



DEZINFORMÁCIÓ ÉS PROPAGANDA: AHOGY MAGYAR DIÁKOK LÁTJÁK

Diákok munkáinak gyűjteménye

"Minőségi híreket fogyasztani olyan, mint zöldséget enni. Nem mindenki szereti, de van, aki igen, és mindenkinek szüksége van rá, hogy egészséges maradjon." Daniel Funke, a Poynter tényellenőrző riportere mondta ezt a [Misinformation and Propaganda for Hungarian Students](#) workshop diákjainak. A workshopot a Center for Media, Data and Society (CMDS) szervezte a Central European Universityn, Budapesten.

A CMDS igazgatója, Marius Dragomir szerint a háromnapos workshop célja az volt, hogy *"mivel a dezinformáció úgy terjed, mint a futótűz, a médiaműveltségnek fel kell venni vele a lépést. Különösen Magyarországon, ahol mindennapos a propaganda, és minden felelős intézménynek lépéseket kell tennie, hogy a fiatalokat megtanítsa arra, mit kezdjenek a hazugságokkal. A workshop volt ehhez a mi hozzájárulásunk."*

Tíz diák vett részt a workshopon, hogy média helyzetének kapcsán a dezinformációról beszélgessen magyar és nemzetközi szakértőkkel, hogy megtudja, hogy keletkezik és terjed a dezinformáció, és hogy hogyan ismerhetik fel és küzdhetnek ellene.

A workshopot négy tréner tartotta:

- Marius Dragomir, igazgató, Center for Media, Data and Society
- Daniel Funke, tényellenőrző riporteri, Poynter
- Oren Levine, innovációs igazgató, International Center for Journalists
- Charles Salter, ügyvezető igazgató, The News Literacy Project.

A workshopon a gyakorlati elemek is hangsúlyosak voltak: például a résztvevők készségeinek fejlesztése, hogy felismerjék a dezinformációt és küzdjenek ellene. A program részeként a résztvevők egy-egy, a dezinformáció témakörébe tartozó projekten dolgoztak (poszt/podcast/vizualizáció/film stb.). Ehhez mentorok nyújtottak nekik segítséget.

Mentorok:

- Nagy Krisztina, Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
- Polyák Gábor, Mérték Médiaelemző Műhely
- Varga Éva, Pécsi Egyetem

A projektek végső verzióját a CMDS kutatója, Szakács Judit szerkesztette és fordította magyarra.

A következő cikket a "Misinformation and Propaganda for Hungarian Students" program diákjai készítették. A bennük kifejtett nézetek, vélemények nem feltétlenül tükrözik a Center for Media, Data and Society álláspontját.

Ezért van szükség tényellenőrző weboldalra Magyarországon

Szerző: Gajdos Renáta

Dezinformáció, félretájékoztatás, álhírek – ma már a világon mindenütt ismerősen csengenek ezek a szavak. Néha észre sem vesszük, hogyan gabalyodunk a médiában olvasott, látott, hallott hazugságok hálójába.

Magyarországon a dezinformáció hatalmas problémát jelent. Az emberek propagandával találkoznak a bulvárlapokban, az újságokban, a televíziókban, a rádiókban, az interneten és a közösségi médiában. Azoknak a magyaroknak a többsége, aki ezekből a forrásokból tájékozódik, torz képet kap a világról. Ezért van szükségünk egy olyan szervezetre, amely a dezinformáció ellen küzdene Magyarországon.

Egy tényellenőrző (fact-checking) szervezet beindítása azonban rengeteg energiát, kemény munkát és sok bátorságot igényel. Magyarországon a legtöbb sajtóterméket közvetve vagy közvetlenül a kormány finanszírozza. A független médiumok nehezen tudják megőrizni szabadságukat. Csak közösségi támogatással, adományokkal tudnak életben maradni. Ez azt is jelenti, hogy egy tényellenőrző szervezet létrehozása rendkívül nehéz lenne.

Azt mondják, hogy a leghosszabb út is egy lépéssel kezdődik. Véleményem szerint az első lépés az, hogy elmagyarázzuk a közösségnek, miért van szükségünk tényellenőrző weboldalra Magyarországon. Ezért állítottam össze ezt a listát az emellett szóló érvekről, amik meg tudják győzni az embereket, hogy változásra van szükség. A szöveg alapján infografikát is készítettem, ami a tényellenőrzés lényegét, céljait és az információs ökoszisztémában elfoglalt helyét egyszerű, közérthető formában mutatja be a szélesebb közönségnek.

Kormánypárti médiatúlsúly

A magyar média legtöbb kormánypárti cége nemrég összeállt és létrehozott egy hatalmas, majdnem 500 kiadványból és cégből álló kormánypárti médiavállalkozást. A vállalkozás tulajdonosa a Közép-Európai Sajtó és Média Alapítvány nevű szervezet, amit Orbán Viktor miniszterelnök régi támogatója, Liszkey Gábor médiavállalkozó vezet. A kormányzati reklámok és támogatások a kormánypárti kiadványokat részesítik előnyben. Ebben a helyzetben a független és kormánykritikus médiumok anyagi helyzete bizonytalan. Ezáltal a kormányzat hangja erősebb, mint bármely független médiumé. A kormánypárti média a kormány szája ízének megfelelően tálalja a híreket, Orbán és a Fidesz populista politikáját támogatja. Ma a magyar médiában elérhető tartalmak többsége kormánypropagandának tekinthető. Ennek egyik alapvető eleme a hazug, férevezető információk terjesztése, ahogy ezt láthattuk a közpénzből finanszírozott Brüsszel- és Soros-ellenes kampányokban. Egy tényellenőrző szervezet erre fel tudná hívni a figyelmet.

A politikusok és véleményformálók a hagyományos és a közösségi médiát felhasználva saját narratívákat alkotnak

Barbara Hardy, brit szerző és tudós azt írja: „Az emberek történetekben álmodnak, történetekben álmodoznak, történeteken át emlékeznek, gondolkodnak, reménykednek, esnek kétségbe, hisznek, kételkednek, terveznek, átgondolnak, kritizálnak, alkotnak, pletykálnak, gyűlölnék és szeretnek.” Az emberek a világot különböző történetek, narratívák segítségével értelmezik. A politikai kontextusban a narratívák befolyásolhatják véleményüket és gondolataikat. A tényellenőrzők időt és energiát spórolnának az embereknek, mivel ellenőriznék a politikusok és törvényhozók által terjesztett információk valóságtartalmát.

Az állításait ellenőrző szervezet híján a politikusoknak egyszerűbb dolga van, amikor saját narratívával akarnak előállni. Az emberek - politikai identitásukból, meggyőződésükből fakadóan - gyakran teljesen hihetetlen dolgokat is elhisznek a politikusoknak. A politikusok szívesen címkéznek mindent „álhírnek”. Ha megjelenik róluk valamilyen nem hízelgő, de valós hír, gyakran hazug állításokkal próbálják a médiára és az újságírókra tolni a felelősséget. Szükségünk van egy szervezetre, amely ellenőrzi a politikusok által kreált „igazságot.”

A félretájékoztatásnak fontos következményei lehetnek

A mi generációnk számára a félretájékoztatás súlyos problémát jelent. Minél többet hall az ember egy hazug állítást, annál nagyobb eséllyel fogja elhinni. A bevándorlásról szóló közbeszéd ennek tökéletes példája. Számos médium, és nem csak Magyarországon, szöveggörnyezetéből kiragadott fotókkal szított a bevándorlók ellen gyűlöletet.

Képzeld el, hogy elolvasunk egy cikket a menekültválságról, ami szerint a migránsok megtámadták a rendőröket. A cikk tartalmát még fénykép is igazolja. Megosztjuk a történetet a barátainkkal a Facebookon vagy egyéb közösségi médiában. Később hiába derül ki, hogy a hír hamis volt, a baj már megtörtént. Több száz Facebook-ismerősünk és az ő ismerőseik látták már az álhírt, ami gyűlöletet keltett, és a menekültekkel szembeni előítéleteket és rasszizmust erősítette. Pedig nem akartunk bajt okozni, csak fel akartuk hívni a figyelmet egy incidensre. Mégis hozzájárultunk a menekültek demonizálásához. Az ilyen esetek elkerülésében segíthet egy tényellenőrző weblap, aminek segítségével kideríthetjük, mi igaz és mi nem.

A médiába vetett bizalom erősítése

Mivel az álhírek annyira elterjedtek, az emberek kezdik azt hinni, hogy minden, ami a médiában megjelenik – hazugság. Ez azonban nem igaz: még mindig léteznek megbízható, pártatlan, független médiumok. A tényellenőrző oldal megváltoztathatja, hogy hogyan tekintünk a dolgokra. Az információk ellenőrzésével segítséget nyújthat az újságíróknak, az embereknek pedig segíthet eldönteni, melyik médiumokban bízhatnak.

Ha elfogadjuk, hogy a tényellenőrző szervezet a média „őrktája” lenne, akkor jobban megbízunk benne. A tényellenőrzés nem ódivatú újságírás. Ellenkezőleg, kifejezetten kreatív újságírásfajtáról van szó. Ugyan sok adatot közöl, de kreatívan tud megfogalmazni erős és fontos állításokat.



Az igazság feltárása a közvélemény számára

A szervezet legfontosabb feladata a dezinformációk, álhírek és internetes kacsák cáfolata lenne. Ha az ember nem tudja eldönteni, egy állítás igaz-e vagy sem, felveheti a kapcsolatot a szervezettel és megkérheti, hogy ellenőrizték le. Így mindenki láthatná, honnan jön és hogyan terjed a propaganda és az álhír. Idővel így aztán tájékozottabbá válnánk a híreket illetően.

A tényellenőrző szervezet nem csak azzal érhetne el változást, hogy megcáfolja az álhíreket. Magára a jelenségre is felhívna a figyelmet. Emellett megvizsgálná a mögötte rejlő mechanizmust és hogy a különböző országokban hogyan befolyásolja a döntéshozatalt. Ezek a szervezetek a függetlenségükből nyerik hitelességüket.

