

**A GIF-ek és a populáris kultúra –
A popkultúra hatása az animált GIF-ek
használatára**

Témavezető tanár:

Dr. Keszeg Anna egyetemi adjunktus

Egyetemi hallgató

Csóka-Antal Erika-Zita

Kolozsvár

2022

Tartalom

Bevezetés	4
Első fejezet.....	6
Alapok: vizuális műveltség.....	6
Populáris kultúra és a műveltség fejlődése	11
Home literacy, avagy az otthoni műveltségünk.....	14
Vizualitás a virtuális térben	15
Röviden a GIF-ekről	16
GIF-ek legfontosabb tulajdonságai:	18
Affektusok bemutatása.....	18
Poliszémia és dekontextualizáció	19
Ismétlődés	22
GIF kiválasztás és populáris kultúra kapcsolata	23
Második fejezet.....	24
A kutatás módszertana	24
Kutatási mintavétel	25
Kutatási kérdések megfogalmazása	26
Elemzés	30
GIF-adatbázis	30
GIF felismerő játék	32
Fókuszcsoporthoz beszélgetés	34
Összegzés.....	45
Következtetés.....	45
További kutatási lehetőségek.....	Hiba! A könyvjelző nem létezik.

Felhasznált irodalom	47
Könyvek és tanulmányok.....	47

Bevezetés

Napjaink online beszélgetéseiben egyre nagyobb lett az igény a vizuális érzelem- és reakciókifejezésre, ehhez nyújtanak segítséget a chatalkalmazásokban beágyazott emoji és GIF-kereső galériák, amelyeknek az a célja, hogy színeesebbé tegyék beszélgetéseinket, és hogy az írott nyelv egyre inkább hasonlítson a mindennapi valós beszélgetésekhez. Azonban az emoji és GIF-ek között van egy óriási különbség. Az emoji-nak, úgynevezett szimbólumrendszerként van meghatározott jelentésük, ezzel szemben a GIF-ek megértéséhez szükség van egy összekacsintásra, közös tudásra, tapasztalatra, ahhoz, hogy dekódolni tudjuk az üzenetet.

A GIF-ek jelenleg nagy népszerűségnek örvendenek az internetes környezetben. Ennek főbb okai az, hogy dinamikusak, kifejezőek, humorosak és egyediek. Kiegészíthetik a beszélgetést, de akár helyettesíthetik is azt, és az emoji-kkal szemben, színeesebb érzelmi skálát képesek átadni, és komplexebb érzések közvetíthetőek általuk. De valójában senki nem vizsgálta még, hogy mivel függ össze a számunkra tökéletes GIF kiválasztása. Annyi biztos, hogy szorosan összefügg az identitásunkkal. Jelenlegi dolgozatomban a GIF-ek és populáris kultúra kapcsolatát vizsgálom meg, pontosabban azt, hogy mennyire játszik közre az, ami körbevesz, kedvelünk és fogyasztunk ahhoz, hogy milyen GIF-eket választunk, és a kommunikációs folyamatban, hogyan sikerül a megértés, és beszélhetünk-e egy univerzális popkulturális műveltségről.

Pontosabban azt, hogy az, amit fogyasztunk, és a külső popkulturális ingerek, mennyire játszanak közre abban, hogy milyen GIF-et választunk, ezáltal, a kommunikációs folyamatokban, hogyan valósul meg a megértés, valamint beszélhetünk-e univerzális popkulturális műveltségről. Ahhoz, hogy ezen kérdésekre választ kapjak, több aspektust kell megvizsgálnom.

Dolgozatom felépítésének szempontjából először a vizuális műveltséget kell megértsem, hogy hogyan történik ezeknek a mozgóképeknek a dekódolása és ehhez mennyire van szükségünk egy úgynevezett „műveltségre” vagy készségekre, mennyire van köze ennek az új műveltségnek a hagyományosan ismert műveltségünkhöz, és a populáris kultúra termékei mennyire segítettek abban, hogy alpműveltségünk bővüljön és automatikusan tudjuk használni ezeket a GIF-eket. Emellett mélyebbre menően vizsgálni a GIF-ek formai és egyéb tulajdonságait, ami által hatékonyabbnak számítanak az emoji-kkal szemben.

Ebből kiindulva dolgozatomban központi kérdése az, hogy mi játszik közbe abban, hogy a GIF-eket megértsük. Kvalitatív kutatásként a használati szokásokon és előfordulási helyükön túlmenően főként a kérdés mögötti miértekre voltam kíváncsi, arra, hogy popkulturális oldalról nézve, a GIF-ek ábrázolása, tematikája mit árul el nekünk a fent említett műveltségükről. A kutatásom három jól elkülöníthető részre bontható: adatbázis, ami tükrözi a résztvevők által fogyasztott popkulturális termékeket, illetve azt, hogy mennyire van identitásalkotó erejük a GIF-eknek. GIF felismerő játék, ami tükrözi a popkulturális tudást, és végül egy fókuszcsoportos beszélgetés, ami magyarázza az előzőket és segít megérteni azt, hogy mennyire nevezhető tudatosnak vagy érzelemre alapozottnak az a döntés, hogy milyen GIF-et választunk.

Első fejezet

Alapok: vizuális műveltség

Mindennapjainkat és kultúránkat egyre inkább a képiség határozza meg, fontos szerepet játszva a személyes és társadalmi kommunikációinkban. A képek meghatározzák azt, hogy hogyan fogadjuk be a világot, hogy mit veszünk észre és miben hiszünk. Észleléseinket, képzeletünket és gondolkodási képességeinket agyunk kognitív képességei korlátozzák, viszont az evolúciós folyamat eredményeként az agyunk megtanult alkalmazkodni ehhez (Singer, 2008), különböző reakciókat kialakítva, mint a taszítás vagy vonzás – amelyek által befolyásolja az elképzeléseinket, és ez a vizuális emlékezet révén a részünkké vált (Freedman, 2019). A vizuális anyagok – képek – képesek pszichológiai állapotokat megragadni és erős érzelmi reakciókat kiváltani. A jelentésalkotás során nem csak a kép szimbolikus darabjait, hanem a kép egészét használjuk, és azt dekódoljuk. A képek központi szerepet játszanak a hosszú távú információ megőrzés elősegítésében, legalábbis a felnőttek esetében, mivel az ezekben megjelenített információt kétszer kódoljuk: első szinten képként, második szinten pedig a képet megnevező verbális címkeként. Az emberi agy képmemória kapacitása óriási, és a legtöbb ember nagy mennyiségű képet és azok asszociatív jelentését tárolja (Freedman, 2019). Ez az ikonraktár a képek, szövegek és más formák és tapasztalatok közötti különböző kereszthivatkozások és összekapcsolódások révén segíti az értelmezést és a jelentéskonstrukciót.

Az emberi vizuális tapasztalat elsődleges a tanulásban, a környezet megértésében és az arra való reagálásban: a vizuális információ az emberi történelem legrégebbi emléke (Donis, 1978). Erre jó példaként szolgálnak a barlangrajzok, amelyek azt bizonyítják, hogy már 30.000 évvel ezelőtt is létezett a vizualitás a társadalomban, mint ahogy az is, hogy nyelv fejlődése a képekkel kezdődött, majd a piktogramok, az önmagyarázó rajzfilmek, a fonetikai egységek, végül az ábécé felé haladt. Mondhatni, hogy a verbális írástudásunk és az olvasás is, egyfajta vizuális olvasás és írás, ami több szinten történik (Donis, 1978). Vegyük például az ábécét, ami egy teljes szimbólum rendszer, kezdetben megtanuljuk a betűket és azok kombinációit, amelyek a szavaknak felelnek meg, és e szavak jelentésének ismerete a közös meghatározásuk ismerete.

A vizuális írástudás meghatározása Robert Maribe Brach szerint vizuális írástudás olyan, tanult képességelemek csoportja, amely lehetővé teszi, hogy képi üzeneteket olvassunk és hozzunk létre. A vizuális írástudás egyike azon sokféle írástudásnak, amely a kortárs életet befolyásoló kulturális

formák között való eligazodáshoz szükséges. Az egyén vizuális műveltségének kezdetei már korán kialakulnak az életben, iskolán belüli és kívüli forrásokból, és a kulturális csoportok kialakítják saját elképzeléseiket a vizuális műveltségről, saját formáikkal és értékeikkel.

A művészeti és formatervezési ismeretek és formák létrehozása és terjesztése egyre növekszik, mivel a technológia és a hozzáférés egyéb eszközei egyre könnyebbé teszik ezek megtalálását, létrehozását és alkalmazását, megvásárolni és eladni, valamint kritizálni, ami a vizuális műveltséget a kortárs világban nélkülözhetetlenné teszi. Formái közé tartozik a képzőművészet, televízió, filmek, illusztrációk, játékok, képregények, építészet, tájtervezés, ruházati termékek, reklámok, múzeumi kiállítások és más tervezett tárgyak. Ugyanakkor magába foglalja a vizuális szimbólumok különböző típusait, a testbeszédet, térképéket, diagrammokat, grafikonokat és a vizuális kommunikáció egyéb eszközeit is. A vizuális műveltség a digitális technológiákhoz kapcsolódó "újabb műveltségek" alapját képezi, és különösen a technológia online használatához, amelyek egyre nagyobb befolyással bírnak a vizuális kultúrában (Freedman, 2019).

Képi üzenetek olvasása alatt érthető az a képesség, ami lehetővé teszi az egyén számára, hogy környezetétől megkülönböztessen és jelentéssel ruházzon fel dolgokat. Emellett az is fontos, hogy képes legyen statikus és dinamikus látványokat és tárgyakat létrehozni egy meghatározott alkotói technikában és műfajban. Ehhez még tartozik egy harmadik szint is, ami a vizuális írástudás képességnek számít, ez nem más, mint a vizuális gondolkodás, ami által az egyén képes elsősorban megérteni és értékelni a beérkezett képi közléseket, és másodsorban azokat elképzelni, gondolatba létrehozni látványokat és látható dolgokat.

A vizuális írástudásnak - képi üzenetek alkotásának és befogadásának- több fontos eleme van, ahogy az ábra is szemlélteti.



1. Ábra: A vizuális kompetencia alapvető összetevői az Európai Vizuális Műveltség Referenciakeretben: a kompetenciaelemek elkülönítése

Az ENViL-csoport létrehozott egy referenciakeretet, amelyet helyi és regionális tantervek alapján dolgozott ki, és alapfogalmak szintjén egyezés mutatkozott, ami központjában ugyancsak azok a dimenziók voltak, amelyek a vizuális műveltséghez szükségesek: az alkotás, ami által képeket hoztak létre és használták őket, a befogadás, ami a képekre adott válasz mentén épült fel, és ez egészült ki a reflexióval, ami a vizuális gondolkodásnak felel meg (Wagner, 2018).

Az általuk kidolgozott CERF-VL kompetenciamodell alapján a harmadik dimenzióhoz szükség van szociális, tárgyi és ön-kompetenciákra.

A vizuális nyelv javíthatja az egyén számára a megértést, mivel, ha egy vizuális üzenet rendelkezik olyan tulajdonságokkal, mint tartalmi érzelem, holisztikus, azonnali, térbeli és vizuális, akkor hatékonyabb, mint a verbális üzenet. A vizuális kompetencia az élményeink minőségét is befolyásolja, ez által az, hogy vizuálisan írni tudjunk, nem csak a személyiségfejlődés szempontjából fontos, hanem része a felelős és állampolgár műveltségnek is. Ezt a fajta

műveltséget nevezzük vizuális műveltségnek. A vizuális műveltség tágabb értelemben az olvasás, írás és vizuális gondolkodás kompetenciáinak összességéként értelmezhető, és egyfajta tudatos folyamat, ami által érzékeljük a képeket, videókat, illetve a multimédia más formáit. Maga a „vizuális műveltség” kifejezést 1969-ben John Debes, a Nemzetközi Vizuális Műveltségi Szövetség alapítója a következőképpen határozta meg: *A vizuális műveltség a látás kompetenciáinak egy csoportjára utal, amelyet az ember a látás és egyidejűleg más érzékszervi tapasztalatok birtoklása és integrálása révén fejleszthet ki. E kompetenciák fejlesztése alapvető fontosságú a normális emberi tanuláshoz. Ha ezek a képességek fejlettek, lehetővé teszik a vizuálisan művelt ember számára, hogy megkülönböztesse és értelmezze a környezetében található látható cselekvéseket, tárgyakat, természetes vagy mesterséges szimbólumokat* (Debes, 1969). Emellett ez a fajta műveltség segít az egyének számára, hogy a vizuális anyagokkal kapcsolatos kontextuális, kulturális, etikai, esztétikai, intellektuális és technikai részeket értelmezni és kellőképpen használni tudja (ACRL,2011, 2. paragrafus).

A vizuális műveltség a vizuális kultúra széles skálájával való gazdag foglalkozás révén alakul ki, amellyel az emberek nap mint nap találkoznak, beleértve a képzőművészetet, valamint a populáris vizuális kultúra olyan formáinak célzott, intenzív tanulmányozása révén, mint a képregények, a divat, a játékok, a televízió, az építészet és a weboldalak. A szöveges műveltség azonban azt jelenti, hogy valaki egyszerre jól és széles körben olvas. A vizuális műveltség esetében az embernek ismernie kell a főbb vizuális példákat, például a képzőművészet vagy a populáris művészet befolyásos alkotásait, ahogyan egy jól olvasott ember ismeri a főbb irodalmi műveket. Ahhoz, hogy valaki vizuálisan írástudó legyen, ismernie kell hasonlóan a legfontosabb „műveket” is a vizuális kultúra széles skáláját a tananyagon keresztül, ahhoz, hogy a vizuális olvasás és megértés folyamata sikeres legyen.

A vizuális műveltség, mint területspecifikus kompetencia az általános műveltségbe ágyazott, és kapcsolódik olyan kompetenciákhoz, mint a tárgyi- és szociális és önkompetenciákra, mint például az én kifejezése, társas kapcsolatok fenntartása stb. a vizuális műveltséget ugyanúgy kell vizsgálni, mint a művészeti és bölcsésztudomány nyitott fogalmait, amelyeknek az idő során változniuk kellett abból adódóan, hogy jelentésük új kontextusokat kapott (Freedman,2019).

A vizuális műveltség olyan élethelyzetekben aktivizálódik, amikor egy vagy több vizuális képességelemünk használatára van szükség. Olyan területeken van jelen, mint a személyes szféra,

ami az egyén belső körének tekinthető, ide sorolhatók a baráti vagy családi kapcsolatok, hobbigyakorlás, vásárlás; a közsféra, ahol az egyén a társadalom tagjaként cselekszik, a tanulás és munka világa, ahol az egyén szervezett vagy informális tudást, és munkatapasztalatot szerez.

A vizuális műveltségen belül különböző szintek különböztethetők meg, aszerint, hogy az egyén kompetenciáival rendelkezik, ezek mennyire fejlettek, mennyire képes a befogadásra és alkotásra, illetve a vizuális gondolkodásra. A CERF-VL három szintet határozott meg, ami segít abban, hogy az egyének vizuális műveltséggel kapcsolatos tudása megkülönböztethető legyen, és érzékelthetőek legyenek a teljesítménybeli különbségek egyes területeken. Elemi, középszintű és kompetens szinteket állapítottak meg (Wagner, 2018).

