

DIPLOMADOLGOZAT

WATTMANN GYÖRGY
Vezetés és szervezés szak

Gödöllő
2023



**Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Szent István Campus
Vezetés és szervezés szak**

**Dezinformáció: a hibrid fenyegetések társadalmi
aspektusai**

Belső konzulens:

Dr. Szalay Zsigmond Gábor

tanszékvezető, egyetemi docens

Készítette:

Wattmann György

ASWMZG

levelező tagozat

Intézet/Tanszék:

Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Intézetigazgató:

Dr. Boros Anita

**Gödöllő
2023**

Tartalom

1. Bevezetés.....	4
2. Szakirodalmi áttekintés	7
2.1. A félretájékoztatás történeti háttere.....	7
2.2. Álhírek napjainkban	9
2.2.1. 2016 – elnökválasztás az Amerikai Egyesült Államokban	13
2.2.2. A dezinformáció és a COVID-19 járvány kapcsolata	13
2.3. A félretájékoztatás szerepe a vállalatok életében	15
2.3.1. A dezinformáció meghatározása humánerőforrás szempontból.....	16
2.3.2. A félretájékoztatás hatása a marketingtevékenységre	17
2.4. Az Európai Unió által fogantatosított intézkedések	18
3. Saját vizsgálat bemutatása.....	21
3.1. Kutatási célok, kutatási kérdések és hipotézisek.....	21
3.2. A vizsgálat körülményeinek bemutatása	25
3.3. A vizsgálati minta bemutatása.....	26
3.4. A vizsgálati módszerek bemutatása	27
3.5. Az eredmények bemutatása.....	27
4. Következtetések, javaslatok	38
5. Összefoglalás.....	40
Irodalomjegyzék.....	42
Mellékletek.....	46
Függelékek	52

1. Bevezetés

Diplomadolgozatom témája a félretájékoztatás, valamint annak társadalmi aspektusai. Véleményem szerint ez a téma azért fontos és releváns napjainkban, mert az információ áramlása az emberek mindennapi életének esszenciális részét képezi. Fontos szerepe van az etikai és társadalmi kérdésekben, állami szintű pénzügyi és gazdasági döntések, vagy akár a vállalkozások esetében a piaci döntések meghozatalában is. Megemlíteném még a munkaerőpiaci perspektíva is, ugyanis az információ áramlása nagy hatással van a munkaerőpiacra történő belépésre, illetve a munkáltatóknak fontos meggyőződni a valós szakmai képességekről és tapasztalatokról, hiszen ezeken alapszik a megfelelő munkaerő kiválasztása. De vajon mennyire lehetünk biztosak abban, hogy a rendelkezésünkre álló információk valóban azt segítik elő, hogy a lehető legjobb döntéseket hozzuk, és nem épp annak az ellenkezőjét hivatottak elérni?

A dezinformáció rendkívül komoly probléma, amely az utóbbi években számos országban és régióban megjelent, és jelentős hatást gyakorol az emberek mindennapi tájékozódására és véleményalkotására. A probléma súlyossága a technológiai eszközök, különösen az internet és a közösségi média elterjedésével tovább nőtt, mivel ezen platformok lehetővé teszik a hamis információk könnyű és gyors terjesztését.

A félretájékoztatás nem csak az egyénekre, hanem a társadalom egészére is káros hatást gyakorolhat, a dezinformáció terjedése hozzájárulhat az egymás iránti bizalmatlanság növekedéséhez és a társadalmi szintű feszültségek eskalálásához.

Az ilyen káros hatások elkerülése érdekében fontos, hogy hatékony intézkedésekkel lépünk fel a hamis információk terjedése ellen. Ilyen intézkedés lehet például a valós információk transzparens módon történő terjesztése, valamint az emberek oktatása és tájékoztatása arról, hogyan lehet megkülönböztetni a valós információkat a meghamisítottaktól. A hagyományos média és a közösségi média platformok is fontos szerepet játszhatnak a probléma megoldásában, például az ellenőrzött és hiteles források előtérbe helyezésével. Végül, de nem utolsósorban, a dezinformáció terjedése elleni küzdelemnek átfogónak kell lennie, és a kormányzati, civil és egyéb szervezetek közötti együttműködésre is szükség van a sikeres eredmények eléréséhez.