Ne hagyjuk, hogy manipuláljanak

Végül, de nem utolsósorban, ezek a szervezetek segítenek, hogy a politikai pártok, a kormány és a törvényhozók ne tudják átformálni az embert. Ha megismerjük az álhír problematikáját, szkeptikusabbá válhatunk az olvasott, látott, hallott hírekkel kapcsolatban.

A tényellenőrzés végső soron hatalmat ad a polgárok kezébe. Lehetővé teszi számunkra, hogy részt vegyünk a folyamatban, és mi magunk döntsük el, mi igaz és mi nem. Együtt elérhetjük a változást. Együtt eldönthetjük, hogy hidat építünk egy szebb jövőbe.

A világon már számos tényellenőrző szervezet működik, amelyek példaként szolgálhatnak a saját harcunkban az álhírek ellen. Egy tényellenőrző weboldal beindításához nem kell túl sok minden: két-három jó újságíró, egy weblap és finanszírozás. De legfőképpen a te támogatásodra van szükségünk. Csak a te segítségeddel valósulhat meg az oldal. Ha felismerjük, hogy szükség van tényellenőrző szervezetre az országban, megtesszük az első lépést egy magyar tényellenőrző közösség létrehozása felé.

Diákok a félretájékoztatás társadalmában: Mit tehet az iskola?

Szerző: Kovács Blanka

Az álhír 2019-ben nem újdonság. Ez a potenciálisan káros jelenség mindig létezett, de a közösségi média megjelenése, illetve az egyre gyorsuló médiareakció következtében sokkal jobban elterjedt, és megnőtt a hatása is. Olyannyira, hogy ma már az álhír nem is a megfelelő kifejezés a jelenség leírására. A félretájékoztatás és a dezinformáció legalább hét típusát meg lehet különböztetni, a paródiától az enyhén manipulált tartalmakon át a teljesen kitalált információig. Bár az álhír a mindennapjainkban jelen lévő, nagyon összetett probléma, általános egyetértés van arról, hogyan lehet a veszélyeit csökkenteni. A „gyógyszer” neve: a médiaműveltség oktatása. Nyugaton számtalan jól finanszírozott kezdeményezés létezik a tudatos médiafogyasztás tanítására. Kelet-Európában azonban még gyerekcipőben jár ez a terület. Ehhez a cikkhez magyartanárokkal beszéltem arról, hogyan használjuk vagy nem használjuk az oktatást a médiaműveltség tanítására.

A Nemzeti Alaptanterv (NAT) legfrissebb verzióját 2012-ben adta ki a kormány. A NAT fő célja, hogy egyetlen oktatási programot hozzon létre az állami iskolák számára. A NAT útmutatót ad a tanároknak arról, hogy mit kellene tanítaniuk. Ugyanakkor az elvárásai gyakran homályosak, és az óravázlatok megírása sok plusz munkát követel a tanároktól.

A NAT szerint a tudatos médiafogyasztást informatika, történelem, mozgóképkultúra és médiaismeret, valamint nyelvtan órákon javasolt tanítani. Az iskolákban többnyire az utóbbi keretein belül kerül rá sor. Miután ez viszonylag új téma, arra a kérdésre kerestem a választ, hogy hogyan és mit tanítanak a tanárok diákjaiknak a félretájékoztatás által jelentett veszélyről.

József egy erős középiskolában tanít magyar nyelvtant és irodalmat Budapest egyik külső kerületében. Ő azt mondja, a téma már megjelenik a tanórákon. „Köszönhetően az állam egységesítési törekvéseinek, csak egyféle nyelvtan tankönyv-családot használhatunk. Ezekben a könyvekben az álhír témája minden évfolyamon előkerül. A szerzők azonban úgy tárgyalják a jelenséget, mintha kizárólag az internet hibája lenne. Nem beszélnek az álhírekről az újságírás és a hagyományos sajtó kontextusában. Pont ezért én megpróbálom kicsit feldobni a feladatot. Például amikor irodalomórán olyan költőkről vagy írókról beszélünk, akik újságíróként is dolgoztak, sokat beszélünk a népszerű újságírói stílusokról. A diákok szeretik azokat a feladatokat, amikor egy halott költő újságcikkét kell összehasonlítaniuk mondjuk egy 444.hu-n megjelent írással. Véleményem szerint az a legfontosabb, hogy megtanulják a források kezelését. Annak nincs értelme, ha tanárként azt mondod nekik, hogy ne olvassanak egy adott weblapot vagy magazint. Ez nem érdekli őket. Úgyhogy a Google és a linkek korában én azt próbálom nekik megtanítani, hogyan álljanak elemzően egy adott szöveghez.”

Alma, aki egy kicsi vidéki középiskola nyelvtan- és irodalomtanára, nagyjából egyetértett József nézeteivel. „Igen, a tantervben benne van az újságírás és a reklámok témája, de ezen túl nem szabják meg nagyon szigorúan, hogy mit kell tanítani. Amikor órán erről a témáról beszélünk, én az online kommunikációt és a minőségi újságírást helyezem előtérbe. Például cikkeket kell keresniük a diákoknak és meg kell magyarázniuk, miért hamisak.” Ezek a példák azt mutatják, hogy az álhírek témája bizonyos fokokig megjelenik a magyar iskarendszerben. De ez elég vajon?

Az Egyesült Államokban sokkal több erőforrás áll rendelkezésre, hogy a diákokat értő hírolvasóvá neveljék, illetve hogy segítsenek a tanároknak, hogyan tanítsák a témát. Például a kaliforniai oktatási minisztérium 2018 szeptemberében [kötelezővé tette](#) az álhírek tanítását. Az indoklás az volt, hogy a médiaműveltség a demokrácia jövőjét segít biztosítani. Ezzel Kalifornia Washington, Új-Mexikó és más államok nyomába lépett. A törvény meghozása után kialakítottak egy online felületet, ahol a tanárok beszámolnak arról, hogyan akarják tanítani a témát az iskolákban. Emellett más kezdeményezések is vannak. Egy amerikai civil szervezet, a News Literacy Project (Hírműveltség Projekt) létrehozott egy szoftvert, aminek segítségével a gyerekek megtanulhatják, hogyan vegyék észre az álhíreket és hogyan ismerhetik fel a megbízható újságcikkeket. A szervezet vezetője, Charles Salter azt mondta egy műhelytalálkozón a CEU-n 2019 februárjában, hogy nagy az igény a hasonló termékekre. Erre jó példa, hogy New York városának vezetősége nemrég a város összes iskoláját ellátta egy [Checkology](#) nevű szoftverrel, amit szintén a tudatos médiafogyasztás tanítására fejlesztettek.

Az általam megkérdezett tanárok szerint nagyon jó lenne, ha lenne valami hasonló Magyarországon is. Sajnos a magyar oktatási rendszer hírhedten forráshiányos, és még a meglévő forrásokat is sokszor nem megfelelően osztja el. Sokkal alapvetőbb problémákkal küzd a szektor. A [kezdő tanári fizetés](#) BA diplomával annyi, mint a magyar középfokú végzettségűek garantált bérminimuma, Ma diplomával is csak 8000 Ft-tal több. Ilyen körülmények között a tanároknak „kreatívnak” kell lenniük. „Szerintem problémát jelent, hogy míg tanítanunk kell a minőségi újságírásról, addig az álhír jelensége hiányzik az alaptantervből, legalábbis a nyelvtanhoz adott irányelvek közül. A tanterv nem adja meg, hogy egy nyelvtantanárnak mit kellene a témáról tanítania. Emiatt sokszor külön meg kell kérdezni más szakos kollégáimat, hogy mit tanítsunk, mi az elvárás,” mondja Lili, aki egy főleg tanulási nehézségekkel rendelkező, illetve máshonnan eltanácsolt diákok számára létrehozott alapítványi iskolában dolgozik Budapesten.

A tanároknak Magyarországon évente továbbképzésre kell menniük, de József azt mondja, az országos adatbázisban csak egyetlen médiaműveltségi műhelyt talált. „Jó lenne, ha lenne ezekre a dolgokra anyagi keret. Az iskolák jelenleg még „kütyükre” sem költhetnek. Elég nehéz úgy beszélni a közösségi média veszélyeiről, hogy az osztályteremben nem férsz hozzájuk. Ideális esetben az intézmény kapna támogatást, és a tantestület dönthetne arról, hogy ezt mire költjük. Vagy pályázhatnánk a hírfogyasztásról szóló tematikus projektek szervezésére gyerekeknek azokkal a tanároknak, akik ezt a tanterv szerint tanítják. De ez csak utópia – nem valószínű, hogy bármi megváltozna,” tette hozzá József.

Mindent összevetve világos, hogy nem az a probléma, hogy a magyar fiatalokat ne próbálná az iskola a félretájékoztatásról tanítani. A gond a szélesebb perspektívából adódik: nincsen anyagi keret, hogy az iskolák innovatív módszereket vezessenek be, és hogy az aktuális problémákra gyorsan reagáljanak. A tanárokat a rendszer magukra hagyja az álhír jelenségének tanításában. Ez azt jelenti, hogy segítség nélkül kell megtanítaniuk diákjaikat arra, hogyan legyenek felelősségteljes állampolgárok egy demokráciában.

A visegrádi négyek és a dezinformáció

Szerző: Pavel Nikolic

Napjaink gyors technológiai fejlődése miatt az információs térben zajló események és cselekmények kulcsfontosságú jelentőségre tettek szert. Az információ hatalma természetesen nem új jelenség. Az információt már nagyon régóta használják fegyverként. A modern technológia azonban megkönnyítette és egyben veszélyesebbé is tette a dezinformáció használatát. Egyre növekvő adatmennyiség és információ áll rendelkezésünkre, könnyebb elérhetőséggel és nagyobb hozzáférhetőséggel. Ez a helyzet lehetőséget is teremt arra, hogy rossz szándékú szereplők beszivárognak a kommunikációs csatornába és szándékosan félrevezető és hamis üzeneteket terjesszenek. Az ilyen akciók céljai különbözőek lehetnek. Ezek között szokták említeni például a zavarkeltést, a kétségek, bizonytalanságok ébresztését, a vélemények manipulációját, és a különböző elgondolások és értékek hiteltelenítését, megváltoztatását és megtámadását politikai, gazdasági, ideológiai vagy esetleg katonai céllal. Az álhírek és a hamis információk világszinten is képesek lehetnek az események befolyásolására.