Fontosságát illetően a vizuális műveltség, nem csak a művészettörténet és a filmtudományok területére korlátozódik, hanem mindennapi életünkre egyaránt kiterjed. Erre egy releváns példa a térképek, ami a vizualitás által jobb földrajzi információkat nyújt, mint például egy szóbeli vagy szöveges leírás (Thompson 2019). Ebből is az látszik, hogy párhuzam figyelhető meg az írott és képi anyagok között: például az, hogy a képeket az írott szövegekhez, beszélt nyelvhez hasonlóan kell értelmezni. A vizuális üzenet jól olvasásának érdekében hasonló aspektusokkal kell rendelkeznie, mint a verbális üzenetolvasás esetén, a téma ismerős kell legyen a közönség számára, valóságű kell legyen, tiszta, mivel a túlzottan részletes képek elvonhatják a figyelmet a fő üzenetről, illetve a képi konvenciók is ismerősek kell legyenek a közönség számára.

A vizuális nyelvről megállapítható, hogy a hagyományos íráshoz hasonlóan a vizuális műveltség is kulturálisan specifikus, nem tekinthető univerzálisnak, aminek fő oka a kulturális különbségek, ugyanakkor beszélhetünk univerzális szimbólumokról vagy vizuális képekről, amelyeket világszerte értenek. A vizuális nyelvben a jelentés alapvető szinten nyilvánvaló, de a vizuális nyelv egy összetett kód, amelyet meg kell tanulni a valódi megértéshez. Nem elég csupán a képi tartalom felismerése, hanem annak asszociálása is szükséges ahhoz, hogy valóban megértsük. Ennek a tartalomnak a megértésében nagy szerepet játszanak az előző tapasztalatok, illetve a kontextus, amiben használva van, akár csak a verbális nyelv során.

A vizuális műveltség egyfajta specifikus kognitív képesség, de az affektív területre is támaszkodik. Más szóval olyan kognitív funkciókat foglal magába, mint a kritikus szemlélet és gondolkodás, a képalkotás, a vizualizáció, a következtetés, valamint a jelentéskonstruálás; de a kommunikáció, valamint az érzelmek és attitűdök kiváltása is. Avgerinou 2011-es kutatási tanulmánya a vizuális

műveltséggel kapcsolatosan 11 képességet határozott meg, amelyek a következők voltak: vizualizáció, kritikus szemlélet, vizuális érvelés, vizuális megkülönböztetés, vizuális gondolkodás, vizuális asszociáció, vizuális rekonstrukció, jelentéskonstruálás, jelentés rekonstruálása, vizuális szókincs és meghatározások ismerete, valamint vizuális konvenciók ismerete. Állítása szerint ezek a készségek tanulhatók, taníthatók, fejleszthetők és javíthatók (Avgerinou,2011).

A vizuális műveltség huszonegyedik századi felfogása szorosan kapcsolódik a vizuális kultúra fogalmához (Freedman,2019). Nagy hangsúly kerül a jelek szuggesztivitására és a nézők általi jelentéskonstruálásra, mivel teoretikusok szerint nem a művész szándékai irányítják a mű üzenetét, hanem a nézők alkotják meg saját jelentésüket a megélt tapasztalataiktól és ismereteiktől függően.

Populáris kultúra és a műveltség fejlődése

A populáris kultúra kifejezésnek különböző jelentései vannak attól függően, hogy ki határozza meg, és milyen kontextusban használják azokat. Barry Brummet *Rhetorical Dimensions of Popular Culture* könyvében kifejti, hogy a popkultúra a társadalmi élet azon aspektusait foglalja magába, amelyekben a közönség a legaktívabban részt vesz. A "tömegek kultúrájaként" a populáris kultúrát az emberek mindennapi tevékenységei, során az emberek közötti interakciók határozzák meg: az öltözködési stílusok, a szleng használata, a köszöntési rituálék és az emberek által fogyasztott ételek mind a populáris kultúra példái. A populáris kultúrát a tömegmédia is befolyásolja (Brumet, 2017). A populáris kultúra magába foglalja életünk közvetlen és aktuális aspektusait, és ebben a fejlett technológiai világban, amelyben a média egyre közelebb hozza az embereket ezek az aspektusok gyakori változásnak vannak kitéve. Ugyanakkor a nép kultúrájaként beszélhetünk bizonyos normákról és általánosan elfogadott hiedelmekről, amelyek tükröződnek a popkultúrában, befolyásolva a mindennapi életet (Storey,2018).

Egy másik megközelítés alapján a populáris kultúra, egyfajta tömegkultúráként határozható meg amelynek köze van a kereskedelmi kultúrához. Tömegesen, tömegfogyasztásra termelik a fogyasztó tömegnek (Brumet,2017). Ez a kultúra egyaránt tekinthető sablonosnak és manipulatívnak. Ebből a szemszögből a populáris kultúra úgy határozható meg, mint gyakran előforduló, széles körben elfogadott, általánosan kedvelt, valamint egy adott társadalomra egy adott időpontban jellemző termékek, kifejezési és identitási formák, amelyek lehetővé teszik, hogy nagyobb heterogén tömegek azonosulni tudjanak, emellett lehetőséget nyújt az egyéneknek az uralkodó érzelmek és viselkedési normák megváltoztatására.

A populáris kultúrának számos forrása van. Amint arra fentebb utaltam, az elsődleges forrás a tömegmédia, mint a könnyűzene, a film, a televízió, a rádió, a videojátékok, a könyvek és az internet (Delaney, 2007). Abból adódóan, hogy ezek főként ösztöneinket szolgálják ki, az elterjedt igazság az, hogy a tömegtársadalom butít és leegyszerűsít; a legalja felé száguld. Ennek a gondolatmenetét cáfolja meg Steve Johson az *Everything Bad Is Good for You* könyvében, ahol kifejti, hogy napjaink populáris kultúrája, hogyan tett bennünket okosabbá. A szerző abból indult ki, hogy a technológiai fejlődés és a digitalizáció, nem az úgynevezett elbutuláshoz vezetett, hanem új lehetőségeket nyújtott az egyén számára, hogy fejlődjön a szórakozás mellett. Szembeállítva a hagyományosnak vélt tudásszerzési forrást, mint az olvasás, Steve kiemeli a videojátékokat, a televíziót, a filmeket és az internetet, mint intelligenciát fejlesztő médiumokat. A szerző kiemeli, hogy a mai populáris kultúra talán nem az igaz utat mutatja meg nekünk, de okosabbá tesz minket ezáltal a popkultúra társadalmi erőit másképp is meg lehet ítélni, ha a médiát egyfajta kognitív edzésnek tekintjük, nem pedig életre szóló leckék sorozatának, tehát a hangsúly a megismerésen van a tartalommal szemben.

A szerző a videojátékok kapcsán említést tesz arra, hogy hasonlóan az olvasáshoz, itt is olyan kognitív képességekre van szükség, mint a figyelem, memória, narratívakövetés. Ugyanakkor említést tesz a kifinomult szabályrendszerek internalizásáról, ami által az egyén képes komplexebb szabályokat betartani, amit az agyunk működésével magyaráz. Példaként megemlíti a Tetrist, ami hatással van a neurológiai jutalmazási áramkörökre azt mondta, hogy "a vizuális valóság homályos világát az egymással kölcsönhatásban lévő alakzatokra egyszerűsíti, a legtöbb játék egy fiktív világot kínál, ahol a jutalmak nagyobbak és élénkebbek, világosabban meghatározottak, mint az életben" (Johnson, 2005:36). Ezáltal manipulálni tudják a játékos, Egyrészt a játék grafikájából adódóan, másrészt pedig ezt a fajta jutalmazás miatt. A videojátékok hatással vannak döntéshozatali szempontból is a szondázás által, ami alatt egy aktív tanulást írható le, amely akkor következik be, amikor egy rendszerrel való találkozás során, valós idejű interakció alapján új ismereteket szerzünk. Ez a folyamat párhuzamba állítható mondjuk a barkácsolással, ahol hasonló módon történt az ismeretszerzés.

A televízió esetén egy passzívabb folyamatot állapít meg, mivel egyes kialakított narratívák arra kényszerítenek, hogy munkát végezzünk, hogy értelmet adjunk nekik, míg mások csak hagyják, hogy letelepedjünk a kanapéra és elmerüljünk. A televízió esetében a kognitív munka abból ered,

hogy több szálon követjük a cselekményt, és nézés közben gyakran szükségszerű, hogy az egymásba fonódó cselekményszálakat elkülönítsük. Másrészt azonban a nézőnek ki kell töltenie, értelmet kell találnia a szándékosan visszatartott vagy szándékosan homályban hagyott információknak, ezáltal a komplexitást még magasabb szintre emelik, mivel a televíziós narratíva követéséhez nem csupán az emlékezés szükséges, hanem az értelmezés is (Johnson, 2005). A televíziós műsorok összetettsége abból adódik, hogy a nézőnek külső információra kell támaszkodnia ahhoz, hogy például a vicceket teljes mértékben megérthesse. Erre példaként felhossa a sitcomokat ahol a humor azonnal érthető lesz, hiszen többnyire abból áll, hogy a szereplők szarkasztikusan viselkednek egymással, de ahhoz, hogy a humor egy árnyaltabb formája és érthető legyen néha megköveteli, hogy az egyén tudjon néhány alapvető életrajzi információt a karakterekről ez által jöhet létre az "in-joke"-nak, ami olyan vicc, ami csak azok számára vicces, akik értik az utalást. Hasonló példa lehet akár a Simpson család epizódjai is, ahol rajongói adatok szerint egy epizód során legalább nyolc olyan poén van, ami kifejezetten más filmre utal, ezáltal ugorva az egyik fiktív világból a másikba. A szerző szerint erre tekinthetünk úgy, mint olyan komikus eszközök, amelyek további vizsgálatot érdemelnek (Johnson, 2005).

A televízió egy másik előnye, hogy kiváló médiumnak bizonyul mások érzelmi intelligenciájának vagy AQ-jának felmérésére - egy olyan tulajdonság, amelyet túl gyakran figyelmen kívül hagynak, amikor a kritikusok értékelik a médium gondolati tartalom hordozó képességét. Ez azzal magyarázható, hogy amikor ezeket a sorozatokat vagy valóságshowkat nézzük, agyunknak egy része, a képernyőn lévő emberek érzelmi életét figyeli, mint például hanglejtés, gesztusok, arckifejezések, ugyanakkor a cselekményt is vizsgálja nyomokat keresve (Johnson, 2005). Ebből adódik az, hogy kialakul egyfajta viszonyulás, amikor bizonyos szereplőkben feltétel nélkül megbízunk, mások pedig egy pillanat alatt válnak kevésbé szimpatikussá. Ezeknek a műsoroknak a fejlődésével a szociális intelligencia is fejlődést mutatott, például az által, hogy egyre bonyolultabb kapcsolatrendszerek alakultak ki olyan műsorokban, mint például a Dallas.

A filmek esetén, egy másfajta komplexitásról beszélünk, ahol adott egy bonyolult cselekmény, ami köré épül az egész, és intenzív nézői összpontosítást és elemzést követelnek meg, csak hogy rájöjjünk, mi történik a vásznon. Ezt egyféleképpen az egymásra épülő cselekményszálak sűrű hálózatának létrehozásával teszi lehetővé, vagy akár azzal, hogy információkat tart vissza a közönség elől vagy hogy új időbeli sémákat talál ki, amelyek felforgatják az ok és okozat

hagyományos összefüggéseit; némelyik azzal, hogy szándékosan elmosza a tény és a fikció közötti határt (Johnson, 2005).

Steve arról is említést tesz, hogy a populáris kultúra hatása a mindennapi életünkben több aspektus szinten is fejlődést mutatott, ilyen példa az intelligenciára gyakorolt Flynn-hatás elmélyülése, amit a szerző az általa meghatározott Sleeper görbével magyaráz. A Sleeper-görbe azt mutatja, hogy a populáris kultúra egyre összetettebb, mégsem eléggé összetett ahhoz, hogy olyan kihívást jelentsen egyén számára, amivel nem képes megbirkózni, ezáltal a populáris kultúra egyfajta kognitív edzésként fogható fel, amivel mindennapjaink során találkozunk, és okosabbá tesz minket (Johnson, 2005).

Míg számos tanulmány elemezte a televíziós erőszak viselkedésre gyakorolt hatását, a kortárs média pozitív mentális hatását nem vizsgálták széles körben. Ugyanakkor napjainkban egyre több kutatás vizsgálja a videojátékok vizuális intelligenciára és memóriára gyakorolt hatását. A média és a technológia azonban, amellyel elménk nap mint nap megküzd, exponenciális ütemben nőtt ez idő alatt, mind az egyes tárgyak összetettségét, mind a teljes ökoszisztéma sokféleségét tekintve, erre egy jó példa a televíziós műsorok, amelyek megjelenésük óta sokkal összetettebbé váltak

Home literacy, avagy az otthoni műveltségünk

Ahogy azt az előző fejezetben említettem a populáris kultúra hatással van az intelligenciánk fejlődésére. A populáris kultúra nagy részét képezi az egyén úgynevezett home literacy, azaz otthoni műveltség gyakorlatának, mivel az elsődleges diskurzus egyik fő összetevője (Gee, 2001). Az elsődleges diskurzus úgy határozható meg, mint az egyén elsődleges szocializációját és szóbeli nyelvvel való kölcsönhatását egy írástudó közösségben, amely lehetővé teszi számára, hogy felfedezze és kialakítsa az írással kapcsolatos elképzeléseit. Abban az esetben ha popkulturális tudás az egyén otthoni műveltségét képezi, akkor ismeri az információs kör konvencióit, nyelvezetét és háttérét. Az egyén elsődleges otthoni diskurzusa beágyazódik a gondolkodásba és az egyén identitásának fontos részét képezi. Tehát ha a popkulturához való kapcsolódás az egyén identitásának része, akkor hasonlóan képes ezekhez az információkhoz kapcsolódni.

Az digitalizáció hatására, az új technológiák és új médiumok megjelenésével az egyének új, nem hagyományos módon lépnek kapcsolatba, kommunikálnak és értelmezik az információkat. A szövegalapú nyomtatott szöveg már nem a műveltségi elköteleződés középpontjában áll, az új

lehetőségek eredményeként a műveltség fogalma megváltozott, és alternatív műveltségek jöttek létre, amelyeknek nagy részét a populáris kultúra és a multimodális szövegek teszik ki. Ami azt jelenti, hogy szövegek, médiumok, technológiák, interakciók, értelmezések és kapcsolatok innovatív spektrumát foglalják teljeskörűen magukba, ennek köszönhetően alternatív műveltségek alakulnak ki (Weld, 2011). Ilyen a popkulturális műveltség is, ami az által jött létre, hogy a hétköznapi életére egyre nagyobb hatással van a popkultúra – interakcióba kerül vele, identitását formálja, beleivódik a kulturális gyakorlatába, és ahogy azt már említettem az elsőleges diskurzus részévé válik, ezek által egyén részévé válik. A populáris kultúra széles körű vonzerejének része, hogy a társadalom többi tagjával közös élményt jelent, és az ilyen élmények megosztása összeköt bennünket.

