



Új területek és fogalmak
a kortárs médiakultúra
kutatásban II.

Médiakutatás a digitális korszakban

Konferencia a Médianegyed Egyesület,
a PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék
és a Nyelv és Kommunikáció Doktori Program szervezésében
2019. március 22-23.
Pécs, Zsolnay Kulturális Negyed, E25-ös épület

Kiállításmegnyitó: 6PANELS Képregények - re.public Projekttér
2019. március 22. 18:30



PROGRAM

MÁRCIUS 22. péntek

10:30-11:00 REGISZTRÁCIÓ

11:00-11:20 KÖSZÖNTŐK

I. szekció - MÉDIAKUTATÁS ÉS RÉSZVÉTELESEG - E25 001
szekcióvezető: Császi Lajos /PTE BTK/

11:20-11:40 Lukács Gabriella /PTE /CEU/
Internet mének a politikai kommunikációban:
Egy magyarországi példa komparatív megértéséhez

11:40-12:00 Müllner András /PTE BTK/
Az utca jelentései a nemzeti közti MyStreet-mozgalomban -
Drámaiság, részvételiség, videó

12:00-12:20 Szijártó Zsolt /PTE BTK/
(Új) médiakutatás és (digitális) antropológia

12:20-12:40 Feischmidt Margit /PTE BTK/
Szociológiai adatfelvétel a közösségi média használói körben -
Módszertani újítások és problémák

12:40-13:00 VITA

13:00-13:40 EBÉDSZÜNET

II. szekció - MÉDIA-TÖRTÉNETEK - E25 307
szekcióvezető: Tóké Gyöngyvér /Sapientia EMTE/

13:40-14:00 Tófalvy Tamás /BME GTK/
A magyar digitális média társadalomtörténete felé: Fókuszok és
módszertani problémák a hazai internetes tartalomszolgáltatás
történetének kutatásában

14:00-14:20 Dobovicski Attila /PTE BTK/
Médiaarcheológiai kutatások a technológiai változások mentén.
Mikrotörténeti nézőpont

14:20-14:40 Vajda András /Sapientia EMTE/
A romániai magyar média szereplői. Életpályák és élettörténetek

14:40-15:00 Havasréti József /PTE BTK/
Laikus és professzionális irodalomkritikai szövegek a közösségi
médiában

15:00-15:20 VITA

15:20-15:40 SZÜNET

III.A szekció - AZ IRODALOM ÉS A DIGITÁLIS VILÁG - E25 201

szekcióvezető: Müllner András /PTE BTK/

15:40-16:00 Gács Anna /ELTE BTK/
Affektívitás az irodalom befogadásában

16:00-16:20 Glózer Rita /PTE BTK/
„Azonnal oldódó” - Amatőr irodalmi formák az Instagramon

16:20-16:40 Gelsz Barbara /PTE BTK/
I'm back followers! – Letűntnek hitt platformok feltámadása,
a felhasználók vándorlása

16:40-17:00 Torbó Annamária /PTE BTK/
A Wattpadtól Hollywoodig – Amatőr és professzionális young adult
tartalmak

III.B szekció - DIGITÁLIS ÉS KONVERGENS MÉDIAKULTÚRA I.
szekcióvezető: Gagy József /Sapientia EMTE/ - E25 307

15:40-16:00 Mester Tibor /PTE BTK/
Miért néz(z)ünk sorozatokat?

16:00-16:20 Guld Ádám /PTE BTK/
„A szövegek mindenhol ott vannak.” - A konvergencia médiafejlesztés
és a 360 fokos ismertség

16:20-16:40 Mátyus Imre /SZTE BTK/
„A Facebook az nem egy fórum” - Közösségi és interakciós
diverzifikálódás a FLOSS 1 *

16:40-17:00 Tóké Gyöngyvér /Sapientia EMTE/
Vállalati honlapok tartalomelemzésének módszertani kihívásai

17:00-17:20 VITA

17:30- Kiállítás megnyitó - RE:PUBLIC Projekttér
Trash Talk - Tévéműsorok Császi Lajos kutatásaiban
Megnyitja: Horvát János médiaszakértő

18:00- FOGADÁS

MÁRCIUS 23. szombat

I. szekció - ÚJSÁGÍRÁS A DIGITÁLIS VILÁGBAN - E25 307
szekcióvezető: Horvát János médiaszakértő

10:00-10:20 Gál Miklós /BCE GTK/
Híreket mondunk – töprengések a visszhangkamra (echo chamber)
és a szűrőbuborék (filter bubble) hype relevanciájáról

10:20-10:40 Szárai Petra /PTE BTK/
Online hírfogyasztási szokások 2018-ban a Mérték-Medán
felmérésének adatai alapján

10:40-11:00 Polyák Gábor /PTE BTK/
A media governance mint az álhírek és a dezinformáció
szabályozásának módja

11:00-11:20 VITA

11:32-11:40 Polyák Gábor - Torbó Annamária /PTE BTK/
Új típusú készségek a jövő újságíróinak - Újságírással
kapcsolatos projektek eredmények

11:40-12:20 EBÉDSZÜNET

**II.A szekció - A DIGITÁLIS ÉS KONVERGENS
MÉDIAKULTÚRA II. - E25 307**
szekcióvezető: Tófalvy Tamás /BME GTK/

12:20-12:40 Hermann Veronika - Keszeg Anna /ELTE BTK-DE BTK/
A hatvanas évek nosztalgia konvergencia médiateret

12:40-13:00 Bódi Jenő /PTE BTK/
„Újgazdag kislány chipsszel eteti a kacskákat”-
Balatoni turizmus és moralizálás online terekben

13:00-13:20 Rajnai Richárd /PTE BTK/
Gyerek hírek – esettanulmány egy offline és online
platformon megjelenő diákújságról

13:20-13:40 Gagy József /Sapientia EMTE/
Csend, zaj, „zaj-háló”, „csend-kerítés”

13:40-14:00 VITA

**II.B szekció - RÉGI-ÚJ FORMÁTUMOK:
KÉPREGÉNYEK ÉS VIDEOJÁTEKOK - E25 201**
szekcióvezető: Lukács Gabriella /PTE /CEU/

12:20-12:40 Dunai Tamás /SZTE BTK/
A hazai képregényes színtér online terei

12:40-13:00 Maksa Gyula /PTE BTK/
Digitális képregénytudomány?

13:00-13:20 Pólya Tamás /PTE BTK/
A morális műpáinktól a médiaszöveg-metafordig, avagy mit
„olvas”, aki erőszakos videójátékkal játszik és hogyan kutathatjuk
empirikusan e játékok „értelmezéseit”?

13:20-13:40 Maljusin Mihály /PTE MK/
Metajátékokról – a warez-színtér esete

13:40-14:00 Kollár Inez Zsófia /PTE BTK/
Ember embernek farkasa? - Overwatch vs. Fortnite

14:00-14:15 VITA

14:15 ZÁRSZÓ



2008 őszén, nem sokkal több, mint 10 évvel ezelőtt jelent meg a *Médiakutató* című lapban Császi Lajos tanulmánya [Médiakutatás a kulturális fordulat után](#) címmel. A szöveg a modernista-társadalomtudományi paradigmában gondolkodó, a média társadalmi-politikai jelentőségét hangsúlyozó felfogással szemben kínált alternatívát egy olyan kutatási tradíció elméleti és történeti rekonstrukciójával, amely a mindennapi élet és a média kapcsolatát állította középpontba, fontos szerepet szánva a populáris kultúra tanulmányozásának.

