránt motivált.

Tanári oldalról a digitális tanrendre való áttérés utáni napokban, a közösségi oldalakon alakult tematikus csoportokban kezdődött meg a jó gyakorlatok, tananyagok, feladatlapok, innovatív megoldások közzététele, cseréje (Szűts, 2021), a tanártársadalmon belül eddig talán sosem tapasztalt méretekben mutatkozott meg a hálózatos tudásmegosztás (vö Fekete, 2020).

Az írásom mottójául választott interjúrészlettel egybecseng Jakab György meglátása, aki az *ISKOLA – járvány idején* című nagyszabású tanulmányában rámutat arra, hogy a közoktatás digitális térbe való átlépése számos, a rendszerben már meglévő problémát emelt újra a tudományos érdeklődés horizontjára. Jakab szerint „a járvány nyomán kialakuló kényszerű oktatási változások drámai módon (tragédiákat és komédiákat is hordozva) rávilágítottak a magyar oktatási rendszer tényleges (reális) helyzetére. Láthatóvá és nyilvánvalóvá tettek olyan dolgokat, amelyek korábban homályban maradtak, amelyeknek talán nem tulajdonítottunk akkora jelentőséget, vagy amelyekkel – a folyamatos oktatáskutatói figyelmeztetések ellenére – nem kívántunk szembenézni.” (Jakab, 2020) Ugyanerre a felismerésre jut Fekete Tamás és Porkoláb Ádám is, meglátásuk szerint „az átállás azonban számos új, az oktatás területét érintő problémakört generált (pl. technikai problémák, az informatikai infrastruktúra túlterhelődése, a diákok és a tanárok hiányos platformkezelési ismeretei) és számos, már meglévő és évtizedek óta megoldatlan problémakört tovább súlyosbít.” (Fekete & Porkoláb, 2020). A digitális oktatásra történő átállással minden tantárgy, így az irodalom tanításában is jelentkeztek az adott szaktárgyra jellemző, specifikus problémák, nehézségek. Az irodalomtanítás egyik érintett területe az irodalmi alkotások olvasásának, a különböző, szövegeken végzett értelmező/elemző gyakorlatoknak, tehát az interpretációnak a digitális világba való áttevődése (vö. Gergelyi, 2021). A továbbiakban az irodalomtanítás egyik régóta kezeletlen területe, az olvasás, szövegek és műértelmezés kapcsolatán keresztül közelíték az irodalom tantárgy digitális oktatásának vizsgálatához.

Olvasás, információ és irodalomtanítás kapcsolata a digitális oktatásban

Napjaink infokommunikációs kultúrájában a hagyományos olvasásfogalom megváltozásának, felülírásának lehetünk tanúi, az internet létrehozta digitális térben az olvasás a multimediális információk feldolgozását is jelenti (vö. Lózsi, 2012). E módosult olvasás újfajta olvasási stratégiát, újragondolt olvasói magatartást alakít ki és követel meg (vö. Bódi, 2011), melyet a digitális bennszülött generáció inherens adottságaként, meglévő képességkomplexumaként tételezhetünk fel, hiszen e korosztály szocializációja – így a szövegolvasás és információfeldolgozás képessége is – részben az előbb említett digitális térben formálódott. A ma középiskolásai számára a hipertext nem lineáris olvasása éppúgy kézenfekvő és gyakran alkalmazott stratégia, mint a hagyományos szövegolvasás (vö. Gonda, 2014), mely – az oktatási rendszer kevésbé adaptív volta miatt – továbbra is őrzi hegemoniáját az iskolában (Bessenyei, 1998), főként az irodalomtanítás gyakorlatában. Kérdés azonban, hogy a hagyományos szövegolvasási mintázatok milyen mértékben képesek elősegíteni a diákok hatékony szövegolvasását a digitális térben, ugyanis napjaink irodalomtanításában „feladatunk nem más, mint a digitális kultúra multimédiás terében is hatékony, az információkeresést és értelmezést segítő olvasás és írás tanítása.” (Kiss, 2021)

A megváltozott olvasásfogalom irodalomtanításban mutatkozó reflektálatlansága mellett a másik aktuális probléma az olvasáshoz fűződő attitűd kérdése. A korábbi évek olvasási szokásokat vizsgáló felmérései (vö. Tóth, 2019; Gombos, 2019) rámutattak arra, hogy az olvasás folyamatosan veszít népszerűségéből az elektronikus eszközök nyújtotta szórakozási és kapcsolódási lehetőségekkel szemben, a fiatalok szociális interakciói is egyre nagyobb részben a hálózat terébe helyeződnek át, és ezt a tendenciát csak megerősítette a koronavírus-járvány miatti kényszerű online oktatás is. Mindezt figyelembe véve megállapíthatjuk, hogy a mai diákok egyre kevesebbet olvasnak hagyományos értelemben, olvasásuk jelentős része az internet hipertext világában történő multimediális információfeldolgozás, mely szükségképpen újfajta, a lineáristól eltérő olvasási stratégiákat preferál, ám mindez általánosságban véve reflektálatlanul marad az oktatásban.

A digitális otthontanulás időszaka éppen ezért számos kérdést vet fel az irodalomtanítás gyakorlatára és hatékonyságára vonatkozóan: milyen hatékonysággal sajátítja el, hogyan és mire használja fel a tanár az IKT-eszközöket a magyar irodalom tantárgy digitális oktatásában; miképp vélekednek tanárok és diákok a digitális irodalomtanulás hatékonyságáról, élményszerűségéről; milyen, hagyományostól eltérő szövegfeldolgozási és ezáltal értelmező lehetőségek adódnak az irodalom digitális tanításában?

Végző soron oktatástechnológiai és módszertani horizontban értelmezve az a legfőbb kérdés (visszaulva Racsko Réka gondolataira), hogy az online otthontanulás időszaka elmozdította-e a közoktatást a digitális pedagógia gyakorlata felé, vagy csupán a hagyományos tantermi oktatás digitalizációjának vagyunk tanúi? Írásomban ezekre a kérdésekre gimnáziumi magyartanárokkal készített interjúk elemzése, valamint egy, szintén gimnazista diákok körében végzett kérdőíves felmérés eredményeinek bemutatása által igyekszem adekvát válaszokat találni.

A módszerről

Tanulmányom a két említett felmérés tanulságainak szintézisére törekszik. Saját készítésű, gimnáziumi diákok (n=135) körében végzett kérdőíves felmérésem (*A digitális irodalomtanulás tapasztalatai* kérdőív) eredményeit gimnáziumi magyartanárokkal (n=7) készített interjúk értelmezett leírásai egészítik ki. A tanárok tapasztalatait a digitális irodalomtanításról tematikus kvalitatív interjú formájában gyűjtöttem össze, mely „abban tér el a mélyinterjútól, hogy strukturáltabb, rövidebb [...] az interjú célja az, hogy leírja az egyén világát, tapasztalatainak egyénileg megélt, személyes jelentését, [...] láttatni engedje azt, hogy milyen az adott tapasztalat az egyén perspektívájából.” (Szokolszky, 2020).

A tematikus kvalitatív interjú kérdéseit előzetesen kialakított kategóriák (*Módszerek, munkaformák, eszközök; Szövegek az irodalomórán; Hatékonyság, észrevételek*) mentén állítottam össze, melyet a megkérdezettek írásban válaszoltak meg, a személyes megkérdezést a karanténidőszak kevésbé tette lehetővé. Az interjúkból nyert adatok elemzése alapvetően jelentéskodenzíáción alapul, mely „elemzési stílus nem alkalmaz kvantifikációt, viszont hangsúlyt helyez a megélt szituációk minél teljesebb és gazdagabb leírására.” (Szokolszky, 2020).

A kérdőíves felmérés populációja a hat- és négyosztályos gimnáziumi tanulók köre, a mintát alkotó diákok zömében annak az iskolának a tanulói, ahol magyartanárként dolgozom, így kérdőíves felmérésem lokálisabb, helyi szintű „általánosításra törekszik, melyben előtérbe kerül az analitikus általánosítás és a transzferabilitás” (Szokolszky, 2020). Az adatok elemzése tehát korlátozott általánosíthatóságot tesz lehetővé, a leírt adatok és feltárt jellegzetességek, összefüggések nem reprezentatívak, ám tendenciakijelölő szerepük lehet, ezáltal további kutatásokat motiválhatnak.

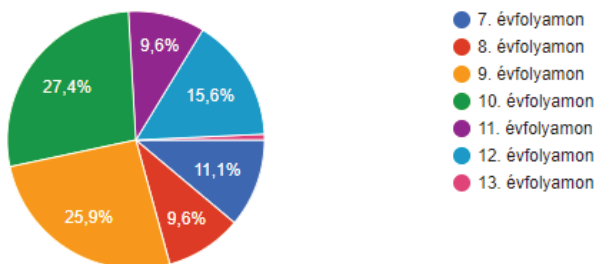
A kérdőív elkészítésekor, a kutatás során megfogalmazott hipotéziseim a következők voltak: 1) Az irodalom tantárgy digitális tanításában csökken a munkaformák változatossága a hagyományos, tantermi tanuláshoz képest, 2) a középiskolás diákok kevésbé érzik hatékonynak az irodalom digitális környezetben való tanulását, összevetve a hagyományos irodalomtanulással, 3) az online tér nem kedvez a hagyományos értelmezői közösség kialakulásának, a műalkotásokról kialakuló dialógusnak, mely a tanórai interakciók alacsonyabb számában is tetten érhető. A kérdőív a bevezető demográfiai kérdéseken kívül három különböző kérdéscsoportban (*A digitális otthontanulás technikai háttere; Általános kérdések a digitális otthontanulásról; Az irodalom tantárgy digitális tanulására vonatkozó kérdések*) gyűjt adatokat, a felmérés fókuszába helyezett online irodalomtanulásról és általában a digitális otthontanulásról is.

A digitális irodalomtanulás tapasztalatai kérdőív eredményei

A kérdőívet 2021. június elejétől július közepéig lehetett kitölteni online, a megadott időszak alatt 135 kitöltés érkezett, mind gimnáziumi diákoktól. A kitöltők évfolyamok szerinti megoszlása változatos képet mutat (1. ábra). Nemek tekintetében a kitöltők többsége lány (n=91), míg a válaszadóknak csak közel harmada fiú (n=44). A kitöltők legnagyobb része (n=121) Pest megyében, 86,7%-uk (n=117 fő) városban tanul.

7. Melyik évfolyamon tanulsz?

135 válasz

**1. ábra: a kérdőív kitöltőinek évfolyamok szerinti eloszlása**

Az évfolyamok közül a hetediket 15, a nyolcadikat 13, a kilencediket 35, a tizediket 37, a tizenegyediket 13, míg a tizenkettediket 21 fő képviseli. Két évfolyamon, a kilencedik és tizedik évfolyamon tanuló kitöltők száma ugrik ki, egyébiránt az eloszlás kiegyensúlyozottnak mondható. Egy válaszadó jelölte meg a tizenharmadik évfolyam lehetőségét, erre az osztályra vonatkozóan azonban nem fogalmazhatunk meg általánosításokat.

A digitális otthontanulás technikai háttere

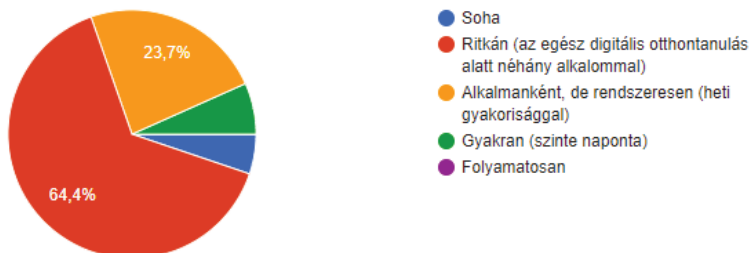
A kérdőívnek ebben a szakaszában arra voltam kíváncsi, hogy milyen internetcsatlakozási lehetőség(ek), milyen informatikai eszköz(ök) áll(nak) a tanulók rendelkezésére a digitális oktatásba való bekapcsolódáshoz, tehát milyen hozzáféréssel rendelkeznek a digitális világhoz.

Az online megtartott órákon való részvételhez elengedhetetlen a stabil internetkapcsolat, és egy olyan informatikai eszköz, amely képes a tanítás helyül szolgáló platform elérésére és a szükséges informatikai háttér biztosítására. Az internetkapcsolatra vonatkozó kérdésre adott válaszok elemzése azt mutatja, hogy a diákok jelentős része (n=133) vezeték nélküli kapcsolaton keresztül vett részt az oktatásban, ám viszonylagosan sokan jelölték meg a mobilnetes (n=86) és a vezetékes (n=64) kapcsolatot is, számos kitöltő többféle lehetőséget is használt az online otthonoktatás alatt. A vezetékes internetkapcsolat használata a helyhezköthettség okán, a mobilnet (amennyiben nem korlátlan) pedig az adatforgalom szűkebb volta miatt egyaránt nehezítő körülményt jelenthet a rendszeres online tanulás során.

Az internetkapcsolat stabilitása azonban nemcsak korlátlanyságot, hanem megbízhatóságot is jelent, több magyartanár is említést tett az interjú során a diákok *szakadozó* jelenlétéről, melynek egyik oka, hogy az internet elérhetőségében és sebességében problémák jelentkeztek a digitális otthontanulás időszakában (2. ábra)

2. Milyen gyakran jelentett problémát az internet elérhetősége, sebessége az online tanulás során?

135 válasz



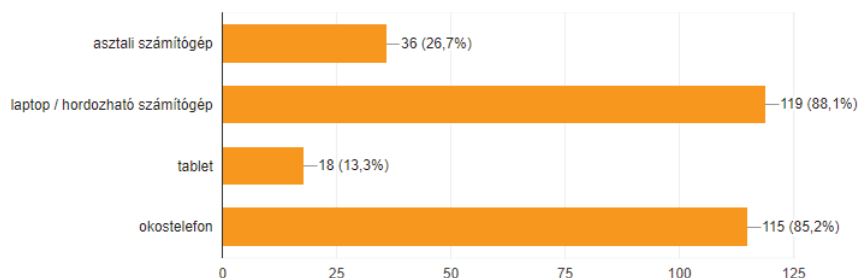
2. ábra: az internet elérhetősége és sebessége az online otthontanulás időszakában

A válaszadók többsége (n=87) számára az internet elérhetősége és sebessége csupán néhány alkalommal okozott gondot a digitális otthontanulás alatt, azonban a kitöltők csaknem negyede (n=32) heti gyakorisággal küzdött a lassú vagy nem elérhető internet okozta problémával, amely már meghatározó tényező lehet az online oktatás egészére vetítve. Feltételezhető, hogy ezeknél a diákoknál a lassúbb, akadozó internetkapcsolat nehezítette a hatékony részvételt a tanórákon vagy a digitális környezetben elvégzendő feladatok megoldását.

Ugyancsak érdemes megvizsgálni a digitális otthontanulásban használt eszközök eloszlását (3. ábra), ugyanis nemcsak az internetelérés szolgáltatói oldala, hanem a felhasználói oldal is legalább olyan fontos (ha nem fontosabb az IKT-eszközök kezelésének elsajátítása, használata és a felhasználás célja szempontjából).

3. Az alábbi eszközök közül melyeket használtad az online otthontanulás során? (Többet is bejelölhetsz, amennyiben valamilyen módon használtad az adott eszközt a tanulásban!)

135 válasz



3. ábra: az online otthontanulás során használt informatikai eszközök megoszlása

Az online otthontanulás során használt informatikai eszközök eloszlását vizsgálva a laptop és az okostelefon abszolút túlsúlya figyelhető meg. A hordozható számítógép értelemszerűen ideális választás az egésznapos otthontanuláshoz, hiszen használója nincs helyhez kötve, könnyen mozoghat és kereshet a tanuláshoz alkalmasabb helyet otthonában, azonban az okostelefon több esetben is csak limitált lehetőséget biztosít a digitális oktatásban való részvételre, legyen szó online órákra való bekapcsolódásról (előlapi kamera esetleges hiánya), a digitális tananyagok olvasásáról (kijelző korlátozott mérete) vagy feladatlapok kitöltéséről (gépelés körülményessége). Mégis, a laptopokéval majdnem megegyező az okostelefonokat (is) használók száma, ugyanis sok kitöltő mindkét eszközt rendszeresen igénybe vette az online tanuláshoz.

Beszédes adat a tabletek alacsony száma, ugyanis ezek az eszközök az okostelefon és a laptop előnyeinek egyfajta ötvözeteként jó alternatívát nyújthatnak a diákok számára az online tanuláshoz, „kiválóan alkalmasak képek (fotók, ábrák), prezentációk, tananyagok és egyéb ismeretterjesztő szövegek készítésére és megosztására is” (Kárpáti, A., Kis-Tóth, L., Racsko, R., & Antal, P., 2015). A kérdőív eredményeinek tanúsága szerint azonban ez a technológia még nem terjedt el tömegesen a családokban, holott iskolai hatásvizsgálatok már bizonyították hasznos voltát a pedagógiai munkában, tanár és diák oldalról egyaránt (vö. Kárpáti, A., Kis-Tóth, L., Racsko, R., & Antal, P., 2015).

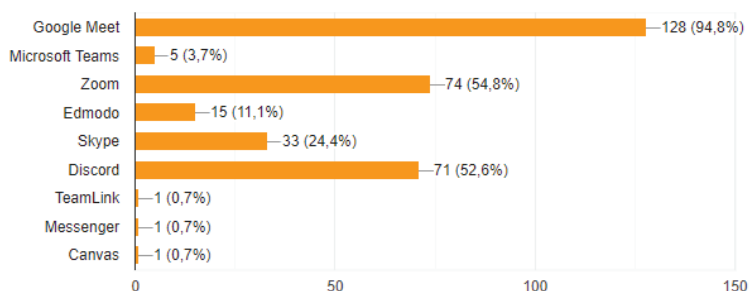
Digitális átállás, platformok az online otthontanulásban

A kérdőív, bár célzottan a magyar irodalom tantárgy digitális tanulásáról szerzett tapasztalatoknak feltárására irányul, az online oktatásra való átállásra és a többi tantárgy tanulására vonatkozóan is tartalmaz kérdéseket, a továbbiakban ezeket tekintjük át röviden. Bár már egy teljes tanév választ el minket az első karanténoktatástól, kíváncsi voltam arra, hogyan vélekednek a diákok az iskola (tanárok, diákok) digitális oktatásra történő átállásáról. A megkérdezettek 63%-a (n=85) szerint apró nehézségek adódtak az átálláskor (a tanuláshoz és tanításhoz megfelelő internetes platform megtalálása, az informatikai jellegű problémák kiküszöbölése), a válaszadók 28%-a (n=38) zökkenőmentesnek ítélte meg a folyamatot, ami az iskola és a tanárok átlagnál magasabb felkészültségét jelezheti.

Az online oktatásban használt internetes platformok változatos képet mutatnak (4. ábra), ami arra utal, hogy könnyebben kezelhető felületek és alkalmazások széles választéka kínálkozott, és ezek használatában a tanárok szabadon dönthettek.

2. Milyen platformokat/alkalmazásokat használt az iskolád a digitális oktatásban az órák megtartására? (többet is választhatsz)

135 válasz



4. ábra: a digitális oktatásban használt platformok és alkalmazások eloszlása

A kérdőívet kitöltők csaknem 95%-a ($n=128$) a *Google Meet* alkalmazásán keresztül vett részt az online órákon, ehhez hasonló programok közül a *Zoom* a megkérdezettek több, mint felénél ($n=74$), míg a *Microsoft Teams* csupán 5 esetben jelenik meg. Ez az arány nem meglepő annak fényében, hogy a kitöltők zöme ugyanabból az iskolából kerül ki, ami miatt mégis érdemes megvizsgálni a grafikon, az a többféle alkalmazás megjelenése, amely azt jelzi, hogy akár egy iskolán belül is, párhuzamosan több szoftvert használnak a tanárok tantárgyaik online tanításakor.

A Google oktatáshoz használt felületeinek hegemoniája még jobban kiütöközik annál a kérdésnél, hogy milyen platformot használ az iskola a tananyagok és feladatok megosztására. Erre a válaszadók 95,6%-a a *Google Classroom* alkalmazását jelölte meg.

A digitális irodalomtanulás hatékonyságának kérdései

A kérdőív ide vonatkozó kérdéseinek és a tanárokkal készített interjúk tapasztalatainak értelmezése előtt röviden kitérek az iskolai munka hatékonyságának megítélésére. Egyetértek Jakab Györggyel, aki szerint ugyanis nem egyértelműen megválaszolható a „kérdés, hogy az iskolarendszer, egy adott iskola, vagy épp egy tanár esetében mit jelent a hatékonyság és az eredményesség” (Jakab, 2020). Mivel a közoktatás digitális átállását olyan szükséghelyzetként foghatjuk fel, melyben az alapvető tantervi előírások teljesítése is nehézséget jelenhet, ezért a pedagógiai munka hatékonysága alatt most a tananyag „leadásának”, feldolgozásának gördülékenységét, változatosságát, élményszerűségét értem, nem szem elől tévesztve azt a megállapítást, hogy „az iskolarendszer eredményességének igazi értékmérője a diákok későbbi életútjának alakulása: beilleszkedésük a társadalomba, érvényesülésük a munkaerőpiacon, a harmonikus magánélet.” (Jakab, 2020)

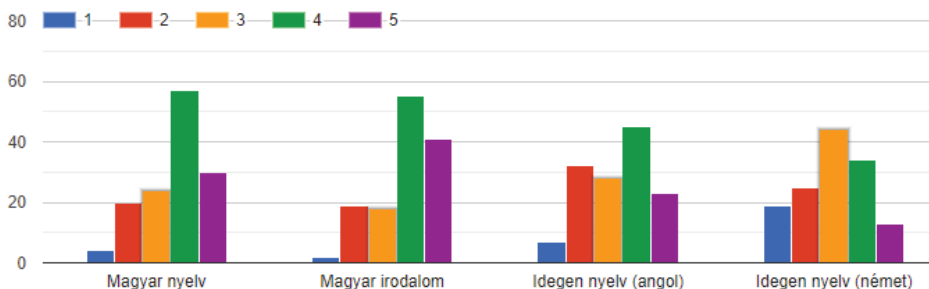
Úgy vélem tehát, hogy a digitális oktatás kényszerhelyzetében hatékonynak nevezhetjük az oktatást akkor, ha a tanár a saját elvárásainak és a tantervi előírásoknak eleget téve, a tananyagot a diákok igényeihez és a megváltozott körülményekhez igazítva, tanulástámogató szerepben képes tanítani, törekedve az élményszerűsége és a munkaformák, módszerek változatosságára, az elektronikus eszközök célszerű használatára.

