

Web 2.0

A Web 2.0 egyre népszerűbb. Kevesen vannak azonban tisztában azokkal az üzleti célokkal, amelyek a közösségi hálózatok, a blogok, a fájlmegosztó (kép- és videómegosztó) portálok és hasonló oldalak működtetését lehetővé teszik, pedig ezeket az iskolának is ismernie kellene. A Web 2.0 háttéréről, a mögötte álló ideológia és a valóság között feszülő ellentétéről szól ez az írás.

Web 2.0: ideálok és ideológia

Online hírportálokat böngészve azt olvashatjuk, hogy a közösségi oldalak és a blogok immár az elektronikus levelezésnél is népszerűbbek (A levelezésnél..., 2009), vagy (éppen egy blogon) arról értesülünk, hogy a magyar fiatalok rendelkeznek a legtöbb virtuális ismerőssel, akivel valójában soha nem találkoztak még (m_eszter, 2008). És még folytathatnánk a sort. Bár nem minden hasonló hír hitelességében lehetünk biztosak, aligha kétséges, hogy a fiatalok (és persze a „felnőtt” társadalom) életében szerepet játszik mindaz, amit gyűjtőnéven Web 2.0-nak nevezünk.

A következőkben viszont nem a Web 2.0-val kapcsolatos ismertebb problémákról, tehát a személyes adatok védelmének kétséges voltáról vagy a számítástechnikai természetű biztonsági kockázatokról szeretnénk szólni, hanem a Web 2.0 „természetéről”, a mögötte álló és sokak számára nem látható ideálokról és (főként) ideológiákról.

Az 'ideológia' szónak az *Idegen szavak és kifejezések szótára* (Bakos, 1989) szerint három jelentése van: (1) Valamely politikai párt, korszak stb. eszméinek, fogalmainak egységes rendszere. (2.) Valaminek az eszmei tartalma. (3) Tartalmatlan vagy hamis okoskodás.

A mi szóhasználatunk a második jelentéshez áll legközelebb, azonban a „hamis okoskodás” eleme is megjelenik benne.

A kérdés fontosságát egy nálunk talán kevésbé ismert oktatási mozgalom példája is jól illusztrálja. Ez a mozgalom a közoktatásra koncentrált. A médiát és a médiaoktatást úgy kívánja megreformálni, hogy – médiaműveltségről beszélve – a műveltség fogalmát kitágítja annak érdekében, hogy az magában foglalhassa azt a befolyásos médiát, amely a nyomtatott média utáni világban uralja az információs környezetet (Aufderheide, 1993). Ez a média egyre inkább hálózati és digitális természetű. Ezért merül fel annak igénye, hogy a médiaismeret oktatásában a hagyományos, a hírek, a hirdetések és a szórakoztató média elemzésének folyamatát hangsúlyozó gyakorlaton lépünk túl, és figyelmünket az új médiumok (mobil kommunikációs eszközök, PDA-k), az üzenetek új formái (internetes keresők, azonnali üzenetküldés, blogok), valamint az ezekkel járó új társadalmi kérdések felé fordítsuk (Hobbs, 2006).

Előre kell bocsátanunk, hogy a technológia és az ideológia kérdései legtöbbször összefonódnak, így alábbi gondolatmenetünkben szinte mindig együtt vannak jelen még akkor is, amikor egyikre vagy másikra próbálunk összpontosítani.

„Egyről a kettőre”

A Web 2.0 elnevezést bizonytalanság terheli, mivel különböző dolgokat jelölnek vele, amelyek ráadásul nem kompatibilisek egymással. Nehéz megmondani, hogy mit is soroljunk körébe, mivel a Web 2.0 egyszerre szól elgondolásokról, viselkedésmódokról, technológiákról és ideálokról. Számos internetes fejlesztés, alkalmazás, tevékenység tekinthető a Web 2.0 példájának, önmagukban azonban nem képezik annak alkotórészét. A

Web 2.0 inkább fogalmi keretet ad, amely lehetővé teszi, hogy az egyszerűség kedvéért Web 2.0 elnevezéssel illetett sokféle jelenséget és eseményt egymással összefüggésbe hozzuk és értelmezzük (Allen, 2008).

Ettől függetlenül van némi közmegegyezés a *Web 2.0-val kapcsolatban: bizonyosan körébe sorolhatjuk a közösségi hálózatokat, a blogokat, a fájlmegosztó (kép- és videomegosztó) portálokat, valamint a közösségi könyvjelzők elhelyezését lehetővé tevő oldalakat.*

Alapvető kritikákat kapott a „verziószám” kérdése, mivel annak hangsúlyozása, hogy mennyire fontos a Web 1.0-ból a Web 2.0-ba történő átalakulás, felveti annak kérdését, hogy milyen mértékben történt meg vagy zajlik ez a változás, amelyet valami új váltott ki. Kérdezhetjük azt is, hogy nem arról van-e szó, hogy mindez annak újra kimondása, amit korábban egyszerűen a Web néven emlegettünk, és csak új elrendezésben kapjuk, avagy új fényben tűnik fel; ráadásul a Web 1.0 elnevezést korábban soha senki nem használta. Mindez arra enged következtetni, hogy ugyanannak az érvrendszernek vagyunk kitéve, amely folyamatosan arra sarkall bennünket, hogy vásároljunk, mivel a tavalyi, a tegnapi már divatjamúlt, ezért új termékekre van szükségünk.

