

Digitális gyakorlatok

A médiumokhoz kapcsolódó cselekvések kerete: a praxiselmélet

ANDOK MÓNIKA*

A hálózati kommunikáció, a mobilinternet és az érintőképernyő technológiai újításai a 21. század elejére lehetővé tették, hogy a digitális médiához kapcsolódóan a felhasználók nem csupán tartalomfogyasztóként vagy -előállítóként jelenhessenek meg az online felületeken, hanem cselekvéseket is végezzenek az online térben. A tanulmány célja az ehhez a változáshoz kapcsolódó új médiaelmélet, az úgynevezett praxiselmélet bemutatása. A szöveg kitér a praxiselmélet forrásaira mind a médiatudományokon belül, mind a társtudományok körében. Emellett egyfajta gyakorlattipológiát javasol az online felületek vonatkozásában, egyszerű és összetett gyakorlatokként utalva rájuk és példákkal illusztrálva. Majd érinti azt a kérdést is, milyen szempontokon múlik a digitális gyakorlatok alkalmazása. Ez a kérdés elvezet minket a kritikai technológiakutatás, valamint a technológiai elfogadás modelljeihez.

Kulcsszó: kritikai technológiakutatás, praxiselmélet, a technológiai elfogadás modellje

Digital practices

A framework for media-related actions: praxis theory

Technological innovations in network communication, mobile internet and touch screens, as well as internal content developments of the Internet at the beginning of the 21st century, made it possible for users to appear on online platforms not only as content consumers or producers, but also to perform actions in the online space in relation to digital media. The aim of the study is to present the new media theory related to the change, the so-called praxis theory. The text discusses the sources of praxis theory both within media studies and among related disciplines. In addition, the study proposes a kind of practice typology in relation to online platforms, referring to them as simple and complex practices. The text also provides examples to present these practices. It then touches on the question of what aspects in human communities' members consider whether to apply a digital practice or not. And this question leads us to models of critical technology research and technology acceptance.

Keywords: praxis theory, social shaping of technology theory, technology acceptance model

* Habilitált egyetemi docens, tanszékvezető, Pázmány Péter Katolikus Egyetem.

1. A új médiatechnológia jellegzetességei praxiselméleti megközelítésből

A Brockhausen enciklopédia 1968-as kiadásának *computer* címszava igen rövid, mindössze annyit ír, hogy az digitális számológép, adatfeldolgozó gép.¹ Valóban, 1968-ban mindössze ezt jelentette a számítógép. Ahhoz, hogy ebből a fél évszázaddal ezelőtti digitális számológépből 2024-re az élet minden területét befolyásoló technológia legyen, további fejlesztésekre volt szükség. Ezek közül itt a praxiselmélet szempontjából jelentőseket emeljük ki: a hálózatba szerveződést, a mobilinternet és az érintőképernyő kialakulását. Azért ezt a hármat, mert ezek járultak hozzá ahhoz, hogy a digitális eszközök egymással összekapcsolt módon, a térhez kötöttség kényszere nélkül és írni-olvasni tudás hiányában is használhatók legyenek. A hálózati kommunikációhoz kapcsolódó digitális gyakorlatok e sajátosságok révén váltak globálisan elterjedt, térben és időben szabadon hozzáférhető, életkortól és tudástól független praxisokká.

A számítógépek hálózatba kapcsolásának, az internet létrejöttének története sokszor leírt, alaposan dokumentált folyamat, amely 1962-ben kezdődött, amikor Joseph Licklider, a Massachusetts Institute of Technology kutatója, „olyan globálisan összekapcsolt hálót képzelt el, amelyen keresztül bárki, bárhol gyorsan elérhet adatokat és programokat”.² A massachusettsbeli TX-2 számítógépet 1965-ben sikerült egy telefonvonal segítségével összekapcsolni a kaliforniai Q-32-es számítógéppel, majd 1967-ben kidolgozták az Advanced Research Projects Agency Network (ARPANET) koncepcióját. Az 1960–70-es évek fordulója idején az ARPANET belenőtt az internetbe, amelyet nyitott architektúrájú hálózatként definiáltak.³ A hálózat 1991-ben Tim Berners-Lee munkássága nyomán vált a World Wide Web keretében olyan hipermediális, linkeket tartalmazó rendszerré, amelynek segítségével bármely hálózatra kötött számítógépről elérhetővé válnak a világ más pontján lévő adatok, információk.⁴ Ezzel megteremtődött a globális méretű összeköttetés. Tekintsünk erre valóban globálisként, még akkor is, ha tudjuk, hogy az internethasználat világviszonylatban eltérő. A 2024. januári adatok szerint az éllovasoknál, Észak-Európában 98%, Nyugat-Európában 94%, Észak-Amerikában 96%, míg Közép-Afrikában mindössze 32%, Kelet-Afrikában pedig 26%-os az internet-hozzáférés aránya.⁵

A technológiai fejlesztés következő lépése a mobilinternet megjelenése volt, ami azért kiemelkedően fontos újítás, mert ezáltal a hálózatra kapcsolódás nemcsak a munkahelyeken, otthon, az iskolákban vagy internetcávézóknál történhetett meg, hanem szinte bárhol. Ez a mediális változás ahhoz fogható, sőt annál is jelentősebb, mint amikor 1960-ban megjelent a zsebrádió – egy hordozható készülék, amelyet bárhová el lehetett vinni. A fizikai tértől való függetlenedéshez, a mobilinternet előnyeinek kihasználásához hordozható eszközökre volt

¹ Brockhaus Enzyklopädie in Zwanzig Bänden 4. Wiesbaden, F. A. Brockhaus, 1968, 133.

² KEVICZKY László: Az internet rövid története. In KONDOR Zsuzsanna – FÁBRI György (szerk.): *Az információs társadalom és a kommunikáció-technológia elméleti és kulcsfogalmai*. Budapest, Századvég, 2003, 25.

³ Uo. 25., 27.

⁴ SZÜTS Zoltán: *Online. Az internetes kommunikáció és média története, elmélete és jelenségei*. Budapest, Wolters Kluwer, 2018, 198.

⁵ Digital 2024: Global Overview Report, <https://bit.ly/4g9N4lJ>, 36.

szükség, és azokat leginkább az okostelefon biztosította.⁶ A felhasználók ma már döntő mértékben, 94,1%-ban mobiltelefonnal csatlakoznak az internethez.⁷ A mobilinternet lehetőségét teremtett arra, hogy tér- és időbeli megkötések nélkül elérhető legyen a világháló. Ez a praxiselmélet szempontjából azért fontos, mert így tudnak létrejönni és stabilizálódni olyan egyéni vagy társas gyakorlatok, amelyeket bárhol megvalósíthatnak a felhasználók. Gondoljunk csak bele: lett volna ekkora sikere a közösségimédia-oldaloknak, ha nem jelenik meg a mobilinternet és az okostelefon? Lenne türelmük a felhasználóknak, hogy a napközben a telefonjukkal készített képeket este otthon feltöltsék a laptopjukra és utána osszák meg a közösségimédia-oldalokon? Valószínűleg nem. Emiatt állítható, hogy a digitális médiához kapcsolódó gyakorlatok általánossá válásában komoly szerepe van a mobilinternetnek.

