

Lovas Kiss Antal

A médiaeszközök hatása a rurális térben¹

Az elmúlt harminc évben vidéki kistelepüléseken vizsgálódó kutatóként számos alkalommal találkoztam a televízió hatásával, illetve a mobiltelefonok, a számítógépek, vagy az internet terjedésének különböző megnyilvánulásaival. Ebben az írásban olyan példákat hozok, amelyeket lokális társadalmakra irányuló kutatásaim során az infokommunikációs eszközök használatával kapcsolatban jegyeztem le. Ezek a tapasztalatok kezdetben nem estek a terepkutatás fókuszába, mintegy „melléktermékként” maradtak fent, azonban az ezredfordulóra nyilvánvalóvá vált számomra meghatározó jelentőségük.

Roger Silverstone nézete szerint a média valójában a városok fizikai határain át-lépő és elterjedő urbánus kultúra: „médiapolisz” (Silverstone 2006). Olyan globális, kozmopolita értékeket közvetít, amelyek az egyre gyakoribbá váló médiahasználat révén szerepet gyakorolnak a rurális társadalmakban élők életmódjára, szokásrendszerére, átalakítják a helyiek viselkedését, normáit, szóhasználatát, vagy kifejezőképességét (Jenkins 2004). A médiából származó információkat azonban nem csak folyamatos külső hatásként foghatjuk fel, mert, ha globális jelenséggé tekintjük, láthatóvá válik, hogy a globális médiatartalmak lokális válaszokat váltanak ki és a helyi, egyéni reakciók maguk is visszautalnak a globális médiafolyamatokra, így a vidéki emberek is részei a média kollektív termelésének és fogyasztásának (Meyrowitz, 2005). Az infokommunikációs eszközök elterjedésével az offline jelenségek értelmezéséhez egyre inkább szükségessé vált az online folyamatok feltárása is. Napjainkra az online és offline világok kettősségének nyomon követése nélkül nem válhatnak érthetővé a lokális társadalmakban zajló folyamatok, és csak együttes vizsgálatukkal beszélhetünk a kulturális fogyasztás helyi sajátosságairól és komplexitásáról (Hine 2000).

Ebben a tanulmányban a mindennapi élet megnyilvánulásainak azokat a momentumait illesztettem egymás mellé, amelyek a vidéki társadalmakban élők televízió és az internet használatát jellemzik. A bemutatott példák ugyan lokális társadalmakból származnak, de reprezentatív vizsgálatok nélkül nem állíthatom, hogy valamiféle általánosítható, rurális médiaeszköz-használatot jellemeznének.

1 Ez a tanulmány egy 2020-ban megjelent *Online hatások és offline tapasztalatok* című írásom kibővített változata.

Írásomnak az ad aktualitást, hogy a médiakutatás késő-modern fordulata napjainkra szintén a mindennapi életet átszövő populáris diskurzusokra és kulturális gyakorlatokra fókuszál (Császi 2008: 14).

A ruralitás kérdése

A kérdésnek, hogy beszélhetünk-e egyáltalán az infokommunikációs technológia sajátosan vidéki használatáról, az első nehézsége rögtön a vidék definiálása körül rajzolódik ki. A vidékiség fogalma önmagában is számos kérdést vet fel, amelyre az egyes tudományterületek, hivatalos meghatározások, vagy a közbeszéd eltérő válaszokat adnak, attól függően, hogy milyen nézőpontokból közelítenek. Európában az 1980-as évekre a modernizációs folyamatok előtérbe kerülésével nyilvánvalóvá vált, hogy a vidék fogalmát egyre kevésbé fedik le a korábbi meghatározások. A változások nyomán a kutatók egyre inkább sokdimenziós jelenségként kezdték értelmezni a ruralitást. (Kovách 2012: 19.) A kilencvenes évekre létrejött multidimenziós vidék fogalom már eleve megkérdőjelezte a ruralitás objektív definiálhatóságát, mert társadalmi terméknek tekintette azt (Mormont 1990, Whatmore 1990). A felismerés, hogy a cselekvőket a saját környezetük inspirálja az egyéni vidékképük kialakítására, nyilvánvalóvá tette, hogy a rurális nem egy kézzelfogható valóság, csupán társadalmilag létrehozott és fenntartott diszkurzív kategória, a társadalmi reprezentáció és identitás terméke (Gray 2000).

