

Emók a világhálón

A szubkultúrákkal kapcsolatos társadalomtudományos érdeklődésnek ma már több évtizedre visszatekintő hagyományai vannak. A szubkultúra-kutatással foglalkozó, alapvetően amerikai és angol gyökerekből táplálkozó irányzat napjainkban világszerte meghatározó, jól kidolgozott interpretációs keretet biztosít számos társadalmi és kulturális jelenség tanulmányozásához. Az elmúlt bő egy évtized során azonban egy olyan új értelmezési lehetőség feltűnését is megfigyelhettük, amely a szubkultúrák kialakulásának és működésének dinamizmusait alapvetően a vizuális médiumok által uralt médiatársadalom elméleti kontextusában helyezi el. A poszt-szubkulturalizmusként ismertté vált áramlat különösen izgalmas lehetőségeket kínál fel abban az esetben, ha a kortárs kulturális képződményeket a posztmodern korszakra jellemző identitásformálás és a posztmodern médiakultúra összefüggéseiben vizsgáljuk. Az alábbi írásban ezekre a lehetséges összefüggésekre mutatok rá az emo közösséget jellemző hálózati médiareprezentációkon keresztül.

Kulcsszavak: *szubkultúra, poszt-szubkulturalizmus, médiakultúra, online kommunikáció, identitás, közösségi média, emo*

Szerzői információ:

Guld Ádám 2007-ben szerzett diplomát a PTE-BTK-n angol nyelv és irodalom, valamint kommunikáció- és médiatudomány szakokon. 2007-től a PTE-BTK Irodalomtudományi Doktori Iskola Kultúratudományi Programjának hallgatója, a PTE IGYFK és a PTE-BTK óraadója. 2009-től tanársegéd a PTE-BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszékén.

Így hivatkozzon erre a cikkre:

Guld Ádám. „Emók a világhálón”.

Információs Társadalom XI, 1–4. szám (2011): 188–202.

<https://dx.doi.org/10.22503/inftars.X.2011.1-4.12>

A folyóiratban közölt művek

a Creative Commons Nevezd meg! – Ne add el! – Így add tovább! 4.0

Nemzetközi Licenc feltételeinek megfelelően használhatók.

Guld Ádám

Emók a világhálón

Az emo posztszubbkulturalis interpretációjának lehetősége a hálózati kommunikáció tükrében

A szubbkultúrákkal kapcsolatos társadalomtudományos érdeklődésnek ma már több évtizedre visszatekintő hagyományai vannak. A szubbkultúrakutatással foglalkozó, alapvetően amerikai és angol gyökerekből táplálkozó irányzat napjainkban világszerte meghatározó, jól kidolgozott interpretációs keretet biztosít számos társadalmi és kulturális jelenség tanulmányozásához. Az elmúlt bő egy évtized során azonban egy olyan új értelmezési lehetőség feltűnését is megfigyelhettük, amely a szubbkultúrák kialakulásának és működésének dinamizmusait alapvetően a vizuális médiumok által uralt médiatársadalom elméleti kontextusában helyezi el. A poszt-szubbkulturalizmusként ismertté vált áramlat különösen izgalmas lehetőségeket kínál fel abban az esetben, ha a kortárs kulturális képződményeket a posztmodern korszakra jellemző identitásformálás és a posztmodern médiakultúra összefüggéseiben vizsgáljuk. Az alábbi írásban ezekre a lehetséges összefüggésekre mutatok rá az emo közösséget jellemző hálózati médiareprezentációkon keresztül.

A posztszubbkulturalizmus és a médiakutatás lehetséges interrelációi

A posztszubbkulturalista irányzat egy újszerű alternatívát kínál fel a kortárs „hétköznapi” kultúra, a popzene és ifjúsági csoportok tanulmányozásához. Legjelentősebb vívmánya a szubbkultúrák esetében korábban megfogalmazott homológia¹ megkérdőjelezése, valamint a dominancia és az ellenállás dichotómiájától való elmozdulás. Bár a posztszubbkulturalizmus eltávolodik a klasszikus szubbkulturalista hagyományoktól, elméleti megközelítései gyakran támaszkodnak a korábbi trendekre, annyi különbséggel, hogy azok felismeréseit a kortárs körülményekhez igazítják.² A posztszubbkulturalizmus fontos összefüggéseket mutat a posztmodern irányzatokkal, s ennek egyik legjelentősebb hozománya az, hogy a jelentésalkotási folyamatokban a hangsúly az előállításról (production) az aktív fogyasztásra (consumption) helyeződik át. Az így létrehozott posztszubbkulturalista elméleti keret elhagyja a hatalom és az ellenállás univerzális modelljeit, s helyette a hétköznapi élet lokalizált interakcióit helyezi a központba. Ebben a stílus és a divat hangsúlyozásán keresztül

¹ Erről bővebben: Hebdige, Dick 1979. *Subculture: The Meaning of Style*. London, Methuen.

² Részletesebben: Kacsuk Zoltán 2005. Szubbkultúrák, posztszubbkultúrák és neo-törzsek: A (látványos) brit ifjúsági (szub)kultúrák kutatásának legújabb hulláma. In *Replika*, 53. szám.

az identifikáció (identification) és a megjelenítés (presentation) válnak elsődleges kérdésekké, melyeket elsősorban a posztmodern médiakultúra világa befolyásol (Laughey 2006, 46).

David Muggleton gondolatmenetét követve, ha a klasszikus kultúrakutatás és a posztsubkulturalizmus között megfigyelhető különbségeket vesszük sorra, az egyik legmarkánsabb eltérés a két irányzat médiamegközelítésében rajzolódik ki. Éppen ezért fontos felvázolni azokat az alapvető jellemzőket, melyek megvilágíthatják a posztsubkulturalista irányzat médiafelfogásának lényegesebb kérdéseit. Muggleton *The Post-Subculturalist*³ című írásában kifejti, hogy a klasszikus szubkultúrakutatásokban még hangsúlyosan jelenik meg az a modernizmusra jellemző paradigma, amely a társadalmi alakzatok mélységi modelljén alapul, s amelyekből számtalan szubkulturális oppozíciót származtattak, úgymint a lényeg/külső megjelenés, nem megfigyelhető/érzékkelhető, termelés/fogyasztás, hiteles/mesterségesen előállított, stílus-mint-ellenállás/stílus-mint-divat, szubkulturális/hagyományos. A posztmodernnel társítható posztsubkulturalizmus azonban lerombolja ezeket az ellentéteket, és különösen a reprezentációk és a valóság közötti megkülönböztetés megkérdőjelezésével teszi őket kérdésessé. Muggleton kifejti továbbá, hogy míg a marxizmus a külső megjelenés félrevezető jellegét hangsúlyozta, addig a posztmodernben a kép mindenek feletti erejét állítják előtérbe. Előszörként Frederic Jameson az, aki „a kép, avagy a látszat társadalmára” utal, majd Scott Lash az, aki megfogalmazza, hogy a kommunikáció a modernitás diszkurzív természetével szemben a posztmodernitásban egyre inkább figurálissá válik. Ezáltal a vizuális médián keresztül a virtuális valóság teljesen mesterséges, mindent magában foglaló világa jelenik meg, melyet „a vizuálisnak a valós tartományába történő befurakodása jellemez” (Muggleton 1997, 120).

