

A tudástranszfer új lehetőségei a streamingtelevíziós dokumentumfilmekben

Reflexiók a *The Social Dilemma* című filmről

MAKKAI JÚLIA ANNA

PhD, kommunikációs szakember, BBTE / PhD, communication specialist, BBU

E-mail: julia.makkai@ubbcluj.ro

Abstract (*New Possibilities for Knowledge Transfer in Streaming Documentaries. Reflections on The Social Dilemma film*) Digitization has transformed every aspect of our lives, from everyday shopping and social gatherings to watching movies. Our media consumption is constantly changing, and our knowledge and learning habits have changed as a result. Documentaries rethought by television streaming channels can transfer and shape knowledge and worldviews tailored to the needs of digital natives. This study reveals that documentaries and document series produced and marketed by streaming service providers can be new forms of knowledge transfer and dissemination. The second part of the text, based on the film *The Social Dilemma* describes and discusses surveillance capitalism's economic logic, its social and psychological effects. The film's success shows that, with a modern and captivating presentation of the current problems that threaten societies, a new form of knowledge production has been launched, streaming channels adapted with an excellent sense to the needs of the new emerging generations.

Keywords digitization; knowledge transfer; surveillance capitalism; documentary; streaming channels

Rezumat (*Noi posibilități de transfer de cunoștințe în documentare de streaming. Reflecții asupra filmului The Social Dilemma*) Digitalizarea a transformat fiecare aspect al vieții noastre, de la cumpărăturile zilnice, întâlnirile sociale, până la vizionarea de filme, întrucât consumul nostru de mass-media se schimbă constant, iar cunoștințele și obiceiurile noastre de învățare s-au schimbat în consecință. Filmele și seriile documentare regândite de canalele de streaming de televiziune pot transfera și modela cunoștințele și viziunile asupra lumii, într-un mod adaptat nevoilor nativilor digitali. Prezentul studiu relevă faptul că documentarele și seriile de documente produse și comercializate de furnizorii de servicii de streaming pot fi forme noi de transfer și diseminare a cunoștințelor. Pe baza filmului intitulat *The Social Dilemma*, a doua parte a textului descrie și analizează logica economică din spatele capitalismului de supraveghere, efectele sociale și psihologice ale acestuia. Succesul filmului demonstrează că printr-o prezentare modernă și captivantă a problemelor actuale care amenință societățile, s-a lansat o nouă formă de producție de cunoștințe, canalele de streaming adaptate cu un simț excelent la nevoile noilor generații emergente.

Cuvinte cheie digitalizare, transfer de cunoștințe, capitalism de supraveghere, documentar, canale de streaming

Bevezető

Az internet negatív hatásainak hátterében működő adatkereskedelem napjainkra virágzó iparaggá nőtte ki magát, amely elérte, hogy a 21. századra az adat értékesebb „árucikké” váljon a kőolajnál. A technológiai nagyvállalatok globális

egyeduralomra törtek az iparágak versenyében, amelyben az internetfelhasználó megfigyeléséből nyert adatokat bocsátották értékesítésre. Jeff Orlowski a klímaváltozás következményeit bemutató két filmje, a *Chasing Ice* és a *Chasing Coral* után a felügyeleti kapitalizmus (*surveillance capitalism*) a globális társadalomra gyakorolt szociális, pszichológiai és politikai hatásait tárja fel és vetíti előre. A globális tech cégek valamikori fejlesztőinek, mérnökeinek interjúira alapozza a *The Social Dilemma* című film hitelességét és tartalmát, akik a közösségi médiafelületek és különféle digitális termékek létrehozásában működtek közre.

Számos kutatás tárgyalja, hogy az Y és a Z generáció teljesen más mechanizmusokkal sajátítja el az új ismereteket a korábbi generációkhoz képest, és új oktatási stratégiákat igényel az átalakult figyelem. A televíziós streamingcsatornák által újragondolt dokumentumfilmek és sorozatok a digitális bennszülöttek igényeire szabott módon tudnak ismereteket, tudást és világszemléletet átadni és alakítani. A dokumentum műfaj kezdettől fogva az ismeretterjesztés funkcióját töltötte be, jellegzetesen a szórakoztató ismeretterjesztés és tanulás formáját testesítette meg. A filmes streamingszolgáltatók által megteremtett új televíziós kultúra nemcsak a médiafogyasztást alakította át, hanem a korszerű üzleti politikáknak köszönhetően több műfajt ötvöző hibrid formátumokat hozott létre. Ilyen műfaj a dokumentumfilm, amely a klasszikus kábeles televíziózásban kevésbé sikeres, előállítási költségeinél jóval kevesebb nézettséget produkált. A Netflix streamingszolgáltatónak gyártási és finanszírozási logikája lehetővé tette, hogy mára a csatorna egyik közkedvelt tartalmi kategóriájává vált a sorozat formátummal együttesen.