Nem véletlen tehát, hogy az internetes világ olyan személyisége, mint Tim Berners-Lee is a 2.0 verziószám bírálói közé tartozik. Szerinte senki sem érti, mit is jelent a Web 2.0 elnevezés, hiszen alapvetően ugyanazokat az alkalmazásokat használja, mint a Web 1.0, és a Web eddig is azt szolgálta, hogy az emberek összeköttetésben álljanak egymással (Berners-Lee, 2006).

Kleiner és Wyrick (2007) ehhez hozzáteszik, hogy technikai vagy felhasználói szempontból mindennek, amit a Web 2.0 kínál, volt előzménye, így az szerves folytatása a Web 1.0-nak, tehát ilyen értelemben nem is új. Az internet (amely többet jelent a Webnél) mindig is a felhasználók közötti megosztásról és közös használatról szólt. Ennek ideháza is jól ismert eszközét jelentik az elektronikus levelezésen alapuló vitafórumok (levelezőlisták), amelyek működését 1982 óta a Listserv szoftver és utódai teszik lehetővé. A vitafórumok elosztott formában, központosított birtoklás és ellenőrzés nélkül működnek.

A fenti gondolatmenet mellett nem lényegtelen, hogy ha a Web 2.0 fogalmát annak kulturális kontextusától izolálva vizsgáljuk, túlzottan alaktalanná és definiálatlanná válik ahhoz, hogy kritikusan tudjunk hozzá viszonyulni, ezért aztán van, akinek a kultúra halálát jelenti, míg más éppen az újjászületését üdvözli benne, a demokrácia zálogát vagy éppen a legrosszabb hatalom-koncentrációt látja benne. Akad, akinek a számára a Web 2.0 a kollektív intelligencia hasznosítását testesíti meg, míg más úgy ítéli meg, hogy a tömeg butaságának eluralkodását segíti elő (Everitt és Mills, 2009).

Bár Maróti Andor (2008) a kultúráról beszél, gondolatai szorosan kapcsolódnak a fentiekhez. Arról ír, hogy az információs társadalom korában a távlatok összezsugorodnak, ezért úgy tűnik, mintha csak a pillanatnyi jelen lenne megragadható, mert ami ma még új, holnapra elavul. Nem érdemes tehát a múlttal foglalkozni, a beláthatatlan jövőről pedig nem érdemes gondolkodni. Hozzáteszi, hogy „a jelenre szűkülő tudás roppant csalóka, a gyors változások miatt szükségképp felületessé és korszerűtlenné válik (Maróti, 2008, 4. o.). Éppen ennek jegyében érzik és állítják sokan, hogy a Web 2.0 egyszerre a múlt, a jelen és a jövő reprezentánsa (Allen, 2008). A felületesség kérdése pedig a globalizált társadalom egyik – úgy tűnik, meghatározó – jellemzőjévé kezd válni. Nagymértékben a globalizáció hatásának könyvelhetjük el azokat az állításokat, amelyek az 1993 után született fiatalokkal, az úgynevezett Google-generációval kapcsolatosak. Ha például azt olvassuk, hogy a képviselőit a párhuzamos információfeldolgozás jellemzi, tudnunk kell, hogy erre nincsen egyértelmű bizonyíték (CIBER, 2008). Sokkal inkább azt gyaníthatjuk, hogy a párhuzamos cselekvésekkel járó fokozott figyelemmegosztás okozta felületesség minél szélesebb körű elterjesztése, a képi média felgyorsulásához és töredékessé válásához hasonlóan, a globalizációs folyamat haszonélvezőinek jön jól. A

felületesség aztán megjelenik a Web 2.0 és az amatőrizmus viszonyában is, amelyről az alábbiakban szólni is fogunk.

A technológia

A Web 2.0 használói számára csábító, hogy a kívánt tartalmak létrehozásához nem kell szoftvereket vásárolniuk és – ami még fontosabb – alig van szükségük technológiai készségekre, ami különösen kiütözik a nem-szöveges információk kezelésénél. Nem lényegtelen az sem, hogy a felhasználók többsége számára sokszor nem állnak rendelkezésre más, alternatív technológiák (Kleiner és Wyrick, 2007).

Tévedés volna azt gondolnunk, hogy a Web 2.0 megjelenését a technológia fejlődése váltotta ki. A szükséges technológiák – ahogy erről már szóltunk – régebb óta megvoltak, az információ terjesztését, megosztását, a nyílt vitát lehetővé tevő számos alkalmazás régóta rendelkezésre áll (Everitt és Mills, 2009).