A vidék 20. század végi változásának jellemzője, hogy az agrártermelés szerepe vagy jelentősen visszaesett, vagy a növekedő termelés, a gépesítés és a monokultúrás termelési módok révén, csak a vidéken élők egy szűk körének eltartásáról gondoskodott. Az agrárgazdaság lokális társadalmi jelentőségének csökkenésével a vidék már nem volt azonosítható többé csupán a mezőgazdaság és élelmiszertermelés területeként, a termelés helyére a fogyasztás került, és a vidéki területek gazdasága a termeléstől a szolgáltatás irányába mozdult el. A helyi társadalom eseményei árucikké váltak, és a vidék reprezentációja eltávolodott a konkrét földrajzi terektől. (Cloke 1996, 2006.) A javak és a szolgáltatások fogyasztói pedig leginkább a középosztálybeli városiak lettek, akik igényeik és képzeik mentén a saját képükre formálják a vidéket (Csurgó 2013: 35). Az így kialakított vidékkép a kívülálló turisták elvárásaira felépített fiktív és leegyszerűsített világ, amely pozitív és negatív sztereotípiákat egyaránt hordoz. Megtalálható bennük a rurális idill, a természetvédelem, a turizmus vagy éppen a modernizációellenesség egyaránt (Mormont 1987). Ennek a képnak a megformálását segíti elő, hogy az Európai Unió vidékfejlesztésre szánt elosztási rendszerében a lokális értékek tőkeként hasznosítható eszközök lettek. A pályázati rendszer általánossá válásával a lokális látványosságok, a természeti nevezetességek, a helyi kulturális örökség, a vidékreprezentáció részévé válnak, gazdasági szerepet kapnak és így a fejlesztési források elnyerését segítik (Short 1992). A magyar lakosság fogyasztás alapú vidékképe egybeesik a média által forgalmazott turisztikai vidékkonstrukcióval, amelyben fontos helyet foglalnak

el például a természeti tájak, a kirándulóhelyek, a népszokások és a tájjellegű ételek. A városiak kereslete révén kialakuló vidékimázst a vidékiek is elfogadják és magukévá teszik. (Csurgó 2013: 35.) Az így létrejött eszményített vidékkép a populáris kultúra elvárásainak is eleget tesz, ezért ebben a könnyen fogyasztható formában tűnik fel a mindennapok kultúrájában vagy a világhálón (Bell 2006, Kovách 2012: 28). Ugyanakkor, a magyarországi viszonyokat elemezve Kovách Imre a vidékértelmezés összetett jellegét hangsúlyozza. Az idealizált struktúrák mellett jelen vannak a kritikai megközelítések is, amelyek a vidéki élet nehézségére, a vidéken élők életkörülményeinek gyakran kilátástalan jellegére, illetve a modernizáció szükségességére fókuszálnak (Kovách 2012: 54). Ezek a rurális problémák talán azért nincsenek szem előtt a mindennapokban, mert a vidékreprezentáció alkalmas arra, hogy a vidékről alkotott kép elemeit a résztvevők akadály nélkül formálhassák. Például egyes helyzetekben a középosztályok kihagyhatják vidékképükből a számukra zavaró elemeket, a szegénységet, vagy a romákat (Cloke 1996, Csurgó 2013: 35).

A helyiek mindennapi gyakorlatában vidék és város természetesen módon összetartozó, egymást kiegészítő komplex struktúráként működik. Még akkor is, ha a vidék és a város percepciót befolyásolja a társadalomtudományokban és a közgondolkodásban uralkodó vidék-város dichotómia (Lajos-Ujhelyi 2016: 137). Természetesen a vidék és a város között van különbség, de a '80-as évek második fele óta már nem elkülönülő struktúrákként, hanem a társadalmi kapcsolatok egy sajátos formájaként értelmezzük, amelyet minden társadalom a saját keretei között konstruál és hasznosít (Mormont 1987: 17). Így a 21. század elején egy pusztán csak adott földrajzi lokalitáshoz (városi vagy rurális térhez) kötődő vizsgálat nem tűnik tartható kutatási gyakorlatnak. A helyszínnél fontosabb, hogy a kutatás az adott kor éppen aktuális problémavilágának feltárására, értelmezésére kínál-e konkrét kutatási lehetőséget (Gupta–Ferguson 1997) George Marcus pedig egyenesen úgy fogalmaz, hogy fontosabb nyomon követni a vizsgálódás tárgyát és a tárgy ki fogja jelölni a kutatás terepét (Marcus 1986, 1995: 108), amely könnyen lehet, hogy felülemelkedik a társadalmilag konstruált városi, vagy vidéki kereteken.

A televízió a lokális tér legjellemzőbb médiuma

A 20. század folyamán terjedtek el a különböző médiumok, amelyek eltérő mértékben formálják a lokális társadalmak lakóinak életvilágát. Magyarországon az újságok és a rádió megjelenése után, a 1960-as évektől kezdtek elszaporodni a televíziókészülékek. A szocializmus politikai elitje számára számos előnnyel járt a televízió elterjedése, amely a sokak számára elérhető olcsó szórakozást bevitte az otthonok terébe, és ezzel családi szintekre szeparálta a társadalmat. A hatalom által létrehozott médiamonopólium országosan egységes tartalmú információkat tudott egy időben széles tömegekhez eljuttatni. A rurális térben megjelenő média szerepe azért sajátos, mert behozta a vidéki társadalmak életvilágába a külvilág híreit, és ezek az információk újraserverték, átértelmezték a vidéki létet. Bár az infokom-

munikációs eszközök a vidéki családok körében lassabban terjedtek, de olyan információáramlást teremtettek, amely jelentősen befolyásolta a rurális társadalmak életvilágát az elmúlt ötven évben (Bausinger 1984, Szijártó 2015). A '70-es években a televízió jelentőségét a falusi társadalmakban még kevés magyar néprajzkutató ismerte fel, de a fontosságáról Gunda Béla már írt (Gunda 1975, 1980).

