Médiakutató, 2026. tél
XXVII. évf. 4. szám, 7–17. o.
10.55395/MK.2026.4.1

Az online agresszió pszichológiai háttere

Az önértékelés, a társas figyelem és az énvédelem integrált modellje

Németh Erzsébet
Budapesti Metropolitan Egyetem

Az online agresszió az egyik legjelentősebb társadalmi és kommunikációs probléma a digitális nyilvánosságban, amelynek hátterét számos pszichológiai és kommunikációelméleti megközelítés vizsgálta már. Tanulmányunk célja egy integrált pszichológiai modell kidolgozása, amely az online agressziót az önértékelés szabályozása, a társas figyelem iránti szükséglet és az énvédő mechanizmusok összefüggésében értelmezi. Kiindulópontunk az, hogy a digitális platformok nem új pszichológiai szükségleteket hoznak létre, hanem a társas összehasonlítás, az önbemutatás és a társas visszajelzések sajátos működése révén felerősíthetik a meglévő motivációkat. A modell központi eleme a figyelemre méltóság szükséglete, amelynek a digitális környezetben kialakuló kontingens formája hozzájárulhat az önértékelés sérülékenységéhez és a torzult társas összehasonlításhoz. Ezek különböző frusztrációs folyamatokat – összehasonlítási, figyelmi, státus- és identitásfrusztrációt – indíthatnak el, amelyek aktiválhatják az énvédő mechanizmusokat. Az online agresszió e folyamat egyik lehetséges, rövid távon feszültségcsökkentő, hosszabb távon azonban maladaptív kimenete. A modell empirikusan tesztelhető feltevéseket kínál, és további kutatási irányokat jelöl ki.

Kulcsszavak: énvédelem, frusztráció, integrált modell, online agresszió, társas összehasonlítás

The Psychological Foundations of Online Aggression

An Integrated Model of Self-Esteem, Social Attention and Ego Defence

Online aggression is one of the most significant social and communicative problems in the digital public sphere, and its underlying mechanisms have been examined from a range of psychological and communication-theoretical perspectives. The aim of this study is to develop an integrated psychological model that conceptualises online aggression in relation to self-esteem regulation, the need for social attention and ego-defensive mechanisms. Its starting point is that digital platforms do not create new psychological needs; rather, through the distinctive dynamics of social comparison, self-presentation and social feedback, they may amplify existing motivations. A central element of the model is the need to be worthy of attention, the contingent form of which emerging in digital environments may contribute to vulnerability in self-esteem and distorted social comparison. These processes may trigger different forms of frustration—including comparison, attention, status, and identity frustration—which, in turn, may activate ego-defensive mechanisms. Online aggression represents one possible outcome of this process: one that may reduce tension in the short term but is maladaptive in the longer term. The model offers empirically testable propositions and identifies directions for further research.

Keywords: ego defence, frustration, integrated model, online aggression, social comparison

1. Bevezetés

A digitális kommunikáció mindennapossá válásával az online tér a társas kapcsolatok, az önbemutatás és a társas értékelés egyik meghatározó színterévé vált. A közösségi média és más digitális platformok nemcsak az információk és a vélemények gyors megosztását teszik lehetővé, hanem olyan kommunikációs környezetet teremtenek, amelyben az egyén folyamatosan mások figyelmének és értékelésének van kitéve. A kedvelések, a követők, a megosztások és a hozzászólások révén a társas visszajelzések számszerűsíthetővé és nyilvánosan összehasonlíthatóvá váltak, ami az identitás, az önértékelés és a társas jelentőség megélésének új feltételeit alakította ki.

Az online agresszió a digitális kommunikáció egyik jelentős társadalmi problémája. A sértő, megalázó vagy ellenséges megnyilvánulások nemcsak az érintettek közötti konfliktusokat mélyíthetik el, hanem a társadalmi polarizációhoz és a digitális nyilvánosság kommunikációs minőségének romlásához is hozzájárulhatnak. Az online agressziót számos pszichológiai és kommunikációelméleti megközelítés vizsgálta, egyebek között az anonimitás, az online diszinhibíció, a deindividuáció, az empátia csökkenése, a személyiségjellemzők, a szociális tanulás és a platformok algoritmikus működése szempontjából. E megközelítések fontos tényezőket azonosítanak, kevésbé világítják meg azonban, miként kapcsolódnak össze a digitális kommunikáció sajátosságai az önértékelés szabályozásával és az agresszív kommunikáció kialakulásával.

Tanulmányunk abból a feltevésből indul ki, hogy az online agresszió megértéséhez az agressziót megelőző társas és önszabályozási folyamatok vizsgálata is szükséges. Az ember identitása és önértékelése alapvetően társas visszajelzésekre épül, ezért a pozitív énkép fenntartása alapvető pszichológiai szükséglet. Emellett az egyén arra is törekszik, hogy mások számára jelentősnek, érdekesnek és figyelemre méltónak érezze magát. Tanulmányunk ezt a motivációt *a figyelemre méltóság szükséglete* fogalmával írja le, amely az önértékeléssel szoros kapcsolatban áll, de attól fogalmilag elkülönül.

Értelmezésünk szerint a digitális platformok nem új pszichológiai szükségleteket hoznak létre, hanem a meglévő társas motivációkat erősítik fel. A figyelemgazdaság működése, az algoritmikus tartalomszelekció, az idealizált önbemutatás és a nyilvános társas visszajelzések folyamatos összehasonlítási és értékelési helyzeteket teremtenek, amelyek növelhetik az önértékelés külső megerősítésektől való függését és sérülékenységét.

A tanulmány központi tétele szerint az online agresszió egyik fontos pszichológiai előzménye a sérülékennyé váló önértékelés. Ha az egyén önképe, társas státusa vagy figyelemre méltósága nem kapja meg a várt megerősítést, frusztráció alakulhat ki, amely fokozza az énvédő mechanizmusok aktiválódását. A tanulmányban az énvédő mechanizmus fogalmát tágabb értelemben használjuk: olyan önvédő és énigazoló folyamatokat értünk rajta, amelyek az én integritásának vagy pozitív értékelésének fenntartását szolgálják.

Ebben az értelmezésben az agresszív kommunikáció nem pusztán a másik személy elleni támadásként, hanem az önértékelést fenyegető feszültség átmeneti csökkentését szolgáló énvédő válaszként is értelmezhető.