Jelen tanulmány azt járja körül, hogy a streamingszolgáltatók saját gyártású és forgalmazású dokumentumfilmjei és dokumentumsorozatai a tudástranszfer és ismeretterjesztés új formái lehetnek. A szöveg második részében a felügyeleti kapitalizmus mögött meghúzódó gazdasági logikákat és ezek társadalmi és pszichológiai hatásait ismerteti és tárgyalja a *The Social Dilemma* című film alapján.

A tudás újradefiniálása a digitális érában

Az internet elterjedésével a világban elérhető digitalizált adatmennyiség, adattermelés rohamos növekedése a mindennapi életvitelünket gyökeresen megváltoztatta. A digitális térben valósul meg munkavégzésünk és magánéletünk szervezése, a mindennapi ügyintézésektől kezdve a kikapcsolódásig. A világtörténelemben nem szereztünk tudomást a világ dolgairól olyan mértékben, mint napjainkban, ugyanis jelentősen átalakult az is, ahogyan az információ birtokába kerülünk. A digitalizálódott információszerzés új formáit teremtette meg a tudástermelésnek és a tudás elsajátításnak, amely jelentős különbségeket mutat a generációk eltérő tanulási szokásait illetően. A technológia által meghatározott tudásszerzésben jelentősen eltéréseket mutatnak a különböző korcsoportok, az eltérések a digitális felhasználói szokások, a technológia felé mutatott komfortérzetben mutatkoznak meg leginkább.¹ A digitális szolgáltatások felhasználásában otthonosan mozgó Y generáció (1981–1996 között születettek), valamint az ebbe beleszületett Z (1995–2010) és Alfa (2010 után születettek) generáció eltérően

viszonyul az innovatív digitális megoldásokhoz, másképpen és máshol keres rá információkra, vagy fogyaszt internetes tartalmat, mint például az őket korban megelőző és a digitalizációval felnőttkorban találkozó X generáció (1965–1979) vagy a Baby Boomer (1946–1964) nemzedék.² A fiatalabb, „digitális bennszülötteknek” is nevezett korcsoport alapvetően egyfajta digitális identitással is rendelkezik, mivel életük lényegében teljes egészét online térben töltik, közösségimédia-felületeken kapcsolódnak egymáshoz, és netes felhasználói szokásaik alapján definiálják önmagukat. Közös jellemzőjük továbbá az, hogy gyakrabban költenek digitális termékekre, hajlamosak a „multitaskingra” internetezés közben, valamint természetes számukra az, hogy az online világban fejezzék ki önmagukat (pl. videók készítése), vagy ott kapcsolódjanak egymáshoz (pl. társkereső applikációk használata). Ez eredményezte, hogy az információszerzés, az új tudás vagy művészeti alkotások létrehozása ma már megszokottá vált az online térben.³ Ellentétben az idősebb generációkkal, akik már nehezebben alkalmazkodnak a folyamatosan változásban lévő technológiai vívmányokhoz, gyerekeiktől tanulják meg használni a digitális szolgáltatásokat, a környezetükkel való kommunikáció fenntartásához és az életszervezés könnyebbé tételéhez.⁴

A médiafogyasztásra vonatkozó generációs különbségek kutatása intenzíven foglalkozik továbbá azzal is, hogy a technológiához való kapcsolódásunk milyen formában befolyásolja viselkedésünket, vagy milyen mértékben és viszonylatban van hatással életünkre, pszichikai vagy akár fizikai egészségünkre.

A technológia által meghatározott tudásszerzés és termelés behatárolására Burkle–Cobo a társadalom, az információ és technológia egymáshoz való viszonyát járja körül, olyan fogalmak mentén, mint a hozzáférhető tudás, információ előállítására és befogadására vonatkozó megnövekedett igény, a tudástermelés és a tudás elismerésének új formái. A tanulmány a továbbiakban ezeket a jelenségköröket tárgyalja.