Az 1980-as évek óta végbement a kereskedelmi televíziózás gyors térnyerése, ami a korábbi keleti blokk országai számára egybeesett az 1989-es rendszerváltást követően a média demokratizálódásával, a populáris kultúra elterjedésével. Nem egyszerűen a médiatartalom változott, hanem a nézők szemléletmódja is. Különösen a kereskedelmi televíziózás gyakorolt korábban nem tapasztalt hatást az életvezetési alternatívákra a rurális társadalmakban is. A kötött műsorrend miatt például a falusi környezetben nem ritkán négy órákig kezdődő szappanopera sorozatok miatt megváltozott az állatok délutáni etetési ideje. A beszélgetőpartnert kereső néprajzos számára is nyilvánvalóvá vált, hogy délutánonként a sorozatok alatt elnéptelenednek a falusi utcák. Az alábbi mondat egy falusi kocsmában hangzott el a kétezres években:

Most kérjenek, mert mindjárt kezdődik a sorozat és akkor nincs kiszolgálás.

Ugyanakkor a sorozatok tartalma, a róluk szóló narratívák nem csak a helyi lakosok mindennapjait határozták meg, de a messziről jött és idegen kutató is barátságosabb színben tűnhetett fel, ha át lehetett beszélni vele a kedvenc sorozat legutóbbi történéseit.

A '90-es évek óta a média nem csak az idegen vagy városi kultúrák megéléséhez segíti hozzá a lokális társadalmakban élőket, a „ruralitás imázsok” termelésében is megnövekedett a média, elsősorban a kereskedelmi televíziózás szerepe. Egy televíziós sorozat vagy műsor helyszíne és témája tömegek vidékképét befolyásolja, nem csak a városokban, hanem rurális térségekben is. (Kovách 2012: 29.) A médiában megjelenő vidékkép nyomán a helyiek számára felértékelődnek és értékhozóvá válnak a róluk konstruált képek is.

A vidékről létező képzetek elsődleges forrása a média, de amíg korábban jellemzően pozitív vagy legalábbis realiztikus, estleg dokumentatív vidéki összképet mutatott, addig az 1989-es rendszerváltást követően megszorodtak a negatív megjelenítések. A változás oka, hogy a tömegmédia hírműsorai azokat az eseményeket tekintik hírnek, amelyek valamilyen extrém tartalmat, konfliktust, botrányt hoznak. Szereplői gyakran vidéki önkormányzatok, iskolák, roma kisebbség tagjai, vagy korábban a kárpótlás körüli konfliktusok és problémák. (Hack–Kiss 2007.) Ezen a megközelítésen érdemben nem változtattak azok a tartalmak sem, amelyek a ruralitást a nemzeti kultúra egyik forrásaként és őrzőjeként, az értékes tradíciók helyeként mutatják be.

Nyomon követve az elmúlt évek információáramlását, összességében elmondható, hogy a televízió népszerűsége ellenére sem tudott a társadalom közéleti informálásának és demokratikus véleménynyilvánításának politikai intézményrendsze-

reként működni (Habermas 1971). A műsorszórás hiányosságai és költségei miatt, a kínálatnak csak egy része jut el a különböző társadalmi csoportokhoz² és ez lehetőséget teremt a konkrét jelenségektől és történésektől távol élő vidéki emberek manipulációjára. Az a tény, hogy a rurális térben élők számára napjainkig a televízió jelenti a legmeghatározóbb hírforrást, miközben a párhuzamos információkínálat szűkös, rendkívül kiszolgáltatottá teszi a vidéken élők jelentős részét. Ez különösen azért jelent problémát, mert 2010 után a legtöbb településen elérhető közszolgálati média egyértelműen a hatalmon lévő pártok szócsövénévé vált. Ezt nem ismeri el a hatalom, de az Európai Unió vizsgálatok nyomán nyilvánvaló vált, hogy az EU-s és az ellenzéki politikai véleményekkel nem találkozik a lakosság jelentős hányada, különösen a vidéki, és az internetes információkhoz nem hozzáférő lakosság marad tájékozatlan, illetve kap egyoldalúan manipulált információkat.

Az elérhetőség és hozzáférés avagy: *Meleg víz nincs, de szélessávú internet van*

A fejezet alcímében szereplő mondata egy 2011-es terepkutatás során hangzott el, amikor egy kis faluban, a Hajdú-Bihar megyei Újirázon kutató egyetemi hallgatóim a szállásukkal ismerkedve lelkesen újságolták, hogy a kapcsolattartás lehetősége jobb, mint a tisztálkodásé.