A posztsubkulturalisták a vizuális médiát olyan képbankként értelmezik, melynek a csoportszervezésben betöltött központi szerepe egyre nyilvánvalóbb, s amelyből a divattal, a stílussal és az identitással kapcsolatos tudásunk ered. A posztmodern paradigmában leginkább hivatkozott termékek a televízió (különösen az MTV),⁴ a videó és a stílusmagazinok, melyek elsősorban vizuálisan s nem a szöveg szintjén hatnak. Muggleton leírja, hogy ez a folyamat kettős hatást vált ki. Egyfelől észrevehetjük az efféle helyzetben rejlő homogenizáló impulzust: a médiatáj rendíthetetlen, stílusokat globalizáló folyamataival szemben az ellenálló helyi erők gyengülését. Másfelől a folyamatot a kulturális különbségek eltörlése is követi, melyhez ideális terepet biztosít a posztmodernre jellemző instabil pozíció, az illékonyság, a pillanatnyiság, az eldobhatóság és az időlegesség. Tehát amit manapság megtapasztalunk, az nem szükségszerűen az, hogy egy mindent magában foglaló globális média lehetetlenné teszi a változást, hanem sokkal inkább arról van szó, hogy a széttöredező divatok eklektikusságában egyre nagyobb terepet kap a kulturális másság is (Muggleton 1997, 119).

A posztmodern média jellemzői közül a hiperrealitás kérdése is nagy hangsúllyal tűnik fel a posztsubkulturalizmusban. Ha a posztmodern elméletet szó szerint értjük, akkor a médián kívül többé már nem létezik a valósnak olyan területe, amellyel szemben a szubkulturális stílusok kulturális válaszként lépnek fel. Baudrillard

³ Muggleton, David 1997. 'The Post-Subculturalist'. In S. Redhead – D. Wynne – J. O'Connor (szerk.): *The Clubcultures Reader: Readings in Popular Cultural Studies*. Oxford, Blackwell.

⁴ American Music Television.

logikáját követve, ha többé már valóban nem árukat, hanem jeleket fogyasztunk, miközben ráadásul azok a referensek, amelyekre ezek a jelek vélhetően utalnak, maguk is mindinkább reprezentációkból állnak, akkor a szubkulturális stílusok látszatokká váltak – eredeti nélküli másolatokká (Muggleton 1997, 122). Muggleton úgy érvel, hogy a posztmodern ifjúsági szubkulturák tagjai azáltal, hogy vizuális jeleket rónak a testükre, a média szimulációját szimulálják, s eközben maguk is pusztá modellekké válnak. Ebben a szubkulturális termelésből a másolásba, a „használati értékéből” a „cse-reértéken keresztül” a „jel-értékbe” történő elmozdulásban a szubkulturális látszatok nemcsak magukra öltik a valós tulajdonságait, hanem ahogy a valóság elhomályosul, hiperreálissá is válnak (Williamson 1978, 33–45). Ha a stílusok így az eredeti időbeli-térbeli gyökereiktől elszakadnak, akkor a referensek elvesznek, s a valós többé már nem megtapasztható, hanem „már mindenhol a valóság esztétikai hallucinációjában élünk” (Baudrillard 1983, 57).

A kritikai kultúrakutatás és a posztsubkulturalista irányzat szubkultúra-megközelítése között lényegi különbségként merült fel az, hogy az utóbbi az ifjúsági kultúrák működését alapvetően politikai tényezők szerint határozta meg. A kritikai kultúrakutatás médiával kapcsolatos pozíciójára is alapvetően ez az álláspont jellemző, amelyben a média a tőke, a gazdaság és a hatalom pozíciójában jelenik meg. Ennek megfelelően az egyes szubkulturák, melyek a hatalommal szemben pozicionálták magukat, egy médiaüres térben jelentek meg, ahol a tömegmédia szerepe sem a belső szerveződésre, sem pedig a csoport külső reprezentációra nem volt jelentősebb hatással.⁵ Ebben a környezetben viszont sokkal nagyobb hangsúlyt kapott az „autonóm” vagy „alternatív” média, amely belső terjesztésű anyagokkal teremtette meg az információáramlás feltételeit.

Ezzel szemben a posztsubkulturalizmus egy médiatudatosabb modellel dolgozik, amelyben a média szerepe elsődleges csoportszervező tényezőként merül fel. Ebben a megközelítésben az egyes stíluscsoportok tudatosan figyelik, értelmezik, dekonstruálják és rekonstruálják a média üzeneteit. A folyamat során a médiából áradó inkoherens információk özönéből – reklámokból, filmekből, videókból, magazinokból, tabloidokból stb. – a befogadók saját igényeik szerint alkothatnak meg bizonyos koherenciát, amelynek szerint saját identitásuk is kikristályosodik. Ahogyan arra a posztsubkulturalisták rámutatnak, a média sokkal inkább megalkotja a szubkulturákat, mintsem reprezentálja őket. Vagyis a kommunikáció és a média azáltal, hogy megnevez és leír bizonyos stíluscsoportokat, egyben létre is hozza őket (Weinzierl–Muggleton, 2006, 8).

A posztsubkulturalista gondolatmenetben így teljesen új megvilágításba kerül a szubkulturák és a média viszonya, amelyben a szubkulturákkal kapcsolatos társadalmi dinamizmusokat tehát alapvetően a média befolyásolja. Ebből a felismerésből, továbbá a posztmodern média jellegzetességéből adódik, hogy az itt tárgyalt megközelítésben a szubkulturák a korábbi elképzelésekkel ellentétben már nem rideg, stabil, állandó formációk, hanem a dinamikus változó posztmodern médiakörnyezetnek megfelelően

⁵ Ez alól azok az esetek jelenthetnek kivételt, ahol a média morális pánikot gerjesztett egy-egy deviánsnak ítélt alternatív csoportosulás kapcsán. Erről bővebben például lásd Cohen, Stanley 2003. *Folk devils and moral panics: the creation of the Mods and Rockers*. London, Routledge, illetve magyar nyelven: Császi Lajos 2003. *Tévéőrösök és morális pánik*. Budapest, Új Mandátum.

ugyancsak változékonyak és képlékenyek. Ezt az új típusú médiakörnyezetet írja le Geoff Stahl „áramlás” (flow) fogalma (Stahl 2006, 33). Ahogy Stahl rámutat, a kulturális termékeknek állandó áramlásban kell lenniük ahhoz, hogy kulturális tőke váljon belőlük. Meglátása szerint a kulturális termelés globalizált rendszerében a kulturális tőke áramlásának elsődleges csatornája a posztmodern elektronikus média, amely egy az eddigieknél nyíltabb, demokratikusabb terepet biztosít a kulturális termékek mozgásához. Ez a rendszer a folyamatos technológiai megújulás eredményeként mára sok szempontból képessé vált, hogy áthidalja a tér és az idő korlátait, szabad utat nyitva ezzel a termékek, szolgáltatások, identitások, ideológiák, imidzsek áradatának. Jellemző, hogy ebben a környezetben feloldódnak a földrajzi különbségek, elhalványulnak a globalitás és a lokális kategóriáinak éles határvonalai, s ezzel párhuzamosan elmosódik a kulturális főáram és a mellékáramlatok közti dominanciakülönbség is.⁶