Harmadik innovációként az érintőképernyő elterjedését emeljük ki: a hálózat használatához a 2010-es évektől már nincs feltétlenül szükség írni-olvasni tudásra. Már nem kell a keresőmezőbe szavakat írni és a megjelent találatokat elolvasva választani, elegendő az ikonok, képek, *widgetek* felismerése, mert ezek segítségével is kezelhető a rendszer. Részben emiatt az életkor szempontjából a korábbiakhoz képest sokkal korábban kezdődik az internet használata – már az óvodások, sőt a még fiatalabbak is jelen vannak a hálózaton. Caroline Ahearne és munkatársai 2016-os kutatásukban azt találták, hogy a kétéves gyerekek fel tudják oldani családtagjaik mobil eszközeit, azonosítják az ikonokat, az interakciós lehetőségeket és használják is azokat.⁸ A brit médiaszabályozó hatóság, az Ofcom által megrendelt kutatás pedig azt tárta fel, hogy 2016-ban a 6–11 hónapos babák 51%-a napi rendszerességgel használja az érintőképernyős eszközöket és képesek görgetni is a tartalmat. A három év alatti gyerekek 10%-ának már akkor saját digitális eszköze volt – saját digitális eszköz háromszor olyan gyakran (24%) fordult elő az alacsony szocioökonómiai státuszú családokban, mint a magasakban (7%).⁹ A magyar vonatkozású DigiMini1 kutatás azt mutatta, hogy 2020–21-ben az óvodások 80–90%-a napi rendszerességgel használt okoseszközt, és 30–35%-uknak saját eszköze volt – elsősorban játéokra vagy videók megnézésére.¹⁰ Tehát az érintőképernyő jelenti azt a technológiai megoldást, amelynek segítségével az internethasználat az egészen kicsi gyerekek körében is napi gyakorlattá válhat.

A hálózati kommunikáció digitális technológián alapul, és ez tette lehetővé a konvergencia megvalósulását a mediatisztált kommunikációban. Ez alatt nem csupán a korábban különálló médiatechnológiák, hálózatok, eszközök, tartalmak és kommunikációs szintek összeolvadását értve (nyomtatott sajtó, rádió, televízió, zene), hanem annak gazdasági és jogi-szabályozási aspektusait is. A kommunikációs szintek összeolvadása azt jelenti, hogy a felhasználók ugyanazon a felületen – gyakran egy időben és egymással átfedésben – tudják megvalósítani a személyközi, a csoport-, a szervezeti, a társadalmi és a médiakommunikációs tevékenységüket.

⁶ Lásd az iPhone megjelenését 2007-ben.

⁷ 2024. második negyedévére vonatkozó adatok, lásd <https://bit.ly/4eOEGHa>.

⁸ Caroline AHEARNE et al.: Touch-screen technology usage in toddlers. 101(2) *Archives of disease in childhood* (2016), <https://doi.org/10.1136/archdischild-2015-309278>, 181–183.

⁹ What Are the Effects of Touchscreens on Toddler Development? Parenting for a Digital Future. *LSE*, 2016. december 28., <https://bit.ly/3CTJZYH>.

¹⁰ Mit gondolnak az óvodások a digitalizációról? DigiMini1 kutatás, <https://bit.ly/41aTrB2>.

Korábban ezeket eltérő módon, más-más helyzetekben tudták csak megoldani: beszélgettek, telefonáltak vagy levelet írtak a rokonaiknak és a barátaiknak, értekezletre, gyűlésekre mentek, rádiót hallgattak, televíziót néztek és moziba jártak. A digitális technológia azonban mindezeket a kommunikációs szinteket képes egyetlen képernyőbe integrálni.¹¹

Ám jelen témánk szempontjából a legjelentősebb a cselekvési konvergencia. Ennek megértéséhez röviden tárgyalni kell a média fogalmát, jelentését és jelenségét. Az analóg klasszikus tömegkommunikációs eszközök, médiumok kizárólag tartalmat szolgáltatottak: a nyomtatott sajtó írott, a rádió hangzó szöveget, a mozi és a televízió pedig mozgóképet. Ezeknek a tartalmaknak természetesen többféle funkciójuk lehetett: informáltak, szórakoztattak, közösségbe integráltak, tanítottak. Ahogy bővült a médiatartalmi kínálat – az 1920-as évek egyetlen helyi vagy országos rádióállomásától kezdve az 1990-es évek sokcsatornás műsorszolgáltatásáig –, úgy vált lehetővé a befogadók számára, hogy egyre inkább személyes igényeiknek és érdeklődésüknek megfelelően válasszanak a tartalmakból. Ennek az időszaknak a médiaelméleti leírását szolgálták azok a modellek, amelyek az 1960–70-es évektől jelentek meg, és vagy a médiatartalom-fogyasztás következményeire, vagy a válogatás és a befogadás aktusaira fókuszáltak (kultivációs és tematizációs elméletek, használat- és élménykutatás).¹²

A hálózati kommunikáció megjelenésével az új média alkalmassá vált arra – éppen a digitális technológia miatt –, hogy ne csupán tartalomfogyasztást biztosítson, hanem számos más *mediahasználati* lehetőséget is kínáljon az embereknek. Az információszerezési, valamint a szórakozáshoz és a tanuláshoz kapcsolódó gyakorlatok olyan használati módokkal bővültek ki, például a ma már mindennaposnak számító banki utalással, a vásárlással vagy egyetemi kurzusokra való jelentkezéssel, amelyek korábban kívül estek a média területén (és fogalmán). A digitális platformon működő média képessé vált arra, hogy korábban csak offline megvalósítható cselekvéseket hajtsanak végre a használatukkal. E gyakorlatok egy része a 2010-es években, nagyjából egy évtizedig hibrid módon működött. Megvalósíthatók maradtak offline módon, de elérhetővé váltak az online térben is, például vásárolhattunk repülőjegyet utazási irodákban és online is. Ám az online felület elkezdett új lehetőségeket nyújtani, például az árak összehasonlítását, ezért a vásárlás lassan áttevődött erre a felületre. 2020-ban a koronavírus-járvány hatására a hétköznapi élet majdnem minden aspektusa transzformálódott a digitális média felületeire: a munka, az oktatás, a vásárlás, a vallás, a rekreáció és számos egyéb társas tevékenység átkerült az online térbe. Tehát erre az évtizedre a korábban a fizikai környezetben végezhető cselekvések, gyakorlatok sokasága jelent meg a hálózati kommunikáció felületein.

Ez nemcsak a cselekvések konvergenciáját jelenti a hálózati felületen,¹³ hanem maga után vonta annak tudományos szükségét is, hogy a kutatók újradefiniálják a média fogalmát, hiszen az újmédia, a digitális média megjelenésével számos olyan elem került a média jelenséggörébe,

¹¹ ANDOK Mónika: *Digitális média és mindennapi élet: konvergencia, kontextus, közösségi média*. Budapest, L'Harmattan, 2016, 60–62.

