

A NEOLIBERALIZMUS PSZICHOPOLITIKÁJA

Iványi Márton

martonpivanyi@gmail.com

DOI: 10.20520/JEL-KEP.2021.3.77

Absztrakt

Az információs és kommunikációs technológia (IKT) poszt-foucault-i nézőpontból játszóteret kínál a folyamatosan bővülő neoliberális pszichopolitikának olyan kapcsolódó társadalmi, illetve etikai normái érvényesítése mentén, mint az innováció, a fogyasztás, a teljesítmény és az élvezet, a vállalkozói szellem maguk a szubjektumok által is hovatovább elsajátított elvei. E diskurzust és normatív logikát a maga eszményeivel különféle online és offline reprezentációs minták testesítik meg egy virtuális kultúrában, amely végeredményben az adatgyűjtés hatósugara alá esik. Jelen tanulmány elsődlegesen egy olyan bevezető, provokatív elméleti felütés, amely keretet kínál mind későbbi interdiszciplináris, mind szűkebb értelemben vett társadalomkritikai és szociálpszichológiai vizsgálódások számára.

Kulcsszavak

IKT, innováció, neoliberalizmus, fogyasztás, versenyszellem, információs társadalom, adatgyűjtés

THE PSYCHOPOLITICS OF NEOLIBERALISM

Márton Iványi

Abstract

Arguably, from a post-Foucauldian perspective, information and communications technology (ICT) provides a new playground for the ever-expanding psychopolitics in line with social and/or ethical standards such as innovation, consumerism, principles of performance and pleasure, and an entrepreneurial ethos internalized by the subjects themselves. Such discourse and normative logic, with its respective ideals, is enshrined in online and offline representation patterns in a virtual culture, which falls within the range of surveillance. This paper is primarily an introductory, provocative theoretical kickoff that offers a framework for interdisciplinary, or, in a narrower sense, social-psychological research of the future.

Keywords

ICT, innovation, neoliberalism, consumption, competitive spirit, information society, surveillance

A NEOLIBERALIZMUS PSZICHOPOLITIKÁJA: AZ IKT MINT A SZUBJEKTIVÁCIÓ ÉS A FELÜGYELETI KAPITALIZMUS KATALIZÁTORA

Iványi Márton

A posztmodern társadalomkritikai hagyomány biopolitikájától a neoliberális szubjektumon át a pszichopolitikáig

„...Olyan nagyfelbontású képernyővel, mintha ott lennél, költséghatékony videofonos telefonkonferencia-funkcióval [...] virtuálisvalóság-kompatibilis videókártyával, száloptikás rezgésérzékelővel, digitális titkosítással, killer-appokkal vagy mindezek nélkül; kéztőalagút szindróma, migrénes aura...” – írta David Foster Wallace (2018: 64) amerikai író eredetileg *Infinite Jest* (magyarul: Végtelen tréfa – 2018) címmel 1996-ban megjelent gigantikus tudatfolyam regényében, alighanem az infokommunikáció robbanásszerű felívelésének hatása alatt is.

Ha eme abszurdként ható felütés részletesebb kibontásától ezúttal eltekintünk, és helyette beérjük egyes magatartás- és társadalomtudományi elméletalkotók (Spears et al. 2000: 27) azon elgondolásának elfogadásával alapvetésként, hogy az infokommunikáció fejlődése átalakíthatja az ént, a mindennapi tapasztalatot és a kommunikáció jellegét, akkor mindez egy sor tudományág érintettségét veti fel.

E tanulmány célja, hogy az infokommunikációs technológiák közéleti hegemóniáját és annak fennmaradását a neoliberalizmus többértű fogalmát kiterjesztő poszt-foucault-i pszichopolitika (Hardt – Negri 2000, Dardot – Laval 2013, Byung-Chul Han 2020) és szociológiai szempontok keresztmetszetében kísérelje meg értelmezni. Ezáltal lehetővé válik bizonyos következtetések levonása a szociálpszichológia, a kultúraelmélet és egyes kapcsolódó tudományágak határmezsgyéjén, illetve átfedéseiben is. Mindezt – ismételten David Foster Wallace-t idézve – annak előrebocsájtásával folytatnám le alább, hogy evidenciának tekintem, „attól még, hogy logikusan érvelsz, nem biztos, hogy igazad van” (2018: 210). A neoliberalizmus fogalmát a francia szerzőpáros Dardot – Laval (2013: 6) afféle „kiterjesztett normativitásként” megközelítve, úgy határozza meg, mint „az emberek feletti hatalomgyakorlás új formáját a verseny egyetemes elvéhez igazodva meghatározó diskurzusok, szokások és eszközök összessége”. Ebben a perspektívában az voltaképpen nem másnak tűnik, mint „az élet általános zsinórmértéke”. E körvonalazódó totális igény a dél-koreai-svájci bölcselő és kultúraelemző Byung-Chul Han *Pszichopolitika* (2020) című könyve gondolatmeneti horizontján is megjelenik. A maguk nagyszabású szellemi erőfeszítéseivel, hogy a neoliberalizmust a vi-

lág egy „új módjaként”, illetve pszicho-politikai hatalomtechnikaként illessék kritikával, mind Dardot – Laval (2013, 2014a, 2014b), mind Byung-Chul Han egyazon foucault-i (Byung-Chul Han 1978: I. 135–145, 1994: IV. 182–201) biopolitika fogalmi forrásából merít.

A posztmodern társadalomkritikai hagyomány Foucault nyomdokain azt kívánja feltárni, hogy egyes reprezentációk miként válnak dominánssá, és hogyan alakítják a valóság szemléletének és megélésének módját. Foucault (1978, 1994) életműve a társadalmi valóság reprezentációjában közreműködő diskurzus és hatalom dinamikájáról kulcsfontosságú volt azoknak a mechanizmusoknak a bemutatásában, amelyek révén egy adott diskurzusrend (*l'ordre du discours*) sajátos lét- és gondolkodási módokat hoz létre (Escobar 2012: 5, Fairclough 2004: 24). Hardt – Negri (2000: 24) Foucault-olvasatában ez a jelen hatalmi paradigma biopolitikai természetű, amennyiben „a hatalom csak akkor érhet el hatást a lakosság társadalmi életére, ha olyan szerves, létfontosságú funkcióvá válik, amelyet az egyén maga is magáévá tesz és újraaktivál”.