A Web 2.0-s technológiák vonzóak, miközben a P2P (peer-to-peer) technológiák sokkal hatékonyabbak a Web 2.0-s technológiáknál, amelynek központosított jellege lassítja az adatok átvitelét és jelentősebb infrastruktúrát igényel. Ráadásul a Web 2.0-s szolgáltatások felhasználói adatait tartalmazó indexek kevésbé biztosítják a személyes adatok védelmét (Kleiner és Wyrick, 2007).

Természetesen nincs minden központosítva. A blogok nem feltétlenül függenek úgy a nagy szolgáltatóktól, mint a közösségi hálózatok. A Google egyik szolgáltatása, az AdSense lehetővé teszi, hogy a bloggerek némi bevételre tegyenek szert segítségével. A bevételek oroszlánrésze azonban nagy szájtoknak jut. A Google pedig elmondhatja magáról, hogy követi a „ne légy gonosz” elvét, miközben az információ ellenőrzésének olyan hatásos rendszerét tartja fenn, ahol a kapott információ számos más termékben felhasználható (Petersen, 2008).

A Web 2.0 ideológiája jelentős részben a hagyományos demokratikus értékek hangsúlyozására épül, ami azt jelenti, hogy a Web 2.0 propagálói a választás szabadságát és az egyén lehetőségeinek kiszélesítését emelik ki. A Web 2.0 esetében azonban csak az interneten belüli egyenlőségről van szó, nem pedig társadalmi egyenlőségről. A Web 2.0 körüli felhajtás, annak hangoztatása, hogy az demokratizálja a tartalom előállítását, éppen azt a tényt fedi el, hogy a részvétel eszközei és a tulajdonlás központosítva vannak. A Web 2.0 ugyanis olyan üzleti modellt valósít meg, amelyben a közösség által létrehozott tartalomból magáncégek gazdagodnak. Ez különösen igaz a közösségi hálózatokra, amelyekben egyre többen vesznek részt, viszont egyre kevesebb média-mágnás szolgáltatja és tartja ezeket fenn.

Az ideológia

A Web 2.0 ideológiája jelentős részben a hagyományos demokratikus értékek hangsúlyozására épül, ami azt jelenti, hogy a Web 2.0 propagálói a választás szabadságát és az egyén lehetőségeinek kiszélesítését emelik ki. A Web 2.0 esetében azonban csak az Interneten belüli egyenlőségről van szó, nem pedig társadalmi egyenlőségről (Allen, 2008). A

Web 2.0 körüli felhajtás, annak hangoztatása, hogy az demokratizálja a tartalom előállítását, éppen azt a tényt fedi el, hogy a részvétel eszközei és a tulajdonlás központosítva vannak. A Web 2.0 ugyanis olyan üzleti modellt valósít meg, amelyben a közösség által létrehozott tartalomtól magáncégek gazdagodnak (*Kleiner és Wyrick, 2007*). Ez különösen igaz a közösségi hálózatokra, amelyekben egyre többen vesznek részt, viszont egyre kevesebb média-mágnás szolgáltatja és tartja ezeket fenn. A vállalkozók, cégek a közösségi hálózatok résztvevőinek munkáját és jelenlétét teszik pénzzé. Igaz, ez anélkül történik, hogy a résztvevőket ez rosszul érintené (*Scholz, 2008*), hiszen helyzetüket fel sem ismerik. Ezzel igazából egy új digitális szakadék jött létre. Az egyik oldalon állnak azok, akik a felhasználók adatait birtokolják, a másikon a tartalmak pusztá előállítói, vagyis a Web 2.0-t használó tömegek (*Everitt és Mills, 2009*). A közösségi jelleg hangsúlyozása tehát arra is jó, hogy a résztvevők ne nézzék az érem másik oldalát, tehát ne érdeklődjenek az iránt, hogy a közösen létrehozott tartalmat ki ellenőrzi és ki profitál belőle (*Kleiner és Wyrick, 2007*).

Ehhez természetesen kell, hogy a globalizált világ értékrendjét kritikátlanul elfogadó fogyasztóknak illúziók és ideáljaik legyenek, vagy legalábbis naiv módon elhiggyék, hogy tevékenységük célja és értelme „barátok” gyűjtése, vagy képek, videók elhelyezése a fájlmeosztó oldalakon.

Természetesen a Web 2.0 ideológiája azt a látszatot kelti, hogy egy új, együttműködésen és részvételen alapuló nyitott kultúra felé haladunk, amelyben mindenki részt vehet, és megvan annak a lehetősége, hogy videóit megnézzze, zenéit meghallgassa valaki (*Beer és Burrows, 2007*).

A modern digitális gazdaság, amelyet Michael Goldhaber nyomán figyelemgazdaságnak is nevezhetünk, sajátosságait két hasonlattal világíthatjuk meg. Mindenki ugyanabban a nagyvárosban él, ahol senki sem törődik különösebben azzal, hogy mit csinálnak a többiek. A figyelem természete ezért olyan ebben a világban, mint amikor egy fát nézünk, tudjuk, hogy az egy fa, de az egyes levelekre csak ritkán fordítunk figyelmet (*Bridges, 2008*).