A tanárokkal készített interjúkból az irodalomtanítás hatékonyságáról változatos és szerteágazó kép rajzolódik ki. Az egyik megkérdezett tanár a tananyag aktualizálásának kérdéséből indul ki: „tanárként igyekszem minél közelebb hozni a tanultakat a diákokhoz, sokszor aktualizálni, mai populáris kultúrával összekötni.” Két interjúalany is az érdeklődés felkeltését és az együtt dolgozást hangsúlyozza: „hatékonnak tartok egy tanórát, ha a diákok érdeklődését sikerül felkelteni, aktívan részt vesznek az óra folyamatában, jól tudnak együtt dolgozni velem és a társaikkal is. Emellett a tantárgyi tudásukat sikerül bővíteni, javuló eredményeket érnek el számonkéréseken.”; „mennyi érdeklődő kérdést tesznek föl.” Egy másik megkérdezett tanár számára a fontos faktorok az „értő és érző egyéni meglátások, a műelemzési készség fejlődése, az irodalom iránti érzékenység kialakítása, fejlődése”, míg van, aki az olvasóvá nevelés célkitűzése felől közelít, és akkor érzi hatékonnak a saját munkáját, „ha olvasni szerető emberekké válnak” a diákjai.

A diákok oldaláról közelítve sem egyszerű az iskolai munka hatékonyságának megállapítása, ugyanis a tanulók több tényező (társadalmi, szülői és iskolai elvárások, kimeneti követelmények, továbbtanulást meghatározó faktorok, saját pszichés és szociális állapotuk, attitűdjük, motivációjuk) együttes jelenlétének és hatóerejének terében tanulnak, s a különböző tényezők más-más módon viszonyulnak a hatékonyság kérdéséhez. A kérdőívben a diákok számára éppen ezért irányított módon, (az egyszerűbb megértés kedvéért) mondhatni tananyagcentrikusan (új tananyag elsajátítása, gyakorlás, számonkérés) közelítettem a hatékonyság kérdéséhez, és arra kértem a kitöltőket, hogy a hagyományos tantermi oktatással összehasonlítva értékeljék digitális tanulásuk hatékonyságát.

A különböző tantárgyak online tanulásának hatékonyságát (5. ábra) összehasonlítva érdekes megfigyeléseket tehetünk.

4. Szerinted mennyire hatékony az egyes tantárgyak online tanítása/tanulása? Hatékonyság alatt a tantárgy tananyagával való haladásra, a már megtanult tananyag gyakorlására, a számonkérésekre (felelés, dolgozatok, egyéb feladatok) gondolok. Jelöld meg az adott tantárgyra leginkább jellemző választ! Ha nem tanulsz az adott tárgyat, válaszd a Nem tudom megítélni lehetőséget! 1 = Egyáltalán nem hatékony 2 = Kevésbé hatékony 3 = Nem tudom megítélni 4 = Inkább hatékony 5 = Nagyon hatékony



5. ábra: a különböző tantárgyak tanulásának hatékonysága a digitális oktatás időszakában

Számomra meglepő volt a magyar nyelv és magyar irodalom tantárgyak online tanulásának pozitív értékelése a diákok részéről. A kitöltők visszajelzése alapján – az adatokat továbbra is lokálisan, kevésbé általánosítva értelmezve – második kezdeti hipotézisem nem állta meg a helyét, a diákok nem érzik kevésbé hatékonynak a magyar irodalom digitális formában történő tanulását, sőt a kitöltők közel harmada (n=41) nagyon hatékonynak, ennél is többen (n=55) inkább hatékonynak tartották, és csupán a válaszadók töredéke érezte úgy, hogy nem tudja megítélni az irodalomtanulás hatékonyságát.

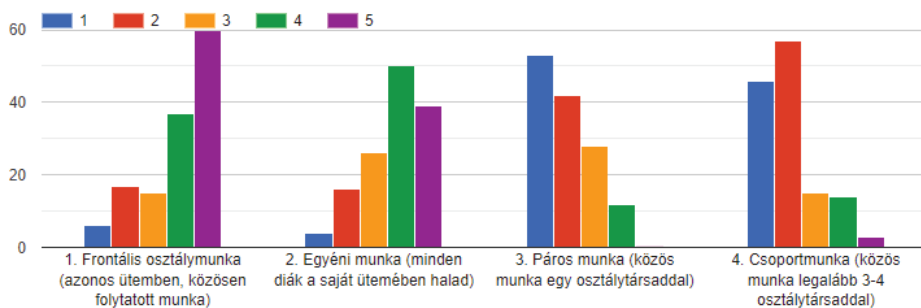
A magyar irodalomnál mérsékeltebb, de szintén kimagaslóan pozitív a magyar nyelv tanulásának értékelése, a kitöltők csaknem fele (n=57) inkább hatékonynak, míg közel negyede (n=30) nagyon hatékonynak érzi a tantárgy online tanulását. Az idegennyelv-tanulás hatékonyságának megítélése kiegyenlítettebb képet mutat, bár itt is a pozitív értékelések vannak túlsúlyban, az angoltanulást mégis sokan (n=32) kevésbé hatékonynak érzik. Annál a kérdésnél, hogy melyik tantárgy digitális tanulása jelentette a legnagyobb kihívást és miért, az idegen nyelvek mellett a természettudományos tantárgyak (matematika, földrajz, kémia) is rendszeresen megjelentek, de ott találjuk több válaszadónál az irodalmat is, amelynek digitális tanulásával és tanításával a továbbiakban részletesen foglalkozunk.

Az interjúkban megkérdezett tanárok többsége – a diákokkal ellentétben – kevésbé tartotta hatékonynak az irodalom digitális tanítását. A digitális irodalomtanítás tantervi célkitűzéseinek megvalósulása és a hatékonyság szempontjából többségben vannak azok, akik negatívan értékelik az időszakot: „a diákok visszajelzései alapján kevésbé voltak motiváltak, aktívak és érdeklődők, így *kevésbé tartom hatékonynak* a digitális oktatás alatti irodalomtanítást.”; „saját csoportjaimban megítélésem szerint *valamivel kevésbé volt hatékony*, mint rendes körülmények között.”; „*Másképp volt hatékony*, mint a jelenlétiben. A tárgyi, lexikális tudás biztosan nem mélyül úgy el, viszont a kreatív feladatok gyakoribb volta miatt a szövegekkel való foglalkozás talán mélyebb.”; „Digitális eszközhasználatban fejlődünk. A *jelenlétihez képest kb. 60-70%-os*.”; „*nem voltam hatékony*, sokkal kevesebb művel, szerzővel dolgoztam” (kiemelések tőlem)

Módszerek, munkaformák és szövegek a magyar irodalom tantárgy digitális tanulásában

A kutatás megkezdésekor megfogalmazott első hipotézisem a tanórákon megjelenő munkaformák és a különböző pedagógiai módszerek alkalmazására vonatkozott a magyar irodalom tantárgy digitális oktatásában (6. ábra).

2. Az alábbiakban különböző munkaformákat sorolok fel. Milyen gyakran jelentek meg ezek a munkaformák az irodalom tantárgy digitális tanulásában? Jelöld be az öt válaszlehetőség közül azt, amelyik a leginkább jellemző volt az irodalomóráidra! 1 = Soha 2 = Ritkán (összesen 2-3 alkalommal) 3 = Alkalmanként (néhány hetente 1-2 alkalommal) 4 = Gyakran (minden héten) 5 = Nagyon gyakran (szinte minden órán)



6. ábra: különböző munkaformák gyakorisága a magyar irodalom tantárgy digitális tanításában

Az eredményekben igazolódni látom hipotézisemet, miszerint az irodalom tantárgy digitális tanításában csökken a munkaformák változatossága a hagyományos, tantermi tanításhoz képest. Ahogy arra számítani lehetett, az online órákon a frontális munkaforma került túlsúlyba, a megkérdezettek csaknem fele ($n=60$) nagyon gyakran, szinte minden online irodalomórán frontális munkaformában dolgozott. A frontális munkához képest kisebb, ám így is nagy hangsúlyt kapott az egyéni ütemben végzett munka, melyben a kitöltők több, mint harmada ($n=50$) gyakran (hetente), míg a válaszadók közel negyede ($n=39$) szinte minden órán dolgozott. Ezt az eloszlást megerősítik a tanári interjúk tapasztalatai is, ahol szintén e két munkaforma jelent meg a leggyakrabban.

Ezzel párhuzamosan szintén számítani lehetett a diák-diák interakciót igénylő munkaformák háttérbe szorulására, így a páros és csoportos munka szinte teljes eltűnésére az online otthontanulás időszakában. A válaszadók közel azonos része egyáltalán nem dolgozott páros ($n=53$) vagy csoportos ($n=46$) munkában, míg ezzel nagyjából megegyező számú kitöltő csak ritkán, összesen két vagy három alkalommal végzett páros ($n=42$) vagy csoportos ($n=57$) munkát.

Ezek az adatok azt mutatják, hogy a tanárok által az online órák megtartásához használt platformok vagy nem tették lehetővé a diákok csoportokra és párokba bontását, vagy ezt a tanárok a rendelkezésre álló eszközök és időkeret függvényében túlságosan erőforrás-igényesnek ítélték, esetleg amúgy is ritkán alkalmazzák a frontálístól és egyéni munkától eltérő tanulásszervezési formákat.

A különböző munkaformák online megjelenéséről tett megállapításainkat a tanórákon alkalmazott módszerek gyakoriságának elemzése is alátámasztja. A diákok szerint nagyon gyakran (szinte minden órán) alkalmazott módszerek a megbeszélés ($n=81$), a tanári

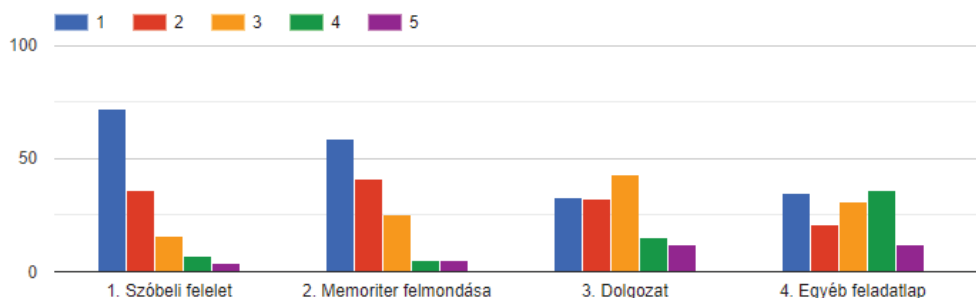
magyarázat (n=79) és a tanári előadás (n=65). Szinte teljesen háttérbe szorul, azaz a válaszadók egy részének online óráin sohasem jelent meg a tanulói kiselőadás (n=76) és a játék (n=50).

A digitális irodalomórákon a kérdőív tanulsága alapján a leggyakrabban használt oktatási eszközök, amelyeket a válaszadók jelentős része szinte minden órán használt, a tankönyv (n=74), a prezentáció (n=54), a kép (n=36) és – ami már erőteljesebben mutat a digitális pedagógia felé – a különböző digitális tananyagok (n=33). Ritkábban alkalmazott módszer a felmérésben résztvevők szerint a különböző feladatlapok kitöltése, amivel a válaszadók többsége alkalmanként (n=39) vagy hetente (n=40) találkozott. Szinte teljesen háttérbe szorul a szöveggyűjtemény, melyet a megkérdezettek közel fele (n=60) egyáltalán nem használt az irodalom tantárgy digitális óráin. Ennek több oka is lehet, egyrészt az újfajta tankönyvek jelentős részéhez már nem tartoznak szöveggyűjtemények, a tankönyvek tartalmazzák a kijelölt korpuszt, másrészt a tananyagban szereplő irodalmi szövegek elérhetők internetes adatbázisokban (MEK, www.nkp.hu) is, így a digitális elérhetőség nem teszi szükségessé külön a szöveggyűjtemény használatát. Ez a tendencia előre is jelezheti a hagyományos szöveggyűjtemények végleges kiesését az iskolai munkából. A kérdőív egyik nagy tanulsága, hogy a hagyományos eszközöket ritkán egészítik ki tipikusan digitális eszközök: internetes kvízek, webkettes alkalmazások.

A számonkérések tekintetében is jelentős elmozdulásokat fedezhetünk fel a jelenléti, tantermi oktatáshoz képest (7. ábra).

5. Milyen formában történt nálatok a számonkérés az irodalom tantárgy digitális tanulásában?

Az alábbiakban számonkérési módokat sorolok fel. Jelöld be az öt válaszlehetőség közül azt, amelyik a leginkább jellemző volt az irodalomóráidra! 1 = Soha 2 = Ritkán (összesen 2-3 alkalommal) 3 = Alkalmanként (néhány hetente 1-2 alkalommal) 4 = Gyakran (minden héten) 5 = Nagyon gyakran (szinte minden órán)



7. ábra: különböző számonkérések gyakorisága a magyar irodalom tantárgy digitális tanulásában

A szóbeli felelet és a memoriter szinte teljesen eltűnt az online otthontanulás időszakában, a kitöltők több, mint fele (n=72) soha nem felelt szóban online, és közel fele (n=69) nem

mondott fel memoritert. Könnyen megérthető a tanári döntések ezen adatok mögött meghúzódó háttere, mindkét számonkérési forma időigényes és nehezen kivitelezhető az egész osztály online nyilvánosságában. Előzetes számításaimmal ellentétben viszonylag gyakori a dolgozatok száma. A kérdőívet kitöltők közel fele alkalmanként, néhány hete (n=43) és gyakran, hetente (n=15) írt dolgozatot. Kérdéses azonban a dolgozatírás hatékonysága a nehezen ellenőrizhető online térben. A dolgozatokhoz hasonló gyakoriságot mutatnak az egyéb, számonkérést szolgáló feladatlapok, tehát az írásos számonkérésnek ezek a formái gyakoribbak.

Szövegek a magyarórán, a digitális irodalomtanulás problématérképe

Mint ahogy azt a tanulmány bevezetőjében említettem, a digitális eszközök oktatásban való alkalmazásának valódi tétje mindig az, hogy az adott eszköz hozzájárul-e az oktatási célkitűzések megvalósulásához, tehát elősegíti-e a hatékonyabb tanulást, tanítást. A szövegközpontú irodalomtanításban ez a kiemelt cél a szövegekkel való elidőző, értelmező foglalkozás, ezen keresztül az olvasóvá nevelés. Gergelyi Katalin *Közelebb visz-e a szöveghez a digitális eszköz?* című írásában többéves tanári munkáját összegezve reflektál a címben megfogalmazott kérdésre, amely írásom témájához is szorosan kapcsolódik, ezért idevágó megállapításait szó szerint idézem. „A digitális eszközök jelentős része nem segíti a szöveg értelmezését, ha a diák önálló munkát végez. Sok esetben inkább eltávolodik az irodalmi szövegtől, félreértelmez. [...] Az IKT-eszközök használata megkerülhetetlen a magyartanításban: fejleszti a kommunikatív és szociális készségeket, serkenti a kreativitást, az önkifejezést, növeli a motivációt, a tantárgy szeretetét, esetenként hatékony a tanulnivalók bevézésében is, [...] a tanár dolga mindenekelőtt az, hogy mérlegelje: mennyit áldozhat fel a szövegmélységéből a kreativitás oltárán, mit nyer és mit veszít az eszközhasználattal.” (Gergelyi, 2021) A szerző itt akarva-akaratlanul is ráértett arra a dilemmára, melyet tanulmányom elején a digitális pedagógia és a hagyományos tantermi oktatás digitalizálódása kapcsán megfogalmaztam. Szűts Zoltán *A digitális pedagógia elmélete* című könyvében figyelmeztet, „hogy az okoseszközöket, a hálózatokat, az internetes kommunikációs formákat és a digitális tartalmakat csak akkor kell használni az oktatásban, ha azok hatékonyabbak a tradicionális eszközöknél, a tanulók képességeinek kibontakozását támogatják, tehát eredményesek a ráfordított idő, energia és technológiába fektetett források tekintetében.” (Szűts, 2020) Az említett dilemmára Jakab György is utal, és határozottan állást is foglal amellett, hogy az online otthonoktatás időszaka valójában nem a digitális pedagógia kulturális átmeneteként, hanem a hagyományos tantermi oktatás digitalizációjaként értelmezhető. Szerinte ugyanis „ha a váltást pusztán technológiai szintre redukáljuk – ahogy a kormányzati kommunikáció sugallta –, akkor a járvány alatti »távitanítás« során valóban létrejött a digitális átállás, hiszen a tanítás szinte kizárólag infokommunikációs eszközök közvetítésével történt. A kérdés csupán az, hogy mennyiben tekinthető ténylegesen digitális pedagógiának az, ha a tanári magyarázatot, a digitalizált tankönyvet, a dolgozat tesztkérdéseit az otthoni számítógépén élvezheti a diák.” (Jakab, 2020) Tanulmányom zárásaként röviden bemutatom, hogy milyen hatást gyakorolt a digitális átállás az szövegolvasás és -értelmezés célkitűzéseire.

Az interjúkban megkérdezett gimnáziumi magyartanárok meglátásai egybevágóak Gergelyi Katalin korábbi reflexióival. A tananyagban szereplő művek feldolgozásának tapasztalatai a tanári interjúk alapján:

- „Sok esetben nagyon jól kiválogatott szövegek, amikkel valóban lehet dolgozni, mert megértik a diákok, felkelti az érdeklődésüket.”
- „Sokkal nehezebb volt a diákok érdeklődésének, motivációjának fenntartása. A diákok online kevésbé voltak motiváltak, aktívak, mint a tantermi környezetben.”
- „Vegyes. Igényük mindenképpen van a beszélgetésre. Hogy sikerül-e, csak azon múlik, hogy elolvasták-e a művet.”
- „motivációs nehézségek adódtak; talán a kreatívabb feladatokkal (podcast, diafilm stb.) sikerült jobban megmozdítani a tanulók érdeklődését.”
- „...sokkal kevésbé érzékelem, hogy valójában élmény volt-e egy szöveg [...] pozitív tapasztalatom, hogy a kreatív szövegfeldolgozási feladatokat szeretik.”
- „Nehezebb a kommunikáció/metakommunikáció hiánya miatt. Az ikonoknak nehéz látni a reakcióját...”
- „A gyerekek figyelme sokkal diffúzabb – kevésbé tudunk együtt gondolkodni, kevésbé tudják követni az óra menetét – akkor is, ha aktívan részt vesznek az órán” (kiemelés tőlem)

Mindezen tapasztalatok és a tanulók körében végzett kérdőíves felmérés eredményei alapján elkészíthetjük a digitális irodalomtanulás sematikus problématérképét (8. ábra.), amely az irodalomtanulás nehézségeit az online otthontanulás keretein belül több tényező (pszichés faktorok, tanulási környezet, IKT-eszközhasználat) összefüggésrendszerében értelmezi.



8. ábra: a digitális irodalomtanulás sematikus problématérképe

Összegzés

A közoktatás digitális átállásának diákokra, családokra, tanárookra, iskolákra, tananyagra és a pedagógiai folyamat egyéb elemeire gyakorolt hosszútávú hatásait az elkövetkező évek kutatásai tudják majd feltárni, az online otthontanulás két hosszabb időszakának (a 2019/2020-as tanév és a 2020/2021-es tanév tavasza) vizsgálata azonban számos tendenciát és problémás területet tárt fel.

A magyar irodalom tantárgy digitális tanításában a hagyományos tantermi oktatáshoz képest eltűnt a munkaformák és módszerek változatossága, a közös együtt gondolkodáson és megbeszélésen alapuló módszerek és tanulásszervezési módok helyett újra a tanári magyarázatot vagy előadást favorizáló, frontális tanulásszervezés lett az uralkodó. Ez a helyzet a digitális világban rejlő lehetőségek és alkalmazások módszertani kiaknázása helyett általánosságban pusztán a tradicionális tantermi környezet digitalizációját segítette elő, az IKT-eszközök – a hagyományos pedagógiai módszereknek és munkaformáknak alárendelve – vélhetően kevésbé hatékony oktatást eredményeztek.