Az elmúlt évtizedben jelentős társadalmi-kulturális és technológiai változások zajlottak le a médiarendszer és társadalom vonatkozásában, amelyek miatt érdemesnek tűnik feltenni ezt a 10 évvel ezelőtti kérdést: mennyiben módosultak, hogyan alakultak át az elmúlt időszakban a médiakutatás preferenciái, témái és módszerei a digitális médiavilág tanulmányozása során.

Az aktív oktatói pályájától búcsúzó Császi Lajos tiszteletére rendezett konferencia legfontosabb célja, hogy alkalmat teremtsen a médiatudomány területén tevékenykedő szakmai műhelyek találkozására, a digitális médiakultúra területén zajló kutatási tevékenységük bemutatására és eredményeik megvitatására. A rendezvény további célja, hogy hozzájáruljon e kutatások magyarországi intézményesüléséhez, s a nemzetközi együttműködési hálózatokba való bekapcsolásához.

1. nap

I. szekció: Médiakutatás és részvételiség

Szekcióvezető: Császi Lajos (Pécsi Tudományegyetem)

Lukács Gabriella (University of Pittsburgh, Central European University)

Internet mémek a politikai kommunikációban: Egy magyarországi példa komparatív megértéséhez

Az előadás az internet mémek szerepét vizsgálja a politikai kommunikációban, az O1G-mémek példáján keresztül. Az O1G-jel egy lesújtó vélemény rövidítése a magyar miniszterelnökről, ami 2015-ben született és kezdett terjedni. Az előadás a jel használatának a legrelevánsabb aspektusát abban látja, hogy az analóg és a digitális média egyformán fontos szerepet játszott a jel létrehozásában és terjesztésében. Az O1G-jel megjelent falakon, járdán és plakátokon. Némelyek hóba taposták a jelet, míg mások az autók szélvédőjén felgyülemlett hóba karcolták. A jel iskolai táblákra lett firkálva és bankjegyekre lett rögzítve. Az analóg média aktivizmus e formáiról szóló fényképek tovább terjesztették a jelet az interneten, így inspirálva másokat, hogy ők is készítsenek egyedi O1G-jeleket és terjesszék azokat. Az előadás azt hangsúlyozza, hogy a tartalom és a forma egyformán fontos az O1G-jel népszerűségének az értelmezésében. Míg a tartalom egyesíti az analóg karaktergyilkosság stratégiáját a "calling out" digitális gyakorlatával, a mém forma átirányítja a politikai aktivizmust a narratív alapú szembenállás regiszteréből az adatbázis alapú ellenállás felé. Az előadás arra a következtetésre jut, hogy az adatbázis alapú ellenállás képes az ellenállás tereit és idejét kiterjeszteni, és a politikai aktivizmus fogalmát kiszélesíteni.

Müllner András (Eötvös Loránd Tudományegyetem)

Az utca jelentései a nemzetközi MyStreet-mozgalomban. Drámaiság, részvételiség, videó

Császi Lajos az *Újratöltve: Médiakutatás és mindennapi élet* című kötethez a Mass Observation-projekt kezdeteiről írott, „Doing the Lambeth Walk” című tanulmánnyal járult hozzá. A magyar tudományos szintén ő volt az egyik első kutató, aki tárgyalta a mindennapi élet reprezentációit feldolgozó Mass Observationt, különös tekintettel egy lokális helyszínen, a Lambeth utca tömegkulturális konstrukciójára, annak egy-két érdekes magyar vonatkozását is kihangsúlyozva. 2011-ben Michael Stewart a Mass Observationra mint előképre hivatkozva alapította meg a MyStreet-mozgalmat, amely az új médiaeszközök nyújtotta előnyökkel számolva indult, mint a részvételi videózás és közösségi dokumentumfilm-készítés egy újabb fejezete. A MyStreet-mozgalom 2011 óta sokféle formában jelentkezett, az iskolai egynapos dokumentumfilm-készítéstől a

fesztiválokig, és sokféle helyszínen, hiszen a központja Angliából Csehországba tevődött át, és számos más országban születtek hasonló kezdeményezések.

Michael Stewart a MyStreet-et beharangozó manifesztum-szerű tanulmányában a Deleuze-Guattari által Kafka kapcsán használt minor irodalom kifejezést adaptálja, és ezzel a MyStreet egyik legfontosabb karaktereként a kisebbségi képviselőt hangsúlyozza. Ettől (is) inspirálódva az ELTE Média Tanszékén megalapítottuk a Minor Média/Kultúra Kutatóközpontot, amely egyik (részvételi akció-) kutatása a magyarországi és globális MyStreet szerepe a hegemon és szupremácián alapuló médiakörnyezet ellensúlyozásában. Előzetes tanulmányként arról szeretnék beszélni röviden, hogy a Lambeth utca populáris transzformációjának leszármazottaiként az utca milyen jelentései képződnek meg alternatív mítoszokként a MyStreet-mozgalomban.

Szijártó Zsolt (Pécsi Tudományegyetem)

(Új) médiakutatás és (digitális) antropológia

A migráció/mobilitás, valamint az így létrejövő etnikai közösségek, diaszpórák kutatása az új média vizsgálatok egyik kitüntetett terepe. A digitális médiakörnyezet, a közösségi médiumok elterjedése megváltoztatják a nagyvárosi migráció egész feltételrendszerét, átalakítják a kapcsolattartás, a közösségszerveződés módjait. A különböző diaszpórák kifinomult módon használják az új technológiákat, az új médiumok kreatív alkalmazói.

Jelen előadás a médiumok, a tér és a mobilitás/migráció között fennálló, összetett rendszer egyetlen dimenziójával foglalkozik részletesebben, a médiumok és a migráció (különböző mobilitás-formák) közötti kapcsolatok problémájával. Ezen túl választ keres arra a kérdésre is, hogy milyen esélyeket kínálnak a különböző új társadalomtudományos irányzatok (egyebek mellett a digitális antropológia), újfajta módszertanok (például a kollaborativitást, részvételt preferáló módszerek) arra, hogy a médiakutatás régi kérdései ebben az új összefüggésrendszerben újfogalmazódjanak. Az előadás empirikus kutatásra támaszkodva, a Berlinben élő különböző magyar csoportokat állítja középpontba, s azt próbálja bemutatni, hogyan használják fel a különböző új mediális platformokat társas kapcsolataik menedzselésére.

