

HAJDU ILDIKÓ

## A MÉDIA ANTROPOLÓGIÁJA

---

### I. Médiaantropológia

Ahogy a tudományos gondolkodás az általános, átfogó elméletek irányából egyre inkább az egyes részterületek felé fordult, az antropológiában is az emberi társadalom és kultúra kutatásának mind specializáltabb részterületekre tagolódása követhető nyomon. Az antropológusok a saját társadalom „felfedezésével” tették meg az első meghatározó lépést ezen az úton. Napjainkra pedig nemcsak kibontakozóban van az iparágak, egyesületek, egyházak, politikai pártok és az állam antropológiája, ahogy Maurice Godelier írta, hanem számos újabb, a tudomány és technika fejlődésével kibontakozó, vagy egyszerűen csak a figyelem középpontjába kerülő ágai is megjelentek már. Mindezek eredményeként az antropológiát ma a heterogenitás jellemzi. Ahogy James Clifford is írja, „ma már az antropológusok mindent kutatnak a törzsektől a fizikusok laboratóriumaiig.”<sup>1</sup>

Bár Clifford az antropológiának az újabb kutatási területek keresésében már annak eltúlzottságát említi, mégis épp a technikai fejlődés eredményeként kialakulnak az emberi kultúrának olyan új területei, amelyek nemcsak az antropológiában, hanem számos más tudományban is lényeges kutatási területté váltak akár az elmúlt évtizedekben is.

Egy ilyen, rohamosan fejlődő áramlatnak tekinthető a média „birodalma”, amely a század közepétől fokozatosan magára vonta az antropológia figyelmét is. Debra Spitulnik, a médiának a kultúrában betöltött szerepét vizsgálva, 1993-ban, még azt írta, hogy nem jött még létre az antropológiának a tömegmédiával foglalkozó ága<sup>2</sup>, mint önálló tudományos terület, mégis egyre nagyobb érdeklődés övezi azt. Ennek a nézetnek bizonyos szempontból helytálló, míg más nézőpontból valótlan tartalma miatt – ahogy ez az alábbiakban is látható lesz – egy rövid tanulmány keretei között felvázolom annak történeti áttekintésében, miért tekinthető ma is ambivalensnek a médiának az antropológián belüli helyzete, a média és antropológia kapcsolata.

Az 1980-as évek közepe óta az antropológusok mindinkább törekednek annak meghatározására, mi válhat „egy kultúra” tanulmányozásának területévé és

---

<sup>1</sup> Clifford, 2000.

<sup>2</sup> Spitulnik, 1993, 293.

hogyan kerülhet „egy tudományág” hatáskörébe. E folyamat során nőtt az érdeklődés a tömegmédiá kutatása iránt is, mely terület az utóbbi évtizedekben kulcsfontosságú helyet vívott ki magának a nyugati társadalomban és a mindennapi életben. A médiának meghatározó befolyása van életünkre, az információ-áramláson, és a tömegkommunikáción keresztül. Kiemelt jelentősége van napjaink kultúrájában a tömegkommunikációnak, amely főleg az Internet erőteljes térhódításának hatására rohamos és új irányba tartó fejlődésnek indult.

A médiaantropológia az antropológia különböző akadémiai és alkalmazott területei, valamint a média területe közötti kölcsönhatás folyamatában definiálódik. Ez a jelenség azonban korántsem új keletű. Számos tudomány törekszik ugyanazon társadalmi rendszer értelmezésére. Jelen esetben a tömegmédiá kutatás más szereplői, mint a szociológia, közgazdaságtan, történelem, jog, etika, pszichológia és természetesen az antropológia is saját eszközei és módszerei szerint interpretálja és kutatja annak ugyanazon tényezőit és elemeit.<sup>3</sup> Általános értelmezése szerint a médiaantropológia a kulturális antropológia területén használt eszközök (elméletek, fogalmak és kutatási módszerek) alkalmazása egy kutatott tárgy, jelen esetben a média területén, például a technológia és az intézmények kutatása, legyen szó tömeg- vagy csoport által közvetített - kommunikációról.<sup>4</sup>