A diákok online jelenléte a csökkent aktivitás és motiváció, illetve a tanuláshoz használt okoseszközök és az internetelérés instabilitása miatt kevésbé volt állandó, emiatt nehezebben jöhetett létre a hagyományos értelemben vett értelmező közösség, a diákok és tanár közös gondolkodása, szövegelemzése. A digitális eszközök önálló használata sem segítette elő az elmélyült szövegolvasást és elemzést, ezért a digitális irodalomtanítás időszakát ebből az aspektusból is kevésbé hatékonynak értékelhetjük.

Ahogy a tanulmány elején mottóként, most annak zárásaként is az egyik interjúból származó gondolatokat idézem, amelyek keretbe foglalják, és egyben nyomatékosítják is megállapításaimat: „a digitális világ nemcsak az olvasási stratégiákat alakítja át, hanem a társas kapcsolatokat, a gondolkodási struktúrákat, a figyelem irányultságát is, és ezeket, illetve ezek hatását még nem látjuk igazán.” (Kercsmár Mónika)

„AZ INNOVÁCIÓS ÉS TECHNOLÓGIAI MINISZTERIUM ÚNKP-20-3 KÓDSZÁMÚ ÚJ NEMZETI KIVÁLÓSÁG PROGRAMJÁNAK A NEMZETI KUTATÁSI, FEJLESZTÉSI ÉS INNOVÁCIÓS ALAPBÓL FINANSZÍROZOTT SZAKMAI TÁMOGATÁSÁVAL KÉSZÜLT.”



Irodalomjegyzék

- Bessenyei, I. (1998). Képernyő, tanulási környezet, olvasás – Seymour Papert tanulásméleti nézeteiről az olvasás kapcsán, *Új Pedagógiai Szemle*, 48(10). (pp. 81-85)
- Bódi, Z. (2011.10.11.). *Kommunikációs stratégiák a weben: olvasás*. Letöltés dátuma: 2021.08.27., forrás: Netidők Blogtársaság: <https://netidok.reblog.hu/kommunikacios-strategiak-a-weben-olvasas>
- Fekete, M. (2020). Digitális átállás – az első hét tapasztalatai. *Iskolakultúra*, 30(9). (pp. 77-95.)
- Fekete, T. & Porkoláb, Á. (2020). Karanténpedagógia a magyar közoktatásban – A digitális oktatásra történő átállás eddigi tapasztalatairól. *Iskolakultúra* 30(9). (pp. 96-112.)
- Gergelyi, K. (2021). Közlebb visz-e a szöveghez a digitális eszköz // Tanári reflexió. In Molnár, G. T. *Digitális eszközök a középiskolai irodalomoktatásban*. (pp.: 210-240.) Budakeszi: Prae Kiadó.
- Gombos, P. (2019). A digitális generáció olvasási szokásai – a 2017-es reprezentatív olvasásfelmérés tapasztalatai. In Barátné H. Á., Béres J. *Olvasásfejlesztés könyvtári környezetben. (Módszertani kötetek 2)*. pp. 149–191. Budapest: Fővárosi Szabó Ervin Könyvtár.
- Gonda, Zs. (2014). Digitális szövegek olvasására jellemző stratégiák és mintázatok. *Magyar Nyelvőr*, 138(4). (pp. 439–450.)
- Gordon, Gy. J. & Molnár, G. T. (2021). Irodalom, kánon, digitalizáció. In Molnár, G. T. *Digitális eszközök a középiskolai irodalomoktatásban*. (pp. 17-47.) Budapest: Prae Kiadó.
- Jakab, Gy. (2020). ISKOLA – járvány idején. *Iskolakultúra*, 30(9). (pp. 64-76.)
- Kárpáti, A., Kis-Tóth, L., Racsko, R., & Antal, P. (2015). Mobil infokommunikációs eszközök a közoktatásban: iskolai bevételek-vizsgálatok. *Információs társadalom*, 15(1). (pp. 7-25.)
- Kiss, D. (2021). Irodalomtanítás a digitális fordulat határán. *Korunk*, 3(2). (pp. 66-72.)
- Lócsi, T. (2012). Multimediális szövegek értéke. *Anyanyelv-pedagógia*, 5(3). <https://www.anyanyelv-pedagogia.hu/cikkek.php?id=401>
- Racsko, R. (2017). *Digitális átállás az oktatásban*. Budapest: Gondolat Kiadó.
- Sipos, L. (2006). *Irodalomtanítás a harmadik évezredben*. Székesfehérvár: Krónika Nova Kiadó.
- Szokolszky, Á. (2020). *A pszichológiai kutatás módszertana*. Budapest: Osiris Kiadó.
- Szűts, Z. (2020a). *A digitális pedagógia elmélete*. Budapest: Akadémiai Kiadó.
- Szűts, Z. (2020b). Digitális pedagógia módszertanoka VUCA (gyorsan változó, kiszámíthatatlan, bonyolult, ellentmondásos) világában. *Iskolakultúra*, 30(7). (pp. 76-90.)
- Szűts, Z. (2021). (Táv)oktatás a koronavírus idején. *Korunk* 3(2). (pp. 9-16.)
- Tóth, M. (2019). *A 3-18 év közötti hazai lakosság olvasási és könyvtárhasználati szokásai 2019-ben*. Múzeumi és könyvtári fejlesztések mindenkinek EFOP-3.3.3-VEKOP/16-2016-00001 Az én könyvtáram

Balogh Csaba – Dragon Zoltán – Mátyus Imre – Pusztai Bertalan:

A KÖZÖSSÉGI MÉDIA HATÁSA AZ EGÉSZSÉGGEL KAPCSOLATOS ELKÉPZELÉSEKRE ÉS A TESTKÉPRE¹

Testkép és médiahatás

A tömegmédia lényeges szerepet játszik a testtel kapcsolatos elképzelések, elvárások közvetítésében, kiépítésében. Nem pusztán tükörként működik, amely megjelenít valamilyen, tőle függetlenül létező társadalmi ideált, hanem „sajátos interaktív és performatív jellege van” (Bonah és Lakötter, 2020, 14). A média szerepe e tekintetben elsődlegesen az, hogy idealizált testképet kínál a befogadó számára. Az egészséges és esztétikus testről szóló médiaüzenetek gyakorisága miatt a reprezentált testideál internalizálódik, és a tömegmédia által megerősített, irreális testkép válik viszonyítási alappá a saját test megítélése szempontjából is, amely komoly pszichológiai feszültség forrása lehet (Pukánszky, 2012, 2014, Tiggeman, 2014, Ábrahám et al. 2017).

A tömegmédiával szemben felvetett kritika hagyományosan arra irányul, hogy a különböző médiaüzenetekben megjelenített testreprezentáció túl sovány, illetve a túl izmos testet idealizálja. A fogyasztói társadalmakban „fokozott testtudatosság és soványságkultusz” (Ábrahám et al. 2017, 724) alakult ki, amelyhez a tömegmédia is nagyban hozzájárult. A médiatartalmak több kutatás és tanulmány szerint (pl. Bird et al. 2013, Nyitrai, 2014) túl sovány, illetve túl izmos ideálokat állítanak a fogyasztók elé, amely különösen a gyermekek és a serdülők testképét befolyásolhatja.

Ennek hatására a médiafogyasztókban – különös tekintettel a serdülőkorúakra, illetve a nőkre – irreális elvárások alakulnak ki saját testükkel kapcsolatban, és ez testkép-, illetve evészavarok forrása lehet (Pukánszky, 2012, 2014, Ábrahám et al. 2017). Ezt a hatást látszólag a priming² módszerrel folytatott kutatások is alátámasztják. Kovács, Prievara és Pikó (2015) vizsgálatai például azt mutatták ki, hogy a vékony modellekről mutatott fényképek hatására a kutatási alanyok ideális testképének megítélésében szignifikáns változás mutatkozott: az ideális testalkattal kapcsolatos elképzelések a soványabb emberalakok irányába mozdultak el. Az ilyen vizsgálatok ugyan a hosszútávú hatást nem tudják előjelezni, de a médiahatások tekintetében fontos szempont az üzeneteknek való hosszabb távú, ismételt kitettség (Pukánszky, 2012, Tiggemann, 2014).

Közhellyé vált, hogy a tömegmédia felelős azért, hogy a fiatal nők éheztesse, kínozzák magukat azért, hogy megfeleljenek az irreális ideálképeknek. Ugyanakkor a média hatásával kapcsolatos korai felvetések túlzónak bizonyultak – az 1990-es évektől egyre több bizonyíték született azzal kapcsolatban, hogy a tömegmédia befolyásoló hatása e téren sem korlátlan. A testképpel, megelégedettséggel kapcsolatos problémák hátterében nem pusztán maguk a tömegmédia által kultivált reprezentációk, hanem azok észlelésével, értelmezésével

¹ A kutatást az EFOP-3.6.1-16-2016-00008 azonosítójú, EU-társfinanszírozású projekt támogatta.

² A *priming* vagy előfeszítés az emlékezet kutatásában használt módszer. Ennek keretében egy előzetes inger (előfeszítő inger) bemutatásának előkészítő hatását vizsgáljuk a célinger kiváltása szempontjából.

kapcsolatos kérdések állnak (Wykes és Gunter, 2005). Arra pedig az iskoláskorúak körében született kutatások is rámutatnak, hogy a médiatartalmak kritikus értelmezésének (v.ö. médiaműveltség), illetve a családi és kortárs környezetnek is van egyfajta magyarázó, szűrő funkciója (Nyitrai, 2014, Lukács, Papp és Sasvári, 2017).

A médiahatások és a testkép viszonya kapcsán két kiemelten fontos vizsgálati csoport emelhető ki. Ezek hagyományosan a serdülő korosztály, illetve a nők. Az utóbbi évtizedekben – különösen a közösségi média térnyerésével – egyre fontosabbá vált a fiatal felnőtt (elsősorban a 18-25 év közötti) korosztály vizsgálata is. A serdülők esetében a médiahatásoknak való nagyobb kitettség az identitásfejlődés adott szakaszával kapcsolódik össze. A tinik különösen érzékenyek a külső megerősítésekre – a kortársak, a tekintélyszemélyek, illetve a média üzeneteire. A kortárs hálózati társadalomban emellett különösen fontossá válik a megnövekedett médiafogyasztás szerepe, mely szintén befolyásolja a média testképre gyakorolt hatását (Pukánszky, 2012, Nyitrai, 2014). A nőkre gyakorolt hatások vizsgálatát többnyire az a tapasztalat indokolja, hogy a nyugati kultúrákban a nőkkel kapcsolatos kulturális sztereotípiák különösen nagy hangsúlyt helyeznek az esztétikus külső és a karcsúság kérdéseire (Pukánszky, 2014, Tiggemann, 2014).

A média és a testkép viszonyában az elmúlt évtizedekben jelentős változásokat hozott az újmédia, elsősorban pedig a közösségi média elterjedése. A médiahasználat módja, időbeli kiterjedése megváltozott, és a közösségi média interaktív potenciálja megváltoztatta mind a reprezentációk palettáját, mind a hatásmechanizmusokat. A megjelenített testkép – mint minta és legitimáló eszköz – kialakítása immár nem pusztán professzionális médiatartalom-előállítók tevékenységének eredménye, hanem hálózatba szerveződött fogyasztói, illetve életmódcsoportok praxisainak hozadéka. A közösségi médiában formálódó testképet nem csupán szakmai szándékok, hanem felhasználói diskurzusok is alakítják, még akkor is, ha ezek a hatások látszólag elhanyagolhatók. A közösségi média viszonylag alacsony belépési szintet kínál a saját médiatartalmak létrehozásához és disztribúciójához. Ezzel lehetőséget és keretet nyújt az alternatívák burjánzásának. Lényegében nem egy vagy néhány uralkodó testképpel, hanem számos alternatív testmintával találkozhatunk, amelyek – személyes érzelmi, illetve ideológiai azonosulás alapján – képesek kisebb nagyobb közösségek gravitációs pontjaként működni az ideális testtel kapcsolatos diskurzusokban.

A különböző médiumok, illetve médiatartalmak eltérő mennyiségben és minőségben jelenítik meg, hangsúlyozzák a megjelenéssel kapcsolatos üzeneteket. Egy osztrák, belga, spanyol, illetve dél-koreai tinédzsereket vizsgáló kutatás tanulságai szerint a közösségi média a hagyományos médiumoknál erőteljesebb hatást vált ki az öntárgyasítás, illetve a saját testnek a másokkal való összehasonlítása terén. A Facebook és az Instagram vizuális fókuszú reprezentációi megnövelik a saját test kortársakkal, illetve véleményvezérekkel való összevetésének valószínűségét, amely nagymértékben vezethet negatív önértékelés kialakulásához (Karsay, Trekels, Eggermont és Vandenbosch, 2020, Salomon és Spears, 2018).

A közösségi médiának kitett felhasználók körében a 2010-es években már komoly kihívások mutatkoztak. A felhasználóknak már nemcsak a professzionális médiatartalmakban megjelenített testképpel, hanem a közösségi hálózatokban megosztott ismerősök megjelenésével is össze kellett vetniük a saját magukról alkotott képet. Amerikai egyetemisták

körében végzett vizsgálatok alapján, a közösségi médiaplatformokon töltött idővel arányosan nőtt a test és a súly másokkal való összevetésére való hajlam, a mások megjelenésére fordított figyelem, illetve csökkent a saját testtel kapcsolatos elégedettség a nők körében. Annak ellenére, hogy valamennyien tudatában vannak annak, milyen tudatos szerkesztési, válogatási folyamaton mennek keresztül a közzétett képek, a felhasználók hajlamosak mégis valóságosnak feltételezni ezeket (Eckler, Kalyango és Paasch, 2016).

A vékony test megjelenítése, a saját testnek a társadalmi hálózatunkba tartozókkal való összehasonlítását ráadásul megnehezíti az a tény, hogy a közösségi médiában publikált reprezentációk sok esetben szerkesztettek. A digitális technológiák fejlődésével egyszerűbbé váló retusálás egyre gyakoribbá tette ezen praxisok felhasználását a személyes tartalmak esetében is, tovább növelve a különbséget a természetes, illetve az idealizált megjelenés között. Kutatások azt mutatják, hogy a fiatalabb felhasználók esetében még a manipulációs gyakorlatról való tudás, illetve a retusált tartalom felismerése sem eredményez szignifikáns változást az egyén saját testének megítélésében, illetve az internalizált testideállal kapcsolatban (Harrison és Hefner, 2014, Kleemans, Daalmans, Carbaat és Anschütz, 2018).

Fardouly és Holland (2018) 18-25 éves, amerikai nők körében végzett vizsgálatot az Instagramon megjelenő testábrázolások és a saját testtel való elégedettség viszonyáról. A kutatók szerint a reprezentációk többnyire negatívan befolyásolták a saját test megítélését, és ebben a hatásban még a képekhez kapcsolódó nyilatkozatoknak (melyek kiemelték az ábrázolások irreális jellegét) sem volt moderáló hatása. Továbbá arra is fény derült, hogy a nyilatkozatokat közzétevőkkel kapcsolatos vélemény kevésbé volt pozitív – a kutatók ennek okát abban látják, hogy a kutatás alanyai úgy érezték, átvették őket (Fardouly és Holland, 2018).

A kortárs média jó lehetőséget kínál az olyan törekvéseknek, amelyek a hagyományosnak számító egészség- és szépségmodellekkel szemben elérhetőbb, a mentális és fizikai egészség szempontjából pozitívabb hatású mintákat igyekeznek mutatni a felhasználóknak. A „fitspiration”, illetve a testpozitív (body positive, BoPo) tendenciák mind ilyen célokat képviselnek. Az elmúlt évek tapasztalatai ugyanakkor arra utalnak, hogy ezek a törekvések sem feltétlenül tudtak megmaradni eredeti céljaiknál. Murashka, Liu és Peng (2020) az edzett és egészséges testet idealizáló fitspiration reprezentációkat elemezte az Instagramon. A tartalomelemzés fontos tanulsága a kutatók szerint az, hogy a kapcsolódó képek nagy része a női (és férfi) test objektifikációját erősíti, így elvonja a figyelmet az eredeti, egészséggel kapcsolatos célokról. Brathwaite és DeAndrea (2021) a testpozitív tendenciákkal kapcsolatban jutott arra a következtetésre, hogy az ilyen típusú tartalmak egyre inkább az egyéni, gazdasági céloknak rendelődnek alá. Az eredendően társadalmi célokat szolgáló (proszociális) mozgalom egyre nagyobb mértékben kommodifikálódik (Csabai, 2019). Instagram-tartalmak vizsgálata kapcsán arra a megállapításra jutottak, hogy a testpozitív tartalmakhoz kapcsolódó önpromóció, illetve termékmegjelenítés negatív hatással van e képek, illetve a mozgalom általános megítélésére is (Braithwaite és DeAndrea, 2021).

Ugyanakkor a közösségi média nyitottsága és interaktív potenciálja védelmet is kínál az irreális testideálokkal kapcsolatban. Kim (2020) szerint a testtel kapcsolatos elégedettséget, illetve a reprezentációk hatására internalizált ideál elképzeléseit árnyalni, moderálni tudják a más felhasználók által közzétett reakciók. Az egyes képekhez fűzött kommentárok

hozzájárulnak a tartalmakat kritikusan értelmező diskurzusokhoz, és adott esetben védő, inspiráló szerepet is játszhatnak (Kim, 2020).

Bár úgy tűnik, a korábbi generációkhoz képest háttérbe szorultak, a szülők, felnőtt tekintélyszemélyek szerepe továbbra sem elhanyagolható. Goodyear, Armour és Wood (2019) kutatása arra mutat rá, hogy a releváns felnőttek személye komoly segítség lehet az interneten megjelenő tartalmak kritikus értelmezésében. Mivel a fiatalok egyre nagyobb arányban fordulnak az internethez egészséggel kapcsolatos kérdésekkel, fontos, hogy a megfelelő minőségű információkhoz juthassanak hozzá. Az egyre növekvő mennyiségben hozzáférhető tartalmak szűrésében pedig továbbra is fontos szerepet kap a családi környezet (Nyitrai, 2014, Goodyear, Armour és Wood, 2019).

A test reprezentációjának interfészei

A közösségi médiában megosztott önreprezentációkat vizsgálva több, alapvető kérdés is felmerül. Az egyik az a pszichológiai háttér, ami a testképet, mint az én integratív részét tételezi; a másik pedig mindennek az externalizált, mediatiszt, és végső soron hálózatiságában tetten érhető megjelenítési módja. E két kritikai viszonyulás találkozik össze abban a jelenségben, amit az egészséges testről alkotott önképként vizsgálunk jelen kutatásunkban.

Már Sigmund Freud is említést tesz arról a fontos pszichés aspektusról, miszerint az ego kialakulása nem különíthető el a test materializációjától, valamint annak reprezentatív tulajdonságaitól. Első, topográfiai modelljének kialakítása kapcsán arról értekezik, hogy az ego elsősorban testi ego, ami nem pusztán valamiféle felszín, de önmagában már egy felszín projekciójaként funkcionál (Freud, 1961, 27). Mindez arra utal, hogy a belülről, pszichésen építkező én valójában mindig már egy külső kép/zet introjekciójával együttműködve épül fel, vagyis a test valamiféle reprezentációja (akár épp egy sima tükörkép formájában is) alapvetően meghatározza a pszichés dimenziót is.

Freud és más pszichoanalitikus gondolkodók vizsgálatára támaszkodva Kaja Silverman (1996, 15) meglátása szerint az én kialakulása ebben a tekintetben két részre osztható: a proprioceptív és az exteroceptív aspektusokra. A proprioceptív ego „az adott organizmuson belül létrejövő stimulusokon keresztül” (Dragon, 2013, 295) alakul ki, amit az egészséges pszichének össze kell egyeztetnie az exteroceptív egoval, vagyis a tükörben látott, Jacques Lacan által definiált ideális képpel (Silverman, 1996, 15). A pszichoanalitikus gyakorlatban mindkét ego egyfajta introjektív fantáziaként kezelendő, vagyis a szubjektum saját testi érzékeit és a vizuálisan befogadott önképet egyesíti tudattalan folyamatokon keresztül, mintegy folyamatos, állandóan változó képzetté, amely a mindennapi azonosulási folyamatok alapjául szolgál. Mivel a külső-belső képzetek interakciója során az önkép akár extrém módon is torzulhat, különösen fontos megérteni azt, ahogyan a testképzavarban szenvedők önmagukat nem csupán látják, hanem láttatják – jelen kutatás tekintetében képmegosztó közösségi hálózaton.

Kutatásunk a test mediatiszt reprezentációján keresztül igyekszik megragadni az egészséges test jelenkori definícióját, így elsősorban az exteroceptív aspektust tartja szem előtt, azonban fontosnak tartjuk leszögezni, hogy az egészségről szóló diskurzus nem elhanyagolható eleme

a propioceptív, szenzoriális visszacsatolás figyelembevétele. A modern idegtudományok ezeket a meglátásokat a testtérkép fogalmába csomagolva vizsgálják (Mirzoeff, 2015): ez a folyamatosan frissülő, belső mentális és idegi állapotból, valamint a külső visszacsatolásokból kirajzolódó, a test térbeli és vizuálisan is definiálható elhelyezkedését meghatározó testkép rendkívül fontos aspektusa nem csupán a test általános koordinációjának, de az ez alapján létrejövő testrepresentációs lehetőségeknek is. Nicholas Mirzoeff szerint a testtérkép torzításai indokolják a testképzavarok kialakulását is bizonyos mértékig, amit aztán a közösségi média felületein kialakuló támogató közösségek – több esetben is – extrém módon torzíthatnak. A jelenség lényege mindenesetre Mirzoeff szerint az, hogy például a pro-ana (egyfajta pozitív, támogató szemléletű identitáscsoport anorexiában szenvedők részére) online felületeit alakító, az ott megjelenő és aktívan részt vevő anorexiások a nemrégiben virálissá váló „thinspiration” szlogenje (és hashtagje) mentén saját testalkatukhoz hasonlóan vékony hírességek képeivel igyekeznek normatívként elfogadni állapotukat.