Tanulmányunk célja egy olyan integrált pszichológiai modell kidolgozása, amely egységes értelmezési keretben kapcsolja össze az ember társas szükségleteit, a digitális platformok működési logikáját, az önbemutatást, a társas összehasonlítást, a frusztrációt és az énvédő mechanizmusokat. Megközelítésünk szerint az online agresszió nem kizárólag technológiai vagy személyiségbeli sajátosságok következménye, hanem a digitális kommunikáció és a klasszikus szociálpszichológiai folyamatok kölcsönhatásából kibontakozó jelenség.

2. Az ember társas természete és az én szabályozása

2.1. Az identitás, az önértékelés és a figyelemre méltóság szükséglete

Az ember alapvetően társas lény. Önmagunkról alkotott képünk nem elszigetelten formálódik, hanem folyamatos kölcsönhatásban áll a környezet visszajelzéseivel, a másokkal való összehasonlítással és a közösségben elfoglalt helyünkkel. Az identitás, az önértékelés és az énvédelem ezért nem pusztán egyéni pszichológiai jelenség, hanem a társas együttélés alapvető szabályozó mechanizmusai.

Erik H. Erikson (1968) identitáselmélete szerint az egyén egész életén keresztül arra törekszik, hogy önmagáról koherens és viszonylag állandó képet alakítson ki. Az identitás egyszerre belső pszichológiai konstrukció és a tár-

sas visszajelzések által folyamatosan formált folyamat, amelynek egyik legfontosabb feltétele a pozitív önértékelés. Az emberek általában arra törekednek, hogy önmagukat kompetensnek, erkölcsösnek, szerethetőnek és értékesnek lássák (Aronson et al. 2021), mivel ez a pszichológiai alkalmazkodás, a lelki egészség és a reziliencia alapvető feltétele.

A pozitív énkép fenntartása ugyanakkor folyamatos szabályozást igényel. A mindennapi élet során rendszeresen találkozunk olyan információkkal, amelyek ellentmondhatnak önmagunkról alkotott képünknek. Leon Festinger (1957) kognitívdisszonancia-elmélete szerint az ilyen helyzetek belső feszültséget keltenek, amelyet az emberek viselkedésük vagy értelmezéseik módosításával, illetve önmagukat megerősítő információk keresésével igyekeznek csökkenteni. Elliot Aronson (1969) önigazolási megközelítése ezt azzal egészíti ki, hogy az emberek mindenekelőtt énintegritásuk megőrzésére törekednek: akkor is hajlamosak racionalizálni saját döntéseiket, ha azok nyilvánvalóan hibásnak bizonyulnak.

Az önértékelés védelme számos ismert énvédő mechanizmust mozgósíthat. Az egyén racionalizálhatja kudarcait, másokra háríthatja a felelősséget, leértékelheti a kritikát vagy más területeken próbálhat kompenzálni. E védekező folyamatok rövid távon hozzájárulhatnak az én integritásának és érzelmi egyensúlyának fenntartásához, hosszabb távon azonban torzíthatják a fenyegető helyzetek értelmezését, akadályozhatják a tanulást, és konfliktusokhoz vezethetnek (Sherman & Cohen 2002, 2006, vanDellen et al. 2011).

Az önértékelés fenntartása azonban önmagában nem írja le teljes mértékben az ember társas motivációit. Az emberek arra is törekednek, hogy mások számára jelentősnek, érdekesnek és figyelemre méltónak tűnjenek. A társas elfogadás, az elismerés és a láthatóság iránti igény jóval a digitális kommunikáció megjelenése előtt is alapvető emberi motiváció volt. Már a kisgyermek fejlődésében is megfigyelhető, hogy a figyelem önmagában értékes társas erőforrásként jelenik meg, amelynek hiánya frusztrációt válthat ki.

Jelen tanulmányban ezért az önértékelés klasszikus fogalmát a figyelemre méltóság szükségletének konstrukciójával egészítjük ki. A konstrukció újdonsága ezért nem a társas elfogadás vagy az elismerés iránti igény feltételezésében, hanem annak elkülönítésében rejlik, hogy az egyén saját társas jelentőségét és láthatóságát mennyiben tekinti önmagában értékes és visszajelzést igénylő dimenziónak. E fogalmon azt a társas motivációt értjük, hogy az egyén ne csupán pozitívnak lássa önmagát, hanem fontosnak tartsa azt is, hogy mások észrevegyék, elismerjék és jelentősnek tekintsék. A figyelemre méltóság szükséglete szorosan kapcsolódik az önértékeléshez, de nem azonos vele: valaki rendelkezhet stabil pozitív énképpel, miközben erőteljes igénye van a társas láthatóságra és elismerésre. Ez a megkülönböztetés összhangban áll a szociométer-elmélettel, amely szerint az önértékelés érzékenyen követi az egyén társas elfogadottságát és interperszonális értékét (Leary & Baumeister 2000).

E szükséglet evolúciós és társaslélektani szempontból is értelmezhető. A társas elfogadottság, a státus és a mások számára képviselt érték hosszú távon fontos szerepet játszott az egyén társas beágyazottságában. A közösségi média ezt a motivációt nem létre hozta, hanem új kommunikációs környezetbe helyezte, ahol a társas visszajelzés számszerűsíthető és nyilvánosan összehasonlítható mutatókká – követőkké, kedvelésekké, megosztásokká és kommentekké – alakulhat. A kutatások szerint az ilyen visszajelzések az elfogadottság és a társas érték jelzéseiként működhetnek, és összefügghetnek az önértékeléssel is (Marengo et al. 2021).

Ez a felismerés a tanulmány további gondolatmenetének kiindulópontja. Amellett érvelünk, hogy az online agresszió pszichológiai háttere nem érthető meg kizárólag az anonimitás, a deindividuáció vagy az empátia csökkenése alapján. A digitális platformok mindenekelőtt az önértékelés és a figyelemre méltóság szabályozásának sajátos társas környezetét hozzák létre, amelyben az énvédelem, a társas összehasonlítás és a figyelem megszerzésére irányuló motiváció egymást erősítő folyamattá szerveződhet.

2.2. A digitális kommunikáció új környezete: platformlogika, figyelemgazdaság és algoritmusok

Fontos hangsúlyozni, hogy a digitális platformok önmagukban nem tekinthetők sem pozitív, sem negatív társadalmi szereplőknek. Működésüket elsősorban gazdasági érdekek határozzák meg: üzleti modelljük egyik alapja a felhasználók figyelmének minél hosszabb ideig történő fenntartása, amely egyben nagy mennyiségű viselkedési adat keletkezését teszi lehetővé (Zuboff 2019, Németh 2025). A felhasználó ideje, figyelme és aktivitása ezért a platformok számára gazdasági erőforrássá válik.

