

Hasznos-e a kultúrakutatás?

Bevezető

1. Ha valaminek – jelen esetben egy tudományterületnek – a gyakorlati értékéről, a hasznosságáról gondolkodunk, először érdemes meghatározni a *hasznosság* fogalmát. Mit értünk egészen pontosan hasznosság alatt? Mi a haszon? Mitől válik valami hasznossá? Milyen kontextusokban beszélhetünk egy tudományterület hasznosságáról? Minden tudományterület magától értetődően el kell, hogy jusson arra a pontra, amikor reflektál önmagára, meghatározza saját helyét és szerepét a társadalomban, kijelöli feladatait, főbb irányvonalait. A legtöbb esetben ez az önreflexió időről időre megismétlődik, történelmi kontextusba helyeződik. Mégis, amikor *hasznosságról* kell beszélünk, nem az önelemző, önreflexív szerepkijelölés gondolata sejlik fel, hanem valami ennél sokkal általánosabb, számokban mérhető, egzakt, „kívülálló” számára is értelmezhető és átlátható haszon ideája az első asszociáció. Valami olyan társadalmi többlet, amellyel az adott tudományterület legitimálhatja létjogosultságát szakmai körökön kívül is. Egy kutató számára viszonylag egyszerű feladat saját kutatási területének gyakorlati értékéről számot adnia, a laikus közönség szemében azonban a felsorakoztatott gyakorlati felhasználási lehetőségek nem mindig egyértelműen megragadhatóak. Megfogalmazódik benne a kérdés, hogy ennek a sok remek gyakorlati alkalmazási aspektusnak mégis *mi haszna van?* Éppen ezért jelen tanulmányban arra törekszem, hogy a kultúrakutatás szerteágazó tudományterületének gyakorlatban felhasznált vagy felhasználható eredményeinek hasznosságát támasszam alá lehetőség szerint olyan érvekkel és példákkal, amelyek nem csupán a szakmai közönséget győzik meg.
2. A *Magyar Értelmező Kéziszótárban* több definíció is szerepel a „haszon” kifejezés megfogalmazására. Ezek közül az értelmezések közül a későbbiekben kettőt vizsgálok meg részletesebben: „1. Anyagi előny, nyereség. [...] 2. Szellemi, erkölcsi, társadalmi érték, előny.” (Juhász József szerk. 1985: 552). Az értelmező kéziszótár szerint a hasznos kifejezés valamilyen „1. Anyagi, szellemi, erkölcsi hasznot hajtó. [...] 3. Célravezető, eredményes.” (Juhász 1985: 552) dolgot jelöl. Ezek alapján, ha egy adott dolog, jelen esetben egy tudományterület hasznosságáról beszélünk, akkor ennek a tudományterületnek valamiféle „szellemi, erkölcsi, társadalmi értéket” kell teremtenie, mindezt pedig minél *eredményesebben* kell művelnie. Az angol *useful* kifejezés némileg árnyalja, kiegészíti a hasznosság fogalmát. Az angol terminus magában hordozza a gyakorlati alkalmazhatóság szükségességét is.¹ Úgy gondolom, hogy a társadalomtudományoknak, szűkebb vizsgálódási keretként pedig a kultúrakutatásnak mindez nem csupán hasznos hozadéka, hanem célja is egyben.
3. Az értékteremtő funkció mellett, a hasznosság kontextusában, napjainkban egyre nagyobb súllyal bír az anyagi előny aspektusa is, így írásomban a kultúrakutatásban rejlő szellemi, erkölcsi, társadalmi értékeken kívül igyekszem felvázolni a terület kutatási módszereiben, eredményeiben rejlő piaci lehetőségeket, értékeket, gyakorlati alkalmazási lehetőségeket is. Úgy vélem, a társadalom részéről természetes igény, hogy a tudomány ne pusztán öncélú elmélkedés legyen, hanem az értékteremtés mellett materiális hasznot is hajtson, és bár ez rendszerint megtörténik, a haszon nem mindig egyértelműen érzékelhető a mindennapi életben, illetve ha érzékelhető is, nem feltétlenül tulajdonítjuk az adott többletet a társadalomtudomány – jelen esetben a kultúrakutatás – hasznos hozadékának. Éppen ezért jelen tanulmány egyik fő célja, hogy rávilágítson, a piaci szféra mely szegmenseiben hasznosíthatóak igen nagy hatékonysággal a kortárs kultúrakutatás eredményei.²
4. Mielőtt rátérnék a hasznosság két aspektusának a kultúrakutatás gyakorlati alkalmazási területeinek perspektívájából történő bemutatására, igyekszem felvázolni a kultúrakutatás néhány, a téma szempontjából releváns irányvonalát illetve ezek gyakorlati alkalmazási lehetőségeit, ez-

zel elméleti keretet adva munkámnak. Ezek után térek rá a kultúrakutatás hasznosságát alátámasztó érvek és eredmények bemutatására. Elsőként sorra veszem, hogy milyen társadalmi többlettel, erkölcsi értékekkel gazdagítja korunkat a kultúrakutatás tudománya, majd rátérek a területben rejlő piaci lehetőségek végiggondolására. Írásom célja, hogy olyan oldalról mutassam be ezt a rendkívül sokoldalú, gyümölcsöző kutatási területet, amely a nem szakavatott olvasó számára is láthatóvá teszi annak erkölcsi és anyagi hozadékait egyaránt.

A kultúrakutatás lehetséges irányai, gyakorlati alkalmazási területei

5. A kultúrakutatás egy igen tág, több kutatási irányzatot magába foglaló, a társadalom szinte minden rezdülésére érzékeny területe a társadalomtudományoknak, amely rengeteg gyakorlati alkalmazási területtel rendelkezik. Jelen tanulmány keretein túlmutatna egy átfogó, a kultúrakutatás összes területére kiterjedő, az egyes területeket történeti kontextusban tárgyaló leírás, ezért írásomban a rengeteg vizsgálódási irány közül csupán öt, a kortárs kultúrával, stílusokkal, fogyasztási szokásokkal aktívan foglalkozó területet emelek ki.
6. Úgy vélem, hogy a kultúrakutatás kapcsán elengedhetetlen a kulturális antropológiának, mint az emberi kultúrával az egyik legrégebben foglalkozó kutatási területnek a tárgyalása, mivel kutatási módszerei, eredményei nélkülözhetetlen táptalajt nyújtottak és nyújtanak a modern és posztmodern társadalmakkal, csoportokkal, kultúrákkal kapcsolatos vizsgálódásokhoz, mint például a kritikai kultúrakutatás vagy a szubkultúra-kutatás. A kritikai kultúrakutatással, valamint a szubkultúra-kutatással szorosan összekapcsolódik a populáris kultúra tanulmányozása, illetve a média szerepének, közösségszervező erejének, hatásainak vizsgálata is. Az előbb említett kutatási irányok mindegyike színes gyakorlati alkalmazási lehetőségeket rejt magában, illetve, bár különböző aspektusokból, de a mindennapi élettel, kultúrával való foglalkozásuk révén a bennük rejlő erkölcsi és piaci értékek is könnyen felismerhetőek.