Vizualitás a virtuális térben

A társadalom a digitalizáció hatására egyre inkább a virtuális térben való közösség fele halad, amiben egyre nagyobb szerepet kap a számítógépek által közvetített kommunikáció, ami változásokat hozott a személyes beszélgetésekben, és ehhez a folyamathoz a nyelv maga is alakult, létrehozva a netspeaket (Crystal, 2001). A technológiai fejlődés által egy jellegzetes nyelvfejlődés vette kezdetét, melynek egyik fő jellemzője, hogy nem lehet konkrétan meghatározni, hogy a szóbeliséghez vagy az írásbeliséghez tartozik. Ennek egyik oka az, hogy egy sajátos keveredés alakult ki. Az online interakciók során továbbított üzenetek az írott és a beszélt nyelv között helyezkednek el, hiszen a partnerek nem látják és nem is hallják egymást, s ezért ezek a szövegek kissé személytelenebbek is, ugyanakkor a világhálón a felhasználók kifejezetten a beszélt nyelvhez hasonlóan formálják meg szövegeiket. A gondolkodás változásához hasonlóan az írásbeliség is átalakul, pont, úgy ahogy a nyomtatás elterjedésével a kézírás is átalakult, a média és digitalizáció korszakában a kép a szöveg részévé válik, ezzel jelezve az átalakulást (Bódi, 2004).

Bár kezdetben a vizualitás igénye csupán kiegészítő jellegű, az új média megjelenésével a kép és hang egyenértékű, míg az írás elveszti vezető szerepét, sőt a kultúrakritikusok, médiakutatók és pszichológusok szerint a növekvő képaradat odáig vezetett, hogy a kimondott és írott szó helyét átveszi a kép és a vizuális kommunikáció (Veszelszki, 2016). Ennek egyik magyarázata az, hogy az interneten a multimédiás jelenség által a kép is ugyanolyan információ mennyiséggel szolgálhat, mint az írott szöveg, illetve a verbális nyelv lineárisan dekódolható és társadalmi szokásaival szemben, a vizuális nyelv könnyebben és gyorsabban dekódolható azáltal, hogy kontextustól és

nyelvismerettől függetlenül is meg lehet érteni, így pedig a kép segítségével viszonylag komplex folyamatokat is egyszerűsített formában vagyunk képesek ábrázolni.

Az online interakciók során az írott nyelv egyre inkább arra törekszik, hogy a beszélt nyelvhez hasonló legyen az által, hogy próbálja a metakommunikációs hiányosságokat pótolni például GIF-ek által, melyek főként érzelem vagy reakció kifejezőként szolgálnak. Ezáltal mondhatni, hogy a képi módok a segítségével próbál a netnyelv a gyors, azonnali interakcióhoz, vagyis a beszédhez közelíteni. Ebből adódóan a netnyelv arra törekszik, hogy minél inkább a verbális kommunikációhoz hasonló legyen, hogy kiegészítse a nyelvet, esetenként helyettesítse azt.

Veszelszki Ágnes 2016-os *A netnyelvészet terminológiai és kronológiai áttekintése* című tanulmányában említést tesz a képi kommunikáció jelentőségének térnyeréséről, amibe egyaránt beletartoznak a mémek, emotikonok, GIF-ek vagy infografikák. Általuk az érzelemkifejezés újszerű lehetőségei tűnnek fel, kiegészítve a digitális szövegek addigi tárházát. Az érzelmek és a reakciók digitális kommunikációban történő érzékeltetésére az emotikonokhoz képest újabb lehetőség az animált mozdulatsorokat bemutató GIF-ek használata. Az online beszélgetésekben ez a fajta vizuális érzelemkifejezés elsősorban az emotikonok és GIF-ek által valósul meg, melyek arra szolgálnak, hogy egy adott érzelmet, reakciót vagy attitűdöt tükrözzenek.

Röviden a GIF-ekről

A GIF eredetileg egy számítógépes kódsorozat, bár a hétköznapi szóhasználatban a kifejezés hurkolt animációkként ismertek. Történetét tekintve hosszú múltra tekintenek vissza az internetes kultúrákban és a digitalizációban. Kezdetleges funkciójuk a korai web korszakában volt, ám az 1990-es években a GIF-ek kiestek a népszerűségükből, majd a 2000-es években újraéledt a GIF-ek használata iránti igény (Ash,2015). A GIF-ek a 2010-es év első felében került a figyelem középpontjába, széles körben alkalmazott az online kommunikáció eszközeként vált, amely legtöbbször film vagy TV műsor részleteit ábrázolta, és arra volt hivatott, hogy kifejezzon egy érzést vagy reakciót. Jason Eppink szerint a GIF egy olyan reakció, ami két dolgot mutat meg, egyfelől egy HIFW- how i feel when, azaz hogy érzem magam amikor, és egy MRW – my reaction when, azaz milyen a reakcióm amikor (Eppink, 2004:303). Azáltal, hogy a GIF megjelent az online környezetben magával hozta a humort, az identitást, illetve újfajta a kommunikációs lehetőségeket nyújtott, mint például az emoji. A GIF mondhatni a technológia és a kommunikáció egyik leghatékonyabb kiegészítésére alkalmas segédeszközként szolgál reakciók, érzések kifejezésére.

Sokféleségéből és elérhetőségéből adódóan könnyebb személyre szabott megoldást találni, ami által közvetíteni lehet az általános popkultúrában elterjedt, gesztusokat, arckifejezéseket. A GIF-ek egyik különleges jellemzője az, hogy egyfajta szöveg nélkül is ismétlődő mozgókép, ami lényegében a kezdetleges mozihoz hasonlít (Highfield, 2017).

A GIF-ek a vizuális kommunikációt segítik elő. Ezeknek, mozgóképeknek a széles körű elterjedését az is elősegítette, hogy egyre több felületen lehet őket használni a különböző GIF galériák által, mint például Giphy, Tenor, és ezek integrálódása a közösségi média és üzenetküldő alkalmazásokban elérhetővé tette, hogy a felhasználók, gyorsan és könnyedén használni tudják. A GIF-ek tárházáról elmondható, hogy óriási, amit a különböző GIF galériák, mint a Tenor vagy a Giphy is jól tükrözi. A felhasználók, saját maguk is készíthetnek GIF-eket és terjeszthetik azokat. Ezek jelentése azonban egy közösség kontextusában jönnek létre, ahol nagy szerepet játszik a humor, ami a mémekhez hasonlóan képes a csoporton belüli és kívüli határokat létrehozni. A használó közösség sajátos jelentéssel és konvenciókkal látja el a GIF-eket, ugyanez megfigyelhető az emoji esetében is, mivel vannak olyan emoji, amelyek sajátos jelentésük mellett a felhasználó közösség által más jelentést nyernek, amelynek fő célja egy burkolt üzenet átadása.

Közkedveltségük abból adódik, hogy az emberi civilizáció szimbólumokra épült, tehát vizuális a elemekre épült a kommunikáció során az információ jelentős része vizuálisan továbbítódik, a GIF-ek pedig ezen adottságuk mellett szórakoztatóak is, és specifikusan keveredik bennük a popkultúra, a mémek és az érzelmek világa (Highfield, 2017). Ami népszerűségüket illeti a GIF-ek ma már mindenütt jelen vannak a kortárs, internetalapú, kommunikációs környezeteket illetően, beleértve a szövegek, üzeneteket, e-maileket, közösségi médiát, társskereső applikációkat vagy akár munkahelyi szoftvereket. A Giphy 2016 októberében bejelentette, hogy naponta több mint 1 milliárd GIF kerül be a galériákba és több mint 100 millió felhasználóval rendelkezik (giphy,2016). Ahogy azt már említettem a vizualitás egyre nagyobb teret nyert a közösségi média különböző ágazataiban – beszélgetések, posztok, hozzászólások, és a GIF-ek népszerűsége is ez is nőtt ezáltal, mert míg az emoji vagy a kép egy statikus érzést továbbít, addig a GIF meghaladja a videó tulajdonságait és az általa bemutatott dinamikus mozdulatsort, reakciót vagy érzést a végtelenségig ismételve mutatja. A GIF-eknek napjainkban más funkciójuk van, mint kezdeti webes korszakokban, ahol főként esztétikai jelentőségük volt, napjainkban más szerepük van,

illusztrálhatnak, információt nyújthatnak, utalásért/hivatkozásként is használhatók, és eszközként szolgálhatnak az identitás, humor, vélemény megjelenítésének az online környezetben.

Egy 2018-ban végzett kutatás a tökéletesen szövegbe illő GIF megtalálására fókuszált. Állításuk szerint, a tökéletes GIF a beszélgetést érdekesebbé, viccesebbé teszi, ugyanakkor a téves kommunikáció lehetőségét is magában hordozza. A válaszokból kiderült, hogy olyan esetekben, amikor a szöveg kevés lett volna az érzelmek kifejezésére, a mozgókép által az alanyok jobban ki tudták fejezni magukat, azaz a GIF egy szélesebb érzelmi skála megjelenítését tette lehetővé, szemben a szöveggel. Továbbá az is kiderült, hogy a GIF-eket nem csupán a szöveg kiegészítésére, hanem a helyettesítéseként és működhetnek, hanem helyettesítésére is használhatók, ugyanakkor van egy vicces figyelemfelkeltő szerepe is, ami által egy beszélgetés kezdeményezhető vagy akár fenntartható. A kutatás harmadik része kitért a kontextusra, ahol négy fontosabb összetevőt említ: a forrásanyag, a kommunikációs partner, a média normák, és a platform kultúrája. A válaszokból kiderült az is hogy a GIF-ek megértéséhez szükség van, egy alaptudásra, ami által létrejöhet egyfajta összekacsintás. (Jiang, 2018)

GIF-ek legfontosabb tulajdonságai:

Affektusok bemutatása

A GIF-ek egyik felhasználási területe az affektusok bemutatása, ezek az úgynevezett affektusok – érzések, reakciók, megnyilvánulások – kulcsfontosságú szerepet játszanak abban, ahogy az egyének internalizálják a mindennapi tapasztalatokat és cselekednek ezekkel kapcsolatban. A GIF-nek épp ez az egyik legnagyobb előnye, hogy lehetővé teszi a felhasználók számára, hogy reagáljanak az ilyen tapasztalatokra és ábrázolják azokat, a népszerű televíziós, filmes és egyéb médiából származó hurkolt ismétlődő video vagy képrészeket saját helyettesítő eszközként használják, ezáltal sajátosan megélt tapasztalatok affektív módon ábrázolva lesznek (Highfield, 2017). Ugyanakkor eltérően az emojiaktól, ahol egy adott érzésre vagy reakcióra korlátozott lehetőség van, a GIF-ek esetén a kulcsszavas keresőrendszer által komplexebb lehet az adott affektus kimutatása, lehetőség van a manipulálásra és alakításra, azáltal, hogy a felhasználó maga is állíthat elő GIF-eket. A GIF-ek bonyolultabb ötleteket, érzelmeket és reakciókat közvetítenek, és megjelenik egyfajta összekacsintás, vagyis egyfajta "inside joke" jellegű tartalom, ami a közös élményekre alapul, így a mozgóképek sajátos értelmet nyernek. Ezek dekódolásában jelen van, egyfajta aktív folyamat összessége, amiben a GIF-ek felkérlik a felhasználókat, hogy

lépjenek át nyilvánvaló jelentéseken, és fedezzék fel a kontextus rétegéből származó mélyebb jelentéseket.

A GIF sokoldalú fájlformátum, amely a digitális kultúra és kommunikáció központi elemének tekinthető. Technikai összetételükből adódóan a kép és a videó között helyezkednek el, hurkolt ismétlődésük és tömörített fájlformátumukból adódóan a kortárs digitális kultúrák kulcsfontosságú kommunikációs eszközévé vált. Használatuk során egyaránt jelentőséget kap a technikai összetettségük és a GIF-ek kommunikációs lehetőségük, ilyen például a loopolás – hurkolt mozgás – mint fájlformátum technikai lehetősége, illetve ugyanennek az ismétlésnek a kommunikációs jelentősége, ami által a GIF intenzív érzést vagy reakciót mutat, vagy az általa létrejövő poliszémia (Highfield,2017).

Ami a GIF-et mint az újszerű affektusok létrehozásának eszközét sikeressé teszi, az a tárgyként való sajátos tulajdonságaihoz és képességeihez, valamint a tartalmához kapcsolódik, mivel a fájl típusként szolgáló sajátosságai keretbe foglalják és megszervezik a benne közvetített érzéstípusokat.

A GIF-ek azon képessége, hogy hatni tudjanak az érzésekre technikai szempontból három aspektuson alapul, ezek az időtartam, a színek és az ismétlés. Illetve ezt kiegészíti a grammatizálás, ami a túlzott formák lehetőségét teremti meg (Ash,2015). Ez által mutatják meg a GIF-ek, hogy a technológia egyszerű formái által a film, televízió, és más médiumok kulturális iparágának anyagait meghaladják és új kontextust adnak neki.

Poliszémia és dekontextualizáció

A GIF egyik fő kommunikációs előnye a poliszémia, vagyis, hogy különböző jelentéseket és értelmezéseket nyújt különböző közösségeknek. Ez lehetőséget nyújt arra, hogy a GIF-ek potenciálisan számtalan közönségnek és környezethez szóljanak (Highfield,2017). A GIF-ek többjelentése abból adódik, hogy nagyobb szövegek elszigetelt részeként funkcionálnak, illetve a másik kulcsfontosságú tulajdonságuk miatt is, az ismétlődés lehetővé teszi, hogy egy GIF több jelentésszinten közvetítsen. A poliszémia és az ismétlés teszi őket ideális eszközzé, ahhoz, hogy fokozni tudják a digitális kommunikáció két alapvető aspektusát: az affektusok előadására és a kulturális tudás bemutatására.

A GIF-ek poliszémikus tulajdonságához szorosan kapcsolódik a dekontextualizáció, ami azt jelenti, hogy a GIF-ek bármilyen helyzetben, bárki által alkalmazhatók, függetlenül attól, hogy ismerik-e az eredeti, kezdetleges szöveggörnyezetét. A dekontextualizáció által egy részleges narratíva jön létre, ami által új jelentés születik, így egy GIF jelentése változhat attól függően, hogy ki és milyen kontextusban használja. A GIF-ek valójában arra hivatottak, hogy narratívát hozzanak létre és ezt érvényesítsék, ami a legtöbb esetben nem vezethető vissza teljes mértékben az úgynevezett önkényes narratívára, ami a GIF születésekor volt aktuális (Ash,2015). Például a jól ismert Pulp Fictionban szereplő John Travolta-s jelenet más értelmet nyer, mint a filmes jelenet, ez többek közt köszönhető a mémesedésnek, illetve annak, hogy a filmből kiragadott jelenet alapvető reakcióként is használható különböző szituációkba. A dekontextualizáció a GIF-ek esetében szemiotikai instabilitáshoz vezet, ami azt jelenti, hogy a felhasználás módjától függően értelmezik és jelentésekkel látják el, így meghaladja kezdetleges jelentését. Ez a dekontextualizálás segít eltávolítani minden olyan narratívát, amely az eredeti klipben jelen lehet. A GIF azonban nem egyszerűen új narratívát erőltet az újra szerkesztés révén, sőt, maga a GIF szerkesztése új rezonanciákat és érzésritmusokat hoz létre, amelyek potenciálisan új affektusokat generálhatnak (Highfield,2017).

A GIF-ek nem rendelkeznek sajátos, megszabott jelentéssel, mint például az emoji mégis egyfajta dekódolás vizsgálható meg, ami által megérthető a kontextus, minden szint túl lépésével egy adott specifikusabb kép alakul ki. A GIF-ek percepciója három szinten történik.



