

Csata a digitális kultúráért

Könyvismertető „The digital divide - arguments for and against Facebook, Google, texting, and the age of social networking” Szerkesztette és a bevezetőt írta: Mark Bauerlein, Jeremy P. Tarcher/Penguin kiadó, 2011

Így hivatkozzon erre a cikkre:

Rab Árpád. „Csata a digitális kultúráért”.
Információs Társadalom XII, 2. szám (2012): 132–136.
<https://dx.doi.org/10.22503/inftars.XII.2012.2.9>

*A folyóiratban közölt művek
a Creative Commons Nevezd meg! – Ne add el! – Így add tovább! 4.0
Nemzetközi Licenc feltételeinek megfelelően használhatók.*

Rab Árpád

Csata a digitális kultúráért

Könyvismertető. The digital divide. Szerkesztette és a bevezetőt írta: Mark Bauerlein
Jeremy P. Tarcher/Penguin kiadó, 2011

Mark Bauerlein angol nyelvészprofesszor az Emory Egyetemen, aki már 1997-ben a kritikai írástudásról adott ki könyvet. Számos helyen publikált, téziseinek gyűjtőhelye és munkássága megismerésének jó lehetősége a www.dumbestgeneration.com weboldal. A professzor itt erőteljes üzenetekben („ne bízz meg senkiben 30 év alatt”, illetve „hogyan kábítja el a digitális kultúra az amerikai fiatalokat, és hogyan lopja el a jövőnket?”) hívja fel a figyelmet a digitális kultúra veszélyeire.

A most bemutatandó kötet szerencsére nem ennyire egyoldalú és leegyszerűsítő, akkor talán nem is érdemelne bemutatást. A könyv 27, három nagy szakaszba rendezett fejezetből áll, és célja, hogy sok szerzőt, sok véleményt megszólaltatva objektív képet alakítson ki az olvasóban. Ezt a célt leginkább a könyv alcíme írja le: „Érvek és ellenérvek a közösségi hálózatok koráról, különös tekintettel a Facebook, a Google és az írásbeliség témaköreire”.

Vita azonban nincs, a *The Digital Divide* nem egy koherens, vagy akár párbeszédet folytató munka, hanem a témakör számos írásának szöveggyűjteménye, melyet rendkívül lazán fog össze a három fő halmaz. Az első halmazban az agráról és az érzékelésről olvashatunk, a másodikban a személyes és közösségi hálózatokról, a harmadikban pedig nemes egyszerűséggel a kultúra sorsát próbálhatjuk megismerni. A szöveggyűjtemény fejezetei (pontosabban cikkei) egymástól időben és témában, sokszor színvonalban is távol esnek. Mindazonáltal a vaskos kötet (366 oldal) mégis értékes, tartalmas kiadvány.

Koherenciára, végső konklúziók levonására, egységes álláspont kialakítására maga a szerző sem vállalkozik, bevezetőjében kiemeli a téma aktualitását (számos szuperlatívusz-adatra támaszkodva, melyek a digitális kultúra rekordjait emelik ki SMS és e-mail üzenetek milliárdjain keresztül), másrészt azt, hogy ez a téma kifejezetten érdeklői nemcsak a szakmát, de a félig-meddig (ezen a téren) laikus olvasókat is. Az egész kötet hangvétele egyébként inkább a népszerű tudomány, mintsem a száraz adatok világába vezet el bennünket – de ez egyébként is jellemző ezen recens, izgalmas terület kutatására.

A kötet sajátos módon egy immár több mint tízéves cikkel indul, Mark Prensky *Digitális bennszülöttek, digitális bevándorlók* című írásával. Mark Prensky méltán klasszikus szerző, a komoly játékok, illetve a gamifikáció kutatása során elengedhetetlen alapvető munkáinak ismerete. 2001-es (*Game-Based Learning*) és 2005-ös (*Don't bother Me Mom – I'm learning*) könyveiben jó tollal, meggyőző erővel érvel amellett, hogy a digitális bevándorlók (ebben a kontextusban a tanárok) és a digitális bennszülöttek (ebben