Hazánkban az infokommunikációs technológia, mindössze 2-3 évtized alatt széles körben és általánosan elterjedté vált, ám az országos lefedettség eléréséig a rurális térségek félreeső területein gyakran találkozhattunk a mobilszolgáltatás hiányával, vagy az internetcsatlakozás akadozásával és ezzel a perifériához kapcsolódó hiányok sajátosan új dimenziója tűnt fel. A téreőr megléte, vagy hiánya alapvetően új értelmezést adott a fizikai tér használatának és jelentőségének is. 2002-es írotai terepkutatásunk során csak a település széli dombon elterülő temető fejfái között találtunk téreőrt, ide kellett felkaptatnia annak, aki telefonálni akart. Még 2011-ben is meglepetés tárgya lehetett a gyors internet a periférikus helyzetű kistelepülésen, Újirázon. Mára a nagyvárosi központoktól távol eső, eldugott, helyeken is többnyire rendelkezésre áll az internet hozzáférés és ez lassan kioltja a periféria hiányhoz kapcsolódó beidegződéseit, de egyben hat a vidéki emberek életvilágára és szociokulturális praxisaira is. A számítógép, a mobiltelefon és az internetes hozzáférés terjedése és használatuk általánossá válása a mindennapi élet számos területén változásokat indukált, szerepüket és jelentőségüket leginkább akkor érthetjük meg, ha a helyiek életvezetési stratégiáiba ágyazottan vizsgáljuk.

2 Bár elméletben a tévécsatornák szolgáltatói széleskörű médiakínálattal rendelkeznek, de a kis lakosságszámú településeken nem éri meg kiépíteni a szolgáltatást.

Beszélhetünk-e nemi és generációs szerepekről?

Az internetkapcsolat kiépítése gazdasági kényszer a rurális térben élő mezőgazdasági vállalkozók számára. Különösen az országos és nemzetközi üzleti szférával kapcsolatban álló szerveződések számára fontos a piaci versenyben a folyamatos és gyors kapcsolattartás az üzleti partnerekkel. Érdekes kérdés lehet, hogy a családi gazdaságokon belül, kik látják el az informatikai teendőket? Beszélhetünk-e egyáltalán jellemző tendenciákról? Az 1989-es rendszerváltozás után létrejött közepes méretű családi gazdaságokban gyakran megfigyelhető volt, hogy női szerepkörre vált a gazdaság adminisztrációjának és könyvelésének ellátása. Többnyire a gazdálkodók feleségei töltötték be ezt a szerepkört. (Lovas Kiss 2007.) Újiráz egyik legjelentősebb családi gazdaságának adminisztrációs ügyeit is a vállalkozó felesége látta el 2011-ben, aki két lánya kezdeményezésére és segítségével optikai kábelen futó internetkapcsolatot építtetett ki a gazdaság számára. A döntés háttérében az a felismerés állt, hogy az üzleti kapcsolatok, a támogatási és az ellenőrzési rendszerekhez csatlakozás, valamint a termelésszervezés szempontjából egyaránt szükség van az informatikai háttér kiépítésére.

A számítástechnikát sok szempontból bele kell vinni a gazdaságba. Tavaszszal, amikor a földeket táblázatba rakjuk, hogy melyik földbe mit szeretnénk, beírjuk, hogy mikor vetettük el. A földalapú támogatást csak interneten lehet intézni már évek óta. A gyerekek szívesen megcsinálják az ilyen táblázatokat. Lemaradunk, ha nincs internet. A fiatal generáció mondja, hogy mire van szükség. (B.K.I., vállalkozó, 2011)

Az elérhetőség megteremtésének természetesen csak egy alternatíváját jelenti az újirázi családi gazdaság példája, ahol „női munkaként” az anya és lányai látták el a kibertérhez kapcsolódó gazdasági feladatokat, miközben a konkrét mezőgazdasági tevékenységet végző, gazdasági döntéshozatalban meghatározó férfi családtagok a gazdaság online felületeinek működtetésében egyáltalán nem vettek részt. A számos életvezetési modell és gyakorlat között ez a forma is csak egy lehetőség, nem általánosítható, nem mondható, hogy az internet és a számítógépek használata, vagy a vállalkozás online elérhetőségének megteremtése és a partnerekkel való kapcsolattartás a családi gazdaságokban valamiféle női munka, vagy fiatal generációkhoz kötődő tevékenység lenne.

Az online hozzáférés mint ajándék és csere tárgy

Az előzőekben említett újirázi családi gazdaság tulajdonosai ingyenes hozzáférést biztosítottak a szélessávú internet szolgáltatásukhoz a falu lakosai számára. Az ajándékozó gesztus értelmezése amellet, hogy az online lehetőségek sajátos felhasználásáról és jelentőségéről szól, egyben számos kérdést is felvet, amely az ajándékozó gazdálkodó család és a lokális társadalom viszonyának meghatározására irányul.

