

Felügyeleti kapitalizmus: disztópia vagy valóság?

Recenzió Shoshana Zuboff *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight For a Human Future At the New Frontier of Power* (Public Affairs, New York, 2019, 704 oldal, ISBN 9781610395700) című könyvéről.

Szerzői információ:

Hegedűs Dániel 1994-ben született Budapesten. Diplomáját az Eötvös Loránd Tudományegyetem szociológia szakán szerezte 2018-ban. Jelenleg ugyanitt, a Szociológia Doktori Iskola Interdiszciplináris társadalomkutatások program keretei között folytatja tanulmányait. Főbb kutatási területei: közösségi média, big data, celebrity studies, kritikai diskurzuselemzés.

Így hivatkozzon erre a cikkre:

Hegedűs Dániel, „Felügyeleti kapitalizmus: disztópia vagy valóság?”,
Információs Társadalom XIX, 1. szám (2019): 130–137.

<https://dx.doi.org/10.22503/inftars.XIX.2019.1.7>

A folyóiratban közölt művek

*a Creative Commons Nevezd meg! – Ne add el! – Így add tovább! 4.0
Nemzetközi Licenc feltételeinek megfelelően használhatók.*

Felügyeleti kapitalizmus: disztópia vagy valóság?

Recenzió Shoshana Zuboff The Age of Surveillance Capitalism: The Fight For a Human Future At the New Frontier of Power (Public Affairs, New York, 2019, 704 oldal, ISBN 9781610395700) című könyvéről.

Shoshana Zuboff¹ hétszáz oldalas kordiagnózisként olvasható felügyeleti kapitalizmus-koncepciója a kapitalista berendezkedés korábban soha nem látott mértékű és jellegű tökeakkumulációs folyamatát és ennek társadalmi és egyéni/pszichés hatásait tárgyalja. Ezek újdonság voltát elsősorban a globálisan és széles körben hozzáférhető digitális és web 2.0-ás² technológiai apparátus jellegzetességeiben keresi, vagyis az internet, a közösségi média és a különböző okoskészülékek (telefon, tablet, TV stb.) által teremtett közegbe navigálja az olvasót. Már ezen a ponton fontos jelezni, hogy a szerző kiemeli: bár a felügyeleti kapitalizmust (*surveillance capitalism*)³ alapvetően ezek az új technológiai megoldások teszik lehetővé, a technológia önmagában mégsem egyenlő ezzel az újfajta társadalmi jelenségvilággal. Zuboff Felügyeleti kapitalizmusa 2019 januárjában jelent meg, és lényegében az elmúlt bő 15 év eseményeit és folyamatait összegzi: számtalan kortárs példával mutatja be azt a berendezkedést (társadalmi felépítményt?), amely a szemünk láttára bontakozott és bontakozik ki. A példákon (megidézett kutatások, kísérletek, perek, politikai folyamatok, botrányok) felül a szöveg empirikus háttérül nagyszámú interjú szolgált, amelyek különböző tudósokkal, vállalati szereplőkkel, IT-szakemberekkel stb. készültek.

A szerző már a bevezető előtt világossá teszi, miről fog szólni a következő több száz oldal⁴ egy rövid, lexikonszerű szócikk segítségével, amely a könyv alapállításait hivatott illusztrálni. Az itt leírt társadalmi konstelláció egy olyan gazdasági berendezkedést takar, amely az emberi tapasztalatokat (cselekvések, netes aktivitás stb.) nyersanyagként tekinti, és titkon használja fel előrejelzések (*prediction*) előállítására, valamint üzleti és marketing célokra. Ennek során eddig soha nem látott gazdasági, tudásbeli és hatalmi egyenlőtlen-ségek jönnek létre, ahol minden termelési és szolgáltatási forma viselkedési módosításoknak (*behavioral modification*) van alárendelve, különböző „teljesen bizonyos kimenetek” (*total certainty of outcomes*) érdekében. Ez utóbbi az instrumentális hatalmi forma (*instrumentarian power*), amely legalább akkora veszélyt jelent az emberi természetre, mint amekkorát az ipari kapitalizmus jelent(ett) bolygónk ökoszisztémájára.