¹² ANDOK Mónika: Médiahatások. In ACZÉL Petra (szerk.): *Műveljük a médiát!* Budapest, Wolters Kluwer, 2015, 112–125.

¹³ ANDOK i. m. (11. lj.) 37–65.; GULD Ádám: „A sztárok mindenhol ott vannak.” A 360 fokos ismertség jellemzői egy kvalitatív közönségkutatás tükrében. *Médiakutató*, 2020/1., 79–92.; GULD Ádám: *Sztárok, celebek, influencerek a médiában megszerezhető ismertség és hírnév természete*. Kolozsvár, Erdélyi Múzeum Egyesület, 2021, 260–288.

amely korábban nem tartozott oda. Történt már ilyen a tömegkommunikációs eszközök történetében, éppen egy másik korszakhatáron, a 19. század utolsó harmadában, az elektronikus médiumok megjelenésekor. John Guillory kutatásai alapján azt állítja, hogy a 19. század végéig hiányzott a kommunikáció *médiájának* a fogalma. Azok a kérdések, amelyek ma már a médiumokhoz kapcsolódnak, korábban a művészettel kapcsolatos vitákat jellemezték. Maga a médium fogalmának megjelenése is egyfajta válasz volt a 19. század végén az olyan technikai médiumok gyors elterjedésére, amelyek már nem illettek bele a művészet korábbi fogalmába, mint például a telegráf vagy a fonográf.

A remedializáció elterjedése a késő XIX. században nem kisebb dolgot követelt meg, mint egy új filozófiai rendszer létrehozását, amely képes volt a média fogalmát a mimézis domináns rendszerén belül felfogott műalkotás fogalmával szembeállítva értelmezni. Ezt az új keretrendszert a kommunikáció fogalma biztosította, ami mára a média összes formáját magában foglalja, akár művészetként (festészet), akár nem művészetként (információs műfajok, újságok stb.), akár a kettő közé esőként (fényképészet) definiáljuk őket.¹⁴

A 21. század elejére a kommunikáció- és médiatechnológia fejlődése szükségessé tette a média fogalmának kitágítását, és ehhez kapcsolódóan új elméleti keretek kijelölését. Úgy véljük, a praxiselmélet lehet az az integratív keret, amely a fent leírt változást elméleti szinten kezelni tudja a médiatudományban.

2. Cselekvés-, használat- és gyakorlatelméletek a médiatudományban

A média praxiselméleti felfogásának gyökerei három területen is kimutathatók a 20. században: a szociológiai cselekvéseméletekben, a nyelvfilozófia beszédaktus-elméletében és a kultúrakutatásban. A társadalomtudományokban már az 1940-es évek elejétől jelen vannak azok a megközelítések, amelyek a társadalmi cselekvésekre helyezik kutatási fókuszukat (Max Weber, Talcott Parsons és követőik).¹⁵ Ennek talán a legfontosabb és a legnagyobb kommunikációtudományi relevanciával rendelkező állomása Jürgen Habermas 1981-ben publikált kommunikatív cselekvés elmélete.¹⁶ Jó pár évtizeddel ezt megelőzően egy másik – a kommunikációtudomány szempontjából ugyancsak jelentős – diszciplína, a nyelvfilozófia is feltárta a nyelvhasználat cselekvési aspektusait (John Austin munkássága és a beszédaktus-elmélet).¹⁷

¹⁴ John GUILLORY: A médiafogalom eredete (ford. BERZE András et al.). *Apertura*, 2012. tavasz, <https://bit.ly/3CTKcuX>.

¹⁵ BALOGH István – KARÁCSONY András: *Német társadalomelméletek. Témák és trendek 1950-től napjainkig*. Budapest, Balassi, 2000, 110–131., 240–265., 336–358., 391–419.

¹⁶ Jürgen HABERMAS: *A kommunikatív cselekvés elmélete* (ford. ÁBRAHÁM Zoltán et al.). Budapest, Gondolat, 2011; FELKAI Gábor: *Jürgen Habermas*. Budapest, Áron, 1993, 261–351.

¹⁷ John L. AUSTIN: *Tetten ért szavak. A Harvard Egyetemen 1955-ben tartott William James előadások* (ford. PLÉH Csaba). Budapest, Akadémiai, 1990, 29–156.

A praxiselmélet forrásai között Nick Couldry a kultúrakutatást is megemlíti.¹⁸ Az erre vonatkozó elméleteket így összegzi Szijártó Zsolt:

A kultúratudományos kutatási program célja azoknak az implicit, rendszerint nem tudatos szimbolikus rendszereknek, kulturális kódoknak és értelmezési horizontoknak az explikálása, amelyek a legkülönbözőbb emberi gyakorlatokban (nagyon eltérő helyeken és időkben) kifejeződnek és ezeket lehetővé teszik.¹⁹

A használati fókuszú modellek az 1970-es években jelentek meg, és a használat- és élménykutatás (*uses and gratifications*) területére sorolódtak. Olyan nagy nevek fémjelzik ezt az irányzatot, mint Elihu Katz, Jay Blumler, Michael Gurevitch és Denis McQuail.²⁰ A használat- és élménykutatás azt tudja feltárni, hogy a közönség milyen szempontok alapján választ a médiumok és az azok kínálta tartalmak között, és ezzel milyen szükségleteit elégíti ki. Ilyen szükséglet például az információs vagy kognitív, az affektív, a társas és az egyéni integráció, valamint a valóságtól való elmenekülés. Nem véletlen, hogy éppen a használat- és élménykutatási iskola az, amelyik – mind elméleti, mind módszertani vonatkozásaiban – mintegy a reneszánszát éli a hálózati kommunikációs kutatásokban. De a számítógépen keresztüli kommunikáció már az 1990-es évektől kiegészítette azokat a funkciókat, amelyeket a klasszikus tömegkommunikációs eszközök tartalmainak fogyasztása töltött be. A használati célok közé bekerült például a barátokkal és a családdal való kapcsolattartás, valamint a trendek követése,²¹ sőt mivel a közösségimédia-felületeken a felhasználók már nemcsak fogyasztói, hanem előállítói szerepben is megjelenhetnek, az önkifejezés, az önaktualizálás, az identitásformálás és a politikai aktivizmus is.²²

A használat- és élménykutatás tehát arra tudott választ adni, hogy a befogadók mire használják a média *tartalmait*: azok informáltabbá tették, megnevettették, álomvilágba röpitették a nézőket, olvasókat. A praxiselmélet ezzel szemben arra fókuszál, hogy milyen egyéni vagy társas gyakorlatok tárthatók fel a *médiaszövegek* mellett a *mediális tárgyak* használatában is. Nemcsak az a kérdés, hogy milyen mentális tevékenységet (feldolgozás, szűrés, interpretálás) képesek végezni az emberek, hanem az is, hogy milyen *cselekvéseket* tudnak végrehajtani. Milyen hétköznapi, magától értetődő gyakorlatok kapcsolódnak a médiához?