Byung-Chul Han a következőképpen kívánja meghaladni a foucault-i biopolitika értelmezését, antropológiai és (szociál)pszichológiai aspektusokat tárva fel: „Foucault a biopolitikát kifejezetten a kapitalizmus fegyelmező társadalmával kapcsolja össze, amely a testet annak produktív formájában társadalmiasítja. »A kapitalista társadalomnak a biopolitika az, ami igazán számít, a biológiai, a szomatikus, a testi.«” (Byung-Chul Han 2020: 36–7) Amíg a biopolitika ennél fogva alapvetően a biológiai és a testivel kapcsolatos, addig a neoliberalizmus immár „mint a kapitalizmus további alakulása vagy akár mutációja – elsődlegesen nem »a biológiai, a szomatikus, a testivel« foglalkozik. Sokkal inkább fölfedezi a pszichét mint termelőerőt.” Ez a fordulat a psziché és ezzel a pszichopolitika felé a pszichoterapeuta-bölcselelő Félix Guattari (2000: 6) szavaival élve, a „posztindusztriális” kapitalizmus termelési formáival vagyis a több információval és a több kommunikációval függ össze. Ehhez hozzátehetjük Hardt – Negri (2000: 27–30) nyomán, hogy a kommunikációs rendszerek látványos és nagy horderejű változása révén a termelés részben a vágyak és szükségletek keltésére irányul,¹ értelemszerűen az egyén közreműködésével (Byung-Chul Han 2020: 17, Dardot – Laval 2014a), ami a neoliberalis pszichopolitika „belső” színterét, másszóval „mikrokozmoszát” képezi. Ez egyfelől megvalósítja a népesség globális szintű irányítását (Hardt – Negri 2000: 27–30), másfelől kart karba ölt az adatgyűjtő felügyeleti társadalom később bemutatott tapasztalataival (Iványi 2014, 2019, Byung-Chul Han 2020), amelyek úgymond a jelen pszicho-politika másik, „külső” színterét képezik. Byung-Chul Han (2020: 21) azon konklúziója, hogy ennek megfelelően „ma egy digitális pszichopolitika felé közeledünk,” ami lényegében olyan „uralmi tudás, ami lehetővé teszi a beavatkozást a pszichébe, és befolyásolását a reflexió előtti szinten”, arkhimédészi pontot képez e tanulmány gondolatmenetéhez.

Dardot – Laval (2014a) okfejtése, jónéhány évvel korábban azt ragadta meg, hogy miként keletkezik az új „vállalkozói szubjektum”, vagy egyszerűbben a neoszubjektum (Lebrun 2007).² Ennek megfelelően a posztindusztriális érában „már nem azon hagyományos diszciplínákkal van dolgunk, amelyek kényszer által edzik a testet és formálják az elmét. Hanem az

¹ Hardt – Negri itt kifejezetten a biopolitikáról beszél, ugyanakkor, ha figyelembe vesszük, hogy az ember „érző-gondolkodó-biológiai, különféle érdekek vezérelte lény” (Pais 2005: 59), illetve e jelenségek „pszichológiai és biológiai szinten egyaránt magyarázhatók” (Atkinson 2005: 38), akkor tulajdonképpen a lényeg e folyamatok és kondíciók esetleges összehangoltsága, nem pedig a nekik adott társadalomtudományi kategóriák és elnevezések. E tanulmánynak azonban eme komplex, antropológiai-neurofizikai stb. mélységek feltárása nem célja.

² Magát a „neoszubjektum” kifejezést Dardot – Laval (2013, 2014a, 2014) Jean-Pierre Lebrun belga pszichoanalitikus *La Perversion ordinaire: vivre ensemble sans autrui* című könyvéből kölcsönözte (Párizs, Denoël, 2007).

élőlények akképp történő irányításáról, hogy szubjektivitásuk maga is közreműködik abban a tevékenységben, amelynek elvégzése elvárt tőlük.” A szerzőpáros abból indul ki, hogy „ha létezik új szubjektum, akkor azt azon diszkurzív és intézményi gyakorlatok összességének prizmáján át kell szemlélni, amely életre hívta a „vállalkozó embert” vagy a „vállalkozói szubjektumot”, azaz mint egy „kompetitív, a globális versenyben teljességgel megmerítkező személy” típusát (Dardot – Laval 2014a).

Annak megértéséhez, hogy mennyiben illeszkedik a Dardot – Laval-féle neoszubjektumhoz, és történelmi értelemben mitől újszerű a hatalom természete, illetve a pszichopolitika, támpontokat ad Byung-Chul Han következő okfejtése: ma ellentétben a korábbi történelmi időszakok tapasztalataival, „önmagát szabadon megtervező szubjektumként, mindenki korlátlan önmegvalósításra képes.” Ennek eredményeként „ma már nem saját szükségleteinkért, hanem a tőkének dolgozunk. A tőke létrehozza saját szükségleteit, amelyeket mi hamisan saját szükségleteinkként érzékelünk,” ami a „szubjektiváció új formáját hozza létre” (Byung-Chul Han 2020: 14–5). Úgy gondolom, hogy ez a személyes részvétel a pszichopolitika másik színtere, illetve megnyilvánulási szférája a felügyeleten túl.

Másszóval, a neoliberalizmus pszichopolitikájának egyik színtere, mikrokozmosza az innovatív vállalkozói, fogyasztó, teljesítő és élményeket átélni kívánó neoszubjektum belső világa, makrokozmosza pedig azon felügyeleti társadalom, ami az online és offline reprezentációs mintákat rend(szer)ezi, elvárja és gerjeszti.

Mielőtt az eddigieket a szintén már önmagukban is tudományágközi merítésű infokommunikációs technológiák összefüggéseihez társítanánk, érintenünk kell röviden a neoliberális szubjektum szociológiai és szociálpszichológiai vetületeit.

A neoliberális pszichopolitika interdiszciplinaritása, illetve társadalmi, szociálpszichológiai és pszichoanalitikai szempontjai

A formálódóban lévő neoszubjektum, azaz a neoliberális embertípus, akinek legfontosabb vonásai közül néhányat felsorolunk az alábbiakban, a manapság számos munka tárgyát képező „teljesítmény- és élvezetgyártó gépezet” szerves része (Dardot – Laval 2013: 397). Az interdiszciplinaritás, illetve szűkebben a pszichoanalízis és a szociológia közös nézőpontjából születő értékes és gyakran közös irányba mutató munkák az ember új – egyesek szerint a gazdaság lelki alapját átformáló – léhelyzetét tükrözik. „Az emberi léleknek ezt az új állapotát a klinikai irodalomban gyakran a »tudomány kora« vagy a »kapitalista diskurzus« gyűjtőnév alatt emlegetik” (Dardot – Laval uo.).