A félretájékoztatás tekintetében sokféle definíció ismert, az Európai Bizottság a következőképp határozta azt meg: *„A dezinformáció olyan hamis vagy félrevezető tartalom, amelyet megtévesztés, illetve gazdasági vagy politikai haszonszerzés szándékával terjesztenek, és amely kárt okozhat a nyilvánosságnak.”* (EDAP 2020)

A dezinformáció többféle formában is megjelenhet. Többek között politikai célokra is felhasználható, amikor valaki hamis információkat terjeszt a közvélemény formálására, vagy ha álhíreket terjeszt a riválisai lejáratására. A dezinformációs kampányok célja lehet az emberek érzelmeinek manipulálása is, például amikor valaki azért terjeszt hamis információkat egy adott témával kapcsolatban, hogy ellenszenvet vagy félelmet keltsen az emberekben. A dezinformáció terjedését sokszor a közösségi média segíti elő, ahol a felület jellegéből adódóan könnyedén terjedhetnek az álhírek és a megtévesztő információk. Emiatt fontos, hogy az emberek társadalmi szinten képesek legyenek megkülönböztetni a valós információkat a hamisítottaktól, és ne terjesszék tovább az álhíreket.

Értekezésemben igyekszem megismertetni az olvasóval a félretájékoztatás lehetséges aspektusait, kezdve annak történelmével, eredetével. Fontosnak tartom bemutatni, hogy a dezinformáció milyen hatást gyakorol a vállalatok működésére, milyen módon tudja befolyásolni a piaci döntéseket. Ezt követően értekezni fogok az Európai Unió által foganatosított intézkedésekről, amelyek célja, hogy az EU állampolgárait megvédjék a dezinformáció negatív hatásaitól.

Ahogy már korábban említettem, a félretájékoztatás korunk egyik legnagyobb kihívásává vált. Kutatásom során arra kívánok választ találni, hogy az emberek mennyire vannak tisztában a dezinformációval, mint jelenséggel, mennyire tudatosan tájékozódnak a nagyvilág és hazánk híreiről, valamint, hogy elegendő időt és energiát fordítanak-e az objektív információszerzésre. Annak érdekében, hogy meggyőződjek hipotéziseim helytállóságáról, egy kérdőíves kutatáson alapuló elemzést készítettem. A kutatásom esszenciális részét képező kérdéseket igyekeztem úgy megfogalmazni, hogy a lehető legtöbb információt kinyerhessem belőle a diplomamunkám elkészítéséhez. Továbbá lehetőségeimhez mérten próbáltam minél reprezentatívabbá tenni a felmérést oly módon, hogy az a lehető legtöbb emberhez eljusson, akik a társadalom különböző rétegeihez tartoznak például lakóhely, végzettség és életkor tekintetében.

Kutatásom szempontjából az alábbi hipotéziseket fogalmaztam meg:

- I. Feltételezem, hogy az életkor és a dezinformációval kapcsolatos ismeretek között van összefüggés, a 30 év felettiek kevesebb ismerettel rendelkeznek a jelenségről, mint a 30 év alattiak.
- II. Feltételezem, hogy az alacsonyabb iskolai végzettségűek hajlamosabbak lehetnek a félretájékoztatás áldozatává válni, mivel kevésbé járnak utána az

általuk olvasott hírek valóságtartalmának.

- III. Feltételezem, hogy akik egy vagy több idegennyelven olvasnak, azok több forrásból tájékozódnak és nagyobb hangsúlyt fektetnek a tájékozódás minőségére, mint azok, akik csak magyar nyelven teszik ugyanezt.

2. Szakirodalmi áttekintés

2.1. A félretájékoztatás történeti háttere

A dezinformáció, vagyis a hamis, megtévesztő, vagy megtévesztés céljából terjesztett információ már emberemlékezet óta velünk van. Az emberiség történelmében számos esetben fordult elő, hogy az emberek hamis információkat terjesztettek másokkal szemben például háborúk, politikai csatározások vagy gazdasági érdekellentétekből fakadó nézeteltérésekből kifolyólag. A háborúk során a dezinformáció gyakran volt jelen, az államok hadseregei igyekeztek megtéveszteni ellenségüket, ezzel elterelve a figyelmüket a valódi tervekről, a sereg helyzetéről és mozgásának irányáról. Tehát a hamis információ célja a megtévesztés volt, hogy az ellenség rosszul mérje fel az erőviszonyokat és elhibázott döntéseket hozzon.