E folyamat középpontjában a figyelemgazdaság logikája áll (Davenport & Beck 2001). Mivel az emberi figyelem korlátozott erőforrás, a platformok az érdeklődés és az aktivitás fenntartásáért versenyeznek. Az értesítések, a kedvelések, a megosztások, a végtelen hírfolyam és a személyre szabott ajánlások mind ezt a célt szolgálják.

Ebben a rendszerben kulcsszerepet töltenek be az algoritmusok. A tartalmak kiválasztásakor nem az objektivitás vagy a társadalmi egyensúly biztosítása az elsődleges szempont, hanem annak előrejelzése, hogy mely tartalmak képesek fenntartani az adott felhasználó figyelmét. A rendszer a korábbi viselkedés alapján személyre szabja a következő tartalmakat, így a felhasználó gyakrabban találkozhat a saját érdeklődését és attitűdjeit megerősítő információkkal (Cinelli et al. 2021). Ez hozzájárulhat az önigazolási folyamatok és a megerősítési torzítás fennmaradásához (Nickerson 1998).

A figyelemgazdaság pszichológiai szempontból különösen azért jelentős, mert a társas figyelem mérhetővé válik. A személyes kapcsolatokban az elismerés többnyire közvetett és nehezen számszerűsíthető, míg a közösségi médiában követők, kedvelések, megosztások, hozzászólások és megtekintések jelzik a láthatóságot. A társas jelentőség így nemcsak megélhető, hanem összehasonlítható teljesítménnyé is válik.

A platformok tehát nem azért növelhetik az online agresszió valószínűségét, mert agressziót „akarnak" előidézni, hanem azért, mert a figyelem fenntartására optimalizált működésük tartósan aktiválhatja a már meglévő pszichológiai motivációkat: az énvédelmet, a figyelemre méltóság szükségletét, a társas összehasonlítást és az önigazolást. E folyamat a következő lépésben az önbemutatás és a társas összehasonlítás sajátos digitális formáin keresztül válik különösen jelentőssé.

3. Az énvédő mechanizmusok paradoxona

3.1. Idealizált önbemutatás, társas összehasonlítás és az önértékelés sérülékenysége

Az önértékelés fenntartása az emberi psziché alapvető szabályozó mechanizmusa. A digitális kommunikáció azonban olyan társas környezetet teremt, amelyben az önbemutatás és az önszabályozás folyamatosan nyilvános értékelés tárgyává válhat.

A közösségi média platformjai az identitás reprezentációjának színterei: a felhasználó nemcsak kapcsolatot tart másokkal, hanem saját identitásának szerkesztőjévé is válik. Az önbemutatás ezért tudatosabb, tervezettebb és szelektívebb lehet, mint a személyes interakciókban. Erving Goffman (1959) dramaturgiai modellje szerint a társas életben az emberek különböző szerepeket jelenítenek meg annak érdekében, hogy kedvező benyomást keltsenek magukról. A digitális kommunikáció ezt a folyamatot a tartalmak szerkesztésének, módosításának és szelektálásának lehetőségével tovább erősíti (Walther 1996, Hogan 2010).

A közösségi médiában megjelenő identitás ezért többnyire nem hamis, hanem szelektíven idealizált.[1] A felhasználók életük pozitívabb és társadalmilag kívánatosabb aspektusait nagyobb valószínűséggel mutatják meg, miközben a kudarcok és a bizonytalanságok kevésbé válnak láthatóvá (Ellison et al. 2006, Chou & Edge 2012). A digitális önszerkesztést az újabb képszerkesztő, szűrő- és mesterségesintelligencia-technológiák tovább bővítik (Németh 2025).

Az idealizált önbemutatás önmagában nem problémás: a kedvező benyomás kialakítása minden társas kapcsolat természetes része. A digitális környezet sajátossága azonban az, hogy ezt a folyamatot állandóvá, nyilvánossá és mérhetővé teszi. A kedvelések, a megosztások, a követők és a hozzászólások révén az önbemutatás társas sikeressége folyamatos visszajelzést kap.

Az énvédő mechanizmusok paradoxona éppen itt jelenik meg. A pozitív visszajelzések rövid távon erősíthetik az önértékelést, hosszabb távon azonban annak szabályozása egyre inkább külső reakcióktól függhet. Ez összefügg a kontingens önértékelés fogalmával, amely szerint az önértékelés stabilitása bizonyos külső teljesítményektől vagy társas visszajelzésektől függ (Crocker & Wolfe 2001, Crocker & Park 2004).

1 A jelenségre jó példa lehet a következő történet. A lányom öt gyermekével Gyimesbe utazott vonattal a téli szünetben. A kirándulásról idilli képeket osztottak meg, miközben a valóságban betegen, fáradtan és csalódottan érkeztek haza.

3.2. Kontingens figyelemre méltóság

A digitális kommunikációban azonban nemcsak az önértékelés válhat kontingenssé, hanem a saját társas jelentőség megélése is. A figyelem önálló társas jutalommá válik: a követők, a kedvelések és az elérések implicit módon azt jelezhetik, hogy az egyén mennyire fontos, érdekes vagy releváns mások számára.

Értelmezésünk szerint ezért a digitális platformok a kontingens figyelemre méltóság állapotát is előidézhetik, amelyben a saját társas jelentőség megélése fokozatosan a nyilvános figyelemtől válik függővé. A fogalom tudomásunk szerint ebben a formában még nem jelent meg a szakirodalomban, ugyanakkor szorosan kapcsolódik a figyelemgazdaság és az önértékelés kutatásához.

A *kontingens figyelemre méltóság* nem a kontingens önértékelés új elnevezése. Míg az utóbbi arra vonatkozik, hogy az egyén mennyire tartja magát értékesnek bizonyos külső feltételek teljesülése esetén (Crocker & Wolfe 2001, Crocker & Park 2004), addig a kontingens figyelemre méltóság a saját társas jelentőség, láthatóság és fontosság megélésének külső figyelemtől való függését jelöli. Jennifer Crocker és Lora Park (2004) hét dimenziót mérő kérdőívvel azt vizsgálta, hogy az egyén önértékelése miképpen függ olyan területektől, mint mások elismerése, a versengés, a megjelenés, a tanulmányi teljesítmény, a családi támogatás, az erényesség. A hét dimenzió közül a „mások jóváhagyása" *(approval from others)* áll a legközelebb a figyelemre méltóság szükségletének fogalmához. Ugyanakkor a kettőt nem azonos: Crockerék azt mérik, mennyire függ az önértékelés mások jóváhagyásától, míg jelen tanulmány ennél tágabb társas motivációt jelöl: az észleltség, a társas láthatóság és a jelentőség iránti igényt.

