Médiakutató, 2025. nyár–ősz
XXVI. évf. 2–3. szám, 135–136. o.
10.55395/MK.2025.2-3.11

A részvételi kultúra átalakulása: az amatőr videóktól a digitális médiapiacig

Glózer Rita *Részvétel, média, kultúra. A videóblogok a részvételi kultúrában* című könyvéről

Szabó-Gödri Rita
Pécsi Tudományegyetem

Mikor és hogyan jutottunk el odáig, hogy az online tartalomgyártás már nem csupán kevesek privilégiuma, hanem a hétköznapi felhasználók számára is elérhető? Milyen szemléletbeli változások teremtették meg ennek a feltételeit? Kik készítik és fogyasztják az online amatőr tartalmakat? Hogyan zajlik ezek előállítása? Miként kapcsolódhatnak be a terjesztésbe a hagyományos médiapiaci szereplők? Milyen új intézmények jönnek létre a növekvő fogyasztói igények kiszolgálására? Ezekre a kérdésekre keres választ Glózer Rita új könyvében, amely a YouTube videóblogjain keresztül vezeti be az olvasót a részvételi kultúra világába.

Glózer *Részvétel, média, kultúra – Videóblogok a részvételi kultúrában* című könyve 2022-ben jelent meg, és azt mutatja be, miként mosódott el a határ az online tartalom-előállításban a tartalom fogyasztója és annak előállítója között. A kötet központi elméleti keretét a Henry Jenkins nevével fémjelzett részvételi kultúra *(participatory culture)* fogalma nyújtja, emellett megjelenik benne több, a média kulturális tanulmányozását tárgyaló elmélet is. A könyvben központi szerep jut a hétköznapiságnak és a mindennapiságnak, mind a tartalom-előállító személye, mind az általa készített tartalom vonatkozásában.

A könyv történetileg azt az időszakot öleli fel, amikor Magyarországon megjelentek az első amatőr YouTube-videók. Glózer bemutatja, miként váltak ezek egy szűk érdeklődési körű közönség tartalmaiból egyre népszerűbb médiaprodukumokká és a médiavilág fősodrának szerves részeivé. Megtudhatjuk, hogyan fejlődtek ezek a videók és az azokat előállító felhasználók. A szerző bemutatja azt is, hogy milyen új műfajok és stílusok jelentek meg ebben a közegben, és milyen hatást gyakorol rájuk a hagyományos médiaipar. Elemzése rávilágít arra, hogy az online videókészítés nem csupán technikai tevékenység, hanem a kulturális részvétel és az önkifejezés fontos eszköze, módja is. A folyamat csúcsát és egyben az iparág intézményesülését is bemutatva tárgyalja az amatőr tartalom-előállítás monetizációs lehetőségeit, a reklámügynökségekkel és a globális-lokális márkákkal való együttműködés gyakorlatait is.

A kötet újdonsága az, hogy a szerző a részvételiséget összetetten, koherens keretek között mutatja be. Elemzése és megállapításai nem korlátozódnak a tartalom-előállítók szűk körére, hanem tágabb összefüggésben, a befogadó, a fogyasztó, a piac és a marketingszakma szemszögéből is megvilágítja azt. Külön érdeme, hogy bemutatja a legújabb produkciós módszereket, marketingtechnikákat és fogyasztói attitűdöket is, amelyek a YouTube és más közösségi platformok térnyerésével alakultak ki.

A szerző nemcsak Henry Jenkins eredeti elképzeléseit tárgyalja, hanem bemutatja a koncepció fejlődését, kritikáit és Jenkins önreflexióit is. Szót ejt a részvételiség túlzottan optimista és idealista megközelítéséről, a gazdasági és a hatalmi viszonyok figyelmen kívül hagyásáról, a felhasználók kizsákmányolásáról és a digitális egyenlőtlenségekről is. Ezek mellett kitér a részvételi kultúra elméletének tágabb kontextusú hatására is, így például a kortárs színházi, múzeumi, pedagógiai és képzőművészeti gyakorlatokra, valamint a társadalomtudományi akciókutatás módszertanára is.

Glózer könyve részletes empirikus vizsgálattal szolgál a részvételi kultúra és az online videózás kapcsolatáról, ugyanakkor elsősorban kulturális és társadalmi aspektusból közelíti meg a videóblogokat és a részvételi kultúrát.

Kevésbé tárgyalja az olyan technológiai változások szerepét ezekben a folyamatokban, mint például az algoritmusok, a platformlogika vagy az adatkezelési kérdések. Ezek a tényezők alapvetően befolyásolják azt, hogy kik és mely tartalmak válnak online láthatóvá, éppen ezért érdemes lett volna a kutatási fókuszát ebben az irányban is bővítenie.

A *Részvétel, média, kultúra* alapos és időszerű elemzést kínál a digitális média és a részvételi kultúra összefüggéseiről, különös tekintettel a videóblogok hazai médiatérben betöltött szerepére. Felvázolja, miként váltak a mindennapi élet és a hétköznapi emberek tevékenységei a digitális médiakultúra szerves részeivé, és hogyan alakítják át a közösségimédia-platformok a hétköznapi tapasztalatokat és az önkifejezési formákat. A könyvet átfogó, strukturált és közérthető formája miatt egyszerre ajánlom a média- és kommunikációtudományi szakon tanuló hallgatóknak és olyan laikus olvasóknak, akik a 21. századi tartalom-előállítási trendekhez és az azok mögött rejlő elméleti és gyakorlati megfontolásokhoz keresnek kapaszkodót. (Glózer Rita: *Részvétel, média, kultúra. A videóblogok a részvételi kultúrában.* Gondolat Kiadó, PTE Kommunikáció- és Médiatudomány Tanszék, Budapest-Pécs, 2022, 185 oldal, 3000 forint.)