Az ókori Görögországban például a spártai állam gyakran használta a dezinformációt az összecsapások alkalmával. Eerre azért is volt nagy szükség, mert a spártai hadiállomány az esetek túlnyomó többségében sokkal kisebb volt, mint az ellenséges seregek, így gyakran csak a meglepetés, illetve a megtévesztés erejére tudott támaszkodni, ezzel elterelve az ellenség figyelmét. Többek közt az Athénnal vívott háborúi során volt nagy jelentősége a megtévesztésnek, a diplomáciai találkozók alkalmával gyakran terelték el ellenfelük figyelmét valódi szándékaikról. (Cartledge, P., Powell, A. 2018)

Míg az ókorban a félretájékoztatás leginkább szavak és rajzok útján valósult meg az ellenérdekű felek között, a 15. század derekán az információáramlás – ezáltal a dezinformáció - egy új korszaka köszöntött be egy technikai innovációnak köszönhetően: megjelent a Johannes Gutenberg-féle nyomdagép. A gép megjelenésével immár papíralapon is lehetséges volt tájékoztatni az embereket az éppen aktuális információkról, lehetőség szerint képekkel is illusztrálva azokat. A "valódi" híreket abban a korban nehéz volt ellenőrizni. Rengeteg hírforrás állt rendelkezésre - az államok és az egyház által működtetett hatóságok hivatalos kiadványaitól kezdve a tengerészek és kereskedők beszámolóin át -, de az újságírói etika és objektivitás akkor még ismeretlen fogalmak voltak, a tényekre éhező olvasóknak nehéz volt biztos információkhoz jutnia. A 17. századra a történészek szerepe megnőtt, ugyanis publikációik hitelességét alátámasztandó visszakövethető lábjegyzeteket helyeztek el azokban. A Galilei felfedezései körüli 1610-es per szintén megteremtette a tudományosan ellenőrizhető hírek iránti igényt, és hozzájárult a befolyással rendelkező tudományos hírforrások létrejöttéhez. (Soll, J. 2016)

Az első és a második világháború során a dezinformáció propaganda formájában jelent meg

a köztudatban. Az európai hadseregek a legtöbb esetben sorozott katonákból álltak, akiknek nem volt túl sok választásuk hogy bevonulnak-e katonának vagy sem. A brit hadsereg azonban hivatásos katonákból, illetve önkéntesekből tevődött össze. Ebből kifolyólag az első világháború során a britek nagyon nagymértékben a propagandára támaszkodtak, hogy igazolják a háborúban való részvétel helyénvalóságát az emberek előtt, ezzel elősegítve a toborzás sikerességét. A háborúból fennmaradt egy jellegzetes és sokak által parodizált kép, amelyen Lord Kitchener megfélemlítő fizimiskával biztatja a brit lakosságot, hogy „A hazának szüksége van Önökre”. A nacionalista töltetű, mélyen beágyazódott sztereotípiákra építették fel az információáramoltatást. (Welch, D. 2014)

Ugyanez a nemzeti érzelmű propagandaszerkezet jellemzi a náci Németország második világháború kirobbanásához vezető információáramoltatását is. A nácik olyan effektíven demonizálták és üldözték a zsidóságot, hogy a német polgárok támogatásával követhettek el mindennemű atrocitást. A propaganda sikerességét bizonyítja, hogy a mai napig vannak olyanok, akik tagadják a holokausz történetét. (Herzstein, R. 1978)

A második világháborút követte nem sokkal a közel 45 évig tartó hidegháború, amelynek során az Egyesült Államok és a Szovjetunió, mint szembenálló felek próbálták meggyőzni a társadalmakat a saját igazukról.

Az internetnek és a közösségi médiának köszönhetően napjainkban már nem okoz gondot az erre szakosodott csoportoknak tömegeket manipulálniuk. Erre tökéletes példa a 2016-os amerikai elnökválasztás. Nemzetközi médiajelentésekből kiderült, hogy egy Macedónia területén tinédzserek által üzemeltetett trollfarm¹ közel 100 Donald Trump-párti weboldalt üzemeltetett. A tartalmak között fellelhetőek voltak olyan vírusszerűen terjedő hamis történetek, amelyek azt állították, hogy maga a pápa támogatja Trumpot, valamint, hogy a demokrata Hillary Clinton ellen vádat fognak emelni egy bűncselekmény miatt. Az álhíroldalak üzemeltetőit nagyban segítették az automatizált hirdetési motorok (például Google AdSense). (Remnick, D. 2016)

Összességében elmondható, hogy a technológia fejlődésével a dezinformáció hatékonysága is szignifikáns növekedésnek indult. Az internetnek köszönhetően az információáramlás sebessége megsokszorozódott, a társadalmi szintű elérés pedig soha nem volt még ennyire egyszerű, mint napjainkban.