a kontextusban a diákok) között hidakat kell építeni, és mindkét félnek nagyon sokat kell tanulnia egymásról. A tanároknak az új típusú gondolkodási módokról (párhuzamosságok, frissesség, interaktivitás), a diákoknak pedig arról, hogy mit és hogyan kell megtanulniuk, hogy arra építkezni tudjanak a későbbiekben. Írásai mellett több mint 100 játékot is fejlesztett. Ez a rendkívül leegyszerűsítő, kitérőnek tűnő szakmai bemutatás egyáltalán nem kitérő, mert Prensky ezen cikke gyakorlatilag a fenti állítások bő, színes példákkal tarkított leírása. A látásmódbeli különbségeken túl elkötelezetten küzd a gamifikáció mellett, őt olvasván az az érzésünk, hogy nincs száraz tananyag, csak még nem játékosított tudás van.

A második cikk is tőle, és ugyanebből az évből származik (2001). Ebben (szintén nem megcáfolva eddigi téziseit) azt a kérdést teszi fel, hogy valóban máshogy gondolkodnak-e a digitális kor gyermekei (*Do they really think differently?*).

A cikk az előbbi gondolatmenet egyenes folytatása. Kiemeli, hogy egy átlagos amerikai diák (2001-ben) még mielőtt leérettségizik, 10 000 órát játszik, 200 000 e-mail és azonnali üzenetet olvas el, 20 000 órányi tévét néz (ráadásul pergő, gyors vágású műsorokat), és mindössze 5000 órát olvas. Prensky szerint a digitális kor bennszülötteinek, a mai fiataloknak gyakorlatilag már másképpen működik az agyuk, ezért legeredményesebben számítógépes játékok segítségével lehet elérni őket. Könnyed stílusban a neurobiológiától kezdve a kulturális sokkhatásokon át gyorsan eljut állítása „bizonyításáig”. Prensky érdeme nem is a tudományos bizonyítás, inkább az az elkötelezett elméleti és gyakorlati teljesítmény, mely rengeteget segített mind a komoly játékok elterjedésében, mind pedig a generációs szakadék csökkentésében, vagy legalábbis a szakadék feletti kölcsönös egymásra nézésben.

Steven Johnson *The Internet* című írása nem különálló cikk, hanem szemelvény híres munkájából, az *Everything Bad is Good for You: How Today's Popular Culture is Actually Making Us Smarter* című kötetből.

Steven axiómának tekinti azt, hogy az interaktivitás fejleszti az agyat. Véleménye szerint az internet három alapvető módon változtatta meg az emberi gondolkodást: felerősítette a folyamatokban való részvétel lehetőségét, kényszerítette a résztvevőket, hogy új felületeket tanuljanak meg, illetve a közösségi viselkedés új formáit honosította meg. Az online aktivitás minden formája valamilyen módon a részvételt és a bevonást erősíti: a levelezés, a chatelés, a blogok készítése stb. Minden technológiai vívmány elsajátítása és beépülése a kultúrába időbe telik. Az internettel kapcsolatos vívmányok megtanulása, bár sokkal nagyobb kihívás, mint az eddigiek (például a telefonálás), de bír néhány előnnyel is. Három kulcstényezőt emel ki, melyek segíthetnek a digitális írástudás elsajátításában: elsőként említi a játékokat, melyek sokszínűek, könnyen tanulhatóak, érdekesek és vonzóak. Másodsorban említi a felfedezés örömét, amikor egy-egy új szoftver letöltése és működésének, lehetőségeinek felfedezése lenyűgözi a kísérletezőt. Néha érdekesebb először használni egy alkalmazást, mint később dolgozni vele – emeli ki. Harmadsorban pedig a szociális kapcsolatokat emeli ki, az internet alkalmazásainak túlnyomó többsége együtt jár(hat) egy közösségbe való belépéssel, mások eredményeinek megismerésével stb. A televízió és az autó bezárta az embereket a nappalijukba, az internet pedig élő közösségi tereket nyit nekik.

Maryanne Wolf cikke – *Learning to think in a digital world* – nem más, mint egy rövid eszmefuttatás, figyelmeztetés arra, hogy az olvasás és a megértés terén olyan vál-

tozások indultak el és zajlanak, mind kulturális, mind pedig biológiai téren, melyeket még fel sem foghatunk. Legyünk óvatosak, de ne féljük a változástól – üzeni a szerző.