## II. Tömegmédiá

Az 1996-ban kiadott „Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology” című könyvben a Philip C. Salzman által írt „tömegmédiá” címszó két nagy területet különböztet meg: a hagyományos nyomtatott, valamint az elektronikus médiát. A nyomtatott média – újságok, nyomtatott kiadványok – a nyomtatás fejlődésével tömegkommunikációs közvetítő eszközzé vált, amely azonban épp nyomtatott jellege miatt még a huszadik század végén is korlátozott hatókörű volt, ha a teljes világnépességet vesszük alapul. Ez a helyzet az elektronikus média – rádió, televízió, film, zene – megjelenésével jelentős változáson ment keresztül, Salzman szerint azért, mert ezt a közvetítő eszközt a beszéd és testbeszéd azon emberi készségei jellemzik, amelyek a szemtől szembeni kommunikációt is meghatározzák.<sup>5</sup> A tömegmédiába a '90-es években betörő internet pedig újabb kutatási irányokat nyitott meg a kutatók számára, a korábban már említett kétoldalú kapcsolatok megjelenése és térhódítása miatt.

A tömegmédiának azok a jellemzői sem hagyhatók figyelmen kívül, hogy egyrészt gazdaságilag és politikailag is motivált, másrészt összekapcsolódik a

---

<sup>3</sup> Coman, 2005.

<sup>4</sup> Coman, 2005.

<sup>5</sup> Osorio, 2005.

tudomány és technológia fejlődésével, s ahogy az emberi élet legtöbb területe, a tömegmédiá is kibogozhatatlanul összefonódott a nyelvhasználattal.<sup>6</sup>

### III. Fogalmi definíciós kísérletek

A médiaantropológia vagy média antropológiája azonban korántsem egységes és egyértelműen meghatározható terület, inkább két pólus mentén értelmezhető. A kutatók egy része számára a médiaantropológia eszköz vagy lehetséges eszköz az alkalmazott antropológia számára, míg a kutatók másik csoportja a médiaantropológiát elméleti perspektívának tekinti a média és antropológia területén.

Debra Spitulnik szerint a tömegmédiá antropológiai kutatása, mint az intézmények, munkahelyek, közlési gyakorlatok, kulturális termékek, társadalmi tevékenységek, esztétikai formák a történelmi fejlődés, változás irányából közelíthető meg.<sup>7</sup> E számos kutatási terület mellett Mihai Coman a vizuális antropológia és az etnográfiai film, a bennszülött/hazai és alternatív média, s a nemzeti média tartományait is megemlíti a média antropológiai kutatásainak újabb szintereiként. Vizsgálatukat K. Askew a média antropológiájának nevezi. Ez a megközelítés egy etnográfiai, történelmileg megalapozott, összefüggésekre építő elemzéseként jelenik meg, amelyben az emberek használják és értelmezik a médiatechnológiákat.<sup>8</sup> Ebből a nézőpontból a terep a kommunikáció modern formáinak technológiai dimenziójában definiálódik és a megközelítés alapvetően etnográfiai. Ez a felfogás a tömegmédiá antropológiáját a tömegmédiá és a kultúra közötti kapcsolaton keresztül értelmezi. Ginsburg és társai szerint a média a fogyasztás, termelés, médiaforgalom összes társadalmi folyamatainak dinamikájában kutatható.<sup>9</sup> Végül Francisco Osorio nézetét lehet még e médiaantropológiai megközelítések között megemlíteni. Szerinte a tömegmédiá antropológiája az antropológián belüli irány, amely a tömegmédiá és kultúra közötti kapcsolattal foglalkozik. Ennek lényeges pontja az a folyamat, ahogy a kultúra átadásra kerül a tömegmédiában. „Következésképp egy folyamat, vagy rendszer egy társadalom által közösen birtokolt jelentések hálózatában tanulmányozható.”<sup>10</sup> Osorio nézőpontjában az antropológia a kultúrát tanulmányozó társadalomtudomány, „a médiaantropológia pedig az antropológia egy területe, amely azt vizsgálja, hogyan alakít minket a kultúra a tömegmédián keresztül.”<sup>11</sup>

### IV. Történeti áttekintés

<sup>6</sup> Spitulnik, 1993, 293. Coman, 2005.

<sup>7</sup> Spitulnik, 1993, 293.

<sup>8</sup> Coman, 2005. Askew, 2003, 3.

<sup>9</sup> Coman, 2005. Ginsburg, 2002, 23.

<sup>10</sup> Osorio, 2005. Coman, 2005.

<sup>11</sup> Osorio, 2005. Coman, 2005.

