

Corvinus University of Budapest

Doctoral School of Sociology and Communication Science

TÉZISGYŰJTEMÉNY

When Activism, Tactical Media, Visual And Participatory
Media Involve High Stakes: Investigating The Visual And
Participatory Aspects Of Science Communication

Bajusz Orsolya

Budapest, 2022

Témavezetők: Vicsek Lilla, Wessely Anna

Tartalomjegyzék

I. Kutatási előzmények és a téma indoklása	3
II. A felhasznált módszerek	6
III. Az értekezés tudományos eredményei (pontokba szedve)	8
IV. Főbb hivatkozások	13
V. A témakörrel kapcsolatos saját (ill. társszerzős) publikációk jegyzéke.	16

I. Kutatási előzmények és a téma indoklása

Kutatásom tárgya a biotechnológiai innovációk bevezetése körüli társadalmi viták és ezekben a vizualitás, az új média, a részvételiségre épülő, performatív gyakorlatok. E viták nem csak a technológiáról szólnak, megjelennek bennük sokkal átfogóbb tudásrezsimek és egymással ütköző értékrendek, hiszen a technológia mint társadalmi termék társadalmi normákat testesít meg és ad tovább. A technológiáról folyó diskurzusok ennél fogva társadalmi világokat írnak le. A vizuális eszközök funkciója a technológiai újításokra válaszoló vitában nem pusztán illusztratív, maguk is ideológiát közvetítenek, gyakran közvetlen cselekvésre buzdítanak, morális axiómákat, cselekvési modelleket, identitáselemeket mozgósítanak. A vizualitás nagy szerepet játszik a materiális kérdések morális, szimbolikus síkra terelésében is.

A tudománykommunikációról szóló kortárs tudományos diskurzus egyre inkább elismeri a vizuális, nem racionális, nem diszkurzív regiszter fontosságát (Frankel és DePace 2012, Estrada és Davies 2015, Williams és Newton 2007, Rigutto 2017, Bucchi és Canadelli 2015). Davies (2014) szerint a kutatók hajlamosak a diskurzusra összpontosítani, kizárva a testet, az anyagságot, az affektusokat és helyszíneket. Blue (2018) azt szorgalmazza, hogy a tudománykommunikációt mint a nyilvános rituálét elemezzük. A tudománykommunikáció részvételiségen alapuló modelljével együtt egyre inkább teret nyer a felfogás, hogy a tudománykommunikáció a tapasztalati megismerés terepe. A részvételi média formátumaiban nem csupán az információk terjesztése zajlik (intézmények közlései az innovációkról a nagyközönségnek, a nyilvánosságban keringő vélekedések közlése az innovációtól nyereséget váró befektetőknek), és nem csak a produktumok létrehozásáról tudósítanak. Aktív szerepvállalásról is szó van, hiszen a részvételiség szubjektíváló mechanizmus - a részvétel

teremt közösséget. Felsorolnék pár példát a vonatkozó szakirodalomból hasonló állításra: Keith és Griffiths (2020) azt kutatták, hogy egy kifejezetten tudománykommunikációs célú immerzív színházi előadás után az emberek tudósnak érezték-e magukat (kutatásuk szerint igen). Vaughan (2020) azt kutatta, hogy popkulturális rendezvényeken (anime, gamer conventions) a tudománnyal való interakció hogyan formál identitást. Kondo és tsai. (2019) empowerment-ről és az „új realitások felépítéséről” beszélnek a közösségi alapú részvételi kutatás értékelésekor. Davies és tsai. (2019) általánosságban tudománykommunikációt a mesemondás vagy az elbeszélés, a rituálék és a kollektív jelentésalkotás egyik formájának tekintik.