Feischmidt Margit – Zakariás Ildikó

(Pécsi Tudományegyetem – Magyar Tudományos Akadémia)

Szociológiai adatfelvétel a közösségi média használói körében. Módszertani újítások és problémák

Az előadás bevezetőjében az online adatfelvétel kvantitatív és kvalitatív formáit tekintjük át. Ezt követően egy konkrét kutatás módszereit és módszertani dilemmáit tárgyaljuk. A kutatás a transznacionális életformát folytató EU-s állampolgárok és a harmadik országokból érkező menedékkérők, ill. elismert menekültek viszonyát vizsgálja az etnikai verseny és a transznacionális szolidaritás keretei között. A kutatás olyan 18 éves vagy annál idősebb magyar állampolgárokra irányult, akik jelenleg Németországban élnek, vagy idejük legalább felét ott töltik. Az adatfelvétel első szakaszában németországi magyarok, 100 - 100.000 fő tagsággal rendelkező nyilvános facebook-csoportjaiból listát állítottunk össze. 120 csoportot azonosítottunk, ahol az adminisztrátoron keresztül vagy saját csoporttagság kezdeményezése után posztoltuk a kutatás kérdőívét (sikeres poszt 70-ben). Az eddig elkészült tanulmányok elsődlegesen a kérdőíves adatfelvétel adatainak elemzésére épülnek. Ebben az előadásban viszont arról fogunk beszélni, hogy a közösségek tagjai milyen visszajelzéseket adtak a Facebook-oldalakon a kutatás témájáról, a migrációról, a kutatást intézményileg befogadó MTA-ról, és az hogyan befolyásolt másokat a válaszadásban. Mindezek fényében fogunk rátekinteni az adatokra, és visszatérni a validitás és a torzítás módszertani problémáira.

II. szekció: Média-történetek

Szekcióvezető: Tőkés Gyöngyvér (Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem)

Tófalvy Tamás (Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem)

A magyar digitális média társadalomtörténete felé: Fókuszok és módszertani problémák a hazai internetes tartalomszolgáltatás történetének kutatásában

A Magyar Online és Digitális Médiatörténet (MODEM) projekt keretében kutatócsoportunk egy oral history archívum felépítésével indította el a hazai digitális média történeti forrásainak szisztematikus gyűjtését, első szakaszában elsősorban az újságírás, szöveges média, azaz tartalomszolgáltatás témakörére összpontosítva. Főként erre az adatbázisra támaszkodva kezdődtek el a magyar tartalomszolgáltatás történetét leíró és elemző monográfiának a munkálatai, melynek során megannyi kérdés, dilemma merült fel mind a lehetséges elbeszélői nézőpontokkal, témákkal, mind a kutatómódszertani és interjúfelvételi protokollokkal kapcsolatban. A műhelytalálkozó során többek között ezeket a kérdéseket vitatnám meg a kollégákkal. Előadásomban reflektálnék a felhívásban

szereplő fókuszok közül egyfelől a médiakutatás változó témáira és módszereire, az elméleti kihívásokra, a kvalitatív megközelítésmód és a kutatás digitális platformjainak szerepére, másfelől pedig az online kutatás módszertani kihívásaira és az újságírói szerep változásaira is.

Doboviczki Attila Tamás (Pécsi Tudományegyetem)

Médiaarcheológiai kutatások a technológiai változások mentén. Mikrotörténeti nézőpont

Tavaly fejeződött be a Dunaújvárosi Városi Televízió 1984-2004 közötti korszakának digitalizálási munkája, melyet önálló projektként végeztem. Az így összeálló videódokumentáció összességében másfél évnyi digitalizált mozgóképet jelent a város életéből, időszakonként is eltérő tartalmi, szerkesztői vonatkozásban. Nyilvánvaló, hogy a városi televíziózás egy nagyon is sajátos *tekintet*-fogalom mentén teszi értelmezhetővé történeti vonatkozásban e dokumentumokat, azaz intézményi vonatkozásban konstruáltak e dokumentumok. Másképpen fogalmazva: a városi televíziózás egy sajátos, erre a műfajra jellemző társadalomkép megjelenítésére (volt) alkalmas. Az előadáson nem az egyes médiamunkások szakmai kvalitásaival kívánok foglalkozni, ahogyan az egyes tartalmakban megjelenik, sokkal inkább olyan motívumokat igyekszem kiemelni, melyek e tartalmakat mint médiaszövegeket sajátos "korszellemmel", sajátos aurával ruházzák fel.

Az előadás abból a szempontból is rendhagyó, hogy jelen anyag archívumi feldolgozása még most is zajlik, s magam sem próbáltam meg ezidáig ezen a tekintélyes korpuszon médiakutatóként - egyfajta rendszerező- fogást találni.

Vajda András (Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem)

***A romániai magyar média szereplői. Életpályák és élettörténetek*¹**

Az előadás az utóbbi 25 évben a romániai magyar médiában dolgozó szakemberek (újságírók, rádió- és tévériporterek, rádió- és televízió műsorszerkesztők, operatőrök, rovatszerkesztők, olvasószerkesztők stb.) életpályájának elemzésére vállalkozik. Azoknak a fordulópontoknak, sorseseeményeknek, belső motivációknak és külső elvárásoknak a nyomon követésére, amelyek meghatározzák az erdélyi médiában dolgozó szakemberek egyéni és kollektív életpályáját, illetve ennek a társadalmi csoportnak a kollektív megítélését. A külső események és elvárások között megemlíthető például a hazai és nemzetközi politikai élet alakulása, a rendszerváltás, a különböző ideológiai és mentalitásbeli áramlatok/tendenciák hatása, míg a belső/személyes tényezők közül a pályaválasztás körülményei és indokai, a pályára való felkészülés formális és informális keretei, a

¹ Az előadás címében is jelezni kívánja, hogy a kutatást a Kolozsváron Keszeg Vilmos által elindított, az arisztokrácia, a papság, a népi specialisták, a néptanítók és a mérnökök mint a közösségi kultúrát meghatározó társadalmi csoportok életpályamodelljének vizsgálatára irányuló kutatások inspirálták, azok eredményeihez szorosan kapcsolódik.

pályán való elhelyezkedés körülményei, a pályán való ténykedés/munkavégzés és ennek korszakai (mindennapi rutinok és kiemelkedő momentumok – sikerek és megpróbáltatások) és végül a pályáról való visszavonulás momentumait érdemes kiemelni.

Az előadás alapvető kérdése, hogy korszakonként és egyénenként mennyire különböző, vagy épp ellenkezőleg, hasonló az egyes életpályák alakulása? Milyen általános életvezetési stratégiák tapinthatók ki az életút interjúk szövegei alapján?

A kutatás ugyanakkor arra is figyel, hogy az egyes életpályák hogyan szerveződnek szöveggé: az élettörténet mint önreprezentáció; az életpálya felidézése mint emlékezési folyamat és mint a beszédhelyzethez való alkalmazkodás milyen sajátosságokat mutat.

Havasréti József (Pécsi Tudományegyetem)

Laikus és professzionális irodalomkritikai szövegek a közösségi médiában

Az előadás a közösségi média térhódításának néhány következményét tekinti át. A mediális determináció, a kultúra átrendeződése, a politikai változások egy régi-új értelmiségi szalonkultúra kialakulását eredményezik, annak minden előnyével és hátrányával együtt. Szembeszökően és dokumentálhatóan újratermelődnek a szocializmus-korabeli (átmeneti, párhuzamos, underground) nyilvánosságok beidegződései, ugyanakkor a közösségi média által biztosított lehetőségek átformálják, olykor erodálják e nyilvánosságok exkluzivitását, zártságát, nemritkán elitizmusát is. A közösségi média sajátosságai és hatásai, valamint más, ettől részben független globális tendenciák azt eredményezik, hogy az e felületen megjelenő kritikai elemzések, vélemények, állásfoglalások mind formálisabbá válnak, illetve leegyszerűsödnek. E tendencia része az intenzív láthatóvá válás, a számasság dominanciája, a listák készítése, a pontozás és hasonló jelenségek térhódítása, az UGC-tartalmak erősödő dominanciája a kritikai diskurzusokban, vagy ilyen például a „narratív televíziózás” interpretációs eszközeinek-szempontjainak beszüremlése az irodalmi művek bírálatába is.