¹ Internetes trollokból álló csoport, amelynek célja az online közösség(ek) megtévesztése. (forrás: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/troll-farm> letöltés dátuma: 2023. 01. 22.)

2.2. Álhírek napjainkban

Az előző fejezetben foglaltak alapján elmondható, hogy az álhír, mint jelenség nem újkeletű probléma. Az álhírek az idő múlásával markáns átalakuláson mentek keresztül: az újságpapírról átkerültek a televíziók képernyőjére és a rádiókba, napjainkban pedig a közösségi média felületein találkozhatunk velük a leggyakrabban.

Jelenleg minden ötödik internetfelhasználó a YouTube nevű videómegosztó portál segítségével elégíti ki a napi információszükségletét, a Facebook után ez a második legnagyobb hírmegosztó portál. A videós tartalmak ilyen mértékű térnyerése rávilágít arra, hogy szükséges olyan eszközök kifejlesztése, amelyek megerősítik a publikált videós tartalmak hitelességét, mivel a legújabb technológiai vívmányoknak köszönhetően egyszerű azokat manipulálni. A technológiai fejlődés lehetővé tette többek között az úgynevezett „deepfake” videók, azaz az olyan realisztikus videók létrejöttét, amelyet mesterséges intelligencia segítségével hoznak létre. A deepfake technológia lehetővé teszi például, hogy humoros, pornográf vagy politikai tartalmat generáljon egy olyan személyről, aki előzőleg nem adta ehhez a beleegyezését, sőt, adott esetben egyáltalán nem is tud a cselekményről semmit. A technológia legnagyobb veszélye, hogy szinte bárki, akinek van számítógépe és internetelérése, képes deepfake tartalmat gyártani. (Westerlund, M. 2019)

Az emberek természetükből adódóan nem túl jók abban, hogy különbséget tegyenek a valódi információk és az álhírek között. Számos pszichológiai elmélet létezik, amely magyarázatot adhat erre a jelenségre. A hagyományos álhírek leginkább az átlagos tartalomfogyasztókat célozzák meg, kihasználva a sebezhetőségüket. Két fő tényező teheti sebezhetővé a fogyasztókat az álhírekkel szemben:

- **Naiv realizmus:** a fogyasztók hajlamosak azt gondolni, hogy az általuk alkotott világkép az egyetlen, ami helyes, és azokra az emberekre, akik nem értenek egyet a nézeteikkel, úgy tekintenek mintha tájékozatlanok vagy elfogultak lennének.
- **Előítélet:** a fogyasztók hajlamosak kizárólag olyan információkat befogadni, amelyek a meglévő nézeteiket erősítik meg.