A hálózati kommunikáció helye a posztsubkulturalista megközelítésben

Az posztsubkultúrák médiahasználatának jellemzésekor kikerülhetetlen probléma az internet vizsgálata. A posztsubkulturalisták azon feltételezése, miszerint az internet által megteremtett virtuális valóságban az identitások képlékennyé, többszörösen rétegzetté válnak, fontos következménnyel jár a különböző stílusok és zenei irányzatok körül szerveződő ifjúsági közösségek esetében. Az internet jelentőségének efféle megközelítése nagyban összecseng Maffesoli és Bauman azon elképzelésével, miszerint a kortárs fogyasztói társadalom viszonyai a komplex identitásoknak és a csoportok közti nagymértékű átjárhatóságnak kedveznek. Így ez a médium teremti meg az általuk neotörzseknek nevezett csoportok jellemző mediális közegét, ahol meghatározó a folytonos mozgás, a csoportok közötti cirkularizáció és a diverzitás (Maffesoli 1996, Bauman 1992). Ugyanakkor míg Maffesoli a neotörzsekben a közösségek új dimenzióit, a társasági élet felppezsdülését látja, addig Bauman a csoporton belül is az individuumok jelentőségét hangsúlyozza, és egy olyan közösség képét festi meg, ahol a tényleges csoportösszetartozás egy olyan ideális állapot, ami a résztvevők számára kívánatos, de soha nem valósul meg (Hodkinson 2006, 287).

A posztsubkulturalisták által szintén gyakran idézett Sherry Turkle, aki elsősorban a posztmodernitás teoretikus eszköztárával közelít az internethez, megállapítja, hogy a világháló a „kultúra szimulációjának” tereként fogható fel, ahol a különböző felhasználói felületeken főleg a képiség dominanciája figyelhető meg. Ebben a környezetben jellemzővé válik az imidzsek végtelen áradata, amelyek sok esetben már nem köthetők semmiféle kézzelfogható, valós referenshez. Így értelmezésében egyrésről az internet tökéletes megvalósulása Baudrillard szimulakrumról alkotott elképzeléseinek, másrésről visszaköszönnek benne a Jameson által hangsúlyozott felszín/mélység, illetve játékosság/komolyság dichotómiák (Turkle 1995, 45). Turkle szerint napjainkban egy új társadalmi és kulturális érzékenység kialakulásának vagyunk tanúi, amelyet

⁶ Erről bővebben lásd Vályi Gábor 2004. Az alulról jövő kulturális globalizáció és az internet. In *Médiakutató*, nyár.

elsősorban a technika determinál, és ahol folyamatosan lehetőségünk van arra, hogy újraalkossuk önmagunkat, miközben szabadon mozgunk a virtuális térben. Ez a közeg lehetőséget nyújt arra, hogy lehetséges identitásminták végtelen sorából válasszunk és jelenítsünk meg egyet-egyét különböző virtuális felületeken, akár különböző időkben, akár szimultán módon. Ilyen viszonyok között a képlékenység, a decentralizáció és a többszörös identitások jelensége egyre kézzelfoghatóbbá válik, ahogyan ezek az internet használó fiatalok hétköznapijainak általános gyakorlatává válnak.

Az ugyancsak posztsubkulturalista Mark Poster szintén az internettel azonosítja az úgynevezett „második médiakorszakot”. Turkle-höz hasonlóan Poster is a decentralizált hálózati kommunikáció hatásaival foglalkozik, és a korábban említett szerzővel azonos eredményekre jut. Poster is megállapítja, hogy a hálózati kommunikáció alapvetően a bizonytalan, többszörösen rétegzett, diffúz identitásminták kialakulásának kedvez (Poster 1995, 32). Poster vizsgálatai során az egyéneken túl jelentős hangsúlyt fektet a virtuális közösségek tanulmányozására, s arra a megállapításra jut, hogy ezeket csoport szinten ugyanaz a képlékenység jellemzi, mint a virtuális térben megjelenő szubjektumokat. Ennek egyik legfontosabb következménye, hogy az egyének elveszítik azokat a szociális markereket, amelyek a társadalmi struktúrában betöltött pozíciójukat jelölik, s ezáltal a virtuális térben könnyedén lépnek át olyan határokat, amelyek a való életben leküzdhetetlen távolságokként jelennek meg bizonyos személyek és csoportok viszonyában (Poster 1995, 34).

Az internet demokratizáló hatását fogalmazza meg Richard Kahn és Douglas Kellner is, akik világhálón szerveződő szubkultúrákban a politikai ellenállás potenciáját is felfedezik. Az ő értelmezésükben a posztsubkultúrák lényegében olyan új típusú kulturális csoportosulások, amelyeket nagyfokú médiatudatosság jellemez, és amelyek a technológiai fejlődés eredményeként – azon belül is elsősorban az internet megjelenése és elterjedése által – képessé válnak arra, hogy új globális színtereket hódítsanak meg. Ezek az internet körül szerveződő posztsubkultúrák már szinte kizárólagosan a mediatizált környezetben léteznek, teljesen elkötelezik magukat a hálózati kommunikáció médiumának, amelynek oka az a nagyon is helyes felismerés, hogy létezésük alapja maga az internet. Kahn és Kellner politikai szempontból azért tartja jelentősnek ezt az átalakulást, mert a hálózati kommunikáció sajátosságaiból kifolyólag a szubkulturális csoportosulások tagjai olyan információkhoz juthatnak hozzá, amelyek kívül esnek a domináns mediakultúra hatókörén. Ebből azt a következtetést vonják le a szerzők, hogy azok a szubkultúrák, amelyek szerveződésében és működésében meghatározó szerepet játszik az internet, hozzájárulnak az információ és a kultúra demokratizálódásához (Kahn–Kellner 2006, 300).

Az internet csoportszervező erejét Stahl is elsődlegesnek tartja a posztsubkultúrák esetében. Kifejti, hogy a számítógéppel támogatott kommunikáció (CMC) alapvető változásokat eredményez a tér- és időkezelésről, valamint a közösségekről alkotott fogalmak tekintetében. Mint a legtöbb technológiai invenció, az internet is a kommunikáció és a kapcsolatteremtés új lehetőségeit kínálja fel, azonban napjainkban ez az új médium az interaktivitás lehetőségével a plurális demokrácia olyan fokát teremti meg, amelyre hosszú idő óta nem volt példa a történelemben. Ezt a nyílt kommunikációs környezetet kihasználva jelenhetnek meg az úgynevezett „ízléskultúrák”, melyek megszervezésében már nincsenek sem térbeli, sem pedig időbeli korlátok (Stahl 2006,

36). Ilyen az internet által és az interneten szerveződő közösségekre lehet jó példa a gót szubkultúra, melynek létrejöttében, önmegjelenítésében és külső reprezentációjában már egyaránt elsődleges szerepet kap a média, s ezek közül is elsősorban az internet (Hodkinson 2002).