Kulturális antropológia³

7. Az antropológia gyakorlati alkalmazásának lehetősége tulajdonképpen egyidős az antropológia tudománnyá válásával. Ahogyan azt Haraszti Anna is kifejti, „legelőször 1879-ben, tehát már az antropológia mint diszciplína megjelenésekor beszéltek »alkalmazott etnológiáról«” (Haraszti 2005: 217), bár ebben az időszakban az alkalmazás gondolata elsősorban a gyarmatosítás kapcsán merült fel. Az antropológia eredményeinek és módszereinek felhasználása csak jóval később, a második világháború alatt vált igazán elterjedté. Az Amerikai Egyesült Államokban előszeretettel használták fel az antropológusok ismereteit az ellenség kultúrájának, szokásainak értelmezése kapcsán, de a háborús időszak alatt sem ez volt az antropológia egyetlen alkalmazási területe. Antropológusok segítettek a nemzeti öntudat erősítésében, vészterhes időkben a közkerölcs megalapozásában. Nem véletlen, hogy éppen a második világháború alatt, 1941-ben alakult meg az Alkalmazott Antropológiai Társaság a Harvard Egyetemen. (Haraszti 2005: 218)
8. Az antropológia háború alatti alkalmazásának ékes példája Ruth Benedict *Krizantém és kard* című, a japán mentalitásról, kultúráról szóló könyve. A háború tragikus ténye, illetve az, hogy egy tudományterület eredményeit katonai célokra használják fel, rengeteg erkölcsi és morális kérdést, problémát vet fel, Benedictnek mégis sikerült egy olyan leírást készítenie, amely semmi kétséget nem hagy afelől, hogy ő nem csak mint kutató, hanem mint ember is tiszteli az általa vizsgált népet. Bár a háború alatt saját országa ellenségét éppen megismerő tudósként foglalkozott Japánnal, egy olyan művet alkotott, amelyet függetleníteni lehet a háborús körülményektől. Ő maga is beszámolt arról, hogy mennyire nehéz helyzetben volt: „Nehéz volt a feladat. Amerika és Japán háborúban állt, és ilyenkor könnyű mindent elítélni, amit az ellenség tesz, és sokkal nehezebb megpróbálni meglátni, hogy ő miként szemléli a világot saját sze-

mével. De meg kell tenni.” (Benedict, R. – Szadahiko, M. 2006: 27) Éppen ebben rejlik a kulturális antropológia egyik legfontosabb sajátossága: a másik kultúrájának, gondolkodásának ítéletmentes megértésére való törekvés. És, bár a háború egy rendkívül megrázó állapot, mégis rávilágított arra, hogy elengedhetetlen a másik fél mentalitásának ismerete.

9. A háborús időszak után, békeidőben is tovább hasznosították az antropológiai megismerésben rejlő lehetőségeket. Az antropológia gyakorlati alkalmazása köré a tudományterületen belül két irányzat is összpontosult: az alkalmazott antropológia és a Sol Tax nevéhez fűződő akcióantropológia.⁴ Ahogyan azt Haraszti Anna összefoglalja, mindkét irányvonal egy adott közösség problémáinak megoldását tűzte célul, de míg az alkalmazott antropológust egy szervezet, esetleg egy ország kormánya alkalmazza a probléma feltárása és megoldása során, addig az akcióantropológus önszántából, a közösséggel együttműködésben igyekszik orvosolni a közösség tagjai által is nehézségnek ítélt problémát. Ilyen, társadalmi szempontból fontos, megoldandó problémákra több megoldási javaslatot, kísérletet is találunk Haraszti írásában, például: egy adott területen a terméketlen termőföld termővé tétele; egy közösség nyelvének és kultúrájának megőrzése; vagy egy adott kisebbség képviselője felsőbb szervek előtt. (Haraszti 2005: 215–225) Sol Tax maga fejti ki, hogy az akcióantropológus nem elégszik meg a pusztán megfigyeléssel. Az akcióantropológus az általa vizsgált csoportot szeretné hozzásegíteni bizonyos változások megtörténéséhez; az egyes folyamatokban katalizátor-szerepet kíván betölteni. (Tax 1975:515) Az akcióantropológia mellett érdemes még megemlíteni az aktivista antropológiát, amelyre kiváló példa Udvarhelyi Éva Tessza hajléktalanok körében végzett munkássága. Az „*Utca Emberétől a „Város Mindenkéig”*”. *Lakhatási jogok, önszerveződés és aktivista antropológia* című írásában Udvarhelyi az aktivista antropológia két különböző formáját mutatja be konkrét kezdeményezéseken keresztül, amelyek a hajléktalanok városhoz való jogának érvényesítésére irányulnak. (Udvarhelyi 2010: 44–63) Egy közösség életébe történő beavatkozás, legyen az bármilyen jó szándékú is, nyilvánvalóan rengeteg etikai kérdést vet fel, ráadásul az sem biztos, hogy ez a fajta beavatkozás mindig pozitív végeredménnyel jár, a hasznosság általam felvázolt kontextusában azonban úgy gondolom, nem vitatható az antropológia gyakorlati alkalmazásának fontossága. Önmagában az, hogy rámutat megoldandó problémákra, hatalmas értéket jelent, nem beszélve arról, ha mindezt megoldás is kíséri.⁵

Kritikai kultúrakutatás

10. A kortárs kultúrával foglalkozó cultural studies – melynek magyar elnevezése a kritikai kultúrakutatás – az ötvenes években született meg Nagy Britanniában. A háború után a brit munkásosztály életében gyökeres változások mentek végbe, amelyek a munkáscsaládok mindennapi életére is nagy hatást gyakoroltak.⁶ A hagyományos munkásosztálybeli élet széttöredezett, az osztálykülönbségekből fakadó konfliktusok egyre inkább elmélyültek. A kritikai kultúrakutatás egyik atyja, a Kortárs Kritikai Kultúrakutatási Központ megalapítója, Richard Hoggart, aki maga is munkáscsaládból származott. *The Uses of Literacy* című, programadó munkának tekintett művében saját szubjektív élményein keresztül igyekezett bemutatni azokat a változásokat, amelyek a munkásosztályban a háború utáni időszakban végbementek, különös hangsúlyt fektetve arra, hogy ezek a változások mennyiben befolyásolták az emberek mindennapi életét, életmódját. Ahogyan azt During is kifejti, a kritikai kultúrakutatás számára a kultúra nem a „magaskultúra” jelölője. Hoggart és követői a mindennapi élet kultúrájával, a marginalizált csoportokkal, a komoly társadalmi problémákkal küszködő rétegekkel foglalkoztak: „[...] a kritikai kultúrakutatást leginkább az érdekli, hogy a legkevesebb hatalommal bíró csoportok hogyan dolgozzák ki a gyakorlatban a kulturális termékekre vonatkozó saját olvasatukat és használati módjukat – kinevetik-e, ellenállnak-e nekik vagy felhasználják őket saját identitásuk kialakításában.” (During 1995: 163) Vörös Miklós és Nagy Zsolt a kritikai kultúrakutatás politikai elköteleződésének hangsúlyozása mellett igyekeznek kiemelni annak interdiszciplináris jellegét is, valamint felvázolják a tudományterület helyét a magyarországi kultúrakutatásban. Úgy vélik „A magyarországi társadalomtudományi intézményi struktúrában és diszciplináris tagolódásban az esztétika, a kulturális antropológia, a művészetszociológia és a szociográfia határvidéke

jöhet szóba.” (Vörös – Nagy 1995: 155.) Vörös és Nagy is kitérnek arra, hogy a kritikai kultúrakutatás egyik fő célja a „(...) a kulturális közép, a főáram láthatóvá tétele és dekonstrukciója, illetve a kulturális »másság« láthatóvá tétele és elfogadtatása.”, illetve „(...) azoknak a folyamatoknak a rekonstruálása, melyek újratermelik a »magaskultúra« és a »populáris kultúra« közötti, társadalmilag konstruált különbségeket.” (Vörös – Nagy 1995: 155)