Az információhoz való gyors és könnyű hozzáférés, az interneten szerveződő közösségek kölcsönös információmegosztása teljesen átértelmezte a hagyományos tudás fogalmát vagy azt a felfogást, ahogy a tudáshoz való hozzáféréséről vagy termelésről gondolkodunk. A hozzáférhető tudás jelensége feltételezi a tudástermelés decentralizációját és a közvetettségek (*disintermediation*) megszűnését.⁵

A robbanásszerűen megnövekedett információ az informáltság igényét is elősegítette, amelynek következtében az online térben a tudás és a tudás megszerzésére alkalmas folyamatok kommodifikálódtak, az információ és a tudás árucikké vált. Az internet lehetővé tette, hogy a társadalom különböző rétegeiből is bekerüljenek a tudásalapú munkaerőpiacra. Ilyenformán az értelmiségi munkakörök is meggyarapodtak, és fokozódott az igény felsőfokú tanulmányok elvégzésére is.⁶

A könnyen megszerezhető, kölcsönösen előállítható tudás és kapcsolódás a kollaboráció lehetőségét feltételezi. A tudásmennyiség növekedése mellett elmozdulás történt a transzdiszciplináris (tudományterületeken átívelő) és interdiszciplináris tudástermelés irányába. Az önálló/autonóm rendszerek elterjedése (mesterséges intelligencia) is egy új irányt hoz a tudástermelésbe, ugyanis képe-

sek a képek, szövegek, hangok felismerésére és értelmezésére. Új lehetőségek nyíltak a mesterségesen előállított tudás területén, ami a tudástermelést, -terjesztést, -validálást és -alkalmazást illeti.⁷

A hagyományos tudáselismerés (oklevelek, bizonyítvány stb.) mellett új tanulási formák is érvényt szereztek maguknak. A különféle tanulási formátumok ma már nem zárják ki egymást, hanem személyre szabottak lettek, és az válik fontossá, hogy a megszerzett tudással mihez tudunk kezdeni.⁸

Az új típusú tudás vizsgálata ma már a digitalizáció, hozzáférhetőség, interakció, rugalmasság, interdiszciplinaritás és a globalizált tudás fogalmai mentén szerveződik.

Dokumentumfilm a streamingkultúrában

Az új televíziós streamingforradalom a mediális tartalomszolgáltatás mellett a médiafogyasztási szokásainkat is átalakította. A streamingszolgáltatók innovatív piaci gyakorlata lehetővé tette az olyan újszerű film- és sorozatformátumok létrehozását, amelyek elsődlegesen a fogyasztói igényeket és preferenciákat helyezik fókuszpontba. A Netflixhez hasonló streamingszolgáltatók, mint az Amazon Video, a Hulu, az HBO GO több műfaj ötvözésével gondoltak újra műfajokat új forgalmazási és gyártási logikák mentén. A Netflix csatorna gyártói, forgalmazói és terjesztői logikája lehetővé tette olyan korábban kevésbé közkedvelt műfajok népszerűvé válását, mint a dokumentumfilm és a dokumentumsorozat. A nemzetközi nézettségi mutatók a fikciós filmek mellett a dokumentumfilm különféle hibrid változatait sorolják a legnépszerűbb és közkedvelt streaming tartalmi kategóriái közé, mint a „true crime dokumentum és kínos (cringe) komédia” (true crime, documentary, and cringe comedy), az „akció-kaland” és „az életmód-gasztró-csináld magad” (lifestyle, cooking, and do it yourself) műfajok.⁹

A Netflix saját produkciói, mint a *Making a Murderer*, a *Wild Wild Country*, a *The Staircase*, az *Evil Genius* mind olyan dokumentumfilmek, amelyek legalább olyan nagy nézettséget generáltak, és „binge-elhető” (bingeable) – egy többrészes sorozatnak folyamatos, megszakítás nélküli megtekintése – tartalmakká váltak, mint az igen népszerű Netflix drámák (*The Crown*, *13 Reasons Why* és *Stranger Things*). A 2018-as évben a *Making a Murderer* a Netflix csatorna második legbingeltebb dokumentumsorozata volt Amerikában, olyan népszerű drámai műfajokkal vetekedett, mint a *Bodyguard* és az *Orange Is The New Black*.¹⁰

A nem fikciós film gyártásán belül a sport, kultúra, gasztronómia, design tematikájú dokumentumfilmek között sajátosan népszerű helyet foglal el a true crime (valós gyilkosság) műfajkategória: „A szórakoztatás mellett a műfaj vállalt rendeltetése az edukatív és informatív jelleg, amelynek révén újabb perspektívákkal bővíthet a médiafogyasztónak a világról és a társadalom különféle szegmenseiről alkotott képe.”¹¹

A klasszikus televíziós tartalomgyártási gyakorlatokhoz képest a Netflix innovatív finanszírozási logikájának köszönhetően a dokumentum műfaj új értelmezési keretet nyert. A dokumentumfilm népszerűségéhez hozzájárult első sorban a streamingszolgáltató-ajánló algoritmusokra (*recommender algorithms*)