III./ A. szekció: Az irodalom és a digitális világ

Szekcióvezető: Müllner András (Eötvös Loránd Tudományegyetem)

Gács Anna (Eötvös Loránd Tudományegyetem)

Affektivitás az irodalom befogadásában

Az elmúlt évtizedek nyugati bölcsészet- és társadalomtudományában növekvő érdeklődés figyelhető meg a kommunikáció affektív aspektusai iránt (olykor egyenesen a humántudomány affektív fordulatáról beszélnek), az irodalomtudományon belül pedig az olvasás és az írás olyan zsigeri-érzelmi dimenziói iránt, mint a beleélés, a fiktív hősök és valós elbeszélők iránti empátia, a megrendülés, illetve ezeknek az affektív reakcióknak a szélesebb társadalmi-kulturális jelentősége iránt. Az erős érzelmi hatás kiváltó kulturális termékeket azonban, legalábbis a 20. század eleje óta, az elit kultúra berkeiben erős gyanakvás is övezi: az a vád fogalmazódik meg, hogy az olvasói könnyek a túl könnyen, reflexió nélkül befogadható, s ezért jórészt értéktelen tömegkultúra ismertetőjelei. Az előadás egy olyan, részben megkezdett kutatásról szól, amely irodalmi szövegekről szóló professzionális (elsősorban kritikák) és laikus (elsősorban blogok, internetes olvasói közösségek) diskurzusokat vizsgál abból a szempontból, hogy hogyan adnak számot az irodalmi szövegek affektív hatásairól.

Glózer Rita (Pécsi Tudományegyetem)

„Azonnal oldódó”. Amatőr irodalmi formák az Instagramon

Az Instagram fotómegosztó közösségi applikáció használati módjai között számos nem rendeltetésszerű, kisajátító (appropriation) gyakorlat figyelhető meg. Ezek egyike az irodalmi szövegek közzétételére, az irodalom és az olvasás népszerűsítésére szakosodott felhasználói fiókok és közönségük tevékenységében érhető tetten. Kortárs és klasszikus versek, elismert és induló (esetenként amatőr) költők művei, tinédzserek által írt folytatásos napló-regények, irodalmi mémek, grafikákkal és más vizuális alkotásokkal társított versek kapnak helyet egy eredendően fotók megosztására létrejött közösségi hálózaton. Az eredeti funkciótól való eltérülés, az egyes médiumok, platformok vagy műfajok új célra történő kisajátítása, kreatív újraértelmezése a *részvételi kultúra* (Jenkins) jellegzetes eszköze. A kisajátító gyakorlatok ebben az esetben olyan alapvető kérdésekre reflektálnak, mint az alkotások eredetiségének vagy az irodalmi professzionalizmusnak a kérdése, az esztétikai legitimitás, az olvasás és befogadás szokásos gyakorlatai. Az (nevezzük így) Instagram-irodalom közegében gyakoriak a műfaji és másféle határátlépések, a multimedialitás, a különféle művészeti ágak összekapcsolódása, meghatározó esztétikai trend a minimalizmus és a hiperszenzitivitás. Vajon hogyan érinti mindez az irodalom mint magaskulturális terület integritását,

az irodalmi művek befogadását és az irodalomkritika gyakorlatát? E kérdések közül egyeseket ma még lehetetlen megválaszolni. Előadásomban a jelenség felvázolására, és a jelenségnek az *irodalomfogyasztás mediatizációjaként* történő értelmezésére teszek kísérletet.

Geisz Barbara (Pécsi Tudományegyetem)

I'm back followers! – Letűntnek hitt platformok feltámadása, a felhasználók vándorlása

A laikus művészet és amatőr kreativitás napjainkban az újmédiás platformoknak köszönhetően virágkorát éli. Az amatőr felhasználói tartalmak közzétételére szolgáló úgynevezett UGC-felületek rendkívül népszerűek a felhasználók körében. Ezek egyike a Wattpad nevű applikáció, amely irodalmi szövegek közzétételére ad lehetőséget bárki számára, és ezzel a szerzők és olvasók közti hagyományos, viszonylag éles határ elmosódását eredményezi ebben a közegben.

Az irodalmat és olvasást kedvelők körében ez az applikáció rendkívül népszerű volt, de a helyzet az elmúlt években megváltozott. A kiábrándultság, az olvasói visszajelzések hiánya, esetleg más technikai okok miatt a tagok közül egyre többen érezték úgy, a Wattpad ideje lejárt, és tették át székhelyüket más felületekre, például a sokak által napi rendszerességgel használt Instagram képmegosztó közösségi applikációba.

Bár úgy tűnhetett, hogy a Wattpad csillaga leáldozóban van, mostanában a legtöbb jel mindezt cáfolja. A felhasználói regisztrációk számának növekedése, az írók és olvasók aktivitása egészen mást sejtet. Előadásomban azt vizsgálom meg, hogy mivel magyarázható a közönség ciklikus vándorlása egyik felületről a másikra, a régi közeg újbóli felfedezése. A kérdésekre a két alkalmazás, a Wattpad és az Instagram komparatív elemzésével, illetve maguknak a felhasználóknak ehhez kapcsolódó véleményét figyelembe véve igyekszem válaszokat találni.

Torbó Annamária (Pécsi Tudományegyetem)

A Wattpadtól Hollywoodig – Amatőr és professzionális young adult tartalmak

A kortárs young adult fikció alkotásai – mint például a *Harry Potter* – a fiatalok életében nemcsak fogyasztott médiatartalmakként vannak jelen, ők maguk is hoznak létre már létező szövegekhez, vagy a jelenséghez általánosságban kapcsolódó felhasználói tartalmakat. Ezek szélesebb körű megosztására különböző UGC-platformokon nyílik lehetőségük, az egyszerű fanfiction oldalaktól kezdve olyan speciális applikációkig, mint amilyen az eredetileg fotók megosztására létrehozott Instagram, vagy a kifejezetten irodalmi művek nyilvánossá tételére szolgáló Wattpad. A felületek technikai adottságaihoz az amatőr szerzők idomulni kényszerülnek, mely a szövegekre is hatást gyakorol, ugyanakkor számos kapcsolódási pont figyelhető meg a professzionális médiaipar, valamint

a felhasználók által létrehozott YA-tartalmak között. Milyen közös és milyen eltérő vonásai vannak a YA hivatalos és amatőr szövegeinek, szöveg-előállítási folyamatának? Az utóbbi években megfigyelhető, hogy a sikeres fiatal Wattpad-szerzők munkássága visszahat a könyv-, és filmiparra, mely által a hollywoodi filmgyártás korábbi szabályai is felülíródnak. Előadásomban példákkal illusztrálva mutatom be a laikus és a professzionális YA irodalom közötti kapcsolatot.

