

Bajusz Orsolya: Biotechnológiai innovációk vizuális média kampányai recepciójának fókuszcsoporthoz kutatása
ÚNKP-19-3-IV-BCE-141)

PhD kutatásom a biotechnológiai innovációk bevezetése körüli társadalmi vitákkal foglalkozik, ezeken belül is a vizualitás, az új média, a részvételiségre épülő, performatív gyakorlatok szerepével. A biotechnológia körüli társadalmi viták nem csak magáról a technológiáról szólnak, tetten érhető bennük sokkal átfogóbb tudásrezsimek vagy értékrendek ütközése, hiszen a technológia eredendően társadalmi termék, társadalmi normákat testesít meg és ad tovább. A technológiáról folyó diskurzusok is társadalmi világokat írnak le, illetve a vizualitás szerepe a technológia körüli vitában több mint illusztratív, ezek az anyagok ideológiát is közvetítenek, és direktben cselekvésre buzdítanak, morális axiómákat, cselekvési modelleket, identitáselemeket adnak át, mobilizálnak. A vizualitásnak nagy szerepe van materiális kérdések morális, szimbolikus síkra terelésében is,

A fókuszcsoporthoz feldolgozásánál azt vizsgáltam, a képek retorikáját olvassák-e, vagy az affektív szinten adott válaszok mentén viszonyulnak az adott témához. A használt képek argumentumai mind kettős kódolásúak (képek és szövegek fejezik ki az argumentumokat), és ezért a módszertan szempontjából megtett analitikus elválasztás a képekről kérdezni. Nem állítom, hogy csak maguk a képek fejtenek ki hatást, és nem tárom fel, hogy mekkora szerepe van a képeknek a hatásban, csak a hatásmechanizmusokat igyekszem leírni és korábbi kutatásommal összevetni. A fókuszcsoporthoz attitűdök, vélemények vizsgálatára alkalmas (én sem tudom hogyan éreztek az alanyaim) ezért kérdeztünk rá, és maguktól is sokszor az érzéseikről kezdtek beszélni.



gmo-ellenes megmozdulás, a Mályvavirág Alapítvány (dns-teszt) installációja, a gmo-ellenes mozgósítás kabalája

Következtetéseim szerint az affiliáció és identifikáció politikai munkája az affektív regiszteren történt, és valószínűleg a nyilvánosság is az affektív szinten közvetített zavartságra és leereszkedésre reagált. A fókuszcsoporthoz 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, vagy mintha a kivitelezés módja 'leplezné le' a hitelesség hiányát (az is többször felmerül, hogy nem veszik komolyan, nem ismerik a közönséget, a terepüket - vagy nem tudják hogyan kellene az akciókat megvalósítani). A megvalósítás módjával voltak elfoglalva, értékelték, mint valami iskolai feladatot, sőt, dekoratív szerepbe került kommunikációs szakemberekről beszéltek, ezzel is felfedve az adott résztvevő szerint a diskurzusok hierarchiáját. A képek a manipuláció eszközeként kerültek elő, a képekből érkezett információkról az érthetlenségük kapcsán volt hosszabb a diskurzus. A hiteltelenség és a gagyiság volt a „visual flag”, ami nem maga az argumentum, hanem az argumentumra hívja fel a figyelmet. A vizuális retorikát nem igazán tudták, vagy akarták olvasni; például volt, aki nem is vette észre, hogy magyar paraszt karakterek állnak a parlament előtt, vagy volt egy csoport, amiben nem foglalkoztak egyáltalán a kép retorikájával, benne az olyan, minden kétértelműséget nélkülöző szimbólum, mint a halálfej jelentésével („fekete ruhás, maszkos ember.. nem tudom mit jelent”), a saját meggyőződésüket vetítették a képre, miszerint a háztáji és a GMO más ízű.

A személyességgel való manipulatív érzelmi zsarolás, és a szentimentalizmus kritikája mellett az is elhangzott, hogy “legyen cuki az információközlés”- elviekben nem lenne ezzel az adott résztvevőnek baja, de sem ő, sem a többiek a csoportban nem beszéltek lelkesedéssel a képekről. A cukiság mint depolitizáló mechanizmus működne- csak a ‘cukikat’ túl ‘cukinak’ és ezzel bénának látják, és ezzel a hitelességük is megkérdőjeleződik.