A test kortárs kulturális reprezentációiban, a legtöbb meghatározó, intézményes csatornán kialakított testkép, mint normatív testtérkép étosz, azonban éppúgy kitermeli a saját oppozícióját, mint amennyire megerősíti a „thinspiration” jellegű mozgalmakat. Jennifer B. Webb és kutatótársai nemrégiben az általunk is elsődleges kutatási platformként megjelölt Instagram felületén vizsgálta a „fatspiration” és az ún. „Health at Every Size” (azaz „egészség minden méretben”) hashtageket, illetve a hozzájuk tartozó képi adatházist annak érdekében, hogy feltárják a túlsúlyos test elfogadásának közösségi alapú módozatait (Webb et al. 2017, 53). Négy száz kép és a hozzájuk tartozó szöveges tartalmak, valamint a tartalmi címkét és a hálózati összekapcsolást biztosító hashtag elemzésén keresztül nem csupán a képeket megosztó, online szubkulturális identitást magáénak tevő felhasználók motivációit tárják fel, de rámutatnak a képi tartalom és a néhol nyilvánvalóan torzult pozitív vallomástételek és üzenetek közötti ellentmondások mibenlétére is. A kutatás a két, eredetileg egymást támogató hashtag alatt fellelhető tartalmak egyre markánsabb szétválását is kimutatta, miszerint a #fatspiration, túlsúlyos testeket pozitív felhanggal ellátni hivatott tartalmaival szemben a #healthateverysize köre jóval kevésbé elfogadó a túlsúlyt éltető, az ellen tenni nem akaró felhasználók tartalmaival szemben (Webb et al. 2017, 60).

Az Instagram közösségi képmegosztásra épülő platformja a nyilvánvalóan vizuális tartalom mellett – nem elhanyagolható módon – szöveges, hipertextuális, és web 2.0-s lehetőségekkel is segít a tartalmak megjelenítésében. Kutatásunk témakörében kiemelkedő jelentőséget tulajdonítunk a szöveges tartalmaknak is, amelyek a kérdéskör diskurzusához illően, sok esetben tanúságtételként is értelmezhetők, valamint alapvetően befolyásolják a vizuális befogadást, illetve annak szándékolt kontextualizációját. A platform működésének feltárásához az orosz származású amerikai médiateoretikus, Lev Manovich munkáját vettük alapul, amely egy átfogó vizsgálatot mutat be többesres minta alapján, a kulturális analitika módszertanán alapuló megközelítési módban. Ennek során első lépésként a vizuális esztétika mentén azonosítható identitáscsoportokat határoztak meg a kutatók, akik – Manovich meglátása szerint – egy új „esztétikai társadalom” tagjaiként alakítják önreprezentációjukat. Bár kifejezetten testrepresentációkkal ez a kutatás nem foglalkozik, érdemes megjegyezni, hogy az ugyanezen az adatházison alapuló másik kutatásuk, mely „Selfiecity” címen

futott, már kifejezetten a lokalizált és társadalmi szempontból rétegzett önreprezentáció problematikájával foglalkozik.

Manovich és kutatótársai Instagramra vonatkozó eredményeit saját korábbi kutatásunk alapján finomhangoltuk, melynek során az Instagram platformjának sajátos működési logikáját igyekeztünk leírni (Dragon és Sebestény, 2019). A közösségi rendszer, a hálózati logika feltérképezése biztosítja számunkra azt a keretet, amelyben a felhasználók által generált, egészségre, illetve testreprezentációkra vonatkozó kutatásunkat pozicionáljuk. Jelen kutatásunkban összpontosul tehát a testre vonatkozó kortárs, hálózati kultúrában megjelenő testreprezentációs lehetőségek, illetve ezek percepciójára és megítélésére irányuló érdeklődésünk, melynek során kiemelt figyelmet fordítunk a felhasználók proprioceptív énképének mediatizált reprezentációira. Úgy véljük, a hálózati kultúra előretörése, illetve a közösségi médialogika a normatív testkép kortárs reprezentációjának talán legmeghatározóbb talajává vált, amely a megosztás dinamikájának segítségével demokratizálja az egészséges testkép/zetek médiában megjelenő lehetőségeit.

Véleménykifejezési lehetőségek az Instagramon

Lévén közösségi szolgáltatás, az Instagramnak kezdetektől fogva természetes részét képezi, hogy a felhasználók nemcsak saját csatornájukra tölthetnek fel tartalmat (fényképet, majd videókat), hanem mások személyes felületén is jelen lehetnek.

Ennek webes evolúciós szempontból később megjelent, de fejlettségét, összetettségét tekintve egyszerűbb módja a lájkolás, azaz amikor a felhasználó egy érintéssel vagy gombnyomással jelezheti, ha valamilyen szempontból szimpatikusnak (vagy negatív jelentéstartalmú bejegyzések esetén egyszerűen csak fontosnak) ítél egy megosztott tartalmat. Bár léteznek olyan speciális körülmények, amelyekben egy-egy személy lájkolásának elmaradása is a véleménykifejezés érzetét keltheti a bejegyzést közzé tévő felhasználóban, általánosságban elmondhatjuk, hogy a – szív alakú ikonnal jelzett – lájkolás szinte kizárólag pozitív töltetű „jelenlétet” tesz lehetővé a másik csatornáját.

Összetettebb, sokrétűbb forma a hozzászólás. A közzétett tartalom pozitív, semleges vagy negatív értékelésére is lehetőséget ad – illetve a bejegyzéstől tartalmilag elváló, teljesen irreleváns közlésre (spam) –, a finomabb hangsúlyozás vagy éppen a határozott nyomatékosítást segítő emotikonokkal kiegészített szöveges formában. A felhasználók mára felismerték, hogy az egyszerű kedvelés („like”) arctalan visszajelzés, amely elveszik a többi között, míg a hozzászólás felkeltheti a figyelmet, alkalmasabb a reciprocitás kiváltására (pl. interakció, „visszakövetés”).

A túlságosan is negatív, személyeskedő, sőt, akár módszeres zaklatás részének tekinthető esetek száma évek óta növekszik a különböző közösségi felületeken. Mára inkább gyakorinak tekinthető, mintsem extrém ritkaságnak, hogy a közösségi weben megélt zaklatás – főleg, ha nyilvános helyen, kommentfolyamban történik – tragikus következményekkel jár (Sedgwick et al., 2019). Hivatalosan ez, az egyre aggasztóbb méreteket öltő cyberbullying – valamint a spamelés – ösztönözte az Instagram fejlesztőit arra, hogy változtassanak a hozzászólások

rendszerén. Ám feltételezhetjük, hogy néhány kevésbé extrém, egyszerűen csak negatív értékelés is sok felhasználó kedvét szegi, ezért az Instagram üzemeltetőinek jól felfogott üzleti érdeke is volt, hogy redukálják a lelkiileg potenciálisan lehúzó érzetek számát, ha továbbra is lelkesen posztoló – tehát aktív, közben pedig sok hirdetésbe is belefutó – felhasználók tömegeit szeretnék látni a platformon.

Az Instagramon 2017 szeptemberében vált elérhetővé az a funkció, amellyel a felhasználók megválaszthatják, kiknek engedik meg, hogy hozzászóljanak a közzétett fotókhoz, videókhoz. A következő lehetőségek állnak rendelkezésre:

- mindenki;
- azok, akik követik a felhasználót vagy a felhasználó követi őket;
- azok, akik követik a felhasználót;
- azok, akiket követ a felhasználó.

A fenti sorrend egyben a korlátozás szigorának egyre erősödő rendje is. Míg ugyanis a második és harmadik beállítás alkalmazása esetén, a negatív véleményét mindenképp kifejezni kívánó kommentelő máris hozzászólhat a médiatartalomhoz ha beköveti a közzététvőt – letiltás esetén újként létrehozott felhasználói profillal, újabb tiltás után, lényegében akárhányszor ismételve ezt a formulát –, a negyedik esetben a felhasználó teljes mértékben maga dönti el, ki fejezhet ki véleményt bejegyzései alatt.

Könnyen belátható, hogy az elsőtől a negyedik beállítási lehetőségig jutva nemcsak a „házirend szigorodik” és nemcsak a zaklató jellegű hozzászólások száma redukálható végül nullára, hanem – bizonyos személyiségtípusok esetén – egyre nagyobb annak az esélye, hogy az Instagram-csatornán érkező visszajelzések nem segítik a felhasználó reális önértékelését, ugyanis csak pozitív, megerősítő hozzászólások érkeznek, így torzul a kép.

Az empirikus kutatás menete

Kutatásunk négy részre tagolódik: véleménybuborék-kutatás, testképértékelés, egészségfogalom-kutatás és a bodypositive fogalmának értelmezése. Vizsgálatunkat a vizualitást előtérbe állító Instagram közösségimédia-platformra alapozva végeztük. Első lépésként 2020 január-február fordulóján a testi állapottal összefüggésbe hozható hashtagek alapján azonosítottunk és forrásként elkülönítettünk X számú olyan nyilvános Instagram-posztot, amelyet fiatal nők tettek közzé önmagukról. A forrásanyag körülhatárolásához a #fitness, #anorexia, #curvy, #molett hashtageket és ezek bizonyos változatait használtuk. A forrásbázis véletlenszerű kiválasztással jött létre. Mivel szerepük a közösségi média testképre gyakorolt hatásának vizsgálatában egyfajta tesztanyagként értelmezhető, a véletlenszerű kiválasztás összeegyeztethető volt a kutatás céljaival. Figyelembe véve azt, hogy a kommentek elemzése is célunk volt, a találatok közül a legtöbbet kommentelt képeket adtuk a mintához.

A létrejött forrásanyag kapcsán először a képek és a kommentek viszonyát vizsgáltuk meg. Azt kutattuk, hogy a közösségi médiában önmagukról közölt képek kapcsán a felhasználók milyen reakciókat kapnak. Arra voltunk kíváncsiak, hogyan járulnak hozzá az önmediatizáció megerősítéséhez a kommentek, milyen módon véleményezik a kommentelők a képeket.

Mindehhez természetesen figyelembe kellett venni a közösségi platformok kommenteléssel kapcsolatos, folyamatosan szigorodó gyakorlatát. A kommentek különösen érdekesek voltak a minta nagyrésztét kitevő olyan képek esetén, amelyekben a normának érzett testképtől való eltérésre maga a posztoló is utal hashtagjével.

A kutatás második fázisaként harminc, 21-25 év közötti egyetemi hallgatóval töltöttünk ki egy kérdőívet. Az alacsony válaszadószám oka az volt, hogy kérdőívünk nem reprezentatív kutatás kívánt lenni, hanem felépítésénél fogva, a kitöltés során bekövetkező változásokat kívánta tetten érni. A kérdőívet úgy alkottuk meg, hogy az az előrehaladás során reflexióra készítse a kitöltőket a közösségi média testképet befolyásoló hatásáról, de visszalapozásra és a válaszok átalakítására már ne legyen lehetőségük. Ezzel a megoldással az volt a célunk, hogy a közösségi média által kialakított testkép elképzeléseket minél pontosabban megragadhatassuk. A kérdőív első szakaszában – a fent leírt módon kiválasztott képeket kommentektől és hashtagektől megfosztva – mutattuk be, és arra kérdeztünk rá, hogy a képen látható személy egészséges-e vagy sem a válaszadó szerint. A #fitness, #anorexia, #curvy, #molett módon tagelt képek vegyesen kerültek megjelenítésre. A következő szakaszban ugyanezen képek kapcsán arra kérdeztünk rá, hogy a válaszadó szépnek találja-e a képen szereplő személyt. Hipotézisünk szerint a #molett vagy #curvy nők képeit a vizsgálatban résztvevők döntően nem egészségesnek minősítik, az egészséget annak szűk, biológiai-orvosi értelmében használva, amely jól illeszkedik a közösségi médiában dominánsan reprezentálódó szexualizáló-normatív testképhez. Kíváncsiak voltunk ugyanakkor arra is, hogy a vékonyságot mainstream normaként bemutató média hatása alatt az #anorexia jelzésű képekre milyen reakciókat kapunk. Ugyancsak ilyen célból a #bodypositive képek közül kifejezetten a látványos izmokat mutató, fitness hashtagú képeket választottuk a mintánkba.

Ahogy látszik, a kutatás első szakaszában az egészséges testtel kapcsolatos ítéletre voltunk kíváncsiak. Azt feltételeztük, hogy válaszadóink az egészség testi-orvosi dimenziója nyomán a molett képeket ítélik majd egészségtelennek és az átlagostól eltérő izomzat vagy épp az anorexia nem számít majd számukra egészségtelennek. A második szakaszban szándékosan olyan szubjektív értékelésre („szép-e a képen látható személy?”) készítettük őket, amely egyrészt áttöri és kikezdi a közösségi média sugallta, ideális testképpel kapcsolatos elképzeléseket, másrészt ráébreszti a válaszadót arra, hogy ahogyan a szépség is szubjektív, az egészségnek is van nem pusztán biológiai-orvosi, de szubjektív elemeket is tartalmazó, holisztikus definíciója.

A kérdőív harmadik szakaszában rákérdeztünk arra, hogy a kitöltő a felkínált három egészségdefiníció közül melyikkel tud azonosulni. A válaszlehetőségek között szerepelt egy biológiai-orvosi („Az egészség a betegség hiánya.”), egy holisztikus („Az egészség fizikai, mentális és szociális jó közérzet.”) és egy a harmóniára utaló („Az egészség az egyén harmóniája a környezetével.”) definíció. Feltételezésünk szerint a kérdőív második szakasza sikeresen dekonstruálta az egészséggel kapcsolatos biológiai-orvosi elképzelést és ezek után jó eséllyel többen választották a holisztikus vagy a harmónia központú egészségdefiníciót. Végül, a kérdőív negyedik szakaszában arra voltunk kíváncsiak, hogy válaszadóink találkoztak-e már a bodypositive fogalommal és milyen jelentését ismerik. Itt nyílt végű kérdést tettünk fel, amellyel megtudhattuk, hogy valóban ismerik-e a fogalmat vagy pedig

értelmezik és összekapcsolják a kérdőív során szerzett belátásaikkal. Ugyancsak nyílt végű kérdésben vizsgáltuk, hogy a kitöltő találkozott-e már a bodyshaming fogalommal. A kérdőív végén rákérdeztünk a kitöltő nemére.

Eredmények

Véleménybuborék-kutatás

A forrásanyagként szolgáló bejegyzések hozzászólásainak kutathatóságát jelentős mértékben korlátozza, hogy nem lehetünk tisztában a kommentfolyam szerkesztettségével, moderáltságával. Hogy a bejegyzéseket közzé tévők utólag törölnek-e egyes, számukra nem tetsző hozzászólásokat, az a posztok valós idejű monitorozásával követhető lett volna. Ám ez egyrészt kutatásunk kereteit meghaladó gépi, így anyagi erőforrást igényelt volna – hiszen a bejegyzések megjelenésének idején még nem tudhatjuk, az idő előrehaladtával mely képek lesznek alkalmasak forrásanyagnak, így minden olyan képet és kommentjeit hetekig kellett volna naplózunk, amelynél feltűnnek az említett hashtagek vagy variánsaik. Ráadásul kutatásunkban ez nem is jelentene teljes megoldást, hiszen ahhoz az információhoz legálisan nem férhetünk hozzá – illetve csak önbevallásra alapuló módon, melynek hitelessége jelen esetben erősen kérdéses –, hogy a posztolók korlátozzák-e a tanulmányunkban már említett bármely módon azok körét, akik hozzászólhatnak bejegyzéseikhez. A következő értékeléseket mindennek fényében javallott értelmezni, illetve fontos az értékelés illetően korlátait szem előtt tartani.

A forrásanyag összességére, illetve külön-külön mindegyik elemére elmondható, hogy jóval – elemenként jellemzően nagyságrendileg – több lájkolás érkezett a képekre, mint amennyi hozzászólás íródott hozzájuk. Ennek egyik oka vélhetően az, hogy a lájkolás, ahogy már említettük egyszerűbb abban az értelemben is, hogy kisebb energiabefektetést igényel a felhasználótól a képernyő kétszeri megérintése, mint egy – akár csak két rövid mondatos – értékelés írása. Ám figyelembe kell vennünk azt is, hogy az egyszerűbb véleménykifejezési forma kizárólag pozitív visszajelzésre ad lehetőséget. Így azt legfeljebb az Instagramtól származó, legálisan nehezen hozzáférhető adatok segítségével lehetne látni, hányan voltak azok a „kritikusok”, akik nagyságrendileg ugyanannyi energiát fordítottak véleményük kifejezésére, mint a lájkolók: azaz egyszerűen tovább görgettek.

A vizsgálódásunk idején látható hozzászólások mindegyike pozitív. Különbséget főleg intenzitásukban lehet felfedezni (amely a „Love”-tól egészen a „Gorgeous 🍷”, a „❤️😊😊❤️❤️” és a „YAAASS BEBE...I LIKE YOU BEBE...MMHHUAAAAACCHH...❤️❤️❤️❤️” formuláig terjed), mélységükben kevésbé. Óriási túlsúlyban vannak a néhány szóból vagy emojiból álló kommentek. (Annak ellenére, hogy a posztolók gyakran igen hosszú, néhol több száz karakteres – ilyen esetben jellemzően bensőséges vagy annak látszatát keltő – szöveget írnak képükhöz.) A 🍷 Masse ist Macht 🍷 Top 🍷 🍷 Glaub von der gestrigen Einheit war genug dabei bzgl Mittrainieren u heut kommen noch schwere Squats drann 🍷” vagy a „Sono d accordissimo, gli allenamenti di forza non snaturano la femminilità anzi... ne migliorano la

composizione corporea ☺👉 e te sei un esempio ☺” hosszúságú kommentek már kifejezetten terjedelmesnek számítanak. (Kutatásunk szempontjából lényegtelen érdekesség, hogy a spamelők is hasonló skálán mozognak, a „Follow back”-tól a „Want a good manager? Then i highly recommend you to @lorella_fx_trade she’s the best manager I’ve ever comes across and worked with, thank you Lorella”-ig.)

A normaként tekintett testképtől molett irányban kilógó képek esetén valamivel gyakoribbak a szeretetkifejező emojik (például: ☺, ♥, 🌹), a normánál izmosabb fotóknál az erőre vonatkozók (💪, 🏋️) és a befektetett munkával elért eredmény előtt a tisztelgők (👏, 🎉).

Feltételezhetjük, hogy nincs olyan jelenség, melyről az azzal szembesülők mindegyikének pozitív véleményelene. Ezt figyelembe véve szembeötlő a pozitív kommentek kizárólagossága, ami eredhet részben a hozzászólások már említett technikai korlátozhatóságából, részben utólagos moderációból, részben pedig a kommentelői szerepkör esetében kialakuló véleménybuborék emberi és algoritmikus erősítéséből. Előbbi faktorialra – az offline világban is jól megfigyelhető – jelenségre utalunk, hogy legtöbbször szeretnek olyanokat követni, akik tevékenysége, gondolatvilága vagy fotói már eleve szimpatikusak számukra. (Még akkor is, ha jelentékeny részük elméletben igényt fogalmaz meg diverzifikáltabb tartalmak iránt.) Így aztán természetes, hogy a csatornák posztjaira érkező visszajelzések nagyon nagy arányban pozitívak lesznek. Algoritmikus erősítésnek pedig azt tekinthetjük, ha valaki rendszeresen fejezi ki tetszését bizonyos hashtaggel ellátott bejegyzéseknél, akkor az Instagram ajánlórendszere egyre inkább hasonló posztokat válogat ki számára az újdonságok felfedezésére szolgáló szekciójában. (Ez utóbbi elsődleges lényege minden olyan rendszernek, amely a felhasználó interakcióiból levezetett érdeklődés alapján tár elé ahhoz illőnek vélt tartalmakat, legyen az a Google Ads, az Apple News, a Facebook vagy az Instagram.) A folyamat eredményeképp a posztoló körül is véleménybuborék alakul ki, melynek saját területén természetesen válik központi véleményvezérévé.

Testképértékelés

A kérdőívünkbe 14 képet illesztettünk be. Ezeket kétszer, azonos sorrendben mutattuk meg a tesztcsoportunknak. Az első kérdéssor után visszalapozásra, a válaszok korrekciójára nem volt mód. Az első sorozat kapcsán arra kérdeztünk rá, hogy a képen látható személyt egészségesnek ítélik-e. A 14 képből hét a #molett, #curvy, kettő az #anorexia és öt a #fitness hashtaggel volt jellemezve a közzevetők által. A három alcsoport képeit összekeverve, vegyes sorrendben mutatta a kérdőív. Külön figyelmet fordítottunk arra, hogy voltak arccal és arc nélkül készített fotók. Emellett a molett hashtagű képek esetében voltak hétköznapi viseletben és beállításban készült képek csakúgy, mint molett modellek molett divatot bemutató, professzionális képei is.