Bár a média antropológiai kutatása nem tekint vissza hosszú időszakra, gyökeireit a 20. század közepének társadalmi és politikai eseményei között kell keresni. A médiaantropológiai érdeklődés három kutatási hagyomány ötvözetét használva a század közepén politikai és tudományos előzmények hatására alakult ki. Ezek között kell megemlíteni a második világháborút, a nacionalizmust – amely a nemzet-karakterológia irányzatában teljesedett ki – és a fejlődésantropológiát. Ez a három terület együttesen indukálta a tömegkommunikáció antropológiai kutatását.<sup>12</sup>

Coman és Rothenbuhler szerint a médiaantropológia egyrészt a modern társadalmak antropológiájából, másrészt a médiatanulmányok kulturális fordulatából nőtt ki. Ezzel a fordulattal a korábbi antropológiai hagyomány módszertani és fogalmi alapjait megtartva, az egzotikustól a hazai, a bennszülöttől az ipari kultúra felé fordult. Ez a folyamat előkészítette a médiatanulmányoknak egy teljesebb összekapcsolását a valóság, valamint a mindennapi életben levő rítusok, mítoszok és struktúrák alapvető fontosságának szimbolikus konstrukcióival.<sup>13</sup>

#### **IV.1. „Kultúra tanulmányozása a távolból” iskola**

A 20. század első felében még a „primitív” kultúrák tanulmányozására koncentráló antropológia a II. világháború során a médiának – illetve szerepének és „használatának” – a kutatásba történő bekapcsolásával új irányokba indult el. A korábbi területektől eltérő kutatási törekvés jelent meg a „kultúra tanulmányozása a távolból” iskolával, amely a tömegmédiát és a nemzeteket az antropológiai kutatás tárgyává tette.

A változás kezdete Ruth Benedictnek a II. világháború után kezdett kutatás-sorozata. Ennek során „olyan esetekben vizsgálták a nemzeti karaktert, mint például Kína, Csehszlovákia, a kelet-európai zsidóság, Franciaország, Lengyelország, Szovjetunió, Szíria, Németország. Az 1947-től 1953-ig tartó vizsgálatok 16 nemzetre terjedtek ki - Benedict 1948-ban bekövetkezett halála után is.”<sup>14</sup> Tehát „a háború után is, még mindig használták a háborús korszak „távol-sági” módszerét, jóllehet a háború már véget ért és a lehetőség adott volt, hogy több országot is meglátogassanak.”<sup>15</sup>

A kutatások eredményeit bemutató, 1947-ben kiadott tanulmányában „Kri-zantém és kard. A japán kultúra mintái” című könyvében Ruth Benedict „az alkalmazott antropológiát mutatja be úgy, ahogyan az az egyes államok kormá-

---

<sup>12</sup> Osorio, 2005. Coman, 2005.

<sup>13</sup> Coman, 2005.

<sup>14</sup> Prónai, 2006, 12.

<sup>15</sup> Prónai, 2006, 12.

nyainak viszonyában érdekes lehet.”<sup>16</sup> A korszakban egyedülállónak tekinthető munka ugyanakkor az első olyan tanulmány volt, amely „nem alapult terepmunkán, tehát módszeréből éppen az hiányzott, ami a kulturális antropológia *sine qua non*ja.”<sup>17</sup> Munkáját az amerikai háborús információs bizottság kérésére végezte, az ellenséges országok megértésének segítése céljával. A könyvben módszertani alapokat fektetett le olyan kultúrák tanulmányozásához, amelyek esetében közvetlen terepmunkára nem volt lehetőség. Kivándorlókkal, Japánban élt emberekkel készített interjúkat, amelyet másodlagos forrásokkal egészített ki, regények, naplók, újságok, filmek és rádió-programok, más szavakkal a tömegmédiá „termékeinek” elemzésével.<sup>18</sup> Ezen az úton indult tovább Margaret Mead és Rhoda Metraux az 1953-ban publikált „A kultúra tanulmányozása a távolból” című könyvben. „Ez a kézikönyv azokkal a módszerekkel foglalkozik, amelyeket az elmúlt évtizedben fejlesztettek ki a közvetlenül nem megfigyelhető társadalmak tagjait jellemző kulturális sajátosságoknak az elemzésére.”<sup>19</sup>

Egy közvetlenül nem kutatható társadalmat reprezentáló egyénnel készített interjúk antropológiai módszerét a történészek módszerével és kutatási tárgyával kapcsolták össze, és így fejlesztették ki új módszerüket,<sup>20</sup> lerakva ezáltal egy új megközelítés és iskola alapjait.