A kapitalizmus korábbi formáihoz képest fontos újdonság, hogy a munka áruvá válása mellett gyakorlatilag az élet minden területe, amely a digitális térbe helyezhető, kommodifikálódik, és az itt létrejövő emberi aktivitások, tapasztalatok jelentik már azt a nyersanyagot, amelyekre a harmadik felek számára áruba bocsátott, és eladott – algoritmusok

¹ A szerző a Harvard professzor emeritája, a szociálpszichológia, információs technológia és a munkahely-kutatások jelentik fő kutatási területeit, fókuszban a számítógépes technológiák egyéni és társadalmi szintű hatásaival.

² A web 2.0 itt elsősorban egy új típusú, a felhasználói interaktivitást és tartalomelőállítást előtérbe helyező internethasználati módot és nem pedig forradalmi technológiai újításokat jelöl (Ellison és Boyd 2013).

³ A műben előforduló idegennyelvű kifejezéseknek saját fordítását adom, zárójelben jelezve eredeti megfelelőjét a jobb megértés és a teljesen önkényes értelmezések elkerülése érdekében.

⁴ Ez, a főszöveg, további kétszáz oldal jegyzettel ad ki összesen hétszáz oldalt.

által kalkulált – előrejelzés-csomagok alapulnak. Ezeknek a – felhasználói preferenciákra, viselkedésekre vonatkozó – predikcióknak az optimalizálásához, fejlesztéséhez elengedhetetlenek a fentebb említett viselkedési módosítások és hasonló irányú kísérletek, hiszen minél pontosabb egy-egy ilyen előrejelzés, nyilván annál nagyobb piaci értékkel bír. Fontos kitétel, hogy a leírtakhoz a legáltalánosabban vett digitális tér szükséges, ami éppúgy magába foglal bármilyen közösségi médiás aktivitást, mint akármilyen, a telefonunkon, laptopunkon, vagy egyéb okoskészülékünkön végzett cselekvéseket. Az ezzel a logikával megközelített jelenségvilágot a könyv hármas tagolását követve tekintem át.

Első rész: a felügyeleti kapitalizmus gyökerei, kialakulása

A szerző a felügyeleti kapitalizmus alapjainak kiépülését a huszadik század legelejére teszi, melynek egyik nagy teljesítménye a fordista tömegtermelés kialakulása, meggyökeresedése. A termelési folyamat részleteiről (öt dolláros munkanap, futószalag mellett végzett részfeladatok, centralizáció, sztenderdizáció és uniformizáció stb.) ezúttal elég annyi, hogy ez a termelési forma, illetve ennek a menedzser-kapitalizmus felé való eltolódása (a menedzserek anyagilag érdekelté válnak az adott vállalkozás, cég működésében, ami így sokkal jövedelmezőbbé válik) jelenti azt a történeti kontextust, amiben a felügyeleti kapitalizmus egyáltalán létrejöhetett. További fontos előzmény az individualizáció és a számítástechnikai, technológiai fejlődés mértéke.

A felügyeleti kapitalizmus létrejöttében a tárgyalt történelmi kontextus mellett a viselkedési felesleg (*behavioral surplus*) felfedezése, illetve egész pontosan új módon történő hasznosítása jelentett áttörést, melynek legfontosabb szereplője akkor⁵ a Google volt. Ez a viselkedési felesleg lényegében minden olyan metaadatot (Dessewffy és Láng 2015) magába foglal, amelyet különböző online, illetve egyéb digitális felületeken végzett aktivitásaink során hagyunk hátra.⁶ Az áttörés lényege az volt, hogy míg korábban ezek az adatok tipikusan a felhasználói élmény (*user experience*) javítása érdekében kerültek mozgósításásra, a Google minden korábbi adatát (keresési előzményeinket) aggregálva, hirdetőinek immár a célzott reklámozást mint szolgáltatást tudta értékesíteni. Egészen addig az online hirdetések úgynevezett kulcsszavas (*keynote*) rendszerben működtek, amik az „összeillő” tartalmakat párosították a megfelelőnek vélt hirdetésekkel. A Google újítása éppen azt tette lehetővé, hogy a felhasználók egyre gyarapodó keresési előzményeinek aggregálásával, egyre precízebb előrejelzéseket tudott tenni azok érdeklődéséről, és mindezt ráadásul egyénre lebontva, személyre szabottan (mindezt relatíve minimális tárolási költségekkel más, materiális nyersanyagokhoz képest). Zuboff fő kritikája az, hogy a cég ezt az újítást gyakorlatilag semmilyen szinten nem egyeztetette a felhasználóival, sőt a Google vezetői tevélegesen igyekeztek „kivédekezni” bármilyen nyilvánosságot, illetve állami⁷ és jogi kont-