III./ B. szekció: A digitális és konvergens médiakultúra I.

Szekcióvezető: Gagyi József (Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem)

Mester Tibor (Pécsi Tudományegyetem)

Miért néz(z)ünk sorozatokat?

A hazai sorozatfogyasztási szokások az elmúlt néhány évben gyökeresen átalakultak. Ennek egyik szembeötlő jele a televíziós piacot másfél évtizeden át uraló napi sorozatok nézettségének csökkenése, annak ellenére, hogy más, saját gyártású műsorok továbbra is erős nézettségi mutatókat produkálnak. A hazai és nemzetközi stream szolgáltatások a televíziózásról egyébként már elszakadó fiatalabb csoportokat is eléri kínálatukkal, melyben bizonyos nyelvi korlátok figyelembe vétele mellett is nagyságrenddel több sorozat érhető el, mint korábban bármikor. A sorozatfogyasztás közönsége differenciáltabbá, mintázatai összetettebbé váltak, a médiaszövegeket értelmező közönségek bukkannak fel a közösségi hálózatokon és más online felületeken. Az előadás a rajongói hozzáállás megjelenési formáit elemzi egy hazai közösségi blog, a Sorozatjunkie vizsgálatán keresztül.

Guld Ádám (Pécsi Tudományegyetem)

„A sztárok mindenhol ott vannak.” A konvergens médiafejlődés és a 360 fokos ismertség összefüggései Z generációs fiatalok beszámolóí alapján

A sztárság és az ismertség mai formái a XX. század eleje óta elválaszthatatlanok a mediatizált nyilvánosság működésétől. Abban viszont jelentős különbségeket látunk, hogy az egyes korszakokban milyen médiumokon keresztül és hogyan történt/történik az ismertség felépítése és kiterjesztése. A XX. század első évtizedeiben a legnagyobb sztárok még a filmvásznon születtek, majd egy rövid, átmeneti korszakban a rádió járult hozzá a népszerűség eléréséhez. A múlt század közepétől már a televíziózásé volt a főszerep, amelyhez csak bő egy évtizede járulnak hozzá a digitális média által nyújtott lehetőségek.

A médiarendszerek konvergens fejlődéséből következik, hogy az ismert emberek ma már egyre többször jelenhetnek meg a közönségük előtt, miközben az is jellemzővé vált, hogy a hírnév felfelé

ívelésével párhuzamosan azoknak a csatornáknak a száma is növekszik, ahol a megjelenések történnek. Így korántsem számít ritkaságnak, hogy a sztárvilág legsikeresebb szereplői átfogó, 360 fokos jelenlétre törekszenek, amelyben az online, az offline és a non-média megjelenések közel azonos hangsúllyal jelennek meg.

A jelenség ugyanakkor számos izgalmas kérdést is felvet. Vajon hogyan reagál a közönség a 360 fokos sztárság megjelenésére? Milyen felhasználói attitűdök jellemzik a rajongókat? Kiket és milyen felületeken követnek a fogyasztók? Az előadásban ezekre a kérdésekre keressük a válaszokat egy 2017 és 2018 között zajló kvalitatív közönségvizsgálat eredményei alapján.

Mátyus Imre (Szegedi Tudományegyetem)

„A Facebook az nem egy fórum”. Közösségi és interakciós diverzifikálódás a FLOSS² közösségekben

A világháló elterjedése az 1990-es években, majd a közösségi médiaplatformok szerepnövekedése a 2000-es évek első évtizedének végén nem pusztán tömegkommunikációs paradigmaváltást eredményezett, hanem mélyebb társadalmi változásokhoz is vezetett. Az elmúlt évtizedekben megtapasztalhattuk, ahogyan a közösségek szerveződésében, működésében egyre nagyobb szerepet játszó új médiaplatformok új típusú közösségeket, új praxisokat eredményeztek.

Az előadás a nyílt forráskódú szoftverközösségek példáján igyekszik demonstrálni a fenti folyamatokat. Közelebbről a hazai Linux felhasználók online aktivitásán keresztül mutat rá a különböző platformok beépülésére, diverzifikálódására az online közösségek működésében. Az előadás arra is igyekszik rámutatni, hogy a közösségek összetételének változása összekapcsolódik az egyes platformokon zajló interakciók műfaji, modális és tematikus szerveződésével.

Tótkés Gyöngyvér Erika (Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem)

Vállalati honlapok tartalomelemzésének módszertani kihívásai

A vállalati kommunikáció számos csatornán keresztül történik, amelyek közül egyre kiemelkedőbb helyet foglalnak el az online kommunikációs lehetőségek. A digitális csatornák közül a vállalati honlap stratégiai célt szolgál a vállalati identitás és a hírek közlésében. A digitális térben jelen lévő vállalatok általában a saját honlapjukat tekintik fő kommunikációs csatornájuknak, amelyen keresztül közvetítik magukról a legfontosabb híreket.

A vállalati honlapokon közzétett tartalmak elemzése alapján megragadhatók a vállalatok identitásának, személyiségének, kultúrájának és a környezetükhöz való viszonyának jellegzetességei,

² A FLOSS mozaikszó az angol *Free/Libre and Open Source Software*, azaz szabad és nyílt forráskódú szoftver (egyik) összefoglaló rövidítése.

a különböző célcsoportok számára megfogalmazott üzeneteknek a sajátosságai, a kulturális különbségek összehasonlítása.

A tartalomelemzés nagyon gyakori és eredményes módszer a kommunikációkutatásban. A tartalomelemzés módszere alkalmas arra, hogy a vállalati honlapokon lévő információkat egységes szerkezetbe rendezze, amely elemezhető és értelmezhető adatbázist eredményez. A vállalati honlapok multimodális jellege, interaktivitása, hiperlinkes felépítése és állandó változása miatt a tartalomelemzés során számos módszertani nehézség is adódik.

Előadásomban összefoglalom a hagyományos tartalomelemzés lépéseit, majd felvázolom a web-alapú tartalmak sajátosságaiból származó módszertani kérdéseket. Bemutatómat egy vállalati honlap tartalomelemzésének bemutatásával zárom, példázva azokat a módszertani problémákat, amelyek a web-tartalomelemzés jellegzetességei miatt alakulnak ki.

2. nap

I. szekció: Újságírás a digitális világban

Szekcióvezető: Horvát János (médiaszakértő)

Gálík Mihály (Budapesti Corvinus Egyetem)

Híreket mondunk – töprengések a visszhangkamra (echo chamber) és a szűrőbuborék (filter bubble) hype relevanciájáról

A liberális és a jóléti demokráciákban a technológiai környezet radikális átalakulása mellett a hírmédia társadalmi környezetében szintén komoly változások történtek az elmúlt három évtized során. A politikai kommunikáció folyamatában mind a közügyekről szóló hírek előállítása és terjesztése, mind pedig fogyasztásuk/használatuk számottevően megváltozott. Az objektív újságírás kánonja, amely a liberális médiamodell országaiban a 20. században hosszú ideig uralkodó helyzetben volt, az ezredfordulóhoz közeledve érezhetően megroppant. A pártos újságírás mintegy feltámadt és gyorsan terjedt, majd a 2010-es években az újkori pártosság által mintegy előkészített terepen a populista újságírás is kibontakozott.