A részvételen, bevonódáson alapuló tudománykommunikációs formátumokat sokszor nehéz elválasztani a kortárs művészettől, és az azzal összefonódott aktivizmustól – például művészeti intézményekben történnek sajtótájékoztatók vagy pr-események. Művészek, művészeti szakemberek foglalkoznak tudásközvetítéssel, illetve technológiák, fejlesztések elleni tiltakozással. Nincs egységes definíció, hogy mi tudásközvetítés, mi művészet, és mi aktivizmus, mivel nagyon hasonló eszközkészleten alapulnak (vizuális retorika használata, személyes jelenlét, performatív elemek), és sokszor hasonló intézményes struktúrákba ágyazódnak be. Állításom szerint az aktivizmus valamennyire mindig politikai aktivizmus, mert politikai tétjei vannak a személyesség nyilvánossá tételének. Ugyanúgy a tudománykommunikációnak is vannak politikai tétjei: a tudás státusza visszahat a tudásközvetítők státuszára, és vice versa. Megváltozik, mit jelent laikusnak vagy szakértőnek lenni, újfajta kapcsolódások jönnek létre közönség és intézmények, jogtulajdonosok között, átértékelődnek tudásformák. Scheufele (2014) egyenesen politikai kommunikációnak nevezi a tudománykommunikációt, Elam (2014) pedig politikai laboratóriumnak, többek között azért,

mert a tudomány laikusok általi megértése eredendően mediatizált, és összekapcsolódik a demokratikus működéssel. A tudománykommunikáció új formátumainak elterjedése átrendezi, hogy hol terjednek a tudásközvetítés határai, vagy azt, hogy kik a hiteles személyek, szervezetek tudást közvetíteni. Ahogy Gregory kérdezi (2020): „Amikor alternatív tudománykommunikátorokra gondolunk, kit képzelünk el nem alternatívnak, hogyan teszünk különbséget?” Fährich, Riedlinger, Weitkamp (2020:3) szerint „az aktivistákról mint »alternatív« tudománykommunikátorokról alkotott felfogásunk kevés kritikai figyelmet kapott. A területen hiányzik az alapos kutatás és az elméletek megalapozásához szükséges evidencia.” Kutatási kérdéseim a képen és részvételiségen alapuló tudománykommunikáció (és ezzel összefonódva az ezen formátumokat használó aktivizmus) politikai és társadalmi dimenzióit vizsgálják- hogyan szól másról mint az adott innovációról?

II. A felhasznált módszerek

A politikai, biohatalmi tétekkel bíró, de művészeti eszközöket felhasználó tudásközvetítést két magyar esettanulmányon keresztül vizsgáltam, amelyeket fókuszcsoporthoz tartozó kutatással trianguláltam. Első esetem tanulmányozásához a magyar GMO-ellenes tiltakozás képeit vizsgáltam, egész pontosan azt, hogy a GMO-szabályozás létrejöttében milyen szerepet játszott a mozgósítás, amelyben a magyar zöldpárttal (LMP) összefonódott zöldmozgalmak meméket

importáltak, vizuális retorikát alkalmaztak. Tíz év tiltakozásainak fotóiból jelentéshálót készítettem, majd a jelentésképző szinteknek az olvasatát a képek létrejöttét feltáró interjúkkal és fókuszcsoporthozott kutatással egészítettem ki.

Második esettanulmányom fókusza a Mályvavirág Alapítvány: a Komen Foundation (rózsaszín szalag kampány) partnere, önkormányzatokkal, technológiák jogtulajdonosaival működik együtt. A Mályvák több technológiát (méhnyakrák szűrés, HPV oltás, HPV teszt) is igyekeznek bemutatni, de eközben folyamatosan ellentmondanak a vonatkozó szakirodalomnak, sőt, a még saját állításainak is. Az ő eseményük volt a Beszélő Bugyik Bisztró (2018), amelyet a vizuális diskurzus analízis és résztvevő megfigyelés módszereire támaszkodva elemzek, azt vizsgálván a képi alapú médiának milyen szerep jut a többféle média együttes használatával operáló, többfajta nyilvánosságban jelen lévő mozgalmárok stratégiájában. Az általuk alkalmazott tudásközvetítési formátumok megértéséhez feltártam, hogy milyen hálózatokon keresztül szerveződik cselekvővé a Mályvavirág, és ezekben milyen szerep jut az esztétikának, képeknek, részvételiségnek.