épülő tartalomszelekciós háttére, amelyek bizonyos szelekciós logikák mentén ajánlják (pl. felhasználói keresési archívum) az újabb megnézendő tartalmakat. A streamingcsatorna előre sorolja, jobban kiemeli az ajánlásoknál, mert ez a korábbi gyártási hagyományok miatt olyan műfaj, amelyre az emberek nem egyből keresnek rá. Ezek az ajánlások kellően gyakoriak, és jól láthatóvá teszik a platform feliratkozóinak számára a műfaj széles kínálatát. A széles tömegek által használt felületek révén hatalmas nézettségi és fogyasztói bázisra tudnak szert tenni ezek a filmek, a platformokon különféle témában, különféle műfajok szerint lehet változtatni.¹²

A műfaj népszerűségéhez több tényező járult hozzá, elsősorban a csatorna gyártásra és forgalmazásra szánt jó finanszírozási háttére, amely lehetővé teszi magas költségvetésen kiváló minőségű filmek előállítását és terjesztését.

Ezek az új típusú dokumentumfilmek fontos, nagy horderejű és aktuális témákat mutatnak be, olyan módon, hogy magával ragadja a néző figyelmét, és könnyen is értelmezhető legyen bárki számára. A nézettség növelése mellett cél a szórakoztatás és az oktató jelleg, ekként a tudományt, a történelmet vagy egyéb témát feldolgozó filmek kedvelté válnak a nézők számára. Az önképzés egyik legsikeresebb formája ma olyan filmek révén történik, amelyekkel jobban megismerhetjük és megérthetjük a minket körülvevő világot.¹³ A rövidebb terjedelmű dokumentumfilmek fontos szerepet játszanak napjaink oktatásában, a mai generáció diákjai film- és videóorientáltak, amitől nem szabad eltekinteni. A film oktatói hatékonysága abban rejlik, hogy országhatárokon és nyelveken átívelve képes történeteket mesélni, és a mai felgyorsult világunk megértéséhez nagymértékben hozzá tud járulni. Képes érzelmi kapcsolatot létrehozni egy téma és a néző személyes tapasztalatai és érzelmei között, ezért nagyon alkalmas arra, hogy felkeltse a figyelmet aktuális és fontos társadalmi problémák iránt. Erősíteni tudja a kritikai hozzáállást és szemléletmódot a nézőben olyan témákkal kapcsolatban, mint a szegénység, szerhasználat, erőszak, konzumerizmus, jogok, népvándorlás, modernizáció, különféle környezeti változások hatásai, a technológia és társadalom kapcsolata, faji kérdések, nemi identitás és polgári jogok.¹⁴

A feldolgozott témákat illetően világ-, nemzeti és közösségi szinten tárgyalt társadalmi kérdéseket, problémákat feldolgozó tematikák a legnépszerűbbek. Annak ellenére, hogy a dokumentumfilm műfaja kezdetekben a természeti és földrajzi témákon formálódott ki, ma jellemzően a társadalmi problémákat feldolgozó és bemutató témák bírnak aktuális dokumentumértékkel (*documentary value*) ebben a műfaji ágazatban. A dokumentumfilm célja kettős, egyrészt szórakoztat, de egyértelműen tudást közvetít a néző számára. A tudománynépszerűsítő jelleg legalább annyira lényeges a műfajon belül, mint a szórakoztatás, de változó, hogy melyik érvényesül dominánsabban dokumentumfilm műfaján belül.¹⁵

A Netflix a számos műfaji újításának köszönhetően az elmúlt négy-öt évben tömegesen néz 45 perces időterjedelmű dokumentumfilmeket az a 18 és 35 éves korcsoport, amelyre egyre inkább rövidülő figyelemtáv jellemző.¹⁶ Netflixes műfaji sajátosságnak tudható be az erőteljes „epikusság” és „mozi élmény”, amely megmagyarázza a műfaj közkedveltségét. A „box set”-es gyártási logikának is nevezett produkciós elv jellemzői: a történetmesélés erőssége (*storytelling*), meg-

győző szerzői nézet, történet ív, bingelhetőség és több rész. Mindezen jellemzők mentén versenyzik ma már a dokumentumfilm a fikciós filmmel népszerűség és nézettség terén.¹⁷