## IV.2. Nemzet, nacionalizmus, nemzet-karakterológia

Ezekkel a munkákkal ugyanakkor a kutatás újabb tárgya jelent meg az antropológusok számára: a nemzet. Ruth Benediktet a „kultúra tanulmányozása a távolból” elmélete vezette, amikor Románia, Hollandia, Thaiföld és Japán nemzeteit kutatta. Ez utóbbi kutatás nyomás született egyik híres munkája, a fentebb már említett Krizantém és Kard című könyv.

Az antropológia tárgya tehát kibővült a nemzettel. Ehhez Benedict adta az első lökést, majd az 1960-as években Geertz a másodikat az „Old Societies and New States: The Quest for Modernity in Asia and Africa” című könyvével. Geertz az ’50-es években kezdett munkásságára visszatekintve még ezt írja az idegen és a saját kultúra kutatásának kontextusában: „Amikor az ötvenes évek elején elkezdtem dolgozni, az antropológiai munkának azt a felfogását, hogy „azoknak ott van valami kultúrájuk, az a dolgod, hogy visszajössz ide, és elmondod nekünk, hogy mi volna az”, épp csak kezdték megkérdőjelezni, mégpedig jórészt a szakmán kívülről. Mire egy évtizeddel később Észak-Afrikába mentem, a kételyek valamelyest felerősödtek, mégpedig most már sokkal in-

<sup>16</sup> Glazer – Bohannon, 1997, 252.

<sup>17</sup> Prónai, 2006, 13.

<sup>18</sup> Osorio, 2005, Benedict – Szadahiko, 2006.

<sup>19</sup> Osorio, 2005; Mead – Metraux, 1953, 3.

<sup>20</sup> Mead – Metraux, 1953, 3.

kább belülről, de semmi igazán drasztikus nem történt a szakma általános meg-  
rögzött gondolkodásmódjában. Paradigmáink a kutatás és az írás terén tovább-  
ra is a „népek tanulmányozásának” (Völkerkunde) különböző változatai voltak  
(a navajók, a nuerek, a trobriandiak, ifogaók, a todák, a talenszik, a kvaki-  
utl-indiánok, a tikopiák), néhány „közösség-kutatással” (tepotclan, szajamura,  
valamivel később alcalé de la sierra) kezdtek megjelenni komplex társadalmak-  
ban, mint Mexikó, Japán, Spanyolország. Szembekerülve Jávával, amelyre  
majd minden ún. világcivilizációnak volt alakító hatása, a kínai, indiai, közel-  
keleti, római-európai, germán-európai civilizációnak – majd Marokkóval, a  
berber és arab, afrikai és mediterrán klikkszerű frakciók, törzsi és fallal körül-  
vett városok hatásával, elég közvetlen volt az az érzésem, hogy egy lélekveszt-  
tővel szálltam tengerre.”<sup>21</sup> Végül Ernest Gellner nevét és a „Nations and Natio-  
nalism” című tanulmányát kell határkőként megjelölni a médiaantropológia ki-  
alakulásában, akinek munkája újabb lökést adott a nemzet-kutatásoknak és pár-  
huzamosan azzal a média antropológiai tanulmányozásának is.<sup>22</sup> Malinowski és  
a brit strukturalista-funkcionalista iskola hatása alatt született könyve alapmun-  
kává vált 1983-as megjelenése óta. Bár saját szemszögükből értelmezték a  
nemzetet, mégis munkásságuknak köszönhetően újabb lendületet vett nemcsak  
az amerikai és nyugat-európai kultúrák kutatása, hanem ezzel együtt a tömeg-  
társadalom, és a tömegtársadalommal a tömegkommunikáció is a kutatás tár-  
gyává vált.

### IV.3. Fejlődés-antropológia

A nacionalizmussal szoros kapcsolatban van a fejlődés is, amely szintén meg-  
határozó tényezőjévé vált az antropológia és média közös platformjának. A ko-  
rábban már idézett „Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology” az  
utóbbi fél évszázadot négy korszakra tagolja, amelynek során mind a  
fejlődés/fejlesztés, mind a média antropológiai értelmezése és helye folyama-  
tos változáson ment keresztül.