Ahogy arra Paul Hodkinson rámutat, napjainkban a hagyományos tömegmédiát és az új média egészen sajátos szimbiózisát figyelhetjük meg. Ezt a kapcsolatot egyszerre jellemzi az együttműködés és a rivalizálás, az ellentétek és a komplementer hatások (Hodkinson 2006, 287). Hodkinson írásaiból az is kiderül, hogy a szubkultúrák szintjén az internet jelentősége egyre többször az autentikusság kérdésével függ össze oly módon, hogy a világhálón szerveződő közösségek az internetre jellemző mediális sajátosságokra hivatkozva határozzák meg saját hitelességüket. Itt a különbségtétel alapja az, hogy az interneten szerveződő csoportok a tömegmédiát kommercializált viszonyaitól függetlennek érezvén magukat hozzák létre a „Mi” (Self) és a „Másik” (Other) kategóriáit. A fenti megkülönböztetésben egyértelműen a „Mi” képviseli az internetet és az eredetiséget, míg a tömegmédiát a „Másikat” és a hiteltelent. Ebben a megközelítésben Hodkinson részben felülírja azokat az elképzeléseket, melyek szerint a virtuális kommunikáció csak egy irányba hat, azaz anonim internet-felhasználók esetében kedvez a többszörös, átfedő identitások létrejöttének és a különböző kulturális csoportosulások közötti szimbolikus határátlépéseknek (Trukle 1995, Poster 1995, Muggleton 1997). Ezzel szemben azt valószínűsíti, hogy bár az internet bizonyos esetekben valóban az átjárhatóságnak kedvez, sok esetben éppen hogy megerősíti azokat a határokat, amelyek a kulturális csoportosulásokat jelölik.

A fenti trendekből kitűnik, hogy a kortárs ifjúsági kultúrák esetében a média változásai alapvető változásokat generálnak csoportszinten is. Ezeket a változásokat Anglea McRobbie ragadja meg nagyon érzékletesen, mikor megfogalmazza, hogy napjaink szubkulturái már a médiába születnek bele (McRobbie 1989, 73). Ezzel a kijelentéssel McRobbie azt az új trendet igyekszik leírni, amelyben meghatározó, hogy a szubkultúrákra jellemző korábbi lappangási időszak – mialatt a többségi társadalom számára ezek a közösségek láthatatlanok maradtak – eltűnik, s ehelyett az azonnaliség jelenik meg, melyet alapvetően a posztmodern médiakörnyezet tesz lehetővé. A szubkultúrák leírásakor a média elsődleges jelentőségét ma már azok a teoretikusok is elismerik, aki szorosabb értelemben nem a posztsubkulturalista irányzat követői. Így például Dan Laughey szintén a médiának az ifjúsági kultúrák működésében betöltött szerepét hangsúlyozza akkor, amikor a médiából áradó üzenetekre mint „szubkulturális tőkére” utal. Kifejti, hogy a média által olyan új közeg jön létre, ahol paradox módon a nyilvános szféra határozza meg a privát szféra működését. Így a hétköznapiak szerkezete is átalakul azáltal, hogy az intenzív médiahasználaton keresztül a külvilág benyomul a magánszférába, és gyarmatosítja azt. Ez a jelenség a fiatalokra fokozott mértékben igaz, hiszen a televízió, a műholdas és kábelcsatornák, valamint az internet együttes használatából kifolyólag statisztikailag bizonyítható, hogy ez az a korosztály, amely idejének túlnyomó részét valamilyen médiatermék fogyasztásával tölti el (Laughey 2006, 118). Ez elkerülhetetlenül komoly befolyást gyakorol a most felnövekvő generáció szocializációjára is, hiszen a médiahasználat ebben az esetben már elválaszthatatlanul összefonódik azzal, hogy egyes egyének és csoportok milyen kritériumok szerint határozzák meg létezésük szubsztanciáját.

A posztsubkulturalista média-megközelítés kritikái

Az előzőekből világosan kiderül, hogy a posztsubkulturalista megközelítésben minden korábbi értelmezésénél nagyobb szerepet kap a média; az irányzat követői a csoportdinamizmusok alakulásában a média szerepét hangsúlyozzák, és a közvetlen kapcsolatok, illetve a face to face kommunikáció helyett a közvetítettség szerepét emelik ki. Azonban mielőtt a fent vázolt elméleti háttér birtokában továbblépnénk az emótt jellemző hálózati kommunikáció vizsgálatára, mindenképpen érdemes röviden kitérnünk azokra a kritikákra, amelyek a posztsubkulturalista irányzatot érték az elmúlt évek során, és amelyek közül néhány ugyancsak megalapozottnak tűnik. Ezek közül az egyik leggyakoribb az a felvetés, hogy a szubkulturális és posztsubkulturális ellentéteket kiélező írások egy részében nincsenek adekvát empirikus adatok, így azok a szerzők, akik a szubkulturák illékonyságáról, felületességéről, töredezettségéről szólnak, főleg az elméletek, kritikák és ellenkritikák szintjén mozogtak. Emellett számos kutatás is napvilágot látott, amely olyan kortárs kulturális csoportosulásokat tárt fel, ahol a média szerepe továbbra is elhanyagolható, ellenben a klasszikus CCCS⁷ interpretációs kereteinek megfelelően a személyes kapcsolatok, a közvetlen érintettség és a nagyfokú elkötelezettség domináltak (Greener–Hollands 2008, 193). Lényegében ezeket az ellentmondást igyekszik feloldani Hodkinson, aki tévesnek ítéli azt az elképzelést, hogy egyetlen elmélet – legyen szó akár szubkulturalizmusról, akár posztsubkulturalizmusról – alkalmas lehet, hogy a kulturális kötődések összes létező variációját leírja (Hodkinson 2002). Jelen írásomban én magam is ez utóbbi meglátást követem, vagyis elfogadom, hogy az ifjúsági csoportosulások egy része bizonyos szituációkban inkább valós térhez, valós időhöz, személyes kapcsolatokhoz és mély elkötelezettséghez társul, míg más esetekben inkább a posztmodernre jellemző töredezettség, illékonyság, felületesség tűnik mérvadónak. Ezt csupán még annyival tartom érdemesnek kiegészíteni, hogy ez a kettősség egyazon közösség esetében is megvalósulhat oly módon, hogy a tagok bizonyos szituációkban – jellemzően szabadidejük meghatározó részében – csak a hálózaton keresztül tájékozódnak, érintkeznek, míg más kivételes alkalmakkor, mint amilyenek a koncertek vagy más zenés összejövetelek, a személyes találkozások is teret kapnak. Ez a differenciálódás egyes közösségek esetében úgy is érvényesülhet, hogy bizonyos tagok – főleg a földrajzi távolságok okán – kizárólagosan a hálózati kommunikáció eszközeivel tartják a kapcsolatot, míg mások alkalmanként közvetlen interakciókban is részt vesznek.

Kitekintés az emo médiahasználatának sajátosságaira – az internet

A manapság divatos ifjúsági kultúrák közül kétségtelenül az emo idézi elő a legszélesebb társadalmi érdeklődést, amely a stílus karakterisztikus jegyei okán (szokatlan, látványos divattrendek, eltúlzott érzelmesség, depressziós és szuicid attitűdök, alternatív szexuális szokások stb.) sok esetben bizonyos nyugtalansággal is párosul. Ha

⁷ Center for Contemporary Cultural Studies.

az emót egy posztsubkulturális közösségként fogjuk fel, világos az, hogy amennyiben részletesebben szeretnénk feltárni ezeket a folyamatokat, akkor nélkülözhetetlenné válik a közösség médiahasználatának, médiareprezentációjának alaposabb vizsgálata. Jelen írásomban nem törekszem konkrét esettanulmányok bemutatására, hanem egy nagyobb volumenű, a témával kapcsolatos komplex kutatás részeként vizsgálom az emo és a hálózati kommunikáció általános összefüggéseit.