Felügyeleti kapitalizmus a The Social Dilemma című filmben

Napjaink digitalizációja lehetővé tette, hogy az élet minden területét technológiai innovációk determinálják, megkönnyítve, felgyorsítva és komfortossá téve a mindennapi ügyintézéseket, munkavégzést és kikapcsolódást. Tömegek számára ingyenesen elérhetőek a digitális termékek és szolgáltatások alapértelmezett funkciói, amelyekre egyszerűen feliratkozva válunk felhasználókká. A feliratkozás során megadott személyes adataink képezik ezen technológiai vállalatok alaptőkéjét, ugyanis a felhasználói adatok begyűjtésével tudják folyamatosan fejleszteni szolgáltatásaikat működtető algoritmusokat.¹⁸ A termelési és üzleti modell folyamatosan a felhasználók igényeire szabott, de ténylegesen azt a célt szolgálja, hogy a fogyasztót szüntelenül arra készítse, hogy használja az infokommunikációs eszközöket és technológiai szolgáltatásokat. A digitális iparágat vezető óriásvállalatok, mint a Google, az Apple, az Amazon, a Facebook és a Microsoft gazdasági tevékenységeinek alapját az információ képezi. Ezek a vállalatok monopolhelyzetet építettek ki maguknak, az árak feletti szabályozás mellett szabadon használhatják felhasználóik adatait bármiféle gazdasági vagy politikai ellenőrzés nélkül.¹⁹

A techcégek által gyűjtött személyes és felhasználói tevékenységet tükröző adatokat előrejelzések létrehozására, üzleti és marketing célokra használják fel, amely egyidőben magas fokú gazdasági, tudásbeli és hatalmi aránytalanságokat eredményezett.²⁰ A keresési előzményekre optimalizált hirdetési szolgáltatás üzleti modelljének úttörője a Google volt, felhasználóinak tevékenységéről magas szintű precizitással készített előrejelzéseket.²¹

Shoshana Zuboff szociálpszichológus a *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power* című munkájában fogalmazza meg a legfőbb kritikát, miszerint a cég felhasználói tudta és beleegyezése nélkül használta fel az adatokat értékesítés céljából. Ezzel egyidőben az ipari kapitalizmus korszakát egy újfajta kapitalista berendezkedés váltotta fel, nevezetesen a felügyeleti kapitalizmus, amely még a megfigyelési vagy adatkapitalizmus nevet viseli magán.²²

A világ figyelmét a jelenségkör akkor vonta magára, amikor a Cambridge Analytica botrány kirobbanásával fény derült arra, hogy a felhasználói viselkedés mérésével nyert adatokat olyan adatbázisok készítésére használták fel, amelyre épülve politikai kampányok maximális hatékonyságot értek el (pl. Donald Trump 2016-os választási kampánya).²³

A jelenség legnagyobb problémája a jogi keretrendszer hiánya, amely lehetővé tenné ezen iparág szabályozását. Az egyetlen érvényben lévő személyes adatokat védő szabályozás az európai általános adatvédelmi rendelet, a GDPR.²⁴ Továbbá Zuboff lényegesnek találja az optimális jogi hátterek létrehozása mellett, az átlagfelhasználó tájékoztatását és az egyéni felelősségtudat kialakítását.²⁵

E kontextus keretében a *The Social Dilemma* című dokumentumfilm szakértői interjúkra alapozva az adatkapitalizmus és digitális termékek okozta pszichológiai és társadalmi hatásait vázolja fel vészjóslóan figyelemfelkeltő módon. A legismertebb és a világpiacot domináló infokommunikációs vállalatok, mint Facebook, Google, Instagram, Twitter, Uber, Pinterest valamikori fejlesztői belső látképet nyújtva hiteles szemléletet kívánnak bemutatni az internetfelhasználókat kihasználó adatkapitalizmus mélysötét árnyoldalairól. A dokumentumfilm „hangadó” interjúalánya, a Google egykori etikus dizájnere, Tristan Harris mesél arról, hogy míg a kiégés határát súroló odaadással fejlesztette a techóriás termékeit, addig e-mailfüggése határozta meg mindennapjait. Ezt figyelembe véve kezdte el már saját cégén belül a vészharangokat kongatni a social media és okoseszközök fokozott addiktív hatásairól. Az interjút kiegészítve mesél többek között a Facebook egykori monetáris cégpolitikájának felelőse, a Pinterest egykori elnöke, Tim Kendall, továbbá Aza Raskin, a Firefox és Mozilla korábbi munkatársa, Justin Rosenstein, a Facebook és Google korábbi mérnöke, az Asana (munkaszervező szoftver) társalapítója, Jeff Seibert, a Twitter korábbi vezetője, Sandy Parakilas, az Uber volt termékmenedzsere és a Facebook korábbi tevékenységi menedzsere stb. A tudomány oldaláról megszólal dr. Shoshana Zuboff, a Harvard egyetemi tanára, dr. Anna Lembke, a Stanford Egyetem orvostudományi képzésének vezetője és dr. Jonathan Haidt társadalompszichológus.