2.ábra: A GIF-ek megértésének három szintje

Az első az általános nonverbális jelek leolvasása, mint például a mimika, a gesztus, az öltözet, az az ami által azonosítani lehet. Második szintnek nevezhető, amikor már érzést vagy épp reakciót fejezünk ki vele, ilyen például az eyerollt ábrázoló GIF, illetve harmadik szinten az első két szint keveredése és egy másfajta tudás csatolása jelenik meg, azaz leolvassuk a nonverbális jeleket, és egy érzéshez vagy reakcióhoz társítjuk, ezek után csatolunk hozzá egyfajta műveltséget, vagy popkulturális tudást. Ash (2015) szerint a GIF-ek hatékonysága csak akkor valósul meg, ha "túllépnek a létrehozásuk kontextusán" és rendelkeznek ezzel a harmadik szinttel, ami ezt a tudást foglalja magába, azaz, hogy asszociálni tudjuk valamihez. Csatlakozhatunk, egy adott tudáshoz, műveltséghez GIF-eket, mégis ez nem jelenti azt, hogy a három fázison túllépve egységes jelentést nyer. Ennek egyik oka az, hogy egy GIF jelentése drámaian változik attól függően, hogy ki és milyen szöveggörnyezetben használja. Ezt nevezte a szakirodalom centrifugális multimodalitásnak, ami röviden azt jelenti, hogy a konstruált jelentés nemcsak a GIF tartalmán alapul, hanem olyan tényezőkön is, mint például felirat vagy üzenet, ami további kontextust, és értelmezési réteget biztosíthat. (Highfield,2017). Azonban ez nem jelenti azt, hogy mindhárom lépésre szükség van, ahhoz, hogy megértsük őket. GIF bármilyen helyzetben, bárki által alkalmazhatóvá tud válni, függetlenül attól, hogy ismerik-e az eredeti kontextust. Ezt nevezzük dekontextualizációnak, ami a GIF-ek egyik lényeges tulajdonságából ered, ami nem más, mint a poliszmia. A GIF-ek egyik legnagyobb előnye az, hogy poliszmikus, azaz különböző jelentéseket és értelmezéseket kínálnak különböző közösségeknek. Ezt a sajátos közönség értelmezést gyakran a szubjektivitás és a pozíció nagyítás határozza meg, mivel a GIF-eket kontextuson kívül használják, csupán kiragadott pillanatként értelmezhetőek, és ez további potenciális jelentése alkotási rétegeket tesz lehetővé (Highfield,2017). Dekontextualizációnak az egyik oka az lehet, hogy a felhasználók közül sokan nincsenek teljesen tisztában a GIF tágabb jelentésével és jelentőségével, valamint azzal, hogy kit (vagy mit) ábrázol, csupán azt érzik, hogy ez az, ami leginkább kifejezi az ő reakciójukat, érzéseiket. A dekontextualizáció hozzájárul a GIF-ek szemiotikai instabilitásához, azaz a felhasználás módjától függően értelmezik, és különböző jelentésekkel látják el. A GIF-ek jelentését nem csupán a többjelentés vagy a dekontextualizáció változtatja meg, hanem a centrifugális multimodalitás is hatással lehet rájuk, mivel az itt konstruált jelentés nemcsak a GIF tartalmán alapul, hanem a környező tényezőkön is (feliratok, üzenetek és hasonló), amelyek további kontextust és értelmezési rétegeket biztosítanak. Ennek fő oka, a szubjektivitásból és pozicionálásból adódó jelentéslétrehozás.

Népszerűségük abból is adódik, hogy nem csupán egy érzést, hanem egy komplexebb reakciót képesek ábrázolni, ezeket nevezzük reakció GIF-eknek. Ezek esetén a figyelem egyetlen vizuális cselekvésre, érzésre vagy válaszreakcióra irányul, ami által az egyén kifejezheti, hogy hogyan érzi, magát vagy hogyan viselkedik abban a helyzetben. A GIF-ek ezáltal önmagukban egy vizuális nyelvet hoznak létre, ami a kultúrából alkotott érzelmi szókincsnek felel meg. A GIF-ek loopolt ismétlődése által a figyelem hangsúlya egyetlen vizuális cselekvésre érzésre vagy, magára a válasz reakcióra helyeződik, ezáltal egy gesztus vagy reakció egészét mutathatja be, ahelyett, hogy egyetlen képkockán megállna. A GIF nem az egyetlen, amely vizuális ismétlést kínál, és más looping vizuális médiumok, például a Vine loop körül különböző kulturális gyakorlatok, közösségek és kontextusok alakultak ki. Az ismétlés GIF használata körüli konvenciókat összekapcsolja más digitális kulturális formákkal. Ugyanez a folyamat megfigyelhető a memókultúrában, ahogy a viralitás ettől az ismétléstől függ, gyakori jelenség ezek keverése (mixelése) különböző kontextusokhoz igazítva. Mindkét esetben az ismétlődés a jelentésük része, egyaránt tartalmilag és formailag (Highfield,2017).

Ismétlődés

GIF-ek animációs ideje általában rövid; jellemzően két-öt másodpercig futnak, és ismétlődnek. Ez a rövid időtartam a kulcsa annak, ahogyan allotropikusan modulálják azokat az érzéseket, amelyekből affektusokká állnak össze. Az ismétlődésük lehetővé teszi, hogy egyetlen GIF-ben több jelentés közvetítődjék (Ash,2015). Az összetettség teszi őket ideális eszközzé a két alapvető digitális aspektus által: az érzelmek kifejezése és a kulturális tudás átadása (Highfield,2017). Ez növeli a már említett GIF poliszémiáját, egyszerre bonyolítja és bővíti a jelentésalkotás lehetőségeit. A hurkolt ismétlődés növeli a GIF-ek poliszémiáját, bonyolítja a jelentésalkotás lehetőségeit is. Az ismétlődés új jelentésrétegeket tud létrehozni, hangsúlyozhat egy szereplőt, vagy jelenetet, melyet a felhasználó a végtelenségig ismétlődve megtekinthet Ennek egy másik jelentősége az, hogy nehéz a mozgókép kezdetét és végét azonosítani. A GIF egy végtelenségig ismétlődő örök érzést közvetít (Newman,2014).

A pillanatok ismétlésbe helyezésével, egy gesztus vagy reakció teljes mozdulatsorát mutatja be, ahelyett, hogy egyetlen képkockánál megállna. A ciklusok funkciója és eredményei a „digitális szeriálitás” kulcsfontosságú részét képezik, ahol az ember és állati gesztusok végtelen ciklusaiban a jelentés végül felszínre kerül. (Highfield,2017) Ebben az ismétlődésben jelentéssel bír a hurok

változó hossza is, ami által egy sajátos dinamika jön létre, és ez által a jelentésalkotásra is hatása van. A létrehozott sajátos narratíva, elkülönül a hosszabb résztől, ahonnan származik. Egy GIF hatását tekintve szüksége van előkészületre és feloldásra, csattanóra vagy hatásra, amiben szerepet játszik a GIF hossza, például dinamika és a hurkolt ismétlődés szempontjából.

Hatásmechanizmusa a következő: A GIF első megtekintésre megalapozhatja a jelenet egészét és kibontakozó eseményeket. A második megtekintés során a már látottakat egyrészt kiemeli, másrészt lehetőséget kínál arra, hogy a háttérben levő részletekre vagy a GIF egyéb elemeire is hangsúly kerüljön. A ciklus felerősíti a jelenetet, ami az jelenti, hogy egy GIF, ami első megtekintés után mondjuk vicces vagy érzelmes az az ismétlődés által intenzívebbé válik. Főként a humor esetében teszi lehetővé, hogy a vicc beivódjon, és a néző felismerje a felállás, poén és reakció részleteit (Highfield, 2017).

Az ismétlés a GIF körüli konvenciókat összekapcsolja más digitális kulturális formákkal, például a memkultúrával, amellyel hasonló aspektusokon osztozik. Minkét esetben a viralitás ismétléstől függ, ami egyaránt tartalmi és formai részüket képezi, gyakori ezek keverése (mixelése) különböző kontextusokhoz igazítva.

GIF kiválasztás és populáris kultúra kapcsolata

A GIF-ek kiválasztása és bemutatása egyben a kulturális tudás előadása is. A GIF nem csupán az egyén sajátos affektív vagy érzelmi állapotának közvetítője, hanem a felhasználó egy bizonyos szöveggel vagy kulturális beszélgetéssel kapcsolatos ismereteinek illusztrációja a választásaikon keresztül. Kifejezheti a rajongást, mondjuk a különböző fandomok esetén, vagy kifejezheti az egy adott csoporthoz, vagy kultúrához való tartozást vagy ismeretet (Highfield, 2017). Főként a rajongói táborok esetén figyelhető meg a GIF-ek egy fajta újra értelmezés és átalakítás. A tartalomgyártás korszakában a GIF-ek tökéletesek arra, hogy a felhasználók kiéljék kreativitásukat formálják és személyessé alakítsák (McCarthy, 2016). A GIF-ek az átalakítás által új jelentéseket hoznak létre, és mondhatni, ez által a rétegek felhalmozódnak, és ez által újra népszerűek lesznek, egyfajta örökös körforgásba kerülnek, és ebben rejlik a GIF-ek mint a kultúra darabjainak paradox időbelisége.

Ami a keretrögzített GIF-eket illeti ezek általában kedvenc pillanatok megörökítésére és újrahasznosítására szolgálnak, amelyeket a közönség szeret vagy imád, vagy amelyek kifejeznek

egy bizonyos érzést vagy jelentősnek számító élményt. Ezáltal a GIF-ek kulcsfontosságú pillanatok, cselekvések és párbeszédok vizuális idézeteivé válnak. Az adott GIF felismerésénél, vagy asszociálásánál beszélhetünk egy önkéntelen emlékezet folyamatról, amikor két különböző szinten létező érzékelést kapcsolunk össze, például a múltat használjuk a jelen értelmezésére (Ash,2015). Az önkéntelen emlékek maguk után vonhatják a nosztalgia különös érzését, amelyet egy hang vagy szag generál, és amelyet az egyén életének egy másik részéből vagy korábbi időszakából idéz fel.

Amint azt már említettem a GIF-eknek nincs sajátos jelentésük, mégis voltak próbálkozások arra vonatkozóan, hogy csoportosítsák őket. Daniel Rouke négy típust határozott meg, aszerint hogy mit és hogyan ábrázolnak ezek a GIFek. Ő megkülönbözteti a klasszikus GIF-eket, amelyek, kisméretűek és néhány képkocka alkotja őket, a kerettrögztített GIF-eket, amelyek az általános popkultúrából ismert film és videó jeleneteket tartalmaznak, a glitch GIF-eket, amelyek ha rosszul kódolt vagy tömörített fájlok, amelyek furcsaságuk miatt népszerűek, illetve a mash-up GIF-eket, ami egy kombinált forma, és fő jellemzői a látványkeltés (Rouke, 2012).

Második fejezet

A kutatás módszertana

A kutatás során, ahhoz, hogy releváns eredményeket kapjak kevert módszertan alkalmazása volt a leghatékonyabb. Pontosabban három módszer alkalmazása: az adatgyűjtés, a játék és a fókuszcsoportos vizsgálat.

A kutatás módszertanát illetően a fókuszcsoportos vizsgálatot választottam, mivel ez egy olyan kutatási módszer, amelynek során az adatok úgy keletkeznek, hogy a kutatás alanyai kommunikálnak egy adott témáról (Vicsek, 2006) Emellett eltérően az interjútól itt több személy nézőpontját és véleményét gyűjthettem össze adatként. A beszélgetés során a fókuszcsoportokra jellemző 7 személy vett részt csoportonként, a beszélgetés moderátora pedig én voltam. A fókuszcsoportos kutatást összekötöttem egy előzetes GIF felismerő játékkal, ami segített abban, hogy a résztvevők felelevenítsék a tudásuk, véleményük a GIF-ekkel kapcsolatosan. Előzetes tapasztalataim is azt mutatták, hogy a fókuszcsoportos beszélgetés előtt történő dinamikus teszt vagy játék segít abban, hogy a résztvevők jobban tudjanak a témával azonosulni és beszélni róla.

A fókuszcsoportos vizsgálat minőségi módszer, melynek eredménye nem szám, hanem szöveg (Tőkés, 2011). Ezért is választottam ezt a módszert, mert kvalitatív kutatásként a GIF-fel kapcsolatos nézetekre, és véleményekre voltam kíváncsi, és ez volt az a módszer, amelynek segítségével választ kaphattam a miértekre és hogyanokra, emellett lehetőség nyílt a mélyebb, részletes beszélgetésre a témával kapcsolatosan. Ezáltal a fókuszcsoportos kutatás két legnagyobb előnye is közrejátszott, hogy ezt a módszertant választottam. Egyrészt, azért, mert ez által több személyt tudtam vizsgálni, az interjúkkal szemben, másrészt a fókuszcsoportos beszélgetés során kialakult viták, beszélgetések a résztvevők között kiegészítették egymást, és új aspektusokat mutattak a GIF-ek értelmezésével kapcsolatosan.

Ami a fajtáját illeti, számítógépes fókuszcsoportot alkalmaztam, aminek a fő oka az volt, hogy az egybekötött GIF-felismerő játék könnyebben menedzselhető legyen, és így az online térben történő beszélgetés sem okozott gondot. A fókuszcsoportos vizsgálatot a Zoom platformon végeztem, és csoportonként összesen 1,5-2 órát vett igénybe.

1. Csoport: 2022. március 29. – 18:30-20:00
2. Csoport: 2022. április 5. – 19:00-21:00

A fókuszcsoportos kutatást illetően próbáltam úgy összeállítani a csoportokat, hogy a résztvevők valamilyen szinten ismerjék egymást, ahhoz, hogy kialakuljon egy olyan környezet, amiben bátran megosztják véleményeiket, ugyanakkor ne legyenek közelebbi kapcsolatban, hogy nyíltan vállalni tudják egymás előtt a véleményüket.

Kutatási mintavétel

A kutatás mintavétele során a fókuszcsoportokra jellemző nem valószínűségi mintavételt alkalmaztam, ami megfelelően reprezentálta a GIF-ek felhasználói bázisát. Ezen belül a csoportok megválasztásánál adott kritérium szerint választottam ki a minta tagjait. Ezáltal a mintámba 14 személy került bele 7 fiú és 7 lány elosztásban, ami 50-50 százaléknak felelt meg. Közös tulajdonságuk az volt, hogy 19-24 év közöttiek voltak, BBTE-n tanuló alapképzést vagy mesterit végző diákok, akiknek voltak ismereteik a GIF-ekkel kapcsolatban és aktív használói is voltak ezeknek a mozgóképeknek. Annak érdekében, hogy a specifikusabbak legyenek a csoportok az első csoportban résztvevők az előzetes alapképzés alkalmával végzett GIF és emoji kutatásomban is résztvevő egyének közül válogattam, ezáltal tudtam, hogy a tagok, ha minimális szinten is, de

ismerik egymást és van rutinjuk a fókuszcsoporthoz tartozó kutatásokban, a másik csoportban szereplő egyének ugyancsak ismerték a GIF-eket, de nem vettek részt az előző kutatásban.