A pszichoanalízis mellett a fentebb idézett szerzőkhöz hasonlóan a posztmodern kultúraelmélet területén is annak idején aktív Jacques Lacan szemében a pszichopatológiai alany nem örök szubsztancia, és nem is változatlan állandó végig a történelemben, hanem az embe-riség története során és a társadalomban kialakult *diskurzusok következménye*. Lacan (1969–1970) az 1960-as és 1970-es években többször körüljárta a kapitalista kultúra hatását is a szubjektivizációra. Általános elképzelésével összhangban, miszerint az emberi szubjektum egy a szimbolikus rendből (*l'ordre symbolique*) fakadó „szignifánsok játéka” (*jeu de signifi-cants*) révén jön létre, ebben az időszakában azt is feltételezte, hogy a *kapitalizmus szimbolikus rendje* sajátosan formálja a szubjektumot (Dardot – Laval 2013: 443).³

Egy másik szempontból, a szociológia oldaláról vizsgálva, az „individuum” átalakulása is tagadhatatlan tény. A pszichoanalízisben és a szociológiában tehát, mindkettő a maga mód-

³ Mármost ami Lacan egy 1972-es előadása alapján a kapitalista diskurzust egyedivé teszi, „az a Verwerfung, az eldobás, kidobás az összes szimbolikus mezőn kívülre, mindazzal, ami ezzel együtt jár” (Dardot – Laval 2013: 443).

ján, az embert mint olyat tárgyaló diskurzus átalakulása figyelhető meg, ami, mint Lacannál, egyrészt a tudománnyal, másrészt a kapitalizmussal hozható összefüggésbe (Dardot – Laval 2013: 397–398). A kapitalizmus szimbolikus rendje (Lacan 1969–1970), illetve az előbbi jelenkori „mutációjául” felfogott neoliberalizmus és annak pszichopolitikája (Dardot – Laval 2013, Byung-Chul Han 2020⁴) ilyenformán átfedéseket mutat. Ezeknek egyrészt szociálpszichológiai összefüggései is vannak, másrészt előbbieik lakmuszaként az infokommunikációs technológia és annak (ön)reprezentációja is felfogható.

Diskurzusrend és hegemonia a neoliberális pszichopolitika szolgálatában

Definíciók

Előrebocsájtva hipotézisemet – egyszerismind rátérve végre az IKT-s összefüggésekre is –, a technológiai innovációk, a versenyképes vállalkozói szellem és a fogyasztói gyakorlatok egy olyan „diskurzusrendhez” (*order of discourse*) (Fairclough 2004: 24, Escobar 2012: 5) illeszkednek, amely utat nyit nemcsak a szubjektívációnak (Dardot – Laval 2013: 297, 2014b, Byung-Chul Han 2020: 15), hanem a megfelelő IKT-hegemonia és -használat számára is. Itt elengedhetetlen a szóban forgó diskurzusrend fogalom meghatározása, amely – ismét Fairclough (uo.) szavaival élve – „kifejezetten nyelvi jellegű közbenső szervezeti entitásokat” foglal magába, azaz „a társadalmi gyakorlati hálózatok nyelvi elemeit.” Ezeket a nyelvi variációk társadalmi szerveződésének és ellenőrzésének tekinthetjük.

A vonatkozó diskurzus tekintetében olyan etikai normák kialakulásának, illetve kialakításának tendenciái öltenek testet, mint a fogyasztás, az innováció, a teljesítmény és az élvezet elve, valamint a vállalkozói szellem. Másszóval érdemes körüljárni, hogy milyen egymásrautalt fogalomkészletek (konzumerizmus, versenyszellem, stb.) kapcsolódnak a neoliberális logikához és agendához, továbbá miért és mennyiben szolgálják előbbieik az utóbbi érdekeit.

A társadalmi gyakorlat által megnyilvánuló diskurzus és pszichopolitika relevanciája

A szövegek és diskurzusok elemzését az ideológiák jelentősége indokolja, amelyet nem szabad alábecsülni. A normatív eszmerendszerek időtállósága és stabilitása túlmutat az egyes szövegeken vagy szövegtesteken, az ideológiák ugyanis többek között reprezentációkként is társíthatók a diskurzusokhoz. Maga a diskurzus kifejezés – folytatja Fairclough (2004: 3) máshol – „a nyelvnek a társadalmi élet olyan elemeként történő szemlélését jelzi, amely szorosán összekapcsolódik más elemekkel.” Ekképpen megközelítve a diskurzus a világ valamely része reprezentációjának sajátos módja (vö. Escobar 2012). A diskurzusok különböznek egymástól aszerint, ahogyan a társadalmi gyakorlatokat ábrázolják, amit tartalmaznak vagy épp amit kizárnak, ezáltal mennyire vannak elvontan vagy konkrétan ábrázolva az egyes események, és konkrétan, hogy miként vannak ábrázolva a folyamatok és kapcsolatok” (Fairclough (2004: 9, 17, Lacan 1969–70).

A szövegelemzés során meghatározhatók (1) a világ főbb bemutatott részei (ideértve a társadalmi élet területeit is), vagyis a főbb „témák”, illetve (2) az a perspektíva, szög vagy nézőpont, amelyből az adott reprezentáció történik. A diskurzus legnyilvánvalóbb megkülönböztető jellemzői valószínűleg a szókincs ismérvei, mivel a „diskurzusok sajátos módon öntik szavakba vagy lexikalizálják a világot” (Fairclough 2004: 130).

⁴ A neoliberalizmus mint a kapitalizmus „mutációja” megalkotja a vállalkozó embertípust. Byung-Chul Han absztrakt és provokatív, ám elgondolkodtató álláspontja szerint ma „mindenki a saját vállalkozásának önmagát kizsákmányoló munkása” (2020: 12–13).

Felismerve „a diskurzus és a hatalom dinamikájának fontosságát” bármely tanulmány esetében (Escobar 2012: vii), mindezeket a perspektívákat szem előtt tartva, ugyanígy szükség van arra, miként azt Mignolo (2011: 60) teszi, hogy az ember „diskurzusok révén helyben belépjen a létesülő társadalmi és kulturális konfigurációkba,” egyes társadalmi gyakorlatok és szövegek elemzésére összpontosítva (Fairclough 2004).

Az IKT, a társadalom és a szociálpszichológiai általános összefüggései

Élet a képernyőn című befolyásos kötetében Sherry Turkle (1995) azt sugallja, hogy az internet végső soron egy „identitás-technológia”, amely szabadságot kínál az én (*Self*) felfedezéséhez, kifejezéséhez, sőt akár az én elől való meneküléshez is.

Régóta köztudomású, hogy az információk digitalizációja drámaian alakítja át a kultúra egész eddigi szervezetét. A szövegek, a képek és a hangok integrációja egyazon rendszerbe gyökeresen változtatja meg a kommunikáció jellegét, s előbb-utóbb átalakítja egész kultúránkat. A spanyol szociológus Manuel Castells a következőképp írja le e folyamatokat. „Ez egy olyan rendszer, amelyben a valóság maga (vagyis az emberek anyagi vagy szimbolikus létezése) teljesen a virtuális képalkotás, a látszatteremtés világának foglya: minden ebbe merül bele, és a látszatok nemcsak megjelennek a képernyőn, amelyen keresztül közvetítik a tapasztalatot, hanem maguk lesznek a tapasztalat” (Castells 1996/I.: 373). Trilógiája harmadik kötetében mindehhez hozzáteszi, hogy „minden idők minden kifejeződése ugyanabban a hipertextusban jelenik meg, amelyet állandóan újrendeznek, s bármikor újra közölhetnek, bárhol, a küldők érdekeitől és a fogadók hangulatától függően [...] Az időtlen, területen kívüli, szimbolikus rendszerben alkotjuk meg a kategóriákat és idézzük fel a képeket, amelyek formálják magatartásunkat, politikákat ösztönöznek, álmokat dajkálnak, és lidércnyomásokat indítanak el” (Castells 1998/ III: 370).