James Paul Gee *Learning theory, video games and popular culture* című írása szintén szemelvény egy kötetből, és szintén a játékkultúrán keresztül igyekszik megragadni a digitális kultúra okozta változásokat. Az emberi viselkedés azon vonását emeli ki, miszerint a mindennapi élet során agyunk úgy működik, hogy létrehozza minden fogalomnak, ismeretnek a szimulációját (például amikor esküvőre gondolunk, akkor nem száraz definícióként jelenik meg előttünk, hanem személyes tapasztalatokon, vagy a média által közvetített képeknek a fejünkben rögzült összessége jelenik meg). Ezek a szimulációk segítenek a való életben való viselkedésben. Az agy és a gondolkodás ebben a megközelítésben tehát nem más, mint egy szimulációs környezet, amire alapozva vagy előre gondolkodva, vagy ösztönösen reagálunk a környezetünkre. Nem nagy az ugrás innen a játékokig, melyek gyakorlatilag szimulációs környezetek. Ezekben a környezetekben a játékosok nem módosítják a játékot magát (a környezetet), de hatással vannak rá, és számtalan különböző helyzetben, helyszínen cselekednek, és cselekedeteiknek hatása van. A tanulási folyamatok (és az igény a tanulásra) kódolva van, mivel bizonyos típusú cselekedeteket csak akkor tudunk kivitelezni, ha megtanultuk előtte a vonatkozó képességet (skill). A játékok két dolgot építenek be a játékosokba: valamit tenned kell azért, hogy elérj valami mást, illetve hogy a környezeti változókra kell reagálni azonnal és hatékonyan. A játék folyamata a játékos számára nem áll másból, mint helyzetek, akciók és (a részéről nyújtandó) ellenakciók dinamikus sorozata. Bár James Paul Gee nem használja a fogalmat, a gamifikáció szellemi hátterének egyik megalapozója ezzel az írásával.

Jakob Nielsen két primer kutatás eredményeit prezentálja cikkeiben. A kutatás során 33 különböző weblapot vizsgáltak, pontosabban a használhatóságukat fogyasztói szempontból. Egyesült Államokbeli és ausztrál fiatalokat és idősebbeket kértek meg alapvető feladatok elvégzésére az adott oldalon (keresés, letöltés, kiválasztás stb.).

A kutatás legfőbb eredménye az, hogy a digitális bennszülötteknek titulált fiatalok rosszabbul teljesítettek a weblapok használatában, mint a felnőttek. A sikerességi arányuk 55%-os volt, míg az idősebbeké 66%-os. A fiatalok alacsony teljesítőképessége három tényezőre volt visszavezethető: elégtelen olvasási képességek, kevésbé kifinomult keresési stratégiák és a türelmetlenség.

Újabb demifisztifikáló eredmény volt az, hogy a fiatalok a színes, látványos, grafikákkal teli honlapoknál jobbnak tartották a letisztult, egyszerű oldalakat. Keveset olvasnak, ők sem szeretik a kicsi betűket, és jobban teljesítettek az interaktív feladatokban (kvízek, online játékok).

A szerző második cikke is ugyanezre a területre (web usability) vezet vissza. A további kutatások is azt erősítik meg, hogy az (online) szövegértés, keresési képességek nagyon alacsonyak. Például az egyik feladat a Nasa.gov weblapján megtalálni, hogy mikor jöttek létre a Szaturnusz gyűrűi. Még azok is, akik megtalálták az adott oldalt, rossz választ adtak, 1980-at, amikor felfedezték ezeket a gyűrűket. A keresést jól használják, a keresőszavak jól megfogalmazottak, de a találati lista értelmezése csapnivaló. Ennek következtében általában az történik, hogy a találati lista első tételei valamelyikére ráklikkelnek. A használhatósági tanulságok hosszan sorakoznak, de ezek túlnyomó többségét valószínűleg teljesen elavulttá tette az okostelefonok terjedése.