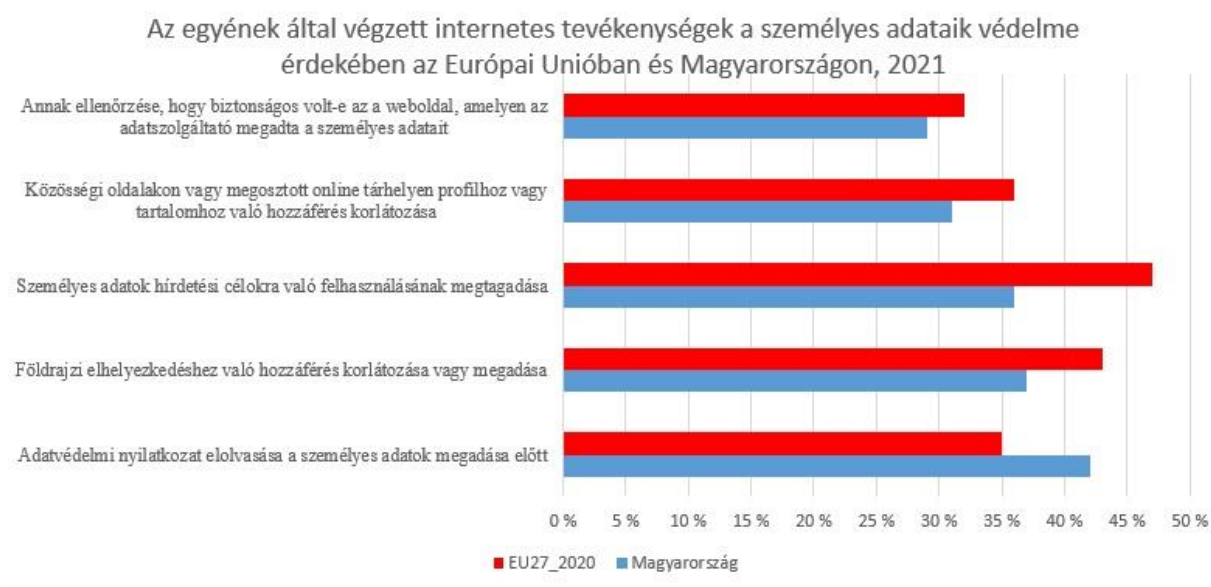
Utóbbi, az emberi természet velejárójaként értékelhető kognitív torzítások miatt az álhíreket gyakran valóságosnak érzékelhetjük. Ráadásul, amennyiben egyszer kialakul a téveszme, nagy nehézségek árán lehet csak korrigálni. Pszichológiai tanulmányok azt mutatják, hogy a nem valós információk (például álhírek) korrekciója a valós, tényszerű információk

bemutatásával nemcsak hogy nem vezet eredményre a téves vélekedések csökkentésében, hanem olykor még katalizátorként is hathat ezekre az elképzelésekre, kiváltképp az ideológiai csoportok körében. (Shu, K. et al. 2017)

A közösségi média megnövekedett népszerűsége okán az internet adta hatalmas felület ideális táptalajjá vált az álhírek, például hamis vélemények és hirdetések, félrevezető információk és pletykák terjesztésének. Jelenleg az álhírek sokkal szélesebb körben terjednek a közösségi média felületein, mint a mainstream médiában. (Balmas, M. 2014)

A közösségi média felületei alatt a széleskörű vélemény-, illetve információterjesztésre alkalmas online kommunikációs felületeket értjük. Egyre inkább ezen platformoktól függ az üzleti élet fenntartása is, illetve a magánszemélyek is előszeretettel használják ezeket a felületeket. A közösségi média platformok felhasználói legtöbbször nincsenek tudatában annak, hogy online jelenlétüknek nagyon komoly veszélyei is vannak, különösen akkor, ha szenzitív adatokat is megosztanak magukról az interneten. Ennek sokszor az a végeredménye, hogy ezen adatok illetéktelen személyek kezébe kerülnek, többek között adathalász módszerekkel és specifikusan erre a célra kifejlesztett programokkal. Ilyen programok lehetnek például a malware-ek, ami a malicious software kifejezés rövidítése. Ezek kártevő programok, amelyeket arra használnak, hogy a felhasználó hozzájárulását nélkülözve jogosulatlanul bejussanak információs rendszerekbe vagy felhasználói fiókokba, és ott változtatásokat hajtsanak végre. (Chronowski, N. et al. 2022)

Annak érdekében, hogy meggátoljuk a személyes adataink illetéktelen felhasználását, körültekintően kell tevékenykednünk az interneten, ám ez a körültekintő hozzáállás társadalmi szinten még mindig nem valósul meg elég nagy arányban.



1. ábra, forrás: KSH

2021-ben a 16-74 éves lakosság nem kevesebb, mint 52%-a korlátozta a földrajzi elhelyezkedésének vagy személyes adatainak hirdetési célzatú felhasználását a közösségi platformokon. A weboldalak által feltüntetett adatkezelési nyilatkozatot a 25-54 éves korosztály 48%-a olvasta el, míg a 65-74 évesek csupán 25%-a tette meg ugyanezt. A magyar internethasználók a weboldalak biztonságának ellenőrzésében maradtak el leginkább az Európai Unió átlagától, 13 százalékponttal. A fiatal és az idős generáció adatvédelmi szempontból markánsan elkülönül egymástól, a 16-24 évesek 28%-a, a 65-74 évesek pedig csupán 6%-a törekedett személyes adatai védelmére, mielőtt megadta azt valahol a világhálón. (KSH, 2021)