Ezen az alapon egyetérthetünk Spears-szel és munkatársaival (Spears et al. 2000: 27–28) abban, hogy az internet által annak használói – minden más médiumnál inkább – közvetített tapasztalatokkal hatnak egymásra aktívan, és az én számára releváns struktúrákkal ruházzák fel azokat. E szerzők megállapítják továbbá, hogy az egyének elhomályosítják a „valós” és a „virtuális” én, a kapcsolatok és a cselekedetek közötti határokat.

Ehhez hozzátehetjük a „digitális létezés” tézisének lefektető, máskülönben időnként a technológiákat kritikátlanul idealizáló görög-amerikai építész, Nicholas Negroponte nyomán azt is, hogy „a virtuális valóság a mesterségeset olyan valóságghüvé teheti, mint amilyen az igazi, sőt, még ennél valóságghübbé” (1995: 115).

Továbbmenve, Spears és munkatársai (uo.) felvetik azon kérdést is, hogy mindez mennyire lehet hasznos vagy egészséges az „önmenedzsment” általános gyakorlataként. Ez utóbbi problémamegfogalmazásnak a teljes körű kibontása és adekvát megválaszolása messze meghaladja jelen tanulmány kereteit. Ezúttal beérném azon témánkhoz kapcsolódó megállapítással, hogy maga a kérdésfeltevés teljesen indokolt és ezúttal számunkra is releváns, amennyiben távolról felveti, egyszersmind e helyen bevezeti a szubjektíváció, az IKT és a psziché közötti összefüggéseket.

Az IKT és a neoliberalizmus viszonya

Említettük már Byung-Chul Han (2020) és Hardt – Negri (2000) nyomán, hogy a jelenkorban fordulat következett be a psziché és ezzel a pszichopolitika felé, ami egyfelől több információval és több kommunikációval, másfelől több vággyal és szükséglettel függ össze.

Továbbmenve, egyúttal felvéve fentebb megelölegezett hipotézisem szálait, az IKT fokozódó társadalmi jelenlétének tapasztalatai kiválóan illeszkednek Dardot – Laval (2013,

2014a, 2014b) „vállalati embert” illető mikrokozmoszához, egyfelől az innovatív és versenyképes személyiség típus, másfelől a kapitalizmus szimbolikus rend (Lacan 1969–70), illetve a neoliberais értékrend (Fairclough 2003) makrokozmoszához az alábbiak szerint:

1) A diskurzív és intézményi gyakorlatok mintegy normatív logikaként kondicionáltak (Atkinson 1999, Deacon 2018) mozdítják elő az innovációt a digitális médiában és társadalmi környezetében, számos összefüggésben nyilvánulva meg. Egyebek mellett idetartoznak a médiafelületek rendszeres módosítása, az új elérhető alkalmazások és a folyamatosan változó felhasználói környezetek viselkedési mintái is. Ennek megfelelően az innováció és a technológia az IKT növekedésének hajtóerejévé és megjelenítőjévé válik.

2) A vállalkozói versenyképesség szellemének, mint általános viselkedési, illetve online felhasználói modellnek az egyéni és csoportos elsajátítása által vezérelt átalakulások az „önmegvalósításnak” való belső megfelelést (Dardot – Laval 2013: 267) képviselő online tartalmak megosztási mintáiban is érvényre jutnak. Az állandó önfejlesztéssel történő „önmegvalósítás” az IKT használata és (ön)reprezentációja során is megnyilvánul nemcsak az innováció, hanem a későbbiekben bemutatott versenyképesség hangsúlyaival is.

3) Minthogy a fogyasztási gyakorlatok mint a fenti folyamatok alakzatai a neoliberais kapitalizmus (Lacan 1969–1970, Hardt – Negri 2000, Dardot – Laval 2013, Byung-Chul Han 2020) által vezéreltek, azaz az online tevékenységeket megcélzó hirdetések és követési stratégiákban is visszatükröződnek. Ezáltal az innováció és a versenyképesség etikai szabványai a teljesítmény és az élvezet elvével konvergálnak és meghatározzák mind az IKT-használatot, mind annak (ön)reprezentációját.

Mindezt alátámasztja Fairclough (2004: 78) azon feltételezése is, hogy egyes folyamatban lévő átalakulások „a társadalmi gyakorlatok közötti hálózati kapcsolatok átalakítása és átméretezése” vonatkozásában függenek az „új technológiáktól”. Az elemzés ennél fogva kétszeresen is hozzájárul a technológiai változás, a közvetítés, a gazdasági változás és a szélesebb társadalmi változás kapcsolatának megértéséhez. Mind arra történő összpontosítása mentén, hogy az új technológiák hogyan integrálódnak a gazdasági, politikai, társadalmi és kulturális folyamatokba új műfajok (*genres*) révén, mind arra nézve, hogy a szövegelemek miként fonódnak össze az „információs társadalom” szövetével (Fairclough, uo.).

A neoliberais pszichopolitika különleges etikai normarendszere

Amint az a fentiekből következik, a neoliberalizmus megnyilvánulási formái az egyéni és társadalmi élet számos területén érvényesülnek (Escobar 2012, Wacquant 2012, Byung-Chul Han 2020). Következésképpen mindez messze túlmutat az online szférán – vajon milyen irányba és módokban öltve testet?

A neoliberalizmus kultúrára és szubjektivitásra gyakorolt hatása jól dokumentált. Különböző háttérrel rendelkező szerzők (Lacan 1969–1970, Foucault 1978, 1994, Guattari 2000, Mignolo 2011, Dardot – Laval 2013, 2014b, Türken et al. 2015) feltárták, hogy a szubjektumok formálódása milyen – igen ellentmondásos – módokon zajlott a közelmúltban és napjainkban, illetve hogyan kapcsolódik mindez a neoliberalizmus paradigmájához.

A már fentebb idézett Guattari (2000: 6) szerint a „posztindusztriális kapitalizmus” rendszere, amelyet a közös alapok, nevezők és értékek figyelembevételével helyettesíthetünk a neoliberalizmussal, alattomosan és láthatatlanul, ám a saját közreműködésük útján „hatol be az emberek attitűdjeibe, érzékenységébe és elméjébe”, ami egyben a pszichopolitika egyik ismérve is (Byung-Chul Han 2020).

A neoliberais diszkurzusok láthatatlan nyomása (Escobar 2012) és a kapitalizmus szimbolikus rendje (Lacan 1969–1970) egymással átfedésben új típusú szubjektumot, jelesül: egy kompetitív szubjektumot formál a maga szubjektivációs technikái útján.

A „vállalkozói szubjektum” és a lacani típusú kormányzás

A neoliberais szubjektum a verseny és a hatalom embere. Az új szubjektum vagyis az ideális vállalkozó a verseny és a teljesítmény személyeként mutatkozik meg, aki „sikerre”, „győzelemre” termett (Dardot – Laval 2014a, Dardot – Laval 2014b).