Nicholas Carr írása remekül illeszkedik az eddigi sodorvonalba (az internet megváltoztatja az agy működését és az olvasási szokásokat), de nem lép túl a blogszerű személyes elmélkedéseken, és különösebb erős állítást sem fogalmaz meg.

Gary Small és Gigi Vorgan cikke annyiban nyújt többet az eddigi írásoknál, hogy itt mérésekkel is próbálták bizonyítani az internet gondolkodásmódosító hatását. MRI-vizsgálatok segítségével kimutatták, hogy az online keresés más agyterületeket stimulált, mint például az olvasás, ahogyan ők fogalmaztak, már öt óra internetezés elkezdődik „újradrótozni” az agyat.

A második blokk nyitó cikkében (*Identity crisis*) Sherry Turkle hosszan járja körül az online identitás különbségét az eddigi kulturális identitáskezelésekhez képest, meglepően kevés állítást fogalmazva meg. Nem is jut tovább azon a (könnyen támadható) megállapításon, miszerint ezen a téren (is) nagy változások várhatóak, és az online identitások valószínűleg jóval töredezettebbek, mint a való világ identitásai.

Douglas Rushkoff neves szerzője a digitális kultúrával, ezen belül kifejezetten a médiával foglalkozó irodalomnak. Számos, azóta már elterjedt, széles körben használt fogalom kitalálója és elterjesztője (például a viral media, social currency, screenagers). Ez a cikke az ősidőbe nyúlik vissza (valószínűleg a szerzői jogok miatt), 1996-os. A *They call me cyberboy* egy meglepően őszinte és izgalmas vallomás az internet hőskoráról, arról a szellemi pezsgésről, melyben az internet (és az általa hordozott kultúra) megszületett, és beépült egy elragadtatott elit mindennapjaiba. A *The people's net* már frissebb, 2001-ből származik, de értéke (talán) alacsonyabb, nem több egy ismeretterjesztő-bevezető cikknél, mely az internettel kapcsolatos félelmeket igyekszik eloszlatni. Nem véletlen, hogy eredeti megjelenési helye a Yahoo Internet Life magazinja. A harmadik cikk, a *Social currency* rendkívül rövid írás egy feszes, rövid üzenettel: nem a tartalom a király, hanem a kapcsolat, aminek létrejöttét a tartalom elősegítheti.

Don Tapscott írása (*The eight net gen norms*) az 1997-es *Grown Up Digital* könyv egyik fejezete. Saját gyermekei digitális kultúrába történő belenevelődése inspirálta a kutatásra, személyes megfigyeléseit tudományosan megalapozott kutatással bővítette ki 6000 fős mintán. A digitális kultúra új normáit próbálta beazonosítani. Az első a szabadság (a választás szabadsága), ami például abban mutatkozik meg, hogy az új, digitális kultúra nemzedékei sokkal gyorsabban váltogatják munkahelyeiket, mint az előző generációk, vagy hogy tudatosabb vásárlók (előre informálódva tudják, mit fognak vásárolni). A második a testre szabhatóság. Egy újonnan érkező technikai eszköznél azonnal a lehetőségek határait keresik, a rugalmasságot, a testre szabhatóságot, a megjelenés és a funkciók szármasságát. Hogyan lehetne még jobb vagy még személyesebb? Még akkor is erre törekednek, ha ez a személyre szabás nem okoz teljesítmény- vagy hatékonyságnövekedést. Harmadikként az alapos vizsgálatot azonosította, mely azt jelenti, hogy a fiatal generációk megfigyelőképessége nagyon alapos, apró jelekből következtetnek jól, és nehezebb őket becsapni például egy hamis képpel. A negyedik a feddhetetlenség, véleménye szerint az új generáció tagjai nem szívlelik a hamisságot, és nem vásárolnak például olyan cégektől, melyekről azt gondolják, hogy becsapják őket.

Ugyanígy, a fiatal (net-) generáció tagjai más szinten kezelik az együttműködéseket (született együttműködők), a szórakozást (mindenben, például a munkában is keresik, és meg is találják) és a sebességet is (megszokták az azonnali válaszokat, napi 24 órában, heti hét napban). Azonnal válaszol a kereső, azonnal válaszol a játék, és azonnal

válaszolnak a partnerek is, mindegy, milyen időszakban vagyunk. Végül, de nem utolsósorban az innováció, a fejlesztésre való hajlam tömeges megjelenése is egy új norma.