11. A kritikai kultúrakutatás vizsgálati fókuszának, a mindennapi élet kultúrájának kutatásának köszönhetően nagyon nehezen választható el azoktól a tudományterületektől, amelyekből maga is merít, illetve amelyek – részben – belőle fejlődtek ki: a kulturális antropológiától, a szubkultúra-kutatástól, a szociológiától, vagy a médiakutatástól. Éppen ezért gyakorlati alkalmazási területeik is sok esetben azonosak, hiszen ezek a tudományterületek gyakran szoros együttműködésben dolgoznak egy-egy társadalmi probléma megoldása során. Paul Willis *A skacok. Iskolai ellenkultúra, munkáskultúra* című, a munkáscsaládból származó fiúk iskolaelenes kultúráját bemutató kötete (Willis 2000) például méltán tekinthető interdiszciplináris munkának. During a kritikai kultúrakutatás egyik alapműveként tartja számon *A skacokat*, holott Willis gyakorlatilag hagyományos antropológiai terepmunkát végzett: együtt töltötte mindennapjait vizsgált közösségével mind az iskolában, mind pedig a szabadidős tevékenységeik során. Ezzel az „együttéléssel” sikerült Willisnek elérnie, hogy a saját kultúrájának egy adott szegmense, amelynek – lévén, hogy már nem diák – nem tagja, bizalmába fogadja. Így sikerült Willisnek feltárnia a munkásosztályból származó fiúk valódi problémáit, gondolkodásmódját, saját maguk által reálisnak tartott életkilátásait. Saját, kortárs kultúrájának egy csoportját vizsgálta antropológiai módszerekkel, így rámutathatott olyan társadalmi problémákra, melyek egy ilyen kutatás nélkül nem biztos, hogy a tudományos, politikai, oktatási diskurzusba bekerülhettek volna.
12. Magyar vonatkozásban Willis munkájához hasonló, egy konkrét csoport, egy Heves megyei cigány közösség megértésére, megismerésére vállalkozó, antropológiai terepmunkán alapuló mű Michael Sinclair Stewart *Daltestvérek. Az oláhcigány identitás és közösség továbbélése a szocialista Magyarországon* című kötete. Stewart írása kiválóan érzékelteti a kulturális antropológia és a kritikai kultúrakutatás kapcsolatát, hiszen az eredetileg antropológiai írás kiválóan beleilleszthető a kritikai kultúrakutatás paradigmájába is. Stewart, az antropológia módszertani hagyományainak megfelelően együtt élt vizsgált közösségével, kötetében pedig a legapróbb részletekig igyekezett bemutatni a harangosi cigányság életét, világnézetét, az egyes politikai döntések mindennapi életükre gyakorolt hatását. Már a kötet bevezetőjében megfogalmazódik az alkalmazott kultúrakutatás egyik legfőbb célja, a társadalmi problémákra való rávilágítás: „Ha ez a könyv arra indítja az új társadalmi reformereket, hogy nagyobb érzékkel és a cigányok igényei szerint dolgozzanak a cigányokkal együtt, akkor megírásának volt némi értelme.” (Stewart 1994: 12)
13. A kortárs kritikai kultúrakutatásnak, ahogyan erre During is rámutat, a hátrányos helyzetű csoportok vizsgálata mellett kialakult egy másik ágazata is, amely a „kommersz kultúra” (During 1995: 17–18) felé fordította figyelmét. A populáris kultúra, illetve annak fogyasztása szerkesztés része a legtöbb ember mindennapi életének, éppen ezért releváns tárgyát képezi a kultúrakutatásnak. Ezen irányzat azonban annyira összefonódott a populáris kultúrával foglalkozó más tudományokkal, mint a szubkultúra-kutatással vagy a médiakutatással, hogy gyakorlati felhasználási területeire a médiakutatást, valamint a szubkultúra-kutatást tárgyaló bekezdésekben térek ki.

Szubkultúra-kutatás⁷

14. A szubkultúra-kutatás története több szálon összefonódik a kritikai kultúrakutatás történetével, vizsgálódásuk tárgya is sok esetben fedí egymást. A szubkulturális közösségekkel⁸ való tudományos foglalkozás első hulláma az 1950-es évekre tehető. Ebben az időszakban a kutatók elsősorban munkásosztályból származó, deviáns közösségekkel, bűnözői csoportokkal, banda-

kultúrákkal foglalkoztak. A szubkultúra-kutatás második hulláma a korábban már említett, Richard Hoggart által alapított Kritikai Kultúrakutatási Központ munkásságához kötődik. A kutatók érdeklődése középpontjában még mindig a munkásosztály állt, ám a vizsgálódások fókusa immár a látványos, stílusorientált ifjúsági közösségek felé fordult. A stílusorientált közösségek kutatására több hazai példát is találunk. Ide sorolhatóak például Rácz József kutatási a nyolcvanas évek magyarországi ifjúsági szubkultúráiról: a csövesekről, a punkokról, a skinheadekről, a rockerekről, illetve a sátánista csoportokról. (Rácz: 1998 51–71)

15. Az egyes szubkultúrák stílusjegyeit, külső megjelenési formáit a kutatók szemiotikai úton próbálták elemezni, amely a kritikai kultúrakutatás egyik jellemző módszere volt. Kitűnő például szolgálnak erre Dick Hebdige punk szubkultúrával kapcsolatos kutatásai. Hebdige úgy gondolta, hogy a punk stílus egységes és célzatos kommunikáció (Hebdige 1995: 181–200), a punkok külső megjelenése tulajdonképpen a bennük lévő feszültség kifejeződése, amely a szemiotikai elemzés révén egyértelművé válik. A Kortárs Kritikai Kultúrakutatási Központ képviselői a szubkultúrák létrejöttét a munkásosztály és a középosztály között jelenlévő társadalmi feszültségekre adott válaszreakciónak tekintették. Ettől az irányzattól jelentősen eltér a szubkultúra-kutatás harmadik hulláma, a posztmodern irányzat, amely napjainkban is tart. Megszűnik a szubkultúrák osztályhelyezethez való kötődése, a hangsúly a társadalmi feszültségekről áthelyeződik a fogyasztás, a fogyasztói kreativitás, a divat, illetve a média szubkulturális életben betöltött szerepének vizsgálatára. (Kacsuk 2005: 91–110)

16. Jelen dolgozat szempontjából a posztmodern, kortárs irányzat a legfontosabb. Napjainkban a szubkultúra-kutatás, a többi itt tárgyalt irányzattal együtt, a mindennapi élet szinte minden szegmensére kiterjed. Vizsgálódása tárgya mindig valamilyen csoport, közösség vagy stílus, amelynek tagjai rendelkeznek valamiféle azonosulás tudattal. Hodgkinson szubkultúra definíciója szerint a szubkultúrák lényege egyfajta kulturális szubsztanciában rejlik, amelynek négy eleme van. Az első a *következetes jellegzetesség*, amely az ízlések és attitűdök hasonlóságára utal. Ezt követi a közös *identitástudat* és a szubkultúrával szemben való *elkötelezettség*, végül pedig az *autonómia*, azaz a tömegmédiától való függetlenség. (Kacsuk 2005: 107–108) Ezekkel az attribútumokkal nagyon sok közösség rendelkezhet a zenei alapon szerveződő ifjúsági csoportoktól a vallási közösségeken át egészen az online térben szerveződő közösségekig. Éppen ezért a szubkultúra-kutatás igen sok gyakorlati alkalmazási lehetőséget rejt magában. Segíthet például megérteni a fiatalok internet használati szokásait, újfajta kapcsolatteremtései és kapcsolattartási módszereit, jó táptalajul szolgálhat a divat- és trendkutatásokhoz, hozzájárulhat ifjúsági közösségek értékrendjének, világnézetének megértéséhez, ezzel hozzásegítve bennünket a kortárs társadalom különböző szegmenseinek megismeréséhez, megértéséhez.