Az új szubjektum abban a diszkurzív és intézményi gyakorlatban kell felfogni, amely a 20. század végén életre hívta a „vállalkozói szubjektum” alakját, előtérbe tolva a szankciók, ösztönzők és elkötelezettségek sokaságának intézményét, amelyeknek együttes hatása újfajta pszichés működést generált. Az emberi Ego létezésének egyik módja a „személyes vállalkozás” olyan elvek és értékek szerinti irányítása (Dardot – Laval 2014a, Wacquant 2012: 70), melyek közül Nikolas Rose szociológus azonosít néhányat, ezek: „energia, kezdeményezés, ambíció, számítás és személyes felelősség” (Rose 1996: 154).

Ebben a perspektívában a mai ember nem pusztán „érvényesülni” köteles, hanem egyenesen „meghaladni önmagát”, és „tágítani a határait”. Vagyis a „túlit”, avagy a „pluszt” kell célba venni. Az ember mint vállalkozó Én és humántőke egybeolvad, „az önmagunkból, az élet egyszerű tényeiből kipréselt »többletélvezet« az, ami az új szubjektumot és az új, versenyelvű rendszert működteti. Ezáltal itt a szubjektíváció egy eddig ismeretlen alakja rajzolódik ki, jelesül az »ultraszubjektíváció«, amelynek célja nem az „önmagunk birtoklásának” végső és stabil állapota, hanem egy a maga rendszerében a vállalkozás logikájához és azon túl a globális piac „kozmoszához” is a legátfogóbban igazodó, örökösen magunk előtt tolt Énen túli (Dardot – Laval 2013: 431).

Ebben az elvonatkoztatásban „új hatalom” célpontjaként maga a neoszubjektum „az önmegvalósítás akarata, a végrehajtandó projekt, a motiváció [...] végül ő maga a vágy, bármilyen nevet is adjunk neki” (Dardot – Laval 2013: 403). Amikor saját vágyunknak engedelmesskedünk, és amikor a belsőkben halkan megszólaló Másiknak engedünk, az egy és ugyanaz a dolog. A modern irányítás ebben az értelemben „lacani” típusú kormányzás: a szubjektum vágya a Másik vágya. A modern hatalom feladata, hogy betöltse az Én-ben a Másik szerepét (Dardot – Laval 2013: 403).

Ezáltal létrejön a „teljesítmény/élvezet” apparátusa, amely „betagozódik az ellenőrzés, az értékelés és az ösztönzés diverzifikált mechanizmusaiba, és a termelés összes fokára, a fogyasztás minden módjára és a társadalmi kapcsolatok minden formájára vonatkozik” (Dardot – Laval 2014b).

Ezek az alapokon érthető meg Byung-Chul Han (2020: 103 Rose 4) erősen filozófikus megközelítésének azon megállapítása is, hogy miközben az élmény neoliberális pszichopolitikája pszichológiai programozást és irányítást alkalmazva még inkább belebonyolítja a szubjektumot az alávetettségbe, nem egyebet tesz, mint a hegemon rendszer fenntartásában működik közre. Hiszen az efféle, a valós (offline) világban már eleve adott dinamikákat feltehetően csak tovább erősíti az infokommunikációs technológia.

A verseny etosza

A modern kapitalista társadalmakban ösztönzik, ünneplik és jutalmazzák a versenyt és a személyes sikereket mind gazdaságilag, mind politikailag, továbbá a szórakozás és a sport világában is. A legrátermettebbek azok, ideértve a vállalkozásokat is, akik illeszkednek a neoliberális mintákhoz, amelyek természetesen nem feltétlenül egyetemesek, mindenesetre ekképp vannak beállítva (Mignolo 2011, Dardot – Laval 2013, 2014b).

Nem meglepő, hogy maga az IKT-ágazat is erős versenynek van kitéve, mivel definíció szerint „a versenyjog minden más felett áll” (Dardot – Laval 2013: 210). Sőt, a témát tárgyalók között már-már teljes egyetértés van abban, hogy az információgazdaságot az együtt-

működés mintái mellett heves, olykor a végtelékig hajtott versengések is jellemzik (Szabó – Hámori 2006: 319). Shapiro és Varian (1999: 228) szerint a kiberteret általában a Vadnyugathoz hasonlítják, „ahol a régi viselkedésminták már nem érvényesek, és minden megragadható”. A neoliberalizmus egyik fő szellemi kútfőjének számító Osztrák Iskola egyik fő szerzője, Israel Kirzner, akinek életműve a tudás és a vállalkozói szellem gazdaságtanával, valamint a piac etikájával foglalkozik, érdekes referenciapontot kínál ebben a tekintetben: „a versenytársak megelőzéséért folytatott küzdelem során [...] a piaci résztvevőket a verseny-piaci folyamat arra kényszeríti, hogy egyre közelebb húzódjanak a piacon nyereséges részvétel képességeinek határaihoz” Kirzner (1978: 12).

Így a verseny többdimenzióssá tágul, hiszen megjelenik egyes felhasználók, pl. az „influenzszerek” között csakúgy, mint a fogyasztó felhasználó „kegyeiért” olykor éppenséggel az órá szabott algoritmusok (Iványi 2014) mentén vetélkedő technológiák és szolgáltatások között, egy sor egyéb összefüggésről most nem is beszélve. Vagyis a verseny magába foglalja a vállalkozói szubjektum belső világának mikrokozmoszát (Dardot – Laval 2013, 2014a) csakúgy, mint a neoliberalizmus makrokozmoszának azon általános etikai szabványát és normáit, hogy a szubjektum elsajátítsa és magáévá tegye utóbbiakat.

A fogyasztói gyakorlatok hegemoniája

Rose (2007: 131, 252) ugyancsak Foucault nyomdokain járó értelmezése szerint „magának az életnek a politikája” és a már tárgyalt „biopolitika” „az élet ellenőrzésének politikai és gazdasági stratégiáival”, a konzumerizmussal különleges módon szövetkezik: a fogyasztókat nem azért csábítják el fogyasztani, mert értéke van az adott tárgynak, hanem azért, mert a fogyasztás állítólagosan jobb és boldogabb életet biztosít. Amit eladnak és megvásárolnak, az nem csupán az áru, hanem egyben „belépőjegy a hosszabb és jobb élet álomvilágába” (Mignolo 2011: 144). Mindez a tényleges életet a globális piac makrokozmoszába (Dardot – Laval 2014a) helyezi.

Lacannál a kapitalizmus rendszere alatt a szubjektum alapvető kérdése nem a „mire vágyom”, hanem a „mire kellene vágyynom” formában merül fel, ami „nem tárgyakra, hanem azokra a feltételekre vonatkozik, amelyek szerint a Másik vágyának tárgya lehet”. Egy lacani alaptétel szerint a szubjektumot irányító vágyat lényegében a Másik vágya közvetíti: „az ember vágya a Másik vágya” (Lacan 1960: 690, Dardot – Laval 2013: 403). A kapitalista diskurzusban ez azt jelenti, hogy az árukat nem annyira azok belső tulajdonságai miatt részesítik előnyben, hanem a másik értékelése által, hasonlóan Girard felfogásához (Vignolo 2007: 21). Voltaképpen így működik a marketing intézménye is, amennyiben a termékeket nagyon kíváncsú módon mutatják be, ami irányítja a fogyasztó vágyát.