Nem férhet hozzá kétség, hogy napjainkra az internet mint jellemző kommunikációs közeg éppen olyan fontos az emo esetében, mint amekkora jelentőséget a zenének tulajdonítottak korábban. Számos a témával foglalkozó szerző megjegyzi, hogy míg az internethez való hozzáférés még másfél évtizeddel ezelőtt is jelentős korlátokba ütközött nem csupán Európa keleti szegmenseiben, de sok esetben még Nyugat-Európában is, addig mára a világháló egy olyan általánosan elérhető virtuális térként jelenik meg a jómódú, kertvárosi tizenévesek életében, amely egyszerre biztosít ismerkedési és találkozási lehetőséget azoknak a fiataloknak, akik máskülönben a külvárosi elszigeteltség érzésével küzdenek (Simon–Kelley 2007, 73). Ezek a fiatalok, akik a saját fizikai környezetükben nem találnak lehetőséget, illetve megfelelő helyszínt a találkozásra, gyakran hosszú órákon keresztül időznek a virtuális térben kalandozva, miközben a legkülönbözőbb módon töltik el az időt: közösségi oldalakat használnak, blogot írnak, szerkesztik a saját profiljukat, megnézik másokét, képeket töltenek fel, képeket töltenek le, vagy végtelenségbe nyúló virtuális beszélgetéseket folytatnak az erre alkalmas csevegő programok segítségével.

Ahogy a fentiekből is kiderül, bármilyen szorosnak is tűnik a kapcsolat, az emostílus és az internet viszonya nem tekint és nem is tekinthet vissza jelentős múltra; a jelenség egyértelműen az emo harmadik hullámával hozható összefüggésbe.⁸ S bár a kapcsolat nem régi, ennek ellenére az emo és a világháló által nyújtott élmény mára oly mértékben összefonódott, hogy el sem lehet képzelni az egyiket a másik nélkül. Ebből a felismerésből kiindulva az emo és média viszonyának tárgyalásakor feltétlenül érdemes kitekintenünk az internettel kapcsolatos médiahasználati tendenciákra, végig szem előtt tartva azt, hogy egy olyan sajátos kommunikációs közegről van szó, amelyet alapvetően maguk a felhasználók formálnak, és amely nem csupán közvetítője a stílusnak, hanem annak alakításában is elsődleges szerepet tölt be. Ennek megfelelően az alábbi írás az emostílussal társítható jellemző hálózati alkalmazásokat mutatja be, úgymint a közösségi oldalakat, a blogokat, a csevegőprogramokat és a videomegosztó portálokat. Az itt megfogalmazott észrevételek részben az elmúlt két év saját megfigyelésein, részben pedig Leslie Simon és Trevor Kelley *Everybody Hurts – An Essential Guide to Emo Culture*,⁹ valamint Andy Greenwald *Nothing Feels Good – Punk Rock, Teenagers, and Emo*¹⁰ című írásain alapulnak. Ezek segítségével jól láthatjuk majd azt, hogy az interneten felelhető tartalmakban miként jelennek meg az emo karakterisztikus stílusjegyei, valamint hogy ezek milyen szerepet játszhatnak a közösség szerveződésében, működésében. Ezzel összefüggésben később amellet szeretnénk érvelni, hogy az interneten megjelenő tartalmak alapvetően meg-

⁸ Az emo történetében három hullámot szokás elkülöníteni, ezek hozzávetőlegesen 1980–1990, 1990–2000, 2000-től napjainkig tartanak. Erről bővebben: Greenwald, Andy 2003. *Nothing Feels Good – Punk Rock, Teenagers, and Emo*. New York, St. Martin's Griffin.

⁹ *Mindenkinek fáj – egy nélkülözhetetlen stíluskalauz az emókultúrához* (ford.).

¹⁰ *Semmi sincs jól – punk rock, tizenévesek és az emo* (ford.).

határozzák a stílus alakulását; az irányzat követői a hétköznapiakban sok esetben nem egymástól lesik el az éppen aktuális divattrendeket, hanem a világhálón felhalmozott, főleg képekbe kódolt stíluselemek felhasználásával alakítják ki sajátos megjelenésüket, amely egyben a csoport-összetartozás legmeghatározóbb kelléke is.

Közösségi portálok

Az emo és közösségi portálok története mára gyakorlatilag elválaszthatatlanná vált. Ez a folyamat a Makeoutclub.com oldallal indult, amely az egyik legelső olyan közösségi oldal, amelyet zenerajongó fiatalok hoztak létre. Ennek szerepét és népszerűségét azonban csakhamar túlszárnyalta a kaliforniai webdizájner, Jonathan Abrams által alapított Friendster.com, amely rövid idő alatt jelenséggé nőtte ki magát. Az oldal különlegessége elsősorban abban rejlett, hogy nem csupán arra nyújtott lehetőséget, hogy hétköznapi emberek megszervezzék az online kapcsolataikat, hanem a közösségi oldalak történetében először láthattunk példát arra, ahogyan hétköznapi emberek egyik napról a másikra „internet celebritásokká”¹¹ váljanak (Simon–Kelley 2007, 75). A Friendster.com sikerén felbuzdulva Tom Anderson és Chris DeWolfe indították el a MySpace.com oldalt, amit a korábban már létező portál riválisának szántak. Az indulás meglehetősen nehézkesre sikerült, aminek oka elsősorban az volt, hogy a MySpace.com lényegében ugyanazokat a szolgáltatásokat nyújtotta, mint elődje. Ráadásul a potenciális felhasználók többsége ekkor már regisztrált a Friendster.com-ra, ami további problémát jelentett, hiszen az új tagoknak újra fel kellett építeniük a másik oldalon már esetleg jól működő kapcsolati hálózatukat. A MySpace.com sikerét végül az hozta meg, hogy az a tizenéves korosztály és azok a lényegében ismeretlen emoegyüttesek, akiknek még nem volt internetes közösségi profiljuk, kihagyhatatlan érvényesülési lehetőséget láttak az oldalban. Így elmondható, hogy a Mysapce.com lényegében egy új generációt megcélozva érte el sikerét. Ez a siker 2005-re érte el csúcspontját, mikorra az oldal körül egy egyedülálló kulturális közösség alakult ki. A vállalkozás, amelyet időközben a médiamágnás Rupert Murdoch felvásárolt, még egy olyan lemezkiadót is magában foglalt, amely azoknak a punk- és emoegyütteseknek adott újabb megjelenési felületet, akik időközben a könnyűzenei élet meghatározó előadóivá váltak, de korábban még nem volt lehetőségük arra, hogy a mainstream könnyűzenei piacokon is feltűnjenek (Greenwald 2003, 284).