Kód	Résztvevő demográfiai adatai
R1	23 éves lány, mesterképzés II.év, előző kutatásban is részt vett
R2	23 éves fiú, dolgozó, előző kutatásban is részt vett
R3	23 éves lány, mesterképzés II.év, előző kutatásban is részt vett
R4	23 éves fiú, dolgozó, előző kutatásban is részt vett
R5	23 éves lány, mesterképzés II.év, előző kutatásban is részt vett
R6	24 éves lány, mesterképzés II.év, előző kutatásban is részt vett
R7	23 éves fiú, mesterképzés II.év, előző kutatásban is részt vett
R8	22 éves lány, alapképzés II.év, nem vett még részt ilyen kutatásban
R9	30 éves fiú, alapképzés III.év, nem vett még részt ilyen kutatásban
R10	19 éves lány, alapképzés II.év, nem vett még részt ilyen kutatásban
R11	19 éves lány, alapképzés II.év, nem vett még részt ilyen kutatásban
R12	22 éves fiú, alapképzés III.év, nem vett még részt ilyen kutatásban
R13	23 éves fiú, mesterképzés II.év, nem vett még részt ilyen kutatásban
R14	24 éves lány, mesterképzés II.év, nem vett még részt ilyen kutatásban

Kutatási kérdések megfogalmazása

A kutatásom központi kérdése a GIF-ek köré épült, és arra voltam kíváncsi, hogy mi játszik szerepet abban, hogy megértsük őket? Ahhoz, hogy erre a kérdésre választ kapjak a GIF-eket különböző dolgokhoz kapcsoltam, mint a popkultúra, az identitásformálás, vizuális olvasás és írás, illetve a sajátos elsődleges diskurzusuk, vagy más néven az otthoni műveltségük.

A kutatás során a cél az volt, hogy betekintést nyerjek abba, hogy mi az, ami segít abban, hogy a kommunikáció során dekódolni tudjuk a GIF-eket. Arra voltam kíváncsi, hogy ennek a tudatalatt történő asszociálásnak, vagy nevezzük másképp összekacsintásnak, mennyi köze van ahhoz, hogy milyen popkulturális terméket fogyasztunk, mennyire tudatos ez a folyamat, illetve beszélhetünk-e arról, hogy az általunk használt GIF-ek napjainkban az identitásunk részévé váltak.

A kutatást három fontosabb szakaszból állítottam össze:

1. Adatbázis

A kutatásban résztvevők, a kutatást megelőzően 7 általuk kedvelt és gyakran használt GIF-csomagot kellett nekem elküldjenek. Ennek a célja, hogy kialakítsak egy GIF- adatbázist és pontosabb képet kapjak arról, hogy a kutatási minta milyen általános popkulturális tudással rendelkezik, és ezt mennyire használja az online beszélgetésekben.

2. GIF-ek felismerés játék

A játék lényege az, hogy a résztvevők mennyire ismerik fel a GIF-ekben szereplő alakokat, és mennyire tudják hozzákapcsolni a popkulturális tudásukat, azaz a háromlépcsős GIF-dekódolás mennyire valósul meg. Itt a fő kérdés az volt, hogy ki szerepel az adott GIF-en? Ha esetleg nem ismered fel, akkor írd körül, amit látsz.

A játék alapjául egy 30 GIF-ből álló adatbázist állítottam össze. A GIF-eket az elmúlt évek (2019,2020,2021) legnépszerűbb GIF-jei közül választottam ki, ezt egészítettem ki az általam fontosnak gondolt GIF-ekkel. Bár a mozgóképek nem rendelkeznek tartalmi kategóriákkal, az adatbázis során a következő témákat határoztam meg:

1. Filmek/sorozatok
2. Mémek
3. Állatok, gyerekek
4. Közszerplők, ikonikus pillanatok
5. Illusztráció, animáció
6. Szöveges

3. Fókuszcsoportos vizsgálat:

A GIF-felismerő játékot követő beszélgetés, ami mélyebb betekintést nyújt arra, hogy a GIF-ek főbb tulajdonságai, mint az ismétlés, többértelműség és affektusok bemutatása mennyire fontos a résztvevők számára. Emellett válaszokat kapni, a résztvevők GIF értelmezési szokásaival kapcsolatban, ezeknek a mozgóképeknek identitást formáló vagy azt tükröző tulajdonságairól, és visszaulva a játékhoz tartalmi kategóriánként is részletesebb aspektusokra vagyok kíváncsi.

A fókuszcsoportos vizsgálatához jellemzően kialakítottam az interjúvezetetőt, ami a beszélgetés vezérfonalát képezte. A kérdések összeállítása során figyelembe vettem, hogy tiszta és érthető kérdések legyenek, és félig strukturált interjúvázlatot alkalmaztam, teret adva a beszélgetésben

történő esetleges új nézőpontoknak, ugyanakkor próbáltam úgy összeállítani, hogy a kérdések kapcsolódjanak egymáshoz. Ami a felépítést illeti betartva a fókuszcsoporthoz jellemző kérdésvázlatot, a következőképpen állítottam össze a kategóriákat: általános kérdések a témával kapcsolatban, majd részletesebb a GIF-ek tematikájával és értelmezésével kapcsolatban és végül záró kérdések, lehetőségek.

Fókuszcsoporthoz beszélgetés főbb témakörei és kérdései:

1. Általános kérdések:

- Egy beszélgetés során, milyen esetekben küldesz GIF-et?
- Mit fejezel ki a leggyakrabban velük?
- Előfordult-e már olyan, hogy egy GIF megváltoztatta a beszélgetés menetét?
- Szerinted egy GIF mennyi mindent árul el a küldőjéről?
- Mennyire tükrözik a műveltségünket a GIF-ek? - azaz azt, hogy mit fogyasztunk
- „Az vagy, amit küldesz” – ebből kiindulva a gyakran használt GIF-ek mint mondanak el magunkról?
- Az alapvető különbség az emoji és GIF között az, hogy a GIF-nek nincs meghatározott jelentése? Ennek mi lehet az oka? A GIF-ek esetén beszélhetünk többjelentésről?
- Abban az esetben, ha nem ismered a küldött GIF-et mi fontosabb az érzelem vagy a cselekvés, amit mutat?
- Mit gondolsz, az általad gyakran használt GIF-ek mennyire hasonlóak hozzád? (a reakcióidhoz, megnyilvánulásaidhoz)
- Vannak-e gyakori GIF-ek, amikről már azt érzed, hogy téged kifejeznek.
- Mennyire fontos számodra az ismétlődés?
- Lehet-e egy GIF az ismétlődés által unalmas, vagy épp ellenkezőleg fokozza az érzést/állapotot.

2. Tematikával kapcsolatos kérdések

a. Film és sorozat GIF-ek:

- Mennyire figyelsz oda a GIF küldés előtt, hogy az adott GIF melyik sorozatból, vagy filmből származik?
- Számít-e az, hogy a GIF, amit küldünk, olyan sorozatból/filmből legyen, amit ismerünk vagy már láttunk?

- Fordult-e már elő olyan, hogy félreértettek a GIF miatt, amit használtál? (nem értette a sorozat/film GIF-et ebből adódóan nem ment át teljesen az üzenet)
 - Ezek a GIF-ek szöveggel vagy nélküle jobbak?
 - Összezavarhat-e egy GIF, ha nem a feliratozott szöveg van rajta hanem egy teljesen más?
 - Mennyire van hatással az aktuális kedvenc sorozat/film arra, hogy milyen GIF-et küldesz?
- b. Mémek, állatok, hétköznapi emberek
- A statikus mémek a jobbak, vagy a dinamikus GIF-ek?
 - Az állatos GIF-ek esetén van-e szükség háttértudásra, vagy mi az a szempont, ami alapján döntünk?
 - Használunk olyan GIF-eket ahol nem ismerjük a szereplőt, ott mi a fontos?
 - Milyen szituációkban használod?
 - Számít-e a háttértudás ebben az esetben, vagy csak elég azt tudni, hogy mit fejez ki?
 - Mennyire fontos a humor az adott mémet vagy állatot ábrázoló GIF kiválasztása esetén?
 - Lehet-e egy GIF mém?
 - Mi az ami miatt nem mennek ki ezek a mém-GIF-ek a divatból?

Közszereplők és ikonikus pillanatok, zene:

- Mennyire fontos, hogy a címzett ismerje a GIF-en szereplő alakot, vagy ikonikus pillanatot?
- Mi történik ennek hiányában?
- Az ikonikus pillanatokban szerinted mi kerül be?
- Az ikonikus pillanatok megértéséhez szükség van egy háttértudásra?

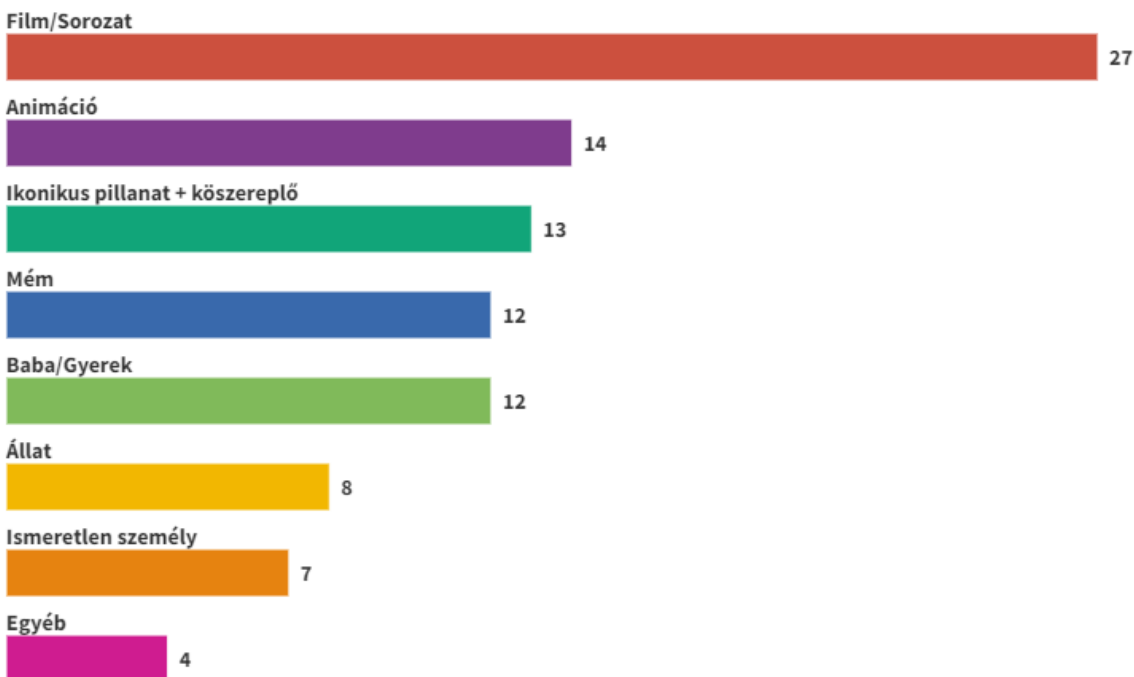
3. Vizuális írás:

- Állítottál-e már elő GIF-et?
- Szerinted mi lehet ennek az oka, hogy kevésbé népszerű?
- Van olyan ismerősötök aki állít elő GIF-eket?

Elemzés

GIF-adatbázis

A kutatás előtt a résztvevőknek el kellett küldeniük az általuk használt vagy kedvelt hét darab GIF-ből álló csomagot, amiből sikerült összeállítanom egy 98 darabból álló adatbázist. Az adatbázis összeállítása során, arra voltam kíváncsi, hogy ábrázolás/ tematika szempontjából melyik kategória a legnépszerűbb. Bár a GIF-eket nem lehet könnyedén kategorizálni, mivel gyakran egybe esnek egybeolvadnak/összeváganak, mégis ábrázolás és tematika szempontjából a következő kategóriákat különítettem el: film/ sorozat, animáció, ikonikus pillanat és közszereplő, mém, baba/gyerek, állat, ismeretlen személy és egyéb. Ahogy azt az alábbi ábra is mutatja, túlnyomó részt a film/ sorozat GIF-ek voltak (27), ezt követte az animáció (14), amiben egyaránt voltak rajzfilm részletek és illusztrációk, harmadik helyen az ikonikus pillanatok és közt szereplők (13), és ezt követően egyforma értékekkel mém és csecsemő/gyerek GIF-ek.



3.ábra: Begyűjtött GIF-ek tematikus felosztása

A begyűjtött GIF adatbázis színesnek bizonyult, bár voltak ismétlődő GIF-ek, ami azzal magyarázható, hogy ezek népszerű, könnyen érthető GIF-nek számítanak.

A két csoport között generációs eltérés is megfigyelhető. Ahogy azt már említettem az első csoport résztvevői az előző kutatásomban is részt vettek korosztály szerint 22-24 év közöttiek voltak. Ennél a csoportnál túlnyomórészt a baba/ gyerek GIF-ek voltak a legnépszerűbbek, ezt követték az állatokat, főként macskákat ábrázoló GIF-ek, illetve a film/ sorozat GIF-ek.

A második csoport korosztálybeli megoszlása 19-23 év körüli résztvevőkből állt, és számukra a legnépszerűbb GIF-ek a mém GIFek, ezt követték a film/ sorozat GIF-ek és az ikonikus pillanatok, főként politikai pillanatok ábrázoló GIF-ek.

A két csoport közötti preferencia különbségek azzal magyarázhatóak, hogy az első csoport számára a GIF kiválasztása érzelmi alapú volt például azért választottak kisgyereket ábrázoló GIF-et, mert az sokkal kifejezőbb volt, vagy az állatos GIF-ek esetén preferenciát mutatott, míg a második csoport a GIF-eket tudatosabban, egyfajta humor fokozásának taktikájaként használták, épp ezért a mém GIF-ek vagy az ikonikus pillanatok, média által megörökített aktuális botrányokat ábrázoló GIF-ek voltak a legnépszerűbbek.

A begyűjtött adatbázisból a tematikus feloszlás mellett, azt is vizsgáltam, hogy a szöveges vagy szöveg nélküli GIF-ek a népszerűbbek. Az eredmények azt mutatták, hogy a résztvevők főként a szöveg nélküli GIF-eket részesítik előnyben, mivel az adatbázis 2/3-át szöveg nélküli (66), és csupán 1/3-át szöveges GIF-ek alkották. Ahogy ezt az alábbi ábra is mutatja, tematika szempontjából így oszlottak meg a szöveges és szöveg nélküli GIF-ek.



4.ábra: Begyűjtött GIF-ek szöveg és szöveg nélküli megoszlása

GIF felismerő játék

A GIF-kitaláló játék eredményeinek elemzése során három kategóriát különítettem el, és kapcsoltam hozzá értékeket:

1. amikor egyáltalán nem ismerték fel az adott GIF-et
2. amikor részlegesen tudtak ismereteket kapcsolni az adott GIF-hez
3. amikor teljes mértékben felismerték, és kapcsolták a popkulturális tudáshoz

A játék során a maximálisan elérhető pontszám a 90 pont volt, amit abban az esetben lehetett megszerezni, ha mind a 30 GIF-et tökéletesen felismerték. A résztvevők eredményei 81 és 67 között mozogtak, ami egy jó arálynak számított. Az eredmények elemzése során próbáltam rangsorolni azokat a GIF-eket, amelyeket a legtöbben felismertek, és könnyedén csatoltak hozzá popkulturális tudást. A rangsor állítás során automatikusan kizártam az állatokat, ismeretlen embereket ábrázoló GIF-eket, mivel ezekben az esetekben, nem volt szükség egy adott háttértudásra, ezáltal könnyedén körülírható volt, és felismerhető. Így a 28 GIF-ből egy 1-16 terjedő rangsorolást sikerült készítenem, mivel sok olyan eset volt, amiben egyenlő eredményt értek el adott GIF-ek, vagy az is jellemző volt, hogy szorosan egy vagy két pont különbség volt a GIF-ek között.