17. Kacsuk Zoltán felhívja a figyelmet arra, hogy a szubkultúra-kutatás, mint a fogyasztás és szabadidő-eltöltés alapú kultúrákkal foglalkozó terület, szorosan kapcsolódik a rajongókutatáshoz, a sportkutatáshoz, valamint a populáris zene kutatásához is. (Kacsuk 2012: 11–23) A szubkultúra-kutatáshoz azonban nem csupán a szabadidő eltöltésével foglalkozó vizsgálatok kapcsolódnak, hanem az életvitel egészét kutató életstílus- és milióvizsgálatok is. Ezeknek a kutatásoknak az egyik legfontosabb hozadéka az individualizációs folyamatok elemzése és bemutatása, annak bizonyítása, hogy a posztmodern szubjektum életstílusa választható, illetve a hagyományos közösségképződés átalakul, az egyes kapcsolatok illékonyabbá, átjárhatóbbá válnak. Ezek az individualizációs változások hozták magukkal a hagyományos családszerkezet, miliószerkezet, ifjúsági csoportok változásait is. (Michailow 2008: 55–78)

A populáris kultúra kutatása

18. Ahogyan arra korábban már kitértem, a szubkultúra-kutatás posztmodern irányzata nagymértékben kapcsolódik a populáris kultúra tanulmányozásához, a médiával kapcsolatos vizsgálódásokhoz, illetve a fogyasztói társadalom kutatásához. A populáris kultúra tanulmányozásának gyakorlati alkalmazási területeinek számbavétele előtt érdemes meghatározni a populáris kultúra fogalmát. Az elnevezést megközelíthetjük egyrészt a hagyományos néprajzi értelemben

vett népi kultúra fogalom felől, másrészt a kritikai kultúrakutatás által felvázolt populáris kultúra elképzelés irányából. Hofer Tamás szerint „a magyar népi kultúra és a Peter Burke-féle populáris kultúra terminus, felületesen nézve ugyanazokra a jelenségekre vonatkozik: népdalokra, balladákra, falusi multságokra, ponyvanyomtatványokra és szentképekre stb.” (Hofer 1994: 238) A populáris kultúra elnevezés azonban egy igen negatív konnotációjú kifejezés. Még a *népi kultúra* vagy a *parasztkultúra* kifejezésekről hagyományos értékekre, kulturális örökségre asszociálunk, a populáris kultúra sok esetben lekicsinylő töltettel rendelkező, városi kultúrára utaló kifejezés. A kritikai kultúrakutatás, illetve a posztindusztriális társadalmakkal foglalkozó kutatási irányzatok a populáris kultúra fogalmát egyértelműen összekapcsolják a médiával, illetve a fogyasztással. Gans szerint a népszerű, vagy populáris kultúra „a tömegmédiá és a fogyasztói javakat előállító iparágak kínálta tömegkultúra.” (Gans 2003: 114)

19.

Jelen dolgozatban populáris kultúra alatt a „népszerű kultúra” megközelítést értem. A tömegkultúrát, vagy népszerű kultúrát hagyományosan a magaskultúrával állítottak szembe értéktelen tartalmakat tulajdonítva hozzá.⁹ A tömegkultúra, vagy ahogyan Adorno nevezte a „*kultúr-
ipar*” (Horkheimer– Adorno 1990: 147–200), kritikusai szerint nem más, mint uniformizált tömegtermék, amely a befogadó passzivitására épül. Ezzel a kritikai elképzeléssel szemben azonban a populáris kultúra védelmezői aktívan felléptek. Gans fent idézett tanulmányában igyekezett egyfajta megengedő hozzáállást tanúsítani a tömegkultúrával szemben, Schusterman pedig egyenesen a populáris kultúra művészi, esztétikai értékei mellett érvelt. (Schusterman 2003: 312–369)

20.

A populáris kultúra kutatása a rokon területekkel együttműködve feltárja előttünk, hogy egy adott társadalom milyen értékrendszer szerint éli mindennapjait, milyen tartalmakat mikor fogyaszt szívesen, mit jelent számára az aktív befogadói attitűd. A populáris kultúra kutatása a fogyasztás majd minden szegmensére kiterjed a médiahasználatától kezdve a zenén és a filmművészetten át egészen a képzőművészet vizsgálatáig.¹⁰

Médiakutatás, online etnográfia

21.

A kultúrakutatás általam felvázolt lehetséges irányvonalai közül a médiakutatás az utolsó terület, amelyet jelen dolgozatban említék. A médiával való foglalkozás, a média szerepéről, hatásairól való elmélkedés a kultúrakutatás összes, eddig említett irányzatában megtalálható, a posztmodern kultúrakutatásnak pedig egyenesen az egyik alappilléreként tartható számon. A médiával kapcsolatos tudományos foglalkozásnak több, egymással ugyan összefüggő, ám mégis jól elkülöníthető irányait különböztethetjük meg.

22.

A média szerepével az egyik legrégebben foglalkozó irányzat a kritikai kultúrakutatás. Az irányzat képviselői úgy vélik, hogy a társadalom tagjai a médián keresztül egy előre megkonstruált képet kapnak a valóságról, éppen ezért ennek a konstruált képnek a szubjektív befogadására, feldolgozására kell irányulnia a kritikai kultúrakutatás médiaelemzésre vonatkozó kérdésfelvetéseinek. „Ha tehát a média nem a valóságot mutatja be, hanem a fentiek értelmében a valóság konstrukcióját tárja a befogadó elé, és ez a konstrukció ellentmondásokkal és alternatív olvasatokkal van tele, akkor az elemző kérdésének nem annak kell lennie, hogy mi a különbség a »valóság« és a média által bemutatott világ között, hanem annak, hogy milyen ez a bemutatott világ mint önmaga referenciája, hogyan jön létre és mit jelent a befogadók számára.” (Belinszki 2000)

23.

A média egyes közösségi életre gyakorolt hatásival a szubkultúra-kutatás is aktívan foglalkozik. A szubkulturális közösségek kapcsán először az 1970-es években, a Kortárs Kritikai Kultúrakutatói Központ kapcsán merült fel a média szerepének vizsgálata. Stanley Cohen úgy vélte, hogy a szubkultúrák először a médiában történő reprezentáció révén válnak láthatóvá mind saját tagjaik, mind pedig a társadalom egésze számára. (Kacsuk 2005: 94) Cohen mutatott rá arra is, hogy a média alkalmas a szubkultúrákkal szemben morális pánikot kelteni a társadalomban oly

módon, hogy eltúlozva, vészjóslóan ábrázol bizonyos csoportokhoz köthető eseményeket. (Cohen 2000: 49–65) A szubkultúrák és a média összefüggéseinek kapcsán a reprezentáció vizsgálata mellett fontos szereppel bír az egyes szubkultúrák, csoportok médiahasználati szokásainak elemző vizsgálata. A szubkultúrák médiafogyasztásának, hagyományos médiatermékeinek vizsgálatán túlmenően Hodgkinson foglalkozott elsőként egy szubkultúra online kommunikációjával a goth közösség kapcsán. (Kacsuk 2005: 108) Az online színtér növekvő szerepe a szubkulturális életben már az ezredforduló környékén egyértelművé vált. Az internet gyors, olcsó, könnyen hozzáférhető, éppen ezért nagyban megkönnyíti az egyes csoportok tagjai közötti kapcsolatépítést, kapcsolattartást, akár nemzetközi viszonylatban is. Vályi Gábor több írásában is rámutat arra, hogy „az internet fontos szerepet játszik az egyes réteg-kulturális közösségek nemzetköziesedésében” (Vályi 2007: 51).