Fókuszcsoporthozott kutatással kíséreltem meg az elemzett anyagok politikai dimenzióinak laikus interpretációjáról képet kapni, illetve a szakértői csoportok következtetéseit összevettem az én elemzésemmel. Hat fókuszcsoporthozott vett részt a kutatásban. Homogenitásra törekedtem az alanyok kiválasztásánál – mindannyian budapestiek vagy budapesti kötődésűek, aktív korúak, felsőfokú végzettségűek vagy egyetemisták. A fókuszcsoporthozottokat úgyszint homogenitásra törekedve szerveztük. A csoportok összetétele korlátozza is a kutatási eredmények érvényességét, hiszen a vizsgált szervezetek tevékenysége nem csak a felsőfokú végzettségű budapestieket célozza meg, de a fókuszcsoporthozott kutatás nem is törekszik reprezentativitásra. A fókuszcsoporthozottok

feldolgozásánál azt vizsgáltam, a képek retorikáját olvassák-e, vagy az affektíven viszonyulnak az adott témához.

A kutatási kérdések:

1, Milyen ideológiai üzeneteket közvetít a vizualitáson és részvételiségen alapuló média a az új biotechnológiáról szóló nyilvános vitákban?

2 Ezek a képek a morális axiómák, identitáselemek és megküzdési stratégiák interszubjektív szintjén képeznek jelentéseket, és politikai konnotációkkal rendelkeznek. Hogyan közvetítik a vizsgált csoportok ezeket a jelentéseket a vizuális és részvételiségen alapuló médián keresztül?

3 A megfigyelt csoportok által alkalmazott stratégiák, a képek használatával kiváltott hatás, valamint a közönség bevonásának kísérletei olyan sajátos mechanizmusokra utalnak-e, amelyeket más nyilvános eseményekre is lehet vonatkoztatni?

III. Az értekezés tudományos eredményei (pontokba szedve)

- **Anti-GMO esettanulmány**

A GMO-ellenes mobilizáció képei valójában nem tudománykommunikációs elemként működtek.

Nem közvetítettek tényszerű információt, inkább egy társadalmi mozgalom építésére tett

kísérletnek és ezen keresztül a politikai mozgósításnak voltak az eszközei. A GMO-ellenes

mobilizáció megszervezése, és az eseményképek átvétele során a magyar zöldmozgalom eszközkészletet és szimbólumkészletet importált a politikai tiltakozás már létező és elfogadott affektív rezsimjébe. Az eseményképeken keresztül vizuális politikai retorikát gyakoroltak: meghatároztak és helyzetbe hoztak cselekvőket, és elsősorban a magyar politikai diskurzushoz kapcsolódó jelentéseket közvetítettek, nem antimodernista, a természet kizsákmányolásán alapuló progressziót megkérdőjelező ontológiai állításokat (amelyeken a Greenpeace eredeti felfogásában a taktikus médiahasználat alapul). A vizuális médiának szerepe volt abban, hogy a GMO bebetonozódjon a kulturális képzeletben mint homályos fenyegetés a multiktól, nyugatról, és ezért a Fidesz könnyen a saját nacionalista diskurzusába tudta csatornázni a GMO-ügyet. Az azóta már az alaptörvény részévé vált GMO tilalom ötpárti egyetértéssel született, de sokan elégedetlenek vele, mert nem a GMO-kérdés materiális, gazdasági vonatkozásaira fókuszál mint a glifozát (a gyomirtó amit tolerálnak a GMO-növények) vagy az üzleti modellek. Végző soron ez az eset arra példa hogy a tudománykommunikáció képen és részvételiségen alapuló új formátumainak felhasználásával politikai aktorok egy komplex társadalmi krízist, episztemológiai krízist politikai krízissé redukálnak.