A figyelemből hiány van, mert csak emberek nyújthatják. Nem mindenki kap egyforma figyelmet, akinek (aminek) azonban nagyobb figyelmet szentelünk, az jobban bevésődik az emlékezetünkbe, és könnyebben fizetünk érte (*Goldhaber, 1996*). A figyelemért való harc jelenik meg a webes keresők (search engines, keresőmotorok) és a magukat agresszíven reklámozni kívánók közötti konfliktusban. A keresők üzemeltetői csak korlátozott mértékben használják a weboldalakon az azok tartalmáról elhelyezett információkat (az úgynevezett metaadatokat). Ezenkívül nem hozzák nyilvánosságra, milyen mechanizmusok alapján kerül be egy-egy oldal az indexükbe. Ha mindezt nem tennék, az azoknak a reklámozóknak kedvezne, akik mindenáron a találati listák első oldalán (oldalain) szeretnék látni terméküket, viszont nem áldoznak arra, hogy oldalaik elérhetősége fizetett linkként jelenjen meg. Ehelyett lényegében csalással kívánják maguk felé fordítani a fogyasztók figyelmét, ami viszont a keresők működtetőinek nem érdeke (*Brooks, 2003*).

A Web 2.0 ideológiája jól illeszkedik ahhoz is, hogy korunkban egyre hatékonyabb és egyre gátlástalanabb eszközökkel működő tudás-, valamint kultúra- és szórakoztatóipar alakult ki, amely sok esetben gyorsan avuló divattermékeket állít elő (*Drótos, 2006*). Ezek a már említett módon megint csak folytonos vásárlásra ösztönöznek.

Az ideológia hatásosságát pedig az illusztrálja, hogy a magánélet titkosságához fűződő értékek változóban vannak, a közösségi hálózatok használói között legalábbis. Ők ugyanis készek a legszemélyesebb információkat elhelyezni ott, ahol bárki láthatja őket. A józan ész azt diktálná, hogy csak mértékkel tegyék ezt, mihelyt tudomást szereznek ennek lehetséges következményeiről. A helyzet azonban az, hogy kevesen és kevésszer próbálják ezeket az információkat elrejtetni. Inkább a lehető legtöbb információt teszik nyilvánossá, csak azért, hogy megfeleljenek az ide vonatkozó elvárásokkal kapcsolatban

bennük élő képnek (*Beer és Burrows, 2007*). Ez a kép feltehetőleg a közösségi hálózatok résztvevőinek implicit nyomására alakul ki, és messzemenően torz, miközben nyilvánvalóan ennek is megvan a szélesebb társadalmi kontextusa, hiszen – megint csak a globalizáció hatásaként – egyre gyakrabban és fokozódó méretékben tapasztalhatjuk, miként élnek és élnek vissza adatainkkal.

A Web 2.0 tehát nyilvánossá teszi a magánéletet. Éppen a magánélet adatai válnak a legfőbb árucikké, az egyes emberek hétköznapi életének részleteit tartalmazó profilok formájában. Immár nem a hírességek a fontosak, hanem az „átlagfelhasználó”.

Mindezek mellett persze megjelenik a közösen létrehozott tartalom is, a wikik vagy a folkszonómiák [Csepeli (2008) elnevezésével] „népi indexelés” formájában. Bár kétségtelenül más természetűek, mint a közösségi hálózatok „produktaim”, ezek is árucikkek, így kereskedelmi érdekeket szolgálnak, függetlenül attól, hogy a részvétel megjelenik bennük (*Beer és Burrows, 2007*).

A fentieknek megfelelően a Web 2.0 kulcsszereplője az új típusú médiafogyasztó, aki elkötelezett, aktív és részt vesz a „tartalom” létrehozásában, fenntartásában és kiterjesztésében. A Web 2.0 azt sugallja, hogy az aktív felhasználók száma és tevékenységük minősége jelentősen megnőtt. A részvétel és a tartalom önálló létrehozása azonban sokkal inkább újabb szavak tömegének a hozzáadása az amúgy is viharos méretekben növekvő információáradathoz, mint valódi üzenetek kommunikálása (*Everitt és Mills, 2009*).

A Web 2.0 a szórakoztatóipart szolgálja. Egyrészt azzal, hogy vágyat kelt, örömet szerez könnyen használható alkalmazásaival (*Petersen, 2008*). Másrészt arra a köztudomású tényre épít, hogy az emberek szeretnek ott lenni, ahol mások vannak, és szeretik azt tenni, amit mások tesznek, amiért kompromisszumokra is készek (*Scholz, 2008*).