Todd Gitlin *Nomadcity* című cikke már a kultúra jövőjével foglalkozó harmadik nagy blokk nyitó anyaga. Központi gondolata az a felismerés, hogy a mindennapi életben a hordozhatóság és a miniatürizáció felé haladunk. Olyan, mint ha mindannyian a saját kis birodalmunkat akarnánk magunkkal vinni mindenhol. A nagy hátizsák lassan átalakul kényelmes oldaltáskává, amiben már benne van a hordozható vízes palack, a walkman (és utódai), a számítógép (okos telefon, tablet) és egyéb személyes tárgyaink – nomadizálódunk. Egy érdekes kettősség alakul ki: a cél az, hogy bárhová megyünk, bármikor, legyen elérhető számunkra az, amit szeretnénk. Viszont a nomád életmód lemondásai helyett a hordozható kényelem és luxus a cél. A függetlenség iránti vágy más szinten is jelentkezik: egyrészt függetlenek akarunk lenni, zavartalanul élni, de ezt a zavartalanságot más zavarásával érzük el sokszor.

Az utolsó blokk egyértelműen legkiemelkedőbb cikke Tim O'Reilly és John Battelle *Web squared: Web 2.0 five years on* című írása, ami online is elérhető a szerzők honlapján.

A cikk azzal a felismeréssel indul, hogy a dotcom lufi kipukkadását azok a cégek élték túl, melyek a szolgáltatásra és az (emberi) kapcsolatokra alapoztak. Ezt az irányt igazolja a YouTube, a Twitter és a Facebook sikere is. Közben lezajlik egy másik nagy változás: az okostelefonok az internetet az íróasztalról áthelyezik a zsebünkbe. Az internet többé nem valami, ami leírja a világunkat, hanem ő maga a mi világunk.

Az online tartalom bővülésével a szolgáltatások maguk is átalakulnak. Például az első keresők definiált kulcsszavakon alapultak, a kevés statikus oldalt igyekeztek követni és behatárolni. A Google megjelenésével egy új metódus, az intelligens, automatizált kulcsszavazás és a rangsorolás is megjelent. Egy mai kereső pedig (pl. Google kereső egy okostelefonon) felismeri, hogy a fülemhez emeltem a telefont, hangfelismerő módba megy át, a kimondott szót felismeri, rákeres, és a találatokat helyfüggően is megjeleníti). Hogyan fejlődik az internet? Egyrészt szenzoriálisan (pl. GPS-adatok, hangbevitel), másrészt a szaporodó adatbázisoknak mi tanítjuk meg a jelentést azzal, hogy összekapcsolunk dolgokat, megtanítjuk arra, hogy a strukturálatlan adatokból hogyan tud strukturált adatokat kinyerni. Például a mobilos fotózás összekapcsolása az online térképpel tipikusan ilyen.

A web fejlődésének másik erőteljes jellemzője a jelen idejűség térnyerése. Egy-egy keresési találat akár percekkel később is elavult lehet, vagy egy későbbi keresés más, frissebb találatokat hozhat ki. De ez nem csak a keresésre igaz, hanem az elérhető adatokra, információkra, kapcsolatokra is. Az üzleti szférának meg kell tanulnia valós idejű, tömeges adatokkal bánnia, és azok alapján jó döntéseket hoznia, megoldásokat szállítania. A Web és a világ (World) találkozott: ez a – szerzők fogalma szerint – Webtér (Web squared).

Bár a szöveggyűjtemény nehezen értelmezhető többnek, mint a 2000-es évek slágerkönyvei egyes fejezetei, vagy esszenciái újrakiadásának (kivéve az utolsó blokk néhány cikkét), és különösebb koherencia sincsen a cikkek között (ráadásul rejtély, miért ez a címe), de mindenképpen érdemes megismerni és átolvasni. Egyrészt elkerülhető vele az újrafelfedezés rettenete (és némelyek számára kényelme), illetve elgondolkodtató, hogy az akkor felvetett problémák túlnyomó többségére azóta sem született megnyugtató válasz.