Az interjúkat kiegészítő és szemléltetni kívánó narratív szál mutatja be, hogyan befolyásolja egy átlagos amerikai család hétköznapijait a közösségi média és az okoseszközök használata. A technológia pszichológiai mellékhatásait mutatja be a család gyermekein keresztül, akik már kóros addikcióval kapcsolódnak a social media eszközeihez, előidézőve náluk a depressziót és az izolációt. A társadalmi megosztottságot érzékelteti, hogy keresésre optimalizált böngészők mennyire befolyásolják az informáltságot, a politikai orientációt és a társadalmi szintű agressziót. A harmadik vonal az pedig algoritmusokat metaforizáló informatikai laboratórium, ahol mérnökök fejlesztik a digitális platformokat olyan formán, hogy a folyamatosan használatban legyenek, ugyanis a vállalkozási modell az állandó felhasználói figyelmet célozza és értékesíti, amelyet a mesterséges intelligencia determinál.

A Netflix streamingcsatorna terjesztésében elérhető dokumentumfilm magán viseli az erőteljes epikus történetmesélést és a meggyőző szerzői nézetet, a drámai hatáskeltés elemeit felhasználva egy erőteljes érzelmi megnyilatkozással indítja az adatkapitalizmus és adatbányászat hatásainak problémakörét. A felvonultatott szakértők egyfajta bűnbánó vallomással nyilatkoznak a globális méreteket öltött adatgazdaság és digitális technológiák negatív hatásairól, amelyek létrehozásában valamikor tudattalanul vagy tudatosan közreműködtek. Az etikai hiányosságokat felismerve hagyták el ezen vállalatoknál betöltött szerepeiket, és ma már lelkes szószólói az adatbányászat és a megfigyelési kapitalizmus kizsákmányoló politikáját elítélő közösségnek. A rendező vallomásszerű témafelülettel kívánta megnyerni a nézők figyelmét, felkelteni érdeklődésüket és egyfajta érzelmi hatást kiváltani, a probléma súlyosságának érzékelésére. A film vészjósló

módon vetít a néző elé egy negatív jövőképet az embert végletekig kihasználó technológia iparágáról.

A 94 perces filmben egy jól felépített logikai keretben vezeti fel a problémát a szakértők interjúszekvenciáinak összevágásával oly módon, hogy az üzenet átadása magyarázó és kifejtő jelleggel történjen. Az interjúkhoz szorosan kapcsolódva, a folyamatok ok-okozati összefüggését, valamint a hitelességet erősítve egy olyan médiarétegre épül a film, amely televíziós híradók, szakértői interjúk, tudománynépszerűsítő előadások (TED-előadások) vágóképeinek, valamint a közösségi média (közeli felvétel például a Facebook vagy más közösségi média felület használatáról) képi világából kiemelt elemeknek az ötvözete.

A film témafeldolgozás szempontjából több altémára tagolódik, amelyeket kellően hatáskeltő módon a rendező egy-egy témamegjelölő, „sorsformáló” idézzettel vezet be, valamilyen közismert személytől, szakértőtől vagy véleményvezértől. Olyan témák kerülnek terítékre, mint a social media és okoseszközök okozta függőség a fiatalok körében, a vállalkozási modell bevételstratégiája, amelyben az internetfelhasználó figyelme a termék, az emberi pszichológia megfigyelése és kihasználása a befolyásolás céljára, a mesterséges intelligencia átveszi az uralmat a felhasználó felett, a social media okozta szűrőbuborék jelensége, a társadalom polarizálása az álhírek és félretájékoztatás elterjedése miatt.

A nem túl biztató zárógondolatokban a szakértők lehetséges megoldásokat javasolnak, mint a techcégek vállalkozási modelljének újragondolása a megfelelő törvényi szabályozás és vállalkozásokra szabott adóztatási rendszer megváltoztatásával. A felsejlő megoldásokkal a rendező egyensúlyba akarja hozni a film által kommunikált erőteljes negatív jövőképet, érzékeltetve azt, hogy a folyamatok és negatív hatások lassítása és megszüntetése nemcsak az iparág szereplői (vállalkozók, mérnökök stb.), hanem a tágabb értelemben vett internetfelhasználók felelőssége is. Tudatosítva a problémát, a hétköznapi emberek szintjén történhet az igény megfogalmazása a digitális szolgáltatások szabályozására, miszerint a digitális adat is személyes adat, amelynek önkényes felhasználása kihatással van az életünkre.