- **Mályvavirág esettanulmány**

A Mályvavirág megteremti a saját szubjektumait (a 'Mályvákat'), és ebben a folyamatban elválaszthatatlan szemiotika, affektus és test: a (nagy részben felesleges) műtétek után az identitás felvétele által nyer értelmet a tapasztalat amelyet ki akarnak másokra is terjeszteni, illetve elkerülhetetlennek állítanak be ("minden nő Mályvavirág"). Aki leleplezi ezeket a 'józan észnek', magától értetődőnek beállított beavatkozásokat és gyakorlatokat, az embereket személyesen fog megbántani, mert a történésekbe és szubjektum-pozíciókba már különféle

módon investálódtak, akár érzelmileg, akár munkaerőpiaci, társadalmi pozícióktól kezdve a személyes brandig, vagy a szimbolikus elismerésért való küzdelem során. A Mályvák politikai követeléseket tesznek és transznacionális cselekvők biohatalmi, biopolitikai agendáit viszik keresztül, viszont a sokkal nehezebben megfogható pontokon (nagy részben vizuális média használatával) saját maguk, és az egész tevékenységük depolitizálják. Nem nyelvi, „racionális” regiszteren történik a politikai feladatok elvégzésének legnagyobb része: a cselekvésre buzdítás, pozíciók elbeszélése, közösségek alkotása, kizárás, befogadás, megküzdési stratégiák felkínálása, illetve a szelf kiterjesztése. A Mályvák a saját identitásukat alapul véve fiktív világokat alkotnak és próbálnak kiterjeszteni részvételiségen alapuló gyakorlatokon keresztül.

Mindkét esettanulmányomban a vizuális retorika fogalmi olvasata helyett az affektív, érzeti hatás a hangsúlyos. Összességében arra a következtetésre jutottam, hogy a két vizsgált tudásközvetítő csoport legnyilvánvalóbb közös jellemzője a koherencia és a fogalmi tisztaság hiánya volt a vizuális és szöveges diskurzusban. Az általuk szervezett események és előadásaik aligha nevezhetők tudománykommunikációnak, habár olyan újításokat és technológiákat mutattak be és népszerűsítettek, amelyek tudományos eredményeken és technológiai innovációkon alapultak, tehát illene rájuk a tudománykommunikáció definíciója..

- **Fókuszcsoporthok**

Következtetésem szerint a vizsgált esetekben az affiliáció és identifikáció politikai munkája az affektív regiszteren történt, és valószínűleg a nyilvánosság is az affektív szinten közvetített zavartságra és leereszkedésre reagált. A fókuszcsoporthos kutatás is alátámasztja, hogy ezek a képek valójában nem tudománykommunikációs elemként, hanem a tágabb értelemben vett

politikai mobilizáció eszközeként működtek. Hangsúlyos elem volt, hogy a résztvevők a szándékot próbálják találgatni, és ez legtöbbször a hitelesség kérdése kapcsán merül fel. A legtöbb esetben a résztvevők a képeket nem konceptuálisan kezdték el értelmezni, hanem affektíven reagáltak a zavarodottságra, értelmetlenségre. A Mályvavirág kapcsán személyességgel való manipulatív érzelmi zsarolás, és a szentimentalizmus kritikája voltak hangsúlyos elemek, az anti-GMO kapcsán pedig az amatőr kivitelezés.

Kutatási kérdésekre válasz:

A képen és részvételiségen alapuló tudománykommunikáció általam vizsgált eseteiben a képek által közvetített (és a részvételi formátumoktól ezért elválaszthatatlan) információk, valamint politikai és ideológiai konnotációik kontextusfüggőek. Össességében a vizuális és a részvételiségen alapuló média a diskurzust az érzések és tapasztalatok regiszterére irányította, miközben a készítőket a politikai mezőn kívülre helyezte.

Az új tudománykommunikációs formátumok képeinek, és a részvételiségnek az alábbi mechanizmusait (hogyan, és milyen ideológiai üzeneteket közvetítenek) írtam le:

- **Szubjektivitással való zsarolás az ideológiai keretek fenntartása és másokra kényszerítése érdekében:** ugyan maguk az új technológiák, illetve a bemutatásukhoz felhasznált médiaformátumok meghaladták az olyan elválasztásokat mint természet/kultúra, emberi/nem emberi, ezek az átmoralizált binárisok mégis visszatértek az új tudománykommunikációs formátumok által (is) kreált identitások és

szubjektum-pozíciók formájában. A tágabb nyilvánosságban a cselekvő a kollektív identitás, amely egy emergens- több mint a részek összessége. A tudásközvetítők személyes érintettsége garantálta az ideológiai keretek fennmaradását, a 'hibridizáció' kontrollját. A kollektíven konstruált és elsajátított, felnagyított énkép védelme gátolja meg az ideológiák, morális axiómák, 'jó gyakorlatok' leleplezését.