Azt mondtuk, hogy az *információk megosztása számos Web 2.0-s alkalmazás működési mechanizmusát jellemzi. Arról, hogy ez valódi céljuk lenne, nem beszélhetünk, mert a valódi cél kereskedelmi érdekek kiszolgálása. A hirdetőik ugyanis egyre több aktivitást akarnak a fájlmegosztó és közösségi oldalakon, mert ez segíti elő a legjobban, hogy pontosan célzott marketing-kommunikációval ériék el azokat a felhasználókat, akik várhatóan leginkább elfogadják ezt a marketinget (Allen, 2008).*

A Web 2.0-s cégek olyan szolgáltatásokat nyújtanak a hirdetőiknek, amelyek lehetővé teszik számukra, hogy ilyen, pontosan célzott marketing-kommunikációval ériék el azokat a felhasználókat, akik várhatóan leginkább elfogadják ezt a marketinget. Ez a marketing-kommunikáció akkor és ott érvényesült, amikor és ahol a hirdetés a legjobban hathat. Azzal, hogy ingyenes és csábító szolgáltatásokat kínálnak, ezek a cégek tehát olyan közönységet hoznak létre, amelyet nagyon hatékonyan szólíthatnak meg a hirdetőik (*Allen, 2008*).

Nem mellesleg ez azt eredményezi, hogy a minőség a legkevésbé sem érdekes, ilyen módon semmiféle kritikai hozzáállásnak sincsen tere, sőt sokak szerint a valódi megosztásnak, például a – már említett – *P2P fájlcsere*lőknek nagyon is ellensége a Web 2.0 (*Everitt és Mills, 2009*).

Amatőrök és szakemberek

Eddigi okfejtésünk elsősorban a kritikai elemeket hangsúlyozta. Bár továbbra sem a Web 2.0 dicsőítése a célunk, sőt még a benne rejlő – kétségkívül meglévő – pedagógiai potenciált sem emeljük ki, van e kérdéskörnek egy fontos aspektusa. Ez pedig a különbségtétel, a differenciált szemlélet fontosságának kiemelése. Ez a különbség az amatőröknek a Web 2.0-s környezetben játszott szerepében mutatkozik meg.

A Web 1.0 világában a szakembernek és a felhasználónak egyértelmű volt a szerepe, miközben az amatőrök helye nem volt jól definiálva (*Kleiner és Wyrick, 2007*). A meghatározottság foka nem, de az amatőrök fontossága megváltozott a Web 2.0-s környezet-

ben. *A Web 2.0 az amatőrök világának kitágulását hozta magával, bár – meg fogjuk látni – nem teljesen a szó hagyományos értelmében.*

Ki tehát az amatőr? Elsősorban a következő két jellemzővel írható le:

- Szereti azt, amit csinál.
- Nincs annak elvégzésre képesítve.

Keen (2007) szerint az amatőrök kultusza a Web 2.0-s környezetben olyan kulturális forradalmat hoz magával, amely fenekestől felforgatja intellektuális hagyományainkat. Úgy gondoljuk, valójában nincsen szó forradalomról. Kétségtelen viszont, hogy sokakat tévútra visz az a – mesterségesen keltett – aggodalom, hogy nehegy lemaradjanak valami újról, hogy lépést tartsanak az internetes technológia fejlődésével (Everitt és Mills, 2009).

Cope és Kalantzis (2009) szerint az író és az olvasó, a létrehozó és a fogyasztó közötti, történetileg kialakult dichotómia kezd elhomályosulni. Nehéz megítélni, hogy nem túlzás-e ezt állítani. Az viszont kétségtelen, hogy mindazok, akik írásait a hálózaton teszik közzé, egyre szélesebb és változatosabb összetételű közönséghez szólnak, amely egyaránt állhat szakemberekből és laikusokból (Chan és Foo, 2004).

Mindez nem feltétlenül jelenti a szerepek közötti különbségek megszűnését. Egyértelműen kimondhatjuk, hogy a szakemberek, tudományos kutatók kommunikációja eltér a hagyományos értelemben vett és a fájlmegosztó szolgáltatásokat igénybe vevő amatőrökétől. Ez többek között abban mutatkozik meg, hogy az amatőr tartalmak előállítói és tökéletesítói alapvetően névtelenek (Csepeli, 2008). A tudományt ezzel szemben nem jellemzi a névtelenség, hiszen a kutatók formális csatornákon, főleg folyóiratokban publikálják eredményeiket. Ezt nem lehet névtelenül megtenni, ráadásul értelmetlen is volna.

Amikor Lessig (2007) Keen kritikájával szemben „megvédi” a Web 2.0 amatőrizmusát, két fontos dolgot is kimond. Leírja, hogy nagyra tartja az amatőr teljesítményeket, még akkor is, ha azok nem mérhetőek össze a profik által létrehozott művekkel. Ő például szívesen olvasgatja gyermekei írásait és bátorítja őket az alkotásra, ami viszont nem tántorítja el attól, hogy Hemingwayt olvasson. Szerinte lehet a rossz írásokat kritizálni, viszont nem szabad egy átlagos blogot egy minőségi napilappal összehasonítani. Mind-egyik gondolat azt erősíti meg, amit már eddig is hangsúlyozni kívántunk: az amatőr teljesítmények helye máshol van a „rendszerben”, tehát nem kell őket elátkoznunk, viszont nem keverhetjük őket össze a professzionális művekkel.

