

DOKTORI ÉRTEKEZÉS

Tézisfüzet

Kepe Nóra

2020

Pázmány Péter Katolikus Egyetem
Bölcsészet- és Társadalomtudományi Kar
Politikaelméleti Doktori Iskola
Doktori iskola vezetője: Prof. Dr. Mezei Balázs, DSC

A KÖZÖSSÉGI MÉDIA ÖNIMÁDÓ EMBERE

Technológiai emberkép a 21. században

Kepe Nóra
Témavezető: Prof. Dr. Hidas Zoltán

2020

Tartalomjegyzék

1.	A kutatás előzményei, problémafelvetés	5
	A téma jelentősége.....	5
2.	A dolgozat módszertana	5
	A kutatás gondolatmenete.....	5
	A kutatás céljai	6
	Az értekezés felépítése	6
3.	Eredmények.....	7
	3.1. Tézisek.....	7
	3.2. Következtetések.....	10
4.	A témában végzett tudományos tevékenység	11

1. A kutatás előzményei, problémafelvetés

Disszertációmban egy bizonyos megközelítésmódot mutatok be arra vonatkozóan, ahogyan a közösségimédia-felületek megjelenésével az emberről gondolkodhatunk. Vizsgálódásomban arra keresem a választ, hogy a közösségi média terjedésével hogyan alakul világhoz való viszonyunk; szűkebben: milyen jellemzőkkel bír és milyen fogalmak köré szerveződik a 21. században a „technológiai emberképről” szóló diskurzus; és utóbbi kérdéshez kapcsolódóan: hogyan lehet kívülről rátekinteni erre a beszédmódra.

A téma jelentősége

A közösségimédia-felületeknek és felhasználóinak a száma egyaránt konstans növekedést mutat. 2010-ben 0,98 milliárdan, 2017-ben már több mint 2,46 milliárdan regisztráltak a különböző felületeken. Előrejelzések szerint a felhasználók száma 2021-re meghaladhatja a 3,02 milliárdot, vagyis a Föld várható népességének mintegy 40 százalékát. Ez egyben aránynövekedést is jelent: a regisztráltak száma gyorsabban növekszik, mint a Föld lakossága, ezáltal a világ népességének egyre nagyobb része válik felhasználóvá. Megfigyelhető továbbá a használat intenzívebbé válása is. A felületek és egyének kölcsönhatását több tudományterület is vizsgálja, köztük a filozófia, a pszichológia és a gazdálkodástudomány, valamint a társadalomelmélet.

2. A dolgozat módszertana

A kutatás gondolatmenete

A disszertáció tisztán leíró módszerre építő társadalomelméleti elemzés, amely a szemléltetés érdekében felhasznál pszichológiai, szociálpszichológiai, kommunikáció- és médiatudományi kutatásokat, esetenként hivatkozva azok empirikus eredményeit is.

Vizsgálódásom „gondolatkísérlet” abban az értelemben, hogy bizonyos elméletek paradigmaticus jellegével és zártságával ellentétben nem kívánom a megközelítés kizárólagosságát bizonyítani, sőt, ahol lehetséges, az elemzés integritásának mértékéig hivatkozok más, versengő megközelítésekre, további vizsgálatra érdemesnek tartott elemzési irányokra is.

A kutatás céljai

A: A technológiaelméletek rendszerezésével egy olyan megközelítésmód kiválasztása, amelynek segítségével a közösségi média mint technológia leírható.

B: A közösségi médiához kötődő elvek, eljárások és fogalmak rendszerezése az egyén viszonylatában.

C: A nárcizmusdiskurzusok bemutatása 1897 és 2020 között, különös tekintettel a közösségi média és a nárcizmus összefüggéseire.

D: A diskurzusokra kívülről tekintve egy bizonyos emberkép bemutatása, azaz – a személyiségre vonatkozó közvetlen állítások megfogalmazása helyett – annak megragadása, ahogyan a közösségi média megjelenésével az emberről gondolkodhatunk.

Az értekezés felépítése

Az első fejezet a technológia fogalmának meghatározását, valamint ezt követően a technológiaelméletek rendszerezését tartalmazza. Steve Matthewman (2011) és Andrew Feenberg (1999) tipológiáját felhasználva röviden számba veszem a technológia és ember viszonyáról gondolkodó társadalomtudósok kapcsolódó megállapításait. Megközelitésem humanista abból a szempontból, hogy az ember és technológia viszonyában az embert tekintem elvi szempontból elsődlegesnek. Úgy gondolom, hogy gyakoroljon

bármekkora hatást a közösségi média az ember viselkedésére, mindennapjaira, világhoz való viszonyára, legyenek bármennyire szerteágazóak a következmények, szerkezetiek az átalakulások, az ember számára mindvégig megmarad a változtatás lehetősége.