A *The Social Dilemma* alapvetően nem hoz újat az adatkapitalizmus-diskurzusba, viszont egy „világégés-vízió” megfogalmazásával hívja fel a figyelmet arra, hogy sürgetően szükség volna egy jóval etikusabb, felelősebb és szabályozottabb online világra. A film három narratív konstrukcióban próbálja körbejárni a felületes kapitalizmus szerteágazó és komplex problémakörét, oly módon, hogy az átlag internetfelhasználó is könnyen értelmezni tudja ezt. Az egyik szál interjúszekvenciákra épül a social media felületek valamikori létrehozóival, a terület szakértőivel. A második narratív vonal egy átlagos amerikai család modelljébe ágyazva mutatja be a social media és okoseszközök negatív hatásait, amelyhez szorosan kötődik a harmadik szál, az önműködő és fejlesztő algoritmusok világa, amelyet metaforikusan laboratóriumi dolgozók megfigyelésével ábrázol a film.

A film sikeressége mutat rá, hogy aktuális, társadalmakat fenyegető problémák korszerű és lebilincselő bemutatásával egy új tudástermelési forma indult útjára, amelyet a streamingcsatornák kiváló érzékkel szabtak az új feltörekvő generációk igényeire. A dokumentumfilm ebben a formátumban képes a szórakoz-

tatás és az oktatászándék keretében közérthető módon napjainkat meghatározó témákra felhívni a figyelmet.

Irodalom

Burkle, M. and Cobo, C. (2018). Redefining Knowledge in the Digital Age, *Journal New Approaches in Educational Research*, Vol. 7., No. 2., July, 79–80.

Cinnamon, J. (2017). Social Injustice in Surveillance Capitalism, *Surveillance & Society*, 2017, 15(5), 609–625.

Corner, J. (2008). Documentary Studies: Dimensions of transition and continuity, in: Austin, T. and de Jong, W. *Rethinking Documentary. New Perspectives, New Practices*, Open University Press, McGraw-Hill Education, Berkshire, 19–20.

Dams, T. (2019). How Netflix is shaking up the documentary world, *Television Business International*. 21 January, <https://tbivision.com/2019/01/21/how-netflix-has-shaken-up-the-documentary-world/>, letöltés ideje: 2021. január 12.

Hegedűs D. (2019). Felügyeleti kapitalizmus: disztópia vagy valóság?, *Információs Társadalom*, XIX. évf., 1. szám, 130–137.

Kiser, A. and Washington, R. (2015). The Information Gap amongst the Generations and the Implications for Organizations, *International Journal of Digital Literacy and Digital Competence*, 6(2), April-June, 36–63.

Lyon, D. (2019). Surveillance capitalism, surveillance culture and data politics, in: Bigo, D., Isin, E., and E. Ruppert (eds). *Data Politics: Worlds, Subjects, Rights*, Routledge.

Makkai J. A. és Könczei Zs. (2019). Esettanulmány: Egyetemi felvételi kampány kommunikációja a Z generációval, *Me.dok (Media-Istoria prese-Comunicare)*, nr. 2, 89–99.

Makkai J. A. (2021): Internet, hírnév és nárcizmus a *Don't F**k with Cats: Hunting an Internet-Killer true crime* dokumentum-sorozatban, *Korunk*, nr. 1, 50–56.

Rosen, L. D. (2010). Welcome to the iGeneration! Here's how to define the generation born into new millennium technology, *Psychology Today*, Mar. 27, <https://www.psychologytoday.com/us/blog/rewired-the-psychology-technology/201003/welcome-the-igeneration>, letöltés ideje: 2020. március 2.

Staab, P. and Nachtwey, O. (2016). Market and Labour Control in Digital Capitalism, in: *TripleC*, Vol. 14., No. 2.: 457474.

Tari A. (2015). *#yz Generációk online*, Tercium Könyvkiadó, Budapest.

The Social Dilemma, r. Jeff Orlowski, Exposure Labs–Argent Pictures–The Space Program AEÁ, 2020.

The Emory Wheel: 5 Ways How Streaming Services Popularize a Documentary Genre. 2020. július 12. Letöltés ideje: 2020. november 2. Forrás: <https://emorywheel.com/5-ways-how-streaming-services-popularize-a-documentary-genre/>

Töröcsik M. (szerk.) (2015). *A Z generáció magatartása és kommunikációja*, Pécsi Tudományegyetem.

Vaughan-Lee, C. (2015). Learning With Documentary Films: Strategies to Engage Students, *EducationWeek*, 26 October, <https://www.edweek.org/technology/opinion-learning-with-documentary-films-strategies-to-engage-students/2015/10>, letöltés ideje: 2021. január 12.