Az emóval társítható közösségi alkalmazások felsorolásából nem hagyhatunk ki három olyan oldalt, amelyek csupán az utóbbi néhány évben jelentek meg. Ezek a Flickr.com, a Buzznet.com és a FriendsOrEnemies.com. Ezeknek közös tulajdonságuk az, hogy a felhasználóik elsősorban azokból a körökből kerülnek ki, akik csalódottságot éreznek a korábbi közösségi oldalak intézményesülése okán, vagyis elutasítják, hogy például a Mysapce.com egy globális médiaóriásba fuzionált. Míg a Flickr.com és a Buzznet.com elsősorban fényképeket megosztó oldalként jelent meg, addig a FriendsOrEnemies.com kezdettől fogva a Mysapce.com riválisaként tűnt fel egy új, rendkívül sikeres lehetőséggel kiegészítve a korábbi oldal lehetséges alkalmazásait. Ennek az új opciónak a lényege az, hogy a felhasználók ismerőseiket különböző csoportokba tudják besorolni aszerint, hogy kedvelik-e őket, vagy sem, hogy barátok-e, vagy ellenségek, hogy ex-barátok-e, vagy ex-barátnők.

¹¹ A témával kapcsolatban lásd Németh Tibor Máté – Tóth Péter István: A celebek szerepe. *Médiakutató*, 2009. nyár.

Az emók által látogatott közösségi oldalaknak – a fent már említett szolgáltatásokon túl – minden esetben a képek feltöltése az egyik legfontosabb funkciójuk. E nélkül az opció nélkül, illetve a megfelelő tárolókapacitás nélkül egyik közösségi oldal sem lehet sikeres az emók körében. Az emók profiljaiban akár több száz kép is szerepelhet, ezeken a legtöbb esetben a profil tulajdonosai jelennek meg, többnyire egyedül pózolv a kamerának. Az albumokban azonban nemegyszer feltűnnek emoegyüttesek és hollywoodi sztárok is, mint Jared Leto¹² vagy Hilary Duff.¹³ A profilokban megjelenő képek olyannyira fontosak, hogy sok oldal olyan használati utasítást is mellékel a bizonytalankodó emóknak, amelyet lépésről lépésre követve bárki elkészíthet néhány tökéletes felvételt.¹⁴

Blogok

A különböző formában, terjedelemben, tematikában megjelenő blogok (web blogok vagy internetes naplók) története hozzávetőlegesen egy évtizedre nyúlik vissza, de a műfaj csupán öt-hat éve vált elválaszthatatlanná az emótól. Az önkifejezésnek ez az újszerű módja kétségtelenül a LiveJournal.com¹⁵ oldallal kezdődött, amelyet Brad Fitzpatrick, egy Seattle-ben tanuló főiskolás indított útjára. Az oldalnak a kezdeti időkben csupán maroknyi felhasználója volt, akik többségükben Fitzpatrick lakótársai közül kerültek ki.¹⁶ Az oldal eleinte nem is volt sokkal több, mint egy virtuális üzenőfal, ahol a diákok a hétköznapi mindennapi eseményeit osztották meg egymással. Közel négy évnek kellett még eltelnie ahhoz, hogy a stílusközösség felfedezte magának a LiveJournal.com által nyújtott lehetőségeket, és a felhasználók között egyre több emo jelenjen meg. Mint ahogyan azt a legtöbb olyan hálózati alkalmazás esetében láthatjuk, amelyet az emók használatba vesznek, a LiveJournal.com is rövid úton nagy karriert futott be, és csakhamar az irányzat egyik meghatározó virtuális közegévé vált. Az oldal felhasználói életük legapróbb rezdüléseitől kezdve a legkomolyabb lelki válságokig (beleértve a szerelmi csalódásokat és öngyilkossági kísérleteket) szinte bármit megosztanak a közösséggel, amelyben nem csupán lehetőség van az érzelmi mélységek és magasságok kitárgyalására, hanem ez egyenesen elvárás a blogolók körében.

A LiveJournal.com indulása után egy évvel jelent meg a hálón a Blogger.com, amely mára a második legnépszerűbb blogtárnak tekinthető. Bár az indulás ebben az

¹² Amerikai filmszínész és zenész. *30 Seconds to Mars* rock együttes énekese, gitárosa és dalszerzője. Jordan Catalano a *My So-Called Life* szereplőjeként vált ismertté. Szerepelt az *OK!* magazin 2008. február 18-ai számában, amely közhírré tett 3 fotót férfiakról, akik sminkelik magukat; Jared Leto mellett Zac Efron és Brian Austin Green jelentek meg a lap hasábjain. <http://www.jared-letto.org/2011-02-22>

¹³ Amerikai színésznő, korábban sorozatszár, később hollywoodi filmszínésznő. <http://www.hilaryduff.com/2011-02-22>

¹⁴ Egy emoportálon az alábbi használati utasítást olvashatjuk azzal kapcsolatban, hogy hogyan készítsünk tökéletes képet a MySpace oldalra. 1: Menj a fürdőszobába! 2: Állj szembe a tükörrel! 3: Tartsd a fényképezőgépet a mellkasod elé, a lencsét a tükör felé fordítva! 3: Hajtsd oldalra a fejed! 4: Biggyeszd le az ajkad! 5: Exponálj!

¹⁵ LiveJournal (gyakran LJ-nek rövidítve) egy virtuális közösség ahol az internethasználók blogfolyóiratokat írhatnak, vagy naplót vezethetnek. LiveJournal egyben egy szabad és nyílt forráskódú kiszolgálószoftver neve is, amit arra terveztek, hogy futtassa a LiveJournal virtuális közösséget.

¹⁶ <http://www.fanhistory.com/wiki/LiveJournal> 2011-02-22

esetben is meglehetősen nehézkes volt, a helyzet 2003-ban megváltozott, amikor oldalt felvásárolta a Google. Ezután a Blogger.com rövid idő alatt a LiveJournal.com legfőbb riválisa lett, ugyanakkor a két oldal összehasonlítása esetén meg kell jegyeznünk néhány olyan különbséget, amely hosszú távon hozzájárult ahhoz, hogy a Blogger.com mégis veszített a népszerűségéből az emók körében. Ezek között a tényezők között említhetjük a bloggerek összetételének megváltozását, hiszen a Blogger.com felhasználói között már megjelentek azok a harmincas szinglik, unatkozó középkorú háziasszonyok és kiöregedett rockzenészek is, akiknek az írásaira egyre kevésbé volt jellemző az olyan mélységű érzelmi kitárulkozás, ami máskülönben az emobloggerek karakterisztikus sajátossága (Simon–Kelley 2007, 84). Ennek eredményeként a blogolók fiatalabb generációi mind nagyobb számban pártoltak át más portálokra, elsősorban a MySpace.com-ra, ami 2005-ben bővítette működését a webes naplózás lehetőségével. Ráadásul az oldal hamarosan olyan további társfunkciókkal szélesítette kínálatát, mint a naplóbejegyzések mellé beszűrhető hangulatikonok vagy a bejegyzés írása közben játszott dalok megjelenítése, amelyek rendkívül népszerű opciókká váltak, és egyre több emót csábítottak el más oldalakról.