⁵ Az áttörés konkrétan a Szilícium-völgy kétezres évek eleji válságának hatására jött létre, melynek következményeként a Google forradalmian új üzleti modell mentén kezdett el tevékenykedni.

⁶ Ezek a digitális lábnyomok az általánosságban vett felhasználók számára többnyire láthatatlanok maradnak (szemben az általunk mások számára megosztott tartalmakkal), és tipikusan csak az adott platform szerverein, az adott platform üzemeltetői, tulajdonosai által elérhetők.

⁷ A Google új üzleti irányvonalának külön kedveztek a 2001. szeptember 11-i események is, hiszen az ezt követő fokozott felügyeleti igény az állam részéről eleve csökkentette az elzárkózás valószínűségét, a felhasználók aktivitásainak gyűjtésének, tárolásának kérdésében.

rollt, egy olyan diskurzust alkalmazva, amely az USA alkotmányának Első kiegészítésére (szólásszabadság, a média szabadsága stb.) hivatkozva legitimálja saját gyakorlatait. Ezek gyakorlatilag kisajátításnak tekinthetőek, hiszen bár a felhasználók alapvetően ingyen veszik igénybe a szolgáltatást, aktivitásukkal mégis olyan nyersanyaghoz juttatják a vállalatot (a felhasználók számára ellenőrizhetetlen módon), amit az könnyedén tud pénzzé konvertálni. A szerző számára itt a Google által alakított diszkurzív tér is kiemelt fontosságú, mivel történelmi távlatban is ez határozza meg e precedens nélküli jelenségvilághoz fűződő viszonyunkat. Zuboff több korábbi példát felhozva elemzi⁸, ahogy egy adott kontextusba új „hódító” hatol be: ezt az úgynevezett megfosztási ciklus (*dispossession cycle*) fogalmával kívánja szemléltetni, amely az időtengelyre elrendezhető diszkurzív, társadalmi, politikai, adminisztratív és technikai fogások összességét takarja. Ennek első lépcsője a behatolás (*incursion*), melynek során a hódító egész egyszerűen eltulajdonít védtelen javakat, területeket, és teszi mindezt addig, amíg valamiféle ellenállásba nem ütközik. A körforgás valójában még ekkor sem szakad meg: kezdetét veszi a habituáció (*habituation*), amely lényegében a behatolás által újrendezett társas kontextushoz való tömeges idomulást, alkalmazkodást jelent (a Google az esetleges perek, nyomozások ellenére sem állt le gyakorlataival, így azok az idő teltével mintegy „természetessé” váltak, amit a céghez kötődő, egyre kiterjedtebb érdekcsoportok markánsabb jelenléte tett kikezdzhetetlenné). A harmadik szakasz, az adaptáció (*adaptation*) során az esetleges elmarasztaló bírósági kimenetek következtében – az eddigi példánál maradván – a Google néhány egyszerű változtatással, mintegy rövidtávon eleget tesz a kontroll nyomásának, miközben a lezáró szakasz, az újítás (*redirection*) keretében korábbi gyakorlatait a jogi követelésekkel harmonizálni látszó csomagolásban indítja újra a ciklust (amely így nyilvánvalóan a „hódító” időben talán lelassult, de folyamatos gyarapodását jelenti). Jól illusztrálja mindezt a hagyományos jogi intézmények totális lemaradása, amelyek, még ha egy-egy fontos áttörést el is érnek (mint például az európai általános adatvédelmi rendelet, a GDPR megalkotása), a jelenség mégiscsak a társadalmi legitimáción múlik – ami egyelőre szilárdnak bizonyult.