Az ezredfordulót követően az online platformokon végbemenő személyes hírválogatás, majd később, a web 2.0 környezetben az algoritmikus hírválogatás vizsgálata bekerült a kommunikációkutatások főáramlatába. A mértékadó eredmények azt mutatják, hogy ellentétben a népszerűvé vált előrejelzésekkel, a demokráciákban a hírmédia közönségének többsége nem zárja be magát saját világába, amolyan hír- és információs buborékokba/visszhangkamrákba. Az a sokak által vélelmezett paradoxon, miszerint a hírforrások elérhetőségének kibővülésével egyidejűleg *de facto* beszűkül az egyének figyelmét megragadó, az általuk kiválasztott hírek és információk köre, nem következett be.

Ugyanakkor a jelentősen átalakult az újságírás, a közügyek populista tárgyalása terjed, széles közönséget vonz, ami már önmagában is fenyegeti a demokráciák működését.

Szávai Petra (Pécsi Tudományegyetem)

Online hírfogyasztási szokások 2018-ban - a Mérték-Medián felmérésének adatai alapján

Az előadás egy kvantitatív kutatás néhány eredménye alapján a magyarok online hírfogyasztási szokásaiba enged bepillantást. Milyen médiumokat és hogyan használtak a hazai hírfogyasztók közéleti tájékozódásra 2018-ban? Milyen különbségek figyelhetők meg a különböző demográfiai jellemzőkkel rendelkező hírfogyasztók között? Befolyásolja-e a pártpreferencia, hogy mely híroldalakat látogatják? Az elemzések alapjául a Mérték-Medián által 2018-ban készített 1200 fős, reprezentatív felmérés adatbázisa szolgált, mely 169 változóval mérte fel a megkérdezettek politikai/közéleti tájékozódási szokásait. A rendelkezésre álló adatok további elemzésével a kutatás kísérletet tesz arra is, hogy megvizsgálja a hírbuborék/visszhangkamra jelenségét - Győri Adél és Timár János 2017-ben publikált "tájékozódási sokszínűség modellje" alapján, melyet ugyanezen felmérés 2016-os adatai segítségével állítottak fel.

Polyák Gábor (Pécsi Tudományegyetem)

A media governance mint az álhírek és a dezinformáció szabályozásának módja

A véleménynyilvánítás és a sajtó szabadságáról való gondolkodás mindig összekapcsolódott az igazság feltárásának igényével. Az álhírek és a dezinformáció kérdése a Brexit, illetve az amerikai választási kampány óta a közbeszéd és a médiakutatás kiemelt területe. Az álhírek kérdése egy olyan médiakörnyezetben vált jól érzékelhető és tömeges problémává, amely nem csak azt tette lehetővé, hogy bárki a hagyományos újságírói kontroll nélkül széles tömegeket érjen el az üzeneteivel, de azt is, hogy az egyes felhasználók saját hír-értelmezéseiket egy olyan környezetben alakítsák ki, amely – információs buborékokat létrehozva – folyamatosan megerősíti az adott felhasználó egyéni preferenciáit. Az előadás célja, hogy bemutassa a jelenségre adott, illetve adni tervezett közpolitikai, újságíró-szakmai és piaci válaszokat, utóbbiak alatt a globális forgalomirányítók által tett intézkedéseket értve.

A globális forgalomirányítók – Google, Facebook stb. – meghatározó alakítói annak a médiakörnyezetnek, amely felerősíti az álhírek és a dezinformáció jelenségét. E piaci szereplők nem csak olyan eszközök kialakításával tehetnek az álhírek tömeges terjedése ellen, amelyek az ilyen információk eltávolítását, megjelölését közvetlenül szolgálják, hanem azzal is, ha az adott felhasználó számára a saját meggyőződéseitől eltérő információkat tesznek könnyen elérhetővé.

Az álhírek és a dezinformáció elleni küzdelem az érintettek nagy száma és a megtehető lépések sokfélesége miatt szükségessé teszi a media governance jellegű megközelítést, amely az érdekeltek együttműködésében, egyfajta szabályozási hálózatként kínál megoldásokat a felmerülő szabályozási problémára.

Polyák Gábor – Torbó Annamária (Pécsi Tudományegyetem)

Új típusú készségek a jövő újságíróinak - Újságírással kapcsolatos projekteredmények

Az elmúlt években a PTE Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékén több újságírással összefüggő projektet is sikerült elindítanunk. A NEWSREEL (*New skills for the Next Generation of Journalists*) címet viselő, német, román és portugál egyetemi partnerekkel együttműködésben folytatott Erasmus+ projekt már a harmadik, e-learning tananyag-fejlesztésekkel foglalkozó fázisában jár, az előadás keretében az elmúlt két etap legfontosabb magyar újságírást és újságíró-oktatást érintő eredményeit ismertetjük. A projekt négy kiemelt alterülete: adatújságírás, kollaboratív újságírás, újfajta üzleti modellek és a digitális világ etikai kihívásai.

Az EFOP 3.4.3 „Nemzetköziesítés” c. modul keretében létrejött tanszéki szerkesztőség fő feladatának a European Journalism Observatory hálózatához tartozó, magyar nyelvű, tudományos-ismeretterjesztő portál működtetését tekinti. A közelmúltban hallgatóink, oktatóink, valamint külsős újságírók is publikáltak a felületen, a médiakutatás területéhez tartozó legkülönbözőbb kérdéseket napirendre tűzve. Az EJO emellett nyitott a más intézményekben dolgozó szakemberekkel folytatott kooperáció irányába is.

2. nap

II./ A. szekció: A digitális és konvergens médiakultúra II.

Szekcióvezető: Tófalvy Tamás (Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem)

Hermann Veronika – Keszeg Anna (Eötvös Loránd Tudományegyetem – Debreceni Egyetem)

A hatvanas évek nosztalgia konvergens médiaterei

A nosztalgia egyéni és közösségi aspektusainak társadalomtudományos elemzése nemcsak az egykori én iránti vágy, vagy privát és közösségi ellentmondásának kiemelését helyezi középpontba, hanem általánosságban beszél a múlt újragondolásáról és elbeszélhetőségéről. A nosztalgiát narratív szervezőelemként működtető médiaszövegek textuális és rituális funkciókkal telítődve hozzájárulnak a temporalitás olyan meta-terét, amelyben kép és szöveg a nosztalgikus tapasztalat létrehozásának szolgálatába állnak. A nosztalgia egyéni és társadalmi tapasztalatának rögzítése gyakran válik térszerűvé, ellentmondva ezzel mindkét médium hagyományos működés módjának. A nosztalgia topográfiája a múltat nemcsak időben, hanem térben is elbeszélhetővé teszi, az otthonosságot a bejárhatósággal ötvözve. Ebben az előadásban különféle, a populáris kultúra regiszterébe tartozó médiaszövegeken keresztül azt szeretnénk bemutatni, a nosztalgia hogyan osztja fel újra az időt egy, a jelenben, fogyasztási gyakorlatokon keresztül megkonstruált fiktív, és az ezzel folyamatosan ütköző történeti múlt keresztmetszetében. A nosztalgia-gyakorlatok elemzésére választott terep a hatvanas évek és annak nosztalgikus médiamegjelenítései. Az egyik esetpélda 1968 megjelenítése a kortárs divat médiatermékeiben (divatbemutatók, kampányok és médiatartalmak), a másik pedig George Lucas *American Graffiti* (1973) című filmje, amely az 1970-es években készült, az 1960-as években játszódik, stilárisan pedig az 1950-es éveket idézi meg, egy eleve nosztalgikusnak felépített narratívában.