Globális szinten manapság a Xanga.com megjelenése tűnik említésre méltó fejleménynek az emoblogok történetében, tovább folytatva azt a trendet, amelyet a közösség újabb és újabb oldalakra történő vándorlása jellemez. Úgy tűnik tehát, hogy egy oldal sem képes huzamosabb ideig megőrizni az emofelhasználók többségét, hiszen amint más stíluscsoportok is birtokba vesznek egy oldalt, az emók továbbállnak. Ez a gyakorlat egyben azt is eredményezi, hogy nincsenek olyan az emo weblapok körül formálódó stabil közösségek sem, amelyek hosszabb időn át változatlanok volnának. Nyilvánvaló az, hogy ez tovább fokozva a stílusra jellemző átjárhatóság és képlékenység paradigmáját.¹⁷

Csevegőprogramok: AOL Instant Messenger, MSN, Skype

Az emo esetében egy olyan online közösség tagjának lenni, mint amilyen például a MySpace.com, szinte kötelező. Ugyanígy egy azonnali üzenetküldő program használata is szinte elengedhetetlen kellék ahhoz, hogy a stílus követői azonnali, közvetlen kapcsolatot tarthassanak fenn egymással a nap huszonnégy órájában. Ezek közül a programok közül az Egyesült Államokban az AOL Instant Messenger a legelterjedtebb, míg Európában az MSN az egyik legnépszerűbb. Érdekes megfigyelni, hogy az eredetileg rövid szöveges üzenetek küldésére szolgáló programok az emofelhasználók kezében önálló életre keltek, sajátos kommunikációs közeggé váltak, ahol a szöveget felváltották a rövidítések, az érzelmeket kifejező *emoticon*¹⁸ figurák és a képek. Az üzenőprogramok használatában persze más, főleg az emókra jellemző sajátosságokat is megfigyelhetünk. Ilyenek például a státusinformációs sáv (*customized status menu*) kitöltésének követelményei. Ezzel kapcsolatban elvárás, hogy a felhasználó mindig jelezze, hogy gépközelben van-e, azt, hogy éppen milyen hangulatban van, továbbá azt is, hogy az aktuális

¹⁷ Erről bővebben Maffesoli, Michel 1996. *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. London, Sage Publications.

¹⁸ Az *emotion* és az *ikon* szavakból alkotott szóösszetétel, magyar nyelven emotikon vagy hangulatjel.

lelki állapotának megfelelő dalszöveget idézzon valamelyik emoegyüttestől. Csakúgy, mint a közösségi oldalak esetében, az azonnali üzenetváltó programoknál is meghatározó a barátok listájának hossza, ami az emók esetében a népszerűség egyik legfontosabb indikátora is egyben. Sajátos jellemzője ezeknek a barátoknak, hogy többségük közösségi oldalak felhasználóiból kerül ki, másokkal weblapok üzenőfalain ismerkednek meg, míg megint mások blogok szerkesztői vagy olvasói. Lényegében olyan virtuális barátokról van tehát szó, akiknek többségével az emók sohasem találkoztak korábban, és feltehetően soha nem is fognak találkozni személyesen.

Videomegosztó portálok: YouTube.com, MyVideo.com

A YouTube 2005-ben történt megalapítása óta elválaszthatatlan az emostílustól. Az elsődlegesen videók megosztására szolgáló oldalt gyakran emlegetik az emók virtuális VRC-jeként, amely egyszerre ad lehetőséget az önmegjelenítésre, illetve a mások által készített tartalmak megtekintésére. Legyen szó akár amatőr felhasználók házi videóiról, akár a már befutott zenekarok profi videoklipjeiről, filmekről vagy sorozatokról, a YouTube-on keresztül szinte bármilyen képi anyag hozzáférhető, ami ilyen vagy olyan módon összefüggésbe hozható az emostílussal. Ahogyan azt Simon és Kelley is megjegyzik, a YouTube nem az emók kizárólagos fóruma, népszerűsége a stílus követőinek körében mégis meghatározó (Greenwald 2003, 284). Erre az egyik legkézenfekvőbb bizonyíték az a több ezer találat, amit az oldal keresője az *emo* kifejezésre kidob. Az utóbbi két-három év fejleményeként tanúi lehetünk annak, ahogyan a YouTube és a MyVideo kitermelte az első olyan emohírességeket, akiket ezek az oldalak tettek ismertté és világszerte népszerűvé. Ezek között az internet-celebritások között találhatunk egészen hétköznapi fiatalokat is, akik olyan videóbloggerként használják az oldalakat, ahol a hétköznapi problémáikról csevegnek, vagy stílus és divattanácsokat osztanak meg az érdeklődőkkel.¹⁹ De a népszerűvé vált felhasználók között több olyan együttes is feltűnik, akik jellemző módon nem kaptak megjelenési lehetőséget a mainstream médiában, így az internet által nyújtott alternatív nyilvánosság lehetőségeit kihasználva próbálták érvényesülni.²⁰

Erotikus oldalak: szexualitás, pornográfia és az emo

Bár az irányzat jellemzőiből kifolyólag az emók alapvetően az érzelmességet, a kapcsolatok lelki mélységeit hangsúlyozzák, mára elárasztották az internetet azok a szexualitást explicit módon bemutató erotikus és pornográf tartalmak, amelyek külsőségeikben egyértelműen az emo stíluselmeivel manipulálnak. Bár azt ma már nehéz volna megítélni, hogy ezeknek az oldalaknak a megjelenése mögött pusztán egy jól jövedelmező pornóipari ötlet húzódik-e meg (ami magától a stílustól lényegében független, akár az előállítókat, akár a felhasználókat vesszünk figyelembe), vagy esetleg az első ilyen jellegű alkotások még valóban a stílus berkein belül születtek. Az minden

¹⁹ Lásd például a *The Last True Emo Blog* oldalt. <http://www.youtube.com/watch?v=KD2cMcTpqBU> 2011-02-22

²⁰ Ilyen együttesek például a *The Get up Kids* vagy a *Saves the Day*.

esetre ma már tény, hogy ezek az oldalak az emoközösségen belül és kívül is népszerűek, függetlenül attól, hogy heteroszexuális, biszexuális, vagy homoszexuális tematikát dolgoznak fel (Simon–Kelley 2007, 82).

Az emostílusú pornográf filmek az úgynevezett *Alt-porn*²¹ kategóriába tartozó alkotások, melyek önálló tematikus honlapokon jelennek meg. Ilyenek például a 2001-ben alapított Supercult.com, a 2003-ban Joanna Angel által indított BurningAngel.com vagy a szintén 2003-ban megjelenő SuicideGirls.com. Ezek az oldalak kivétel nélkül heteroszexuális tartalmakkal célozzák meg az oldalak látogatóit, elsődlegesen férfiakat. Az erotikus oldalak kínálatából azonban ma már nem hiányoznak az emolányok fantáziáit megjelenítő portálok sem. Ezek között említhetjük meg a SweetAction.com elnevezésű oldalt, amely az emolányok számára is elfogadható erotikus témájú történeteket, képeket és videókat tesz elérhetővé.