- **A metaforák nagy részben nem a konceptuális megértést segítik**, hanem érzést közvetítenek. Nem szemiotikai, hanem affektív technikák, és emellett hatalomtechnikák. Nem a tudásközvetítés az adott innovációról a fő céljuk, hanem olyan fajta értelemadás amely elválaszthatatlan a készítőik érdekeitől és világtól.
- **Tudománykommunikáció amely black boxol technológiákat**: nem az adott technológia megértésén van a hangsúly, habár a környezeti hatások, jövőképek (amelyeket sokszor az általam vizsgált újfajta tudománykommunikációs formátumok tesznek performatívá) elválaszthatatlanok a megértéstől.
- **Ezek a formátumok depolitizálják saját magukat és készítőiket**: a művészet más létszféra és másfajta gyakorlat mint a politika, a vizsgált szervezetek mégis politikai követeléseket tesznek, viszont a kortárs művészeti eszközkészletének használatával, és esztétikai elemekkel depolitizálják saját magukat. A szerző eltűnésével (amely a részvételiség kiterjesztésén alapuló kortárs művészetre jellemző) nem egyértelmű milyen

aktorok tesznek követeléseket - a részvételiség kiterjesztése elrejti a valós hatalmi viszonyokat.

- **A művészet művészet marad:** a művészet eszközkészlete expliciten nem ok-okozati logika mentén működik, hiába a progresszióra, tudományra hivatkozás.
- **A kortárs művészetben a részvételi fordulat vonatkozó kritikáit lehet ezekre a formátumokra is vonatkoztatni:** társadalmi vita illúziója, konszenzus illúziója.
- Összességében a következtetésem, hogy az általam elemzett tudománykommunikációs formátumok a **nyilvános rituálék** szerepét töltötték be abban az értelemben, hogy fő céljuk a (készítőik céljait, értékrendjét alátámasztó) értelemadás volt, és nem a tudásközvetítés. Ezek a nyilvános rituálék az értelemadás mellett újra érzéssel, lelkesedéssel töltik fel a 'progresszív ideológiát' (kapcsolódva a progresszió általános válságához, amennyiben a progresszió a természet kizsákmányolására alapuló fejlődésen, és az ezt lehetővé tevő természet-kultúra elválasztáson alapszik). A jelenlegi tudomány (amelynek premisszái meghaladták ezt a fajta elválasztást) helyett ezek a tudománykommunikáción alapuló nyilvános rituálék (is) jelölik ki a társadalom fejlődésének menetét, és segítenek fenntartani egy átmoralizált, 'progresszív' világképet.

IV. Főbb hivatkozások

Barry, A. (2014): *Political machines: governing a technological society*. Milton Keynes, Lightning Source.

Barry, A. (2001): *Political Machines: Governing a Technological Society*. London: Athlone Press.

Blue G. *Science Communication Is Culture: Foregrounding Ritual in the Public Communication of Science*. *Science Communication*. 2019;41(2):243-253. doi:10.1177/1075547018816456

Brunner, Elizabeth A. and DeLuca, Kevin Michael (2016): *The Argumentative Force of Image Networks: Greenpeace's Panmediated Global Detox Campaign, Argumentation and Advocacy*, 52:4, 281-299, DOI: 10.1080/00028533.2016.11821875

Clancy, K. A., & Clancy, B. (2016): *Growing monstrous organisms: the construction of anti-GMO visual rhetoric through digital media*. *Critical Studies in Media Communication*

Davies SR, Halpern M, Horst M, Kirby DA, Lewenstein B.: *Science stories as culture: experience, identity, narrative and emotion in public communication of science*. *JCOM*. 2019;18(5). A01. doi.org/10.22323/2.18050201

DeLuca, Kevin Michael (1999): *Image politics: The new rhetoric of environmental activism*. New York: Guilford Press.