Vizsgálatunk tanulsága szerint pusztán a kép beállítása és kompozíciója is jelentős hatással volt az egészséggel kapcsolatos ítéletre a molett hashtagű képek esetében. Válaszadóink az amatőr selfie-ken látható személyeket jelentős többséggel ítélték egészségtelennek, szemben a professzionális fotókkal. Az arcot nem, vagy csak részben ábrázoló képeken látható személyeket szintén egyöntetűen egészségtelennek ítélték meg. A hét molett hashtagű

képből öt esetében egyértelműen egészségtelennek ítélték az ábrázolt személyt, mindet legalább majdnem háromnegyedes arányban (73-tól 90 százalékig). A két egészségesnek ítélt, molett hashtagú képen egy mikroinfluencer látható, aki a Fashion Nova Curve plus size ruhamárka termékeit promotálja, világosan utalva a gyártóra. A képek különleges szabású ruhákban professzionális fotókon ábrázolják a modellt. A divatruhákban professzionálisan fotózott molett modellt válaszadóink jelentős többséggel (80 % fölött) egészségesnek ítélték.

Kérdőívünkben elrejtettünk egy olyan visszaellenőrző kérdést, amellyel azt akartuk tesztelni, hogy a professzionális fotók valóban ilyen mértékben megváltoztatják-e az ábrázolt személy egészségéről alkotott véleményt. Az addig egységesen egészségesnek ítélt modell egy kevésbé előnyös, arcnélküli selfie-jét is beválogattuk a mintába. Ez a kép, az összes többihez hasonlóan azonosítók nélkül került megjelenítésre, ráadásul a selfie kompozíciója miatt a modell arca nem látható. Kutatottjaink miután kétszer is elsőprően egészségesnek ítélték a képen látható modellt, ebben a beállításban háromnegyedes arányban (76%) egészségtelennek értékelték azt.

A mintába beválogatott #anorexia hashtagos képeken látható személyeket egyöntetűen egészségtelennek ítélték a kutatásban résztvevők. Leginkább a #fitness hashtaggel ellátott képeken szereplő személyek osztották meg őket. E fitness hashtagú képeken izmokat hangsúlyozó vagy sportruhában, edzőtermi kontextusban fotózott fiatal nőket láthatunk. Az ezeken a képeken ábrázolt személyeket döntően egészségesnek ítélték a megkérdezettek, de a skála lényegesen tagoltabb volt, mint a molett vagy az anorexia hashtagú képek esetében. Egy kifejezetten izmos felsőtestű nő edzőtermi selfie-je nyomán a válaszadók több mint fele (56%) egészségtelennek ítélte meg az ábrázolt személyt. A megkérdezettek átlagosan harmada ítélte egészségtelennek a többi fitness hashtagú képen ábrázolt személyt. Egyöntetűen egészséges ítéletet mindössze egy, izmokat nem hangsúlyozó, sportruhás nő képe kapott, amelyet ő szintén fitness hashtaggal tett közzé. Itt érdemes megjegyezni, hogy egyöntetűen egészségtelennek egyetlen személyt sem minősítettek válaszadóink, a minta egyetlen alcsoportjából sem.

A kérdőív második szakaszában ugyanezen képeket, változatlan sorrendben mutattuk meg a kutatottaknak. Egyöntetűen szépnek nem ítélték senkit. Az első szakaszban egységesen egészségesnek mondott személyt (arcképes, egészalakos fotó, sportruhában, sem izmokat, sem női testi jegyeket nem hangsúlyozó beállításban) két válaszadó nem tartotta szépnek. Senki nem tartotta viszont szépnek azt a személyt (edzőtermi selfie, egészalakos, arcképes fotó, rendkívül kidolgozott izmokat hangsúlyozva), akit a kérdőív előző szakaszában a fitness hashtagú képek közül ugyan kis többséggel, de egyedül ítélték egészségtelennek. Azaz a legszebb - legkevésbé szép skála mindkét végére a fitness hashtagú képek egyike került, és ez az ítélet markánsan elvált az egészséggel kapcsolatos véleménytől.

A molett hashtagú képeken ábrázolt személyek szépségét illetően az ítéletek szinte azonosak voltak az egészségesség kapcsán született ítéletekkel. Az eltérések ugyanakkor vizsgálatra érdemesek. Válaszadóink fele szépnek találta azt a mikroinfluencert, aki a Miss Robinson Fashion House ruhamárka termékeit promotálja. A divatos ruhában készített, professzionális fotó alapján a kérdőív első szakaszában egészségtelennek ítélték a plus size modellt. Nála nem tartották sokkal szebbnek azt a fitness hashtaggal megjelenő személyt, akit

egyébként korábban nagy többséggel egészségesnek minősítettek. Miközben az egészséget markánsan – a közösségi médiában normaként megjelenő – vékony, sportos testképpel és az ehhez kapcsolódó biológiai-orvosi egészségfogalommal azonosították, a szépség kapcsán válaszadóink elszakadtak e normatív nyomástól. A szépség, mint szubjektív kategória legalább részlegesen képes volt kikezdeni a közösségi média uralkodó női testképét.

Az ábrázolás módja, a beállítások, a ruházat professzionalitása úgy látszik azonban még fontosabb tényező. A közösségi média professzionális tartalmat készítő mikroinfluencerei létrehozta egyfajta normatív elképzelést a női szépségről, ahogyan ezt a – kérdőívben három képpel szereplő – mikroinfluencer kapcsán ismét meg tapasztalhattuk. A Fashion Nova Curve termékeit promotáló modell képeivel szinte egészen pontosan megisméltődött az, amit a kérdőív első szakaszában tapasztaltunk: a professzionális fotókon szépnek találták válaszadóink, az arcnélküli selfie-n nem.

A két képsorozat összevetéséből világosan látszik, hogy a Z generációba tartozó válaszadók a molett személyeket legtöbbször azonosítják az egészség hiányával, azaz a biológiai-orvosi egészségdefiníciót meglehetősen nagy arányban alkalmazzák. A közösségi média influencereinek stílusában született, felismerhetően termékmegjelenítést tartalmazó, professzionális fotók nagymértékben befolyásolják pozitív irányba a másik személy egészségi állapotáról szóló véleményüket. Ezzel szemben a kórosan vékony képeket egyértelműen egészségtelennek tartják. A látható, hangsúlyozott izmokat – legalábbis a kutatásunkban vizsgált, kizárólag nőket ábrázoló fotókon – hajlamosak egészségtelennek tartani. Jól tetten érhető, hogy a szépséget bizonyos mértékig szubjektívebben megítélhető jellemzőnek tartják. Egészségtelennek minősített molett alanyokat talált válaszadóink fele szépnek. Azaz, véleményük szerint attól, hogy valaki megítélésük szerint egészségtelen, még lehet szép. Illetve a szépség, mint szubjektív kategória képes volt lazítani az egészség kapcsán tapasztalt biológiai-orvosi szemléletet. Hasonlóan, a válaszadók fele által egészségesnek tartott személyt egyöntetűen nem találták szépnek, azaz a testi egészség jelei nem tesznek feltétlenül széppé.

Egészségfogalom, bodypositivity és bodyshaming

Mindezek nyomán nem meglepő, hogy a kérdőív végére válaszadóink el tudtak szakadni az egészség biológiai-orvosi definíciójától és elsősorban többségben az egészség holisztikus definícióját érezték a legpontosabbnak. Mindössze egy személy definiálta az egészséget a környezettel érzett harmóniaként és ketten szűkítették azt le a betegség hiánya értelmű meghatározásra.

Kutatásunkban vizsgáltuk még a bodypositív és a bodyshaming fogalommal kapcsolatos ismereteket. A testpozitív mozgalom célja alapvetően az volt, hogy minden egyénben kialakítsa a saját testével kapcsolatos pozitív attitűdöt. Mozgatórugója a média által döntően felmutatott, és így normává váló vékony testkép dominanciájának megtörése volt. A bodypositivity a közösségi médiában állandóan mediatizálódó test kapcsán könnyen megjelenő és nagy nyilvánosságot kapó bodyshaming, a domináns testképtől eltérőket megszégyenítő vélemények ellen küzd (cf. Cohen, Newton-John, Slater, 2020). Harminc kutatottunk közül

tizenketten nem találkoztak még a fogalommal. Akik ismerték a fogalmat, azok egy része szerint ez a testünk elfogadását jelenti. („Fogadjuk el önmagunkat, a testünket úgy ahogy van. Annak adottságaival együtt.”, „Fogadjuk el a testünket olyannak, amilyen.”) Volt, aki ennek kapcsán a testi és a mentális egészség kapcsolatát is felvetette, az egészség holisztikus felfogását alapul véve. („Igen, találkoztam. Szerintem azt jelenti, hogy testpozitivitás, hogy a személy meg van elégedve a testével, és emellett mentálisan is egészséges.”) Jól elkülöníthető ugyanakkor, hogy válaszadóink között volt, aki szerint ez nem pusztán passzív elfogadása az adottságoknak, de egy aktív viszony a testtel („Amikor elfogadjuk a testünket, de ez nem jelenti azt, hogy nem dolgozhatunk rajta.”) A kérdés kapcsán többen kitértek azonban arra is, hogy a saját testtel kapcsolatos állásponton túl ez egyfajta mozgalom. („Ez egy mozgalom nevéhez köthető tudtommal, aminek a lényege, hogy elfogadjuk a testünket olyannak, amilyen. Még akkor is, ha egyébként nem egészséges, utóbbit pedig problémának tartom.”) Sőt, arra is rámutattak, hogy a mozgalom tulajdonképpen alkalmas lehet a molettektől eltérőek, esetleg kórosan soványak elutasítására is. („A nézet szerint el kell fogadjuk azt, ahogy kinézünk, legyen az a társadalom szerint túl sovány, túl kövér és minden más negatív jelzővel illetett test. Ezen felül szeretnünk is kell azt. De szerintem ehhez legelőször is önmagunkban kellene kifejleszteni azt az empátiát, ami nem csak magunkra irányul, hanem aminek a segítségével más felé is „bodypositive módon tudnánk fordulni”. Anélkül csak valami álszent és trendi marketingfogásnak látom. Amíg pl. bodypositive molett lányok a „csonttal csak a kutyák játszanak” szlogennel kampányolnak, addig ez nem lesz hiteles. (És persze fordítva is így van.)”)

A bodyshaming fogalmát tizenhárman nem ismerték a kutatottak közül. Aki hallott már róla, azok között volt, aki csak az egyén önmagával kapcsolatos szégyénérzetével kötötte össze. („Szégyellni a testalkatot, mert az nem hasonlít az elvártnak.”) Többen értelmezték egy önmagunk és mások felé egyaránt megnyilvánuló ítéletként. („Amikor mások testét megalázzuk, vagy akár a sajátunkat is. Nem fogadjuk el, kirekesztően viselkedünk emiatt.”) Itt rámutattak arra is, hogy ez nem pusztán egy ítélet, de olyan fontos következményei lehetnek, amelyek éppen a holisztikusan felfogott egészséget kezdhetik ki. („[ezzel mások] önbizalmát és önbecsülését rombolja.”) A válaszokból világos, hogy alapvetően a túlsúlyosokkal szemben tapasztalható ilyen vélemény („leginkább molett nők kapcsán hallottam”), de a válaszok között megjelenik az is, hogy ez egy normatív testképtől való eltéréssel kapcsolatos elutasító attitűd. („Mindenkét megszólalnak, hogy vagy túl vékony, vagy túl dagi vagy túl izmos...”) Hogy mindez mennyire a női test mediatizációjával függ össze, azt alátámasztja, hogy férfi válaszadóink közül mindössze egy ismerte a bodypositive fogalmát, aki azonban rögtön a mozgalommal kötötte össze, és amit az egészségtelen test elfogadása miatt el is ítélt.

Összefoglalás

Kutatásunk hipotézise az volt, hogy a digitális bennszülött Z generáció tagjai esetében az egészségről és a betegségről, illetve az egészséges és esztétikus testről való elképzeléseiket nagymértékben befolyásolja a közösségi média. Vizsgálatunk a mediatizált testkép egészséggel kapcsolatos megítélésére irányult, ami a vizsgálat résztvevői által adott válaszok fényében az egészséges testtel kapcsolatos ítéletekre, szubjektív értékelésre, illetve reflexióra, a reakciók mögött feltérképezhető egészség definícióra voltunk kíváncsiak. Hipotézisünk szerint a szűrőbuborék jelenségnek köszönhetően – többnyire jól behatárolható értékítélet és egészségfelfogás mentén – a biológiai-orvosi elképzelést felváltotta a holisztikus vagy a harmónia központú egészségdefiníció.

A test mediatizációja, a testkép alakulása a közösségi képmegosztó platformok hatására a normatív, sok esetben szexualizált ideáltól eltérő irányoknak is egyre nagyobb teret ad. A különböző testképfelfogásokat propagáló (thinspiration, fatspiration), gyakran önvallomásokkal vagy elfogadásra sarkalló kampánymotívumokkal (bodypositive) megosztott képek, bár hosszú távon képesek lehetnek formálni és szélesíteni a normatív testkép megjelenési módozatait, ám kutatásunk arra mutat rá, hogy jelen pillanatban a vizsgált képekre adott válaszok nem feltétlenül támasztják alá, hiszen az egészséges test fogalma továbbra is valamiféle társadalmilag elfogadott mérce, amelyhez képest a végleteknek minősülő, esetünkben használt „túl vékony” vagy „túlsúlyos” szelfik és képek több esetben is az egészségtelen minőségre utaltak, még akkor is, ha ezen képek adott esetben épp valamilyen bodypositive üzenettel kerültek a közösségi felületre.

Irodalom

- Ábrahám I., Jambrik M., John B., Németh A. R., Franczia N., & Csenki L. (2017). A testképtől a testképzavarig. *Orvosi Hetilap*, 158(19), 723–730. <https://doi.org/10.1556/650.2017.30752>
- Bird, E. L., Halliwell, E., Diedrichs, P. C., & Harcourt, D. (2013). Happy Being Me in the UK: A controlled evaluation of a school-based body image intervention with pre-adolescent children. *Body Image*, 10, 326–334.
- Bonah, C., & Lakötter, A. (2020). Visual Media and the Healthy Self in the 20th Century: An Introduction. In *Body, Capital, and Screens. Visual Media and the Healthy Self in the 20th Century* (13–39). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Brathwaite, K. N., & DeAndrea, D. C. (2021). BoPopriation: How self-promotion and corporate commodification can undermine the body positivity (BoPo) movement on Instagram. *Communication Monographs*. <https://doi.org/10.1080/03637751.2021.1925939>
- Callahan, D., & Barker, A. (2019). Introduction: All that is Solid Changes into Something Else. In D. Callahan & A. Barker (Szerk.), *Body and Text: Cultural Transformations in New Media Environments* (o. 1–9). Cham: Springer.
- Cohen, R., Newton-John, T. & Slater, A. (2020). The case for body positivity on social media: Perspectives on current advances and future directions. *Journal of Health Psychology* DOI: 10.1177/1359105320912450.
- Csabai M. (2019). Az önelfogadás kihívásaitól a testpozitív mozgalmakig—A pozitív pszichológia testképei. *Magyar Pszichológiai Szemle*, 74(3), 361–373. <https://doi.org/10.1556/0016.2019.74.3.6>
- Dragon Z. & Sebestény Cs. (2018) #BREW: influencer-kísérlet az Instagram újhullámos kávé közösségében. *Digitális Bölcsészet 2018*: 1. 203–216.
- Dragon Z. (2013). Tanúvá válva. Julie Taymor Titus című filmjének traumatikus narratívája. *Filológiai Közlöny* 59: 3. 288–300.
- Eckler, P., Kalyango, Y., & Paasch, E. (2016). Facebook Use and Negative Body Image among U.S. College Women. *Women & Health*. <https://doi.org/10.1080/03630242.2016.1159268>
- Fardouly, J., & Holland, E. (2018). Social media is not real life: The effect of attaching disclaimer-type labels to idealized social media images on women's body image and mood. *New Media and Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444818771083>
- Freud, S. (1961 [1923]): The ego and the id. In J. Strachey (Szerk.) *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud* (Vol. 19, 12–66). London: Hogarth Press.
- Goodyear, V. A., Armour, K. M., & Wood, H. (2019). Young people and their engagement with health-related social media: New perspectives. *Sport, Education and Society*, 24(7), 673–688. <https://doi.org/10.1080/13573322.2017.1423464>
- Harrison, K., & Hefner, V. (2014). Virtually Perfect: Image Retouching and Adolescent Body Image. *Media Psychology*, (17), 134–153. <https://doi.org/10.1080/15213269.2013.770354>

- Karsay, K., Trekels, J., Eggermont, S., & Vandenbosch, L. (2020). I (Don't) Respect my Body": Investigating the Role of Mass Media Use and Self-Objectification on Adolescents' Positive Body Image in a Cross-National Study. *Mass Communication and Society*. <https://doi.org/10.1080/15205436.2020.1827432>
- Kim, H. M. (2020). What do others' reactions to body posting on Instagram tell us? The effects of social media comments on viewers' body image perception. *New Media & Society*. <https://doi.org/10.1177/1461444820956368>
- Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I., & Anschütz, D. (2018). Picture Perfect: The Direct Effect of Manipulated Instagram Photos on Body Image in Adolescent Girls. *Media Psychology*, 21(1), 93–110.
- Kovács G. X., Prievara D. K., & Pikó B. (2015). A testképről alkotott vélekedések megítélése emberalakteszt és az úgynevezett priming jelenség segítségével. *LAM Lege Artis Medicinae*, 25(8–9), 363–372.
- Mirzoeff, N. (2015). *How to See the World Mass Market*. Pelican
- Murashka, V., Liu, J., & Peng, Y. (2020). Fitspiration on Instagram: Identifying Topic Clusters in User Comments to Posts with Objectification Features. *Health Communication*. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1773702>
- Nyitrai, F. (2014). Testkép, önértékelés és a kettő közötti kapcsolat kutatása általános iskolás gyerekek körében. *Iskolakultúra*, 24(7–8), 80–90.
- Pukánszky J. (2014). A karcsúságideál internalizációja és a testkép kapcsolata fiatal felnőtt nők körében. *Iskolakultúra*, 24(7–8), 102–110.
- Pukánszky, J. (2012). Vizuális médiahatások és a testi elégedettség kapcsolata. *Acta Sana*, 7(1), 24–28.
- Salomon, I., & Spears Brown, C. (2018). The Selfie Generation: Examining the Relationship Between Social Media Use and Early Adolescent Body Image. *Journal of Early Adolescence*. <https://doi.org/10.1177/0272431618770809>
- Silverman, K. (2013). *The Threshold of the Visible World*. New York: Routledge.
- Tiggemann, M. (2014). The Status of Media Effects on Body Image Research: Commentary on Articles in the Themed Issue on Body Image and Media. *Media Psychology*, (17), 127–133. <https://doi.org/10.1080/15213269.2014.891822>
- Webb, J., Vinoski, E. R., Warren-Findlow, J., Burrell, M. I. & Putz, D. Y. (2017). Downward dog becomes fit body, inc.: A content analysis of 40 years of female cover images of Yoga Journal. *Body Image*. 2017. Sep. 22. 129-135.
- Wegenstein, B. (2006). *Getting Under the Skin. The Body and Media Theory*. Cambridge - London: The MIT Press.
- Wykes, M., & Gunter, B. (2005). *The Media and the Body Image*. London - Thousand Oaks - New Delhi: Sage.

Guld Ádám:

SPORTOLÓK, RAJONGÓK, INFLUENCEREK. SZURKOLÓI SZOKÁSOK VÁLTOZÁSA AZ ONLINE TÉRBEN¹

Bevezetés

A sport a modernitás kezdete óta meghatározó szerepet játszik a nyugati kultúrkörben. A sportos életmód kedvező egészségügyi hatásai mellett számos olyan társadalmi és kulturális funkcióval is rendelkezik, amelyeknek generációk óta fontos helyük van az életünkben. Csak hogy néhányat említsünk ezek közül: a sportoláshoz kapcsolódó társas gyakorlatok fontos szerepet töltenek be a szocializáció folyamatában, segítenek a csoportdinamikai folyamatok begyakorlásában, megtanítják a szabálykövető magatartást, valamint elősegítik a kitartás és a koncentráció fejlesztését. Ugyanakkor a sport egyik legfontosabb társadalmi-kulturális funkciója az identitásképzés, a sportokhoz és sportolókhoz való emocionális kötődés, ami kétféleképpen is megnyilvánulhat: közvetlen és közvetett módon. Közvetlenül akkor, amikor valaki aktív sportéletet él, és például focistaként, birkózóként vagy evezősként önmaga is tevékeny résztvevője a sportéletnek. Közvetett módon pedig akkor, amikor az egyén önmaga nem sportol, de rajongóként, szurkolóként folyamatosan követi egy adott sportág aktuális eseményeit. Az utóbbi jelenségnek napjainkban egyre nagyobb jelentőséget tulajdonítunk, mivel a médiakultúra és médiatársadalom keretei között egyre több társadalmi és kulturális gyakorlat költözik a média terébe, így a rajongás is.