Ahogy azt az alábbi ábra is mutatja, az 5 leginkább felismert GIF az 5.GIF- Az egymásra mutató pókemberek, a 24. GIF - az újra dolgozott Oroszlánkirály című film egyik jelenetét ábrázoló, a 6. GIF - a Gordon Ramsayt ábrázoló, a 7.GIF - a Nagy Gadsby című film egyik ikonikus jelenetét ábrázoló, a 8. GIF- az Arthur című animációs sorozat főszereplőjét ábrázoló, és a 20. GIF - a Magyar népmesék animáció egyik jelentét ábrázoló GIF-ek érték el a legmagasabb pontszámokat a felismerés során. Ez azt mutatja, hogy leggyakrabban esetben a könnyű és sikeres felismerés a kiragadott film jeleneteket ábrázoló GIF-ek során volt, amiből azt a következtetést vontam le, hogy az a popkulturális tudás, amivel sikerült felismerni a GIF-eket, az a televízió és a filmek által szerzett tudás.



3.ábra:A GIF-felismerő játék során felismert GIF-ek gyakoriság szerint

Az összeválogatott GIFek során, ahogy azt kiemeltem a módszertani résznél próbáltam minden kategóriában találni, számításba véve az utóbbi évek legnépszerűbb GIF-jeit, illetve ezt kiegészítve olyan belföldinek számító GIF-ekkel, amiről úgy gondoltam, hogy a résztvevők popkulturális fogyasztásába beletartozik. Így az összeválogatott GIF-ek és az eredmények alapján, egyfajta fogyasztói palettát kaptam, ami tükrözi azt, hogy a résztvevők, a 19-24 éves korosztály milyen popkulturális termékeket fogyaszt. Az elemzés során arra jutottam, hogy a kategóriák, nem választhatók külön, gyakran előfordulhatnak egybeesések, például a 24. GIF esetében, ahol az újra dolgozott *Oroszlánkirály* jelenete volt, És bár a résztvevők közül sokan nem látták a 2019-ben megjelent filmet, mégis tudták kapcsolni az általuk ismert animáció ikonikus jelenetéhez, amikor Mufasa bemutatja Szimbának a királyságukat, ez a példa is jól mutatja, hogy gyakori az, hogy a film jelenetek egybeesnek az ikonikus pillanatokkal.

A filmjeleneteket ábrázoló GIF-ek esetén egy különös megállapításra jutottam. Gyakori eset volt az, hogy film a jeleneteket ábrázoló GIF-ek esetén nem a szereplőt ismerték fel, hanem az őt alakító színészt. Ilyen példa a 26.GIF is, ami a 2019-ben megjelent *Házasság történet* című film egyik jelenetét ábrázolta, a résztvevők nem a szereplőket, hanem az őket alakító Adam Drivert és Scarlet Johanssont ismerték fel, ugyanúgy ahogy a 7.GIF esetén is, ahol ugyancsak Leonardo DiCapriot

ismerték fel, nem a filmbeli szereplőt. Ez is azt mutatja, hogy az a kulturális tudás, amivel dekódoljuk a GIF-eket egy felszínes tudásként van jelen, ami segít abban, hogy asszociálni tudjunk.

Jellemző volt a résztvevőkre az, hogy olyan esetekben, amikor nem ismerték fel a GIF-et, és nem tudták konkrét tudáshoz kapcsolni, asszociálni próbálták a részleges emlékezés által. Erre a leggyakoribb példa a felismerő játékban szereplő animációk, ahol a résztvevők felismerték azt, hogy a Pixar vagy Disney által készített, abból adódóan, hogy jellemzően mindkét animáció stúdió jellegzetes jegyeket hordoz magán. Ez is ugyancsak azt mutatja, hogy ez esetben is elegendő csupán egy felszínes tudás, ami segíthet felismerni és asszociálni.

A résztvevők popkulturális fogyasztásáról megállapítható az, hogy egy olyan generációról beszélünk, amelyik gyerekkora nagyrészt a televízió előtt töltötte, mivel könnyedén felismert olyan GIF-eket, mint az Arthur, Magyar népmesék, Elmo, Frakk a macskák réme. Emellett ismeri a külföldi közszereplőket, mint Billie Eilish, Gordon Ramsay és Nick Jonas, ugyanakkor ismeri az olyan magyar celebeket is, mint Köllő Babett, Kajdi Csaba. Ami a filmeket és a sorozatokat illeti a résztvevők popkulturális műveltségébe beletartoznak olyan ikonikusnak számító filmek és sorozatok, mint a *Ponyvaregény*, *A nagy Gatsby*, az *Így jártam anyáttal* és olyan híresnek számító animációk, mint az *Oroszlánkirály*, *Dumbó*. Ami az ikonikus pillanatokot illeti, a résztvevők egyaránt felismerik a népszerűnek számító jeleneteket, úgy külföldi, például a Covid idején történt incidens, amikor egy híres politikus meetingjére benyitott a kislánya, mint a magyar vonatkozásba számító /tartozó ikonikus pillanatok, például a *Mónika Show* Vámpír Ági jelenetét.

Fókuszcsoporthoz beszélgetés

A fókuszcsoporthoz beszélgetés során három nagyobb témakör különíthető el. Az első a vizuális műveltség a GIF-eket illetően, magába foglalva a használatát és értelmezéssel kapcsolatos kérdéseket, illetve a főbb GIF tulajdonságokat, mint az ismétlődés, többértelműség és érzelmi töltet. A második tömbben a GIF-ek ábrázolásával kapcsolatosan tematikus kérdések, mint sorozat és film; mémek, állatok és ismeretlen emberek; ikonikus pillanatok és közszereplők, és az utolsó részben kitértem a vizuális írásra is keretet adva neki, ami többek között a GIF-ek előállításának szokásait és használatát foglalta magában.

1. Használat, értelmezés, vizuális műveltség

A használatban a résztvevők válaszaiból, arra az eredményre jutottam, hogy általában olyan esetekben használunk GIF-eket, amikor sajátos reakciók hitelesebben szeretnénk átadni. Ez arra utal, hogy ezek a GIF-ek segítenek abban, hogy egyféleképpen a sajátos hiteles énképünk vagy reakciónk - átadása jöjjön létre, ahogy ezt R1 válasza is tükrözi - *Amikor azt akarom, hogy elképzeljék, hogy kb. én ugyanazt az arcot vágnám, mint ami a GIF-en szerepel, amit küldök.* Ez is azt mutatja, hogy a GIF-ek használatakor fontos, hogy általuk minél hitelesebben adjuk át a sajátos érzéseinket, reakcióinkat, hogy ezáltal is jobban hasonlítson az online beszélgetés a valós beszélgetéshez. Egy másik nagyon gyakran említettem eset, amikor a résztvevők GIF-eket használtak az a humor volt. Ezt mutatja R8 válasza is - *Olyan esetekben, amikor, amikor talál egy helyzetre, vicces vagy feldobja a beszélgetést, akár coping mechanizmként is szoktam használni, ha mondjuk káosz, vagy nem tudom mit csináljak és akkor jön Elmo és megmutatja, hogy káosz. Inkább viccként.* - ami azt mutatja, hogy bár főként a humor az az ok, amiért használnak egy adott GIF-et, de lehet akár egy megküzdési mechanizmus is, ami által automatikusan használunk különböző helyzetekben adott a GIF-eket, ahogy az a fenti válaszból is látszik.

A GIF-ek használata során az is kiderült, hogy olyan helyzetekben alkalmasak, amikor a szavak kevésnek bizonyulnak, vagy ahogy R9 válasza is mutatja - *hogya valami ugymond odavág akkor egy GIF-el fejezem ki magam, vagy például elküldöm That what she said, ha tényleg olyan a helyzet, amihez egy GIF jobban passzol, teszem a GIF-em.* - vannak olyan helyzetek amikor egyfajta nem tudatos folyamatként döntünk, hogy az adott szituációban egy GIF vagy a szöveg lenne megfelelőbb, mint reakció. A használat során, beszélhetünk egyfajta esztétikáról is, ami által a GIF-ek egyfajta internet rútságként működhetnek, R10 válaszából arra következtettem, hogy ezeknek a GIF-eknek a megértése is kapcsolható egy tudáshoz, és használathoz ahogy a boomer közösségben elterjedt, ám fiatalabb generáció parodizálásaként, humor eszközeként használja.

A GIF-ek lehetőséget nyújtanak bármilyen érzés kifejezésére, de főként olyan szituációkban használják őket, amikor mondjuk valakit üdvözlnek, vagy valamit meg akarnak köszönni, mert ahogy ezt R9 válasza is tükrözi, vannak *olyan szituációk, amelyekben hatékonyabb egy The Officesos Thank you GIF-et küldeni, mint azt írni vagy, hogy köszi szépen.* Emellett a GIFek

megfelelő eszköznek bizonyulnak az empátia vagy az együttérzés kifejezéséremivel sokkal kifejezőbbek lehetnek a leírt szavaknál.

A GIF-ek használata és értelmezése során fontos szerepet kap a kontextus. A résztvevők válasza alapján kiderült, hogy fontos a közös megértés, ahogy R3 válasza is tükrözi az egy jó GIF kulcsa - *Ha a másik érti, ha másik is tudja azt a kontextust, amiből a GIF ki van ragadva, azt a filmet vagy videoklippet* - ez is azt mutatja, hogy szükség van egy közös tudásra, tapasztalatra, ahhoz, hogy az általunk megosztott GIF üzenete a kommunikációs folyamat során sikeres legyen

Egy GIF sok esetben megváltoztathatja a beszélgetés menetét, azáltal, hogy megjelenik fokozhatja a beszélgetés humorát, hogy még viccesebb legyen, ugyanakkor témaváltásként is megfelelő eszköz lehet, ahogy ezt R4 válasza is tükrözi - *Olyan már fordult elő, hogy egy chatcsoportban beszélünk egy adott témáról, én mondjuk küldtem egy GIF-et szemforgató babát és témát váltottunk.*- Ez azzal magyarázható, hogy a GIF-ek által közvetíthetőek olyan reakciók vagy érzések, amelyek valós helyzetben is, ugyanezt váltanák ki. Ugyanakkor vannak még olyan tényezők, amelyekre a résztvevők kitértek, amik nem kimondottan a GIF-re hanem a használóra, azaz a küldőre vonatkoztak. A résztvevők tapasztalatai alapján több olyan eset előfordult, hogy a rossz használat változtatta meg a beszélgetés menetét, ahogy R1 válaszában is, aki arról számolt be hogy egy beszélgetés megváltozhat - *Abban az esetben, ha olyannal beszélünk, aki nem tud egy jó GIF-et küldeni, és ennek következményeként "teljesen más hangulata lesz a beszélgetésnek, sőt fel is mérgelődsz, hogy küldj már egy jó GIF-et.* A rossz használat által, felháborodás keletkezhet, de nem csupán a használat, hanem az értelmezés során is történhet ilyen, ahogy ezt R5 válasza is jól mutatja - *Velem már előfordult olyan, hogy küldtem egy GIF-et, és utána rákérdeztek hogy ez mit akar jelenteni, mert nem esett le neki, és azután el kell magyaráznom neki* - ezáltal megfigyelhető egy hasonló dekódolási mechanizmus, mint a viccek esetén, ahol a GIF megértése és egy tudáshoz való hozzá kapcsolása megfelel a viccekben szereplő csattanónak, és ennek hiányában érdektelenség keletkezhet, azt jelezheti, hogy nem vagytok egy hullámhosszon, megakadhat a beszélgetés, vagy arra ösztönözhet, hogy az adott személlyel ne használj többet GIF-eket a beszélgetés során.

A GIF-ek a háttértudás mellett információkat árulnak el a küldőről is. A résztvevők válaszaiból kiderült, hogy egyrészt van, amikor valós érzéseket, állapotokat közvetít, viszont az irónia eszközeként is használható, ahogy ez R4 válasza is mutatja - *Van amikor iróniaként használok*

GIF-eket, egy egy szituációt ironizálok vele, és ilyen szempontból sokat el tud mondani arról, aki küldi a GIF. Ha ismerjük azt, aki küldi a GIF-et, akkor értjük azt, hogy az komolyan gondolja, vagy csak a helyzetet parodizálja. - ahogy ő is kiemelte, ahhoz, hogy olyan helyzetekben, amikor iróniát, szarkazmust vagy épp cinizmust akarunk kifejezni nem elég csak az adott GIF-et ismerni, hanem fontos a küldő személyt is ismerni, ahhoz, hogy fel tudjuk ismerni a mögötte rejlő szándékot. A GIF-ek már a közlésfolyamata előtt információkat árulnak el a küldőről, egyfajta referenciát is mutatva, a megfelelő GIF kiválasztása által. R3 válasza tér ki bővebben erre az aspektusra - *Ha mondjuk a „happy” kulcsszó beírása után előjön 20 GIF és hogy te azok közül melyik választod és küldöd el abban a témában* - amit kiegészített az, hogy ez a fajta kiválasztás egyfajta hovatartozást és kifejezhet a küldőről, ami szorosan kapcsolódhat a fandomokhoz.

Az értelmezés és használat során, beszélhetünk egy vizuális populáris műveltségről, ami reprezentálja azt, hogy mit fogyasztunk, mert a válaszokból is az derült ki, hogy az általunk használt GIF-ek tükrözheti az érdeklődési körüket, és valószínűbb, hogy olyan GIF-eket fogunk használni, amelyeket ismerünk, azaz láttuk az adott sorozatot vagy filmet, mivel ezek egy fajta szimpátiát fejeznek ki, és közelebb állnak úgy a küldőhöz, mint a befogadóhoz. Ugyanakkor fontos megállapítani azt, hogy ez nem egy univerzális műveltség, amelyet mindenki egyformán ért, hanem inkább tekinthető egyfajta réteg műveltségként, ami a fogyasztott popkulturális tartalmak által szerzett tudást tükrözi. Olyan esetekben, amikor két különböző avagy eltérő populáris fogyasztás találkozik a beszélgetésben egy megakadás keletkezik, ahogy ezt R1 válasza is sajátos példával tükrözi - *Abszolút beszélhetünk egy ilyen jellegű műveltségről, mert visszatérve az előző válaszra, ha én kapnék egy Star Warsos GIF-et, nem biztos, hogy annyira értékelném, mert nem szeretem a Star Warst, de lehet ő sem értékelné ugyanígy ha a How I meet your motherből például Barneyt küldeném, mert hogy lehet ezt nem látta és ezért nem tudná hova tenni a karaktert vagy az ő stílusát.*- Ez is azt bizonyítja, hogy szükség van közös popkulturális tapasztalatokhoz ahhoz, hogy az elküldött GIF teljes mértékben sikert arasson.

A populáris kultúra amellet, hogy reprezentálja az ilyen jellegű műveltségünket, hogy mit kedvelünk és mit fogyasztunk szívesen, amellet tükrözi az érdeklődési körüket, a szimpátiát, amivel azonosulni tudunk, ez az, ami segít a megfelelő GIF kiválasztásában. Ugyanakkora műveltséggel kapcsolatosan a résztvevők válasza azt mutatta, hogy fordított esetben is működik. Egy adott GIF felkeltheti az érdeklődésünket, és ösztönözhet arra, hogy elkezdjünk az adott

popkulturális termék után kutatni, annak érdekében, hogy az adott GIF kontextusát jobban megértsük, és hogy azt specifikus abban tudjuk használni.