Az 1950-es évek előtti időszakot elsősorban, ahogy az fentebb is olvasható  
volt, mint a premodern kultúrákra irányuló kutatások időszakaként jellemezhet-  
jük - ahogy Geertz is írta: „azoknak ott van valami kultúrájuk, az a dolgod,  
hogy visszajössz ide, és elmondod nekünk, hogy mi volna az” -, a saját kultúra,  
a fejlődés vagy a média tudományos szerepének és jelentőségének felismerése  
nélkül.

Az 1950-60-as évek azonban már a modernizáció időszaka, a változások el-  
ső lépcsőfoka. Ezt a két évtizedet Alan Hoben az 1997-ben megjelent „The  
Dictionary of Anthropology” című könyvében két elkülönülő időszakra bontja

---

<sup>21</sup> Geertz, 2000.

<sup>22</sup> Osorio, 2005.

a fejlődés, fejlesztés szempontjából. Az '50-es években nézete szerint az antropológusokat a fejlődő technológia elterjedésének megkönnyítése céljából alkalmazták, a hagyományos értékek, intézmények és gyakorlatok alapjainak megváltoztatásához. Az antropológusok útmutatókat írtak a közösség-fejlesztésről és számos külföldi segély-missziót szerveztek. A '60-as évektől ugyanakkor az antropológusok abbahagyták ezt a munkát, az Egyesült Államokban például az összes antropológus elhagyta az „Agency for International Development (AID)” szervezetét, amely a nagyobb fejlesztési programokat vezette. Ebben az időszakban a korábban már növekedésnek indult média-kutatások is abbamaradnak és csökkennek, és csak a későbbi évtizedekben, az antropológusoknak a fejlesztési programokba történő ismételt bekapcsolódásával erősödtek meg újra.

Az „Encyclopedia of Social and Cultural Anthropology” ugyanakkor az 1960 – 1980 közötti időszakot már a modernizmus jelzőjével illeti. Ebben az időszakban az antropológiát egy nagyobb szellemi irányzat részeként értelmezik, amely Nyugaton mint modernizmus jelent meg. Hoben itt is eltér az Encyclopedia korszakhatáraitól a fejlődés értelmezése során, és a '70-es éveket, mint a harmadik időszakot úgy értelmezi, mint amikor az új politika közvetlenül az elmaradt, szegény területek fejlődésének segítésére koncentrált. Hatására az évtized végére az antropológusok többsége az AID-nél és más fejlesztési ügynökségeknél dolgozott ismét. A '70-es évektől a fejlődés fogalma helyettesítette vagy magában foglalta a kulturális kapcsolat, akkulturáció és kulturális csere antropológiai fogalmait. Erre az időszakra tehető ugyanakkor a médiaantropológia megjelenése is.

A '80-'90-es éveket mindkét értelmezés úgy nevezi meg, mint a negyedik olyan időszakot, amely az előző évekhez képest változást eredményezett a társadalomban és az antropológiai gondolkozásban. Az Encyclopedia ezt a két évtizedet a modernitás időszakának tekinti, amikor a nyugat olyan társadalmi, kulturális és szellemi jellemzővel írható le, amelyeket együttesen modernitásnak neveznek. Az etnográfia tárgyának tekintik a modernitást, és a tanulmányok új témáiként jelennek meg a tudomány, a kapitalizmus, a fogyasztás és a tömegmédia területei. Hoben a fejlődés tekintetében ezt az időszakot úgy értelmezi, amelyben az antropológusok közreműködnek az új környezet és a fenntartható fejlődés ösztönzésében.<sup>23</sup>

## V. Új média

---

<sup>23</sup> Osorio, 2005.

A két kötet közül egyik sem foglalkozik a tömegmédiá újabb platformjával, az Internettel, amely főként abból következik, hogy mindkét munka a '90-es évek második felében íródott, amikor az még elterjedésének viszonylag korai szakaszában járt. Az utóbbi másfél évtizedben az Internet, a globális számítógép-hálózat gyors kiépülése előmozdította az azonos érdeklődésű emberek szétszórta csoportjainak online interakcióját és annak növekedését. Jól példázza ezt a mindenki által ismert és használt „globális falu” fogalma, amely nagyrészt a médiának és főként az internetnek köszönhetően került be a köztudatba. A „*cybernetwork*” a '90-es évek eleje óta a kommunikáció fő csatornájává vált.