A két konstrukció összefügghet, de nem azonos: valaki stabil önértékelés mellett is erősen igényelheti mások figyelmét. A megkülönböztetés digitális környezetben különösen fontos, mert a társas figyelem látható és számszerűsíthető visszajelzéssé válik. Míg a kontingens önértékelés központi kérdése az, hogy „mennyire vagyok értékes?", addig a kontingens figyelemre méltóságé inkább az, hogy „mennyire vagyok fontos, érdekes és látható mások számára?" A figyelem hiánya így először a társas jelentőség élményét veszélyeztetheti, ami ezt követően az önértékelést is fenyegetheti.

A FOMO *(fear of missing out)* közvetlenül kapcsolódhat ahhoz, hogy az egyén számára fontos a társas jelenlét, a kapcsolódás és az, hogy ne maradjon ki a számára jelentős társas eseményekből. A közösségi média folyamatos információáramlása ráadásul láthatóvá teszi mások aktivitását, így felerősítheti azt az érzést, hogy „mások ott vannak, én pedig kimaradok". Rocco Servidio és munkatársai (2024) kétszázötvenhat egyetemi hallgató vizsgálata során azt találta, hogy a FOMO magasabb fokú társas összehasonlítással járt együtt, és a társas összehasonlítás közvetítő szerepet játszott a FOMO és a problematikus közösségimédia-használat kapcsolatában.

A kontingens figyelemre méltóság ezért a jelen modellben közvetítő fogalmi láncszem az önértékelés és a digitális figyelemgazdaság között. Empirikus elkülöníthetősége és mérhetősége további kutatás kérdése; jelen tanulmányban elsősorban elméleti konstrukcióként alkalmazzuk.

3.3. Torzult társas összehasonlítás

A külső validáció erősödése a társas összehasonlítás jelentőségét is növelheti. Festinger (1954) klasszikus elmélete szerint az emberek önmagukat másokhoz viszonyítva értékelik. A közösségi médiában azonban saját életük teljes valóságát mások szelektíven idealizált önbemutatásával hasonlíthatják össze (Vogel et al. 2014, Appel et al. 2016). A platformok ezt ráadásul számszerű mutatókkal is megerősítik. Carly A. McComb, Eric J. Vanman és Stephanie J. Tobin (2023) metaelemzése 48 vizsgálat, 7679 résztvevő és 118 hatásméret alapján azt találta, hogy a felfelé irányuló társas összehasonlítás a közösségi médiában negatív hatással van egyebek mellett az önértékelésre és a jóllétre.

Az ismétlődő kedvezőtlen összehasonlítás csökkentheti a szubjektív elégedettséget, növelheti az irigységet és az önértékelési bizonytalanságot (Verduyn et al. 2020). Az önértékelés így érzékenyebbé válhat a figyelem csökkenésére, a kritikára és az elutasításra (Kernis 2003, Leary 2005), ami fokozhatja az énvédő, elhárító mechanizmusok aktiválódását. A frissebb áttekintések ugyanakkor arra utalnak, hogy a közösségimédia-használat és az önértékelés kapcsolata nem egységes, hanem függ a használat módjától és az egyéni sérülékenységtől is (Cingel et al. 2022).

A digitális kommunikáció egyik paradoxona tehát az, hogy ugyanazok a mechanizmusok, amelyek rövid távon támogatják az önértékelést – a kontrollált önbemutatás és a pozitív visszajelzések megszerzése –, hosszabb távon annak sérülékenységét is növelhetik. Az énvédelem így saját eredeti funkciójával ellentétes hatást fejthet ki:

miközben a pozitív énkép megőrzését szolgálja, egyben érzékenyebbé teheti az egyént minden olyan ingerre, amely ezt az énképet megkérdőjelezi. Ez teremti meg a kapcsolatot az énvédelem és az online agresszió között.

4. A frusztráció formái

Ha a figyelemre méltóság iránti szükséglet tartósan kielégítetlen marad, vagy az idealizált identitást kritika, társas összehasonlítás vagy figyelemvesztés fenyegeti, az énvédő folyamatok már nem tudják elhárítani a frusztrációt.

A klasszikus frusztrációelmélet szerint frusztráció akkor keletkezik, amikor valamely fontos cél elérését akadályozó tényező jelenik meg (Dollard et al. 1939). Leonard Berkowitz (1989) hangsúlyozta, hogy az agresszív reakciók szempontjából nem önmagában az akadály, hanem az általa kiváltott negatív érzelmi állapot a meghatározó.

A digitális kommunikációban a releváns célok között a társas figyelem megszerzése, az identitás megerősítése és a társas jelentőség fenntartása is megjelenik. Értelmezésünk szerint ezért a digitális frusztráció több, egymással összefüggő formában jelenhet meg.

4.1. Összehasonlítási frusztráció

Festinger (1954) szerint a társas összehasonlítás az önértékelés természetes része. A közösségi médiában azonban az összehasonlítás gyakran mások idealizált önbemutatására épül, miközben saját életünk teljes valóságát tekintjük viszonyítási alapnak (Vogel et al. 2014, Appel et al. 2016). Ez az aszimmetria azt az érzést keltheti, hogy mások sikeresebbek vagy boldogabbak. Az ismétlődő kedvezőtlen összehasonlítás csökkentheti az elégedettséget, növelheti az irigységet és az önértékelési bizonytalanságot (Verduyn et al. 2020). A frusztráció így nem feltétlenül egyetlen kudarc, hanem a tartósan kedvezőtlen társas viszonyítás következménye.

4.2. Figyelemfrusztráció

A közösségi médiában a társas figyelem számszerűsíthető visszajelzésekké – kedvelésekké, megosztásokká, követőkké és hozzászólásokká – alakulhat, amelyek a társas érdeklődés és elismerés jelzőiként működnek. Ha az elvárt figyelem elmarad, figyelemfrusztráció alakulhat ki. Ennek jelentősége túlmutat a csalódottságon: a kevés reakció a személyes jelentőség vagy társas érték hiányaként is értelmezhető.

