

SOKSZÍNŰ KOMMUNIKÁCIÓKUTATÁS

Szávai Petra

truska986@gmail.com

András Hanga: *Kommunikációs terek 2016*. Budapest – Sepsiszentgyörgy, DOSZ T3 Kiadó, 2016.

A Doktoranduszok Országos Szövetsége (DOSZ) Kommunikáció- és Médiatudományi Osztályának (KMO) András Hanga szerkesztette második kötete szakmai beszámolóként is értelmezhető. Az osztály és az osztálytagok egyévnnyi munkájának és teljesítményének összefoglalása ez a könyv, mely a tavalyi kötethez hasonlóan három nagyobb egységben – műhelybeszélgetések, tanulmányok, recenziók – a tudományos tevékenységek más-más produktumait reprezentálja.

A kötet rövid bevezetője és a Tavaszai Szél Konferenciáról szóló beszámoló a DOSZ KMO eredményeivel, előrehaladásával és a tagok konferenciaszerepléseivel ismerteti meg az olvasót. Ezt követően az első blokkban három, a DOSZ KMO szervezésében megvalósult műhelybeszélgetés írott változatával találkozhatunk, melyek jól ismert kommunikációkutatók nevéhez fűződnek. Aczél Petra a tanulmányában a Nagy Adat problémaköre kapcsán azzal a kérdéssel foglalkozik, hogy az információs technológia miként alakította át a kulturális és a gazdasági rendszereinket. A részvételi kultúra és a figyelemgazdaság téziseinek háttére előtt magyarázza meg azt a generációkat elválasztó jelenséget, amely az információs viselkedésben és az emberi figyelemben történt változásokra vezethető vissza. Bakó Rozália egy nagyobb kutatási projekt (Digitális és multimodális gyakorlatok a kisgyerekek körében) keretében 4–8 éves gyermekek digitális írástudását vizsgáló kutatásról számol be. Gyermekekről lévén szó – Tanulmányában főként olyan módszertani és etikai kérdéseket vizsgál, amelyek gyermekkorúakkal foglalkozó kutatásokban merülnek fel. A harmadik műhelybeszélgetés eredményeként született meg Domschitz Mátyás tanulmánya a „hogyan-csináld” típusú önsegítő könyvekről. Elemzésében először sorra veszi az ezen sikert ígérő könyvekre leginkább jellemző fontosabb gyakorlati életvezetési tanácsokat, majd visszavezeti őket Weber elméletére, aki a protestáns etikában találta meg a kapitalizmus hajtóerejét: az aszketikus élet és az elhivatottan végzett munka egykor az üdvözülés ígérését hordozta, ma a sikeres életét. Domschitz betekintést nyújt a teljes és boldog élet kérdését boncolgató könyvek tudományos háttérét adó különböző pszichológiai megközelítésekbe is.

A kötet a második részben a DOSZ KMO tagjainak tanulmányaival folytatódik. A szerzők két doktori iskola, a BCE Társadalmi Kommunikáció Doktori Iskolájának és az ELTE Interdiszciplináris Doktori Iskolájának hallgatói. Komár Zita tanulmánya nyitja a sort, aki kérdőív kutatással a hazai politikai nyilvánosságban alkalmasszerűen elhangzott beszédek feminin és maskulin típusú érveléstechnikai eszközeit határozta meg. A kapott adatok elemzése során a szerző a gendernyelvészet és a goffmani homlokzat-elmélet kínálta megközelítések segítségével vezette le és igazolta a kommunikáció és a retorika nemek szerinti meghatározottságát,

és fogalmazta meg a további kutatások szükségességét. Nagy Ágnes írása szintén gender kérdésekkel foglalkozik. A genderstatistika területéről hoz olyan elemzéseket és mutatószámokat, melyek a társadalmi-gazdasági fejlődés mérésére alkalmazhatók: a tradicionális makrogazdasági mutatók humán tényezőkkel való kiegészítése lehetővé teszi olyan tendenciák és állapotok kimutatását is, mint például a nemek közötti különbségek és ezeknek a hatásai a gazdasági növekedésre. A szerző által javasolt mutatók tükrében látható válik a nők gazdasági és politikai kirekesztettsége, a GDP értékekben is megmutatókozó – még mindig jellemző – patriarchális társadalmi berendezkedés. A harmadik tanulmánya is a genderkutatások területéről származik. Gyürke Katalin a nők médiareprezentációjának témakörét vizsgálja a társadalmi nemek és a médiatudomány diszciplínáinak összefüggéseiben. A feminista médiakritika rövid történetének és elméleteinek áttekintése után a genderetikus újságírás és az ún. „genderszemüveg”, azaz a társadalmi nemi szempontokra érzékeny látásmód kialakításának fontossága mellett érvel.

Lips Adrián a Halálos tavasz című film és a Karády Katalin körül kialakult kultuszról írt könnyed hangvételű, olvasmányos esszéjében történeti/filmtörténeti keretbe ágyazva, műfaj- és stíluselemzési eszköztár segítségével kísérli meg három történeti kor médiareprezentációinak vizsgálatával a Halálos tavasz különböző olvasatait azonosítani. Bár írásából határozottan kiérződik a rajongói szubjektivitás, kétségtelen, hogy a téma kiváló ismerőjeként a Karády-jelenséget megteremtő kifinomult eszköztárra és abban is a voyeur szerepében megtestesülő nézőre mutat rá.