¹⁸ Nick COULDRY: *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice*. Cambridge, Polity, 2012, 39–40.

¹⁹ Andreas RECKWITZ Die Kontingenzzperspektive der „Kultur“. Kulturbegriffe, Kulturtheorien und das kulturwissenschaftliche Forschungsprogramm. In Friedrich JAEGER et al. (szerk.): *Handbuch der Kulturwissenschaften. Band III. Themen und Tendenzen*. Stuttgart, J.B. Metzler, 2004; idézi SZIJÁRTÓ Zsolt: *Sokszínű médiavilágok. A mindennapi élet és a médiakutatás antropológiai dimenziói*. Budapest, Gondolat, 2022, 39.

²⁰ Elihu KATZ – Jay G. BLUMLER – Michael GUREVITCH: Uses and Gratifications Research. 37(4) *The Public Opinion Quarterly* (1973), <https://doi.org/10.1086/268109>, 509–523.

²¹ Zizi PAPACHARISSI – Andrew MENDELSON: Toward a New(er) Sociability: Uses, Gratifications, and Social Capital on Facebook. In Stylianos PAPATHANASSOPOULOS (szerk.): *Media Perspectives for the 21st century*. London, Routledge, 2011, 212–230.

²² Christina BOSSEN BUCKNELL – Rita KOTTASZ: Uses and Gratifications Sought by Pre-Adolescent and Adolescent TikTok Consumers. 21(4) *Young Consumers* (2020), <https://doi.org/10.1108/YC-07-2020-1186>, 463–478.; Summer HARLOW – Dustin HARP: Collective Action on the Web: A Cross-Cultural Study of Social Networking Sites and Online and Offline Activism in the United States and Latin America. 15(2) *Information, Communication & Society* (2012), <https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.591411>, 196–216.

A „gyakorlati fordulat” (*practice turn*) elképzelését a médiakutatáson belül Couldry alapozta meg 2004-es tanulmányában,²³ majd 2012-es kötetében.²⁴ A kifejezés Theodore Schatzki és kollégái 2001-ben megjelent kötetére utalt.²⁵ Schatzkiék megfogalmazása szerint a praxiselmélet az emberi tevékenységek megtestesült, tárgyiasított bemutatásaként fogja fel a gyakorlatokat. A gyakorlatok (praxisok) megértését és használatát egy közösségben az teszi lehetővé, hogy a közösség tagjai egy adott gyakorlatot azonos módon értelmeznek, azonos jelentést, funkciót tulajdonítanak neki.²⁶ A praxiselmélet lényegét Gárdos Judit és munkatársai így összeszedik:

A gyakorlati elmélet alapvetése szerint a társadalomkutatás tulajdonképpeni tárgyát a „gyakorlatok” alkotják, tanulmányozásuk pedig amiatt szükséges, hogy közelebb jussunk a cselekvők elképzeléseihöz, szándékaihoz, és ezáltal magyarázatot adjunk a társadalmi rend kialakulására, fennmaradására.²⁷

Couldry ezt a média vonatkozásában gondolta tovább, és úgy dolgozta ki a praxiselméletet, hogy közben elhatárolódott a funkcionalizmustól.²⁸ Ahogy megfogalmazta: nem az érdeklő, hogy mit jelent egy médiával telített *világban* élni, hanem az, hogy mit jelent *olyan társadalomban* élni, amelyet médiaintézmények urálnak.²⁹ Vagyis ebben az elgondolásban a gyakorlat mint társadalmi jelenség konceptualizálódik.

A média Couldry által vázolt praxiselméletének négy fő eleme a média folyamatjellegének hangsúlyozása (*media as a process*) annak állapotjellegéhez képest, a média beágyazottsága a felhasználók mindennapi életébe, a médiumok összekapcsoltsága és a mediális eszközök tárgyi, materiális megjelenésének hangsúlyozása.³⁰ Szijártó szerint a „praxiselmélet a mindennapi élet vonatkozásában is jelentős, mert kutathatóvá teszi a mindennapi életben megfigyelhető rutinszerű, nem tudatos médiacselekvéseket”.³¹ Couldry összességében azt javasolja, hogy a médiára mint gyakorlatra tekintsünk, az emberi cselekvésformák egyik lehetőségére. Ahogy maga is írja, a gondolat nem teljesen új a médiakutatásban, hiszen korábbi változatát már Elihu Katz 1950-es írásában is olvashattuk, amely a használat- és élménykutatás alapjait vázolta. A kü-

²³ Nick COULDY: Theorising Media as Practice. 14(2) *Social Semiotics* (2004), <https://doi.org/10.1080/1035033042000238295>, 115–132.

²⁴ COULDY i. m. (18. l.).

²⁵ Theodore R. SCHATZKI – Karin KNORR CETINA – Eike von SAVIGNY (szerk.): *The Practice Turn in Contemporary Theory*. London, Routledge, 2005, <https://doi.org/10.4324/9780203977453>; Theodore R. SCHATZKI: *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. Cambridge, Cambridge University Press, 1996, <https://doi.org/10.1017/CBO9780511527470>.

²⁶ Theodore R. SCHATZKI: Introduction: Practice Theory. In SCHATZKI – KNORR CETINA – SAVIGNY (25. l.) 11.

²⁷ GÁRDOS Judit – KOVÁCS Éva – VAJDA Róza: Önszociológiák? Új kihívások a kvalitatív módszereket alkalmazó kutatásokban és archiválásukban. In A. GERGELY András et al. (szerk.): *Kultúra, közösség és társadalom. Tanulmányok Tibori Tímea tiszteletére*. Budapest, Társadalomtudományi Kutatóközpont – Magyar Szociológiai Társaság, 2020, 131.

²⁸ COULDY i. m. (23. l.) 123–125.

²⁹ Uo. 119. COULDY i. m. (18. l.) 37–38.

³⁰ Nick COULDY – Andreas HEPP: *The Mediated Construction of Reality*. Cambridge, Polity, 2017, 32.