Újirázon az 1989-es rendszerváltozás idején még jól működő termelészövetkezet biztosította a helyiek megélhetését. A tsz felszámolását követően a lakosság döntő többsége munka nélkül maradt, csak néhány gazdaság volt képes nyereségesen termelni, ezek viszont tetemes haszonnal működtek. Az újirázi lokális társadalomban nehezen voltak elválaszthatók a társadalmi és gazdasági orientációk, ezért a helyi sikeres gazdák a lokális társadalom rosszállásával néztek folyamatosan szembe. Kérdésként merülhet fel, hogy ezt a feszült helyzetet próbálták-e oldani, amikor kapitalista utilitarista gazdasági magatartásukat igyekeznek altruista gesztussal ellensúlyozni? Azaz tekinthető-e az ingyenes és szabad internet hozzáférés biztosítása valamiféle engesztelő ajándékként, a lokális társadalom piaci versenyben alul maradt tagjai felé? Esetleg értelmezhető-e a társadalmi felelősségvállalás és szolidaritás sajátos, új megnyilvánulásaként, ha a gazdasági elit ingyenes internet hozzáférést biztosít a helyiek számára? Vagy ez a gesztus voltaképpen az új platformra helyezett kapcsolatok megerősítése, a gondoskodás jele, ami arra utal, hogy a gazdasági elitbe tartozók, már nem a lokális társadalom egyszerű tagjainak, hanem meghatározóinak tekintik magukat? Tovább árnyalja az ajándékozó gesztus értelmezését, hogy 2011-es kutatásunk idején – technikai háttér és alkalmazói tudás hiányában – csak az újiráziak töredéke tudott élni az ingyenes internethozzáférés lehetőségével. Ugyanakkor feltételezhető, hogy a hozzáférés lehetősége önmagában is elősegítheti az internethasználat széleskörű terjedését.

A számítógép és internethasználat hatással lehet a lokális csereviszonyokra is. Mivel a kistelepüléseken többnyire nincsenek informatikai boltok, vagy számítógépszervizek, gyakori, hogy a felmerülő technikai vagy ismerethiányból fakadó nehézségeiket rokonsági vagy ismeretségi kapcsolataik révén igyekeznek orvosolni a helyiek. Az informatikai ismeret és ezek révén a másoknak nyújtott segítség a pc-k elterjedésével egyre gyakoribb cserealapot jelent, ennek hatására sajátos, új segítő barterek jöhetnek létre. A segítségnyújtás beárazásának meghatározó nehézsége, hogy a felhasználók, gyakran nincsenek tisztában az infokommunikációs rendszerek működésével és a javítások értékével. Így korábban bevált módszerek, például a javításra fordított idő alapján igyekeznek beilleszteni a szívességi csererendszerbe az eddig teljesen ismeretlen tevékenységi kört. Közösségi beárazásuk napjainkban még változó, döntően az határozza meg, hogy a segítséget igénylő életében milyen szerepet tölt be az infokommunikációs eszköz használata. (Ha például valaki interneten tartja a kapcsolatot a máshol élő gyerekével, a kapcsolattartást gátló technikai problémák elhárításával nyújtott ismerősi segítség kifejezetten felértékelődhet és ez magasabb ellenszolgáltatást eredményez a kölcsönösségi viszonyokban.)

Transznacionális kapcsolattartás

A mobilszolgáltatás országok közötti elérhetősége kap hangsúlyt a határon átvélő lakossági mobilitás kapcsán. Az Európai Unió csatlakozást követően az ártándi forgalmi folyosó térségében Romániából Magyarországra áttelepülő, de rend-

szeresen Nagyváradra ingázó lakosok olyan távolságba költöztek, ahonnan még koherens társadalmi mezőt tudtak fenntartani kibocsájtó közegükkel (Hannerz 1998: 240). Ebben jelentős szerepet töltött be a személyes kapcsolatok mellett a telefon és az internethasználat, ezért sok ingázó számára fontos szempont volt, a magyarországi lakóhely megválasztásánál a romániai internet és telefonszolgáltatók elérhetősége is. Arra törekedtek, hogy az átköltözés ellenére a romániai telefontársaságok és internetszolgáltatók jeladóinak körzetében maradjanak, és így ne kelljen a drágább, magyarországi szolgáltatást igénybe venniük. A két ország között ingázó családokon belül különösen az önálló határátlépésre még nem jogosult fiatal generációk körében volt megfigyelhető az online kapcsolattartás fokozott jelentősége. Ezek a gyerekek osztálytársaikkal és barátaikkal iskolaidő után leginkább a virtuális térben tartanak kapcsolatot, így gyakorlatilag jelen vannak a romániai barátaik kommunikációjában is, miközben magyarországi otthonukban tartózkodnak. Az infokommunikációs eszközök használata és a szolgáltatások elérhetősége erősíti a határ menti térség transznacionális jellegét, mert lehetőséget biztosít a felhasználók számára a határ túloldalán élő rokonokkal és barátokkal történő intenzív és folyamatos kapcsolattartásra. Az online kapcsolattartásnak köszönhetően a korábban vagylagosan megélt kulturális közeget újfajta, egymás mellé rendelő formák váltják fel.

Az elérhetőség hiánya

Az elérhetőség felértékelődése és fontossága ugyanakkor felveti a hiány kérdését is. Ha azt feltételezzük, hogy az internetes elérhetőség és kapcsolattartás előnyös pozíciót eredményez, akkor várható, hogy a virtuális elérés hiánya a hátrányokat konzerválja, vagy növeli. A mai vidéki Magyarországra különösen jellemző, hogy a leszakadó csoportok megfosztottak az online világtól. Sokak számára nem áll rendelkezésére sem technikai háttér, sem informatikai ismeret, de vannak, akik idegenkednek is az online technológiák alkalmazásától. Mások a kibertérnek csak egy egészen szűk szegmensét használják, és ehhez alakultak ki a gyakorlataik és a tudásuk (internetes játék, közösségi kapcsolattartás). Ugyanakkor az is jelzi, hogy az online tér a mindennapok részévé vált, hogy azoknak is vannak elképzelései a virtuális világról, akik nem használói. A kibertérre történő utalások a mindennapi kommunikáció részét képezik és ebből a világhálón járatlanok számára is megfogalmazódik valamiféle értelmezés. Például a 2016-os kutatásunk alkalmával, a Szabolcs-Szatmár-Bereg megyei Panyolán sokan beszéltek nekünk arról, hogy az interneten megtalálható Basilides Ábris *A Szamosháti farsang* című 1965-ben készült, a korabeli panyolai farsangi eseményt dokumentáló filmje. Olyanoktól is, kaptunk erről információt, akik nem online felhasználók:

...hát nézzék meg a számítógépbe benne van az a régi farsang, azt maguk meg tudják ott nézni! (K.Gy., nyugdíjas, 2016)

Vidékreprezentáció a neten

Az internetes reprezentáció hatása olykor meglepi a felhasználókat és ez a meglepés segíti a későbbi tudatos alkalmazást. A korábbiakban említett nagymennyiségű gabonát értékesítő újrírási családi gazdaság tagjai számára az, hogy az internetes felületeken létrehozott megjelenésük valamiféle képet sugall a gazdaságról, csak utólag, tapasztalataik alapján tudatosult:

Mi már évek óta egy budapesti cégnek szoktunk értékesíteni, ők azt hiszik, hogy irodaházzal rendelkezünk. Jött a kamion és itt kereste az irodaházat.
(B.K.I., vállalkozó, 2011)

Ugyanakkor egyre gyakoribb a világháló kínálta reprezentációs lehetőségek tudatos kihasználása, a megjelenés professzionális megtervezése is. Panyolán az évről évre megrendezett hagyományörző farsangi felvonulás online megosztása a helyi elit számára nem csak a történések dokumentálása, hanem marketingtevékenység lehetősége is, amellyel az érdeklődő külvilágot igyekeznek megszólítani. A turistákat vonzó kínálat kommunikálása a virtuális térben a lokalitás áruba bocsátásának tekinthető (Appadurai 2008: 69). Az áruvá válás nem csak anyagi értelemben vett cserét jelent, hanem azt is, hogy olyan cserealapot kínál fel Panyola, amely alkalmassá teszi arra, hogy széleskörű figyelem tárgyává váljon. Ennek érdekében a farsangi felvonulás virtuális újraalkotása is megtörténik. Az esemény „hagyományörző” jelzővel történő felcímkézése egyrészt segíti az üzenet célba jutását, másrészt az interneten tudja igazán betölteni a szerepét, mert a külvilág azonosítani tudja, mit lát a rendezvényhez kapcsolódó online felületeken. A lokális esemény lényegében a virtuális újraalkotásában, az internetre kerülve nyeri el társadalmi jelentőségét, amikor azok, akik nem voltak személyesen jelen, megismerkednek az neten kialakított megjelenítéssel és értékeli azt.

A kutatást és a kutatói szerepet befolyásoló tényezők

Végezetül néhány tereptapasztalat felvillantásán keresztül érdemes szólni arról is, hogy az online tér megjelenése és az internet használata hogyan hat a rurális térben vizsgálódó kutató tevékenységére. A kultúra területi felfogásának megkérdőjelezése, az adott helyhez kötött terepfogalom kritikai megközelítése már a 20. század második felében jelen volt, mégis a közép-európai rurális térben vizsgálódó néprajzkutatóknak lényegében a 21. századig alig kellett szembenézniük a terep és a terepkutatás újradefiniálásának szükségességével. Mára azonban nyilvánvaló, hogy a kutató nem láthatja a jelenségek teljességét, ha csak a fizikai térben zajló eseményeket követi nyomon, mert a folyamatok egy része többnyire kizárólag online létező, csak infokommunikációs eszközökkel hozzáférhető térben létezik (Boelstorff 2008). Az online terep nem értékteleníti el a fizikai térben zajló jelenségek fontosságát, de a folyamatok tel-

jességének áttekintéséhez szükségessé teszi a jelenlét mellett a hozzáférést is, sőt bizonyos helyzetekben annak nem lesz jelentősége hogy rurális, vagy urbánus térben van-e a kutató, csak annak, hogy hozzáfér-e az online tartalmakhoz (Mátyus 2015: 36).

A virtuális etnográfiaival foglalkozó szerzők közül többen hangsúlyozzák az offline és az online praxisok komplex vizsgálatának fontosságát, mert fennáll annak a veszélye, hogy különálló feltárásukkal töredékes, illetve téves eredményhez juthatunk (Hine 2000: 39, Hallett–Barber 2014). Az online felületek megjelenése számos változást indukál és kérdéseket vet fel.

Értelmezés tárgya lehet, hogy szükséges-e és megvalósítható-e a terep kutatóra gyakorolt totális hatása, hiszen a közép európai kultúrában kutató antropológus már nem találhat olyan félreeső, zárt testületi jellegű közösséget, és rurális közeget, amely nem kapcsolódna akár szervezeti, akár egyéni szinteken számos szállal a többségi kultúrához.