Richman Gabriella az információs technológiák, az internet kulturánkat és tudásrendszeinket átalakító hatására alapozva vázolja fel a posztmodern társadalom tudással kapcsolatos megváltozott viszonyait, majd alkalmazza gondolatait a szervezetek világára. Az infokommunikációs technológiák szervezeti térre gyakorolt hatására létrejövő új üzleti modellt, a közösségi vállalkozást mutatja be, amely az internet(használók) által generált elvárásoknak megfelelően képes a folytonos megújulásra.

András Hanga és Szakács István marketingkommunikációs elemző tanulmánya az Igazi Csíki Sör sikere háttérében álló folyamatok és okok feltárására vállalkozik. A csíkszentsimoni Csíki Sör Manufaktúra márkakommunikációjának vizsgálatával a szerzőpáros azonosítja azokat a főbb gazdasági és kulturális tényezőket, melyek az Igazi Csíki Sör székely identitástudatban betöltött meghatározó szerepét indokolják.

Nyésta falu kollektív emlékezetét kutatja Tóth Judit Gabriella, aki a Kulák, gyere ki! című tanulmányában a falu történetének egyik legmegrázóbb eseményét – egy kulákház 1950-es felgyújtását – és a még élő tanúk/részvevők hozzá fűződő meghatározó gyermekkorri traumatikus élményét tárja fel egy antropológiai terepmunka során. Empirikusan támasztja alá kutatásmódszertani hipotézisét, miszerint az interjú során fennálló kommunikációs helyzet befolyásolja a mesélőt és a történetét is, és a kontextus célirányos megváltoztatásával egészen új információk is nyerhetők az interjúalanyoktól.

Az utolsó írás Bánkúti Ágnes témafelvető esszéje, melyben a tánc non-verbális kommunikációval foglalkozik. Főként kérdéseket fogalmaz meg, melyek relevanciáját a tánc kommunikációjával kapcsolatos vizsgálati előzmények, valamint a kutatásban alkalmazható kommunikációs modellek és elméletek bemutatása révén indokolja. A kutatásmódszertani lehetőségek számbavétele után a szerző kifejezi a jövőbeni kutatás eredményeinek gyakorlati hasznosíthatósága iránti reményeit.

A kötet harmadik részében a doktoranduszok által készített recenziók olvashatók, melyek tematikája igen sokrétű: a médiaszabályozás és a médiapolitika területéről több könyvismertetőt is olvashatunk, de megjelenik a retorika és a gender témaköre, a vallási és a szervezeti kommunikáció, valamint az újmédia diszciplínái is képviseltetik magukat ismert és kevésbé ismert, régi és új művekkel.

Összességében elmondható a Kommunikációs terek sorozat 2016-ban megjelent második kötetéről, hogy a kommunikáció- és médiatudomány interdiszciplinaritása révén az összeválogatott tanulmányok tárgykörei nagyon széles spektrumon mozognak és ízelítőt adnak a kommunikációtudomány komplexitásából adódó kutatási lehetőségek sokféleségéből, a könyv mégsem vállalkozik a diszciplína reprezentatív bemutatására. Kiegyensúlyozatlanság érezhető mind a témák, mind pedig a kötetben publikáló szerzők tekintetében: a tanulmányok között található nagyon összetett és következetesen megalapozott írások, de olyanok is, melyekre kevésbé igazak ezek a kritériumok. A genderkutatásokról szóló írások és túlnyomórészt a Budapesti Corvinus Egyetemről érkező szerzők túlreprezentáltságából adódó kiegyensúlyozatlanság azonban a Doktoranduszok Országos Szövetségén belül viszonylag frissen alakult Kommunikáció- és Médiatudományi Osztály képviselőiben aktív tagok intézményi háttéréből és érdeklődéséből adódik. Ebből a szempontból mindenképpen egy fejlődő szakosztály és a kutatói pályafutásuk kezdeti lépéseit megtevő tagjai eltökélt munkájuként kell tekintenünk e kötetre. Mindezek mellett a kommunikáció- és médiatudomány doktoranduszaként számomra a Kommunikációs terek 2016 tanulságos olvasmány volt, fő értékét abban látom, hogy betekintést engedett más egyetemeken, más perspektívákat alkalmazó doktoranduszok munkásságába. A kötetből kitűnik, hogy a DOSZ KMO működése jó irányba halad, és ha a jövőben további doktori iskolák hallgatói is csatlakoznak a szervezethez, kiépülhet egy olyan országos hálózat, amely megteremti az együttműködés lehetőségét a különböző kutatási hagyományokkal rendelkező intézmények között. Ezáltal a Kommunikációs terek sorozat is kiteljesítheti küldetését, hogy a hazai kommunikációkutatással foglalkozó fiatal kutatók számára egy olyan színteret biztosítson, mely árnyaltan reprezentálja e sokrétű diszciplínát.