Az elmúlt néhány esztendőben a közösségi média platformok rapid elterjedéséből kifolyólag az álhírek száma markáns növekedésnek indult. Napjainkban a dezinformáció mindenhol jelen van, mind társadalmi, mind egyéni szempontból érezteti a hatását. Az alábbiak szerint foglalhatók össze az álhírek alapvető jellemzői:

- **Mennyiség:** Bárki könnyedén terjeszthet az interneten álhíreket anélkül, hogy a publikálást megelőzően bármilyen ellenőrzési eljárás alá vonnák. Számos olyan weboldalt hoztak létre, amelyeknek célja a hamis hírek és történetek terjesztése. Ezen oldalak küllemüket tekintve gyakran hasonlítanak a valódi híroldalakra, hogy ezáltal hitelesnek tűnjenek a gyanútlan olvasó szemében. Szándékosan dezinformáció terjesztése céljából hozták létre őket, gyakran pénzügyi vagy politikai haszonszerzés céljából. Felfoghatatlan mennyiségű hamis tartalom terjed az online hálón, a legtöbb esetben a felhasználó tudtán kívül. (Allcott, H., Gentzkow, M. 2017)
- **Sokféleség:** a dezinformációnak számos rokon kifejezése létezik, például a félretájékoztatás, a hoax, a hamis reklám, az összeesküvés-elmélet vagy a pletyka. Utóbbi szerves részét képezik az átlagember hétköznapijainak. Az álhírek más aspektusba helyezik az emberek hírekkel való kapcsolatát. Egyes félrevezető híreket szándékosan azért hoznak létre, hogy összezavarják és megtévezzék a közösségi média felhasználóit, kiváltképp az idős korosztályt és azokat a fiatalokat, akiknek még nem alakult ki az önvédelmi mechanizmusuk. (Suciu, P. 2021)
- **Sebesség:** Az elmúlt években gépi észlelőrendszereket hoztak létre annak érdekében, hogy kiszűrjék az álhíreket. Ebből kifolyólag az álhíreket generáló oldalak olyan gyorsan eltűnnek, mint amilyen gyorsan létrejöttek, ezzel elkerülve azt, hogy bárkinek is feltűnjön a jelenlétük. Annak érdekében, hogy nagyobb figyelmet

fordítsanak az álhírekre a felhasználók, a terjesztők az éppen felkapott eseményekre összpontosítanak. Ezáltal az álhírek valós idejű jellege sokkal nehezebbé teszi az azonosításukat. Nehézséget okoz megállapítani azt, hogy hány felhasználót sikerül elérni egy ilyen publikációval, ebből adódóan nehéz megmondani, hogy milyen mértékű következményei vannak az adott témában terjedő álhíreknek. (Allcott, H., Gentzkow, M. 2017)

A hamis információk elleni harc a félrevezető üzenetek lokalizálásáról és semlegesítéséről szól. Feltételezhetően az imént említett gépi észlelőrendszerek segíthetnek ezen üzenetek megjelölésében, viszont a dezinformáció, mint jelenség elleni küzdelem egy másik kérdéskör. A megtévesztő információk vizsgálata során különböző szereplők elkülönítése a legfőbb feladat, ugyanis egyesek ironikus vagy szatirikus stílusban közelítenek meg egy témát, mások viszont stratégiai megfontolásból, szándékosan vezetik félre a nagyérdeműt. A különbség olyannyira elmosódik, hogy olykor az embereknek is nehézséget okoz az előbbi stílus felismerése (kiváltképp azoknak, akik nem rendelkeznek sajátos humorérzéssel), így az észlelőrendszereknek sincs könnyű dolguk. Ironikus módon, a dezinformációs kampányok egyaránt tartalmazhatnak valós információkon alapuló, ésszerű álláspontokat. Utóbbiakból arra lehet következtetni, hogy a témában kutatóknak az emberekre és a mondanivalójuk ok-okozati összefüggéseire kell fényt deríteniük, nem pedig egy adott tartalomra fókuszálniuk. (Calo, R. et al. 2021)