A megfosztási ciklus mellett a kétezres évek második felére kulcsfontosságú kérdéssé vált a viselkedési felesleg beáramlásának kiterjesztése, melynek leglátványosabb mozzanata az Androidos okostelefonok bemutatása. Ezek esetében a fő cél nem magának a készüléknek az eladásából származó közvetlen bevétel megszerzése volt, hanem az előrejelzések alapjául szolgáló nyersanyag mennyiségének, minőségének és diverzitásának növelése.⁹ Ennek szellemében robbanásszerűen megnövekedett az egyes webhelyekhez, internetes vagy telefonos applikációkhoz csatolt nyomkövető kódok (*tracking codes, cookies*) jelenléte, amelyek így a legkülönbözőbb cselekvéseinket regisztrálhatták és bővíthették azt az adatállományt, amely alapján a Google algoritmusai hirdetéseket helyeztek, helyeznek el számunkra. A szokásos anonimizálást felhasználó érvelést ebből a szempontból Zuboff durva eufemizmusnak tartja, hiszen a rólunk gyűjtött adatok kellően részletesek az azonosításhoz, sőt a nyomkövetés sokszor konkrét készülékhez kötődik, amely szintén zárójelbe teheti anonimitásunk lehetőségét.

⁸ Idevágó példáinak egyikében az Újvilág spanyol hódítóinak és Amerika őslakosainak interakcióját vizsgálja. A szerző szerint, ahogy az indiánok se voltak képesek felmérni a tapasztalataik alapján precedens nélküli jelenséget (az idegenek érkezése), így mi, felhasználók sem látjuk át a felügyeleti kapitalizmus jelentette fenyegetettséget.

⁹ Ezt szolgálta a számtalan kisebb startupok nagy összegekért történő felvásárlása, aminek leglátványosabb epizódja a YouTube Google általi felvásárlása (világos, hogy a viselkedési felesleg gyűjtése megkívánja a felhasználó adott platformon való tartását).

Diszkurzív értelemben a szerző a „kettős szöveg” problematikáját hangsúlyozza: míg az első szöveg ígéretekkel és pozitívumokkal teli (felhasználói tartalomelőállítás, tartalmak könnyű elérése, emancipáció, empowerment, kapcsolatok és más erőforrások stb.), ez mindössze csak a második szöveg eltakarására szolgál, ami tárgyalt jelenségvilág valódi mechanizmusait írja körbe: tapasztalataink, cselekvéseink nagy volumenű gyűjtését, viszonteladását, sőt viselkedésünk módosítását.¹⁰

Második rész: a felügyeleti kapitalizmus előrehaladása

A viselkedésmódosítás igénye a viselkedési feleslegre alapozott előrejelzések generálta piaci versenyhelyzet következtében merül fel. Ennek értelmében az előrejelzések pontosításához nem elég a beáramló nyersanyag mennyiségének és minőségének javítása, diverzifikálása. Valójában a felhasználó viselkedésének lehetséges kimeneteleit (*possible outcomes*) kell beszűkíteni, vagyis az elhelyezett hirdetésekre garantált cselekvéseket biztosítani (*total certainty*). Ennek technikai alapja az eredetileg állatok viselkedésének megfigyelésére kitalált telemetrikus logikára épül, ahol a vizsgálni kívánt állatokat, hordozható jelküldő, jelátvivő készülékekkel szerelték fel, melyek képesek voltak az adott egyed számtalan fizikai, biológiai és egyéb folyamatainak monitorozására. Nyilvánvalóan ezek a technikai megoldások napjainkban a különböző hordozható (telefon, tablet) és nem hordozható (TV) okos-készülékeinkben öltönek testet, ahol a mi viselkedésünk alakul át adattá és értékesül a megfelelő hirdetési piacokon. Éppen az ezeken a piacokon jelen levő versenyhelyzet indukálja azt a törekvést is, hogy a garantált cselekvések kalkulálásához életünk egyre több és több területe válik „nyersanyaggá”: elég csak az újabb autók fedélzeti számítógépeire, az okostelefonokra beszerezhető egészségügyi, táplálkozási, fitness vagy éppen banki applikációkra gondolni. Sőt, a szerző idesorolja a Cambridge Analytica vagy a SEWA adatgyűjtéseit és elemzéseit is, melyek egyébként jól illusztrálták, hogy a nagymennyiségű viselkedési feleslegből nyert adatbázisokra épülő – politikai – kampányok, potenciálisan milyen hatékonysággal rendelkeznek. Személyes tapasztalataink így egyre nagyobb mértékben rendelődnek alá a viselkedési felesleg újabb és újabb formáinak gyűjtéséhez, amelyet egyfajta előrejelzési imperatívusz (*prediction imperative*) generál.