24.

Az online színtér a mindennapi élet majd minden területére begyűrűzött, alapvetően megváltoztatva ezzel mind a munka, mind pedig a szabadidő szféráját. Gondoljunk csak bele, ma már szinte alig van olyan munkahely, ahol ne kényszerülnénk legalább a nap egy részét számítógép előtt tölteni; szabadidős tevékenységeinknek pedig egyre nagyobb részét tölti ki az internetezés, legyen az hírolvasás vagy közösségi portálok nézegetése. A kultúrakutatásnak éppen ezért fokozottabb figyelmet kell szentelnie nem pusztán az online kommunikáció vizsgálatára, hanem az online színtér szubkulturális életben betöltött hatásainak vizsgálatára, valamint az online közösségek kutatására is. Ehhez az új irányhoz a kultúrakutatás módszertana is alkalmazkodott: megjelent az „online etnográfia” (Barna 2011: 72) mint kutatási módszer. Barna Emília Giesler munkásságát hozza fel példaként, aki a fájlcsere jelenségét vizsgálva készített „terepmunkaként” e-mailen keresztül interjúkat egy bizonyos fájlcsere program felhasználóival, valamint a felhasználók fórumbejegyzéseit elemezte. (Barna 2011: 72)

25.

A társadalom egyes rétegeinek internet-használati szokásainak felmérése az egyes médiumok hatásvizsgálatainak legújabb irányzata. A különböző tömegkommunikációs eszközökről, a tömegmédia termékeiről számtalan kutatás született az elmúlt évtizedekben. Magyar viszonylatban kiemelném Császi Lajos munkásságát, aki több kötetében, tanulmányában vizsgálta, vizsgálja a populáris kultúra termékeit, illetve a jelenségeket elemző társadalmi diskurzusokat. A *Mónika-show kulturális szociológiájáról* című tanulmányában (Császi 2005) például azt vizsgálja, hogy egy a társadalomban széleskörűen elfogadott és nagy nézettséggel bíró műsor miért vált ki éles kritikákat értelmiségi körökben, illetve a műsor kedvelői milyen befogadói attitűddel tekintenek a kibeszélő show-ra. Császi mélyrehatóan foglalkozik a tévéérőszak körül kialakult diskurzusokkal, valamint a morális pánikok természetével is. A tévékrimi kapcsán arra a megállapításra jut, hogy a műfaj segít a kollektív identitás kialakításában, amelyre a fragmentált modern korban az embereknek nagy szüksége van. (Császi 2003: 116) Látható, hogy a populáris kultúra tanulmányozása, illetve a média kulturális tanulmányozása sokkal több pusztán tudományos elmélkedésnél.

26.

A médiához kapcsolódó, konkrét profitot termelő kutatási irányzat a piackutatás. A piackutatás segít felmérni, hogy mely rétegek, milyen médiumon, milyen jellegű tartalmakat fogyasztanak szívesen. Az elemzések alapján, illetve az aktív használaton keresztül a tömegmédia alakíthatóvá válik, hogy az minél jobban illeszkedhessen a befogadó társadalom igényeihez. Felmerülhet a kérdés, hogy a befogadó társadalom igényeihez való illeszkedés tekinthető-e célnak vagy értéknek. Úgy gondolom, a tömegmédia esetében a befogadó igényeihez való illeszkedés mindenképpen tekinthető célnak. Tény, hogy a médiakutatás egyes eredményei konkrétan hasznosulnak a gyártás során, ezzel piaci hasznot termelve. Az, hogy maga a tömegmédia teremt-e értéket, vagy kell-e egyáltalán értéket teremtenie, illetve ki szabja meg, vagy meg kell-e egyáltalán szabnia valakinek, hogy mi számít értéknek a tömegmédiában, egy önálló tanulmány lehetne, így erre a kérdésre jelen dolgozatban nem térek ki.

27.

A fentiekben igyekeztem vázlatosan bemutatni a kultúrakutatás kortárs kultúra tanulmányozására vonatkozó néhány irányzatát, illetve annak felhasználási területeit. Úgy gondolom, ha betekintést nyerünk e kutatási elképzelések módszereibe, vizsgált problémáiba, gyakorlati fel-

használási területeibe, könnyebb átlátni a diszciplína társadalmi hasznosságát mind értékteremtő funkciója tekintetében, mind pedig a piacon betöltött szerepével kapcsolatban. Az alábbiakban törekszem érvekkel alátámasztani a kultúrakutatás hasznosságát mind erkölcsi, mind pedig üzleti értelemben.

Érvek a kultúrakutatás hasznossága mellett

28.

A kultúrakutatás lehetséges alkalmazási területeinek számbavételét követően szeretnék külön kitérni arra, hogy ezen felhasználási területek – mint például az ifjúsági kultúra kutatása, vagy éppen a médiareprezentációs elemzés – társadalmi szempontból milyen tekintetben hasznosak, a mindennapi élet mely területeire gyakorolhatnak jótékony hatást, illetve milyen értéket teremtenek. Ebben a fejezetben vizsgálom a kultúrakutatás hasznosságát a hasznosság fogalmának a bevezetőben említett két definíciója alapján, tehát a társadalmi értéket teremtő, illetve az anyagi hasznot hajtó funkciók tükrében. A kultúrakutatás eredményeinek, módszereinek akár a mindennapi életben is nyomon követhető gyakorlati alkalmazási lehetőségeinek bemutatásával igyekszem alátámasztani a kultúrakutatás hasznosságát.

A kultúrakutatás értékteremtő funkciója

29.

Ahogy arra a bevezetőben már utaltam, a kultúrakutatás egyik legfőbb célja véleményem szerint az értékteremtés. A kulturális antropológia, amely az egyes kultúrák, csoportok megértésére, leírására törekszik, kulturális relativizmusa révén megtanít bennünket az ítékezés nélküli értelmezésre, amely a mindennapi életben is igen hasznos lehet a nemzetközi kapcsolatok tekintetében, valamint egy adott országon belül a különböző csoportok közötti feszültségek kezelésében. Ez a szemlélet felhívja a figyelmet az elfogadás fontosságára, arra, hogy a másban, a másokban csupán különbözőt és ne feltétlenül a rosszat lássuk. (Kisdi 2012: 14) Úgy gondolom, hogy ez egy megkérdőjelezhetetlen morális érték. Alkalmazási területeinek köszönhetően az antropológia értékmegőrző funkcióval is bír. Konkrét példa erre Haraszi Anna egyik akció antropológiai kutatása, melynek során közreműködött az észak-nyugat pakisztáni kalash törzs nyelvének megőrzésében (pontosabban az addig íratlan nyelv írásbeliségének megteremtésében), ezzel hozzásegítve őket hagyományos kultúrájuk megőrzéséhez. (Haraszi 2005: 215) Minden kultúra számára fontos saját nyelvének, hagyományainak, szokásainak gyakorlása és átadása a következő generációk számára, éppen ezért egy olyan tudományterület, amely a kultúra fennmaradását képes biztosítani, alapvető társadalmi értéket hordoz magában.

30.