A Telenor Magyarország 2021 májusában indított el egy átfogó kutatási projektet, aminek az volt a célja, hogy feltérképezzék a magyar lakosság sporttal kapcsolatos rajongói szokásait, különös tekintettel az online szurkolói tevékenységekre.² A kutatás 18-65 év közötti magyar internethasználók részvételével valósult meg, amelyben összesen 840 fő vett részt. A minta sajátossága, hogy a magyar társadalom valós összetételéhez képest alacsonyabban reprezentáltak benne a nők, aminek az is oka lehet, hogy a sporttal kapcsolatos témák még mindig jobban érdeklik a férfiakat, mint a nőket. Ennek megfelelően a kitöltők 45%-a volt nő, míg 55%-a férfi. A minta további sajátossága, hogy az átlagosnál valamivel magasabban reprezentáltak benne az 54-65 év közöttiek. Régió és település típus szerint a minta reprezentatív, viszont iskolai végzettség esetében jelentősebb eltérés mutatkozik a valósághoz képest, mivel az alacsony iskolai végzettségűek alulreprezentáltak az online mintában, míg a magas iskolai végzettséggel rendelkezők a valós társadalmi arányuknál nagyobb mértékben jelennek meg. Az említett tényezők a vizsgálat eredményeit azonban jelentősen nem torzítják, mivel a lekérdezés fókuszában a kereskedelmi szempontból fontos csoportok kellő számban jelennek meg. Az adatfelvétel időpontja 2021. május 28. és június 2. közé esett.³ Az

¹ A tanulmány a Bolyai János Kutatási Ösztöndíj támogatásával készült.

² Az adatokat az Ipsos Instant Research gyűjtötte.

³ A hivatkozás hivatalos sajtóközleményét lásd: <https://www.telenor.hu/sajto/kozlemeny/itt-az-uj-rekord-elkeszult-az-orosz-leghosszabb-szurkoloi-salja>

alábbiakban ennek a vizsgálatnak az eredményeit ismertetem kultúra- és médiatudományi szempontrendszerek alapján, majd a tanulmány második felében a sporttematikához kapcsolódó influencerek szerepváltozására fókuszálok, a vizsgálat eredményeinek tükrében.

Szurkolói szokások változása az online térben: csatornák, tartalmak, közösségi média

A szurkolási szokásokkal kapcsolatos vizsgálatból kiderül, hogy a sport kifejezetten népszerű tartalomnak számít a médiafogyasztók körében, hiszen a megkérdezettek legalább 73%-a követ figyelemmel legalább egy sportágat, míg 49% egyszerre több sportág iránt is érdeklődik. A kisebb hazai vagy helyi vonatkozású sportesemények alacsony érdeklődésre tartanak számot. Érdekes megfigyelni ugyanakkor, hogy a válaszadók döntő többsége (73%) elsősorban a világeseményekre kíváncsi, míg a kontinentális sportesemények iránt 44% érdeklődik. Ez a sporttematikával összefüggésben is jól érzékelteti a késő modern médiakultúra egyik legfontosabb sajátosságát: a kortárs populáris médiában megszűnnek a tér és az idő korlátai, a tartalmak mindenki számára elérhetők, illetve azok népszerűségét csak a tartalmak vonzereje és minősége befolyásolja (Kellner, 1995). Mindemellert az sem mellékes tényező, hogy a globális médiatérben megjelenő sportolói karakterek – óriási láthatóságuknál fogva – nagyon erős közösség-összetartó erővel rendelkeznek, ami országhatárokon és kontinenseken átívelő rajongói közösségeket képes összekovácsolni.

A sporttal kapcsolatos tartalomfogyasztás egyik markáns jellemzője, hogy világosan kirajzolódó különbségeket találunk a nemek szerint. A válaszadó férfiak közül 80% követ legalább egy sporteseményt, míg ugyanez a gyakorlat csak a nők 66%-ára jellemző. Az összes sporteseményt (nemzetközi, kontinentális, hazai) szignifikánsan több férfi követi, míg a legnagyobb különbség férfiak és nők között a kontinentális és magyar sportesemények iránti érdeklődésben mutatkozik: ezeket a férfiak 20%-kal nagyobb arányban követik. Összességében megállapítható tehát, hogy a sport világa változatlanul inkább a férfiakat foglalkoztatja, arra hogy a nőket ezen belül mi érdekli, a későbbiekben térek ki részletesebben.

A sport az egyik legnépszerűbb és leguniverzálisabb tematikának számít a médiában. Ennek tükrében nem meglepő, hogy ilyen tartalmakkal minden csatornán találkozhatunk, azonban a csatornaválasztás tekintetében a fogyasztók magatartása jelentős variabilitást mutat. A friss hazai kutatás megerősíti azt a nemzetközi eredményt⁴, miszerint a jelentősebb sporteseményeket a rajongók döntő többsége – a megkérdezettek 70%-a – még mindig televízión követi. A nemzetközi vizsgálatokból azt is tudjuk, hogy ennek mi áll a háttérében. Egyfelől a televízió, mint eszköz változatlanul magas technikai színvonalon, gondosan szerkesztett és igényesen tálalt tartalmakat közvetít, ami különösen sportesemények esetében magas élvezeti értéket biztosít (Silverstone, 1998). Másfelől a sportesemények televízión való megtekintése gyakran közösségi élménynek számít, ami családtagoknak és nagyobb számú baráti csoportoknak képes társasági élményt nyújtani. Azt viszont érdemes

⁴ <https://www.statista.com/statistics/1220883/live-tv-sports/>

leszögezni, hogy a televízió népszerűsége a különböző korcsoportokban jelentősebb eltérést mutat. A televízió népszerűsége az idősek között a legnagyobb, ők főleg ezen a felületen követik a sporteseményeket, és a rajongás, szurkolás élményét is ehhez az eszközhöz kötik. A középkorosztály esetében szintén a televízió számít vezető médiumnak, de esetükben a tájékozódás kiegészül az online tartalmak böngészésével, megtekintésével. A televíziós sportközvetítések megtekintése egyedül a fiatalabb generációk esetében szorul vissza jelentősebb mértékben, de a megkérdezett fiatalok több mint felére még mindig jellemző ez a magatartás. A kutatásból azt is látjuk, hogy a második legnépszerűbb csatorna az online média, míg a klasszikus tömegmédiumok közül a rádió és sajtó használata már elenyészőnek számít. A csatornaválasztások kapcsán kirajzolódó generációs törésvonalak a közösségi média és a streaming felületek esetében a legegységesebbek: a közösségi médián keresztül a fiatalok 49%-a, az idősebbek 26%-a, míg az online közvetítésen keresztül a fiatalok 42%-a, az idősebbek 22%-a követ sporteseményeket. Ennek megfelelően az összesített népszerűségi rangsor a következőképpen alakul: televízió (70%), weboldalak (42%), közösségi média (34%), online közvetítések (31%), rádió (10%), nyomtatott sajtó (10%).

A közösségi média nemcsak a sportesemények megtekintésére ad lehetőséget, hanem az ismert sportolók követésére is, s ez elsősorban a fiatalokra jellemző tevékenység. A megkérdezettek közel fele (48%) követ ismert sportolókat és sporttal kapcsolatos oldalakat a közösségi médiában, elsősorban a Facebookon, Instagramon és YouTube-on. A rajongói szokások tekintetében szintén tapasztalhatunk generációs különbségeket, bár ezek nem tekinthetők specifikusnak a sport tematika esetében, hiszen ezek a mintázatok általános szabályszerűségeket követnek. A vizsgálat ezzel összefüggésben azt találta, hogy a 18-26 éves korosztály a legaktívabb a sportolók követésében, közülük a megkérdezettek 69%-a látogatja rendszeresen egy-egy sportoló profilját. A bekövetés esetében a vizsgálat szerint a legfontosabb motivációk között jelenik meg az adott sportág/személy iránti érdeklődés (53%), valamint a sportoló példamutató magatartása, személyisége, tevékenysége (40%). Ez az eredmény szintén egybevág a nemzetközi kutatási eredményekkel⁵, amelyjelenség magyarázatát a sztárkultusz, illetve azon belül is az influencer-jelenség adhatja (Guld, 2016; 2018; 2019). Ezzel összefüggésben körülbelül 2012 óta látjuk azt a folyamatot, hogy az online felületeken is aktív, sportolói háttérrel rendelkező véleményvezérek óriási tömegek figyelmét képesek megragadni és megtartani.⁶ Ami igazán érdekes, hogy ez csak részben magyarázható az említett karakterek tényleges sportteljesítményével és – különösen a női fogyasztók esetében – sokkal több köze van a sportolók személyiségéhez, megjelenéséhez, életmódjához, magánéletéhez vagy azokhoz a márkákhoz és termékekhez, amelyeket ők népszerűsítenek. Ebben az értelemben a „hétköznapiaságot” tekintjük lényeges kulcsfogalomnak, vagyis a fogyasztók az ismert emberek hétköznapijaiba szeretnek ezeken a felületeken keresztül betekintést nyerni (Sziártó, 2016).

A kutatás a sporttal kapcsolatos további tematikák egész sorát is rangsorolta aszerint, hogy azok milyen mértékben kötik le az érdeklődők figyelmét. Ebből kiderül, hogy a közösségi

⁵ <https://www.hollywoodreporter.com/business/digital/movie-stars-matter-but-social-908042/#pagetop>

⁶ Forrás: <https://www.digitalhungary.hu/interjuk/Az-online-videos-sztaroke-a-jovo-interju-Guld-adammal/4256/>

oldalakat a megkérdezettek 31%-a az összefoglalók vagy exkluzív videók miatt követi, 28% pedig attól érzi magát közel a hírességekhez, hogy ezeken a felületeken közvetlenül a sportolók által megosztott tartalmakkal találkozhat. A válaszadók 23%-a ezeken a felületeken tájékozódik a sportesemények menetrendjéről, 22% pedig a szórakoztató vagy vicces tartalmak miatt látogat a személyes oldalakra. A megkérdezettek 19%-a bennfentes információkra számít, 18% a saját sportteljesítményét szeretné fokozni, 17% pedig kifejezetten a sportoló magánéletéről szeretne több információt szerezni. Marketing szempontból nem mellékes, ugyanakkor nem is kifejezetten ígéretes eredmény, hogy saját bevallás alapján csak a felhasználók 12%-a érdeklődik a sportolók által népszerűsített termékek iránt, és mindössze 6% nyilatkozott úgy, hogy a híresség kinézete, megjelenése is szerepet játszik a követésben. Feltételezhető, hogy az elképzelt normáknak való megfelelés e kérdés esetében működött a legerőteljesebben, ami az eredmények torzítását eredményezte, hiszen a kereskedelmi gyakorlatból jól tudjuk, hogy a sportolók személye kifejezetten nagy vonzerővel bír abban az esetben, ha azokat megfelelő kereskedelmi márkákkal párosítják egy marketing kampányban.⁷

A közösségi média használatában a kutatás eltérést mutatott ki a nemek között abban a tekintetben, hogy a megkérdezettek követnek-e az online vagy közösségi médiában sporthoz köthető oldalt vagy személyt, de ez a különbség nem szignifikáns. Ugyanakkor az eredményekből világosan látszik, hogy a nők körében valamivel kisebb azoknak az aránya, akik sporthoz kapcsolódó oldalakat követnek a közösségi médiában. Ennek oka a nemek eltérő érdeklődési körében keresendő: míg a férfiakat alapvetően a sportesemények menetrendje, eredményei és a bennfentes információk érdeklik, addig a nők számára elsősorban a sportolók magánélete érdekes, illetve a saját sporttevékenységhez keresnek hasznos tippeket, tanácsokat. Összességében talán meglepő lehet, hogy a férfiakat jobban érdekli a sportolók megjelenése, mint a nőket, valamint a nők nagyobb arányban látnak példaképeket a sportolóknak, mint a férfiak.

A kutatásból az is kiderül, hogy a sporttematikával foglalkozó közösségi médiában a felhasználók jelentős része inaktív (48%), azaz a tartalmak passzív fogyasztójának számít. A megkérdezetteknek csak 10%-a kommentel vagy lájkol megosztásokat, és csak 5% helyez el ilyen posztokat a saját profiljában. Mindemellett egy másik nagyszámú csoport, a válaszadók 30%-a azt állítja, hogy nem követ sporttal kapcsolatos oldalakat, amíg további 6% bár követ ilyen oldalakat, de valójában soha nem olvassa el az ott megosztott tartalmakat. Nagyobb arányú aktivitás csak a fiatalok kisebb csoportjában mutatkozik, a 18-26 évesek 16%-a lájkol vagy kommentel sporttematikájú megosztások alatt, ez az arány a 54-65 évesek között csak 8%. Ezek az eredmények több szempontból is jellemzőek, illetve igazodnak a nemzetközi trendekhez. Az említett arányok közelítenek a közösségi médiára általában is jellemző „1-9-90” szabályhoz, miszerint a felhasználók 1%-a állít elő eredeti tartalmat, 9%-a ezt erősíti fel, szerkeszti vagy kiegészíti, míg 90% csak passzív követője az eseményeknek.⁸ Úgy tűnik, hogy ez az arány az egyébként kifejezetten népszerű, sporttal kapcsolatos tartalmak esetében sem

⁷ Lásd például: <https://www.forbes.com/sites/kurtbadenhausen/2019/08/03/social-medias-most-valuable-athletes-ronaldo-mcgregor-and-lebron-score/?sh=5715bbaa2f98>

⁸ <https://blog.elatable.com/2006/02/creators-synthesizers-and-consumers.html>

eredményez drasztikus különbséget. Ugyanígy jellemző nemzetközi trend, hogy a közösségi felületeken alapvetően a Z generáció és az Y generáció fiatalabb tagjai aktívak, ami szorosan összefügg azzal, hogy az ifjúsági kultúrákkal, szubkulturális identitásokkal való azonosulás, illetve az ezzel párhuzamos rajongói aktivitás is általában ebben az életkorban éri el a csúcspontját.

Ahogy az a fentiekből kiderül, a sporthoz kapcsolódó közösségi médiatevékenységek inkább passzív módon jelennek meg. Ebből kifolyólag a kutatásban felsorolt és az alábbiakban ismertetett lehetőségek közül egyik tevékenység sem kifejezetten jellemző a magyar szurkolókra. Általánosságban a sportolók követése és fogadások kötetése csak 10-ből 2 válaszadóra jellemző, míg a fiatalokra sokkal jellemzőbbek ezek a tevékenységek, mint az idősebb korosztályra. Nyereményjátékokban a megkérdezetteknek csak 16%-a vesz részt, online szurkolói csoportokhoz 10% csatlakozik, online barátságokat pedig mindössze 9% köt a sporthoz kapcsolódó közös érdeklődés okán. Ennél is kevesebben jelentkeznek be a közösségi oldalakra meccsnézés közben (7%), osztanak meg erről fényképet (7%) vagy cserélik le a profilképüket egy konkrét esemény kapcsán (3%). Marketing szempontból lényeges, hogy sport relikviát vagy márkázott terméket csak a válaszadók 7%-a vásárol, ezek közül a póló a legnépszerűbb, majd ezt követik a különböző használati tárgyak, például sapka, kitűző és pulóver.

A kutatás azt is megvilágítja, hogy a mobil eszközökön történő, útközben zajló tartalomfogyasztás egyáltalán nem számít ritkaságnak. Önbevallás alapján az „on-the-go” tartalomfogyasztás a sporteseményekkel kapcsolatos statikus tartalmakra a legjellemzőbb, mint például online hírek olvasása, fotós beszámolók megtekintése. A válaszadók mindössze 17%-a fogyaszt videós sporttartalmakat is menetközben, de ez összefüggésben állhat a rendelkezésre álló mobilinternet keretével is. A fiatalok jellemzőbben több sporttal kapcsolatos tartalmat néznek „on-the-go”, illetve ez a gyakorlat sokkal jellemzőbb a férfiakra (22%), mint a nőkre (11%). Összességében nem meglepő, hogy az „on-the-go” praxis leginkább a fiatal Z és Y generáció körében jellemző, akiket éppen ezért gyakran szoktunk „mobil nemzedék” vagy „mobil generáció” néven emlegetni. Több korábbi kutatás foglalkozott már azzal, hogy az említett korcsoport médiahasználati szokásaiban jelentkező generációs sajátosságokat legérzékletesebben éppen a mozgás jelentőségén keresztül ragadhatjuk meg (Glózer et al., 2014). A médiahasználattal összefüggésben ez a mozgás értelmezhető a fizikai térben történő helyváltoztatásként és a különböző médiafelületek közötti átjárásként is. A fizikai értelemben történő helyváltoztatás itt főleg az otthon, az iskola/munkahely és az ezeket összekötő út vonatkozásában értelmezhető, ahol minden helyszínhez és magához az úthoz is sajátos médiahasználati praxisok illeszkednek. Ilyenek például azok a mozgás közben kialakított mikro-momentumok, amelyek akár nagyobb mennyiségű tartalom rövid idő alatt történő fogyasztására is alkalmasak lehetnek – például a TikTokon. Ezt főleg a ma már mind több helyen elérhető, nagy sebességű hálózati kapcsolatok használata teszi lehetővé. A média virtuális terében való mozgás elsősorban a multitasking jelenséggel magyarázható, amelynek az a lényege, hogy a felhasználók gond nélkül lépnek át az egyik médiafelületről a másikra, sőt gyakran egyszerre vannak jelen több helyen is. A vizsgálat alapján egyértelműen látszik, hogy mindezek a jellemzők a sporttal kapcsolatos tartalmak esetében is érvényesek a fiatalokra.

Végül a kutatás eredményeivel kapcsolatban nemzetközi kontextusban is érdemes alaposabban górcső alá venni a Z generáció tartalomfogyasztási szokásait. A kiemelt figyelmet az indokolhatja, hogy a digitális bennszülött Z generációs fiatalok „trendsetter nemzedéknek” számítanak, ami azt jelenti, hogy a fogyasztási mintázataikból a jövő trendjeire lehet következtetni.⁹ Ez az állítás azon a megfigyelésen alapul, hogy a korcsoport körében jellemző médiahasználati gyakorlatoknak széles körű hatása van a fogyasztói trendek alakulására, és jellemzően egy-két év eltolódással az idősebb felhasználók körében is megjelennek, majd általánossá válnak. Egy közelmúltban készült kutatás például azt az eredményt hozta, hogy az amerikai fiatalok körében a sporttartalom csökkenő vonzerővel bír, és azt a szórakozás más formái előzik meg, úgymint a filmek és sorozatok, vagy a popkultúra egyéb szegmensei, a zenészek és a celebek.¹⁰ Ugyancsak a sport csökkenő népszerűségét mutatja, hogy a megkérdezett Z generációsoknak csak 53%-a sportrajongó, míg a felnőttek 63%-a és az Y-ok 69%-a vallja ezt magáról. Az amerikai Z generációsok már csak fele olyan valószínűséggel néznek élő sportközvetítést, mint az Y-ok, viszont az e-sport már most is népszerűbb a köreikben, mint az MLB, a NASCAR és az NHL. Bár a hazai kutatás még nem pont ezeket az eredményeket hozta, a jövőben mi is arra számíthatunk, hogy a fogyasztási trendek Magyarországon is ebbe az irányba mozdulnak el a fiatalok között.

„Bajnok vagy és mindig is az leszel!”¹¹ – sportolók mint influencerek 2021-ben

A fenti vizsgálatból két dolog egyértelműen lezűrhető. Egyfelől világosan látszik, hogy az online médiakultúra térhódítása alapvető változásokat generál a sporthoz kapcsolódó tartalmak fogyasztásában mind a csatornák, mind pedig a fogyasztás mintázatait illetően. Másfelől a kutatásból az is látszik, hogy változás tapasztalható abban is, hogy a sportolók személye milyen szerepet játszik a szurkolók és rajongók életében. A Telenor vizsgálatából kiderült, és e tekintetben nincs is komoly változás a korábbi évtizedekhez képest, hogy a sportolók személye fontos referenciapontnak számít kultúránkban. A sportolók példaképnek számítanak, akik olyan komplex értékrendszerek közvetítésében játszanak szerepet, amelyek összefüggésben vannak többek között a sikerrel, a teljesítménnyel, a kiválósággal vagy éppen a férfi és női szerepekkel. Ugyanakkor az online kultúra jelentős változást generál abban a tekintetben, hogy milyen viszony alakul ki a sportolók és a rajongók között. A klasszikus médiakörnyezetben ez egy egyirányú kapcsolat volt, ahol a tömegmédia keretei között a sportolók korlátos számú csatornán és csak sporadikusan tűnhettek fel, jellemzően a sportteljesítményükkel összefüggésben. A kortárs viszonyok között, az online médiakultúra világában ez már kétirányú, interaktív folyamat is lehet, ami azt a benyomást kelti, hogy közvetlen kapcsolat jöhet létre a rajongók vagy szurkolók és a sportolók között. Alapvetően

⁹ Forrás: http://www.epa.hu/03000/03056/00075/pdf/EPA03056_mediakutato_2020_1_079-092.pdf

¹⁰ Forrás: <https://morningconsult.com/2020/09/28/gen-z-poll-sports-fandom/>

¹¹ Hosszú Katinka Facebook posztja alatt olvasható rajongói komment a tokiói olimpia idején, 2021. július 28-án. <https://www.facebook.com/photo/?fbid=365168798311117&set=a.200476304780368>

ez az átalakulás eredményezi, hogy a sportolók egyre gyakrabban jelenhetnek meg az online véleményvezér vagy influencer pozíciójában. A tanulmány második részében ennek a folyamatnak a legfrissebb trendjeit tekintjük át nemzetközi szakirodalmak alapján.