Bódi Jenő (Pécsi Tudományegyetem)

„Újgazdag kislány chipsszel eteti a kacsákat”. Balatoni turizmus és moralizálás online terekben

A turizmust értelmezhetjük a késő modern társadalmak egyik szekuláris rítusának is, amely jelentős részben a természeti környezet mint szimbólum körül szerveződik. Előadásom a Balaton vízminőségével kapcsolatos néhány évvel ezelőtti botrányról szóló online cikkek olvasói kommentjeinek, valamint Balaton-rajongók egyik Facebook-csoportjának bejegyzéseinek elemzésén alapul. A célom az, hogy bemutassam, a balatoni turizmusról szóló online vitafórumokban hogyan jelenik meg a turisztikai táj, a környezet egyrészt egy érzelmekkel átitatott rituális, morális

szimbólumként, amely egyesíti a közösséget, másrészt a turisztikai fogyasztásról, az utazási stílusról olyan az ízléssel kapcsolatos viták alakulnak ki e terekben, amelyek ugyanakkor fragmentálnak is.

Rajnai Richárd (Pécsi Tudományegyetem)

Gyerek hírek – esettanulmány egy offline és online platformon megjelenő diákújságról

A mostani előadásom során egy olyan speciális iskolai újságot szeretnék bemutatni, mely tanári és szülői beavatkozástól mentesen, egy pécsi általános iskola ötödikes közösségében született meg 2018. őszén.

A *Gyerek hírek* című havonta megjelenő lap egy felsőssé váló osztályközösség lapja. Megtalálható benne mindaz, ami a mikroközösség tagjait a legjobban foglalkoztatja. Ugyanakkor megmutatkozik az is, hogy online és offline platformokon miként szerkesztődik a tartalom hónapról-hónapra. Emellett formai és tartalmi tekintetben a hagyományos, felnőtt újságok ismérveivel is rendelkeznek: utánozzák azok tipográfiai és szerkesztési megoldásait.

Reflektálni kívánok arra is, hogy a *Gyerek hírek* szerkesztői és készítői által alkalmazott gyakorlat miként viszonyul a médiaműveltség egyre komplexebbé váló fogalmához, azaz milyen gazdag az a képesség- és készségkészlet, illetve komplex az a tudás, mely egy ilyen médiatermék előállításához szükséges.

Be kívánom mutatni azt is, hogy a közösség tagjai milyen módon alkalmazzák a részvételi kultúra Jenkins által leírt kulcskompetenciát. Az olvasók egy része folyamatosan részt vesz a szerkesztésben és a tartalom előállításában. Emellett gondoskodniuk kell a tördelésről és a nyomtatásról is. Igazolódni látszanak azok a feltevések, melyek szerint a részvételi kultúra gyakorlata izgalmas kutatási területet kínál.

Gagyfi József (Sapientia Erdélyi Magyar Tudományegyetem)

Csend, zaj, „zaj-háló”, „csend-kerítés”

Pusztai Bertalan felvetéséből indulok ki: a vidéki és a nagyvárosi társadalmi környezetekben azért is lehet a digitális technológia használatának gyakoriságát figyelve eltérő viselkedéseket regisztrálni, mert alapvetően más a két társadalmi környezetben a csendhez és zajhoz való viszony. A modernitás társadalmában – és ezek mindeddig leginkább technicizált változata a digitális — a kisméretű, vidéki, falusi jellegű közösségekben mindig van zaj, a nagyvárost meg a csend uralja.

A kiindulópont tehát: nem a légtérben jelenlevő zajelemek meglétéről vagy hiányáról beszélünk – mert az nyilvánvaló, hogy a nagyváros egy 24 órás „zajgép”, a vidék csendes, csillagos éjszakáinak mély „egzisztenciális” csendje pedig tagadhatatlan. Dehát nem is fizikai, hanem társadalmi

állapotokról, közösségi dinamikáról van szó ez esetben. Sarkítva: az elsőben az egyén arra szocializálódik, hogy sose legyen egyedül, a rokonok-szomszédok-jó ismerősök hálózatában létezve mindig hallja-tudja a lokálisan aktuális eseményeket és jellemző, orientatív, társadalomba beágyazó történeteket, ezek „zaj-hálójában” teljenek mindennapjai. A másodikban viszont az egyén tudatos, közösségi létének első pillanataitól arra szocializálódik, hogy a saját aktualitását és történeteit minden más elé helyezze, individualitását maximálisan kifejlessze és megóvja, a globális virtualitások között válogatva és mások történeteit folyamatosan szűrve maga köré mindennapjaiban „csend-kerítést” teremtsen, tartson fenn, működtessen.

2. nap

II./ B. szekció: Régi-új formátumok: képregények és videojátékok

Szekcióvezető: Lukács Gabriella (University of Pittsburgh, Central European University)

Dunai Tamás (Szegedi Tudományegyetem)

A hazai képregényes színtér online terei

A hazai képregényes közeg az elmúlt másfél évtizedben drasztikus átalakuláson ment keresztül. Az ezredforduló utáni években szubkultúraként működő rajongói közösség jelentős részben az online térben szerveződött a kepregeny.neten (és annak fórumain), illetve a képregények illegális honosításával foglalkozó különféle scanlation oldalak körül. Ezek az online terek azóta azonban részben eltűntek, átalakultak vagy jelentőségüket veszítették, és új felületek vették át a helyüket. Ennek oka kettős: egyrészt magyarázható az újmédiában végbemenő trendekkel (a fórumokat például a különböző zárt és nyilvános Facebook-csoportok váltották fel), másrészt azonban összefügg a képregényes közeg intézményesülési folyamataival is. Előadásomban így azt is bemutatom, hogy a részvételi kultúra miként képes fel- és kiépíteni egy piacot, mivel elsősorban alulról jövő szerveződés révén alakult ki a magyar képregénypiac. A rajongói közösség szubkultúra jellege részben felszámolódott, a képregényes közeg sokszereplős és kiterjedt színterré vált. Ezzel összefüggésben az online terek átalakultak, új szerepeket vettek fel, scanlation oldal akár kiadói felületté is válhatott (ilyen a pokember.hu, vagyis a Kingpin Kiadó esete), és gyakran ezen közösségből kerültek ki a megjelent kiadványok fordítói is. A hazai képregényes élet szürke zónája – a hivatalosan forgalmazott képregények számának növekedésével párhuzamosan – folyamatosan szűkült. Bár a hazai képregénypiac a részvételi kultúrának köszönhetően alakult ki, az alapjait egykoron biztosító oldalak fokozatosan eljelentéktelenedtek vagy átalakultak (így jött létre például a kepregeny.net helyett a nem hivatalos tartalmaktól mentes kilencedik.hu). Mindeközben a rajongói közösségek, a gyűjtők, az alkotói körök, illetve a kiadók és közönségük közti kommunikáció fő platformjává a Facebook vált.