Ennek szellemében válnak nélkülözhetetlenné az előrejelzés pontosságához a viselkedési módosítások, hiszen az egyre bővülő adathalmaz mindössze együttállások feltárására alkalmas, a – hirdetések elhelyezésével járó – garantált kimenetek biztosításához oksági modellek felállítására van szükség. Ez utóbbiakat pedig kísérletekkel lehet a legkönnyebben felállítani. Ezeknek két fő csoportját különbözteti meg Zuboff: az egyikben az „enyhébb” ráhatást (*behavioral tuning*) a felhasználói interfész megfelelő alakításával és menedzselésével éri el az adott platform, míg a másikban igen magas részvételi arányú szociálpszichológiai kísérleteket vezényelnek le. Legjelentősebbek ezek közül a Facebook érzelmi terjedéseket

¹⁰ Zuboff ennek legfontosabb tétjét abban látja, hogy a felügyeleti kapitalizmus napjaink legfontosabb, társadalomszervező erejének, a tanulásként a totális irányításra törekszik. A szerző ezt Durkheim munkamegosztáson (*division of labor*) alapuló szolidaritásméleteméből vezeti le: szerinte ma már nem a munka, hanem a tanulás az, amelyik kiáramlik eredeti intézményi kereteiből, és válik elsődleges, jelentésteli viszonyokat előállító szervezőerővé a társadalomban – az információ, a tudás és ezek elsajátítását prioritizálva.

(*Facebook contagion experiment*), illetve a szavazási hajlandóságot („*I voted*” *experiment*) vizsgáló kísérletei, de a Pokemon GO is példaként szerepel mint tömegek viselkedését valós időben befolyásolni képes szereplő. Zuboff ezeket a kísérleteket több szempontból is rendkívül problematikusnak tartja, hiszen a bármiféle beleegyezést és tájékoztatást nélkülöző kísérletek etikailag minimum aggályosak, amelyek ellen egyébként a különböző polycyk és adatvédelmi nyilatkozatok, felhasználási feltételek nem nyújtanak reális védelmet, és nem tekinthetők valódi tájékoztatásnak. (A viselkedésmódosítások alapjait egyenesen a CIA-nak a gyakorlataiból eredezteti.) A korábban totalitárius államoknak, vagy hírszerző testületeknek tulajdonított kondicionáló módszerek így egy új szintéren, a piacon tűnnek fel. További probléma az a jövő, amelyet ezek a gyakorlatok előrevetítenek: ebben minden egyén egyszerű viselkedésre nivelálódik, amely megfigyelhető, adatosítható és processzállható, így sajátos nyersanyagként rendelődik teljes mértékben alá különböző vállalatok üzleti érdekeinek. A szerző mindebben a szabad akarat, így végső soron az egyéni szabadság teljes felszámolását látja, ahol a társas bizalom, a szerződéses viszonyok gépi számításra cserélődnek. Polányira hivatkozva kijelenti, hogy ha az indusztriális kapitalizmus ára a bolygónk ökoszisztémája volt, a felügyeleti kapitalizmusé egyenesen emberi mivoltunk lesz.