A dezinformációs technikák közül a legismertebb talán az angolul **4D-nek** nevezett módszer. A 4D a következőkre utal: „dismiss” (elutasítás), azaz a tények nyílt semmibevétele vagy tagadása; „distort” (torzítás), azaz a valóság szándékos eltorzítása, az események leírásának meghamisítása; „distract” (elterelés), azaz a figyelem elterelése alternatív beszámolók vagy hazug történetek bemutatásával; és „dismay” (megrémítés), azaz fenyegetések és megfélemlítés használata. A félretájékoztatásnak és a dezinformációnak számos fajtája létezik. Az alábbi ábra segítségével megkülönböztethetjük az egyes típusokat:



Az információs rendellenesség 7 kategóriája (Forrás: [Claire Wardle, First Draft](#))

Az álinformáció veszélyeit illusztrálандó [az MIT kutatói a Twitteren 2006 és 2017 között megjelent tartalmakat elemezték](#). A kutatók arra jutottak, hogy a hamis történetek gyorsabban, messzebbre és szélesebb körben terjedtek, mint az igazság. A hazug pletykák és álhírek egész egyszerűen több embert értek el, mint a valós hírek. Az álhíreket 70%-kal nagyobb eséllyel tweetelték az emberek, mint az igaz történeteket. A kutatók azt is megfigyelték, hogy a valós híreknek körülbelül hatszor annyi időre volt szükségük, mint az álhíreknek, hogy elérjenek 1500 embert. Ennek oka többek között az, hogy a hamis hírek gyakran érdekesebbek, fontosabbnak tűnnek, rájátszanak az előítéleteinkre, azaz sokkal inkább megosztásra sarkallnak, mint az igazság.

Kelet-Közép-Európa négy országa, Csehország, Magyarország, Lengyelország és Szlovákia alkotja az úgynevezett visegrádi négyek csoportját. Ezek az országok természetesen sokban különböznek, de rengeteg mindenben hasonlítanak is. Hasonló a pártállami múltjuk, és a rendszerváltás után mindegyikük hasonló elhatározással akart nyugati demokráciává és az euroatlanti integráció részévé válni. Ami még szintén közös bennük, hogy az elmúlt években mind a négy ország oroszpartí dezinformációs kampány célpontjává vált. Mind a négy ország „nemzeti” kiberterében kialakultak a megtévesztő információ terjesztésére szolgáló csatornák. Lengyelországban és Csehországban a problémát főként [„ellenséges vagy nem baráti harmadik felek akcióinak eredményeként”](#) értelmezik. Szlovákia és Magyarország sokkal kevésbé aktívan áll a dologhoz.



Ha a Kreml-párti dezinformációt vizsgáljuk, azt látjuk, hogy mind a négy országban a fő célpont a közvélemény, az Európai Unió és a NATO támogatottsága, az országok intézményei és demokratikus alapjai. Ha azonban a „kereslet” oldaláról nézzük a problémát, és azt próbáljuk meg tudni, hogy a dezinformáció hogyan befolyásolja a közönség véleményét és tetteit, legelőször is a közönséget kell megvizsgálnunk. Az oroszbarát, Kreml-párti dezinformációról az Európai Unió East Stratcom Task Force nevű egysége [már 2016-ban jelezte](#), hogy a dezinformációs kampányok erősödnek Közép-Európában és egyre inkább a helyi közönségekre szabják üzeneteiket. A V4-es országok társadalmaiban a dezinformációra leginkább fogékony csoportok közé tartoznak a fiatalok és az idősek, valamint a kisebbségek és a radikális nézeteket valló polgárok.

Van azonban néhány különbség a négy ország között, amely meghatározza a V4-eken belül az egyes országokra irányuló dezinformációs kampányok jellegét és eszközeit. Ezek közé tartozik a négy ország különböző politikai és gazdasági irányultsága, a politikai színtér és a pártok értékei közötti különbség, valamint a médiaszereplők helyzetében és a média sokszínűségében látható különbségek. Fontos különbséget jelent a dezinformációs kampányok jellegét és eszközeit illetően még az is, hogy a közvélemény az egyes országokban hogyan viszonyul az ország stratégiai irányultságához, illetve hogy a lakosság mennyire nyitott a [Kreml-párti propagandára](#).

A GLOBSEC szlovák kutatóintézet [tanulmánya szerint](#) a négy ország közül a bomlasztó külföldi hatásoknak Magyarország tud a legkevésbé ellenállni, míg Szlovákiát találták a második legsebezhetőbbnek. Csehország lett a harmadik, és Lengyelország a negyedik. A tanulmány

Oroszországot állítja a középpontjába, mivel az euroatlani térség szomszédságában Oroszország a legfontosabb olyan szereplő, amelynek lehetnek bomlasztó politikai céljai.

A GLOBSEC tanulmánya arra is rámutatott, hogy a közvélemény igencsak különbözik az EU-t, a NATO-t és Oroszországot illetően a négy országban. Szlovákiában találták a társadalmat a leginkább oroszbarátnak, és itt volt a NATO támogatottsága is a legalacsonyabb. Csehországot lehet a visegrádi négyek legeuroszeptikusabb tagjának tekinteni. Itt a legkevésbé népszerű az EU. A magyarok nyugatbarát hozzáállása kiderül az EU és a NATO egyaránt magas támogattságából. Végezetül pedig Lengyelország a leginkább „Euro-optimista,” NATO-párti (és USA-párti) a négy ország közül. Ez az Oroszországgal közös kalinyingrádi határnak és az Oroszországra irányuló történelmi bizalmatlanságnak köszönhető. Ebből is látszik, hogy a régió belül is nagy különbségek vannak a közönségben. Ez megmagyarázza, hogy a Kreml-párti dezinformáció eszközeinek és üzeneteinek miért kellett országspecifikussá válnia.

Végezetül jegyezzük meg, hogy a dezinformáció elleni küzdelemben kulcsfontosságú a médiaműveltség. A dezinformáció hatékonysága egy adott országban szorosan összefügg a médiaműveltség szintjével. Az Eurostat szerint az [EU 16-29 éves korú népességének 80%-a](#) napi szinten használja az internetet és a közösségi oldalakat. A rengeteg megbízhatatlan és eltorzított információ közepette a felhasználók ítéletén és tudatosságán múlik, hogy felismerik-e és elutasítják-e az álhíreket és a dezinformációt. A [médiaműveltség fejlesztésével](#) fejlődik a kritikus gondolkodás és az információfogyasztás tudatossága. A médiaműveltség hozzájárul a média felelősségének kialakulásához, és segít abban, hogy az egyén szintjén tudatosabban kezeljük a dezinformációt és jobban ellenálljunk neki.

Kína: Háború dezinformációval

Szerző: Papp Gábor

"Minden háború alapja a megtévesztés."

SZUN CE: A HÁBORÚ MŰVÉSZETE

Egy terv mind felett

Minden történelmi periódusnak megvan a saját forrása a hatalomhoz. Az előzőekkel szemben ma ez nem csak materiális, nem föld vagy gyárak tömkelege, hanem valami ennél sokkal komplexebb. A tömegmédia, az új média és a közösségi hálók – meg persze sok egyéb – megjelenésével az információ (big data) lett a hatalom záloga, elsődleges kulcsa. Ugyanakkor az információ komoly fenyegetés is. Az „információs rendellenességnek” sok arcát ismerhetjük, de közülük is a dezinformációnak és a politikai propagandának van a legnagyobb ráhatása a demokráciánkra, mivel ezek könnyedén képesek „betörni” és/vagy megosztani teljes nemzeteket. A radikális és populista politikusok felhasználják a propagandát és a dezinformációt – és a demokratikus megválasztásukból adódó legitimitásukból azokat az intézményeket is, amelyeknek meg kellett volna állítaniuk őket -, hogy megszerezzék és megtartsák a hatalmukat.

Már most sok példát ismerhetünk erre, a legtöbbet Európából (főleg Közép-és Kelet-Európából) és az USA-ból (elég a 2016-os elnökválasztásra gondolni), ahol jól megmutatkozott az orosz propagandagépezet olajozottsága.

De mi van akkor, ha azt mondom, tudok valami sokkal veszélyesebbet az öreg északi óriásmedvénél. Ez pedig egy sárkány Keleten. Ahelyett, hogy tüzet okádna, más taktikához kell folyamodnia.

Egy ideig abban a hitben éltünk, hogy Kína boldog az USA árnyékában és elfogadja a világot úgy, ahogy az van, a Nyugat irányítása alatt. Azonban megtörtént a kínai csoda, az óriási gazdasági növekedés, ami után egyértelművé vált, hogy Kína többet akar, mint gondoltuk.

Az egyik legjobb példa, ami megmutatja, hogyan távolodott el Kína a magasra tett mércéinktől az, amikor Hszi Csin-pinget élethosszig megválasztották elnökké 2018-ban. A Nyugat elbukta 25 éves fogadását Kínát illetően. A nyugati vezetők abban bíztak, hogy a gazdasági felzárkózás majd arra ösztönzi Kínát, hogy átálljon a kapitalista piacgazdaságra. Az elképzelés szerint ahogy az emberek egyre jobban élnek, úgy egyre jobban akarják majd a demokratikus szabadságjogok és a jog uralmának érvényesülését Kínában. Nem így történik.

Kínának azonban ma már nagyon komoly ambíciói vannak. Nem véletlenül: Kína roppant fontos játékos. Katonai ereje Oroszországéval vetekszik, és egyre nő. Nem is beszélve a gazdaságáról, ami a második legnagyobb a világon, ha nem az első.

Kína a neokolonializmus eszközeit használja, hogy növelje befolyását: több trillió dollárt fektet be hatvannál is több, javarészt szegény országban Ázsiában, Európában, Afrikában, a Közel-Keleten és a Csendes-óceán térségében. Azon van, hogy felélessze a Selyemutat, más néven az „Egy Övezet – Egy Út Kezdeményezést”; Globalizáció 2.0-át akar, hogy az új világrendben tündökölhessen.