Abból a mondatból kiindulva, hogy "az vagy, amit küldesz" a válaszok igencsak eltérőnek bizonyultak. Voltak, akik úgy vélték, hogy fontos az, hogy tudjuk, hogy az adott GIF honnan származik és hogy mit reprezentál, míg másoknak elég volt csupán az, ha beleillik a beszélgetésben, megfelelő érzést vagy reakció fejezhető ki általa. Megfigyelhető ennek a kettőnek a keveredése és, ahogy ezt R5 válasza is jól mutatja - *A kettő között vagyok amúgy mert előnyben részesítem az olyan GIF-eket amikről tudom miről szólnak, de azért van, hogy néha használok olyan GIF-eket is amiről nem feltétlenül tudom, milyen a szereplő, csak viccesnek gondolom vagy beletalál a szituációba.*- ez is azt mutatja, hogy a kettősség különválasztható azáltal, hogy azokat a GIF-eket amelyekhez tudunk kapcsolni egy popkulturális tudást, azokkal tudunk azonosulni, míg más esetekben, amikor nem ismerjük akkor a humor a fontos aspektus, illetve az, hogy betálcáljon az adott szituációban.

Az alapvető különbség az emoji és a GIF-ek között az, hogy az az emoji egy adott szimbólumrendszerként rendelkezik meghatározott jelentéssel, míg a GIF-ek nem, hanem ezek mozgóképek többjelentésűek, poliszémikusak. A válaszok alapján ennek a több jelentésnek a kialakulása olyan tényezőkből eredhet, mint például R2 megállapítása, miszerint a GIFek mémesedése által születnek újabb értelmek - *Ilyen téren a GIF-ek hasonlóak a mémekhez szerintem, hogy az által, hogy kifizurázódik egy új értelmet kap. Véleményem szerint rengeteg ilyen GIF van.* A válaszok azt mutatták, hogy ebben közrejátszanak olyan technikai módosítások, mint például az eredeti szöveg kicserélése, ami által egy GIF teljesen más jelentést kap és ezáltal megváltozik a teljes lényege.

Olyan esetekben, amikor egy adott GIF-hez nem lehet háttértudást kapcsolni, más elemek válnak fontossá, mint például a bemutatott érzés vagy cselekvés. Itt a két fókuszcsoporthoz kutatás között lényeges eltérést figyeltem meg, míg az első csoport résztvevőinek nem volt fontos az adott GIF érzelmi vagy cselekvési aspektusait tudatosan megválasztani, és mondhatni egyfajta impulzív döntésre utalt, ahol kevésbé fontos, hogy honnan származik, csupán az volt a fontos beilleszthető legyen a beszélgetésbe. Ezt a fajta impulzív döntést szemlélteti R6 válasza is - *Nem volt olyan, hogyha mondjuk nem értettem egy GIF-et akkor utána kerestem gyorsan, hanem próbáltam interpretálni és beilleszteni a beszélgetésbe, hogy mit akart mondani az, akivel beszélek.* Ezáltal

megfigyelhető, hogy ennek a csoportnak, az olyan GIF kiválasztása, amihez nem tudnak adott tudást csatolni, egy kevésbé tudatos, érzelmekre alapozott döntés. A másik csoport esetében, egy tudatosabb folyamatról beszélhetünk, ahogy ezt R11 válasza is mutatja - *Inkább arra szoktam odafigyelni, hogy az arckifejezés és a mozgás, meg esetleg a szöveg is, mivel megtörténik, hogy beírunk a keresőbe egy adott kulcsszót és azzal kapcsolatosan többféleképpen is megjelenik a feliratokban. Arra figyelek oda, hogy a beszélgetés kontextusához, mennyire passzol az adott GIF, ha mondjuk rossz lábbal keltem fel, akkor lehet olyan hellot küldök, aki morcos, vagy ellenkező esetben egy boldogabbat.* - itt egy komplexebb módon történik a kiválasztás, ahol egyaránt figyelembe vannak véve a mimikák, a gesztusok, illetve az, hogy az adott GIF mennyire reprezentálja a jelenlegi állapotot.

Az általunk használt GIF-eknek van egy olyan erejük, ami által azonosulni tudunk velük. Ez tükrözi R14 válasza is miszerint - *Tükrözi a személyiségünket valamilyen szinten, és a beküldök kedvenc GIF-ek tükrözik a főbb állapotainkat úgy érzem.* Ez azt jelenti, hogy az általunk leggyakrabban használt GIF-ek a saját reakcióink és érzéseink lenyomatai.

Az első általános tömb utolsó kérdéskörteként rátértem a GIF-ek fontos tulajdonságára: az ismételésre. A válaszok alapján kiderült, hogy ellentmondva a szakirodalomban szereplő állításnak, miszerint a GIF ismétlődése fokozhatja az érzést, az derült ki, hogy a hurkolt ismétlés unalomhoz vezethet. Ezt legjobban R7 válasza tükrözi - *Szerintem meg lehet unni amúgy, most is, volt számomra olyan GIF-ek, amiről azt éreztem, hogy jó, de még mindig ezt nézzük, volt amit több ideig néztem és unalmassá vált számomra és szerintem ez chaten is így van* - amit később azzal magyarázott, hogy ő személy szerint nem szeret többször végig nézni bármit is. Tehát mondhatni embertől függ, hogy az ismétlés által megunhatóvá válik egy GIF, de vannak nagyon jó GIF-ek amiket nem lehet megunni, mert több szituációban és tökéletesen passzolnak vagy nagyon kifejezőek, ezt R11 azzal magyarázta, hogy - *egy GIF-nek nagyon különlegesnek kell lennie, vagyis olyan kell legyen az az adott reakció, amit más GIF nem helyettesíthet.* Az ismétlődés mellett a résztvevők kitértek egy másik tényezőre is, ami által egy GIF unottá válhat. Ha túl sok helyen látom, vagyis nem egy beszélgetésben többször, hanem több platformon szembe jön velem, ugyanúgy, mint a mémek, akkor úgy érzem elcsépelt lesz, mint például a poharát emelő Dicaprio – R1 válasza példával magyarázta, az egyik híres GIF elcsépelődését, aminek az oka, a túlzott használat és a túl sok platformon való találkozás volt. Ennek az úgynevezett túlzott használatnak,

van egy másik negatív következménye is lehet, méghozzá az, hogy nem szükséges tudni az eredeti kontextust, ezt R9 azzal magyarázta, hogy - *Vannak GIF-ek, amik annyira elhasználódtak, például sok Officeos GIF, ahol nem kell tudd már a kontextust, vagy lásd a sorozatot, ahhoz, hogy értsd a jelentést.* – eszerint a túlzott használat által is kialakulhat egy háttértudás, amihez nem szükséges az adott popkulturális terméket fogyasztani, mert a használat által szerzünk információt.

2. Tematikával kapcsolatos kérdések

2.1. Film és sorozat GIF-ek

Ahogy azt a GIF- adatbázis is mutatta ábrázolás/tematika szempontjából a filmeket és sorozatokat ábrázoló GIF-ek vannak többségben.

A résztvevők válaszai alapján, ugyancsak egy kettősség figyelhető meg. Vannak, akik számára nem mindig van jelentősége annak, hogy az adott GIF melyik filmből vagy sorozatból származik, viszont az ismeretség közrejátszhat szimpátia szempontjából a GIF kiválasztásának folyamatában. Ahogy ezt, R4 válasza is tükrözi - *... ha mondjuk, ha beírok egy kulcsszót és elődob több GIF-et, akkor előfordulhat, hogy azok közül azt küldöm el amelyikhez tudok társítani egy sorozatot vagy filmet amit láttam.* A másik kategória, az kimondottan film vagy sorozat címekkel keres egy adott GIFre. Ez azt mutatja, hogy nagy szerepet játszik az emlékezet, mivel az ilyen pillanatokban egy nem tudatos folyamatként felidéződnek emlékezetes jelenetek, amik beilleszthetők a beszélgetésbe. R12 válasza ezzel kapcsolatban bővebben kifejti magát a teljes folyamatot - *Az én esetemben, ha mondjuk beírok egy két kulcsszót, akkor valószínű hamarabb elküldök egy olyan GIF-et ami egy olyan sorozatból vagy filmből van amit már láttam, de ez nem egy szándékos tudatos folyamat, hanem egyfajta berögződés.*

Ahhoz, hogy az üzenet teljes mértékben átmenjen, szükség van arra, hogy mindkét fél rendelkezzen egy közös popkulturális tudással, ami azt jelentette, hogy hasonló sorozatokat vagy filmeket fogyasszon. A résztvevők válaszaiból kiderült, hogy ez igencsak fontos, főként a küldő szempontjából, hogy csatolható legyen a GIF-hez egy tudás, ami közös élményen, avagy tapasztalaton legyen alapozva. Ugyanakkor itt is megfigyelhető egy tudatos folyamat, amikor kiválasztás során számításba vesszük nem csak a saját, hanem a befogadó úgynevezett popkulturális tudását is, R11 válassza, részletesebben kibontja azt, hogy vannak olyan GIF-ek, amelyeknek csak számunkra van és tudjuk, hogy a befogadónak nincs meg az az adott tudása, akkor automatikusan egy olyat küldünk, amit ő is érthet. - *Én mindenképp, mert van amikor tényleg*

tudok egy olyan GIFről, ami valamelyik általam kedvelt sorozatból vagy filmből van, de tudom és biztos vagyok benne, hogy azt a másik nem ismeri és nem fogja feltétlenül annyira értékelni akkor meg nem éri meg, inkább választok valamit, ami mindkettőnknek tud valamit jelenteni, azontúl, hogy látjuk. Abban az esetben, amikor nincs meg ez a közös tudás, félreértés fordulhat elő, ami többek közt ahhoz vezethet, hogy nem értik, vagy nem váltja ki azt a reakciót, amit vártak, ezáltal nem megy át az üzenet teljes lényege.

A film és sorozat GIF-ek egyik jellemzője az, hogy általában szöveggel rendelkeznek. Ez a szöveg lehet akár feliratozás, az aktuális film részletből, vagy kaphat egy teljesen más szöveget is. A résztvevők közül R6 válasza tért ki arra, hogy - *Helyzettől függ, ennek oka az, hogy van, amikor annyira ikonikus egy szöveg, hogy szükségét érzem, hogy ott legyen* - ez is azt mutatta, hogy vannak olyan jelenetek, részek, amelyek szöveggel együtt adják át a teljes kontextust. Abban az esetben, amikor a GIF-ek teljesen más szöveget kaptak, azaz nem egy feliratként működtek a válaszadók úgy vélték, hogy ezáltal teljes mértékben megváltozhat a GIF lényege. Ugyanakkor ezzel kapcsolatban a résztvevők azt is kiemelték, hogy zavaró lehet az, ha a GIF-en más szöveg van, ahogy ezt R3 válasza is mutatja - *Ha tudom, hogy mit mond az adott filmben és ott van valami teljesen más, akkor inkább zavaró* - tehát olyan esetben, amikor a bennünk levő popkulturális emléket zavarja meg valamit. A résztvevők azt is kifejtették, hogy az, hogy ha más a szöveg nem minden esetben lehet zavaró, R2 beszámolt arról, hogy - *Akkor nem zavaró, ha a GIF-en szereplő szöveg érzelmi síkja megegyezik, ha meg eltér akkor gáz..* - Ez is azt mutatja, hogy van egyfajta nyitottság az újraalkotott GIF-ek felé, viszont meg kell felelnie néhány tulajdonságnak, ahhoz, hogy elfogadottá váljon.

A résztvevők válaszaiból azt is megállapítottam, hogy a szöveges GIF-ek egyértelműbbek, míg a szöveg nélküli GIF-ek esetén, megfigyelhető a szakirodalomban és említett dekontextualizációs folyamat, ami által egy GIF több szituációban használható, más- más értelmezésben. R8 válasza példával magyarázza, azt, hogy a szöveg nélküli GIF-ek milyen lehetőségeket rejtenek magukban - *Azok érdekesebbek egy kicsivel amiken nincsen szöveg, mert akkor nincsen meghatározva, hogy mire értjük... izgalmasabb, ha nincsen szöveg alatta, mert akkor én választhatom ki azt, hogy milyen helyzetben használom, vagy hogy mire értem éppen.* - Ugyanakkor annak, hogy szöveges vagy szöveg nélküli GIF-et választunk függhet a kontextustól, attól hogy mennyire hatásos, illetve attól hogy mennyire kifejezi az adott GIF.

A filmekkel és sorozatokkal kapcsolatos kérdésem arra tért ki, hogy az aktuális kedvencek mennyire befolyásolják a GIF kiválasztását, a résztvevők válaszaiból azt a következtetést vontam le, hogy olyan esetekben, amikor, a sorozat nagy hatással van, vagy beszélhetünk például egy fandomról, akkor az emlékezést véve alapul, a beszélgetésben akár tudatosan, akár kevésbé tudatosan olyan GIF-eket választunk, vagy olyanokra keresünk rá, ami épp aktuálisan van hatással ránk.

2.2. Mémeket, állatokat, ismeretlen embereket ábrázoló GIF-ek

A második tematikus kör, a mémeket, állatokat és ismeretlen embereket ábrázoló GIF-ekről szólt, mivel köztudott, hogy a GIF-ek tárháza nem csupán filmből kiragadott jelenetekből áll. Nagyon sok olyan GIF van, ami mémesedett, ugyancsak sok kutyák, macskát, egyéb állatot ábrázoló GIF található meg, illetve olyan GIF-ek, amelyeken számunkra ismeretlen emberek vannak

Első körben, arra voltam kíváncsi, hogy a résztvevők a statikus képformátumú mémeket, vagy a dinamikus GIF formátumú mémeket részesítik előnyben. A válaszok megoszlóak voltak, de arra a következtetésre jutottam, hogy a beszélgetések során inkább előnyben részesítik az úgynevezett GIF- mémeket, ezt R6 válassza és jól mutatja - *Én például GIF-eket csoportos chatekben szoktam használni, ahol több ember van, mert viccesebb* - aminek főként az az oka, hogy ezeknek az erőteljes dinamikus mémeknek hatásuk van a humor felerősítésében, de az is kiderült, hogy a képi mémek sokkal inkább többrétegűek és látványosabbak. Illetve ezt azzal is magyarázták, hogy függ attól is, hogy az általuk használt platform, mennyire GIF-barát azaz, hogy mennyire könnyedén találják meg a GIF-eket, és tudják használni őket.

Az állatos GIF kapcsolatban, azt a következtetést vontam le, hogy csupán olyan esetekben kapcsolhatjuk egy adott tudáshoz, amikor például egy mese szereplője, más esetekben hasonlóan a mémekhez a humor az az aspektus, ami releváns. Ezt legjobban R11 válasza fejt ki - *Nincs az a kontextus, ami a filmek esetében, hogy megváltoztathatná a jelentést, mert a fő szempont az, hogy vicces, aranyos.*

Ennek a bonyolultabb magyarázatát R6 válasza magyarázza példával együtt - *Az, hogy vicces, amit csinál az állat. Mert ezek az GIF-ekben szereplő állatok olyat csinálnak, ami nem általános, mert hány macskát láttunk eddig eszeveszetten typeolni, egy olyan lehetetlen helyzetben van az állat, hogy az már vicces* - tehát megállapítható, hogy ezek az állatok azért tekinthetők viccesnek, mert

olyan tevékenységet fejeznek ki, amitől az állat emberinek számít. A humor mellett, van egy másik tényező is, ami nem más, mint a preferencia. - *Én kifejezetten úgy keresek rá, ha állatos GIF-et akarok küldeni, hogy mindenképp macska legyen benne, én macskákat szeretek küldeni* - R1 válasza azt mutatja, hogy kifejezheti azt, hogy mondjuk macskás vagy kutyás emberek vagyunk, ami ugyancsak azt magyarázza, hogy az állatos GIFek nek is lehet identitás tükröző erejük.