Harmadik rész: instrumentális hatalom és „harmadik modernitás”

Az instrumentalizáció (*instrumentalisation*) azoknak a gyakorlatoknak az együttese, amelyek következtében piaci végpontok leszünk más üzleti szereplők számára. Ha a viselkedés megfigyelésének technikai alapja a telemetria volt, pszichológiai hátterét a behaviorizmus adja, ahol a megfigyeltnek szükségszerűen a „másik” (*other, other-one*) pozíciójába kell kerülnie. A szerző gondolatmenete elsősorban B. F. Skinner és Max Meyer elképzeléseiből indul ki. Ebben a felfogásban az emberek tárgyáá (*it*) degradálódnak, szabadságuk pedig kiváltó okok (*outcome of causes*) összességé válik, amelyek feltárhatóak, kalkulálhatóak, így végső soron szabályozhatóak.

Zuboff az instrumentális hatalmat a huszadik század totalitárius berendezkedéseivel hasonlítja: míg az utóbbi a totalitást mint politikai állapotot igyekszik elérni és fenntartani, fizikai erőszak és propaganda alkalmazásával, addig az előbbinél a totalitás mint a piac abszolút dominanciája jelenik meg, amely a tanuló társadalom munkamegosztásának szabályozásával működik. A felügyeleti kapitalizmus egy kalkulálható, így befolyásolható, egységes (konfluens) társadalom: minden anomália vagy váratlan esemény (szabadság?) ki van küszöbölve a garantált kimenetek fenntartása végett. Ennek a társadalmi konstellációnak pedig öt fő jellemzőjét nevezi meg a szerző (Skinner alapján):

- (1) a nagyobb jót (*greater good* – a kollektív perspektíva és értékek előtérbe helyezése),
- (2) a tökéletes tervezést (*perfect plans* – ahol az informatikai alapú kalkulációk a politikai tervezés helyébe lépnek),
- (3) a harmónia elérésének társas nyomását (*social pressure for harmony* – a negatív érzelmek eltüntetése, önkontroll),
- (4) az alkalmazott utópiát (*applied utopistics* – ahol az algoritmusok és digitális felületek irányítói újfajta elitként tűnnek fel), és
- (5) az individualitás halálát (*death of individuality* – az új előnyök elnyomják a régi értékek, például privátszféra iránti vágyat, illetve a társas bizalmat a tökéletes információáramlás váltja fel). Ezek együttesen sajátos méhkas (hive) jellegű társas viszonyokat eredményeznek.

A szerző ennek a méhkasnak a felépítését a kaszinókhoz és a bennük található játékokhoz hasonlítja: ezeknek a tereknek és gépeknek minden részlete arra van tervezve, hogy a szerencsejátékos ne akarjon – és idővel már ne is tudjon – kilépni belőlük. Natasha Dow Schüll játékfüggőkről szóló, idézett tanulmánya szemlélteti plasztikusan ezeknek a rendszereknek a működését, amelyek elsődleges célja, hogy a függő felhasználót az úgynevezett gépi zónában (*machine zone*) tartva átalakítsa annak érzékelését (folyamatos jelenben létezés, öntudat háttérbe szorulása, automatikussá váló viselkedés). Zuboff, példának a Facebookot hozza fel, amely a megfelelő jutalmakkal (like-ok, érdekes tartalmak stb.) igyekszik „bent tartani” a felhasználót. További releváns pszichológiai jelenségként kerül elő az egyén vonatkoztatási csoportjainak diverzifikálódása¹¹, amely folyamatos nyomást helyezhet minden felhasználóra (vö.: *social pressure for harmony*: az élet előnytelenné vagy negatívnak vélt epizódjainak eltüntetése stb.), hiszen saját prezentációjában idomulnia kell a fokozódni látszó elvárásokhoz – amely folyamat végsősoron a saját test és önkép eltárgyasításához és a relációs autonómia (*relational autonomy*) visszaeséséhez vezet. Ennek az újfajta kapitalizmusnak legújszerűbb tulajdonsága, hogy nélkülözi az előző típusára még jellemző reciprocitást: míg az ipari kapitalizmusnak szüksége volt az emberekre mint munka- és vásárlóerőre, addig ez az új típus már csak az előrejelzésekért fizető vállalati szereplőket tekinti vásárlóinak. Ezen felül az előrejelzések előállításához már csak kevés, nagyon magasan képzett szakember szükséges, ami nyilvánvalóan a foglalkoztatottságot érinti hátrányosan.