Elmondható, hogy rendelkezésre álló gépi észlelőprogramok ugyan segítséget nyújthatnak abban, hogy fény derüljön az igazságra, azonban az álhírek komplexitásából adódóan nem hagyatkozhatunk rájuk teljes egészében, sőt. Fentiekből kifolyólag, a fals információkkal szembeni ellenálló képesség növelése érdekében fontos, hogy több forrást felhasználva bizonyosodjunk meg a látott, olvasott vagy hallott hírek valóságtartalmáról, ne érzelmi vagy ideológiai alapon hozzunk meg döntéseket, valamint fejlesszük a kritikus gondolkodásmódunkat, továbbá sokkal nagyobb hangsúlyt kell fektetnünk az adatvédelemre. Felmerül azonban a kérdés, hogy mit tehetünk akkor, ha végeláthatatlan mennyiségű információ zúdul a nyakunkba?

A világban számottevő olyan esemény történik, amelyet dezinformációs kampányok garmadája övez, egyes események azonban kiemelkedő figyelmet kapnak a hamis információkat terjesztők körében. A következőkben kifejték két olyan eseményt, amely a globális szinten átalakította a társadalom dezinformációról alkotott képét.

2.2.1. 2016 – elnökválasztás az Amerikai Egyesült Államokban

Ahogy arról már a dolgozatomban egy korábbi szakaszban értekeztem, a 2016-ban lebonyolított amerikai elnökválasztás során szemmel látható méreteket öltött az álhírek terjesztése. Amikor a milliárdos ingatlanmágnás, Donald Trump a voksok többségét begyűjtve győzelmet aratott Hillary Clinton felett, számos vizsgálat indult a választások tisztaságát illetően, hogy történt-e külföldi beavatkozás annak érdekében, hogy befolyásolják a szavazás végkimenetelét. Robert Mueller amerikai ügyész nyomozását követően jelentést készített a feltárt tények vonatkozásában, amelynek egyik leglényegesebb eleme, hogy Oroszország dezinformációs tevékenysége kiemelkedő hatással bírt a 2016-os elnökválasztás tekintetében. A hamis hírek terjesztésében a legnagyobb szerepe az orosz trollfarmként híressé vált Internet Research Agency-nek (IRA) volt. (Mueller, R. 2019)

A jelentésben foglaltak alapján az IRA már a választásokat megelőző 2 évvel, 2014-ben megkezdte a felkészülést a tevékenységére azzal, hogy az általuk betelepített orosz ügynökök képi anyagokat készítettek és kutatásokat végeztek az Egyesült Államokban. A kutatások keretein belül számos létező amerikai személyazonosságát ellopták, és felmérték, hogy mely témák a felkapottak az amerikai társadalom körében, kiváltképp a közösségi média platformokon. Robert Mueller leírja jelentésében, hogy az IRA 2016-os tevékenysége során több millió amerikai választópolgárhoz juttatta el az általuk generált hamis információkat úgy, hogy az általuk vezetett Facebook és Instagram fiókokat – ezáltal azok megosztott tartalmait - követték az állampolgárok. Ennek volt köszönhető az is, hogy tartalmaikat az amerikai politikai élet releváns szereplői is terjesztették követőik között. Egy a trollfarm vonatkozásában tartott meghallgatáson a Facebook platform egy képviselője elmondta, hogy nem kevesebb, mint 470 IRA felhasználói fiókot azonosítottak, amelyek a 2015 és 2017 közötti időszakban 80 ezer bejegyzést tettek közzé, amelyek segítségével hozzávetőleg 126 millió amerikaihoz jutottak el. A jelentés rámutat, hogy az orosz dezinformációs tevékenység nem merül ki az IRA akcióiban, hiszen az Orosz Katonai Hírszerzés (GRU) is aktívan részt vett abban, többek közt Hillary Clinton személyes levelezésének nyilvánosságra hozatalával. (Kiss, M. A. 2021)

2.2.2. A dezinformáció és a COVID-19 járvány kapcsolata

A COVID-19 járvánnyal párhuzamosan a félretájékoztatás egy új dimenziója bontakozott ki, amit az Egészségügyi Világszervezet főigazgatója – találóan - „infodémiának” nevezett. A világjárvánnyal kapcsolatos tudósításaikban a sajtóorgánumok gyakran beszámoltak

olyan emberek álláspontjáról, akik - foglalkozásukból kifolyólag, például színészek – nem rendelkeznek a kellő kompetenciával a járványkezelést illetően. Ezek a személyek nem bizonyított gyógymódok mellett érveltek, tagadták a szakemberek által ismertetett, járvánnyal kapcsolatos tényeket, illetve emberek által kreált szándékos támadásként írták le a pandémiát. Ezen összeesküvés-elméletek legalább olyan gyorsan terjedtek, mint maga a járvány. (Evanega, S. et al. 2020)