Az ismeretlen embereket ábrázoló GIF-ek esetében, a válaszokból azt a következtetést vontam le, hogy fontos az, hogy azonosulni tudjunk szereplőhöz, hogy az jól tükrözze azt az érzést vagy reakciót, amit ki szeretnénk fejezni. A résztvevők ezen belül rátértek a gyerekeket és kisbabákat ábrázoló GIF-ekre. Mint kiderült, ezek azért tekinthetők népszerűnek mivel az érzések sokkal illusztratívabbak, kifejezőbbek. R2 válaszában kitér arra is, hogy a gyerekek által ábrázolt érzések szintkülönbségeket is mutathatnak - *Kisbabák alapjáraton cukik ezért vicces, ha küldesz egy haragos kisbabát, akkor cuki. Emellett az a jók a reakcióik, meg még azért, mert ilyen kendőzetlenül jó reakciókat tudnak adni a gyerekek, igazán önmaguk tudnak lenni.* Emellett hasonlóan az állatokat ábrázoló GIF-ekhez, a gyerekek és valami nem általános reakciót, érzést mutatnak be, mint például egy felnőtt reakció, ami által szokatlanná válik az adott GIF. R10 ennél a kérdés körnél kitért arra, hogy számára furá az, ha kontextus nélkül használunk ismeretlen embereket ábrázoló GIF-eket, és többek közt kitért arra is, hogy jogi szempontból kisbabás GIF-ek nem megfelelőek.

Gyakran előfordul az, hogy vannak olyan mémeket ábrázoló GIF-ek, amelyek kitűnnek a GIF tárházakból, és egyfajta örök népszerűségnek örvendenek. A válaszadók úgy vélték, hogy nem beszélhetünk egy állandó népszerűségről, hanem inkább egy ciklikusan visszatérő megújulásról. Ezt a folyamatot R6 válassza bontottak ki - *Vannak olyan GIF-ek amik időről időre előjönnek, mert történik valami azzal a szereplővel vagy van valami aktualitása, de nem mondanám, hogy minden GIF örök életű, de ugyanakkor folyton jelennek meg újak, ami ezt egyensúlyozza. Beszélhetünk arról is, hogy adott GIF-ek kimennek divatból, azáltal, hogy unalmassá válnak, vagy nem elég jelentősek, ahhoz, hogy fennmaradjanak.*

2.3. Ikonikus pillanatokat és közszereplőket ábrázoló GIF-ek

A tematikával kapcsolatban az utolsó témakör az ikonikus pillanatokat és közszereplőket ábrázoló GIF-eket foglalta magába. Itt is hasonlóan a filmekhez és sorozatokhoz, rátértem a háttértudás

fontosságára, ami fontosabbnak bizonyult, mint az előző esetben. Egyrészt fontos, hogy a címzett ismerje a GIF-en szereplő alakot vagy ikonikus pillanatot, és ismeri a humort, amit általa közvetíteni szeretnénk, és ne vegye ezt sértésnek. R7 válasza rá tér az ilyen jellegű GIF-ek etikai vonatkozására - *Fontos, főleg az olyan esetben, ha biztosan nem ismeri, vagy ha mondjuk negatív sztereotípiát idézhet ez elő, például romák és Mónika show, vagy ha valaki nem érti a viccet, kicsit olyan, mint a néger szó, ha néger vagy használhatod, ha meg nem vagy az akkor csak akkor használhatod, ha megengedik.* Az is megfigyelhető, hogy hasonlóan filmekhez és sorozatokhoz, néha az is elég, ha olyan érzéseket, szituációkat fejez ki, ami jellemez minket.

A résztvevők többek közt ebben az esetben is kitértek a kontextust fontosságára, azáltal, hogy a háttértudás egészíti ki, vagy adja át a teljes kontextust, ahogy ezt R9 válasza és kifejti - *Egy egy GIF esetén azért fontos, mert ha nem ismered az adott ikonikus pillanatot vagy közszereplőt, akkor nem esik le a poén, ha nem ismered, akkor nem jön át a lényeg itt se ugyanúgy a GIF-eknek.*

Arra vonatkozóan, hogy miből lesz valójában ikonikus pillanat, majd megörökített GIF a résztvevők három média, a felkapottság és átértelmezés. Az említett három tényező közül a résztvevők főként a médiára és sajtóra tértek ki, mivel úgy gondolták, hogy ezek az ikonikus pillanatok tulajdonképpen botrányok és ahogy azt R9 válassza is kifejti médiának egyértelműen van szerepe, mert ő az, aki megörökíti és innen indulhat a mém gyár, és a GIF futószalag. *Terjed és virális lesz, vagy elkezdik használni adott kontextusban-* Tehát általa kerül be a köztudatba, és ehhez kapcsolódik láncszerűen a felkapottság ahogy ezt R8 válassza is tükrözi - *Minél nagyobb hűhót csinál belőle a média, minél nagyobb dobra verik, annál biztosabb, hogy egy maradandó pillanat lesz. A botrány mellett az átértelmezés az, ami ikonikus GIF pillanatok alapanyaga lehet, ugyanúgy ahogy a mémeknél és egy gyakori folyamat.*

3. Vizuális írás és GIF alkotás

Az utolsó kérdéskörben kitértem a vizuális műveltség egyik fontos aspektusára, mégpedig a vizuális írásra, ami jelen esetben arra tért rá, hogy a résztvevőkre mennyire jellemző a GIF-ek alkotása, előállítása. A fókuszcsoportos kutatás résztvevői közül már mindenki állított elő élete során gifeket, viszont nem igazán használták beszélgetésekben. A válaszok alapján arra a következtetésre jutottam, hogy az egyik ok amiért kevésbé népszerű GIF-eket előállítani a lustaság és kényelmesség, ahogy ezt R13 válasza is kifejti - *Túl kényelmesek vagyunk...Lusta lennék minden életembe történő ikonikus pillanatra készíteni egy GIF-et, meg az is, hogy nincs olyan*

applikáció, amivel könnyen és egyszerűen lehetne GIF-eket gyártani - És hozzáteszi, hogy nincsenek megfelelő könnyen használható applikáció, ami által GIF-eket lehetne készíteni. Emellett a résztvevők közül R8 kifejtette azt, hogy az általunk előállított GIF-ek csak adott csoportok számára lennének érthetőek - az, hogy az általunk elő állított GIF-ek személyesebbek lennének, csupán a baráti kör értené a valós jelentést, és így nem lehet egy világ szinten használt dolog, mert csak egy adott csoport érti, úgymond a célcsoport.

Összegzés

Következtetés

Következtetésként a dolgozat kutatási kérdésére válaszolva ahhoz, hogy megértsük a GIF-eket, szükségünk van egy adott tudásra. Erre a tudásra hatással van a vizuális műveltségünk, azaz, hogy mennyire rendelkezünk azokkal a készségekkel, amelyek segítenek megérteni és előállítani a GIF-eket, illetve hatással van az elsődleges diskurzus során használt otthoni műveltségünk, melynek nagy részét az általunk fogyasztott popkulturális termékek mint, filmek, sorozatok tükrözik. Ezt kiegészítve az internet által bővülő tudásunkkal, amit a mémek, virális ikonikus pillanatok és média által felkapott közszereplők által szereztünk. Ahogy ezt az eredmények is mutatták, ez a tudás nem tekinthető univerzálisnak, hanem egyfajta felületes réteg tudásként van jelen, az alapján, hogy mit fogyasztunk. Ahogy azt a GIF-kitaláló játék és a fókuszcsoportos beszélgetés is tükrözte ahhoz, hogy egy GIF teljes mértékben sikert arasson szükség van egy közös tudásra, ami közös élményeken és tapasztalatokon alapszik, és ez az, ami által létrejön a GIF értelme, és a beszélgetés folyamata során megjelenik az összekacsintás.

Az általam választott kutatási módszertan sikeresnek bizonyult, mert ezáltal pontosabb képet kaptam arról, hogy a résztvevők vizuális műveltsége, főként a vizuális megértés hogyan működik a GIF-ek esetében. A GIF adatbázis tükrözte azt, hogy milyen GIF-eket használnak, emellett azt is jól bizonyította, hogy a GIF-ek tárháza óriási, és kevés ismétlődő séma volt megfigyelhető, az előző kutatáshoz képest. A résztvevők által beküldött GIF-ek jól tükrözték az alap reakcióikat és mindennapi állapotukat, amit az online beszélgetések során használnak, így megállapítható az, hogy a GIF-eknek van egy én bemutató tulajdonságuk is, ami által az írott beszélgetés egyre jobban hasonlít a szóbeli kommunikációhoz.

A GIF kitaláló játék azt bizonyította, hogy háttértudás nélkül is érthető egy GIF, ugyanakkor, ha ismerjük, hogy honnan származik az adott GIF fokozhatja a humort, és tükrözheti a popkulturális műveltségünket. A fókuszcsoporthoz beszélgetés, pedig magyarázatot adott az azt megelőző gyakorlati GIF-felismerő játékokra is, illetve a kettő kombinálása is eredményesnek bizonyult, mert a résztvevők könnyedebben tudtak beszélni, a GIF felismerő játék példáira visszautalva. A fókuszcsoporthoz beszélgetés Zoom platformon történő lebonyolítása is eredményesnek bizonyult, mert témából adódóan olyan platformra volt szükségem, ami GIF kompatibilis, és a résztvevők számára sem okozott különösebb nehézséget az, hogy online térben történt a kutatás, sőt számukra is könnyebb és elérhetőbb volt a részvétel. A fókuszcsoporthoz beszélgetésből azt a következtetést vontam le, hogy egyéntől függ az, hogy a kiválasztás tudatos vagy impulzív folyamat, mint, ahogy az is, hogy a GIF kiválasztása előtt mennyire figyelünk arra, hogy a másik fél rendelkezik-e tudással az adott GIF-et illetően. Ugyanakkor ezt a hozzákapcsolt tudást a sajátos megértésünk szempontjából fontosnak tartjuk, és érzékenyen reagálunk olyan esetekben amikor nem érti a befogadó a GIF-et, azaz kiegészítő magyarázatra van szükség, vagy az általa küldött GIF nem illik a kontextusba. Az ilyen esetek ahhoz vezetnek, hogy egy beszélgetés során elveszítsék a motivációt, a GIF küldésre. Ami a tematikus feloszlással kapcsolatos kérdésköröket illeti megállapítható, hogy a filmeket és sorozatokat ábrázoló GIF-ek a legnépszerűbbek, mivel ezek tükrözik leginkább a popkulturális terméket, amit fogyasztunk. A filmek és sorozatok mellett ábrázolási szempontból fontos szerepet kapnak a mém GIF-ek, ami egyrészt a humor fokozásának céljából, másrészt a média által felkapott botrányok széleskörben való elterjedéséből és az internet által nyújtott megosztási lehetőségeikből adódik, ami által felkapott lesz és egy ideig népszerűnek tekinthető.

Végezetül pedig azt a következtetést vontam le, hogy a GIF-ek hétköznapi online beszélgetéseink fontos részei, általuk fejezzük ki komplexebb érzéseinket, reakcióinkat, vagy akár önmagunkat. Ugyanakkor fokozhatjuk a humort, érdekesebbé tehetjük a beszélgetést, ugyanakkor egy beszélgetés indításakor is horogként szolgál. Végsősoron segít abban, hogy bár egy nem igazán tudatos folyamatként a beszélgetés résztvevői között közös tapasztalat és élmény alapján a beszélgetés egy új szintre kerüljön azáltal, hogy a GIF-ek tükrözik a popkulturális tudásunkat.

Felhasznált irodalom

Könyvek és tanulmányok

Anna McCarthy - Visual Pleasure and GIFs, In book: Compact Cinematics: The Moving Image in the Age of Bit-Sized Media (pp.113-122) Publisher: BloomsburyEditors: Pepita Hesselberth and Maria Poulaki, January 2017, DOI:10.5040/9781501322297.0019

Barry Brummett - Rhetoric in Popular Culture, SAGE Publications, 2017

Bódi Zoltán A szóbeliség kifejeződése az internetes kommunikációban , Információs Társadalom 2004. 1.sz,

Daniel Rourke, “The Doctrine of the Similar (GIF GIF GIF),” Dandelion 3, no. 1 (January 19, 2012).

Dana Statton Thompson - Teaching students to critically read digital images: a visual literacy approach using the DIG method, Journal of Visual Literacy - Volume 38, 2019 - Issue 1-2: Visual Literacy Practices in Higher Education: What, Why and How?, Mar 2019, <https://doi.org/10.1080/1051144X.2018.1564604>

David Crystal - Language and the Internet Second Edition, Cambridge University 2006

Donis A Dondis - Primer Of Visual Literacy, Publisher: The MIT Press, 1987

Ernst Wagner - A közös európai vizuális műveltség referenciakeret szerkezete, tartalma és jelentősége más művészetpedagógiai területek számára, Magyar Tudomány 179 (2018)6, 789–799, DOI: 10.1556/2065.179.2018.6.4

James Ash - Sensation, networks, and the GIF: Toward an allotropic account of affect. In K. Hillis, S. Paasonen, & M. Petit (Eds.), Networked affect (pp. 119–133). Cambridge: The MIT Press, 2015

James Paul Gee - . What is literacy? In E. Cushman, E.R. Kintgen, B M. Kroll & R. M. (Eds.), Literacy: A critical source book (pp.525- 544). Boston: Bedford/St. Martins, 2001

Jamie Weld - Connecting Literacy and Popular Culture, Fisher Digital Publications, April 2011

Jason Eppink - “A Brief History of the GIF (so Far),” Journal of Visual Culture 13, no. 3

Jiaulan "Aaron" Jiang, Casey Fiesler, Jed R. Brubaker – „The Perfect One”: Understanding Communication Practise and Challenges with Animated GIFs, ACM Hum.-Comput. Interact.2,CSCW,Article80 (November2018),20pages.<https://doi.org/10.1145/3274349>

John Debes - Some hows and whys of visual literacy, Educational Screens and Audiovisual Guide, 1969

John Storey - Cultural Theory and Popular Culture An Introduction, Fifth edition, Pearson Longman, 2018

Kerry Freedman - Visual Culture and Visual Literacy, Developing Literacy and the Arts in Schools, January 2019, DOI:10.1002/9781118978061.ead079

Maria D. Avgerinou, Rune Pettersson - Toward a Cohesive Theory of Visual Literacy, Journal of Visual Literacy 30(2):1-1, January 2011, DOI:10.1080/23796529.2011.11674687

Steven Johnson - Everything Bad Is Good for You: How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter, Riverhead books, New York, 2005

Tim Highfield, Kate M. Milter - Never Gonna GIF You Up: Analyzing the Cultural Significance of the Animated GIF, Social Media + Society 3(3):205630511772522, July 2017, DOI:10.1177/2056305117725223

Tőkés Gyöngyvér – A kutatás módszertana a kommunikáció tudományokban, Kolozsvár: Scientia, 2011

Veszelszki Ágnes - Érzelemkifejezési módok a digitális kommunikációban: emotikonok és reakciógif-ek. Magyar Nyelvőr 2016/1. 74–85.

Vicsek Lilla - Fókuszcsoport: elméleti megfontolások és gyakorlati megfontolások, Osiris Kiadó, 2006