Az idegen kultúrák sajátosságainak ismerete, a társadalom működésének átlátása mindenki számára hasznos, hiszen ezek nélkül a világban történő aktuális események nehezen értelmezhetőek. Az átlagos szemlélő saját társadalmában, saját kultúrájában, saját közegében is találkozhat olyan jelenségekkel, amelyek idegenek számára. Az idősebb generációk jellemzően idegenkedve szemlélik a fiatalok stílusközösségeit, főleg, ha azok olyan látványos csoportokba tömörülnek, mint például a goth vagy az emo közösségek tagjai. A szubkultúrákkal foglalkozó írások rávilágíthatnak arra, hogy ezek a közösségek pontosan olyan hatást váltanak ki ma az idősebb generáció tagjaiból, mint amelyet anno ők váltottak ki szüleik körében példának okáért Beatrice rajongó korokban.

31.

A kultúrakutatás jelen dolgozatban felvázolt irányai mind alkalmasak arra, hogy felhívják a társadalom figyelmét bizonyos társadalmi problémákra. A társadalom egyes rétegeiben, például marginalizált csoportokon belül, sokszor olyan komoly krízisek húzódnak meg, amelyek a tudományos, politikai diskurzus rájuk irányítása nélkül elkerülnék a többség figyelmét, ezzel szinte lehetetlenné téve az adott probléma megoldását. Azzal, hogy kutatók feltárják ezeket a problémákat, segítenek beindítani a róluk való társadalmi gondolkodást, esélyt adva a megoldás keresésének. Konkrét, magyarországi példa a kultúrakutatás figyelemfelkeltő funkciójára

Udvarhelyi Éva Tessza korábban már említett, hajléktalanok körében végzett munkássága. Udvarhelyi nem áll meg a probléma tematizálásánál, ennél jóval tovább megy: „Antropológusként végzett kutatásaimat és reflexióimat akkor tartom igazán jónak, ha segítségükkel képes vagyok aktívan és pozitívan hozzájárulni az adott kulturális-társadalmi helyzet formálásához, megváltoztatásához.” (Udvarhelyi 2010:56)Éppen ezért hívta életre amerikai mintára *A Város Mindenkié* nevű kezdeményezést, amely lehetőséget biztosít a hajléktalanok számára, hogy saját helyzetükről, problémáikról, megoldási javaslataikról ők maguk is nyilatkozhassanak, így maguk is aktívan közreműködhetnek helyzetük javításában.

32.

Az új média, az internet által kínált diszkurzív lehetőségek még inkább meggyorsítják az egy adott problémáról folyó közbeszédet. A figyelemfelkeltésnek lehetnek természetesen ennél hétköznapibb témái is. Különböző médiumok évek óta igyekeznek felhívni a lakosság figyelmét a szűrővizsgálatok fontosságára. A médiaelemzés médiahasználatra vonatkozó kutatási eredményei segíthetik e törekvést, hiszen ezen elemzésekből kiderülhet, hogy melyik vizsgálat célközönségét milyen csatornán keresztül lehet a leghatékonyabban megszólítani.

33.

A kultúrakutatás eredményeit az oktatásban is hasznosíthatjuk. A tudatos médiahasználatra való oktatás rendkívül hasznos felhasználási területe a kultúrakutatás eredményeinek. Ahogy arra Serafin is rávilágít, világról való ismereteinket elsősorban médiaszövegek fogyasztása során gazdagítjuk, így elengedhetetlen, hogy tudatosan dolgozzuk fel ezeket a tartalmakat. Nagyon fontos, hogy a média tudatos használatára oktató kurzusok, médiahasználati programok az oktatás részét képezzék. (Serafin 2011: 179–182) Az információ megfelelő feldolgozása mellett, a közösségi portálok térhódításának időszakában arra is hasznos lenne felhívni már gyermekkorban a figyelmet, hogy a felhasználók tudatosan használják ezeket a felületeket saját biztonságuk érdekében.

34.

A fent említett néhány példa csupán töredéke annak a rengeteg hasznosítási lehetőségnek, amelyet a kultúrakutatás eredményei nyújtanak számunkra, mégis láthatóvá teszik, hogy e tudományterület mennyi szellemi, erkölcsi és társadalmi értéket hordoz.

A kultúrakutatás eredményeiben rejlő piaci érték

35.

Ruth Benedict Japánnal kapcsolatos, második világháború alatti kutatásai kapcsán már előke-reült a kulturális antropológia gyakorlati alkalmazásának egyik fontos területe. A másik ország mentalitásának megismerésének hasznosságából ma is sokat meríthetünk. A *Culticon* online művészeti-kulturális magazin egyik szerzője egyenesen stratégiai jelentőségűnek tartja a kultúrakutatást. Úgy véli, hogy „az aktuálpolitikában ma hangsúlyosabb kérdés a kultúra, a kultúrához kapcsolódó identitás, mint valaha. (...) Észre kell viszont vennünk a saját kultúra, a nemzeti, etnikai identitások reneszánszát, melyek nem lehet tudni, milyen erővel képesek befolyásolni a politikai, társadalmi, gazdasági folyamatokat.”¹¹ A szerző írásában kitér arra, hogy a mai kommunikációs és gazdasági fejlődés következtében elkerülhetetlen a kultúrák közötti állandó interakció, éppen ezért vált a gazdasági eredményesség szempontjából nélkülözhetelenné a kultúrakutatás.

36.

A kulturális különbségek ismerete és megértése azonban nem csupán országok között fontos, hanem országon belül is, hogy az egyes kisebbségek – saját kultúrájuk, hagyományaik megőrzése mellett – békében éljenek egymás mellett, könnyebben integrálódhassanak egy adott társadalomba, megfelelő munkához juthassanak. Egy közösségen belül több olyan gazdasági probléma is felmerülhet, amelyekre az egyes alkalmazott elméletek megoldást jelenthetnek: például egy ország elnéptelenedő területein végzett terepmunka segíthet feltárni az elnéptelenedés okait és javaslatokat tehet az elnéptelenedés megállítására, esetleg megszervezheti az ott élő gyermekek oktatását, kidolgozhat munkahely-teremtési stratégiákat. Önkormányzati szinten nagy segítséget nyújthatnak az e-demokráciával, e-önkormányzattal foglalkozó kutatások. Kumin Ferenc Baja példáján keresztül vizsgálta meg az online közéleti aktivitás, az online politizálás sajátosságait. Igyekezett feltárni egy város online közéleti színterének kialakítása során

felmerülhető konfliktusokat, a jövőbeni nehézségek leküzdésének lehetséges irányait, illetve arra is kitér munkájában, hogy „hogyan tudja az online politizáló közösség befolyásolni a helyi döntéshozatalt.” (Kumin 2007: 92) Megállapításai hasznosak lehetnek olyan települések számára, amelyek éppen most készülnek megteremteni helyi online nyilvánosságukat. Az antropológiai módszerek alkalmazása a településfejlesztésben is igen hasznos segítséget nyújt. Letenyei László *Antropológiai módszerek alkalmazása a településfejlesztésben* című írásában mutatja be, hogy saját cégében hogyan alkalmazza például a résztvevő megfigyelést, vagy a mentális térképezést. (Letenyei: 2007) Fehérvári Marcell *Antropológiából megélni? A gyakorlati élet prioritása egy szakmai civil szervezet stratégiájának kialakításában* című írásában kifejti, hogy melyek azok a területek, intézmények, ahol hasznos lehet egy antropológus szakértő munkatárs. A település-, illetve városfejlesztés mellett ide sorolhatóak a tájvédelem, az egészségügy, a bevándorlási hivatalok, valamint a legkülönbözőbb civil szervezetek. Fehérvári arra is rámutat, hogy a nyugati országokban az antropológusok állami intézményekben történő alkalmazásának már komoly hagyományai vannak.¹²

37.