Egyet érthetünk-e azzal a megközelítéssel, hogy a terepen mozgó kutatóra hatással lehet a saját online jelenléte is, akár folyamatosan reflektálhat a külvilág történéseire, vagy a fizikai terepnek inkább az elmélyedés, az adott kulturális miliőbe való teljes bevonódás helyszínévé kellene válnia.

Azt a korábbi alá-felé rendelt alaphelyzetet, hogy a rurális térben élő adatköz-lőkhöz látogató kutató „hazaviszi” az urbánus térbe a tapasztalatait és a saját nézetrendszerén keresztül hoz létre egy vidékkonstruktívot, amely jó esetben, ha visszakérül, a kibocsájtó közösség is vállalni tud, mára demokratizálja a közösségi média. A kutató és beszélgető partnere egyaránt láthatják egymást. Sőt a netes felület a szerepek felcserélését is lehetővé teszi, mint ahogyan erre a 2016-os farsangon sor is került, amikor a helyi szokásrekonstrukciót dokumentáló néprajzosok, az egyik panyolai száláshely Facebook oldalán, maguk is a rendezvény reklámjának részévé váltak, amikor az etnográfusi érdeklődés a helyi farsang értékének és autentikus jellegének bizonyosságául jelent meg.

*Tudtátok, hogy Panyolán olyan élénken éltek a farsangi népszokások, hogy a Debreceni Egyetem néprajzosai teljes elragadtatásban gyűjtötték a szokásokat, filmeztek, fotóztak? A Panyolán gyűjtött anyagok máig a Néprajz Tanszék kincsei.*³

Összegzés

A vidék konstruált jellege még nem jelenti, hogy ne lenne értelme az ott élők média-eszköz-használatának jellegzetességeire koncentrálni, hiszen egy vizsgálat tárgyát éppen a mobil-, és az internethasználat azon sajátosságai képezhetik, amelyekben szerepet játszanak a vidékkonstruktív és a reprezentálás során. Ha a ruralitást nem

3 Forrás: <https://www.facebook.com/ketkecske/photos/a.428893923970106.1073741832.428785287314303/476388429220655/?type=3&theater>; utolsó letöltés: 2021.10.26.

egy fizikai térnek, hanem a társadalmi kapcsolatok egy eltérő módjának tekintjük, azaz feltételezzük, hogy a vidéken élő emberek életmódja, felfogása, attitűdje mutat valamiféle eltéréseket a városiakétól, akkor éppen az infokommunikáció lehet az a terület, ahol nyilvánvalóvá válik, hogy vidék és város összetartozó egészet alkot, és csak egymással való viszonyrendszerében értelmezhető (Mormont 1987: 17). Azaz a technológiai háttér kiépítése kapcsán megjelenő periférikus helyzet, vagy az alkalmazás elterjedése során, a segítségnyújtó párhuzamos gyakorlatok, esetleg a technika használatát támogató szolgáltatások hiánya, jelenthet bizonyos vidéki sajátosságot, ám a kibertérbe felcsatlakozva a felhasználók sikeresen függetleníthetik magukat térbeli pozíciójuktól. A geográfiai lokalitás háttérbeszorulásával és az infokommunikációs technológia előtérbe kerülésével a 21. század elején talán az egyik legmeghatározóbb kérdéssé az elérhetőség formája és mértéke vált, mert az információ létrehozása, terjesztése és felhasználása hatással van az egyének gazdasági, politikai és kulturális helyzetére a falvakban épp úgy, mint a városokban.

Szakirodalom

Appadurai, Arjun

2008 Az áruk és az érték politikája. *Replika*. (63) 61–106.

Bausinger, Hermann

1984 Media, Technology and Daily Life. *Media, Culture and Society* 6. (4) 343–351.

Bell, David

2006 Variations on the rural idyll. In: Cloke, Paul – Marsden, Terry – Mooney, Patrick H. (eds.): *Handbook of Rural Studies*. Sage Publications–Thousand Oaks, London–New Delhi, 149–160.

Boelstorff Tom

2008 *Coming of Age in Second Life. An Anthropologist Explores the Virtual Human*. Princeton University Press, Princeton–Oxford.

Cloke, Paul

1996 Country Backwater to Virtual Village? Rural Studies and 'The Cultural Turn'. *Journal of Rural Studies* 13. (4) 367–375.

2006 Conceptualizing rurality. In: Cloke, Paul – Marsden, Terry – Mooney, Patrick H. (eds.): *Handbook of Rural Studies*. Sage Publications–Thousand Oaks, London–New Delhi, 18–29.

Császi Lajos

2008 Médiakutatás a kulturális fordulat után. *Médiakutató*. (ősz) 1–7.

Csurgó Bernadett

2013 „Vidéken lakni és vidéken élni.” A városból vidékre költözők hatása a vidék átalakulására: a város környéki vidék. Argumentum, Budapest.

Gunda Béla

1975 A televízió a magyar folklórban. *Rádió és Televízió Szemle* 7. (4) 51–57.

1980 A televízió a mai magyar faluban és folklórban. In: Frank Tibor – Hoppál Mihály (szerk.): *Hiedelemrendszer és társadalmi tudat. 1.* Tömegkommunikációs Kutatóközpont Budapest, 315–323.