Néhány számadat alapján is felrajzolható ez a folyamat. Az 1970-es évek vége, 1980-as évek eleje óta a számítógép a háztartások és munkahelyek meghatározó elemévé vált. Jelenlétük és szerepük számos más kommunikációs csatornát megelőzött Észak-Amerika, Európa és Kelet-Ázsia országaiban.<sup>24</sup> A '90-es évek végére az „e-fogyasztás” a legnagyobb üzletté vált, az élet szinte minden területén alkalmas csatornává alakult a társadalom különböző szereplői közötti kommunikációban. Gazdasági növekedése az ezredfordulón háromszor gyorsabb volt, mint a világgazdaságé. Ezzel együtt a közösségteremtés új színhelyévé vált. A médiát korábban jellemző egyirányú információ-áramlást az Internettel felváltotta a kétirányú, oda-vissza áramló információk „sztrádája”. A „*cybernetwork*” fogalma szerint egy társadalmi hálózat a „*cyberspace*”-ben („cyber”-térben), elsősorban az Interneten.

E hálózatok egyének és egyének csoportjai által szerveződnek e-maileken, chat-szobákon, hírcsoportokon és klubokon, formális és informális szervezeteken keresztül, a cserék – beleértve az erőforrás tranzakció és kapcsolat-erősítés csereformáit is – céljából.<sup>25</sup> Épp ez indokolja, miért juthat egyre fontosabb szerephez az antropológiában és más tudományágakban is a média, még hozzá az Internetet jellemző sebességgel. A szétszórta online-csoportok jellemzői széles skálán mozognak, és létezésük számos célt szolgálhat. Egyszermind a speciális témák köré szerveződő kis csoportoktól egészen a bonyolult, egyszerre több száz résztvevőt is összefogó mesterséges világokig és a felhasználók millióit egy időben egyesítő, vagy termékekkel és információval kereskedő szervezetekig terjedhetnek.<sup>26</sup> Ezek a csoportok mobilizálhatók bizonyos jövőbeli politikai célok érdekében, vagy összehozhatják etnikai csoportok és családok szétszóródott tagjait, vagy közösségeket szervezhetnek árucikkek fogyasztására vagy egyéb multinacionális célok köré.

Az internetes társadalmi és közösségi szokások antropológiai kutatása viszonylag új kezdeményezés, így általános antropológiai megközelítés még nem jött létre. Bár aránylag korán megindult az antropológusok érdeklődése az új média, az internet jelenségei iránt és bár folyamatosan gyarapodik az antropológiai irodalom, mégis kevés antropológiai kutatás és tanulmány foglalkozik

<sup>24</sup> Lin, 2001, 212.

<sup>25</sup> Lin, 2001, 212.

<sup>26</sup> Wilson – Peterson, 2002, 449.

ezzel a területtel. Okai nagyrészt – ahogy fentebb olvasható volt – a tömegmédiára iránti csekély érdeklődésben kereshetők. Az antropológiának hosszú ideig nem volt központi szerepe a tömegmédiatanulmányokban. Az antropológusok a kultúra periferiális részére helyezték a médiát, vagy csak a technológiára fordítottak figyelmet a kultúra értelmezésében, és nem vizsgálták úgy, mint a kultúra központi részét.<sup>27</sup> Ennek eredményeként az új információs és kommunikációs technológiák értelmezése az online, számítógép-közvetített interakciókban, más tudományágakon keresztül indult meg. (Az Internet keretei között zajló, online interakció helyszínét nevezik általában „cyberspace”-nek.)

Az antropológiai módszerek lehetővé teszik a „cyberspace” kultúrák közötti, többszintű és többhelyszínű jelenségeinek; a létrejövő egyéni és kollektív identitások konstrukcióinak; valamint a kialakuló kommunikációs és társadalmi szokások kulturálisan beágyazott természetének a kutatását. Bár az online-jelenségek az emberi tapasztalat más típusaival lényeges hasonlóságokat mutatnak és megközelíthetők a hagyományos antropológiai fogalmakkal és feltételezésekkel, az internet még mindig az innováció, a kísérletezés és a gyors változás időszakában van. Az a lehetőség azonban, hogy kutatható az egymástól nagy távolságokban élő egyének és csoportok interakciója, érdekes kérdések feltételét teszi lehetővé az identitás, a társadalmi interakciók és a kollektív cselekvés konstrukcióinak vizsgálatában. Az internet új területét hozza létre például a csoportok és egyének önkifejezésének, és érdekes kutatási terep lehet azoknak a változó kommunikációs szokásoknak a vizsgálata is, amelyekben az emberek a kommunikáció új formáit hozzák létre, vagy régiakat ültetnek át az új technológiába.