Elam, M. (2004): *Contemporary science communication as a world of political invention*. *Science as Culture*, 13(2), 229–258.

Fährnich, B., Riedlinger, M. and Weitkamp, E. (2020). 'Activists as "alternative" science communicators — Exploring the facets of science communication in societal contexts'. *JCOM* 19 (06), C01.

Gregory, J., (2016): “Problem/Science/Society”, in Science Museum Group Journal Autumn 2016, Issue 06 <http://dx.doi.org/10.15180/160607/001>

Gregory, J. (2020): ‘Engaging with ‘activists’ and ‘alternatives’ in science communication’. JCOM 19 (06), C02.

Hellsten, I. (2002). Selling the Life Sciences: Promises of a Better Future in Biotechnology Advertisements. *Science as Culture*, 11(4), 459–479.

James, V. (2020): “Science Communication Efforts and Identity at Popular Culture Conventions”, *Science Communication* Volume: 42 issue: 3, page(s): 395–418.

Keith, L. and Griffiths, W. (2020): ““Space Plague”: an investigation into immersive theatre and narrative transportation effects in informal pandemic science education’. JCOM 19 (07), N01. <https://doi.org/10.22323/2.19070801>.

Richardson, K. (2015) position paper “The Asymmetrical ‘Relationship’: Parallels Between Prostitution and the Development of Sex Robots” SIGCAS *Computers & Society* | Sept 2015 | Vol. 45 | No. 3 290.

Rigutto, C. (2017): ‘The landscape of online visual communication of science’. JCOM 16 (02), C06.

Rodriguez, L., & Dimitrova, D. V. (2011): The levels of visual framing. *Journal of Visual Literacy*,30(1), 48-65. doi:10.1080/23796529.2011.11674684.

Rose, Gillian: *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*. London: Sage, 2001. Print.

Scheufele DA. Science communication as political communication. *Proc Natl Acad Sci U S A*. 2014 Sep 16;111 Suppl 4(Suppl 4):13585-92. doi: 10.1073/pnas.1317516111. Epub 2014 Sep 15. PMID: 25225389; PMCID: PMC4183176.

Shildrick, M. (2018). Visual Rhetorics and the Seductions of the Monstrous: Some Precautionary Observations. *Somatechnics*, 8(2), 163–177.

Stephens, Neil, and Martin Ruivenkamp: “Promise and Ontological Ambiguity in The In VitroMeat Imagescape: From Laboratory Myotubes to the Cultured Burger.” *Science as Culture* 25, no. 3 (2016): 327-55. doi:10.1080/09505431.2016.1171836.

Thorpe C., Gregory J., Producing the Post-Fordist Public: The Political Economy of Public Engagement with Science, *Science as Culture*, 10.1080/09505430903194504, 19, 3, (273–301), (2010).

Thorpe C.: Participation as Post-Fordist Politics: Demos, New Labour, and Science Policy, *Minerva*, 10.1007/s11024-010-9157-8, 48, 4, (389–411), (2010).

Vicsek, L. (2014): GM Crops in Hungary: Comparing Mass Media Framing and Public Understanding of Technoscientific Controversy. *Science as Culture*, 23(3), 344–368. doi:10.1080/09505431.2014.884062

Wynne, B. (2001). Creating Public Alienation: Expert Cultures of Risk and Ethics on GMOs. *Science as Culture*, 10(4), 445-481. doi:10.1080/09505430120093586

V. A témakörrel kapcsolatos saját (ill. társszerzős) publikációk jegyzéke.

Bajusz, O. (2019) A cukiság mint depolitizáló tényező: két magyar esettanulmány. *Replika* 112: 189–215.

Bajusz, O. és Bartók, J. (2022) Budapesti Tavaszi Fesztivál: Installáció a ‘Bartók Negyed Art Clinic’ keretében, kurátor: Csejdy Borka

Bajusz O. (2022) A magyar GMO-ellenes mobilizáció eseményképeinek hatása az alkotmányra, Jel-Kép, 2022/3 (közlésre elfogadva)

Bajusz, O. (2022)Not quite science communication – the Hungarian anti-GMO protests, Journal of Science Communication (peer review utáni szerkesztés)