³¹ SZIJÁRTÓ (19. l.) 41.

lönbség az, hogy Katz az egyéni médiahasználat mintázatait vizsgálta, míg Couldry a gyakorlat társas dimenzióira fókuszált.³²

Couldry szerint legalább négy előnnyel jár, ha a médiára gyakorlatként tekintünk – ezek a rendszerességhez és szabályozottsághoz, a társas jelleghez, a szükségletekhez, valamint a normativitáshoz kapcsolódnak. „A médiászociológia a médiával kapcsolatos cselekvéseink sajátos törvényszerűségeivel, valamint a kontextus és az erőforrás szabályszerűségeivel foglalkozik, amelyek bizonyos típusú médiával kapcsolatos cselekvéseket lehetővé vagy lehetetlenné, valószínűvé vagy valószínűtlenné tesznek.”³³ A médiához kapcsolódó gyakorlatok összefonódhatnak más gyakorlatokkal, és ezáltal részét képezik annak a folyamatnak, ahogy rendet viszünk a világunkba mindennapi rutinjaink segítségével. A mediális gyakorlatok nem egyéni használati módok tárházai, hanem társas konstrukciók, amelyek magukban hordozzák a teljesítmények, kényszerek és a hatalom világait is.³⁴ Szijártó szerint „az úgynevezett praxiselmélet a társadalmi-kulturális világot nem szubjektumok, cselekvések, normák vagy jelek összességéként vizsgálja, hanem társadalmi gyakorlatok komplexumaként, amelyeket egy meghatározott időrezsim és egy adott térbeli összefüggésrendszer aktívan előhív”.³⁵

A praxis olyan dolgokat jelöl, amelyeket valóban megteszünk (nem csak lehetőségként állnak fenn, ám senki nem teszi meg őket, vagy csak nagyon kevesen), mert ezek a gyakorlatok összefüggésben vannak emberi szükségleteinkkel. A médiával kapcsolatos gyakorlatainkat olyan alapszükségletek alakítják, mint az összehangolás, az interakció, a közösség, a bizalom vagy akár a szabadság.³⁶ A médiához kapcsolódó gyakorlatok fontos alapját jelentik annak, mit gondolnak normatívnak a felhasználók a médiával kapcsolatban, pontosan azáltal, ahogy használják, élnek vagy nem élnek vele, hiszen nemcsak a fogyasztás, hanem az elkerülés, a távoltartás és a szelekció gyakorlata is mindennapos³⁷ (ehhez a kérdéshez kapcsolódóan lásd alább a kritikai technológiakutatásról szóló pontot).

Összességében tehát Couldry szerint a médiára mint gyakorlatra gondolni sokkal életközeli, mint akár a médiászövegekből, akár a média intézményrendszeréből, esetleg hatásából kiinduló vizsgálatok. Az alapkérdés roppant egyszerű: mit tesznek, mit csinálnak az emberek (egyének, csoportok, intézmények) a médiával a legkülönfélébb szituációkban és kontextusokban? A média mint cselekvési közeg gondolata a magyar nyelvű szakirodalomban elsőként 2011-ben merült fel Pólya Tamás írásában.³⁸ A tanulmány azért is fontos, mert nem a Couldry-féle szociológiai és antropológiai irányból jut el a felismeréshez, hanem attól gyökeresen eltérőből, a technológiai determinizmus felől. A torontói iskola alapítója, Marshall McLuhan születésének centenáriumára megjelentetett különszámban Pólya így érvel: „A digitális interfészek [...] a passzív érzékek mellett a cselekvő testet is kiterjesztik. [...] [E]gy új médium megjelenése és

³² COULDRY i. m. (18. l.) 37.

³³ Uo. 33.

³⁴ Uo. 34.

³⁵ SZIJÁRTÓ i. m. (19. l.) 41.

³⁶ COULDRY i. m. (18. l.) 34.

³⁷ Uo. 34–35.

³⁸ PÓLYA Tamás: A médium mint cselekvési közeg. Médiumelméleti nézőpontváltás a technológiai determinizmus után. *Replika*, 2011/3., 51–73.

társadalmi használatbavétele abban áll, hogy a médiumhasználók újrahangolják saját tevékenységük egy részét, és az új cselekvési lehetőségekhez igazítják azokat.³⁹

Pólya aszerint csoportosítja a cselekvési lehetőségeket, hogy könnyebben végezhető-e a digitális média világában, mint a predigitálisban vagy sem. Az analóg médiumokhoz képest nehezebb vagy lehetetlen a digitális kommunikáció során személyesnek lenni, kézjegyet hagyni, virtuális tárgyakhoz érzelmileg kötődni, a digitális, anyagtalan térben egyes tárgyak helyére emlékezni, azokhoz odatalálni. De a digitális eszközök használóinak könnyebb önkifejező módon megnyilvánulni, véleményt kifejezni a nyilvánosság előtt, vásárolni, pénzügyi műveleteket elvégezni, a digitális tartalmakhoz és tárgyakhoz hozzáférni, azokat fogyasztani, felhalmozni és társadalmilag szankcionált tartalmakhoz jutni.⁴⁰

3. A digitálismédia-gyakorlatok tipológiája

A következő alfejezetben azt mutatjuk be, hogy a médiához kapcsolódó milyen gyakorlatokat azonosított Couldry a 2010-es évek elején, majd ezeket kiegészítjük az általunk javasolt új gyakorlatokkal. A változásban, a gyakorlatok bővülésében jelentős szerepet játszott a koronavírus-járvány idején felgyorsuló digitális átállások sorozata.

3.1. Egyszerű és összetett gyakorlatok

Couldry felhívja a figyelmet, hogy a digitális interaktív média esetében nemcsak azokat a praxisokat kell figyelembe venni, amelyek a médiaszöveghez kapcsolódó változásokat mutatják meg (a felhasználók fogyasztói és előállítói is lehetnek a szövegeknek), hanem azokat a gyakorlatokat is, amelyek bár mediálisak, már semmiféle kapcsolódásuk nincs a médiaszöveghez. Couldry megkülönböztet egyszerű és összetett gyakorlatokat. Az egyszerű gyakorlatok közé sorolja a keresést, a kereshetővé tételt, a bemutatást, a jelenléte és az archiválást, az összetettek közé a hírekkel való lépéstartást, a kommentárt, a nyitott csatornákat és a szűrést.⁴¹

A digitális felületen két eltérő gyakorlat keretében tudunk keresni: az egyik a „szörfözés”, amikor véletlenül bukkanunk rá valamire, a másik a keresőmotorok használata, ami célzott keresést feltételez. A keresés gyakorlata hatással van az információcsere gyakorlatára is. A keresés képessége és hatékonysága – ami egyértelműen kapcsolódik a szocioökonómiai státuszhoz – rendkívüli jelentőségűvé vált a mindennapi életben. A hálózati kommunikáció, a közösségi média számos felülete a bemutatás gyakorlatát szolgálja, a YouTube-tól a Tik-Tokon át a Facebookig. A felhasználók folyamatosan töltik fel személyes emlékeiket, hétköznapi apró mozzanatait, amatőr vagy profi produkcióikat, sőt akár procedurális tartalmakat is (horgolás, csináld magad dekorációs videók, sütés-főzés, tánckoreográfia). A web 2.0 felületek szinte a nyilvános közösségi jelenlét lehetőségét teremtik meg a felhasználók számára. Az archiválás gyakorlata tulajdonképpen nem más, mint a jelenlét gyakorlata az idő dimenziójában. Ám míg

³⁹ Uo. 54., 63.

⁴⁰ Uo. 61–62.

⁴¹ COULDRY (18. lj.) 45–57.

a jelenlét a közösségi térben, addig az archiválás a közösségi időben megjelenő gyakorlat. Ilyen értelemben a közösségi média egyben kulturális archívumként is funkcionál.