Az USA-val vívott kereskedelmi háború csak tovább ösztönzi Kínát, hogy elérje ezt a célját, és arra kényszeríti, hogy még tovább menjen. Hogy többet fektessen a hadászatába és új eszközöket találjon arra, hogy legyőzze azokat, akik az érdekei útjában állnak. Ez az újfajta gazdasági hidegháború egy új világ hajnalát jelzi, ugyanis Kína gazdasági és katonai ereje miatt az USA izolációs stratégiája most sokkal komolyabb következményekkel járhat, mint korábban.

Azonban ne feledjük, hogy Kína miattunk lett ilyen hatalmas. Kihasználtuk óriási népességét és olcsó munkaerejét, és most ő használ ki minket. A legnagyobb bizalmunkat élvező technológiai úttörőink, akik oly sokat szónokolnak erkölcsről és emberi jogokról a Szilícium-völgy akolmelegéből, megfélemlítettek ezekről az elvekről, amikor Kínát akarták „bekebelezni.” A Google-t már egyszer kirúgták onnan, de ő nem akarta feladni azt az óriási lehetőséget, amit Kína jelent számára. Most az internet jövőjét nyújtja át Kínának azzal, hogy csöndesen kollaborál a kormánnyal egy új, cenzúrázott kereső („Dragonfly”) létrehozásában, amely majd képes lesz kiszűrni a kínai kormány feketelistáján szereplő weboldalakat és szavakat.

Az első vonal: A kódok hadserege

Mint minden kormány, úgy a kínai is a saját polgárain próbálta ki először a megfélemlítés új eszközeit. Hátrahagyta azokat a jellegzetes politikai propaganda-plakátokat, amelyeket a történelemkönyvekben láthattunk. Ehelyett megteremtette a saját korlátozott internetét a kínai nagy tűzfallal („Aranyhajó projekt”). Másrészt ott vannak azok az applikációk, amelyek a kormány üzenetét terjesztik. Ilyen a Weibo, a Baidu vagy a WeChat, ahol a felhasználókat összekötötték a rendőrségi adatbázissal. Vagy a „Xuexi Qiangguo”, amely Kína elsőszámú high-tech propaganda eszköze. A neve annyit tesz: „tanulj, hogy Kína erősebb legyen”. A célja egyszerű: terjesztani a Kínai Kommunista Párt üzeneteit és megtanítani a fiatalokat a „megfelelő” politikai gondolkodásra.

Ezt az applikációt az Alibaba fejlesztette ki. Az applikáció letöltőit – és sokszor kötelező letölteni – elért pontszámaik alapján rangsorolják, és gyakran még ajándékokkal jutalmazzák is. Mi ez, ha nem a digitális önkényuralom propagálása?

És hogy milyen hatalmasak is a kínai technológiai cégek? Amíg 2013-ban a világ 20 legnagyobb technológiai óriása közül 13 jött az USA-ból és csak három Kínából, 2018-ra ez megváltozott. Most 12 amerikai és 8 kínai cég van a top 20-ban.

Kína azonban az applikációknál is tovább ment: létrehozott egy társadalmat, ahol a megbízhatóság alapján osztályoz a kormány. Ez a társadalmi kreditrendszer. Meglehetősen orwellinek hangozhat elsőre, de ez nem egy újabb disztópia, ami csak a fejünkben létezik. Kína jelenleg is ennek az óriási megfigyelőhálózatnak a kidolgozásán fáradozik. Xinjiangban már működik a rendszer, itt többmillió ujjal és egyéb muszlim kisebbséget tartanak megfigyelés alatt és nevelnek át. Nem véletlenül nevezték Kashgart börtönné változott városnak.

Tajvan a Kína által tökéletesíteni kívánt külföldi befolyásolás tökéletes példája. Egyesek szerint ez most a dezinformációs háború frontvonala. A 2018-as árvíz idején egy PTT felhasználó, aki azt állította magáról, hogy tajvani állampolgár, megosztotta, hogy megmentette a kínai kormány. A kínai sajtótermékek, mint az Apple Daily, a Sanlih TV News, a Xinhua hírügynökség vagy a Global Times, természetesen azonnal felkapták a hírt. Ezek a médiumok azt állították, hogy más tajvaniakat is megmentett a kínai kormány, akik aztán cserébe „térdet is hajtottak” Kína előtt.

Ezek a médiumok Kínát úgy tüntették fel, mint a Nagy Testvért, aki mindig figyel és ott van, amikor szükség van rá. Aztán később kiderült, hogy az egész történet megrendezett volt, azzal a céllal, hogy destabilizálják Tajvant.

A George Washington Egyetemen működő kutatóközpont, a Sigur Centre for Asian Studies szerint Kína felfigyelt arra, hogy a tajvani választásokban egyre nagyobb szerepet játszik a közösségi média. A kínai egyetemek nagy erővel kezdték kutatni a tajvani közösségimédia-használatot, a kormány pedig stratégiát dolgozott ki arra, hogy hogyan fordíthatná a technológiát a maga hasznára.

A 2016-os tajvani választási ciklus alatt a kínai internethasználók hirtelen hozzáférést kaptak a korábban tiltott Facebookhoz. A kínai anyaországban élő felhasználókat könnyen be lehet azonosítani: egyszerűsített kínai írásjeleket használnak, a kínai kormányzat szlogenjeit ismételtetik, és „megmagyarázhatatlanul ellenségesek”. 2016 januárjában ezek a felhasználók telespammelték a tajvani elnök, Tsai és a fő tajvani médiumok Facebook-oldalait függetlenségellenes dokumentumokkal.

Azért választottam ezt a témát, mert komolyan hiszem, hogy a Nyugat nem áll készen egy esetleges Kínai álhír-hullámra. Peking közösségi médiát érintő műveletei jóval komolyabbak és hatásosabbak, mint gondoltuk.

Amíg Oroszország rövid távra játszik, addig Kína a hosszú távra gyúr. Nagyobb szerephez és befolyáshoz akar jutni a nemzetközi politikai színtéren, mint korábban. El akarja érni, hogy az emberek másként tekintsenek a „kínai álomra”.

A Kína által választott technika is roppant érdekes: koordinált üzeneteket használ, amelyek pozitívak és nem fenyegetőek, ellentétben Oroszországgal. És nagyságrendi különbség is van. Amíg az amerikai választókat befolyásolni akaró orosz „trollfarm” maximum 600 embert alkalmazott, addig a kínai műveletben részt vevők létszámát több mint félmillióra teszik.

Csak képzeljük el: ha Kína képes volt több, mint egymilliárd ember betörésére, velünk mi mindent tehet meg.

FORRÁSOK:

<https://www.bloomberg.com/quicktake/china-s-silk-road>

<https://www.businessinsider.com/us-china-tech-cold-war-everything-that-has-happened-2019-5>

<https://www.poynter.org/fact-checking/2018/in-east-and-southeast-asia-misinformation-is-a-visible-and-growing-concern/>

<https://www.reuters.com/article/uk-china-parliament-propaganda/propaganda-2-0-chinese-communist-partys-message-gets-tech-upgrade-idUSKCN1QM0GY>

<https://www.defenseone.com/technology/2018/02/chinas-surveillance-state-should-scare-everyone/145718/>

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-02-21/the-companies-behind-china-s-high-tech-surveillance-state>

<https://www.visualcapitalist.com/visualizing-worlds-20-largest-tech-giants/>

<https://foreignpolicy.com/2018/09/10/google-is-handing-the-future-of-the-internet-to-china/>

<https://thediplomat.com/2018/10/taiwan-the-frontline-of-the-disinformation-wars/>

<https://cpb-us-e1.wpmucdn.com/blogs.gwu.edu/dist/3/1216/files/2019/01/AR-44-Countering-Chinas-Sharp-Power-1w8awff.pdf>

<https://www.defenseone.com/technology/2019/03/researcher-west-isnt-ready-coming-wave-chinese-misinformation/155400/>

<https://www.recordedfuture.com/china-social-media-operations/>

<http://prod-upp-image-read.ft.com/9e591b6e-b800-11e7-bff8-f9946607a6ba>

<https://www.economist.com/sites/default/files/images/articles/migrated/0310Ka1555.jpg>

<https://static01.nyt.com/images/2018/11/21/world/china-world-staticpromo/china-world-staticpromo-facebookJumbo.png>

Egy hír három helyen: hogyan számolt be egy kötelezettségszegési eljárásról az Index, a 444 és az Origo

Szerző: Strausz Kamilla

A 2014. január 14-én kötött magyar-orsz kormányközi megállapodás, valamint a magyar-orsz hitelszerződés aláírása óta is folyamatosan viták zajlanak a Paks II. beruházás körül. A szerződések a Pakson létesítendő két új, egyenként 1200 megawatt teljesítményű atomerőművi blokkra vonatkoznak, azonban a tervezet folyamatosan akadályokba ütközik. Az egyik ilyen az európai uniós vizsgálat. Rövid elemzésem azt vizsgálja, hogyan adott erről hírt három magyar online médium. A három vizsgált médium a 444, az Index és az Origo*. Az első két lapról köztudott, hogy nem kormánypárti, míg az utóbbi az.

A választott cikkek 2015. november 17-én jelentek meg és mind azt a témát adták hírül, hogy kötelezettségszegési eljárás van kilátásban Magyarország ellen Paks II. miatt. A cél nem egy konkrét médium vagy újságíró tevékenységének értékelése, az elemzési szempontok leginkább arra hivatottak, hogy feltárjuk, mennyire ferditik egyes médiumok a valóságot a saját szájízuk szerint.



* A cikkek itt találhatók: [Index](#), [444](#), [Origo](#)

Az Idővonalon olvasható stílus elemzést alátámasztja az is, hogy az egyes portálokon a cikkek milyen rovatban jelentek meg. A 444 cikke a politika rovatban, az Indexé a gazdaság, az Origo írása szintén a gazdaság rovatban jelent meg. Ehhez szorosan kapcsolódnak a címkék is. A három online média felület összesen 12 címkével látta el az írásokat. Ezeket a címkéket 9 csoportba lehet osztani és az eloszlásukat az alábbi táblázat szemlélteti.