4.3. Státusfrusztráció

A közösségi média láthatóvá és összehasonlíthatóvá teszi a társas státus egyes jelzőit. A követőszámok, az elérések és a megosztások implicit státusmutatókként működhetnek, így a figyelemért folyó verseny státus- és presztízsversennyé is válhat (Marwick 2013). Ha az egyén saját társas státusát másokénál alacsonyabbnak érzékeli, vagy korábbi láthatóságát elveszíti, státusfrusztráció alakulhat ki. Ez különösen azok számára lehet jelentős, akik identitásuk fontos részét online jelenlétükre építik.

4.4. Identitásfrusztráció

Az identitás nemcsak az önmagunkról alkotott kép, hanem annak társas megerősítése is (Erikson 1968). Ha az idealizált digitális identitást kritika, elutasítás vagy érdektelenség éri, az az én koherenciáját is veszélyeztetheti. Az identitásfrusztráció ezért intenzívebb reakciókat válthat ki, mint egy egyszerű véleménykülönbség: az egyén ilyenkor saját kompetenciáját, társas értékét vagy figyelemre méltóságát is megkérdőjelezve érezheti.

5. A digitális frusztráció integrált értelmezése

A négy frusztrációs forma ritkán jelenik meg teljesen elkülönülten. A társas összehasonlítás csökkentheti az önértékelést, ami növelheti a figyelem iránti igényt; a figyelem hiánya státusvesztésként, a státusvesztés pedig identitásfenyegetésként értelmeződhet. A digitális környezetben ezért a frusztráció nem feltétlenül egyszeri esemény, hanem egymást erősítő folyamat lehet.

A folyamat például akkor indulhat el, amikor egy felhasználó egy szakmai, életmódbeli vagy társadalmi kérdésben nyilvánosan kritikát kap, miközben korábbi bejegyzéseihez képest kevés figyelmet vagy támogatást érzékel; a kritika így nem pusztán véleménykülönbségként, hanem társas értékének vagy státusának fenyegetéseként is értelmeződhet, amely védekező, akár agresszív reakcióhoz vezethet.

A modellben a frusztráció azt a pszichológiai közvetítő folyamatot jelenti, amely az önértékelés sérülékenységét összekapcsolhatja az énvédő mechanizmusok aktiválódásával. A következőkben azt vizsgáljuk, miként válhat e folyamat egyik lehetséges viselkedéses kimenetévé az online agresszió.

5.1. Az énvédelmi modell és az online agresszió pszichológiai magyarázata

5.1.1. Az agresszió mint sérülékeny önértékelésre adott énvédő válasz

Az önértékelés fenntartása, a figyelemre méltóság iránti igény, a társas összehasonlítás és az énvédő mechanizmusok működése önmagában nem vezet szükségszerűen agresszióhoz. Az online agresszió szempontjából az a döntő, hogy e folyamatok tartósan sérülékennyé tehetik az önértékelést, és fokozhatják a frusztráció valószínűségét.

Ebben az értelmezésben az agresszív kommunikáció nem feltétlenül elsősorban a másik személy elleni támadás, hanem az önértékelést fenyegető feszültség átmeneti csökkentésére irányuló énvédő válasz. Ez összhangban áll Roy Baumeister, Laura Smart és Joseph Boden (1996) fenyegetettego-elméletével, amely szerint az agresszív viselkedés nem egyszerűen az alacsony önértékelésből, hanem a pozitív énkép és a külső kritika vagy visszautasítás összeütközéséből fakadhat.

A digitális kommunikáció számos ilyen helyzetet hoz létre: a nyilvános kritikák, a kedvezőtlen társas összehasonlítás, a figyelem elmaradása vagy az identitást érintő támadás mind veszélyeztethetik az idealizált digitális énképet.

5.1.2. Mások leértékelése mint énvédelem

Az agresszió egyik lehetséges énvédő funkciója a másik fél leértékelése, hibáztatása vagy nevetségessé tétele. Aronson (1969) kognitívdisszonancia-elméletének énkonzisztencia-szemlélete és Festinger (1957) elmélete alapján ez úgy értelmezhető, mint a pozitív énkép és a külső visszajelzés közötti feszültség csökkentésének egyik módja. Ha a kritikát nehéz integrálni a meglévő énképbe, egyszerűbbé válhat a kritikus személy hiteltelenítése vagy erkölcsi leértékelése, amely az énigazolás egyik formájaként értelmezhető (Aronson 1969, Blanton et al. 1997).

A digitális kommunikáció több sajátossága is csökkentheti e reakciók korrekcióját. Az anonimitás mérsékelheti a felelősség szubjektív megélését (Suler 2004), az aszinkron kommunikáció gyengítheti az empatikus korrekció lehetőségét (Németh 2025), az algoritmikus szelekció pedig olyan tartalmakat részesíthet előnyben, amelyek megerősítik a korábbi attitűdöket (Cinelli et al. 2021). Az énvédő reakció így könnyebben kaphat társas megerősítést.

Albert Bandura (1999) moráliskikapcsolódás-elmélete tovább árnyalja ezt a folyamatot. Az agresszív kommunikáció fenntartásához nemcsak frusztrációra van szükség, hanem arra is, hogy az egyén saját viselkedését erkölcsileg igazolhatónak lássa. Ezt elősegítheti az ellenfél dehumanizálása, az ellenséges attribúciós torzítás (Dodge 1980) és a csoportnormákra való hivatkozás. A másik fél ilyenkor nem egyedi személyként, hanem valamely politikai, társadalmi vagy véleménycsoport képviselőjeként jelenik meg, ami csökkentheti az empatikus gátlásokat.

E folyamatok eredményeként önfenntartó kör alakulhat ki: az önértékelés sérülékenysége fokozza a frusztrációt, a frusztráció aktiválja az énvédő mechanizmusokat, az agresszív kommunikáció pedig átmenetileg csökkentheti

az énfenyegetettséget. Az agresszió ugyanakkor újabb konfliktusokat, kritikát és társas visszautasítást generálhat, amelyek ismét veszélyeztetik az önértékelést. Az agresszív viselkedés így nem oldja meg az eredeti problémát, hanem újratermelheti annak pszichológiai feltételeit.