A médiához kapcsolódó, fent említett összetett gyakorlatok közül az első a hírekkel való lépéstartás volt. A hírekhez (is) köthető figyelem folyamatos fenntartásának oka a hálózati média térbeli és időbeli dimenziójához is kapcsolódik, hiszen a globális térben valahol mindig főműsoridő van, valahol biztosan történik olyasmi, amiről nem szeretnének lemaradni az emberek. A kommentár mint médiumhoz kapcsolódó gyakorlat erősen megváltozott: míg korábban elsősorban értelmezés, magyarázat céljából írtak kommentárt az alapszöveghez, addig manapság a kommentár inkább a szelekcióban segít másokat, vagy teljesen diszfunkcionális és kulturálisan megfosztott közegből érkezik. A kommentárok új céljai kihatnak a kommentelők státuszára, attól függően, hogy képesek-e mások figyelmét felkelteni vagy sem. Bizonyos értelemben szemtanúi lehetünk a kommentárirás intézményesülésének. Minden csatornát nyitva tartani, folyamatosan nyitottnak lenni Couldry értelmezésében azt jelenti, hogy folyamatosan a magánvilágunkon kívül eső területek felé fordulunk, és figyelmünk terében elsősorban a média jelenik meg. Vagyis a világ, a világ eseményei felé fordulás praktikusán a média felé fordulást jelenti. A modernitás előtt a távoli vidékekről származó hírek rendkívül ritkák voltak, már-már luxuscikknek számítottak. Ma a médiateltettség miatt a szűrés (mennyiségi és minőségi értelemben is) szinte túlélési gyakorlat.⁴²

A Couldry által bemutatott gyakorlatok sora természetesen tovább bővíthető, például a kedvelés (*like*), a sorrendbe állítás, a rangsorolás vagy az újrakeverés, újraalkotás mindennapos gyakorlataival. A média közegében végezhető cselekvéseink nemcsak hétköznapiak vagy a munka világához kapcsolódók lehetnek, hanem kulturálisak vagy politikaiak is. Megoszthatunk videókat, vlogolhatunk, kedvelhetünk vagy kigúnyolhatunk politikusokat. Ebben a felfogásban a média állampolgári erőforrás, hiszen amit a média segítségével megvalósíthatunk, az tényleges cselekvés. Roger Silverstone szerint

[e]lengedhetetlenül fontos annak felismerése is, hogy a mediatizáció valójában egy gyakorlat, amely egyéneket von be társadalmi és kulturális tevékenységekbe (politikai és gazdasági folyamatokról nem is beszélve), amelyekért felelősséggel tartoznak. [...] Elvben a mediatizációban a közönség mint cselekvő részvétele biztosítja azt, hogy a médiapolisz be tudja tölteni szerepét a globális civil társadalom megteremtésében.⁴³

A 2000-es évek elejétől jól láthatók nemcsak maguk a gyakorlatok, hanem az intézményesülésük is, ami a kommunikációs gyakorlatok mintázataiban érhető tetten. Ilyen például az idővo-nal tartalmainak később emlékként való felkínálása vagy a születésnap jókívánságok megsza-porodása, mivel a rendszer figyelmezteti a használókat az ismerőseik születésnapjára. De az intézményesülés megfigyelhető akár speciális szerepekben is (például influenszer).

⁴² ANDOK Mónika: Mi, a média. In ACZÉL (szerk.) i. m. (12. lj.) 33–37.

⁴³ Roger SILVERSTONE: *Médiaerkölcs: A médiapolisz felemelkedése* (ford. KERÉNYI Szabina). Budapest, Napvilág, 2010, 63.

3.2. Egyéni és társas gyakorlatok

Két további felosztási lehetőséget szeretnénk felvázolni, ami egyben Couldry gondolatainak továbbvitelét is jelenti. Az egyik az egyéni és a társas gyakorlatokra vonatkozik, a másik pedig az átállás, az offline-online átváltás dinamikájára. Korábban láthattuk, hogy a médiához kapcsolódó gyakorlatokat társas jelenségként értelmezzük, de ez nem jelenti azt, hogy ne lehetnének egyéni gyakorlatok. Hiszen a társas jelleg ahhoz kapcsolódik, hogy a gyakorlatok jelentése, értelme közös konstrukció, de maguk a gyakorlatok egyéneknél, egyéni felhasználóknál végezhetők.

Egyéni a hétköznapi életvezetéshez kapcsolódó olyan praxisok, amelyek akár már intézményesültek is a mindennapi médiahasználat során. Ide sorolhatjuk azokat az új módokat, ahogyan a felhasználók a saját magukra vonatkozó, automatikusan rögzíthető adatokat kezelik, például az edzéseiken elért eredményeiket, pulzusszámukat, megtett lépések számát. A szakirodalom erre az új típusú önmegfigyelésre, önmegismerésre Deborah Lupton könyve alapján a számszerűsíthető én (*quantified self*) kifejezéssel utal.⁴⁴ Magát a fogalmat már 2007-ben leírták a *Wired* magazinban, majd 2009-ben ehhez kapcsolódóan egy honlapot is létrehoztak, amely köré közösség szerveződött a következő alapon: „Önismeret: Az élet teljességének mérése az alvástól a hangulatig és a fájdalomig, 24 órán és 365 napon át.” A közösség tagjai a saját életükről gyűjtöttek adatokat, például mikor keltek, előző éjszaka hányszor ébredtek fel, mennyi volt a pulzusuk, a vérnyomásuk, a testedzésre fordított idejük vagy éppen a kávé- és alkoholfogyasztásuk. Azt mondhatjuk tehát, hogy a számszerűsített én egyik oldalról a technológiával történő önkövetés kulturális jelenségeként ragadható meg, másrészt az önkövető eszközök használoinak és készítőinek közösségére is utal. E gyakorlat során az egyének a digitális technológiát és az adatgyűjtést beépítik a mindennapi életükbe, gyakran azzal a céllal, hogy javítsák fizikai vagy szellemi teljesítményüket. Az elmúlt években a hordható fitnesz-, teljesítmény- és alváskövetők széles körben elterjedtek.⁴⁵

A társas gyakorlatok közé tartozik például az, hogy ma már sok egyetemi hallgató a telefonjáról olvassa fel a referátumát, mert oda jegyzetelt, egy dolgozat leadása a korábbi kinyomtatott szöveg átadása helyett digitális felületre (Teams, Neptun) való feltöltést jelent.

A fiataloknak a szórakozáshoz kapcsolódó gyakorlatai közül az élménykiterjesztés a meghatározó: az eseményeken fotóznak, videót készítenek, azokat feltöltik a közösségimédia-felületekre – ezáltal egyrészt jelzik, hogy ők jelen voltak, másrészt hozzáférhetővé teszik az élményt a jelen nem lévők számára is.⁴⁶ Emellett koncertfelvételeken sokszor látható, hogy egy lassú dal alatt a közönség magasba tartva, zseblámpaként használja a telefonját (mint korábban az öngyújtót).

⁴⁴ Deborah Lupton: *The Quantified Self*. Cambridge, Polity, 2016.