A második fejezetben a közösségi médiához Michel Foucault munkáin keresztül közelíték. A vizsgálódást kifejezetten a hatalommal foglalkozó írásokra, azon belül is az 1972 és 1976 közötti munkákra szűkítettem, amit azért is tehettem meg, mivel nem az életmű elemzésére, hanem a közösségi média emberképének megértésére vállalkoztam. A technológiát megfeleltettem a hatalom foucault-i felfogásának, a közösségi médiát pedig ennek megfelelően a 18–19. században kialakult hatalmi intézményekkel állítottam párhuzamba, és a panoptikusság elvei alapján vizsgáltam, hogy a felületeken kibontakozó módszerekhez és eljárásokhoz az egyén viszonyában milyen fogalmak kapcsolhatók.

Az önimádat fogalmára való rátalálás után a második nagy szerkezeti egységben azt vizsgáltam, hogy milyen utat járt be a nárcizmus fogalma és motívuma, valamint hogy hogyan alakult a jelenséghez való viszony, különös tekintettel az önimádat közösségi médiához kapcsolódó megjelenésére.

A dolgozatot mindezek alapján a Következtetések, valamint az Epilógus zárja, amely felvázolja az elemzés korlátait, valamint az önimádat mint motívum kezelésének további lehetőségeit.

3. Eredmények

3.1. Tézisek

1. A technológia és az ember kölcsönhatásban változnak egymással. A technológia fejlődése kedvező és kedvezőtlen hatással is járhat az egyénre és a társadalomra nézve, ugyanakkor, mivel az embert tételezem elsődlegesnek, ez azt is jelenti, hogy az egyén számára mindig fennmarad a változtatás lehetősége.

Feenberg 1999-es tipológiája alapján a kritikai elméletalkotók (köztük Ortega y Gasset, Lewis Mumford, Herbert Marcuse, Hans Jonas és Michel Foucault) munkáival összhangban úgy gondolom, hogy mivel a technológiát az ember hozza létre, annak nincsen saját „belső lényege”, és bár formálja az egyént, az ember elsősége mindig megmarad, ami elvben lehetővé teszi a változtatást.

2. A technológia elgondolható úgy, mint a hatalom Michel Foucault 1972 és 1976 között keletkezett írásaiban.

A hatalom egyének közötti viszonyokban keletkezik és működik, működése pedig sajátos „többletet” teremt: rá jellemző rendszert, szociokulturális közeget hoz létre, amely tárgyakban, tevékenységekben, tudásformákban manifesztálódik. Így tekintve a hatalom technológiaként fogható fel.

3. A közösségi média értelmezhető hatalmi intézményként, amelynek eljárásai és módszerei az egyéntől és az egyénről szerzett tudások megsokszorozására irányulnak.

Michel Foucault a hatalom 18–19. században létrejött megnyilvánulásait a panopticismus elveiben és eljárásaiban foglalta össze. Úgy gondolta, hogy az egyének a felvilágosodás rációkultusza miatt olyan technológia létrehozására és az azzal való együttműködésre vállalkoznak, amely a hatékonyságelvet tartja szem előtt. A hatékonyságelv az engedelmesség és a normalizáció által biztosítható, amely a mérés, nyomozás és vizsgálat egyidejű megvalósítása által valósítható meg.

4. A közösségi média – a panoptikusság elvei szerint vizsgálva – elrendezi a teret, az időt, a tevékenységeket, valamint az egyének összességét.

A közösségi média terében egyszerre valósul meg az elszigeteltség és az átlátszóság, idejében az örökös jelen és az idő cseppfolyóssá válása, tevékenységeiben a passzív megfigyelés és az aktív

felhasználói közreműködés (pozitív bevonódás), valamint az individualizáció és az eljárások és módszerek totalizációja.

5. A panoptikussággal járó szubjektiváció az egyén szintjén önmagára irányulásként és individualizációként jelentkezik, ami alapkarakterében nárcisztikus személyiséget hoz létre.

Az önimádat felkeltése és tudatosítása ez esetben az eljárások célja és eszköze is egyben, ami az intézmény kiterjedését és fennmaradását biztosítja.

6. A közösségi média a felhasználók számára a szelfhez való közel férést lehetővé tevő közeg, az a terep, ahol a személyiség létrehozható, reprezentálható és megélhető.

A közösségi médiában létrejövő körülmények hatással lehetnek az egyének érzékelésére, viselkedésére, gondolkodására és személyiségére. A közösségi médiában a tevékenységek és gondolatok, illetve mindezek megjelenítési és dokumentációs lehetőségeinek felszaporodása ösztönzi és jutalmazza az önreflexiót és önreprezentációt, aminek következménye a személyiség saját maga számára (is) történő felértékelődése. Ez visszahat a fogyasztási szokásokra és az online térben való tevékenységekre, még nagyobb fokú bevonódásra készítetve a felhasználókat. Az „önreprezentációs spirál” aztán ahhoz vezet, hogy a közösségi médiában végül egy nárcisztikus ember képe rajzolódik ki előttünk.