Az internet hálózata kulturális termék, amely a társadalmi és politikai világban létezik, azon belül az fejlődik, és nem mentes e világ normáitól és szabályaitól.

## VI. Konklúzió

A fentebb adott médiaantropológiai vázlat alapján az antropológiának számos olyan területe ragadható meg, amely az antropológia számára, hagyományos vagy éppen új módszerekkel, érdekes tereppé válhat vagy válhatna. Azonban, ahogy gyakran külföldön is vitatott a médiaantropológia léte és területe, a médiának a társadalomban, az emberek mindennapi életében betöltött rendkívüli szerepe ellenére, hazánkban sem jelent meg, mint önálló tudományos kutatási egység.

Hazánkban a média és az antropológia kapcsolatából az etnográfiai filmekkel foglalkozó áramlatot érdemes kiemelni. Az elfogadott szubdiszciplínává vált kutatási irányzat azonban az összes szálával a vizuális antropológia módszertani és elméleti konceptualizálásához kötődik, sokkal inkább, mint a médiakutatáshoz, vagy a médiaantropológiához. Hol is tart akkor a média kultúra-közvetítő, -áta-

---

<sup>27</sup> Wilson – Peterson, 2002, 450.

dó, vagy éppen romboló hatásának antropológiai kutatása a média egyre gyorsabban változó világában, vagy épp az új média, a „*cyberspace*” világában?

Már fél évszázada lerakta a kutatás alapjait Ruth Benedict, majd Margaret Mead és Rhoda Metraux. Módszertanuk mai napig segítséget és iránytűt nyújt a kutatók számára. A médiának az antropológia számára újszerűen, adott esetben nehezen megragadható kutatási területként értelmezhető világához most is lehet használni Ruth Benedictnek az antropológiáról vallott egyszerű nézetét: számára „az antropológia annak a lehetőségét jelentette, hogy segítségével megláthatjuk, mi motiválja az embereket és azt, hogy hogyan cselekednek ezek alapján.”<sup>28</sup>

## IRODALOM

Askew, Kelly-Wilk, Richard (eds.): *The Anthropology of Media*. London, 2003, Blackwell.

Benedict, Ruth – Szadahiko, Mori: *Krizantém és Kard. A japán kultúra újrafelfedezése*. Budapest, 2006. Nyitott Könyvműhely

Bohannon, Paul – Glazer, Mark: *Mérföldkövek a kulturális antropológiában*. Bp., 1997, Panem.

Clifford, James: Az antropológia szélein. *Lettre*, 2005. 57. sz. [www.lettre.c3.hu](http://www.lettre.c3.hu) (2007. nov. 17.)

Coman, Mihai: *Media Anthropology: An Overview*. In *EASA Media Anthropology e-Seminar*, 2005. [www.media-anthropology.net](http://www.media-anthropology.net) (2007. nov. 17.)

Geertz, Clifford: Kultúrák. In *Lettre*, 2000. 38. sz. [www.lettre.c3.hu](http://www.lettre.c3.hu) (2007. nov. 17.)

Lin, Nan: *Social Capital. A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge. 2001, University Press

Ginsburg, F.D., L. Abu - Lughod and B. Larkin (eds.). *Media worlds. Anthropology on new terrain*. Berkeley, 2002, University of California Press.

Mead, Margaret – Metraux, Rhoda: *The Study of Culture at a Distance*. Chicago, 1953, University of Chicago Press, [www.quesia.com](http://www.quesia.com) (2007. nov. 17.)

Osorio, Francisco: *Why Is Interest in Mass Media Anthropology Growing?* In: *EASA Media Anthropology e-Seminar*, 2005. [www.media-anthropology.net](http://www.media-anthropology.net) (2007. nov. 17.)

Prónai, Csaba: Távolság és mégis közel. Ruth Benedict és Japán. In: Benedict, Ruth – Szadahiko, Mori: *Krizantém és Kard. A japán kultúra újrafelfedezése*. Budapest, 2006, Nyitott Könyvműhely.

Spitulnik, Debra: Anthropology and Mass Media. *Annual Review of Anthropology*, 1993, 22. 293-315.

Wilson, Samuel M. – Peterson, Leighton C.: The Anthropology of Online Communities. *Annual Review of Anthropology*, 2002. 31. 449-67.

---

<sup>28</sup> Prónai, 2006, 12.