⁴⁵ DUSEK Tamás: A számszerűsített ember: az önszámlálás szociológiája. *Statistikai Szemle*, 2021/4., <https://doi.org/10.20311/stat2021.4.hu0389>, 390–391. Egy felmérés szerint a megkérdezett szegedi egyetemisták kb. 32%-a használja vagy használt már testen hordható, a számszerűsíthető én szempontjából fontos okoseszközt, lásd BALOGH Csaba – DRAGON Zoltán – PUSZTAI Bertalan: Viselhető eszközök a szegedi egyetemisták körében. *ME.dok*, 2021/3., 69–84.

⁴⁶ Danah Boyd: *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. New Haven, Yale University Press, 2014, 3–4.

3.3. Offline, hibrid és online gyakorlatok

A médiához kapcsolódó gyakorlatok az alapján is csoportosíthatók, hogy azok kizárólag offline vagy online valósíthatók-e meg vagy esetleg hibrid módon. A kizárólag online gyakorlatok vagy teljesen áttevődtek a digitális szférába, vagy eleve ebben a közegben jöttek létre. Az emberi lét fizikai meghatározottsága miatt mindig lesznek olyan cselekvések, amelyeket kizárólag a valós térben, időben, fizikai kontextusban lehet megvalósítani, például az életünk biológiai aspektusaihoz kapcsolódó tevékenységeket (étkezés, alvás stb.), de ezekhez is társulhat digitálismédia-gyakorlat, ahogy azt korábban a számszerűsíthető én fogalmával kapcsolatban láthattunk.

Léteznek a fizikai és az online térben is elvégezhető gyakorlatok. Tipikusan ilyen a vásárlás: boltokban, a termékeket megvizsgálva is lehet vásárolni, de egyre gyakoribb az online vásárlás. Ha otthon elfogy valami, akkor már nem feltétlenül az az első reakció, hogy az egyik családtag elmegy a boltba, hanem az, hogy interneten keresztül rendelik meg a hiányzó dolgot. Magyarországon például az e-kereskedelmi piac bevétele 2024-ben elérte a 2395 millió dollárt, ami 2029-re várhatóan majdnem 4 milliárd dollárra nő.⁴⁷

Az online gyakorlatok egyik altípusát képezik azok a praxisok, amelyek korábban offline módon léteztek, de mára teljes egészében az online közegbe kerültek. A legtöbb adminisztratív tevékenységgel ezt történt, legyen szó a közigazgatás, az egészségügy vagy az oktatás területén. Ma már online lehet középiskolába, egyetemre jelentkezni, a felsőoktatásban kurzust felvenni, gyógyszert receptre kiváltani, adóbevallást leadni. A másik altípusba azokat a mediális gyakorlatokat sorolhatjuk, amelyek eleve az online felületeken jöttek létre, nincs offline előzményük. Ilyenek a közösségi média egyes gyakorlatai, például a tagelés, a hashtagelés, a fotókon szűrők használata stb.

4. Mérlegelések a gyakorlatban – a digitális médiához kapcsolódó gyakorlatok elfogadhatóságának, alkalmazhatóságának dilemmái

Couldry is utalt rá, hogy a médiához kapcsolódó nem minden gyakorlatot fognak átvenni a használók. Ennek okaira két elmélet is rávilágít a médiatudományon belül: a kritikai kultúrakutatás és a technológia elfogadhatóságának modellje.

4.1. Normákból, kulturális és vallási értékekből fakadó mérlegelések

Számos médiaelmélet foglalkozik azzal a kérdéssel, hogy miként hat a kommunikációs technológia változása a társadalomra, a közösségekre vagy a kultúrára. A közösség által alakított technológia elmélete (*social-shaping of technology*) vagy más néven a kritikai technológiakutatás meghatározónak tételezi a társadalom és a kultúra vonatkozásában egy adott korszak domináns (kommunikációs) technológiáit, de más irányú magyarázatot ad rá, mint a technológiai determinizmus.⁴⁸ Míg ez utóbbi a technológia felől magyarázza a változást, addig az előbbi a

⁴⁷ Digital Market Insights. eCommerce – Hungary. Statista, <https://bit.ly/49iRzZ4>.

⁴⁸ Robin WILLIAMS – David EDGE: The social shaping of technology. 25(6) *Research Policy* (1996), [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(96\)00885-2](https://doi.org/10.1016/0048-7333(96)00885-2), 865–899.

közösség értékeiből, használati preferenciáiból indul ki. Eszerint nem a technológia diktálja a használat módjait, hanem a konkrét közösségek döntenek el társas diskurzusaik során esetről esetre, hogy mire, milyen céllal fogják használni az új kommunikációs és médiatechnológiát és mire nem.⁴⁹ Úgy véli, hogy egy közösség normái, értékei erősen befolyásolni fogják azt, hogy a rendelkezésre álló technológiát valójában mire használják a közösség tagjai.

4.2. A használat, a gyakorlat könnyű alkalmazásának aspektusa

Egy konkrét médiatechnológia sikerét, egy mediális gyakorlat széles körű elterjedését nemcsak a közösség normái befolyásolhatják, hanem a technológia könnyen használható volta is. A technológiaelfogadási modell (*technology acceptance model*) azt mutatja be, hogy a felhasználók hogyan fogadják el és használják a technológiát. A modellben a viselkedési szándék készíti az embereket a technológia használatára, e szándékot pedig az az attitűd befolyásolja, amellyel a technológiához viszonyulnak. Amikor a felhasználóknak bemutatnak egy új technológiát, két tényező befolyásolja döntésüket azzal kapcsolatban, hogy azt hogyan és mikor használják majd: az érzékelt hasznosság (*perceived usefulness*) és az érzékelt könnyű használhatóság (*perceived ease of use*).⁵⁰

De a hasznosság és a használhatóság mellett a felhasználók egy része már figyel a digitális technológia adatosítási folyamataiban rejlő veszélyekre is, ami szintén befolyásolja a médiához kapcsolódó gyakorlatok körét.

5. Összefoglalás

A tanulmány bemutatta azt a fordulatot, amelyet az online digitális médiumok megjelenése hozott magával a felhasználói gyakorlatban. Nevezetesen, hogy a média már nemcsak a tartalomfogyasztás helye, hanem cselekvések közege is. E megváltozott helyzet tudományos leírhatóságához nyújt alapot a médiakutatáson belül a praxiselmélet. A tanulmány egyrészt bemutatta a praxiselmélet forrásait a szociológia, a kultúrakutatás és a médiumelmélet irányából, másrészt átfogó képet adott az angol tudós, Couldry médiára fókuszáló elgondolásairól. Ezt követően a digitális gyakorlatok eddigi tipológiájának bemutatása következett, saját kategorizálási javaslattal továbbfejlesztve. A tanulmány zárása tartalmazza azt a limitációt, melyet a digitális gyakorlatok tekintetében a felhasználói döntések, mérlegelések jelentenek. Két vonatkozó irányt vázolt fel a tanulmány ebben a kérdésben, az egyik a kritikai kultúrakutatás, a másik a technológiai elfogadás modellje. Összességében azt mondhatjuk, hogy a praxiselmélet lehet az az átfogó koncepció, mely képes adekvát módon leírni és elemezhetővé tenni az online felületen megvalósuló társas gyakorlatokat.