	PAKS	PAKS2	BŐVÍTÉS	ROSZATOM	GAZDASÁG	EURÓPAI BIZOTTSÁG	BRÜSSZEL	KÖTELEZETTSÉGSZEGÉSI ELJÁRÁS
	X	X	X	X				
	X		X		X	X	X	
	X					X		X

Fontos kiemelni még a minőségi újságírás vizsgálata során, hogy milyen hivatkozásokat használnak a szerzők és hogyan. Mindhárom lap hivatkozott a [BruxInfo oldalára](#), ahol eredetileg megjelent a hír. Ezek a hivatkozások mind a szövegben kattinthatóak. Ezen kívül a 444 (2 esetben) és az Index (1 esetben) hivatkozott saját cikket, hogy az előzményeket ismertessék. Továbbá az Index lehvivatkozta a T/13628. számú törvény javaslatot, PDF dokumentum link formájában. Ebben a kategóriába sorolható még, hogy fel van-e tüntetve, hogy ki írta a cikket. A 444 esetében ott az szerző neve a cikkek elején, az Index és az Origo esetében azonban nem. Ez azért fontos, mert az olvasó számára hitelesebbé teszi a megjelent cikket. Azonban meg kell említeni, hogy az Index átvett híreknél nem szokott szerzőt megadni.

Vizsgálhatóak még az újságírói eszközök, hatáselemek. Ezek közül a legfontosabb a képek, a kiemelések használata valamint az idézetek. A 444 és az Index használ képeket a cikkekben, utóbbi egy drámain beállított képet a helyszínről. A 444 viszont egy Paks 2 ellenes tüntetés képét használja ezzel teljesen nyilvánvalóan állást foglalva az ügyben. Mindkét oldal megfelelő forrásmegjelölést használ. Kiemeléseket 3 lap cikkeiben találhatunk. A 444 cikkében van egy, az Origo cikkében kettő. Ezek szerepe az, hogy a cikk lényegét ezekből a mondatokból lássuk. Szószserinti idézetet csak az Index használ, Lázár Jánost, Magyarország akkori Miniszterelnökségét vezető miniszterét idézik az ügyben.

Végezetül érdemes górcső alá venni a címeket. A 444 és az Index szerzője meglehetősen hasonló címeket adott a cikkeknek. A Brüsszel felfüggesztheti a paksi bővítést (444) és a Felfüggesztheti Brüsszel a paksi terveket (Index) egyaránt informatívnak mondható és a kormánypropagandaként használt Brüsszel kifejezéstől eltekintve meglehetősen semleges is. Az Origo címe kicsit negatívabb hangvételű: Jön az újabb figyelmeztetés Brüsszelből, szintén a Brüsszel szót használja az Európai Unióra.

Lezárásként álljon itt egy szófelhő a vizsgált hónapban (2015. november) megjelent cikkek címeiből, amelyek a témában megjelentek az Indexen, az Origón és a 444-en. Ezekből tökéletesen kitűnik, hogy a sokszor előforduló szavak, mint a „Brüsszel”, a „rezsi” és a „Lázár” teljes mértékben visszaadják a Fidesz politikai kommunikációjának fő üzeneteit. Így megállapíthatjuk, hogy a tájékoztatás mellett túlsúlyban vannak a cikkekben a politikai érdekek.



Sötét Varázslatok Kivédése - Harc a dezinformáció ellen az Európai Unióban

Szerző: Szegőfi Ákos

A hazugságok megállítása: hol is kezdjük?

Az EU-ban – a dohánytermékek, a kábítószeres és a lőfegyverek szabályozásához hasonlóan – a tagállamok hatásköre eldönteni, hogy tesznek-e lépéseket az álhírek ellen. Ennek volt értelme, ha arra gondolunk, hogy a Geraszimov-doktrína néhány éve a dezinformációk terjesztését a hibrid hadviselés fegyverének nevezte. Másrészt viszont az orosz állam a dezinformációt az európai együttműködés bomlasztására használja, ezáltal pedig a probléma országhatárokon átnyúló üggyé vált. Azok után, hogy Oroszország több országban is beavatkozott a választásokba – lásd például a Brexit-népszavazást – az EU nemzetek feletti szervezeteinek muszáj lett fellépnie az európai demokráciát fenyegető orosz dezinformációs kampányok ellen.

Ezzel az „ébredéssel” párhuzamosan a tagállamok is elkezdtek fellépni a dezinformációs kampányok ellen, saját választásaik védelmében. A dezinformáció kommunikációs folyamatként értelmezhető. A tagállamok kreatív és meglehetősen különböző módokon próbálják ezt a folyamatot megszakítani.

Ha az álhír terjesztése sikeres, az azt jelenti, hogy a polgárok álhíreket akarnak fogyasztani. Ez a dezinformáció keresleti oldala, amit talán a legnehezebb kezelni. Másrészt viszont a dezinformáció üzlet is. Az üzenetek terjesztőinek anyagi érdeke fűződik a Kreml-párti (és EU-ellenes) üzenetek továbbadásához. Ezeket az anyagi érdekeket új szabályozással lehet csökkenteni. A Facebook és a hozzá hasonló kommunikációs csatornák könnyen manipulálhatják felhasználóikat. Olyan algoritmusokat alkalmaznak, amik támogatják a „szűrőbuborékok,” „visszhangkamrák” kialakulását. Emellett az üzenetek terjesztőit társadalmi-ökonometriai eszközökkel is ellátják, és lehetővé teszik számukra a közönség nagyon pontos megcélzását (micro-targeting). A platformokat azonban rá lehet kényszeríteni arra, hogy szabályozzák a tevékenységüket.

Néhány ország, például Csehország és Belgium hosszú távban gondolkodik. Ők a lakosság felvilágosítását választották (a keresleti oldalt). Az, hogy valaki tud olvasni és tudja használni az internetet, még nem feltétlenül jelenti, hogy a megszerzett információt kritikusan értékelni is tudja. A középiskolák médiaműveltségi programokat indítottak, hogy a gyerekek megtanulják, hogyan lehet a dezinformációt kiszűrni.

Eközben a Balti országokban közösségi média-felhasználók csoportjai „troll-vadász” hálózatokat alapítottak. Önkéntesek azonosítják azokat a profilokat és embereket, akik szándékosan Kreml-párti propagandát terjesztenek. Tiltólistákat hoztak létre a közösségi média felhasználóinak, hogy le tudják ellenőrizni, hogy a hírfolyamukban reklámozott hírforrások kötődnek-e az orosz kormányhoz. Erős lobbizás kezdődött, hogy senki ne hirdessen a tiltólistás oldalakon – ezzel ezekben az országokban nagy csapást mértek az EU-szkeptikus álhírekből meggazdagodni vágyókra.

Hirtelen rengeteg munkája lett a tényellenőrzőknek (fact-checkers), azoknak az újságíróknak, akik az egyes megnyilvánulások valóságtartalmát ellenőrzik. Eleinte úgy tűnt, nem nagy a veszély. Az álhírek többségét rettenetes angolsággal vagy németiséggel írták, gyakran a hírhedten gyenge Google fordító segítségével. Az állítások alátámasztására szolgáló képeket pedig könnyen le lehetett nyomozni a fordított képkeresővel. Azaz az álhírek eleinte nem nagyon ügyesen hazudtak. Hamarosan azonban rosszabbra fordult a helyzet. A gyenge minőség ellenére nagy számú EU-polgár kezdett hitelt adni a megbízható hírforrásként megjelenő platformoknak. Ezek még a választói magatartásukra is hatással lehettek. Olyan volt, mintha a tényellenőrzők egyetlen légycsapóval felszerelve folytatnának kétségbeesett küzdelmet egy sáskaraj ellen. Amit az orosz dezinformáció minőségben nem tudott elérni, azt mennyiséggel pótolta.

Az EU-nak is lépnie kellett. Az a döntés született, hogy a dezinformációs folyamatba az egyéni üzenetek szintjén próbálnak meg beavatkozni. 2015 márciusában létrehozták az East Stratcom Task Force-ot, aminek feladata az orosz dezinformáció elleni küzdelem és a keleti partnerek felé az EU szakpolitikáinak kommunikálása. A munkacsoport hírhedten rosszul állt anyagi és humán erőforrások tekintetében (talán tucatnyi angolul és oroszul beszélő újságírót tudott alkalmazni), mígnem 2018 januárjában 1.1 millió eurós támogatást kapott. Ezt egy évvel később 3 millió eurós támogatás követte. A munkacsoport új weblapot és Facebook-oldalt indított EU vs Disinfo („az EU az álhírek ellen”) címmel. A weboldalon a megcáfolt álhírek átfogó archívumát találjuk. Ezeket az egyes EU-tagállamokban terjesztették, hogy belföldi politikai ügyekben elégedetlenséget szítsanak. A Facebook-oldalon infografikák, rövid videók, oknyomozó cikkek vannak, valamint listázzák az adott hét legfelháborítóbb és legnépszerűbb álhíreit.

Ebben a cikkben az EU vs Disinfo Facebook-oldal tevékenységét vizsgálom a második büdzséemelésről (2019. január) az európai parlamenti választásokig (május 26.) terjedő időszakban. Az oldal tevékenységéről kritikus javaslatokat is megfogalmazok.

Humor, „beoltás” és ismétlés - az alkalmazott stratégiák

Az EU vs Disinfo Facebook-profil egyik feltűnő tulajdonsága, hogy nagyon sokszínű. Az alkalmazott újságírók egyedi illusztrációkkal, jó minőségű fotókkal (esetenként karikatúrákkal) akarnak kitűnni a hírfolyam zűrzavarából. Ebből a szempontból a posztok közvetlenül a megcáfolandó dezinformáció típusa ellen mennek. A munkacsoport azt szeretné, hogy az olvasó lássa a különbséget a minőségi újságírás és a gyenge hazugságok között.

Ebben a tanulmányban a Facebook-posztokat három csoportra osztottuk.