A kortárs kultúrával, a populáris kultúrával, illetve a médiával foglalkozó kutatások eredményeit jól hasznosíthatja a reklámpia is. Az egyes nézettségi, olvasottsági, látogatottsági statisztikák alapján könnyen megállapítható, hogy milyen platformon milyen célközönségnek milyen reklámot célszerű elhelyezni. A médiatermékek befogadói attitűdjeit vizsgáló kutatási eredmények jó táptalajul szolgálhatnak a médiatartalmak előállítói számára abban a tekintetben, hogy milyen jellegű tartalmakat kell készíteniük ahhoz, hogy azt a legtöbben fogyasszák. A fogyasztás kontextusában a szubkultúra-kutatást is meg kell említeni. Az ifjúsági kultúrával, stílusirányzatokkal foglalkozó kutatásokkal mára szorosan összefonódott a divat és trendkutatás. A legtöbb stílusirányzat mögött komoly marketingmunka áll, a divatcégek felkészültek az egyes szubkultúrák kiszolgálására. A szubkulturális barkácsolás ma már leginkább a készen megvásárolható ruhadarabok, kiegészítők beszerzésében merül ki. Az igények kiszolgálása a piac szempontjából azonban nem csak szubkulturális szinten fontos, hanem többségi szinten is. Bármilyen szolgáltatónak folyamatosan fel kell mérnie közönsége igényeit, hogy mindig a számukra legmegfelelőbb szolgáltatást tudja kínálni, ehhez pedig a hagyományos társadalomtudományi kutatási módszereket használja, illetve azokból táplálkozik: kérdőívezés, interjúzás, statisztikák készítése a látogatottsági, nézettségi, népszerűségi adatokból.

38.

A mediális változások következtében, az internetes terjesztésnek köszönhetően a zeneipar is jócskán átalakult az utóbbi évek során. Az eladott lemezek száma drasztikusan csökkent, ezen eladások nagy részét átvette a digitális terjesztés. Az egyes együttesek rengeteg új felületet kaptak a hálózaton keresztül önmaguk reklámozására, turnéik hirdetésére, a közönséggel való kapcsolattartásra. Ahhoz, hogy a zeneipar, a szórakoztatóipar, vagy akár a divatcégek előnyükre kovácsolhassák a modernitás óta zajló információs változásokat, szükségük van olyan marketinges szakemberekre, akik a médiakutatással, a populáris kultúra tanulmányozásával, illetve az ifjúsági kultúrákkal kapcsolatos vizsgálatokban is jártasak.

Összegzés

39.

Jelen tanulmányban a *hasznosság* fogalmának definíciójából kiindulva igyekeztem rávilágítani arra, hogy a kultúrakutatás milyen jelentős társadalmi hasznot hajt mind morális, mind pedig piaci értelemben. Írásom első felében felvázoltam a kultúrakutatás néhány lehetséges irányvonalát, gyakorlati alkalmazási területét. Igyekeztem úgy szelektálni, hogy a megközelítések szorosan kapcsolódjanak egymáshoz, merítsenek egymás módszereiből, eredményeiből és lehetőség szerint mindegyik foglalkozzon a kortárs kultúra tanulmányozásával is. A tanulmány második felében a bemutatott kutatási irányzatok hasznossága mellett érveltem mind értékteremtő, mind pedig piaci értelemben. Az általam választott kutatási irányzatok mindegyikét alkalmazzák a gyakorlatban is, több terület esetében azonban az alkalmazási lehetőségeknek (eddig) csupán egy töredékét használták ki. Remélhetőleg a jövőben minél szélesebb körökben ismerik fel a kultúrakutatásban rejlő értékeket és eredményeinek társadalmi- politikai-kulturális hasz-

nosíthatósági lehetőségeit. A tanulmányban szereplő példák mind azt a nézetet hivatottak alátámasztani, hogy a kultúrakutatás amellett, hogy fontos társadalmi problémákra hívja fel a figyelmet, képes az adott probléma tematizálásán túl megoldási javaslatokkal is előállni. Példáimat a mindennapi életből merítettem, mert úgy gondolom, a saját magunk által is érzékelt társadalomra vonatkoztatva érdemes érvelni a kultúrakutatás hasznossága mellett, hiszen egy olyan tudományterületről van szó, amelynek eredményei a mindennapi élet több területére is közvetlen hatást gyakorolnak. Ha ezeket a mindennapi jelenségeket tárgyaljuk, talán könnyebben megragadható a kultúrakutatásnak nem csupán a társadalmi és gazdasági hasznossága, hanem nélkülözhetetlensége is.

JEGYZETEK

1 „Able to be used for a practical purpose or in several ways.” <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/useful> (A letöltés dátuma: 2014.02.25.)

2 A kultúrakutatás alkalmazhatóságát, hasznosíthatóságát több, korábbi tanulmány is boncolgatja. Kiváló magyar példa erre Frida Balázs *Civil – társadalom – tudomány. Alkalmazható-e a kultúra tudománya?* című írása. Frida érvelése szerint „A kulturális antropológia egy jelentékeny része ma már nem «néma» akadémiai disszertációkban továbbélő absztrakt teoréma, hanem a társadalom egészében működő aktív szakismeretként, alkalmazható, releváns tudás-és szemléletformaként jelentkezik.” (Frida 2005: 71)

3 A kulturális antropológia tudománnyá válásáról, főbb elméletiről, módszertanáról lásd: Bohannon, Paul – Glazer, Mark (2006); hatalommal való kapcsolatáról: Eric R. Wolf (2000). A fent említett szövegek pusztán kiragadott példák a kulturális antropológia hatalmas szakirodalmából, amelyet jelen tanulmány keretei között nem áll módomban bemutatni. Írásomban a kulturális antropológia alkalmazott területeire koncentrálok, mert úgy vélem, a kultúrakutatás gyakorlati hasznának szemléltetéséhez az alkalmazott irányzatok bemutatása nagyobb segítséget.

4 A második világháború után az alkalmazott antropológián és az akcióantropológián kívül az antropológiának számos ágazata virágzott, amelyekre jelen tanulmányban nem térek ki. Ezekről az irányzatokról bővebben lásd: Biczó (2003).

5 Az alkalmazott, illetve az akcióantropológiáról bővebben lásd: Bennett (1996), Benedict (1967).

6 A háborút követő társadalmi változásokról bővebben lásd: During (1995).

7 A szubkultúra-kutatás történetének igen jó áttekintését adja: Williams (2011).

8 A „szubkultúra” fogalmának definiálása igen problematikus. Nagyon sok közösséget tekintettek és tekintenek szubkultúrának és rengeteg alternatív kifejezés létezik a szubkultúra elnevezés helyett, mellett. Jelen tanulmányban sajnos nem áll módomban részletesen kitérni a szubkultúra fogalmára; a definiálás nehézségeiről bővebben lásd: Kacsuk (2005: 91–110).

9 A tömegkultúra kritikájáról bővebben: Gans (2003: 114–149).

10 A populáris kultúra tanulmányozásával kapcsolatban, magyar viszonylatban mindenképp meg kell említeni Klaniczay Gábor munkásságát. *Ellenkultúra a hetvenes-nyolcvanas években* című kötete a populáris kultúra tanulmányozásának szemléletes példája (Klaniczay 2003).

11 <http://culticon.hu/2011/11/28/a-kultura-kutatas-startegiai-jelentosege/> (A letöltés dátuma: 2013.10.26.)