⁴⁹ David MACKENZIE – Judy WAJCMAN (szerk.): *The Social Shaping of Technology (Second Edition)*. Buckingham, Open University Press, 1999.

⁵⁰ Fred D. DAVIS: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. 13(3) *MIS Quarterly* (1989), <https://doi.org/10.2307/249008>, 319–339.

Irodalomjegyzék

- AHEARNE, Caroline et al.: Touch-screen technology usage in toddlers. 101(2) *Archives of disease in childhood* (2016) 181–183.
<https://doi.org/10.1136/archdischild-2015-309278>
- ANDOK Mónika: Mi, a média. In ACZÉL Petra (szerk.): *Műveljük a médiát!* Budapest, Wolters Kluwer, 2015, 15–38.
- ANDOK Mónika: Médiahatások. In ACZÉL Petra (szerk.): *Műveljük a médiát!* Budapest, Wolters Kluwer, 2015, 97–132.
- ANDOK Mónika: *Digitális média és mindennapi élet: konvergencia, kontextus, közösségi média.* Budapest, L'Harmattan, 2016.
- AUSTIN, John L.: *Tetten ért szavak. A Harvard Egyetemen 1955-ben tartott William James előadások* (ford. PLÉH Csaba). Budapest, Akadémiai, 1990.
- BALOGH Csaba – DRAGON Zoltán – PUSZTAI Bertalan: Viselhető eszközök a szegedi egyetemisták körében. *ME.dok*, 2021/3., 69–84.
- BALOGH István – KARÁCSONY András: *Német társadalomelméletek. Témák és trendek 1950-től napjainkig.* Budapest, Balassi, 2000.
- BOSSEN BUCKNELL, Christina – KOTTASZ, Rita: Uses and Gratifications Sought by Pre-Adolescent and Adolescent TikTok Consumers. 21(4) *Young Consumers* (2020) 463–478.
<https://doi.org/10.1108/YC-07-2020-1186>
- BOYD, Danah: *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens.* New Haven, Yale University Press, 2014.
- COULDRY, Nick: Theorising Media as Practice. 14(2) *Social Semiotics* (2004) 115–132.
<https://doi.org/10.1080/1035033042000238295>
- COULDRY, Nick: *Media, Society, World: Social Theory and Digital Media Practice.* Cambridge, Polity, 2012.
- COULDRY, Nick – HEPP, Andreas: *The Mediated Construction of Reality.* Cambridge, Polity, 2017.
- DAVIS, Fred D.: Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. 13(3) *MIS Quarterly* (1989) 319–339.
<https://doi.org/10.2307/249008>
- DUSEK Tamás: A számszerűsített ember: az önszámlálás szociológiája. *Statisztikai Szemle*, 2021/4., 389–391.
<https://doi.org/10.20311/stat2021.4.hu0389>
- FELKAI Gábor: *Jürgen Habermas.* Budapest, Áron, 1993.
- GÁRDOS Judit – KOVÁCS Éva – VAJDA Róza: Önszociológiák? Új kihívások a kvalitatív módszereket alkalmazó kutatásokban és archiválásukban. In A. GERGELY András et al. (szerk.): *Kultúra, közösség és társadalom. Tanulmányok Tibori Timea tiszteletére.* Budapest, Társadalomtudományi Kutatóközpont – Magyar Szociológiai Társaság, 2020, 123–140.
- GUILLORY, John: A médiafogalom eredete (ford. BERZE András et al.). *Apertura*, 2012. tavasz, <https://bit.ly/3CTKcuX>.
- GULD Ádám: „A sztárok mindenhol ott vannak.” A 360 fokos ismertség jellemzői egy kvalitatív közönségkutatás tükrében. *Médiakutató*, 2020/1., 79–92.

- GULD Ádám: *Sztárok, celebek, influencerek a médiában megszerezhető ismertség és hírnév természete*. Kolozsvár, Erdélyi Múzeum Egyesület, 2021.
- HABERMAS, Jürgen: *A kommunikatív cselekvés elmélete* (ford. ÁBRAHÁM Zoltán et al.). Budapest, Gondolat, 2011.
- HARLOW, Summer – HARP, Dustin: Collective Action on the Web: A Cross-Cultural Study of Social Networking Sites and Online and Offline Activism in the United States and Latin America. 15(2) *Information, Communication & Society* (2012) 196–216.
<https://doi.org/10.1080/1369118X.2011.591411>
- KATZ, Elihu – BLUMLER, Jay G. – GUREVITCH, Michael: Uses and Gratifications Research. 37(4) *The Public Opinion Quarterly* (1973) 509–523.
<https://doi.org/10.1086/268109>
- KEVICZKY László: Az internet rövid története. In KONDOR Zsuzsanna – FÁBRI György (szerk.): *Az információs társadalom és a kommunikáció-technológia elméleti és kulcsfogalmai*. Budapest, Századvég, 2003, 211–229.
- LUPTON, Deborah: *The Quantified Self*. Cambridge, Polity, 2016.
- MACKENZIE, David – WAJCMAN, Judy (szerk.): *The Social Shaping of Technology (Second Edition)*. Buckingham, Open University Press, 1999.
- PAPACHARISSI, Zizi – MENDELSON, Andrew: Toward a New(er) Sociability: Uses, Gratifications, and Social Capital on Facebook. In Stylianos PAPANASSOPOULOS (szerk.): *Media Perspectives for the 21st century*. London, Routledge, 2011, 212–230.
- PÓLYA Tamás: A médium mint cselekvési közeg. Médiumelméleti nézőpontváltás a technológiai determinizmus után. *Replika*, 2011/3., 51–73.
- SCHATZKI, Theodore R.: *Social Practices: A Wittgensteinian Approach to Human Activity and the Social*. Cambridge, Cambridge University Press, 1996.
<https://doi.org/10.1017/CBO9780511527470>
- SCHATZKI, Theodore R. – KNORR CETINA, Karin – SAVIGNY, Eike von (szerk.): *The Practice Turn in Contemporary Theory*. London, Routledge, 2005.
<https://doi.org/10.4324/9780203977453>
- SILVERSTONE, Roger: *Médiaerkölcs: A médiapolisz felemelkedése* (ford. KERÉNYI Szabina). Budapest, Napvilág, 2010.
- SZIJÁRTÓ Zsolt: *Sokszínű médiavilágok. A mindennapi élet és a médiakutatás antropológiai dimenziói*. Budapest, Gondolat, 2022.
- SZÜTS Zoltán: *Online. Az internetes kommunikáció és média története, elmélete és jelenségei*. Budapest, Wolters Kluwer, 2018.
- WILLIAMS, Robin – EDGE, David: The social shaping of technology. 25(6) *Research Policy* (1996) 865–899.
[https://doi.org/10.1016/0048-7333\(96\)00885-2](https://doi.org/10.1016/0048-7333(96)00885-2)