Ebben látjuk az online agresszió egyik fontos sajátosságát: nem pusztán impulzív érzelmi reakció vagy kommunikációs deviancia, hanem egy sérülékennyé vált önértékelési rendszer átmeneti stabilizálására irányuló, hosszabb távon azonban maladaptív énvédő stratégia.

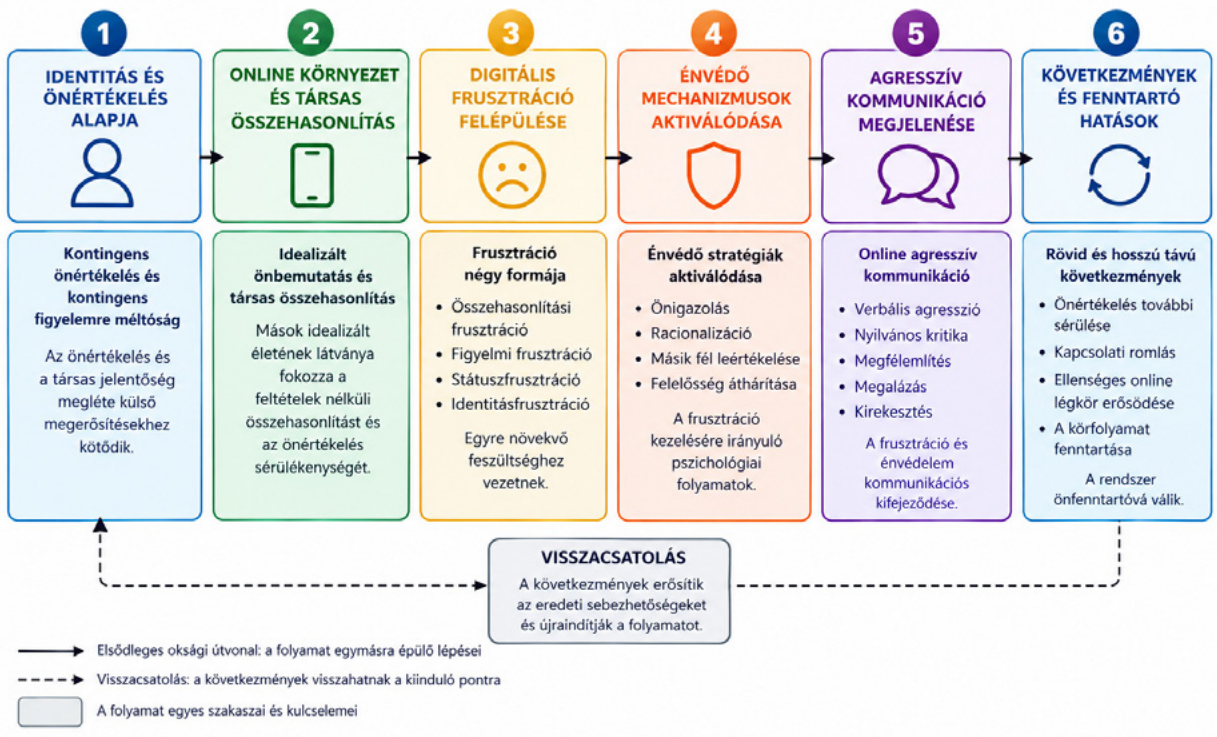
A modell újdonsága ezért nem egyetlen új magyarázó tényező bevezetésében rejlik, hanem abban, hogy az online agressziót dinamikus folyamatként értelmezi, amelyben a digitális kommunikáció sajátosságai és a klasszikus szociálpszichológiai mechanizmusok kölcsönösen erősíthetik egymást.

6. Az online agresszió integrált pszichológiai modellje

Az online agresszió pszichológiai magyarázatára számos megközelítés született, amely az anonimitás és az online diszinhibíció (Suler 2004), a deindividuáció (Postmes & Spears 1998), a frusztráció–agresszió-kapcsolat (Dollard et al. 1939, Berkowitz 1989), a szociális tanulás (Bandura 1977), az empátia szerepe (Decety & Jackson 2004), valamint az algoritmusok és az online polarizáció jelentőségét hangsúlyozza (Pariser 2011, Cinelli et al. 2021). Más kutatások a személyiségvonások – például a nárcizmus, az impulzivitás vagy a pszichopátia – szerepét emelik ki (Buckels et al. 2014, Chester & DeWall 2016).

E megközelítések fontos részfolyamatokra világítanak rá, ugyanakkor kevésbé kapcsolják össze egységes rendszerben az önértékelés szabályozását, a társas figyelem iránti szükségletet és a digitális platformok működését. Jelen modell erre tesz kísérletet.

1. ábra
Az online agresszió integrált pszichológiai modellje
az ember társas szükségleteitől a platformlogikán át az agresszióig
(saját szerkesztés)



Kiindulópontunk az, hogy az online agresszió pszichológiai alapfolyamatai nem a digitális technológiával jöttek létre. Az identitás, az önértékelés, az énvédelem, a társas összehasonlítás, a frusztráció és az agresszió offline környezetben is ismert jelenség. A digitális platformok sajátossága abban áll, hogy e folyamatokat a figyelemgazdaság, az algoritmikus tartalomszelekció, az idealizált önbemutatás és a nyilvános visszajelzések révén tartósabbá és egymással szorosabban összekapcsolttá tehetik.

A modell központi fogalmi újítása a figyelemre méltóság szükségletének, illetve annak digitális környezetben kialakuló kontingens formájának beemelése. A folyamatmodell szerint a társas figyelem és az önbemutatás digitális szabályozása fokozhatja a társas összehasonlítást és az önértékelés külső validációtól való függését. Az ebből kialakuló sérülékenység különböző frusztrációs formákhoz vezethet, amelyek aktiválhatják az énvédő mechanizmusokat. Az online agresszió ebben a rendszerben az énvédelem egyik lehetséges, rövid távon feszültségcsökkentő, hosszabb távon azonban önmagát erősítő kimenete. A modell tehát nem egyetlen okra vezeti vissza az online agressziót, hanem a pszichológiai és a kommunikációs folyamatok egymásra épülését hangsúlyozza (lásd az 1. ábrát).

7. A modell empirikus tesztelhetősége és a további kutatások lehetőségei

Jelen tanulmány egy olyan integrált elméleti keretet mutatott be, amely az online agressziót az önértékelés szabályozása, a társas figyelem és a digitális platformkörnyezet egymással összefüggő folyamataiban értelmezi. A modell az identitás, a figyelemre méltóság szükséglete, az idealizált önbemutatás, a társas összehasonlítás, a digitális frusztráció és az énvédő mechanizmusok kapcsolatát rendezi egységes folyamatba. Magyarázó és integráló elméleti keretként azonban a feltételezett kapcsolatok oksági irányai további empirikus vizsgálatot igényelnek.