Következtetések és továbbmutatás

A fent vázolt tendenciákból kitűnik, hogy az emokultúra megértéshez kikerülhetetlen probléma az internet vizsgálata. Napjainkban a hagyományos tömegmédia és az új média, elsősorban az internet egészen sajátos szimbiózisát figyelhetjük meg, amely folyamat alapvetően meghatározza a kortárs kulturális közösségek működését, dinamizmusait. A számítógéppel támogatott kommunikáció alapvető változásokat eredményez a tér- és időkezelésről, valamint a közösségekről alkotott fogalmak tekintetében. Mint a legtöbb technológiai invenció, az internet is a kommunikáció és a kapcsolatteremtés új lehetőségeit kínálja fel, azonban napjainkban ez az új médium az interaktivitás lehetőségével a plurális demokrácia olyan fokát teremti meg, amelyre hosszú idő óta nem volt példa. Ezt a nyílt kommunikációs környezetet kihasználva jelenhetnek meg az emóhoz hasonló úgynevezett „ízléskultúrák”, amelyek megszervezésében már nincsenek sem térbeli, sem pedig időbeli korlátok. Ezen megállapítások tükrében így kijelenthetjük, hogy az emo harmadik hulláma éppen az internet által és az interneten szerveződő közösség, amelynek létrejöttében, önmegjelenítésében, külső és belső reprezentációjában már egyaránt elsődleges szerephez jut a média, azon belül is az újmédia, s mint ilyen, a csoport jól beleilleszthető a posztsubkulturalizmus által megfogalmazott fogalmi keretbe. Ugyanakkor a korábban bemutatott elméleti kontextusra visszautalva nem zárhatjuk ki annak lehetőségét sem, hogy a stílus bizonyos körülmények között a valós térben és időben zajló interakciókkal is összefüggésbe hozható – ennek pontos módjának vizsgálata a jövő feladatai között szerepel.

Elsősorban a média és a tömegkultúra hatásával magyarázható az a folyamat, melynek eredményeként a kétezres évek elejétől nyilvánvalóvá válik, hogy az emo elnevezés már nem pusztán egy zenei irányzatot jelöl. Ezzel szemben ma már azt láthatjuk, hogy az emo kapcsán egy egészen sajátos globális divatirányzatról beszélhetünk, amelyben

²¹ Az altpornó (más néven altporn, alternaporn vagy egyszerűen alt), az „alternatív pornográfia” rövidítése. A kategóriába azok a filmek sorolhatók, melyek témáját olyan szubkultúrák adják, mint gótok, punkok vagy réverek. Az alkotók gyakran független weboldalak vagy független filmkészítők. Az altpornó szinonimájaként gyakran használják az indie porn kifejezést is, bár ez utóbbi általánosságban a független pornográfiára is vonatkozik. A témáról bővebben Ginny Mies: Evolution of Alternative: History and controversies of the alt-erotica industry. *American Sexuality*, September 25, 2006.

a megjelenés, az öltözködés, a hajviselet, a zene és egy jól körülírható viselkedésminta szerint egy új típusú, alapvetően a médiakultúra keretein belül szerveződő szubkultúra kialakulását figyelhetjük meg. Az itt ismertetett tanulmány egyelőre a külső megfigyelő pozícióját alkalmazza, de a jövőben a vázolt tendenciák pontosabb megértéséhez nyilvánvalóan szükség lesz az aktív befogadói oldalon lejátszódó folyamatok vizsgálatára is.

Irodalom

- Barnard, Malcolm 2002. *Fashion as communication*. London, Routledge.
- Baudrillard, Jean 1983. *Simulations*. New York, Semiotext.
- Bauman, Z. 1992. *Intimations of Postmodernity*. London, Routledge.
- Bennet, Andy 1999. Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style, and Musical Taste. *Sciology*, 33 (3).
- Cohen, Stanley 2003. Folk devils and moral panics: the creation of the Mods and Rockers. London, Routledge.
- Császi Lajos 2003. *Tévéérszak és morális pánik*. Budapest, Új Mandátum Kiadó.
- Greener, Tarcy – Hollands, Robert 2008. Szubkultúrán és posztsubkultúrán túl? *Replika*, 64–65.
- Greenwald, Andy 2003. *Nothing Feels Good – Punk Rock, Teenagers, and Emo*. New York, St. Martin's Griffin.
- Hebdige, Dick 1995. „A stílus mint célzatos kommunikáció,” *Replika*, 17–18. szám.
- Hebdige, Dick 1979. *Subculture: The Meaning of Style*. London, Methuen.
- Hodkinson, Paul 2006. 'Net.Goth' Internet Communication and (Sub)Cultural Boundries. In Weinziel, Rupert – Muggleton, David (eds.): *The Post-subculture Reader*. Oxford, Berg.
- Hodkinson, Paul (2002): *Goth: Identity, Style and Subculture*. Oxford: Berg.
- Jameson, Frederic 1991. *Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism*. Durham, Duke University Press.
- Kacsuk Zoltán 2005. Szubkultúrák, posztsubkultúrák és neotörzsek: A (látványos) brit ifjúsági (szub)kultúrák kutatásának legújabb hulláma. In *Replika*, 53. szám
- Kahn, Richard – Kellner, Douglas 2006. Internet Subcultures and Oppositional Politics. In Weinziel, Rupert – Muggleton, David (eds.): *The Post-subculture Reader*. Oxford, Berg.
- Kellner, Douglas 1995. *Media Culture*. New York, Routledge.
- Kroker, Arthur – Cook, David 1986. *The Postmodern Scene*. New York, Saint Martin's Press.
- Laughey, Dan 2006. *Music & Youth Culture*. Edinburgh, Edinburgh University Press.
- Maffesoli, Michel 1996. *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. London, Sage Publications.
- McRobbie, Angela 1989. Second-hand dresses and the role of the rag market. In uő (szerk.): *Zoot-Suits and Second-Hand Dresses: An Anthology of Fashion and Music*. London, Macmillan.
- Muggleton, David 1997. 'The Post-Subculturalist'. In S. Redhead – D. Wynne – J. O'Connor (szerk.): *The Clubcultures Reader: Readings in Popular Cultural Studies*. Oxford, Blackwell.
- Németh Tibor Máté – Tóth Péter István 2009.: A celebek szerepe. *Médiakutató*.
- Poster, Mark 1995. *The Second Media Age*. Cambridge, Polity Press.
- Simon, Leslie – Kelley, Trevor 2007. *Everybody Hurts – An Essential Guide to Emo Culture*. London, Harper.

- Sthal, Geoff 2006. Teastfully Renovating Subcultural Theory: Making Space for a New Model. In: Weinzielr, Rupert – Muggleton, David: *The Post-subculture Reader*. Oxford, Berg.
- Turkle, Sherry 1995. *Life on the Sreen: Identity in the Age of the Internet*. London, Phonicx.
- Vályi Gábor 2004. Az alulról jövő kulturális globalizáció és az internet. In *Médiakutató*, nyár.
- Weinzielr, Rupert – Muggleton, David 2006. *The Post-subculture Reader*. Oxford, Berg.
- Willamson, Judith 1978. *Decoding Advertisements: Ideology and Meaning in Advertising*. New York, Marion Boyars.

Hálózati források

- <http://www.jared-leto.org/> 2011-02-22
- <http://www.hilaryduff.com/> 2011-02-22
- <http://www.fanhistory.com/wiki/LiveJournal> 2011-02-22
- <http://www.youtube.com/watch?v=KD2cMcTpqBU> 2011-02-22
- <http://pagerank.whysoft.hu/emo-life.hu> 2011-02-22
- <http://emo-life.hu/emo/index.php?oldal=1> 2011-02-22
- <http://emo-life.hu/emo/index.php?oldal=2> 2011-02-22
- http://www.maimano.hu/dokumentumok/itt_es_most/mester.pdf 2010-09-13