Gupta, Akhil – Ferguson, James

1997 Discipline and Practice: „The Field” as Site, Method, and Location in Anthropology. In: Uók (ed.): *Anthropological Locations. Boundaries and Grounds of a Field Science.* University of California Press, Berkeley–Los Angeles–London, 1–46.

Gray, John

2000 The Common Agricultural Policy and the Re-invention of the Rural in the European Community. *Sociologia Ruralis* 40. (1) 30–50.

Habermas, Jürgen

[1961] 1971 *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása.* Gondolat, Budapest.

Hack József – Kiss László

2007 A médiák faluképe. In: Kovách Imre (szerk.): *Vidék- és falukép a változó időben.* Argumentum Kiadó, Budapest, 277–304.

Hallett, Roland E. – Barber, Kristen

2014 Ethnographic Research in a Cyber Era. *Journal of Contemporary Ethnography* 43 (3) 306–310.

Hannerz, Ulf

1998 Transnational research. In: Bernard, H. Russell (ed.): *Handbook of Methods in Cultural Anthropology.* AltaMira, London–New Delhi, 235–256.

Hine, Christine

2000 *Virtual Ethnography.* Thousand Oaks–Sage. London–New Delhi.

Jenkins, Henry

2004 *Globalization, Culture and Education in the New Millennium.* University of California Press, Berkeley.

Kovách Imre

2012 *A vidék az ezredfordulón. A jelenkori magyar vidéki társadalom szerkezeti és hatalmi változásai.* Argumentum – MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont, Budapest.

Lajos Veronika – Ujhelyi Nelli

2016 Vidék és város: kölcsönösen összetartozó színterek? Térbeélési gyakorlatok a 21. század elején – egy szatmári példa. *Erdélyi Társadalom* 14. (1) 133–161.

Lovas Kiss Antal

2007 „Itt már nem férfi és női szerepről, hanem pénzről van szó.” A rendszerváltást követően kialakult két sajátos női szerep: a családfenntartó nő és a vállalkozó felesége. In: Ujváry Zoltán (szerk.) *Az Alföld vonzásában*. (Az Arany János Múzeum Közleményei XII.) Arany János Múzeum, Nagykőrös–Debrecen, 193–204.

2020 Online hatások és offline tapasztalatok találkozása a rurális térben. In: Dobák Judit – R. Nagy József (szerk.): *Docendo discimus*. (A Kulturális és Vizuális Antropológiai Tanszék Könyvei, 12.) ME BTK KVAT, Miskolc, 203–212.

Marcus, George E.

1986 Contemporary Problems of Ethnography in the Modern World System. In: Clifford, James – Marcus, George E. (eds.): *Writing Culture*. University of California Press, Berkeley, 165–193.

1995 Ethnography in/of the World System. The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology* 24. 95–117.

Mátyus Imre

2015 Terepcsere. A terep fogalmának átértékelődése a virtuális etnográfiaiban. *Replika*. (90–91) 27–37.

Meyrowitz, Joshua

2005 A globalitás hajnala. A hely és önazonosság új élménye a globális faluban. *Világosság* XXXXVI. (6) 29–36.

Mormont, Marc

1987 Rural Nature and Urban Natures. *Sociologia Ruralis* 27. (1) 3–20.

1990 Who is rural? Or, how to be rural: towards a sociology of the rural. In: Mardesen, Terry – Lowe, Philip – Whatmore, Sarah (eds.): *Rural Restructuring. Global processes and their responses*. David Fulton Publishers, London, 21–44.

Silverstone, Roger

2008 [1999] *Miért van szükség a média tanulmányozására?* Akadémiai Kiadó, Budapest.

Szijártó Zsolt

2015 Irányzatok és korszakok a médiaetnográfia kutatásában. *Replika*. (90–91/1–2) 13–25.

Whatmore, Sarah

1990 Theories and practices for rural sociology in a 'new' Europe. *Sociologia Ruralis* 30. (3–4) 251–259.

Impactul mass-mediei în spațiul rural

Utilizarea tot mai frecventă a mass-mediei are un impact major asupra modului de gândire și a stilului de viață a celor din mediul rural. Informațiile din mass-media prezintă nu numai influențe exterioare constante, ci stârnesc și răspunsuri locale, formulate tot mai des în spațiului virtual. Astfel că pentru a înțelege procesele sociale ale prezentului, trebuie să fim conștienți de faptul că fenomenele din cadrul societăților locale nu pot fi interpretate fără urmărirea simultană a sferelor online și offline. Bazată pe munca de teren, studiul de față prezintă câteva aspecte ale utilizării a două instrumente informative-comunicaționale importante în mediul rural: televiziunea și internetul.

The Impact of Media in Rural Space

Increasing media use has had an impact on the thinking and lifestyles of those living in rural societies. Information from the media not only has a constant external impact, it also turns into a local response, more and more often in the virtual space. Therefore, in order to understand today's social processes, we need to see that the phenomena that take place in local societies become unknowable without simultaneously tracking the online and offline spheres. The study, based on field experiences, presents some features of the rural use of two important info-communication tools, the Television and the Internet.