Nem mellékesen, a hagyományos média is hozzájárult ehhez, mégpedig jóval az IKT előtt, mivel a reklámokban sokféle speciális üzenet található, amelyek a termékek és életstílus, valamint a szolgáltatások és a lelkiállapotok közötti kapcsolatra utalnak. A marketing egy vonása ugyanis, hogy „a hirdetőik folyamatosan olyan dolgokhoz próbálják társítani termékeiket vagy szolgáltatásaikat, amelyek automatikusan pozitív reakciókat váltanak ki” (Deacon 2018: 18). Vagy éppen negatívakat. Hiszen a már jelen tanulmány bevezetőjében is idézett David Foster Wallace egy további elgondolkodtató mondatát kölcsönvéve elmondhatjuk azt is, hogy az összes reklám célja, hogy olyan szorongást gerjesszen, „amit csak a vásárlás enyhít” (Wallace 2018: 427).

Mindenesetre szinte minden hirdetés mögött egy közös vonás áll: alapvetően az értékesítésről szólnak, fogyasztóként szólítják meg közönségüket, és ünneplik, sőt magától értetődőnek veszik a társadalom fogyasztói-kapitalista szervezetét. Szemléletük ennél fogva ideológiailag tájolt. A hirdetések arról árulkodnak, hogy a boldogság és az elégedettség meg-

vásárolható, mindannyian elsősorban egyéni fogyasztási entitások vagyunk, és az adás-vételi piaci viszonyok a társadalmi kapcsolatok megfelelő – talán kizárólagos – formái. Ebben a szóban forgó folyamatban a reklám bizonyos értékeket – nevezetesen a gazdagság megszerzéséhez és az áruk fogyasztásához kapcsolódóakat – szinte vallási státusba emel (Croteau – Hoynes 2003: 184–186, Mignolo 2011).

A fogyasztás társadalmi valósága tehát már az IKT megjelenése előtt is jelen volt. Ennek megfelelően – természetesen a maga globális egyenlőtlenségeinek a reáliái közepette – „már eleve egy olyan fogyasztási gazdaságban élünk, amely soha nem un rá az újdonságra” (Toulmin 1990: 5), vagyis az állampolgárok már régóta szolgáltatások fogyasztóivá váltak ((Dardot – Laval 2014a).

Kari Polanyi Levitt magyar és lengyel háttérrel rendelkező kanadai közgazdász egyenesen úgy érvel, hogy „a fogyasztói magatartást a racionális emberi magatartást irányító legfőbb cél státuszává avasztta” (Polanyi Levitt 2013: 207).

Ezzel összefüggésben a hirdetés, a termékpromóció, a reklám stb. olyan világgépet közvetítenek, amely az egyéni és a magánéletet veszi alapul: azok az értékek, amelyeket hirdetnek, nem légtérben keletkeznek, ám ez semmivel sem teszi őket ideológiailag kevésbé meghatározottá. Összességében elmondható, hogy a médiakultúránkat átható reklám mögöttes üzenete a fogyasztói értékek fontossága (Croteau – Hoynes 2003: 186–188, Lacan 1969–70, Mignolo 2011, Deacon 2018).

Nem meglepő, hogy a fogyasztói gyakorlatok a „piaci igények” a gazdaság dinamikája következtében alakulnak ki, kényelmesen illeszkedve az online hirdetésekhez és az ún. *tracking* (magyarul: személyre szabott vagy nyomon követési hirdetési) stratégiák szerinti tevékenységekhez, valamint tükröződnek vissza utóbbiak által.

A neoliberais pszichopolitikai érem másik oldala: adatgyűjtés és felügyelet

Ha alapvetésként elfogadjuk azon premisszát, hogy „mindennek adattá és információvá kell válnia”, akkor igazat kell adnunk a Byung-Chul Hannak abban is, hogy ez a „»dataizmus« digitális totalitarizmushoz vezet” (2020: 77–78). Ezen a nyomon adódik a következtetés is, hogy „manapság minden kattintás, amelyet végrehajtunk, minden keresőszó, amelyet megadunk, eltárolódik. A hálózatban tett minden lépésünket megfigyelik és rögzítik”, sőt „a felügyelet állama és a piac egybeesik” (2020: 83, 88). Vagyis, követve Byung-Chul Han gondolatmenetét, ilyenformán a digitális technológiák világának egyes jellegzetességei a szintén jelentős irodalommal bíró „felügyeleti társadalom” (Foucault 1990) tapasztalataihoz rendelhetők.

Régi sejtés az, hogy az információs társadalom (Castells 1996–198), illetve az IKT-ágazat akár egy foucault-i posztmodern panoptikumként is megközelíthető, hiszen az új technológia és az ezzel karöltve járó felügyelet teret nyit a közélet új alakzatai előtt (Iványi 2014: 119).

Köztudomású egyfelől, hogy a megfigyelés általános realitás, másfelől éppen emiatt is felbecsülhetetlen társadalmi és szociálpszichológiai tétje is vannak. Létéből adódóan a világ kiszámíthatóvá válik egyes hatalmi-gazdasági szereplők, például az IKT-ágazat szereplői vagy előbbieik klientúrája számára. Byung-Chul Han is azt a tanulságot vonja le, hogy az előrelátás képessége önmagában is hatalmat jelent: „A jövő nyitottsága része a cselekvés szabadságának. A Big Data azonban lehetővé teszi az emberi viselkedés előre látását. A jövő ezáltal kiszámíthatóvá és irányíthatóvá válik” (Byung-Chul Han 2020: 21).

Nem túlzás azt mondani, hogy napjainkra állandósult a világhálós hirdetések személyre szabásának gyakorlata, köszönhetően a felhasználói tevékenységek számítógépekkel és adatbázisokkal történő megfigyelésének, adattárolásának és kiértékelésének. Egy a társadalmi hálózatokon, kereső szolgáltatásokon, hordozható készülékeken, érzékelő berendezéseken, adat-

központokon nyugvó több milliárd dolláros ipar irányul az ún. *big data* marketingcélú gyűjtésére és kezelésére. Egyes IKT-óriások, mint a Facebook és a Google folyamatos erőfeszítéseket tesznek a nyomon követési technológiák fejlesztésére. Az adatok harmadik fél számára történő közvetítése, majd az igényeik szerinti célzott hirdetésekben is táplálkozó tőkekoncentráció a világháló-alapú termékláncok, illetve az IKT-növekedés hajtóerejét adják. A megosztott tartalmak fogyasztója világhálós tevékenységének nagy részében tulajdonképpen profitot termel a Google, az Instagramot birtokló Facebook, a MySpace-t birtokló News Corp., vagy a Flickr-tulajdonos YouTube stb. és egyéb IKT-vállalatok számára. Végeredményben a gazdasági megfigyelés összességében egy olyan mechanizmus, amely a Web 2.0/3.0-s tőkefelhalmozás alapjául szolgál (Iványi 2019: 3–5).

