

## PROBLÉMAMEGOLDÁS FELSŐFOKON

*Deli Eszter*

eszter34@gmail.com

**András Hanga (szerk.) *Kommunikációs terek. Doktoranduszok Országos Szövetsége, Partium Könyvkiadó, Új Mandátum Könyvkiadó, Budapest–Nagyvárad, 2015.***

Varietas delectat – A változatosság gyönyörködtet, tartja a latin közmondás. A *Kommunikációs terek* című tanulmánykötet e szólás tükrében a Doktoranduszok Országos Szövetsége (DOSZ) Kommunikáció és Médiatudomány osztályának (KMO) első éves működése alkalmából az osztálytagok tanulmányait szedi csokorba, amelyek a kommunikáció interdiszciplináris mivoltát hangsúlyozva rendkívül színes palettáját kínálják a tudományterületnek. A kommunikációtudomány, mint társadalomtudomány, több szakterületet érintő jellege miatt valahol a pszichológia, antropológia, filozófia és sok más diszciplína határmezsgyéjén fekszik, ezeket a különböző területeket mutatja be a jelen kötet három fázisra tagolva. Az első részben a DOSZ KMO néhány műhelybeszélgetésének kivonatát olvashatjuk. A következő egység az osztálytagok kutatási területeinek egy kisebb szeletét mutatja be tanulmányaikon keresztül Végezetül a harmadik részben olyan, a kommunikációs diszciplínához szorosan kapcsolódó olvasmányok recenzióit olvashatjuk, amelyek az osztálytagok szakmai érdeklődésének és preferenciáinak indikátorai. Bár a kötet a kommunikációtudomány területének felettébb változatos étlapját mutatja be, nem hiányzik belőle az a konstitutív alap, amely a tanulmányokat összekötve alkot rendszert: ez a közös forrás pedig nem más, mint a problémamegoldásra való törekvés, amely minden értekezésben tetten érhető.

Lássuk, a szerzők hogyan kísérlik meg munkájukban bemutatni a problémamegoldás folyamatait!

A kötet első műhelybeszélgetésének kivonata Kósa István tollából származik, aki tanulmányában a szelektív válogatás kutatási paradigmáját veszi górcső alá olyan egyéb médiahatás elméletek alapján, mint a társas összehasonlítás vagy a tartalompreferencia modellek. Ezt követően a szerző, különböző kutatások bemutatásán keresztül, olyan kurrens kérdésekre ad választ, mint a negatív hírfogyasztás előnyben részesítése vagy a nagy jövedelemkülönbségek előnytelen hatásai az egészségre és a boldogságra.

A következő tanulmányban Ilyés Zoltán az „összmagyar” zarándoklattá vált csíksomlyói búcsút kiegészítő szekuláris esemény, a gyimesbükki zarándokhely látogatóinak megnyilvánulásait és szimbólumhasználatát mutatja be. Dolgozatában a szerző olyan jelképekre hívja fel a figyelmet, mint a „Székely Gyors” magyar mozdonyainak fogadása, a pünkösdvasárnapi nemzeti zarándoklat transzparenssekkkel, jelvényekkel, Árpád-sávos zászlókkal díszített menete, vagy az ősi magyar hangszerként jegyzett tárogató kápolna melletti koncertje, amelyet szimbolikus reterritorializációként ír le.

A következő tanulmányt a *Kommunikációs terek* szerkesztője, András Hanga jegyzi, aki értekezésében három kiválasztott sajtóorgánium 2010-2012-es online változatának elemzésével kívánja bemutatni a Nemzeti Összetartozás Napjának erdélyi magyar nyelvű sajtóvisszhangját. A szerző a megjelent anyagok jelzős szerkezeteinek és egyéb kifejezéseinek ismertetésén keresztül mutatja be a különböző hírportálok kommunikációját a Trianon gyásznapjának időpontjára kitűzött Nemzeti Összetartozás Napjával kapcsolatosan.

Tóth Judit Gabriella az emlékezeti helyet, mint kommunikációs színteret jeleníti meg, erősen fókuszálva az egyéni és kollektív történetmeséléssel kapcsolatos térbeli kontextusokra. Dolgozatában egy 35 állandó lakossal rendelkező falunak, Nyéstának a lieu de memoire-ját, „a halál fáját” mutatja be, amely a Rákosi korszak idején történt kegyetlenségek és kivégzések történetmeséléseinek és felelevenítésének színtere.