A jelenség megértéséhez szükségszerű annak belátása, hogy milyen tényezők eredményezik a sportolók jelentősebb vonzerejét az influencerek piacán. A jelen szövegben amellet fogok érvelni, hogy alapvetően három főbb tényező játszik szerepet abban, hogy a sportolók kiemelkedő vonzerővel bírnak a közönség körében, és ezzel együtt jelentős kereskedelmi értéket is képviselnek. A jelenség egyik legkézenfekvőbb magyarázat a *hírnév születésének módja* a sportolók esetében. Ha az ismert emberekkel foglalkozó tipológiákat vizsgáljuk, akkor azt találjuk, hogy a híres sportolók szinte mindegyik megközelítésben a sztárok elit csoportjába tartoznak. Monaco taxonómiai rendszerében a sikeres sportolók a „hősök” vagy a „sztárok” kategóriájába esnek – mindkét csoportra jellemző, hogy a hírnévhez komoly erőfeszítés, kitartó munka, nagy teljesítmény és sok esetben páratlan tehetség kötődik. A sztárok kategóriájára az is érvényes, hogy a karakter a közszerepléseken keresztül a nyilvánosságban is jelentős láthatósággal rendelkezik (Monaco, 1978). Rojek rendszerében a sportolók az „elért sztárság” (*achieved celebrity*) típusába tartoznak, ami leginkább olyan valós eredményekre vonatkozik, amelyek a média világtól független szférákban jönnek létre, így a tudományokban, a gazdaságban vagy éppen a sportban (Rojek, 2011). Ha a sikeres sportolók karakterét kifejezetten az influencerekre kidolgozott tipológiák szerint akarjuk meghatározni, akkor esetükben a lassú, építkező karrier kategóriája érvényes. Erre a magyarázat, hogy a sportolói karrierrek felépítéséhez gyakran évtizedes munka szükséges. Lehetséges, hogy ismert sportolók pillanatok alatt milliós követői tábor tudnak összegyűjteni egy-egy platformon, az ehhez szükséges munka és teljesítmény komoly energia és időbefektetést igényel.

Második tényezőként említhető a sport és a sportolók erőteljes identitásképző funkciója, ami többféle formában is megnyilvánulhat. Ezek közül itt csak a téma szempontjából lényeges két identitástípus tárgyalására térek ki, melyek közül az első a *csoportidentitás*. A csoportidentitás egy olyan pszichológiai kötődésre utal, amit a sportrajongó érez kedvenc sportóljagvagsapatairánt (Kim et al., 2009; Wan, 2006; Lee, 2021). A rajongói csoportokhoz való kötődés a sport esetében sem tér el a szociológia által leírt alapvető csoportdinamikai folyamatoktól. A rajongói csoport tagjaiban érzelmi kötődés jön létre nemcsak a sport és a sportolók, hanem egymás irányába is; a csoport tagjai szívesebben szimpatizálnak egymással, mint a csoporton kívüli egyénekkkel; továbbá a csoportba tartozók hajlamosak saját magukat és csoportjukat különböznek tartani más egyéneknél és csoportoknál (Hogg & Abrams, 1988). A témában készült kutatások azt is kimutatták, hogy a csoportidentitás erősségének függvényében a szurkolók kognitív és viselkedésben megnyilvánuló reakciói jelentős eltéréseket mutatnak. A legelkötelezettebb szurkolók kifejezetten intenzív érzelmi reakciókat élnek meg, legyen az egy nyertes mérkőzés felett érzett öröm vagy egy vesztes játszma utáni lehangoltság. A szurkolói keménymag esetében pedig egészen sajátos kognitív mechanizmusok működnek, amelyek a sikert belső tényezőkkel (pl. sportolók kimagasló tehetsége, páratlan képességek, stb.), míg a kudarcot külső körülményekkel magyarázzák. A témában folytatott kutatások azt is feltárták, hogy a magas érzelmi elköteleződéssel

és erős csoportidentitással rendelkező szurkolók a médiahasználat tekintetében is jól megkülönböztethető fogyasztási mintákkal rendelkeznek: több csatornán keresztül, nagyobb következetességgel és koncentráltabb figyelemmel követik azokat a tartalmakat, amelyek szorosan kapcsolódnak a sporton keresztül konstruált csoportidentitásokhoz (Yim and Byon, 2018). Az intenzív csoportidentitással magyarázható az a tendencia is, hogy a szurkolók a sportolókhoz köthető márkákhoz lojálisabbak, azaz kisebb valószínűséggel váltanak új márkákra a megszokottak helyett (Lin, 2017 id. Lee, 2021).

A sportolók identitásképző erejének másik aspektusa a *nemzeti identitáshoz* kapcsolódik. Ezzel összefüggésben általánosan érvényes törvényszerűség, hogy különösen a nemzetközi versenyeken a sportolók sohasem csak saját magukat vagy csapatukat képviselik, hanem egy egész nemzetet. Mivel a nyilvánosságban viszonylag kevés olyan esemény van, ami akkora figyelmet kapna, mint a nemzetközi sportesemények, így az azokon szereplő sportolók komoly szimbolikus potenciállal is rendelkeznek. Ez a tényező tovább mélyítheti a sikeres sportolók iránti elköteleződést, illetve erős emocionális töltetet adhat a szurkoló és sportolók viszonyához. A folyamat a sporthoz kapcsolódó olyan klasszikus *médiaesemények* esetében a legnyilvánvalóbb, mint az olimpiai közvetítések, ahol a kimagasló teljesítmény egy egész ország dicsőségére válik (Dayan & Katz, 1992). Hazánkban az említett jelenség egyik legjellemzőbb példája Hosszú Katinka pályafutása lehet, aki páratlanul sikeres sportolói karriert tudhat maga mögött, számos alkalommal képviselte Magyarországot nemzetközi versenyeken, így nem véletlen, hogy az ország egyik legnépszerűbb sportolója lett. Ennek tükrében pedig az sem meglepő, hogy az elmúlt évek során a sportolónő az egyik legértékesebb és legkeresettebb influencer lett az online médiában, aki csak az Instagramon több mint 400.000 követővel rendelkezik.¹²

Harmadik tényezőként a *sportolók kinézete*, vonzó fizikai megjelenése említhető. A külső megjelenés a 20. század elejétől kezdve a hírességek egyik legfontosabb védjegye. A vonzó külső már a hollywoodi aranykorszak kezdetén biztos belépőt jelentett a sztárok világába, s a jó megjelenés nem egyszer többet nyomott a latban, mint a színészi tehetség. Nem véletlen, hogy a sportolók kiemelkedően vonzó, erős, egészséges fizikuma kezdetektől fogva értékes árucikknek számított az ismertségiparban. Ezt igazolják azok a klasszikus és kortárs amerikai filmsztárok is, akik élsportolókból váltak a filmvászon csillagaivá. Az említett sztárok sorát gyarapítja többek között az egykori futballista Dwayne “The Rock” Johnson, a testépítő Arnold Schwarzenegger, a műugró Jason Statham vagy akár Ronald Reagan is, aki szintén egy sikeres sportolói karrier után nyergelt át a filmiparra, mielőtt az Egyesült Államok elnöke lett.¹³ Ebben a tekintetben az ismertségipar működése mit sem változott, a sporttal elérhető jó megjelenés az influencerek esetében is kulcsfontosságú a sikerhez. Egy néhány éve készült iparági felmérés például azt találta, hogy a biztos siker eléréséhez a marketing szakemberek 50%-a elsődleges jelentőségűnek tartja az ismert ember kinézetét, 29%-uk nagyon fontosnak tartja azt, 17% gondolja, hogy a kinézet lényeges, és a megkérdezett szakértők mindössze 5%-a vélekedik úgy, hogy a megjelenés mellékes.¹⁴ Mindebből az következik, hogy a vonzó

¹² <https://www.influencerkereso.hu/toplista/instagram/kovetok>

¹³ <https://www.mensjournal.com/entertainment/20-famous-actors-who-started-out-athletes/>

¹⁴ <https://www.hollywoodreporter.com/business/digital/movie-stars-matter-but-social-908042/#pagetop>

kinézetű sportolók már csak megjelenésüknél fogva is óriási figyelmet kapnak a médiában, és nemcsak a közönség soraiban, hanem a kereskedelmi szereplők köreibben is (Seiler & Kucza, 2017).

A sportolók influencer kommunikációs aktivitásának ma már szinte megkerülhetetlen tényezője a marketing tevékenység. Az influencer marketing a 2010-es évek közepe óta számít az online marketing egyik leginnovatívabb szegmensének, és a megoldás népszerűsége folyamatosan növekszik. Az influencer marketing a *content marketing* vagy tartalommarketing egyik típusának számít, ami azon az elképzelésen alapul, hogy a fogyasztók szívesebben vásárolják meg azokat a termékeket, amelyeket olyan ismert emberek, sztárok, celebek vagy hétköznapi hírességek népszerűsítene, akiket elismernek, csodálnak, illetve akikhez érzelmileg is kapcsolódni tudnak. Az influencer marketing sikerességére jellemző, hogy a megoldásra elköltött összeg az utóbbi években exponenciálisan növekszik: az Egyesült Államokban 2021-ben 33,6%-kal, összesen 3.6 milliárd dollárral nőtt a megoldásra fordított reklámkiadás.¹⁵ Ebből az összegből egyre nagyobb szeletet hasítanak ki világhírű sportolók, akik kiemelkedő népszerűséggel, globális eléréssel és sokmillió követővel rendelkezők. Erre az egyik legjobb példa Cristiano Ronaldo lehet, aki 318 millió követővel¹⁶ az Instagram legnépszerűbb hírességének számít, és akinek egy-egy posztja 1 millió dollárt ér a reklámpiacon (Lee, 2021).

A szakirodalmak szerint az influencerként is működő sportolók egyik legfontosabb vonzereje a hitelesség (Lee, 2021). A sportolók esetében a hitelesség a sportteljesítmény folyamánként értelmezhető, ami azzal a befektetett energiával, erőfeszítéssel és kitartással hozható összefüggésbe, amellyel kiemelkedő teljesítmények érhetők el. A sportélet jellegzetességeiből adódik, hogy a sportolók teljesítménye és hitelessége még ma is viszonylag ritkán kérdőjeleződik meg, így a sportolók a nyilvánosság szereplői között kivételesen stabil és megbízható karaktereknek számítanak. Ez az a tényező, amit a kereskedelem és a reklámpiacon maximálisan igyekszik kihasználni a jelentés transzfer (*meaning transfer*) működésén keresztül. Ennek lényege, hogy a marketing szakemberek munkájuk során mindig arra törekcsenek, hogy a sikeres sportolóval társítható értékeket (erő, kitartás, teljesítmény, vonzerő, stb.) minél hatékonyabban terjesszék ki egy adott márkára vagy termékre. Ez a gyakorlat hosszú évtizedek óta hatékonyan működött a tömegmédia világában is, és az utóbbi évek során még hatékonyabb megoldások születtek a digitális korszak közösségi alkalmazásain. A web 2.0 és a közösségi applikációk korszakában ugyanis a személyes kapcsolat illúziója alakul ki a rajongó vagy szurkoló és a sikeres sportoló között, ami a korábban bemutatott médiahasználati gyakorlatokon, illetve az ahhoz kapcsolódó kulturális praxisokon keresztül minden korábbinál erősebb kötődést eredményez.

¹⁵ <https://www.emarketer.com/content/us-influencer-spending-surpass-3-billion-2021>

¹⁶ <https://www.brandwatch.com/blog/top-most-instagram-followers/>

Összegzés

Az itt elvégzett munka azt bizonyítja, hogy a sportolók és a hozzájuk kapcsolódó szurkolói csoportok vagy rajongói közösségek nemcsak kulturális szempontból érdekesek, hanem komoly kereskedelmi és gazdasági jelentőséggel is bírnak. Az eredményekből jól látható, hogy a médiakultúra változása, a digitális, közösségi média térhódítása – az egyszerű felhasználói praxisok változásán túl – jelentős változásokat eredményez a sportolók és a szurkolói csoportok kapcsolatában is. Bár a Magyarországon végzett vizsgálat kimutatta, hogy a felhasználók jelentős része még mindig erősen kötődik a televízióhoz amikor sporttal kapcsolatos tartalmak fogyasztásáról van szó, viszont egyre többen tájékozódnak az online térben is, ami különösen a fiatalabb generációkra jellemző. A vizsgálat rámutat, hogy az online média új kontextusba helyezi a sportolók és rajongók viszonyát, és ehhez többek között hozzájárul az is, hogy nő az elérhető tartalmak száma, általánossá válik az azonnaliság élménye, illetve a tartalmak már mozgás közben, „on-the-go” formában is megtekinthetők. A legnagyobb változás mégis az lehet, hogy a sportolók saját csatornáikon, saját üzeneteikkel tudják megszólítani a közönséget. Ez a gyakorlat pedig minden eddiginél közvetlenebb viszonyt képes teremteni a szurkolók és a sportolók között, és ezt kihasználva egyre több, influencerként is aktív sportoló jelenik meg a nyilvánosságban. Az okfejtés feltárta, hogy a sportolók népszerűségében és vonzerejében több tényező is szerepet játszik, úgymint a hírnév születésének módja, a csoport- és nemzeti identitás, valamint a vonzó külső. Ezek együttesen eredményezik, hogy a sportolók kiemelkedően megbízható, stabil csoportot képeznek az ismert emberek világán belül. Ez magyarázza azt is, hogy az irántuk való kulturális és piaci érdeklődés 2021-ben is töretlen.

Irodalom

- Dayan, D., Katz, E. (1992). *Media Events: The Live Broadcasting of History*. Cambridge, Mass.: Harvard University
- Glózer, R., Guld, Á., Maksa, Gy., Németh B. (2014). A Z NEMZEDÉK Médiahasználat és kommunikációs szokások, *Korunk* 25. évf. 7. sz.
- Guld, Á. (2016). YouTube sztárok: Hírnév és ismertség viszonyai az új média világában. In: Székely Levente (szerk.): *Fókuszpontok: Úton az ifjúság megismerése felé*. Budapest: Gondolat Könyvkiadó, 316-351.
- Guld, Á. (2018). „Chillezzünk, beszélgessünk, áztassuk ki a testünket!” Mitől működik az influencer kommunikáció a turizmusmarketingben? In: Csapó, János et al. (szerk.): *Generációk a turizmusban. I. Nemzetközi Turizmusmarketing Konferencia: Tanulmánykötet*. Pécs: Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Kar, 183-195.
- Guld, Á. (2019). Konvergens média, konvergens médiasztárok? *Alföld*, 70/3, 44-54.
- Hogg, M. A., Abrams, D. (1988). *Social identifications: A social psychology of intergroup relations and group processes*. Taylor & Frances/Routledge
- Kellner, D. (1995). *Media Culture*. New York: Routledge
- Kim, Y., Kim, S. (2009). The relationship between team attributes, team identification and sponsor image. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 10(3), 215–229.
- Lee, J. K. (2021). The effects of team identification on consumer purchase intention in sports influencer marketing: The mediation effect of ad content value moderated by sports influencer credibility *Cogent Business & Management*. 2021(8). <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/23311975.2021.1957073>
- Lin, Y. (2017). Influence of spectator motivation and team identification on team loyalty and switching intentions of sports fans. *Advances in Management*, 10(4), 7–17.
- Monaco, J. (1978). *Celebrity: The Media as Image Makers*. New York: Doubleday Press.
- Rojek, C. (2011). *Celebrity*. London: Reaktion Books.
- Seiler, R., Kucza, G. (2017). Source credibility model, source attractiveness model and match-up-hypothesis: An integrated model. *Journal of International Scientific Publications: Economy & Business*, 11, 1–15.
- Silverstone, R. (1998). *Television and everyday life*. London: Routledge.
- Szijártó, Zs. (2016). A mindennapi élet újrafogalmazása: a média- és kultúrakutatás új területei. In: Szijártó, Zs. (szerk.): *Médiakutatás és mindennapi élet*. Budapest: Gondolat Könyvkiadó, 9-25.
- Wann, D. L. (2006). The causes and consequences of sport team identification. In A. Raney A. & J. Bryant (Eds.), *Handbook of sports and media* (pp. 331–352). Erlbaum.
- Yim, B. H., Byon, K. K. (2018). The influence of emotions on game and service satisfaction and behavioral intention in winning and losing situations: Moderating effect of identification with the team. *Sport Marketing Quarterly*, 27(2), 93–106.

Molnár György:

MESTERSÉGES INTELLIGENCIÁRÓL KICSIT MÁSKÉPP – GYAKORLATI MEGKÖZELÍTÉSBŐL

Héder Mihály „Mesterséges intelligencia Filozófiai kérdések, gyakorlati válaszok című munkájáról” című monográfiája a szerkezetét tekintve 3 fejezetből és 13 alfejezetből áll, amely tartalmazza a kötet bevezető fejezetét is, amely a szerző saját tollából származik. A kötet írója, aki jártas mind a filozófiai mind a műszaki és számítástudományi világban egyaránt, arra vállalkozott, hogy a legfontosabb Mesterséges intelligenciával foglalkozó filozófiai kérdéseket és azok jeles képviselőit összegyűjtse, rendszerezze és jellemezze, ezen túl pedig konkrét gyakorlati válaszokkal is szolgáljon minderre. Az MI-vel kapcsolatos felfogások, tévhitek, tapasztalatok igen vegyes képet mutatnak mai világunkban, ezekkel kapcsolatos ipari és számítástechnikai tervezések és megvalósítások nagyon komoly szakmai kihívást jelentenek, azonban segítségükkel a befektetett idő, tudás és energia többszörösen megtérülhet a jövőben. A könyv témája nagyon aktuális napjainkban, különös tekintettel a COVID-19 időszakára, amikor sok esetben a digitális, mesterséges, gépi megoldások nyújtottak gyors és biztonságos megoldásokat.

A szerző fejezetei a könyvben egészet és teljesen homogén, alapos kutatómunkán alapuló szakmai anyagot alkotnak. Az író magabiztosan használja a szakmai kifejezéseket és a felhasznált szakirodalomból is jól látszik, hogy széles körűen (122 megadott és hivatkozott irodalmi forrás) illeszkednek a nemzetközi trendekhez és elvárásokhoz. Nyelvezete szakszerű, érthető és világos, a feldolgozott témái, gyakorlati példái életszerűek és jól megalapozottak. A könyv egyik legnagyobb erőssége, hogy megjelenik benne a filozófiai elméleti háttér, ezzel együtt a jó gyakorlati példák részletes bemutatása is. A könyv struktúrájában hangsúlyosan megjelennek a 21. század elejét meghatározó technológiák, számítástechnikai algoritmusok, robotok és interfészek.

A szerkesztett kötet esztétikai megjelenése alapvetően szép, szakszerűen tagolt, számos vizuális elem (összesen 20 ábra) segíti, szemlélteti a tárgyalt tartalmak megértését, feldolgozását, amely sokkal könnyedebbé és olvashatóbbá teszi a feldolgozását.

A szerző tollából származó Bevezető egy részletes, áttekintő képet ad az MI fejlődéstörténetéről az 1930-as évektől napjainkig.

Az I. rész alapvetően az MI-t ért negatív filozófiai kritikai gondolatokat fogja össze. E rész második fejezete egy fontos anomáliát igyekszik feloldani, nevezetesen az MI-t ért negatív kritikákat ellentételezi, konkrét gyakorlati példákon (pl. Go tábla, Sakk) keresztül megvilágítva a Mesterséges Intelligencia mai „tudásképpességét”, amely a korábbi működésképtelenségként emlegetett feltételezéseket erősen meggyengítette. Ennek markáns jelei a 21. század új fejlesztései, mint pl. az önvezető járművek (amit a szerző is említ), intelligens ügyintézési oszlopok, biometrikus személyazonosítás, MI alapú radiológiai elemzés, arckép azonosítás, leíratózo szoftver, fordítás támogatása MI segítségével. Ezek napjaink MI-alapú legújabb fejlesztései.

A 3. fejezet ugyanakkor Hubert Dreyfus tudós professzor kritikáját ismerteti részletesen az intelligens viselkedésre alapozva, amely szerint nem gépesíthető, ez a mesterséges intelligenciából hiányzik, ugyanis a korabeli MI megközelítésében a számítógépek soha nem érhetik utol az emberi intelligens viselkedést pl. a sakkjátékban. Ezzel szemben erősen megjelenik az MI kutatók válasza Dreyfus négy előfelvetésére (pl. Turing), amelyek mindegyike emberközpontúként jelent meg.

A negyedik fejezet a gépi intelligencia szerepét nyelvfilozófia felől közelíti meg és írja le, a kínai szoba érve alapján.

A következő, 5. fejezet az MI veszélyeit taglalja az emberiség számára, munkakörök, munkaformák, munkaerőpiaci és szerepváltási szempontból, némiképpen holisztikus módon. A végkicsengése, azaz a félelem, hogy az MI kikerül az emberi irányítás alól, némiképpen feloldásra kerül. Tehát azokat a feladatköröket tartják elsősorban automatizálhatónak az MI által, ahol várhatóan jól definiált, gép által végrehajtható szabályokkal leírható a szükséges viselkedés.

A munka II. fő része az MI–t támogató filozófiai irányzatokat és tudósokat (Turing, Denett) ismerteti. Ennek alapjait a következő állítás támasztja alá: az MI működni fog, és összekapcsolja a sikeres működést a gondolkodással. Ebben a részben az MI fejlődési íveit tekinti át néhány érdekes feladatosztályban, kis történeti áttekintés keretében, konkrét számítógépes alkalmazási példákon keresztül (SHRLDU, Shakey, MYCIN, Sakk, Allen robot, Tom robot). A 8. fejezet külön kitér a neurális hálózatok, alternatív számítógépes architektúrák szerepére, külön gyakorlati példaként bemutatva a Game of Life matematikai játékot.