Vogels, E. A. (2019). Millennials stand out for their technology use, but older generations also embrace digital life, *Pew Research Center*, 9 September, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/09/09/us-generations-technology-use/>, letöltés ideje: 2021. január 12.

Zuboff, S. (2019). Surveillance Capitalism and the Challenge of Collective Action, *New Labor Forum*, Vol. 28(1), 10–29.

Jegyzetek

1 Kiser, A. and Washington, R. (2015). The Information Gap amongst the Generations and the Implications for Organizations, *International Journal of Digital Literacy and Digital Competence*, 6(2), April-June, 36–63.

2 Rosen, L. D. (2010). Welcome to the iGeneration! Here's how to define the generation born into new millennium technology, *Psychology Today*, Mar. 27, <https://www.psychologytoday.com/us/blog/rewired-the-psychology-technology/201003/welcome-the-igeneration>, letöltés ideje: 2020. március 2.; Tari A. (2015). *#yz Generációk online*, Tercium Könyvkiadó, Budapest; Törőcsik M. (szerk.) (2015). *A Z generáció magatartása és kommunikációja*, Pécsi Tudományegyetem; Makkai J. A. és Könczei Zs. (2019). Esettanulmány: Egyetemi felvételi kampány kommunikációja a Z generációval, *Me.dok (Media-Istoria prese-Comunicare)*, nr. 2, 89–99.

3 Vogels, E. A. (2019). Millennials stand out for their technology use, but older generations also embrace digital life, *Pew Research Center*, 9 September, <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/09/09/us-generations-technology-use/>, letöltés ideje: 2021. január 12.; Kiser, A. and Washington, R., 2015.

4 Vogels, E. A., 2019; Kiser, A. and Washington, R., 2015.

5 Burkle, M. and Cobo, C. (2018). Redefining Knowledge in the Digital Age, *Journal New Approaches in Educational Research*, Vol. 7., No. 2., July, 79–80.

6 Burkle, M. and Cobo, C., 2018.

7 Burkle, M. and Cobo, C., 2018.

8 Burkle, M. and Cobo, C., 2018.

9 Makkai J. A. (2021): Internet, hírnév és narcizmus a *Don't F**k with Cats: Hunting an Internet-Killer true crime* dokumentum-sorozatban, *Korunk*, nr. 1, 50–56. 50.

10 Dams, T. (2019). How Netflix is shaking up the documentary world, *Television Business International*. 21 January, <https://tbivision.com/2019/01/21/how-netflix-has-shaken-up-the-documentary-world/>, letöltés ideje: 2021. január 12.

11 Makkai J. A., 2021, 50.

12 *The Emory Wheel*: 5 Ways How Streaming Services Popularize a Documentary Genre. 2020. július 12. Letöltés ideje: 2020. november 2. For-

rás: <https://emorywheel.com/5-ways-how-streaming-services-popularize-a-documentary-genre/>

13 *The Emory Wheel*, 2020.

14 Vaughan-Lee, C. (2015). Learning With Documentary Films: Strategies to Engage Students, *EducationWeek*, 26 October, <https://www.edweek.org/technology/opinion-learning-with-documentary-films-strategies-to-engage-students/2015/10>, letöltés ideje: 2021. január 12.

15 Corner, J. (2008). Documentary Studies: Dimensions of transition and continuity, in: Austin, T. and de Jong, W. *Rethinking Documentary. New Perspectives, New Practices*, Open University Press, McGraw-Hill Education, Berkshire, 19–20.

16 Dams, T., 2019.

17 Dams, T., 2019.

18 Staab, P. and Nachtwey, O. (2016). Market and Labour Control in Digital Capitalism, in: *TripleC*, Vol. 14., No. 2.: 457474.

19 Staab, P. and Nachtwey, O., 2016.

20 Hegedűs D. (2019). Felügyeleti kapitalizmus: disztópia vagy valóság?, *Információs Társadalom*, XIX. évf., 1. szám, 130–137; Zuboff, S. (2019). Surveillance Capitalism and the Challenge of Collective Action, *New Labor Forum*, Vol. 28(1), 10–29.

21 Cinnamon, J. (2017). Social Injustice in Surveillance Capitalism, *Surveillance & Society*, 2017, 15(5), 609–625;

Lyon, D. (2019). Surveillance capitalism, surveillance culture and data politics, in: Bigo, D., Isin, E., and E. Ruppert (eds). *Data Politics: Worlds, Subjects, Rights*, Routledge.

22 Hegedűs D., 2019.

23 Cinnamon, J., 2017; Lyon, D., 2019.

24 *General Data Protection Regulation*.

25 Hegedűs D., 2019.; Zuboff, S., 2019.