A *Kommunikációs terek* következő tanulmányai sem kevésbé érdekfeszítők. Szondy Réka dolgozatában a közjó és a társadalmi marketing újfajta megközelítéséről ad áttekintést. A szerző nézőpontja szerint a társadalom tagjai fogyasztókként, míg a nekik továbbított értékek, normák termékeként foghatók fel. Értekezése konklúziójából azonban kiderül, hogy, ugyan az eszköztár lehet azonos, ezeken a társadalmi termékek közvetítése – a közjó érdekében – egészen más típusú marketing-technikákat és átstrukturált szellemi és anyagi erőforrásokat igényel.

Vékey Zoltán tanulmányában úgy fogalmaz, hogy a kommunikációs technikák futótűzként való elterjedése a nyomtatott sajtó marginalizációját és a digitális médiában megfigyelhető ingyenes adatközléssel kapcsolatos elvárások kialakulását eredményezte. A szerző ezeknek a médiafogyasztásban megfigyelhető gyökeres változásoknak a bemutatásán keresztül betekintést enged a lapeladásból és a hirdetésekkel szembe fordított bevételek vizsgálatába a 2012-es és 2013-as évekre vonatkozóan.

A tanulmánykötet következő szerzője Csorba Zsuzsanna, aki értekezésében a startupok és a hálózatosodás jelenségeit különféle érintkezési pontokon igyekszik közelíteni egymáshoz. A jellemzően innovatív, nemzetközi, gyors növekedést mutató és kevés munkatársat foglalkoztató startup vállalatok társadalmi szinten ugyanis decentralizált felépítésüknek köszönhetően egyértelmű hálózati rendszert alkotnak.

Pelle Veronika A toolon túl című tanulmányában a Facebook közösségi oldal használatát övező médiatudatosság feltérképezésére tesz kísérletet a médiatartalmak létrehozásának, megosztásának és befogadásának vizsgálata alapján. A web 2.0 elődjéhez, a web 1.0-hoz képest alapvető átalakulásokat mutat: többé nem a szolgáltató áll a fókuszban, hanem a felhasználó által generált tartalommegosztás, interaktivitás és közösségi jelleg. 2012-ben végzett kutatása, amely a magyarországi felhasználók médiatudatosságát vizsgálta, ezeket az új jelenségeket mutatja be a teljesség igényével.

A következő tanulmányban Nagy Ágnes a makrogazdasági hírcímek szemantikai megközelítésű vizsgálatát ismerteti a Világgazdaság online 2014-ben publikált hírcímeit górcső alá véve. Feltételezése szerint a polaritást (pozitív vagy negatív értékeket) tükröző szavak nem sorolhatók be egyértelműen e kettős kategóriarendszerbe, értelmezésük kontextusfüggő, hiszen az egyes kifejezések egyaránt hordozhatnak pozitív és negatív jelentést is.

A kötet utolsó tanulmánya a sikeres orvos-beteg kommunikációval kapcsolatos problémák feltárását célozza, a megoldási lehetőségekre is kitekintve. Balogh Andrea Johanna az onkológia területén két, módszertanában eltérő kutatást végzett. A betegek körében kérdőíves felméréssel vizsgálta a diagnózis közlésének körülményeit és tartalmát, míg fókuszcsoportos megbeszélésekben több hazai egészségügyi intézet vezetőjétől gyűjtött információkat a betegség közlésének kommunikációs nehézségeiről.

A műhelybeszélgetések és tanulmányok rávilágítanak a kommunikáció jelenlétére a körülöttünk lévő világ kisebb szegmenseiben. Az emlékezet pszichológiája, egy pünkösdi záródokút, a közösségi média potenciális veszélyei vagy az orvos diagnózis közlése mind vizsgálhatók kommunikációs szempontból. A *Kommunikációs terek* tanulmányai bevallottan azt kívánják bemutatni, hogy a kommunikáció segítségével milyen általánosabb, széles körben megjelenő problémák megoldására van lehetőség. A kötet által ismertetett recenziók pedig tovább növelik azon színterek számát, amelyeken a mai modern társadalom tagjai a kommunikáció adta lehetőségeket kamatoztathatják.