A munka III. fő része napjaink MI-alapú jelenségeit és jövőbeli lehetséges alakulását mutatja be, ahogyan fogalmaz: az MI sikereinek második hullámát. Ennek keretében részletesen megismerhetjük az IBM Watson működését. Ugyanez a rész ismerteti még a Sense-Model-Plan-Act elven működő robotok két fajtáját, majd az AlphaZero programot. A fő rész utolsó fejezete összegzi a mesterséges intelligencia sikereit, a Régimódi MI és az Új MI kontextusában. Végül a szerző az MI jövőjével kapcsolatban így fogalmaz: „Korlát tehát alig látszik, potenciál annál inkább – például a kvantumszámítógépek formájában.” Végző kitekintő példaként és alkotóként Moravec tudós szakembert idézi, aki nem azt jelzi előre, hogy az embernek a jelen formájában hosszú jövője lenne, ugyanakkor az MI-re nem veszélyes fenyegetésként tekint, hanem hatalmas lehetőségként. Moravec szerint tehát a jövőben kíváncsú és egyben szükségszerű a biológiai forma elhagyása, és ehhez a robotika, valamint a számítógépek nyitják meg az utat. A kötet utolsó fejezete az MI-vel kapcsolatos etikai kérdésköröket és dilemmákat fejtegeti. A szerző summázó, markáns útravaló gondolata további érdeklődésre sarkallja az olvasóit: „Ha az olvasónak nincsenek kategorikus meggyőződésai arról, hogy mit tudhat az MI és mit nem, ezzel szemben bizonytalan és tele van kérdésekkel: akkor érti az MI világának jelenlegi állapotát.”

Felmerülhet az olvasóban, hogy végül is valójában mit üzenhet a szerző a munkán keresztül? A kételyek és lehetséges filozófiai elméleti irányvonalak mellett a kézzel fogható nehézségek, bizonytalanságok, veszélyek, valamint a bennük rejlő, jövőbeli potenciális lehetőségek is megjelennek a munkában. A robotok és MI alapú rendszerek működéséről

leginkább általános elméleti keretekkel szembesülhetünk a munkában, a konkrét gyakorlati megvalósítások megoldásainak átgondolását a szerző az olvasóra bízta, némi holisztikus apróbb bizonytalanságot is magában hordozva. Ez számos lehetőséget adhat az MI és robotika területén rejlő lehetőségek, alapelvek, alkalmazható eljárások továbbgondolására, illetve mindezek társadalmi kontextusban történő megítélésére.

A szerző munkája egy általános, átfogó, összegző kitekintést ad az olvasók számára, amely sokaknak segíthet a hiteles tájékozódásban és jövőbeli orientációban a Mesterséges Intelligencia kapcsán.

ABSZTRAKTOK

Demeter Márton: Imperializmus a tudományban

A tanulmány a tudástermelés, szűkebben az akadémiai tudástermelés világrendszerszintű működését mutatja be az akadémiai tőkefelhalmozás, az akadémiai munka és termelékenység fogalmaival. A tudástermelési mező jellegzetes példáin, az oktatási és kutatási nemzetköziesítés stratégiáin és mítoszain keresztül a tanulmány amellel érvel, hogy a neoliberális akadémiai kapitalizmus szuperstruktúrája leírható az imperializmus rokon foglmainak segítségével, és a piacgazdaságban megfigyelt – főként a tőkefelhalmozás egyenlőtlenségein alapuló – aránytalanságok az akadémiai szféra működésére is tökéletesen jellemzőek. Gyakorlati példák gyanánt a tanulmány bemutatja az akadémiai szféra néhány jellemző ágenciájának centrum/periféria viszonyait, amelyek az akadémiai tevékenységeket geopolitikailag is leírható, hierarchikus rendszerbe szervezik.

Mészáros Tímea - Vass Vilmos: A tacit tudás transzformációja és hatása a felsőoktatás tudásképe

Tanulmányunk a felsőoktatás változó tudásképet elemzi, különös tekintettel a tacit tudás transzformációk lehetőségeire vonatkozóan. Írásunkat gondolatébresztőnek szánjuk, ennek megfelelően számos kérdést és dilemmát megfogalmazunk. Bemutatjuk a transzformáció különböző szintjeit, a tervezési, módszertani és értékelési innovációtól – a megváltozott tudásképen át – a szervezeti kultúra szintjéig. Végül, de nem utolsó sorban, a továbbgondolást támogatandó, a következtetéseinkben három lehetséges scenáriót is felvázolunk.

Csepeli György - Örkény Antal: Igaz és hamis tudományos hírek fogadtatása közép-európai egyetemi hallgatók körében

A cikkben a közép-európai térség hat országában található egyetemek hallgatói körében folytatott vizsgálat eredményeiről számolunk be. A kérdőívben 8 hamis és 4 igaz hír szerepelt. Egészében véve a válaszadók a hamis híreket inkább elutasították és az igazakat elfogadták. Egyesek következetesek voltak abban, hogy a hamis híreket nem fogadták el, és az igaz híreket elfogadták. Ők a tudományos hírek fogyasztói ideáltípusai. Ellenkezően következetesek, akik a hamis híreket igaznak és az igaz híreket hamisnak tartják. Rájuk egyáltalán nem hat a tudományos kommunikáció. Két hibrid típus is akadt. Az egyik típusba azok tartoznak, akik sem az igaz tudományos híreket, sem a hamis tudományos híreket nem hiszik el. Ők a szkeptikusok. A másik hibrid típusba azok tartoznak, akik mind az igaz, mind a hamis tudományos híreket elfogadják. Ők a kritikátlanok. Csehország kivételével az összes országban a racionálisan gondolkodók voltak többségben. Csehországban a szkeptikusok és a racionálisan gondolkodók aránya majdnem azonos. A többi országban a kritikátlanok és a szkeptikusok közel azonos arányt mutattak. A vizsgálatunk szempontjából kiemelkedően fontos hiszékeny csoport aránya mindegyik országban alacsony volt.

Kiss Dávid: „Elsajátítás-használat-felhasználás”. Gondolatok a digitális irodalomoktatás hatékonyságáról

A járványhelyzetből fakadó, kényszerű digitális oktatás időszaka felszínre hozta és újra a tudományos érdeklődés terébe vonta az egyes szaktárgyak tanítására jellemző, specifikus problémákat. Az irodalomtanítás gyakorlatát évtizedek óta meghatározó szakmai diszkurzus leginkább az olvasóvá nevelés, a kötelező olvasmányok, a kánon és a kronologikus szemlélet, a tantárgy összetett és szerteágazó oktatási-nevelési célkitűzéseinek megvalósítása, hatékonysága köré szerveződik. Tanulmányomban a magyar irodalom tanulásának és tanításának hatékonyságát vizsgálom a digitális oktatás időszakában. Középiskolások körében végzett kérdőíves felmérésem és gimnáziumi magyartanárokkal készített interjúim eredményeit elemezve és értékelve arra a kérdésre keresem a választ, hogy vajon a digitális eszközhasználat elősegítette vagy éppen gátolta a hatékony tanulást.

Balogh Csaba – Dragon Zoltán – Mátyus Imre – Pusztai Bertalan: A közösségi média hatása az egészséggel kapcsolatos elképzelésekre és a testképre

2017 őszén – a Szegedi Tudományegyetem EFOP 361-es projektje keretében – médiatudományi kutatások kezdődtek az egészség diskurzusának mediatizációjáról a Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszéken. A számos altémában zajló vizsgálatok egyik iránya a test mediatizációjával, a közösségi médiában megjelenő testképek hatásával foglalkozik. Feltételezésünk szerint egészségről és betegségről, egészséges és esztétikus testről való elképzeléseinket nagymértékben befolyásolja a közösségi média. Különösen erős hatást feltételezhetünk a digitális bennszülött Z generáció tagjai esetében, akik számára az önmediatizáció rutinszerű gyakorlat. 2020 tavaszi kutatásunkban egy kismintás kísérleti kutatást kombináltunk kiválasztott Instagram profilok kommentjeinek elemzésével. Kutatásunk nem reprezentativitásra törekszik, hanem egy szociokulturálisan heterogén csoport (az egyetemista fiatalok) körében végzett feltáró jellegű vizsgálat, amely publikus képeken és diskurzusokon keresztül igyekszik vizsgálni a médiahasználat és a testkép viszonyát.

Guld Ádám: Sportolók, rajongók, influencerek szurkolói szokások változása az online térben

A digitális médiakultúra térhódítása napjainkban az élet szinte minden területén tetten érhető. Az online média a leghétköznapiabb praxisokban is új megoldásokat eredményez, és ez alól a sport és az ahhoz kapcsolódó rajongói kultúrák működése sem képez kivételt. A 2010-es évek közepétől már jól megfigyelhető az a trend, ahogyan a sportolók, a sportesemények, illetve ezek rajongói egyre jelentősebb mértékben kapcsolódnak az online színterekhez. Az említett átalakulás jelentős változásokat generál, és ezeknek gyakran egészen távolra mutató hatásai is lehetnek. Az egyik ilyen jelenség, hogy a sport kiválóságai az online véleményvezérek vagy influencerek szerepében tűnnek fel. Tanulmányomban ezeket a folyamatokat mutatom be egy friss kutatás eredményei alapján, ami a magyar szurkolói szokások változásait vizsgálta a 2021-es Labdarúgó Európa-bajnokság kapcsán. Ezt követően a tanulmány második fele arra fókuszál, hogy a szurkolói gyakorlatok változása hogyan járul hozzá ahhoz, hogy a sportolók az influencer piac legértékesebb szereplőivé váljanak.

ÉLETRAJZOK

Balogh Csaba újságíró, kommunikációs szakértő. A HVG rovatvezetője, a Szegedi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékének oktatója. Újságíróként és kutatóként is érdeklődési területei közé tartozik a webes kommunikáció, a közösségi média, valamint a készülékújdonosságok és a technológiai innováció társadalmi hatásai.

Csepeli György DSc professor emeritus, az ELTE Társadalomtudományi Kara Szociológiai Doktori Iskolája Interdiszciplináris Társadalomkutatások programjának vezetője. Kutatási területe a csoportközi viszonyok szociálpszichológiája, érdeklődése utóbb az információs társadalom, a mesterséges intelligencia társadalmi-gazdasági hatásainak kutatása felé fordult.

Demeter Márton PhD kommunikációkutató. 2011-ben doktorált a Pécsi Tudományegyetem Kommunikáció Doktori programjában, 2021-ben pedig a Nemzeti Közszolgálati Egyetemen habilitált nemzetközi tanulmányokból. Fő kutatási területe a globális tudástermelés kritikája. Több mint három tucat cikke jelent meg a kommunikációs szakma vezető nemzetközi lapjaiban, mint a *New Media & Society*, az *International Journal of Communication*, a *Journalism & Mass Communication Quarterly*, a *Journalism Studies* vagy a *Scientometrics*. Több nemzetközi folyóirat szerkesztőbizottsági tagja, monográfiája – *Academic Knowledge Production and the Global South* címmel – 2020-ban jelent meg a Palgrave Macmillan kiadónál.

Dragon Zoltán PhD a Szegedi Tudományegyetem Amerikanisztika tanszékének oktatója. Kutatási területei a digitális kultúra és elmélet, a filmelmélet, a vizuális kultúra és a fotográfia. Könyvei: *The Spectral Body: Aspects of the Cinematic Oeuvre of István Szabó* (2006), *Encounters of the Filmic Kind: Guidebook to Film Theories* (Cristian Réka M.-mel közösen, 2008), és *Tennessee Williams Hollywoodba megy, avagy a dráma és film dialógusa* (2011). Az *AMERICANA – E-Journal of American Studies in Hungary* folyóirat és az *AMERICANA eBooks* alapító szerkesztője, valamint a Digitális Kultúra és Elméletek Kutatócsoport vezetője.

Guld Ádám PhD, médiakutató, kommunikációs szakember, a PTE-BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékének habilitált adjunktusa, az IMEC és a MEDU CAMP előadója és szakmai partnere generációs kommunikáció és influencer kommunikáció területeken. Alapító tagja és titkára a Neumann János Számítógép-tudományi Társaság E-hétköznapi Szakosztályának, illetve a médiatudományi oktatással, kutatással és tehetséggondozással foglalkozó Médianegyed Egyesületnek. Média kultúrával, ifjúsági kultúrákkal és a különböző generációk kommunikációs és médiahasználati szokásaival 2010 óta foglalkozik. A témában megjelent írásai többek között a *Marketing és Menedzsment*, a *Korunk* és a *ME.doc* című folyóiratokban olvashatók, a sztárkutatásokkal foglalkozó legújabb kötete 2021 decemberében várható.

Kiss Dávid az Eszterházy Károly Katolikus Egyetem Neveléstudományi Doktori Iskolájának negyedéves doktorjelölt hallgatója, a Gödöllői Református Líceum Gimnázium magyartanára. Érdeklődési területei napjaink irodalomtatásának kihívásai és kérdései, az olvasóvá nevelés, a populáris irodalom és a kánon viszonya, tantárgypedagógiai innovációk és a digitális kultúra.

Mátyus Imre újmédia-kutató, jelenleg a Szegedi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékének mesteroktatója, az SZTE Digitális Kultúra és Elméletek kutatócsoport tagja. Elsődleges kutatási területe az online közösségek kollektív identitásreprezentációinak vizsgálata, különös tekintettel a szabad és nyílt forráskódú szoftverek körül létrejött közösségekre. Emellett többnyire az újmédia társadalmi hatásait, kulturális trendjeit vizsgálja. Oktatói és kutatói munkája mellett grafikai tervezéssel, kiadványszerkesztéssel, illetve web designnal is foglalkozik.

Mészáros Tímea 2014 óta vizuális nevelést oktat a révkomáromi Selye János Egyetem Tanárképző Karának Óvó- és Tanítóképző Tanszékén. Felsőfokú tanulmányait 2004-2008 között az egri Eszterházy Károly Főiskolán végezte, rajz-vizuális kommunikáció szakon. 2011-ben szerzett mesterdiplomát a révkomáromi Selye János Egyetemen, tanító szakon. 2020-2021 között az egri EKE Vizuális Művészeti Intézetben rajz-vizuális kultúra szakos hallgató. 2020-ban kezdte meg tanulmányait az EKE Neveléstudományi Doktori Iskolájában. Kutatási területe: vizuális nevelés, Waldorf-pedagógia

Molnár György PhD, habilitált egyetemi docens, a Műszaki Pedagógia Tanszék vezető oktatója. Villamosmérnök-mérnökstanár, orvosbiológus mérnök, a neveléstudomány doktora (PhD) közoktatási vezető-szakvizsgázott pedagógus, számos tudományos és szakmai bizottság aktív tagja. 2001 óta a BME egyetemi oktatójaként folyamatosan rész vesz a Műszaki Pedagógiai Tanszék, valamint a Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar munkájában. PhD fokozatát 2008-ban szerezte meg az ELTE-n neveléstudományból, majd 2018-ban habilitált a digitális pedagógia témakörében. Az IKT-alapú kutatási alaptémái mellett a szakképzés-pedagógia módszertani és technológiai-innovációs lehetőségei is foglalkoztatják, amelyek alkalmat adtak arra is, hogy az új, korszerű, atipikus és elektronikus tanítási-tanulási utakat is kutathassa.

Örkény Antal DSc, az Eötvös Lóránd Tudományegyetem Társadalomtudományi Karának szociológia professzora. 2011-től az ELTE Társadalomtudományi Posztgraduális (PhD) Szociológia programjának vezetője, valamint a Közép-európai Egyetem (CEU) vendégprofesszora. Fő kutatási területei a társadalmi igazságosságról alkotott attitűdök vizsgálata, nemzeti identitás és nemzeti sztereotípiák, roma kisebbség és romákkal szembeni előítéletek, határidentitás, interetnikus kapcsolatok a Kárpát-medencében, nemzetközi migráció és idegengyűlölet, integrációs stratégiák különböző magyarországi migráns csoportokban.

Pusztai Bertalan PhD, habilitált egyetemi docens, a Szegedi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékének tanszékvezetője. Kutatási területei a turizmus médiareprezentációja, a turizmus kritikai és kultúratudományi kutatása, identitás és társadalmi kommunikáció, interkulturális kommunikáció, módszertani kérdések a kultúrakutatásban.

Szűts Zoltán PhD, média és digitális pedagógia kutató, habilitált egyetemi docens, az Eszterházy Károly Katolikus Egyetem Pedagógiai Karának dékánja, a Milton Friedman Egyetem által kiadott Szabad Piac felelős szerkesztője, A világháló metaforái (Osiris, 2013) és az Online (Wolters Kluwer, 2018) könyvek szerzője. Az Eötvös Loránd Tudományegyetemen diplomázott, doktorált és habilitált, illetve az Eszterházy Károly Egyetemen is doktori fokozatot szerzett. Rendszeres előadója a SISY, EDEN, ICL, HUCER, CogInfoCom és az Új Média konferenciáknak. A hypertextuális irodalom, az online kommunikáció és média, az információs társadalom és a digitális pedagógia kutatója. E-mail: szutszoltan@gmail.com

Vass Vilmos PhD, magyar-történelem-pedagógia végzettségű habilitált egyetemi docens. 39 éve tanít a köz- és a felsőoktatásban. Szakterülete alapvetően a tantervelmélet, az interdiszciplináris tantervfejlesztés és a tantervi paradigmák elemzése. Kutatásai a neveléstudomány számos területét érintik, többek között a kompetenciafejlesztés pedagógiáját, különös tekintettel a kompetenciafogalom fejlődésének tanulmányozására és a kompetenciaalapú tervezés hazai és nemzetközi komparatistikai vizsgálatára vonatkozóan. Az utóbbi évtizedben kutatásainak külön részét képezi a tehetséggondozás és a kreativitás összefüggéseinek, valamint a kreatív gondolkodás fejlesztési folyamatának az elemzése. A szerző közel kétszáz magyar és idegen nyelvű cikket, tanulmányt, könyvfejezet és monográfiát írt. Több hazai és nemzetközi szervezet, magyar és angol nyelvű folyóirat szerkesztőbizottsági, tanácsadó testületi tagja. Számos hazai és nemzetközi konferencián tart előadásokat és műhelymunkákat, közel húsz nemzetközi projektben vett részt kutatóként, szakértőként. Végzett doktoranduszai, szakdolgozói és tanítványai közül több egyetemen oktató tanár és gazdasági vezető került ki.

A tudományban jelenleg is zajló, egyre inkább kiszélesedő globalizációs törekvéseket már csak azért is jellemezhetjük okkal az imperializmus egy megvalósulásaként, mert – a kapitalista típusú imperializmushoz hasonlóan – a neoliberális tudomány működése is kiválóan leírható specifikus tökefajták működéseiként és azoknak a munkával és a tudástermeléssel kapcsolatos relációjaként.

Demeter Márton

A tacit tudás transzformációjának első szakasza a tervezés, módszertan, értékelés innovációjára épül. A felsőoktatási intézmény megváltoztatja tervezési gyakorlatát, előtérbe kerül a kollaboratív tervezés. Ennek stratégiai alapelveit a kompetenciafejlesztés, a tanulási eredmények megfogalmazása, a felülvizsgált Bloom-taxonómia és a kimenetalapúság alkotja. A módszertanban a digitalizáció mellett teret hódít a projekt, a problémaalapú tanulás, a vita, a tanulói kérdéskultúra és mindenekelőtt az interaktivitás.

Mészáros Tímea - Vass Vilmos

A rohamléptékben bővülő tudományos tudással nem lehet lépést tartani, de erre nincs is szükség. A zárt, dogmatikus gondolkodást a háborús logika határozza meg, amely az identitás védelmében a tudást változtathatatatlannak és véglegesnek tartja, nem ismerve el a tévedés és a kritika jogait. Ezzel szemben a nyílt gondolkodást a nem tudás kihívása élteti.

Csepeli György - Örkény Antal

Napjaink infokommunikációs kultúrájában a hagyományos olvasásfogalom megváltozásának, felülírásának lehetünk tanúi, az internet létrehozta digitális térben az olvasás a multimediális információk feldolgozását is jelenti. E módosult olvasás újfajta olvasási stratégiát, újragondolt olvasói magatartást alakít ki és követel meg, melyet a digitális bennszülött generáció inherens adottságaként, meglévő képességkomplexumaként tételezhetünk fel, hiszen e korosztály szocializációja – így a szövegolvasás és információfeldolgozás képessége is – részben az előbb említett digitális térben formálódott.

Kiss Dávid

A tömegmédia lényeges szerepet játszik a testtel kapcsolatos elképzelések, elvárások közvetítésében, kiépítésében. Nem pusztán tükörként működik, amely megjelenít valamilyen, tőle függetlenül létező társadalmi ideált, hanem „sajátos interaktív és performatív jellege van”. A média szerepe e tekintetben elsődlegesen az, hogy idealizált testképet kínál a befogadó számára. Az egészséges és esztétikus testről szóló médiaüzenetek gyakorisága miatt a reprezentált testideál internalizálódik, és a tömegmédia által megerősített, irreális testkép válik viszonyítási alappá a saját test megítélése szempontjából is, amely komoly pszichológiai feszültség forrása lehet.

Balogh Csaba – Dragon Zoltán – Mátyus Imre – Pusztai Bertalan

A vizsgálat rámutat, hogy az online média új kontextusba helyezi a sportolók és rajongók viszonyát, és ehhez többek között hozzájárul az is, hogy nő az elérhető tartalmak száma, általánossá válik az azonnaliság élménye, illetve a tartalmak már mozgás közben, „on-the-go” formában is megtekinthetők. A legnagyobb változás mégis az lehet, hogy a sportolók saját csatornáikon, saját üzeneteikkel tudják megszólítani a közönséget.

Guld Ádám