Maksa Gyula (Pécsi Tudományegyetem)

Digitális képregénytudomány?

A (médiá)kultúratudományokon belül az utóbbi évtizedben önállósulni látszik a képregénytudomány (comics studies) területe, miközben a képregénykultúrák mediális környezete, a képregények hordozói, előállítása, fogyasztása, használata is megváltozni látszik – éppen az ezen időszakban elterjedő technológiai újítások hatására. A változás a média minden főbb aspektusát érinti (alkotás, terjesztés, szövegek, hordozók, közönségek, használatok). Ami a képregényalkotást illeti, a kézmozdulat nyomán születő reprezentáció hagyománya, úgy tűnik, átalakul a digitális korban, és új perspektívában jelennek meg a szerzőség kérdései, valamint az alkotási folyamat de- és reterritorializációja. A képregények terjesztése, terjedése, gyűjtése, archiválása is átalakul – internetes terjesztési hálózatok, közösségek, gyűjtemények, archívumok jönnek létre. A kulturális szövegek és hordozók megváltozását is tapasztalhatjuk: a képregényes alakítottság találkozását az újabb technológiákkal, hordozókkal, közegekkel: webképregény, mobilképregény, digital comic stb. A szövegek és hordozók megváltozása maga után vonja a közönségek képregényhasználati szokásainak módosulását is, például a képregényes szubkultúrák alakulása vagy az Instagram-használat kapcsán. Felvetődik a kérdés, hogy a képregénytudománynak mint a (médiá)kultúratudományok sajátos változatának milyen lehetőségei, feladatai, módszerei vannak e változások felderítéséhez.

Pólya Tamás (Pécsi Tudományegyetem)

A morális műpániktól a médiaszöveg-metaforáig, avagy mit „olvas”, aki erőszakos videojátékkal játszik és hogyan kutathatjuk empirikusan e játékok „értelmezéseit”?

Egy népszerű popkulturális műfajtól, az erőszakos videojátékoktól indulva szeretnék rákérdezni arra, hogy e játékok interaktív folyamatszerű, szimulációs jellege mennyire teszi lehetővé médiaszövegként történő elemzésüket, ha a „médiaszöveget” a valóság egy értelmezhető és aktívan értelmezett konstrukciójának tekintjük. Hiszen a hagyományosan történetmesélő(nek tartott) médiaszövegektől eltérően a videojátékok esetében az „olvasás” és az „olvasat” fogalmi kissé félrevezetőek, amennyiben a fogyasztó/közönség aktív tevékenységét igénylő digitális játék rendszerint jobban hasonlít egy *játszótéri mászókához* vagy *akadálypályához*, gondolkodtatóbb válfajai pedig a *megoldandó matematikai példákhoz*, mint egy narratív regényhez vagy filmhez. S az előbbiekről sem szoktunk ideológiai vagy morális olvasatot kialakítani, még ha adódhatnak is ilyen esetek. Annál inkább váltanak ki érzéseket és nem-konceptuális élményeket a használókban, s

igényelnek a történetbefogadástól és -értelmezéstől eltérő figyelmi-fogyasztói ténykedést. De állíthatjuk-e, hogy lényegtelenek a játékokban megjelenített erőszakos tartalmak és értelmezéseik? És ha nem, akkor hol kezdje a médiakutató a videojátékok mint történetmesélő mászóké empirikus vizsgálatát, milyen szinteken és milyen „olvasatokat” keresve? Előadásomban e kérdésekre próbálok választ találni, s végül egy pillanatra eltöprengeni azon, hogy mit mondhat ez a videojátékos gondolatmenet a többi médiumról mint médiaszövegről, s hogy ez utóbbiaknál vajon lehet-e még empirikusan keresgélni valamit a közönség „olvasatai” mellett és alatt?

Maljusin Mihály (Pécsi Tudományegyetem)

Metajátékokról – a warez-szintér esete

A metajáték kifejezés többek között egy *játékkal kapcsolatos játékot*, azaz egy meghatározott játékra épülő egyéb játékot jelent. Ezen túl jelenthet egy *játékot meghaladó játékot* – a játékszabályok által meghatározott keretek közül kilépő játékot is.

A metajáték továbbá jelenthet egy *játékkal párhuzamosan zajló játékot* is, melyben játékon kívüli tényezők segítségével érünk el változásokat a játék világán belül, vagy fordítva, a játékkal befolyásolunk játékon kívüli eseményeket.

A warez-szcéna napjainkban az interneten szerveződő közösség, amely szoftverek (nagyreszt játékok) beszerzésével, feltörésével – másolásvédelmének eltávolításával és a szoftverek terjesztésével foglalkozó nemzetközi hálózat. Előadásomban egyéb példák mellett a warez-szintér működésével kapcsolatos kutatásomat mutatom be, amellezt érvelve, hogy a warez-csoportok tevékenysége egyfajta metajátékként is értelmezhető.

Koller Inez Zsófia (Pécsi Tudományegyetem)

Ember embernek farkasa? Overwatch vs. Fortnite

Hogyan jön létre az állam? Hogyan válik az ember társadalmi lénné? Ezekre a kérdésekre az újkori Angliában egy olyan válaszkísérlet született, amely az egyén közösségi viselkedésének modellezéséből indult ki. A hobbes-i ember felmérte túlélési lehetőségeit, s hogy meggátolja saját pusztulását, létrehozta a társadalmat és az azt ellenőrzése alatt tartó államot.

Hobbes úgy alkotta meg emberképét, hogy kívül helyezte a társadalmon és a történelmen, megfosztotta rangjától, származásától, társas kapcsolataitól és leírta, mit tenne az ember ilyen helyzetben más emberekkel. Azt látta, hogy az ember ebben a társadalmon kívüli környezetben magányos és önző, és irgalmatlanul eltipor másokat csak azért, hogy saját céljait elérje.

A szerződéselméletet sok bírálat érte, de főként amiatt, mert egy olyan környezetbe helyezi az embert, amely valójában nem létezik. Egyrészt képtelenség a pusztán absztrakciós szinten túljutni (az ember tulajdonságoktól való megfosztása). Másrészt maga a gondolat kísérlet, amely az embert megfosztja mindattól, ami a társadalomban helyet adhat neki, egyben megkérdőjelezi, miért is akarna a társadalomban élni.

Az online többszereplős játékok visszarepítenek a természeti állapot közegébe és egészen új megvilágításba helyezik a szerződéselméletet. Ezt két online játék elemzésén keresztül igyekszem alátámasztani. Az online játékok korában, amikor a hamarosan vagy épphogy csak felnőtté vált fiatalok, akik idejük jelentős részét az Overwatch és/vagy a Fortnite világában töltik, lassan a társadalom aktív tagjaivá válnak, érdemes újra feltenni ezeket a kérdéseket: Hogyan jön létre az állam? Hogyan válik az ember társadalmi lénné?