

Interjú: Calum T. Nicholsonnal, a Cambridge-i Egyetem tanárával

Emberi kommunikáció üzleti modellben

Nagy hatással van a közösségi média napjaink társadalmára.

MISKOLC. Miközben ezeknek a platformoknak az üzemeltetői folyamatosan azt mondják, hogy összekötik az emberiséget, aközben egy jól kitalált üzleti modell szerint működnek. Erről is beszélgettünk a Cambridge-i Egyetem tanárával, Calum T. Nicholsonnal, aki legutóbb a Mathias Corvinus Collegium miskolci központjának meghívására érkezett a borsodi megyeszékhelyre, hogy ebben a témában előadást tartson.

A közösségi média megjelenése milyen változásokat idézett elő társadalmunkban?

Az emberiség történelmében mindig voltak újítások, felfedezések, minden egyes alkalommal kicsit elfeledkezünk arról, hogy hogyan viszonyuljunk egymáshoz, hogyan legyünk ismét empatikusak, beleérzők. Ez bekövetkezett akkor, amikor a nyomtatott sajtó megjelent, vagy amikor a rádió és a tv, de akár az öko-ri görög társadalom változásait is említhetjük.

Mi változott meg ebben a században?

A legszembeütőbb különbség a gyorsaság. A Covid-járvány alatt sokat beszélünk a fertőzésről, a vírusherényről, azonban nemcsak biológiai lehet, hanem mentális is. A közösségi média abból a szempontból hozott változást a nyomtatott sajtóval szemben, hogy most már bárki másodpercek alatt el tudja érni az összes embert. Ugyanakkor a szociális média az ideológiaterjesztés eszköze is lehet, ugyanúgy, ahogy ma egy repülőgép hordozhatja a virológiai értelemben a fertőzést, ami így nagyon gyorsan elterjedhet. Rendkívül polarizált társadalmakban élünk, és az ideológiák terjedésének sebessége az, ami még szembeütőbb napjainkban.

Milyen hatással van ez a mindennapi életünkre?

Amikor még gyerekek voltunk, minden testvéremnek volt egy külön szobája, de volt mindig egy találkozási pont, mert vacsoránál mindig leültünk a közös asztalhoz. Sokszor eltérő véleményünk volt a dolgokról, de ez nem okozott nehézséget. Ezzel szemben ma már az ember - akár a hálószobájából is - óriási közösségekkel ápolhat kapcsolatot, amelyekben a véleménykülönbségek még



Calum T. Nicholson szerint rendkívül polarizált társadalmakban élünk

FOTÓ: KOZMA ISTVÁN

jobban előjöhethetnek. Napjainkban leginkább abban hiszünk, ami a saját véleményünk, kevésbé tudjuk elfogadni egy másik ember

gondolkodásmódját, így gyakran nem tudunk azon felülemelkedni, hogy a saját véleményünkönél fontosabb, hogy miként viszonyulunk az

embertársainkhoz. Újra meg kell tanulnunk, hogy kompromisszumokat találjunk.

Egyfajta arc nélküli kommunikáció is megjelent a közösségi médiában, amelynek látszólag nincsenek következményei...

Amikor még kicsi egy gyerek, a közösségekben gyakran bántja a másik gyereket, talán azért is teszi, hogy leolvassa az arcáról a fájdalmat. Ez persze nem szép dolog, de megtanítja az embert az empátiára. Ez az, ami most veszendőbe ment. Hozzászoktunk ahhoz, hogy nem emberi kapcsolatokban, hanem az interneten kommunikálunk, a szavak pedig valójában nincsenek kapcsolatban semmivel, illetve senkivel. Ugyanakkor a szólásszabadság fogalmát is sokan félreértik, amikor azt gondolják, hogy bármit elmondhatnak ezeken a platformokon, holott a szólásszabadság igazából azt jelenti, hogy bármit elmondhatok anélkül, hogy elnémitanának.

Volt egyfajta eufória, amikor létrejöttek ezek a világszintű kapcsolódási lehetőségek. Megkoptott ez az öröm?

A közösségi média üzemeltetői folyamatosan azt mondják, hogy ők összekötik az

embereket egymással, holott az, ami ott történik, valójában csak olyan értelemben kommunikáció, hogy az emberek folyamatosan beszélni akarnak és nem figyelnek oda a másik mondanivalójára. Ugyanakkor azt is látnunk kell, hogy a szociális média üzemeltetői úgy alakították ki ezt a rendszert, hogy függőséget okozzon. Hasonló függőséget, mint a kábítószerek.

Van megoldás?

A változásokhoz mindig az szükséges, hogy valami nagy dolog történjen, és elkerülhetetlen, hogy az emberek felismerjék, hogy ez függővé teszi őket. Ráadásul figyelembe kell venni azt az üzleti modellt is, ami a közösségi médiumok üzemeltetői mögött van, ők gyorsan akarnak pénzt keresni, ez az oka annak, hogy ingyenesen lehet használni ezeket a platformokat. Ha fizetni kellene érte, akkor valószínűleg senki sem használná. Ezek a cégek még arra is rájöttek, hogy egyszerűbb az embereknél előidézni azt, hogy elveszítsek a bizalmukat és dühösekké legyenek, mintsem hogy összekössék őket egymással, hogy valóban kapcsolatokat építhessenek.

PN