Észrevételek, megjegyzések

Zuboff legfontosabb állításainak és a mögöttük húzódó gondolatmenetek rekonstruálása és bemutatása után áttérhetünk a kiegészítő megjegyzésekre és kritikai észrevételekre.

Bár a szöveg fő gondolati alapjait helytállóan találom, az ezek alátámasztására hozott érvek és példák többnyire nem reflektáltak eléggé (főleg a kísérletek és a kutatások módszertani megfontolásait tekintve, de a hivatkozott vizsgálatok is sokszor egyoldalúan vannak interpretálva). Ez utóbbira, úgy gondolom, nem valamiféle „módszertani hübrisz” miatt lenne szükség, hanem mert az idézett kutatások többsége már önmagában is számtalan módszertani és ismeretelméleti kérdést vet fel. Egy érdemi reflexió¹² pedig talán enyhíthette volna azt a magától értetődően pesszimista felhangot, amellyel az említett kutatásokat, gondolatmenetét alátámasztása végett a szerző megidézi.

Erre jó példának tűnik a Facebookhoz köthető érzelmi fertőzés (*emotional contagion*) kísérlet (Kramer 2014), ahol a kutatók impliciten feltételezték, hogy minden Facebook-felhasználó mindig először nézi végig hírfolyamát (*newsfeed*), és csak utána kezd posztolási aktivitásba. A kutatás során a minta egy részének a negatívnak, míg a másik csoportnak a pozitívnak ítélt posztokat csökkentették a hírfolyamában, és figyelték, hogy ez a változás mennyiben befolyásolja a felhasználók posztjainak érzelmi töltetét. Úgy gondolom, joggal

¹¹ Zuboff szerint a TV is hasonló hatással rendelkezik, hiszen különböző – társas – javak iránti vágyat generál a befogadóban, melyek végső soron pszichés nyomássá alakulnak.

¹² A vonatkozó szakirodalomban a kritikák elsősorban a társadalomtudományos kutatások sztenderdjein alapuló módszertani kritikák, amik érdemben nem reflektálnak a marketingcélokra hasznosított metaadatok tömegére (amikről pedig végül is a könyv szól). Mindemellett érdemes a viszonylag felületesen megidézett kutatásokat nem egyértelmű bizonyítékokként értelmezni.

merülhet fel a kérdés, hogy az esetlegesen pontatlan módszertannal (reflektálatlan előfeltevések a Facebook-használat módjáról, egyéb hatások figyelmen kívül hagyása, adott érzelmi töltetű posztra, azzal megegyező érzelmi aktivitás hátrahagyásának feltételezése) operáló kutatásokra alapozott marketingdöntések és az ezeket követő kampányok nem gyakorolhatnak-e valamiféle önbeteljesítő jóslat-hatást, és az intenzív marketing következtében nem igazolják-e vissza utólag a kutatás eredményeit.

A szerző továbbá nem reflektál arra a digitális kultúrában tapasztalható sokszínűsége, amelyek a – nyilvánvalóan helytálló – megfigyelései mellett azokkal együtt léteznek. Ezeket kategorikusan az általa említett „első szöveghez” sorolja, és csak mint a legitimitációt biztosító lehetőségeket tartja számon. Bár a megnevezett problémakörök nyilvánvalóan relevánsak, a digitális ökoszisztémák értékelésekor nem lehet figyelmen kívül hagyni azt az életteret, amely az egyének mindennapi tapasztalati horizontján megjelenik, és számtalan pozitívumot hordoz magában: gyorsul az információcsere, és úgy általában, a felhasználók sokkal nagyobb ágenciával és tájékozódási potenciállal rendelkeznek a tömegmédia (*broadcast media*) korához képest.