Ehhez kapcsolódik, hogy felmerülhet bennünk, hogy a „tömegek bölcsességének” érvényesülése, amely elsősorban az információ népszerűsége alapuló rangsorolását jelenti, hozzájárulhat a tudás demokratizálásához (Cope és Kalantzis, 2009). Ezzel kapcsolatban azonban egyrészt kérdés, hogy milyen tudásról beszélünk, másrészt a tömegek nem szükségképpen értelmesebbek, mint az egyének külön-külön. A kollektív felelőtlenség és a szakértelem hiánya miatt a tömegekből a kibertérben is hiányzik a hibák kölcsönös korrigálásának képessége. A szemét, a téves információk, a valóság hibás reprezentációi kiszűrődésére ugyanis nincs biztosíték, ha inkompetensek a résztvevők (Csepeli, 2008).

A népszerűség (az érdeklődés nagysága, a nézettség, látogatottság, kelendőség) középpontba állítása ráadásul azt jelenti, hogy a mennyiségi szemléletet a minőség elé helyezzük, nem téve értékkülönbséget az elit- és a tömegkultúra termékei között (Maróti, 2008).

Az amatőrizmus és a Web 2.0 közötti viszony megismerése szempontjából roppant tanulságos a Flickr képmegosztó portál példája. Ennek világa nem illeszkedik ahhoz az értékrendhez, amelyet a hagyományos amatőr fotóklubok hosszú évtizedekig képviseltek. A Flickr középpontjában a közösségi alkalmazás áll, nem a fényképezés. Más, Web 2.0-ás alkalmazásokhoz hasonlóan nem annyira jóindulatú, mint inkább a kereskedelmi érdekek alakította tér. A hirdetők egyre több aktivitást akarnak ezeken az oldalakon, ezért a minőség a legkevésbé sem érdekes, ilyen módon a kritikai hozzáállásnak sincsenek meg az eszközei, bár a Flickr több interaktivitást tesz lehetővé, mint a fotós magazinok.

A fotóklubok alapvetően esztétikai célkitűzése azonban nem jelenik meg (Cox, 2008). Mindez nyilvánvalóan nemcsak ennek a Web 2.0-s alkalmazásnak a sajátja.

Amikor tehát az amatőrizmusnak a Web 2.0-ban játszott sajátos szerepére rámutatunk, nem az a célunk, hogy a közösségi hálózatokban való részvételt vagy a fájlmegosztók használatát önmagában kárhoztassuk. Arra szerettünk volna rámutatni, hogy egyrészt le kell számolnunk az ezekkel kapcsolatos illúzióinkkal, másrészt hangsúlyozni kívántuk, hogy nem érdemes egy kalap alá vennünk egymástól eltérő rendeltetésű tartalmakat. Ez utóbbi tűnik fontosabbnak.

Záró gondolatok

Műveltté válni és annak maradni hosszú távú elkötelezettséget jelent, úgy, hogy korunkban a műveltség nemcsak a tág értelemben vett kultúrához kötődik, hanem óhatatlanul részét képezi a technológiák is (Cordes, 2009). Ezért is tapasztalhatjuk meg az informatizált tudás felértékelődését és azt, hogy piacképes tudásnak az számít, ami „informatizálható” és „merkantilizálható” (Zsák, 2008). A Web 2.0 már ezen is túllép, hiszen már nem a tudás a valódi árucikk, hanem a fogyasztó.

Mindeközben végeredményben nem meglepő, hogy az emberek leginkább olyan információkhoz vonzódnak szívesen, amelyek már meglévő nézeteket támasztanak alá, amit az új információs technológiák virtuálisan garantálnak, sőt könnyen megtalálhatóvá is tesznek (Ginsparg, 2007). Nem kell ezért elátkozunk a Web 2.0-t. Célszerű azonban, ha az iskola, a pedagógusok tisztában vannak azzal, hogy nem egyszerű játékszerről van szó, hanem szemléletformáló eszközről, amely agresszív, hiszen jól felfogott érdekek képviselőjében erősen kell hatnia, és láthatóan hat is.