7. Empirikusan mégsem mutatható ki összefüggés az önimádó személyiségvonások felszaporodása és a médiahasználat között. Az okság iránya főképp nem azonosítható.

Az eddigi felmérések eredményei alapján a közösségi média használata, valamint a nárcisztikus személyiségvonások jelenléte és növekedése között nem mutatható ki egyértelmű kapcsolat, az okság iránya pedig főleg nem kimutatható. Statisztikai bizonyosság hiányában pedig – bár a jelenség létezéséről sok szó esik – az online jelenléttel szembeni érvek gyengülni látszanak.

8. Az önimádatról szóló diskurzust tekintve, a nárcizmus fogalmának elterjedésén keresztül szemléltethető a pszichológiai eljárás önkiterjesztő logikája.

A pszichológia támogatja is azt, amit egyébként problematizál: a személyiség középpontba kerülését, az egyéniség felértékelődését, az egyének önmagukkal való törődését, személyes érzéseik és vágyaik fokozott és minden más előtti megélését és kifejezését. Az eljárás önkiterjesztő módon működik, más területeken is érvényesíteni igyekszik logikáját.

A fogalom közvetlenül a pszichoanalitikusok fogalomkészletéből került át az orvostani kánonba 1980-ra, valamint terjedt el és vált mérhetővé (1979) a társadalomtudományban, illetve terjedt el a közbeszédben, amíg végül az ezredfordulóra megkezdődött a viselkedésformák normalizációja. Ezt a szakirodalom és a tudományos ismeretterjesztő könyvek pozitív nárcizmusolvasatai szemléltetik.

9. A nárcizmus-jelenség vizsgálatának fontosságát az adja, hogy rávilágít arra a tendenciára, hogy korunk embere pszichológiai terminusokban gondolkodik.

3.2. Következtetések

Dolgozatom következtetése, hogy a közösségi média hozzájárult az önelbeszélés módjának megváltozásához, így anélkül, hogy a személyiség szerkezetének változásáról bármit mondanék, azt állítom, hogy a közösségi média vonatkozásában az emberkép a nárcizmus mint motívum köré szerveződik.

A személyiségről való beszéd felértékelődése radikálisan individuális vonatkoztatási rendszert hoz létre, ami akár a tudományos mezőben, akár a közgondolkodásban a közösségben való gondolkodás hanyatlásához, a durkheimi jövőndülés szerint szélsőséges esetben akár a társadalom felbomlásához vezethet.

Ez egyúttal felveti más – nem előzmények nélkül való, az ember technológiával szembeni elsőbbségét és egyben közösségelvű kiindulópontot választó – vonatkoztatási rendszerek elgondolásának szükségességét, amely további kutatások tárgyát képezheti.

Egy közösségelvű gondolkodásmód elméleti érvényesítése abban az esetben lehetséges, ha új koordinátarendszert, vagyis a merőben individuál-pszichológiai narratívával szemben új keretet hozunk létre, amely az önmagában álló individuum – és főleg az egyéni vágyak, érzelmek, motivációk és a személyiség egyedi igényeinek – középpontba helyezése helyett más referencialitást keres.

4. A témában végzett tudományos tevékenység

Kepe, N. (2020): *Az önimádó emberen innen és túl – nárcizmus a közösségi médiában*. Pesti Bölcsész Akadémia előadás. (elhalasztva)

Kepe, N. (2019): *Ki, ha nem én? A közösségi média emberképe*. Pesti Bölcsész Akadémia előadássorozat.

Kepe, N. (2019): *A pszichológiai diskurzus a nárcizmus fogalmán keresztül*. Tavaszi Szél Konferencia, konferenciaelőadás, 1. díj.

Kepe, N. (2018): *Áldás vagy átok? Az önimádat szerepe az amerikai fogyasztói társadalom kritikájában*. Molnár Tamás Kutatóközpont kutatás.

Kepe, N. (2018): *Why not to forget Foucault? The relevance of the panopticism*. Interdiszciplináris Doktori Konferencia, konferenciaelőadás.

Kepe, N. (2018): *Mi lesz, ha rám kattann? A közösségi média terjedését magyarázó tényezők napjainkban*. Tavaszi Szél Konferencia, konferenciaelőadás.

Kepe, N. (2017): *A nárcizmus mint az ellenőrzés új formája*. Országos Tudományos Diákköri Konferencia, konferenciaelőadás.