Nemcsak szemléletesek, hanem újszerűek is Byung-Chul Han azon megállapításai is ebben az összefüggésben, hogy „az Axcion adatcég kerekén 300 millió személy, azaz majdnem az összes amerikai állampolgár adataival kereskedik”. Az Axcion, miközben vásárlóerő szerint tipizálja őket, „többet tud az amerikai állampolgárokról, mint az FBI” (Byung-Chul Han 2020: 88). Abbéli aggálya is megalapozottnak tűnik, hogy a digitális ellenőrzés társadalmát a Web 2.0-nak, a személyek internetének Web 3.0-va, a tárgyak (dolgok) internetévé való folyamatos kiterjesztése teszi teljessé (Byung-Chul Han 2020: 83).

Ennél is merészebb és fontosabb azon állítása, hogy ha a személyes adatokat fáradhatatlanul pénzzé teszik, „és kizsákmányolható adatsomagokként tárgyalják és kezelik”, ezáltal Big Data hozzáférést kínálnak cselekedeteink és hajlamaink birodalmához, úgy „elképzeltető olyan pszichopolitika, amely mélyen beavatkozik pszichénkbe”. Ezáltal a „testreszabás”, mondhatni, új értelmet nyer, hiszen a tracking (Iványi 2019: 6) immár „magát a pszichét követi le” (2020: 75). Mi több, „így képes lenne azon a szinten uralni a tömegek viselkedését, amely kivonja magát a tudat ellenőrzése alól (2020: 86–88).

E perspektívában különösen felértékelődik annak a jelentősége is, hogy a felhasználó maga is közreműködik a versenyszellem és a fogyasztói stb. etikai elvek reprezentációjával abban, hogy nyomonkövethetővé és adresszálhatóvá váljon. Éppen az különbözteti meg tárgyunkat a kapitalizmus korábbi korszakaiból ismert autóreklámtól, hogy immár az IKT-nek a fenti sémák és normák szerinti alkalmazásával, illetve a versenyszellem és a fogyasztói attitűd digitális térbe helyezésével a felhasználó is résztvesz a neoliberais hatalom globális makrokozmoszának fenntartásában, eközben a személyre szabott hirdetéseknek is kitevé magát, melyek horderejéről már az előző szerkezeti egységben szó esett.

Diskurzusrend és online trend

Az IKT az online önmegvalósítás játszótérévé is vált. Dyson és munkatársai *Cyberspace and the American Dream: A Magna Carta for the Knowledge Age* című cikkükben (Dyson et al. 1994), amely Wallace bevezetőben idézet könyvéhez hasonlóan napjaink mély átalakulásainak hajnalán jelent meg, a kibertér kibővített játszótérként képzelte el, amely nemcsak a gazdagság, a hatalom és az érzéki élvezet érdekében működik, hanem a digitális eszközök és a számítástechnika által kínált önfejlesztési és a határtalannak tűnő optimalizálási lehetőségeknek is utat nyit. Arra számítottak, hogy a szabadság jelentését, az öngazgatási struktúrákat, a tulajdon meghatározását, a verseny jellegét, az együttműködés feltételeit, a közösség érzését és az előrehaladás jellegét mind-mind újradefiniálják.

Az „önmegvalósítás” egyre népszerűbb diskurzusát Türken és munkatársai (2015) a neoliberais szubjektíváció technológiájának keretein belül vizsgálták. Ismételt Foucault-i alapokra (Foucault 1978, 1994) támaszkodva összpontosítottak több közösségi oldalon a „neoliberalizmus által meghatározott” tartalmakra. Négy egymással összefüggő diskurzust

azonosítottak, melyek a racionalitás, az autonómia és felelősség, a vállalkozói szellem, valamint a pozitivitás és önbizalom, rámutatva, hogy ezek a diskurzusok miként alkotják, illetve alakítják a neoliberais szubjektumot, összhangban a biopolitikával (Türken et al. 2015). Amint azt fentebb jeleztük, ez a folyamat maguknak az érintetteknek a részvételével, továbbá hozzátehetjük, különösen a fejlett (euroatlanti) társadalmakban zajlik (Mignolo 2011).

Konklúzió

Ez a cikk a jelen információs társadalomban (Castells 1996–1998) végbemenő, illetve a digitális létezés (Negroponte 2005) által serkentett és láthatóvá tett neoliberais (Mignolo 2011, Wacquant 2012) szubjektíváció (Dardot – Laval 2013, 2014a, 2014b) feltárását célozta egy poszt-foucault-i (Foucault 1978, 1994, Guattari 2000, Escobar 2012, Byung-Chul Han 2020) perspektívából a posztmodern kritikai társadalom- és kultúraelmélet, illetve a szociálpszichológia metszetében. Így a maga interdiszciplináris kereteivel e kutatás elméleti spektruma az IKT-t a vállalkozói szubjektum mikrokozmoszának (Dardot – Laval 2013, 2014b) és a felügyeletet is gyakorló neoliberais kapitalizmus (Lacan 1969–1970; Mignolo 2011; Byung-Chul Han 2020) makrokozmoszának az „offline” világból jól ismert tapasztalatai mellé rendelte.

Ez a törekvés arra az előfeltevésre támaszkodott, hogy a neoliberalizmus olyan egymásra tárt és szimbiotikus fogalmi, illetve eszményei mint például az innováció, a verseny, az előbbieken rejlő fogyasztási hajlandósággal, valamint az élvezet és a teljesítmény egyidejű bináris apparátusával egyaránt meghatározzák a felhasználói attitűdöket és az IKT ideológiai-terhelt, normatív (ön)megjelenítésének módjait és trendjeit. Sejtéseim szerint a technológiai újítások, a versenyképes vállalkozói szellem és a fogyasztói gyakorlatok diskurzusrendete alkotnak (Lacan 1969–1970, Escobar 2012: 5, Fairclough 2004: 24), ezáltal nemcsak a szubjektíváció számára nyílik út (Dardot – Laval 2013: 297, 2014b), hanem ezzel egyidejűleg a megfelelő IKT-használat és növekedés számára is. Ennek kíséretében kialakul egy olyan neoliberais pszichopolitika, amely magába foglalja a neoszubjektum mikrokozmoszát, ahol egyre több innováció, vállalkozói kedv, fogyasztás, termelés és élmény forog kockán immár nemcsak az „offline” élet során, hanem az IKT-használat útján is.