E sorok szerzője 2007-ben az információs műveltség fontosságáról írt az *Iskolakultúra* hasábjain (Koltay, 2007). A műveltség vagy írástudás elnevezéssel illetett készségek, képességek és beállítódások azóta sem vesztek jelentőségükből. Sőt, az ott kiemelt

kritikai gondolkodás, az információkhoz való kritikai viszonyulás szélesebb körű elterjedésének ellene hat a Web 2.0 növekvő népszerűsége. Igaz, közben egyre inkább nyilvánvalóvá válik, hogy az információs műveltség és különösen annak hiánya inkább csak a könyvtárosok körében ismert fogalom (Bawden és Robinson, 2009). Érdemes lesz talán a digitális írástudás eszméjével foglalkoznunk. A digitális írástudás – bár fogalmát idehaza gyakran leszűkítik az információs és kommunikációs technikák (IKT) hatékony használatára – talán elfoglalhatja méltó helyét a pedagógiában. Olyan tág fogalmat takar, amely összeköti a különböző, a műveltség vagy az írástudás szókapcsolattal jelölt fogal-

Amikor Lessig (2007) Keen kritikájával szemben „megvédi” a Web 2.0 amatőrizmusát, két fontos dolgot is kimond. Leírja, hogy nagyra tartja az amatőr teljesítményeket, még akkor is, ha azok nem mérhetőek össze a profik által létrehozott művekkel. Ő például szívesen olvasgatja gyermekei írásait és bátorítja őket az alkotásra, ami viszont nem tántorítja el attól, hogy Hemingwayt olvasson. Szerinte lehet a rossz írásokat kritizálni, viszont nem szabad egy átlagos blogot egy minőségi napilappal összehasonítani. Mindegyik gondolat azt erősíti meg, amit már eddig is hangsúlyozni kívántunk: az amatőr teljesítmények helye máshol van a „rendszerben”, tehát nem kell őket elátkoznunk, viszont nem keverhetjük őket össze a professzionális művekkel.

makat, és magában foglalja az információs műveltséget, valamint az IKT hatékony használatát (Bawden, 2008).

Buschman (2009) éppen az információs műveltség kapcsán fejt ki, hogy már a Web 2.0-t megelőzően, a számítógépes játékok kapcsán felvetődött a „népszerű műveltség” elképzelése, amelynek része volna, hogy a tágabb értelemben vett szövegeket közösségek hozzák létre. Ezek az elképzelések azonban nem veszik figyelembe, hogy az ilyen címkékkel ellátott, úgynevezett tudáslétrehozás és -terjesztés egyértelműen a fogyasztás növelését hivatott elősegíteni, és mentes minden kritikai hozzáállástól. A technológiákba vetett hit helyett valódi hitre, az új technológiák kiváltotta eufória helyett józanságra volna szükség, nem pedig arra, hogy alapvető kognitív változásokról beszéljünk, vagy azt hirdessük, hogy a digitális formák a tanulás formáit gyökeresen átalakítják. Buschman a könyvtárakról és könyvtárosokról beszél. Utolsó mondata viszont már mutatja, hogy az oktatás sem mentes az ilyen elsöprő és meggondolatlan ideáktól.

Ennek figyelembevételével is érdemes tehát néhány kérdésre keresnünk a választ:

Miként fogják az új technológiák megváltoztatni életünket?

Ki fér hozzá a digitális technológiákhoz?

Milyen képességeket és készségeket kell elsajátítaniuk a digitális írástudás területén a tanulóknak ahhoz, hogy írástudó állampolgárokként éljenek és boldoguljanak napjainak világában?

Hogyan kell átalakítanunk az oktatási és tanulási módokat a hagyományos környezetekben úgy, hogy alkalmazkodjanak az új, digitálisan továbbfejlesztett tanulási környezetekhez? (Madigan, 2006)

Irodalom

- A levelezésnél is népszerűbbek a közösségi oldalak. (2009. 03. 13.) *SG.hu*, 2009. 12. 02-i megtekintés, *SG.hu* [on-line], http://www.sg.hu/cikkek/66167/a_levelezesnel_is_nepszer_369_bbek_a_kozossegi_oldalak
- Allen, M. (2008): Web 2.0: An argument against convergence. *First Monday*, 13. sz. 2009. 12. 02-i megtekintés, *First Monday* [on-line], <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2139/1946>
- Bakos Ferenc (1989, szerk.): *Idegen szavak és kifejezések szótára*. Kilencedik kiadás. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Bawden, D. (2008): Origins and concepts of digital literacy. In: Lankshear, C. és Knobel, M. (szerk.): *Digital Literacies: concepts, policies and practices*. Peter Lang, New York, NY. 17–32.
- Bawden, D és Robinson, L. (2009): The dark side of information: overload, anxiety and other paradoxes and pathologies. *Journal of Information Science*, 35. 2. sz. 180–191.
- Beer, D. és Burrows, R. (2007): Sociology and, of and in Web 2.0: Some Initial Considerations. *Sociological Research Online*, 12. sz. 2009. 12. 02-i megtekintés, *Sociological Research Online*, <http://www.socresonline.org.uk/12/5/17.html>
- Berners-Lee, T. (2006): *Developer Works Interviews: Tim Berners-Lee*. 2009. 12. 02-i megtekintés, **IBM**, <http://www.ibm.com/developerworks/podcast/dwi/cm-int082206txt.html>
- Bridges, K. (2008): Librarians and the Attention Economy. *Library Philosophy and Practice*, 2009. 12. 02-i megtekintés, **Library Philosophy and Practice** [on-line], <http://libr.unl.edu:2000/LPP/bridges3.htm>
- Brooks, T. (2003): Web search: how the Web has changed information retrieval. *Information Research*, 8. sz. 2009. december 2-i megtekintés, *Information Research* [on-line], <http://informationr.net/ir/8-3/paper154.html/>
- Buschman, J. (2009): Information literacy, „new” literacies, and literacy. *Library Quarterly*, 79. sz. 95–118.
- Chan, S. K. and Foo, R. (2004): Interdisciplinary perspectives on abstracts for information retrieval. *IBERICA*, 8. sz. 100–124. 2009. 12. 02-i megtekintés, *IBERICA* [on-line], <http://www.aelfe.org/documents/07-RA-8-Chan-Foo.pdf>
- CIBER (2008): Information behaviour of the researcher of the future. 2009. 12. 02-i megtekintés, *IBERICA* [on-line], http://www.jisc.ac.uk/media/documents/programmes/reppres/gg_final_keynote_11012008.pdf
- Cope, B és Kalantzis, M. (2009): Signs of epistemic disruption: Transformations in the knowledge system of the academic journal. *First Monday*, 14. sz. 2009. 12. 02-i megtekintés, *First Monday* [on-line], <http://www.firstmonday.org/issue14.2/cope.html>