Zuboff gondolatmenetébe nem férnek bele azok sem, akik nem rendelkeznek a felüyeleti kapitalizmus alapját jelentő hálózati hozzáférésekkel (web 2.0, okoskészülékek stb.). Milyen viszonyban állnak ők a könyvben felvázolt társas struktúrákkal, mi az ő helyük a felüyeleti kapitalizmus világában? A szerző példáiban, érveléseiben sokszor önkényesen válogat a társas valóság különböző aspektusaiból, figyelmen kívül hagyva azokat az elemeket, amelyek érvelését gyengítenék, elgondolásait árnyalják. Sokszor túloz vagy sugalmaz: a spanyol hódítók és indiánok találkozása (bár a precedens nélküliséget valóban illusztrálja), az azt követő történelmi események miatt durván sugalmazó hatást tesznek az olvasóra (egy népcsoport majdnem teljes megsemmisítése és a tárgyalt problémakör súlyossága ebben a formában erős túlzásnak hat). Ez a fajta retorika egyébként végigkíséri a könyvet, s így jár el szerencsejátékfüggőség és a digitális terek használatának összemossásával is. Bár az analógia valóban segít megérteni a gondolatmenetet, megint csak reflektálatlanul hagy párhuzamos folyamatokat: bár patológiás esetek valóban léteznek, a technológiai újítások többnyire szervesen és organikusan épülnek be a mindennapokba. Ezen a ponton fontosabb lenne talán a technológiai újításokhoz való alkalmazkodás mikéntjének jelentőségét hangsúlyozni: az informáltságot, a megfelelő jogi hátterek kiépítését, az egyéni felelősségtudat elsajátítását.

Érdekes megfigyelni, hogyan kezeli a szerző a behaviorizmus kérdéskörét. Éppen az „első szöveg” és az offline tér reflektálatlansága miatt az az érzésünk, mintha Zuboff is könnyen programozható viselkedéshalmazként tekintene az emberekre. Nem veszi számításba az algoritmikus logika mellett a „fontos másíkok” szerepét az egyéni döntéshozatalok során. Elfeledkezik a vágynak kulturális konstrukciójáról, illetve ezek összjátékáról a materiális körülményekkel.

A reciprocitás kérdésére érdemes külön is kitérni. Zuboff szerint a felüyeleti kapitalizmusban a reciprocitás megszűnik ember és vállalat között (az előrejelzések előállítóinak nincs szüksége már az emberekre, mint vásárlókra, munkaerőre). Úgy gondolom, a reciprocitás nem tűnik el végleg, mindössze új terepre helyeződik át, hiszen az előrejelzéseket végső soron termékek eladása céljából vásárolják a hirdető, amelynek sikeressége nem kizárólag csak a hirdetés megfelelő targetálásától, hanem egy sor egyéb gazdasági és más tényezőtől is függ. Sőt, a reciprocitás megjelenhet abban az értelemben is, hogy a felhasználó viselkedési feleslegéért cserébe gyakorlatilag végtelen kulturális tartalomhoz (so-

rozatok, filmek, zenék), hírforráshoz és más kényelmi funkciókhoz (szótár, könnyű utazásszervezés, tanulás stb.) jut hozzá. A tartalmak és szolgáltatások között pedig – a nyilvánvalóan erős algoritmikus meghatározottság ellenére is – minden korábbinál sokkal nagyobb ágencciaival válogathat.

Összességében Zuboff könyve egy nagyon is aktuális problémakört tematizál, amelynek minden részletét igen olvasmányosan, bár esetenként túlzásokkal (a kutatások esetében némileg felületesen) fejti ki. Elolvasása feltétlen ajánlott és nem csak társadalomtudománnyal foglalkozóknak.

Irodalom

Dessewffy Tibor és Láng László, „Big Data és a társadalomtudományok véletlen találkozása a műtőasztalon”, *Replika*, (2015) 92-93. szám, 157–170. old.

Ellison, Nicole B. and danah boyd, “Sociality Through Social Network Sites”, In: William H. Dutton (ed.), *The Oxford Handbook of Internet Studies*, Oxford University Press, Oxford, 2013, pp. 151–172.

Kramer, Adam D. I., Jamie E. Guillory and Jeffrey T. Hancock, “Experimental evidence of massive-scale emotional contagion through social networks”, *PNAS*, Vol. 111. (2014) No. 29., pp. 8788–8790. <https://doi.org/10.1073/pnas.1320040111>

Láng László, Big Data és a társadalomtudományok véletlen találkozása a műtőasztalon”,