1.) Az EU vs Disinfo oldal rendszeresen közöl „a hét dezinformációi” vagy #TOPFAKES listákat. Ezekben a tényellenőrző csapat felsorol öt-hat szalagcímet, amik az előző héten a Kreml-párti médiában az EU tagállamairól jelentek. A listára az egyes cikkek a népszerűségük, illetve a nevetségességük miatt kerülnek fel. A vizsgált öt hónapban 28 ilyen lista került fel a Facebook-oldalra. Ezek a listák többnyire nem linkek, hanem kifejezetten a Facebookra készült ábrák. Bár ezek a #TOPFAKES-listák nagyon szórakoztatóak, vissza is üthet, ha a hivatalos platformok dezinformációt visszhangoznak.



2.) A második csoportba az egyedi esettanulmányok kerültek. Ha valamilyen különlegesen gyalázatos álhír tesz szert nagy népszerűsége, a munkacsoport egész cikket szentel a hazugságok leleplezésének. Például a Skripal-mérgezéshez köthető cikkeket az egyedi esettanulmányokhoz sorolhatjuk, mivel a munkacsoport ugyanannak az álhírnak a különböző változataival nézett szembe. Egy-egy álhír gyakran visszatér, ha valamiért az orosz külpolitika számára fontos lesz a téma. Az alternatív valóság ezek mellett a központi narratívák mellett épül. Mind az 52 ide sorolt cikket a munkacsoport tagjai írták.

3.) Végül, de nem utolsósorban a hosszabb oknyomozó cikkek is külön kategóriába kerültek. Ezek nem magáról a dezinformációról szólnak, hanem a tágabb kontextusról: a dezinformációs kampányok mögötti infrastruktúráról, vagy az orosz propagandisták módszereiről. A kategória néhány cikke eredetileg más médiumban jelent meg, illetve két esetben tudományos cikkről volt szó. A vizsgált időszakban 53 poszt jelent meg ebben a kategóriában.

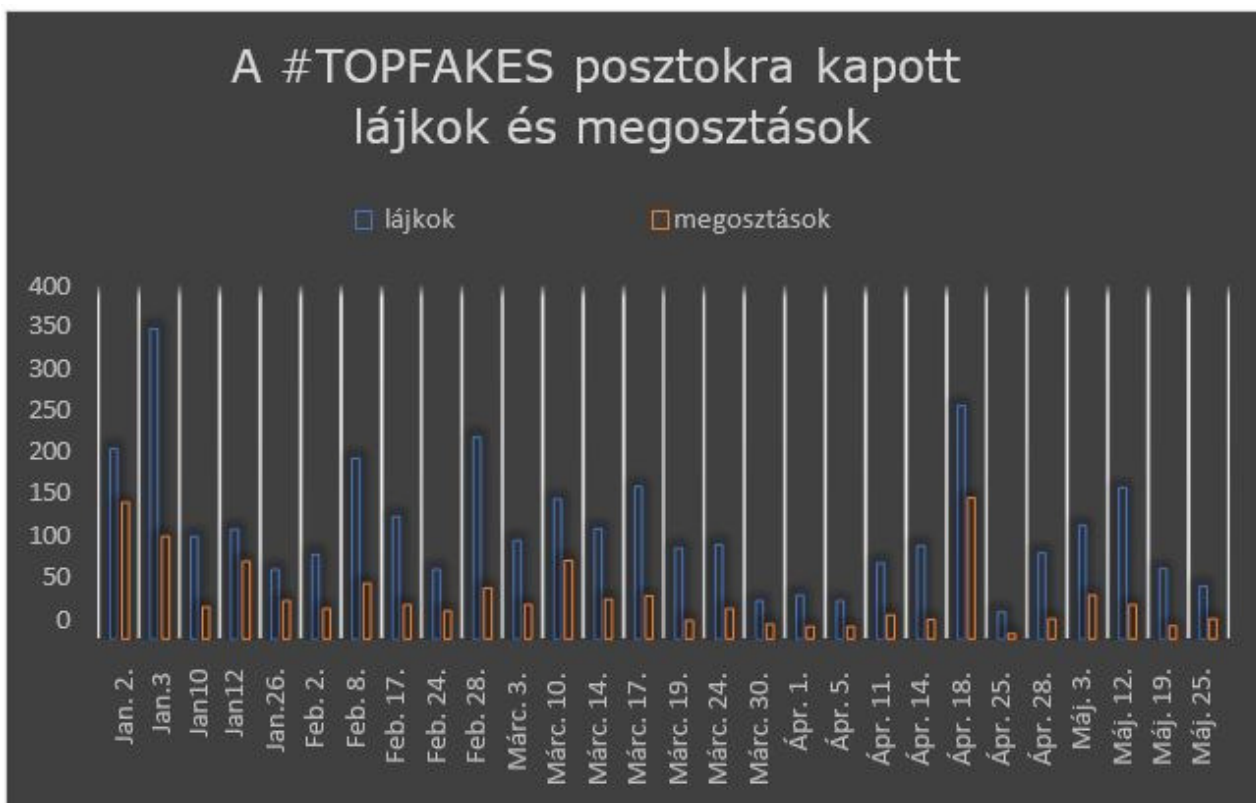
Nézzük meg az EU vs Disinfo-oldal posztjait. Először is, nincs nagy különbség a posztokra adott lájkok számában, illetve abban, hogy hányszor osztják meg őket. Általánosságban véve azt mondhatjuk, hogy az elérés meglehetősen alacsony, átlagosan 127 lájk jön a #TOPFAKES-listákra, 119 az esettanulmányokra és (érdekes módon) 136 az oknyomozó anyagokra. A megosztások száma szinte mindig elmarad a lájkokétól. A különbség a kategóriák között itt még kisebb, körülbelül 48 megosztást kap egy poszt bármelyik kategóriában. Azt mondhatjuk, hogy az EU vs Disinfo-oldal közösségi média-elérése nagyságrendekkel kisebb, mint azon platformoké (például Russia Today vagy Sputnik), amelyek ellen harcol. Tekintsük most át a posztok jellemzőit és a munkacsoport által használt módszereket.

- Nem meglepő, hogy a videók szinte mindig népszerűbbek a cikkekénél, lájkok és megosztások számát tekintve is. Az adatokban látható kiugrások szinte kizárólag a vizsgált időszakban posztolt nyolc videónak köszönhetőek.
- Ami az olvasott anyagokat illeti, a legnépszerűbbek az oknyomozó cikkek az orosz propaganda módszereiről (példul a Russia Today-ről). A cikkek segítségével bepillantást nyerhetünk a propagandagépezet működésébe, és ez láthatóan érdekli az olvasókat. Ezek a posztok nem csak népszerűek, de hasznosak is: lerombolhatják a vizsgált médiumok hitelességét. A munkacsoport újságírói humorral kezelik a freudi elszólásokról és az újságírói gondatlanságról szóló cikkeket. Kissé szarkasztikus hangulatot teremtenek.

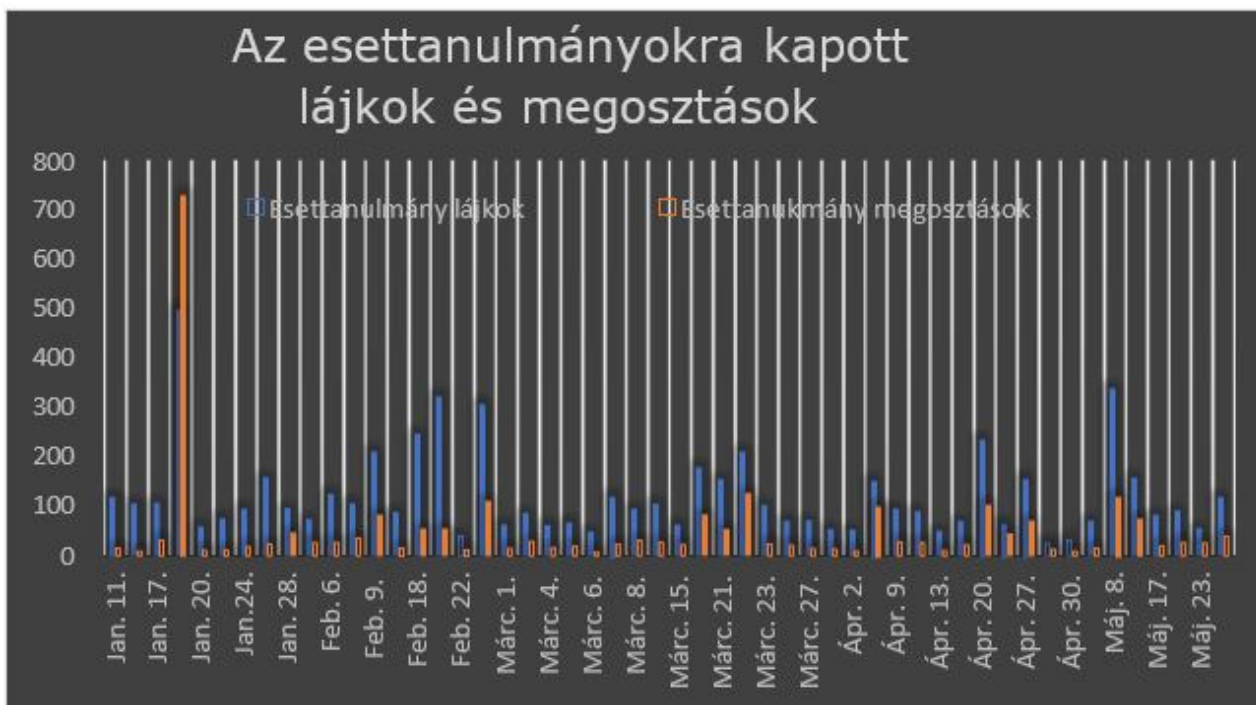
- Azok a cikkek, amelyek általános módszertani információkat tartalmaznak a propagandisztikus narratívákról vagy amelyek elvont módon tárgyalják a kérdést, sokkal kevésbé népszerűek, mint az egyes eseteket bemutató írások. Az egyetlen kivétel ez alól egy szponzorált posztként előtérbe helyezett cikk volt. Itt is látszik, hogy az emberi agy leginkább valós eseteken és példákon keresztül fogja fel a problémákat. Az alábbi példa egy jól megírt, ám gyenge visszhangot kiváltó, átlag alatti lájkokat és megosztásokat kapott poszt:



- Ha egy posztba Putyin arcát is beleteszik, a lájkok és a megosztások száma megugrik. A vizsgált időszakban négy cikkben, illetve képen jelent meg az orosz elnök, és mind a négy kiugróan magas elérést produkált.
- Módszertani szempontból fontos, hogy a munkacsoport a gamifikációval, azaz a játékosítással is megpróbálkozott. A „Kreml-párti bingó” vagy a „Krimi bingó” ugyan nem volt különlegesen népszerű, de hasznosnak nevezhetjük őket. Az interaktív játéknak olyan hatása lehet, mint egyfajta pszichológiai „oltásnak”. Ebben a módszerben a résztvevőket gyenge érvekkel és erős ellenérvekkel „oltják be” a jövőbeli manipuláció ellen. A játékosítás a médiaműveltségi projektek egyik sarokköve is.
- A munkacsoport újságírói gyakran nyúlnak a humor eszközéhez. Az EU vs Disinfo cikkei nem a hivatalos jelentések nyelvezetét használják. A tényellenőrzés egyik gyakori problémája, hogy a mítoszok cáfolata ritkán olyan szórakoztató, mint amilyen maga a mítosz. Ahogy az orosz állami propaganda egyre nacionalistább, „hősiesebb” és agresszívabb hangot üt meg (például a Krím-félsziget bekebelezése kapcsán), úgy lesz egyre könnyebb kigúnyolni. Itt azonban vékony jégen táncol a munkacsoport – a túl sok humor, a szarkazmus csökkenti az üzenet kommunikációs hatását. A humor mögötti üzenet a következő: „Ostobaság lenne ezt bevenni! Inkább neved egy jót.” Megfelelő mennyiségben adagolva a humor tökéletes fegyver a dezinformáció által keltett félelem ellen.



1. ábra. A lájkok és a megosztások száma. A lájkokat illetően a kategória legnépszerűbb posztja egy 1001 tavalyi Kreml-párti álhírt tartalmazó válogatás volt. A megosztások száma alapján a legnépszerűbb poszt a Notre-Dame leégéséről terjesztett orosz álhírről szólt.



2. ábra. Érdekes módon a legnépszerűbb poszt egy rövid videó volt arról, hogy a Kreml hogyan próbálja relativizálni Sztálin bűneit. 730 megosztást és 497 lájkot kapott (ebben az esetben több volt a megosztás, mint a lájk).



3. ábra. Ebben a kategóriában a legnépszerűbb poszt egy szponzorált infografika volt a dezinformátorok általános stratégiáiról, „Figyelmeztető jelek” címmel.

Az EU-választások és a tényellenőrzés

Ez a tanulmány az európai választásokat közvetlenül megelőző öt hónapos időszakot vizsgálta. Érdekes módon az orosz beavatkozásról szóló első tényellenőrző cikk és figyelmeztetés csak április 7-én jelent meg (maga a poszt, ami eredetileg a Visegrad Insight című lap egyik cikke volt, a minta egyik legkevésbé népszerű posztja). A korábbi hónapokban az ukrán választások és a Skripal-mérgezés egyéves évfordulója állt az érdeklődés homlokterében.

Érdemes megjegyezni, hogy a lájkok és a megosztások állandóságot mutattak az időszak alatt – minden a dolgok megszokott rendje szerint haladt. A fenti posztot követően áprilisban volt néhány bejegyzés az EP-választásról. Ám semmilyen nagy kampány nem indult, nem ugrott meg a posztok népszerűsége (ami utalhatna szponzorált tartalomra), és semmi nem jelezte, hogy ellenkampány indulna egy lehetséges orosz dezinformációs kampány ellen.

Mit mutat meg az EU vs Disinfo-oldal?

A tevékenysége alapján úgy tűnik, hogy a munkacsoport tényellenőrző csapatnál több, ám médiaműveltségi programnál kevesebb. Azt mondhatjuk, hogy a munkacsoport az EU egyik korai kísérlete a dezinformáció kezelésére. A tényellenőrzés hasznos a médiumok számára, de az EU és a hozzá hasonló szervezetek ennél sokkal többet tehetnek. Szabályozhatják a területet, a Facebookot és a többi platformot rákényszeríthetik a tartalomfigyelésre, és elméletileg médiaműveltségi programokat is indíthatnának. A legnagyobb gond az EU vs Disinfo-oldallal azonban az, hogy politikailag elfogultnak tűnhet. Nehéz elképzelni, hogy az orosz dezinformáció elfogadására leginkább hajlamos emberek bármit elhinnének egy EU-ügynökségnek. Az EU vs Disinfo pontosan azon bukhat el, hogy EU-ügynökség.

Szép új Magyarország: a közösségi média álhíreinek anatómiája

Szerző: Szentpéteri Izabella

Az oroszbarát magyar kormány az elmúlt években mind a fősodorú, mind pedig az alternatív média fölé kiterjesztette hatalmát. 2015 óta trollok, kamuprofilok és Facebook-oldalak helyi hálózata terjeszt – főleg a Kremltől származó – dezinformációt Magyarországon. Ez a jól kiépített rendszer sokféle eszközt használ: álhíreket, manipulált videókat és képeket, valamint gyűlöletbeszédet is bevetnek a harag gerjesztésére. És a figyelem középpontjába természetesen a menekültek kerültek. Ezek a médiumok azt akarják elhitetni, hogy a bevándorlók erőszakosak és brutálisak. Ebben a tanulmányban bemutatok néhány módszert, amiket az álhírek terjesztésére használnak Magyarországon.

Az európai parlamenti választások kampányában a pártok egy része Európa-szerte a bevándorlással és a menekültekkel kampányolt, negatív színnel festve le őket választóiknak. A Political Capital magyar kutatóintézet egy [kutatása szerint](#) három kelet-európai országban, Szlovákiában, Csehországban és Magyarországon a kormánybarát médiumok orosz propagandát terjesztettek a közösségi oldalaikon. A kutatás szerint Magyarország éllovas volt az egész EU-t nézve az álhírek terjesztésében. Ez azért volt így, mert Orbán Viktor menekültellenes kormánya ellenőrzi a [hagyományos](#) és az [alternatív](#) média nagy részét Magyarországon. És mindkettőt álhírek terjesztésére használták.

Magyarországon a kormánypárti Facebook-oldalak meglehetősen nagy olvasóközönséget vonzanak. Az egyik legnépszerűbb kormánybarát propaganda-oldal a Facebookon az ELÉG, aminek 147,242 követője van. Ez nagyon magas szám, ha figyelembe vesszük, hogy Magyarország teljes lakossága 9,8 millió fő. Az ELÉG és a hozzá hasonló oldalak gyakran a hagyományos médiához hasonló közönségelérést produkálnak.

Az ELÉG oldala erőteljes nyelvezetű, gyűlölettel teli szövegeket használ, és gyakran utal olyan eseményekre, amik a valóságban nem történtek meg. Ennek a troll-szerű médiagépezetnek a Facebook-posztjait öt csoportra lehet osztani. Vagy a menekültekről posztol manipulált képeket, vagy az ellenzéki pártokat támadja, vagy Soros Györgyről és hálózatáról terjeszt állításokat, vagy Európa keresztény gyökereit „védi” agresszív módon, vagy pedig megpróbál európai politikusokat megszégyeníteni (például azt állítja, hogy a francia elnök, Macron homoszexuális, vagy hogy az Európai Bizottság elnöke, Jean-Claude Juncker alkoholista.) Nagyon fontos kiemelni, hogy ez az oldal nem elszigetelt jelenség. Az itt használt módszerek elég elterjedtek. Ez azért fontos, mert ezek a weboldalak akár a választói magatartásra is hatással lehetnek.

Az ELÉG Facebook-posztjai 2019. ápr. 25.-
máj. 25.



Az ELÉG volt az egyik magyar oldal, amely 2019 áprilisában átvette és terjesztette az orosz RT álhírért a kereszténység elnyomásáról Európában:



Ebben az évben a böjti időszakban az RT arról adott hírt, hogy olasz temetőben letakarták a kereszteket, hogy ne sértsenek meg más vallású embereket. Ezt a „bombahírt” arra használták, hogy az európai muzulmán közösségek ellen gyűlöletet gerjesszenek. Sok országban a főáramú és az alternatív média egyaránt beszámolt az esetről. Nagy volt a felháborodás, és sokan aggódtak az európai kereszténység helyzete miatt. A keresztek letakarása a böjt alatt azonban régi katolikus hagyomány, ami a böjt bűnbánati elemeit hangsúlyozza. Ez a példa jól mutatja, hogyan torzítják el a propagandisták az igazságot, hogy gyűlöletet gerjesszenek.



Az RT beszámolója a keresztek letakarásáról

Az ELÉG a fenti posztjában nem utal rá, hogy az RT-től vette át a hírt, a hozzá hasonló Facebook-oldalak azonban ezt gyakran világossá teszik. Például a Világhelyzete.com nevű alternatív médium Facebook-oldala gyakran oszt meg az RT.com-ról származó tartalmakat. Az alábbi posztban például a Világhelyzete.com az RT egyik cikkét osztotta meg arról, hogy a bevándorlóellenes, euroszeptikus pártok valószínűleg tarolni fognak az európai választásokon. (Bár a Világhelyzete.comnak saját weblapja van, a Facebook-oldalára fókuszáltam, mivel azon keresztül sokkal több embert érnek el.)