www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2309/2163

Cox, A. M. (2008): Flickr: a case study of Web2.0. *Aslib Proceedings*, 60. sz. 493–516.

Csepeli György (2008): Wikitudás. *Kritika*, 37. sz. 2–4.

Drótos László (2006): Két kultúra? A (c) és a (cc). *Tudományos és Műszaki Tájékoztatás*, 53. sz. 159–167.

Everitt, D. és Mills, S. (2009): Cultural anxiety 2.0 *Media, Culture and Society*, 31. sz. 749–768.

Ginsparg, P. (2007): Next-Generation Implications of Open Access. *CTWach Quarterly*, 2009. 12. 02-i megtekintés, *CTWach Quarterly* [on-line], <http://www.ctwatch.org/quarterly/articles/2007/08/next-generation-implications-of-open-access/>

Goldhaber, M. H. (1996): *M. H. Goldhaber's Principles of the new economy*. 2009. 12. 02-i megtekintés, <http://www.well.com/user/mgoldh/principles.html>

Hobbs, R. (2006): Reconceptualizing media literacy for the digital age. In: Martin, A. és Madigan, D. (szerk.): *Digital literacies for learning*. Facet, London. 99–109.

Keen, A. (2007): *The Cult of the Amateur*. Nicholas Brealey Publishing, London.

Kleiner, D. és B. Wyrick (2007): InfoEnclosure 2.0. *Mute 2.*, 2009. 12. 02-i megtekintés, *Mute 2.* [on-line], <http://www.metamute.org/en/html2pdf/view/9202>

Koltay Tibor (2007): Információs műveltség: fogalmak, mítoszok, kommunikáció. *Iskolakultúra*, 17. 119–129.

Lessig, L. (2007): *Keen's 'The Cult of the Amateur': BRILLIANT!* Blogbejegyzés, 2009. 12. 02-i megte-

kintés, http://www.lessig.org/blog/2007/05/keens_the_cult_of_the_amateur.html

Madigan, D. (2006): Supporting and enabling digital literacy in a global environment: preview of Part 2. In: Martin, A. és Madigan, D. (szerk.): *Digital literacies for learning*. Facet, London. 135–141.

Maróti Andor (2008): Változnia kell-e a művelődésnek az információs társadalomban? *Tudásmenedzsment*, 9. sz. 3–7.

m_eszter (2008): Magyar fiatalok: virtuális barátok, önbizalomhiány. Blogbejegyzés az *SG.hu/blog* oldalon, 2008. 03. 09. 2009. 12. 02-i megtekintés, *SG.hu/blog* [on-line], <http://aranyhalacska.blogspot.com/2008/03/magyar-fiatalok-virtulis-bartok.html>

Petersen, S. M. (2008): Loser Generated Content: From Participation to Exploitation. *First Monday*, 13. sz. 2009. 12. 02-i megtekintés, *First Monday* [on-line], <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2141/1948>

Scholz, T. (2008): Market Ideology and the Myths of Web 2.0. *First Monday*, 13. sz. 2009. 12. 2-i megtekintés, *First Monday* [on-line], <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2138/1945>

Zsák J. (2008) A műveltség fogalmának eredete és értelmezésének változásai. In: Varga K. (szerk.) *A 21. század műveltsége. E-könyv az információs műveltségről*. Pécsi Tudományegyetem, Pécs. 2009. 12. 02-i megtekintés [on-line], <http://www.lib.pte.hu/elektkonyvtar/ekonyvek/elibrary/21szazad/>

Koltay Tibor

Szent István Egyetem, Alkalmazott Bölcsészeti Kar,
Informatikai és Könyvtártudományi Tanszék