Nem másról van szó, mint arról, hogy a neoliberais pszichopolitika egy olyan uralmi technika, amely „pszichológiai programozást és irányítást alkalmazva az uralkodó rendszert stabilizálja és tarja fenn” (Byung-Chul Han 2020: 104). E ponton a svájci-dél-koreai filozófus konklúziójával kapcsolatban nem szabad elfelejteni a XX. századi amerikai író, David Foster Wallace (2018: 210) szavait sem, amit e provokatív felütésnek szánt tanulmány bevezetőjében már idéztem: „attól még, hogy logikusan érvelsz, nem biztos, hogy igazad van” – igaz ez Byung-Chul Han esetében is. Mindenesetre jó okunk van azt hinni, hogy a neoliberalizmus pszichopolitikájának egyik színtere az innovatív vállalkozói, fogyasztói, teljesítő és élményeket átélni kívánó neoszubjektum belső világa, makrokozmosza pedig azon felügyeleti társadalom, ami az online és offline reprezentációs mintákat rend(szer)ezi, elvárja és gerjeszti. Ezek együttesen alkotják a világ új (neoliberais) módját (*nouvelle raison du monde*) (Dardot – Laval 2013, 2014a, 2014b), avagy a neoliberais pszichopolitikát (Byung-Chul Han 2020) a maga egyéni és kollektív szinteken egyaránt érvényesülni hivatott „művelési terepével”.

IRODALOM

- Atkinson, Rita L. (1999) *Pszichológia*. Budapest, Osiris.
- Byung-Chul Han (2020) *Pszichopolitika. A neoliberalizmus és az új hatalomtechnika*. Budapest, Typotex.
- Castells, Manuel (1996–1998) *The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. I.: The Network Society. Vol. II.: The power of Identity. Vol. III.: End of Millennium*. Malden. MA – Oxford UK, Blackwell.
- Croteau, David – Hoynes, William (2003) *Media/society: industries, images, and audiences*. SAGE Publications.
- Dardot, Pierre – Laval, Christian (2013) *A globálrezon. A neoliberalizmus múltja és jelene*. Budapest, EgyKettő Kiadó.
- Dardot, Pierre – Laval, Christian (2014a) The New Way of the World, Part I: Manufacturing the Neoliberal Subject. *E-Flux. Journal* No. 51. January. <https://www.e-flux.com/journal/51/59958/the-new-way-of-the-world-part-i-manufacturing-the-neoliberal-subject/>. Retrieved September 18, 2019.
- Dardot, Pierre – Laval, Christian (2014b) The New Way of the World, Part II: The Performance/Pleasure Apparatus. *E-Flux. Journal* No. 51. January. <https://www.e-flux.com/journal/52/59938/the-new-way-of-the-world-part-ii-the-performance-pleasure-apparatus/>. Retrieved September 18, 2019.
- Deacon, Lousie (2018) *Pszichológia. Hogyan értsük meg önmagunkat és másokat?* Budapest, Scolar Kiadó.
- Deleuze, Gilles – Guattari, Felix (2005) *A Thousand Plateaus*. Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Dyson, Esther – Gilder, George – Keyworth, George – Toffler, Alvin (1994) *Cyberspace and the American Dream: A Magna Carta for the Knowledge Age*. Progress & Freedom Foundation. <http://www.pff.org/issues-pubs/futureinsights/fi1.2magnacarta.html>. Retrieved December 21, 2019.
- Escobar, Arturo (2012) *Encountering Development: The Making and Unmaking of the Third World*. Princeton, Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400839926>
- Fairclough, Norman (2004) *Analysing Discourse: Textual Analysis for Social Research*. London, Routledge.
- Foucault, Michel (1978) *The History of Sexuality*. New York, Vintage.
- Foucault, Michel (1994) ‘Les mailles du pouvoir’ In: *Dits et écrits*. Paris, Gallimard.
- Guattari, Felix (2000) *The Three Ecologies*. London, The Athlone Press.
- Iványi Márton (2014) Közösségi média: a nyilvánosság elektronikus agorája vagy posztmodern panoptikum? *Médiakutató*. 2014 15 (2). 119–138.
- Iványi Márton (2019) A Nagy Testvér viszonylagos valósága A digitális médiapanoptikon és a globális felügyelet. *Valóság*, 2019 62 (12). 1–14.
- Kirzner, Israel M. (1978) *Competition and Entrepreneurship*. London – Chicago, University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226375489.001.0001>

- Lacan, Jacques (1960) The subversion of the subject and the dialectic of desire in the freudian unconscious. In: Jacques Lacan: *Ecrits* (The First Complete Edition In English). New York – London, W. W. Norton & Company, 2006, 2002. 671–702.
- Lacan, Jacques (1969–1970) *The Seminar of Jacques Lacan, Book XVII, The Other Side of Psychoanalysis*. New York – London, W.W. Norton.
- Lebrun, Jean-Pierre (2007) *La Perversion ordinaire. Vivre ensemble sans autrui*. Paris, Denoël.
- Mignolo, Walter (2011) *The Darker Side of Western Modernity. Global Futures, Decolonial Options*. Duke University Press. <https://doi.org/10.1215/9780822394501>
- Pais István (2005) *A filozófia története*. Budapest, szerzői magánkiadás.
- Polanyi Levitt, Kari (2013) *From the Great Transformation to the Great Financialization*. London, Zed Books.
- Rose, Nicolas (1996) *Inventing Ourselves: Psychology, Power and Personhood*. Cambridge, Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511752179>
- Rose, Nikolas (2007) *The Politics of Life Itself: Biomedicine, Power, and Subjectivity in the Twenty-First Century*. Princeton, Princeton University Press. <https://doi.org/10.1515/9781400827503>
- Shapiro, Carl – Varian, Hal R. (1999) *Information Rules A Strategic Guide To The Network Economy*. Boston, MA, Boston Business School Press.
- Spears, Russell – Postmes, Tom – Wolbert, Anka – Lea, Martin – Rogers, Paul (2000) *Social Psychological Influence of ICT's on Society and their Policy Implications*. Infodrome, Amsterdam. <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.202.5436&rep=rep1&type=pdf>
- Szabó Katalin – Hátori Balázs (2006) *Információgazdaság*. Budapest, Akadémiai Kiadó.
- Toulmin, Stephen (1990) *Cosmopolis: The Hidden Agenda of Modernity*. University of Chicago Press.
- Turkle, Sherry (1997) *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. New York, Touchstone.
- Türken, Salman – Nafstad, Hilde E. – Blakar, Rolv M. – Roen, Katrina (2015) Making Sense of Neoliberal Subjectivity: A Discourse Analysis of Media Language on Self-development. *Globalizations*. 13 (1) 32–46. <https://doi.org/10.1080/14747731.2015.1033247>
- Vanheule, Stijn (2016) Capitalist Discourse, Subjectivity and Lacanian Psychoanalysis. *Frontiers in Psychology*, December 2016. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2016.01948/full> <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2016.01948>
- Wacquant, Loic (2012) Three steps to a historical anthropology. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*, 20 (1) 66–79. <https://doi.org/10.1111/j.1469-8676.2011.00189.x>
- Wallace, David Foster (2018) *Végtelen tréfa*. Budapest, Jelenkor Kiadó.