Az ELÉG és a hozzá hasonló oldalak gyakran aggódnak amiatt, hogy Európa elveszti keresztény identitását. A Patrióta Európa Mozgalom, ami szintén kormánybarát propagandaoldal, például a következőket posztolta május 28-án, az európai választások után:



A képen három nagyon ijesztő férfi látható, Koránnal a kezükben. A felirat egy dán felmérésre hivatkozik, ám öt perces kutatással ki lehet deríteni, hogy ilyen felmérés nem létezik. Ezt a módszert gyakran alkalmazzák a propagandaoldalak: nem létező felmérésekre és kitalált eseményekre hivatkoznak, hogy rossz színben tüntessék fel a bevándorlókat. A fenti képernyőkép azt is megmutatja, hogy a Facebook algoritmusa Orbán Viktor hivatalos oldalát és egy Milliók Orbán Viktorért nevű oldalt ajánl a Patrióta Európa Mozgalom oldalához hasonló oldalként. A fenti képet a Patrióta Európa Mozgalom az ELÉG oldaláról vette át, így azt is jól példázza, hogy az ELÉG megcsinálja ezeket az ábrákat, más médiumok pedig átveszik és terjesztik. Sőt, egy 2018-as [oknyomozó újságcikk](#) azt állította, hogy a Fidesz központi irányítású trollserege (a „Virtuális Munkatársak”) sokszor kapja feladatként, hogy ELÉG-posztokat osszon tovább. Sőt – és ez is mutatja a Fidesz közösségi médiára irányuló erőfeszítéseit – az ELÉG [Facebook-oldalán](#) a Fidesz hivatalos email-címe (kapcsolat@fidesz.hu) van megadva kapcsolatként.*

A vallási identitás elvesztése miatti aggodalmon túl ezek az oldalak olyan félelmeket is kifejeznek, hogy a menekültek beáramlása megváltoztatja Európát. Ezt pedig szerintük „a baloldal hagyja.” A következő posztot az ELÉG osztotta meg:

* Ezt azonban nem lehet az ELÉG-oldal és a Fidesz közötti kapcsolat perdöntő bizonyítékaként venni, mert – amint azt az [Index.hu](#) nemrégiben megírta – úgy tűnik, számtalan magyar Facebook-oldal kapcsolati információját vagy meghackelték, vagy valamilyen furcsa hibának estek áldozatul.



Az alsó kép rejtélyes utat járt be az interneten. Valóban Párizsban készült, ahogy a felirat is állítja, mégpedig 2017 júliusában. Amikor a kép eredetét kutattam, olasz és spanyol álhír oldalakon többször szembetalálkoztam vele 2019-es cikkekben. Ezek a médiumok azt próbálják megmutatni olvasóiknak, hogy a menekültek káoszt teremtettek Párizsban, és az utcán élnek. Csakhogy a valóságban ezek az emberek azért gyűltek össze, mert Párizs városa kiűrtett egy menekülttábor. A kép ugyan 2017-ben készült, de az ELÉG-oldal 2019 februárjában posztolta, azt sugallva, hogy mostani párizsi fotóról van szó. A kutatás alatt a Ripost nevű magyar bulvárlap három különböző cikkében is találkoztam a képpel. Mindhárom cikk azt állította, hogy menekültek vannak a képen. Az első cikk szerint a fotó Calais-ben készült, a második szerint Olaszországban, és csak a harmadik állítja a valóságnak megfelelően, hogy Párizsban. Ám még ez a cikk sem említi meg a menekülttábor kiűrtését.

A Ripost arra is jó példa, hogy a fősodorú média hogyan terjeszt álhíreket Magyarországon. 2019 tavaszán az úgynevezett „migránskártya” a főáramú és az alternatív propagandaoldalak egyik kedvenc témája lett. A magyar kormány és a kormánybarát média azt állítja, hogy az EU és az ENSZ névtelen hitelkártyákat ad migránsoknak, akik a rajta levő pénzből a határ „megtámadásához” használható eszközöket vehetnek. A propagandaoldalak szerint a pénzt arra is használhatják, hogy az embercsempészeknek fizessenek. A valóságban ezeket a feltöltött debitekártyákat csak olyan menekülteknek adják, akik előtte biztonsági ellenőrzésen esnek át, és kizárólag Görögországban lehet őket használni.

A család nagyságától és attól függően, hogy az adott menekültet étellel ellátják-e vagy sem, a kártyára utalt támogatás [összege havonta](#) 90 és 550 euró között van. A program segítségével az ENSZ pénzt spórol, és a menekültek maguknak, helyben vehetik meg az élelmiszert. Így semmi nem megy kárba, és a helyi görög boltokat is támogatják. Ennek ellenére a magyar kormány és a kormánypárti média azt mondja a magyaroknak, hogy hatalmas összegek mennek el ezekre a kártyákra. Például azt állították, hogy a milliárdos Soros György 500 millió eurót költött a programra. A propagandamédia szerint az EU az ilyen programokkal destabilizálni akarja Európát.



ITTHON

Hány terrorista kapott migránskártyát Brüsszeltől?

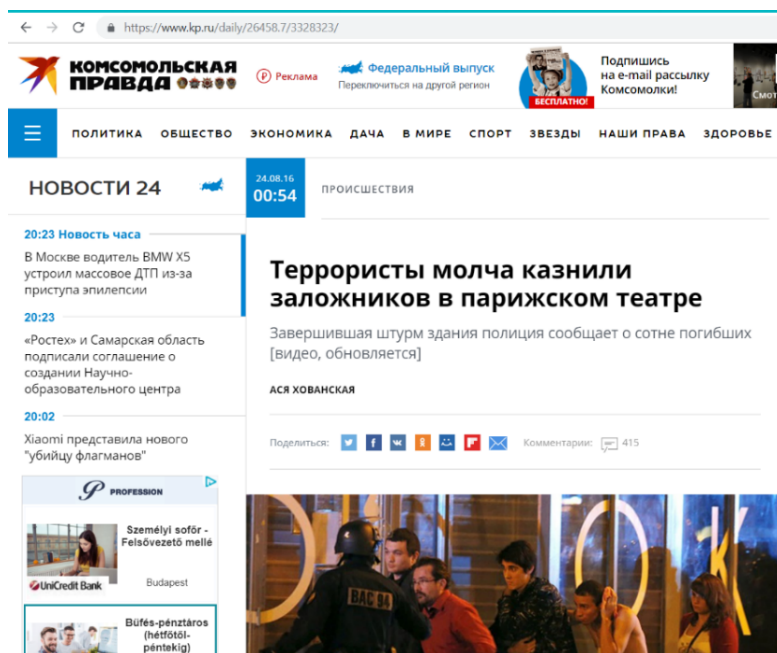
ORIGO | 2019.03.31. 13:37

Ajánlom 335

Origo, 2019. március 31.

Az Origo az egyik legnépszerűbb főáramú médium. Független, színvonalas online újságként indult, de 2017-ben egy kormányközeli oligarcha vette meg, aki propaganda-gépezetté alakította.

A menekültekről szóló propaganda nem csak írott anyagokkal, hanem videókkal is terjed. Ez utóbbiak talán fontosabbak is. A YouTube tökéletes platformot kínál a menekültekről szóló manipulált videók terjesztésére. A Világ Figyelő HírMagazin nevű magyar csatornának több mint 6000 feliratkozója és 4,3 milliós nézettsége van. A csatornára feltöltött videók állítólagos muzulmán terrortámadásokról és bevándorlókról szólnak. A legtöbb videó a magyar közszolgálati televízióból származik. Emellett „nyers”, mobiltelefonnal készített videókat is láthatunk a csatornán. Amikor ezeket a videókat elemeztem, sokszor kötöttem ki orosz weblapokon. A fenti YouTube-csatorna testvére, a Világ Figyelő Magyar Hírek még a VK nevű orosz közösségi médiába is regisztrált. Amikor megpróbáltam a csatorna egy manipulált videójának eredetét ellenőrizni (a videóról kiderült, hogy hamis), a képkockákra rákeresvén egy orosz álhír-oldalon kötöttem ki. A következő képernyőkép innen való. Ez a weboldal a menekültek ellen uszít, ahogy ez az alábbi címből is kiderül, ami magyarul így hangzik: „A terroristák némán kivégezték a túszoikat a párizsi színházban. Az épületet megszálló rendőrök szerint száz ember meghalt (frissített videó).”



www.kp.ru, orosz álhír-oldal

A VilágFigyelő 2019. április 4-én [posztolt egy videót](#) a magyar közszolgálati televízióból, ami arról számol be, hogy a migránsok le akarják rombolni a görög határra emelt kerítést. A cím szerint: „Már rázzák a kerítést, bármikor elindulhatnak a határ felé.” A tudósítás szerint ez egy összehangolt akció. A „karaván” szó, Donald Trump amerikai elnök nyomán, többször is elhangzik a riportban. A videóról kiderült, hogy manipulált.

Az elmúlt években arra is volt példa, hogy kormányközeli emberek terjesztettek extrém álhíreket. Két évvel ezelőtt az egyik legnépszerűbb, ellentmondásos kormányközeli publicista, Bayer Zsolt posztolt egy videót a blogjára, amin három férfi összever egy negyediket. Bayer azt állította, hogy a videó Európában készült és migránsokat mutat. Később kiderült, hogy a videót 2015-ben Dél-Amerikában vették fel. Nem olyan régen a kormány „troll-hálózata” arról terjesztett videót, hogy egy bevándorló férfi a párizsi metróban vizel. A videó jobb felső sarkában azonban a New York-i metró térképe látszik. Kiderült, hogy a videó egy a tisztább metróért kampány része volt New Yorkban. Egy másik felháborító példa az [Origo egy videója](#). Egy biztonsági kamerás felvételen fiatal férfiak vernek össze egy idősebb nőt. A felvétel az USA-ban készült. Az Origo a képek alá robbanó bombák és „Allahu akbar”-t kiabáló emberek hangját keverte. Arról akarták meggyőzni olvasóikat, hogy az eset Európában történt.

Az itt bemutatott példák csak a jéghegy csúcsát jelentik. A kormánybarát médiumok uralják a magyar közösségi médiát. A Fidesz kétharmados győzelme 2018-ban többek között annak is volt köszönhető, hogy a választók irracionális félelmet és gyűlöletet éreznek a menekültek iránt. Ezt nagyrészt a média gerjeszti – pedig a menekültválság 2017-ben véget ért.

The program *Misinformation and Propaganda for Hungarian Students* was organized by the Center for Media, Data and Society (CMDS). The program was funded by the Public Diplomacy Small Grants Program of the U.S. Embassy Budapest Public Affairs Section of the Department of State to be organized by CMDS at the School of Public Policy of Central European University in Budapest, Hungary.



CEU SCHOOL OF
PUBLIC POLICY

Tel: +36 1 327 3000 / 2609

Fax: +36 1 235 6168

E-mail: cmds@ceu.edu

cmds.ceu.edu

Levélcím:

Center for Media, Data and Society

Central European University

Nádor u. 9

1051 Budapest

Magyarország