A modell első fontos kutatási feladata a kontingens figyelemre méltóság empirikus megalapozása. Olyan mérőeszközt kell kidolgozni, amely elkülöníti e konstrukciót a kontingens önértékeléstől, és lehetővé teszi annak vizsgálatát, hogy a társas figyelemtől való függés rendelkezik-e önálló magyarázó értékkel.

A modellből több konkrét, empirikusan tesztelhető feltevés is levezethető. Feltételezhető például, hogy az idealizált online önbemutatásnak való fokozott kitettség és a kedvezőtlen társas összehasonlítás nagyobb önértékelési sérülékenységgel jár együtt, különösen a külső validációtól függő személyek esetében. További feltevés, hogy a társas figyelem elmaradása és a vélt státusvesztés fokozza a frusztrációt, amely közvetítő szerepet tölthet be a kontingens önértékelés, illetve a figyelemre méltóság iránti igény és az agresszív kommunikáció között. Vizsgálható továbbá, hogy az énvédő mechanizmusok – például az önigazolás, a másik fél leértékelése vagy a felelősség áthárítása – erősítik-e a frusztráció és az online agresszió közötti kapcsolatot.

A négy elkülönített frusztrációs forma – az összehasonlítási, a figyelmi, a státus- és az identitásfrusztráció – szintén külön-külön operacionalizálható és vizsgálható. Kérdés lehet, hogy ezek valóban egymásra épülő folyamatot alkotnak-e, illetve melyikük kapcsolódik a legerősebben az énvédő mechanizmusok aktiválódásához. A feltételezett kapcsolatok keresztmetszeti és kísérleti vizsgálatokkal, mediációs és moderációs modellekkel, valamint longitudinális kutatásokkal egyaránt tesztelhetők. A tényleges online kommunikáció tartalomelemzése pedig lehetővé teheti a pszichológiai folyamatok és az agresszív kommunikáció természetes megjelenési formáinak összekapcsolását.

A modell empirikus tesztelése ezért egymásra épülő kutatási programot igényelhet: elsőként a kontingens figyelemre méltóság fogalmi és mérési megalapozását, majd a konstrukciók közötti kapcsolatok és a frusztráció közvetítő szerepének vizsgálatát. Hosszabb távon annak tesztelése válhat lehetővé, hogy az önértékelés, a társas figyelem, a frusztráció és az énvédelem valóban olyan egymásra épülő rendszert alkot-e, amely az online agresszió kialakulásának egyik magyarázó modelljeként alkalmazható.

A modell így nem lezárt oksági magyarázatként, hanem empirikusan tesztelhető elméleti keretként értelmezhető. Tudományos értéke abban rejlik, hogy az önértékelés szabályozását, a társas figyelem iránti igényt, a digitális platformlogikát, a társas összehasonlítást, a frusztrációt és az énvédő mechanizmusokat olyan folyamatba rendezi, amelyből konkrét, vizsgálható feltevések vezethetők le.

Felhasznált irodalom

Appel, Markus, Anne L. Gerlach & Jan Crusius (2016): The Interplay between Facebook Use, Social Comparison, Envy, and Depression. *Current Opinion in Psychology*, vol. 9, pp. 44–49, https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.006

Aronson, Elliot (1969): The Theory of Cognitive Dissonance: A Current Perspective. In: Leonard Berkowitz (ed.): *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 4, pp. 1–34, Academic Press, https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60075-1

Aronson, Elliot, Timothy D. Wilson & Samuel R. Sommers (2021): *Social Psychology*. Pearson.

Bandura, Albert (1977): *Social Learning Theory.* Prentice Hall.

Bandura, Albert (1999): Moral Disengagement in the Perpetration of Inhumanities. *Personality and Social Psychology Review,* vol. 3, no. 3, pp. 193–209, https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0303_3

Baumeister, Roy F., Laura Smart & Joseph M. Boden (1996): Relation of Threatened Egotism to Violence and Aggression: The Dark Side of High Self-Esteem. *Psychological Review*, vol. 103, no. 1, pp. 5–33, https://doi.org/10.1037/0033-295X.103.1.5

Berkowitz, Leonard (1989): Frustration-Aggression Hypothesis: Examination and Reformulation. *Psychological Bulletin*, vol. 106, no. 1, pp. 59–73, https://doi.org/10.1037/0033-2909.106.1.59

Blanton, Hart, Joel Cooper, Ian Skurnik & Joshua Aronson (1997): When Bad Things Happen to Good Feedback: Exacerbating the Need for Self-Justification with Self-Affirmations. *Personality and Social Psychology Bulletin,* vol. 23, no. 7, pp. 684–692, https://doi.org/10.1177/0146167297237002

Buckels, Erin E., Paul D. Trapnell & Delroy L. Paulhus (2014): Trolls Just Want to Have Fun. *Personality and Individual Differences*, vol. 67, pp. 97–102, https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.01.016

Chester, David S. & C. Nathan DeWall (2016): The Pleasure of Revenge: Retaliatory Aggression Arises From a Neural Imbalance Toward Reward. *Social Cognitive and Affective Neuroscience*, vol. 11, no. 7, pp. 1173–1182, https://doi.org/10.1093/scan/nsv082

Cinelli, Matteo, Gianmarko De Francisci Morales, Alexandro Galeazzi & Michele Starnini (2021): The Echo Chamber Effect on Social Media. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, vol. 118, no. 9, https://doi.org/10.1073/pnas.2023301118

Cingel, Drew P., Michael C. Carter & Hannes-Vincenct Krause (2022): Social Media and Self-Esteem. *Current Opinion in Psychology,* vol. 45, https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2022.101304

Chou, Hui-Tzu Grace & Nicholas Edge (2012): They Are Happier and Having Better Lives Than I Am: The Impact of Using Facebook on Perceptions of Others' Lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, vol. 15, no. 2, pp. 117–121, https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324

Crocker, Jennifer & Connie T. Wolfe (2001): Contingencies of Self-Worth. *Psychological Review*, vol. 108, no. 3, pp. 593–623, https://doi.org/10.1037/0033-295X.108.3.593

Crocker, Jennifer & Lora E. Park (2004): The Costly Pursuit of Self-Esteem. *Psychological Bulletin*, vol. 130, no. 3, pp. 392–414, https://doi.org/10.1037/0033-2909.130.3.392

Davenport, Thomas H. & John C. Beck (2001): *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Harvard Business School Press.