12 http://antroport.hu/lapozo.php?akt_cim=32 (A letöltés dátuma: 2014.02.20.)

IRODALOM

BARNA EMÍLIA

2011 Online és offline zenei színterek: Esettanulmány Liverpoolból. *In* Zenei hálózatok. Tófalvy Tamás – Kacsuk Zoltán – Vályi Gábor, szerk. 71–92. Budapest: L'Harmattan.

BELINSZKI ESZTER

2000 A kritikai kultúrakutatás a médiaelemzés gyakorlatában. *Médiakutató* 2000(3). On-line: http://www.mediakutato.hu/cikk/2000_01_osz/06_a_kritikai_kulturakutatas_a_mediaelemzes_gyakorlataban/ (A letöltés dátuma: 2013.10.15.)

- BENEDICT, BURTON
1967 The Significance of Applied Anthropology for Anthropological Theory. *Man, New Series*. 2(4): 584–592.
- BENEDICT, RUTH – SZADAHIKO, MORI
2006 Krizantém és kard. A japán kultúra újrafelfedezése. Budapest: Nyitott Könyvműhely.
- BENNETT, JOHN W.
1996 Applied and Action Anthropology. Ideological and Conceptual Aspects. *Current Anthropology* 37(1) Supplement: Special Issue: Anthropology *In Public*: 23–53.
- BICZÓ GÁBOR
2003 Antropológiai irányzatok a második világháború után. Debrecen: Csokonai Kiadó.
- BOHANNAN, PAUL – GLAZER, MARK
2006 Mérföldkövek a kulturális antropológiában. Budapest: Panem.
- CSÁSZI LAJOS
2003 Tévéerőszak és morális pánik. Budapest: Új Mandátum.
2005 A Mónika-show kulturális szociológiája. *Médiakutató* 2005(3).
On-line: http://www.mediakutato.hu/cikk/2005_03_osz/02_monika (A letöltés dátuma: 2013.10.14.)
- COHEN, STANLEY
2000 Ifjú szörnyetegek: a modok és a rockerek megteremtése. *Replika* 40: 49–65.
- DURING, SIMON
1995 A kritikai kultúrakutatás történetéről. *Replika* 17/18: 157–180.
- FRIDA BALÁZS
2005 Civil – társadalom – tudomány. Alkalmazható-e a kultúra tudománya? *Anthropolis* 2(1/2): 62–83.
- GANS, HERBERT J.
2003 Népszerű kultúra és magas kultúra. *In* A kultúra szociológiája. Wessely Anna, szerk. 114–149. Budapest: Láthatatlan Kollégium – Osiris.
- HARASZTI ANNA
2005 Alkalmazott és akcióantropológia. Elméleti és etikai alapkérdések. *Világosság* 2005(7/8): 215–232.
- HEBDIGE, DICK
1995 A stílus mint célzatos kommunikáció. *Replika* 17/18: 181–200.
- HOFER TAMÁS
1994 Népi kultúra, populáris kultúra. Fogalomtörténeti megjegyzések. *In* Parasztkultúra, populáris kultúra és a központi irányítás. Kisbán Eszter, szerk. 233–247. Budapest: MTA Néprajzi Kutatóintézet.
- HORKHEIMER, MAX – ADORNO, THEODOR W.
1990 A felvilágosodás dialektikája. Budapest: Gondolat – Atlantisz – Medvetánc.
- KACSUK ZOLTÁN
2005 Szubkultúrák, poszt-szubkultúrák és neo-törzsek. *Replika* 53: 91–110.
2012 Szubkultúra-kutatás és rajongókutatás: kapcsolatok és lehetséges szinergiák. *In* Zenei szubkultúrák médiareprezentációja. Guld Ádám, Havasréti József, szerk. 11–23. Budapest – Pécs: Gondolat.
- KISDI, BARBARA
2012 A kulturális antropológia története, elméletei és módszerei. Egyetemi jegyzet. Budapest: Pázmány Péter Katolikus Egyetem.
On-line: https://btk.ppke.hu/uploads/articles/4090/file/kisdi_barbara-kulturalis_antropologia.pdf
(A letöltés dátuma: 2013.10.26.)
- KLANICZAY GÁBOR
2003 Ellenkultúra a hetvenes-nyolcvanas években. Budapest: Noran.
- KUMIN FERENC
2007 Az online Baja – Egy város felfedezi magát az interneten. *In* Hatalom a mobiltömegek kezében. Halácsy Péter, Vályi Gábor, Barry Wellman. 91–112. Budapest: Typotex.

LETENYEI, LÁSZLÓ

2007 Antropológiai módszerek alkalmazása a településfejlesztésben. Antroport.

On-line: <http://www.antroport.hu/lapozo/tanulmanyok/tanulmanypdf/Letenyei%20alkalm%20antro.pdf>

(A letöltés dátuma: 2014.02.25.)

MICHAÏLOW, MATTHIAS

2008 Individualizáció és az életstílusok kialakulása. Replika 64/65: 55–78.

RÁCZ JÓZSEF

1998 Ifjúsági (szub)kultúrák, intézmények, devianciák. Válogatott tanulmányok. Budapest: Scientia Humana.

SCHUSTERMAN, RICHARD

2003 Pragmatista esztétika. Pozsony: Kalligram.

SERAFIN, GINA M.

2011 Médiatudatosság. *In* Médiajártasság. Macedo, Donald – Steinberg, Shirley R., szerk. 178–185. Budapest: Gondolat.

TAX, SOL

1975 Action Anthropology. *Current Anthropology* 16(4): 514–517.

STEWART, MICHAEL SINCLAIR

1994 Daltestvérek. Az oláh cigány identitás és közösség továbbélése a szocialista Magyarországon. Budapest: T-Twins Kiadó, MTA Szociológiai Intézet, Max Weber Alapítvány.

UDVARHELYI ÉVA TESSZA

2010 Az „Utca Emberétől” a „Város Mindenkiéig”. Lakhatási jogok, önszerveződés és aktivista antropológia. *Néprajzi Látóhatár* 19 (2): 44–63.

VÁLYI GÁBOR

2007 Recsegő ütemek nyomában. A lemezgyűjtő szubkultúra változó játékszabályai. *In* Csoportok és kultúrák. Tanulmányok a szubkultúrákról. Jakab Albert Zsolt – Keszeg Vilmos 51–74. Kolozsvár: BBTE – Kriza János Társaság.

VÖRÖS MIKLÓS – NAGY ZSOLT

1995 Kultúra és politika a mindennapi életben. Bevezetés a kritikai kultúrakutatásba. *Replika* 17/18: 153–156.

WILLIAMS, J. PATRICK

2011 Subcultural Theory. Traditions and Concepts. Cambridge-Malden: Polity Press.

WILLIS, PAUL

2000 A skacok. Iskolai ellenkultúra, munkáskultúra. Budapest: Új Mandátum.

WOLF, ERIC R.

2000 Az antropológia a hatalmi erőterben. *Magyar Lettre* (38).

On-line: <http://www.epa.hu/00000/00012/00022/wolf.html> (A letöltés dátuma: 2014.02.27.)

FORRÁSOK

<http://culticon.hu/2011/11/28/a-kultura-kutatas-startegiai-jelentosege/> (2013.10.26.)

Fehérvári Marcell: Antropológiából megélni? A gyakorlati élet prioritása egy szakmai civil szervezet stratégiájának kialakításában. Antroport. On-line: http://antroport.hu/lapozo.php?akt_cim=32 (A letöltés dátuma: 2014.02.20.)

<http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/useful> (A letöltés dátuma 2014.02.25.)