Decety, Jean & Philip L. Jackson (2004): The Functional Architecture of Human Empathy. *Behavioral and Cognitive Neuroscience Reviews*, vol. 3, no. 2, pp. 71–100, https://doi.org/10.1177/1534582304267187

Dodge, Kenneth A. (1980): Social Cognition and Children's Aggressive Behavior. *Child Development*, vol. 51, no. 1, pp. 162–170, https://doi.org/10.2307/1129603

Dollard, John, Neal E. Miller, Leonard W. Doob, O. H. Mowrer & Robert R. Sears (1939): *Frustration and Aggression*. Yale University Press, https://doi.org/10.1037/10022-000

Ellison, Nicole B., Rebecca Heino & Jennifer Gibbs (2006): Managing Impressions Online: Self-Presentation Processes in the Online Dating Environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 11, no. 2, pp. 415–441, https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x

Erikson, Erik H. (1968): *Identity: Youth and Crisis*. Norton.

Festinger, Leon (1954): A Theory of Social Comparison Processes. *Human Relations*, vol. 7, no. 2, pp. 117–140, https://doi.org/10.1177/001872675400700202

Festinger, Leon (1957): *A Theory of Cognitive Dissonance.* Stanford University Press, https://doi.org/10.1515/9781503620766

Goffman, Erving (1959): *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday Anchor.

Hogan, Bernie (2010): The Presentation of Self in the Age of Social Media. *Bulletin of Science, Technology & Society*, vol. 30, no. 6, pp. 377–386, https://doi.org/10.1177/0270467610385893

Kernis, Michael H. (2003): Toward a Conceptualization of Optimal Self-Esteem. *Psychological Inquiry*, vol. 14, no. 1, pp. 1–26, https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1401_01

Leary, Mark R. (2005): Sociometer Theory and the Pursuit of Relational Value: Getting to the Root of Self-Esteem. *European Review of Social Psychology*, vol. 16, no. 1, pp. 75–111, https://doi.org/10.1080/10463280540000007

Leary, Mark R. & Baumeister, Roy F. (2000): The Nature and Function of Self-Esteem: Sociometer Theory. *Advances in Experimental Social Psychology,* vol 32, pp. 1–62, https://doi.org/10.1016/S0065-2601(00)80003-9

Marengo, Davide, Christian Montag, Cornelia Sindermann, Jon D. Elhai & Michele Settanni (2021): Examining the Links Between Active Facebook Use, Received Likes, Self-Esteem and Happiness: A Study Using Objective Social Media Data. *Telematics and Informatics,* vol. 58, https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101523

Marwick, Alice E. (2013): *Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age.* Yale University Press.

McComb, Carly A., Eric J. Vanman & Stephanie J. Tobin (2023): A Meta-Analysis of the Effects of Social Media Exposure to Upward Comparison Targets on Self-Evaluations and Emotions. *Media Psychology,* vol. 26, no. 5, pp. 612–635, https://doi.org/10.1080/15213269.2023.2180647

Németh Erzsébet (2025): Kommunikáció online térben és az empátia jelenségvilága. *Jel-Kép: Kommunikáció, Közvélemény, Média*, 1. sz., 15–27. o., https://doi.org/10.20520/JEL-KEP.2025.1.15

Nickerson, Raymond S. (1998): Confirmation Bias: A Ubiquitous Phenomenon in Many Guises. *Review of General Psychology,* vol. 2, no. 2, pp. 175–220, https://doi.org/10.1037/1089-2680.2.2.175

Pariser, Eli (2011): *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Press.

Postmes, Tom & Russell Spears (1998): Deindividuation and Antinormative Behavior: A Meta-Analysis. *Psychological Bulletin*, vol. 123, no. 3, pp. 238–259, https://doi.org/10.1037/0033-2909.123.3.238

Sherman, David K. & Geoffrey L. Cohen (2002): Accepting Threatening Information: Self-Affirmation and the Reduction of Defensive Biases. *Current Directions in Psychological Science,* vol. 11, no. 4, pp. 119–123, https://doi.org/10.1111/1467-8721.00182

Sherman, David K. & Geoffrey L. Cohen (2006): The Psychology of Self-Defense: Self-Affirmation Theory. In: Mark P. Zanna (ed.): *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 38, pp. 183–242. Academic Press. https://doi.org/10.1016/S0065-2601(06)38004-5

Servidio, Rocco, Paolo Soraci, Mark D. Griffiths, Stefano Boca & Zsolt Demetrovics (2024): Fear of Missing out and Problematic Social Media Use: A Serial Mediation Model of Social Comparison and Self-Esteem. *Addictive Behaviors Reports,* vol. 19, https://doi.org/10.1016/j.abrep.2024.100536

Suler, John (2004): The Online Disinhibition Effect. *CyberPsychology & Behavior*, vol. 7, no. 3, pp. 321–326, https://doi.org/10.1089/1094931041291295

vanDellen, Michelle R., W. Keith Campbell, Rick H. Hoyle & Erin K. Bradfield (2011): Compensating, Resisting, and Breaking: A Meta-Analytic Examination of Reactions to Self-Esteem Threat. *Personality and Social Psychology Review,* vol. 15, no. 1, pp. 51–74, https://doi.org/10.1177/1088868310372950

Verduyn, Philippe, Oscar Ybarra, Maxime Résibois, John Jonides & Ethan Cross (2020): Do Social Network Sites Enhance or Undermine Subjective Well-Being? A Critical Review. *Social Issues and Policy Review*, vol. 14, no. 1, pp. 274–302, https://doi.org/10.1111/sipr.12033

Vogel, Erin A., Jason P. Rose, Lindsay R. Roberts & Katheryn Eckles (2014): Social Comparison, Social Media, and Self-Esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, vol. 3, no. 4, pp. 206–222, https://doi.org/10.1037/ppm0000047

Walther, Joseph B. (1996): Computer-Mediated Communication: Impersonal, Interpersonal, and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, vol. 23, no. 1, pp. 3–43, https://doi.org/10.1177/009365096023001001

Zuboff, Shoshana (2019): *The Age of Surveillance Capitalism: The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power.* PublicAffairs.