A járványhelyzet rámutatott, hogy nem csupán a hozzáférhető és minőségi egészségügyi ellátástól függ az emberek egészségi állapota, hanem attól is, hogy hozzáférnek-e azokhoz a pontos és megbízható információkhoz, amelyek alapján meggyőződhetnek a helyes módszerekről, a védelem hatásos eszköztáráról és arról, hogy az adott fenyegetés jellegét tekintve mennyire veszélyes rájuk. A közösségi média felületein a pandémiából kifolyólag sok egészségügyi tartalom került megosztásra. Kutatások bizonyították, hogy a legtöbb esetben nagyobb elérést generál egy influencer maszkviselésre buzdító vagy éppen a maszkviselést démonizáló tartalmai, mint az erre szakosodott hivatalos egészségügyi szervek tájékoztatásai. (Polyák, G., Nagy, K. 2022)

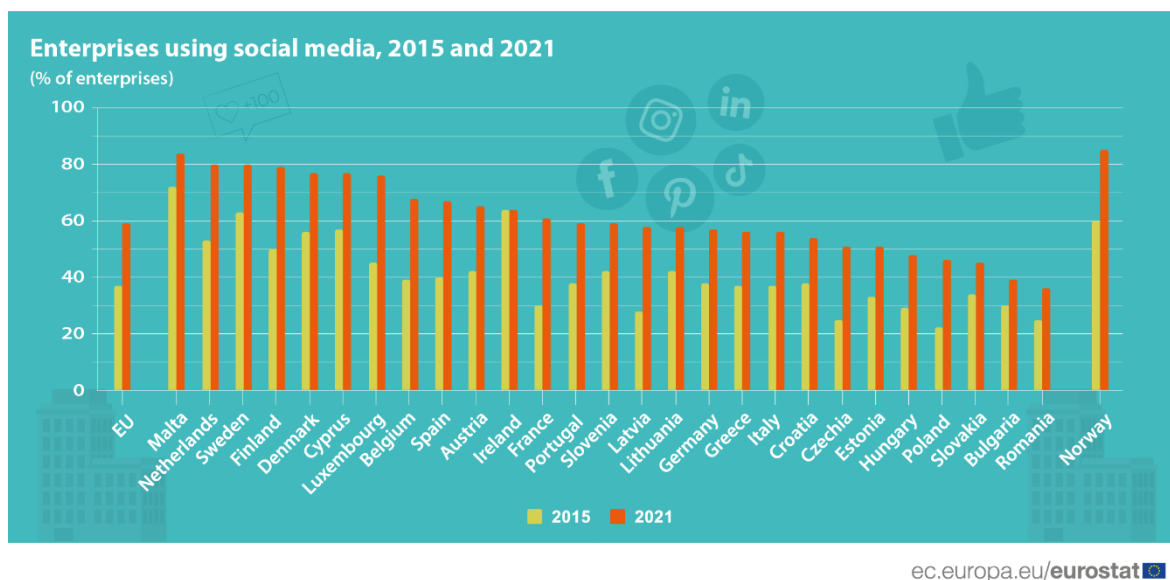
A hamis információk online terjedése, továbbá annak társadalomra gyakorolt káros hatásai több kutatót arra késztettek, hogy megvizsgálják, mi a magyarázat az emberek összeesküvés-elméletekbe és álhírekbe vetett hitére. Ha demográfiai szempontokat veszünk figyelembe, az idősebb kor általánosságban összefüggésbe hozható a félretájékoztatás iránti nagyobb fogékonyságra. Egyes kutatások rámutattak, hogy összefüggés állhat fenn a kisebbségi státusz és a hamis hírek befogadására való hajlandóság között, továbbá a kutatásokat végzők több fontos motivációs tényezőt figyeltek meg, amelyek a hamis információk befogadása iránti hajlam előjelei lehetnek: a kormányba és a tudományba vetett alacsony bizalom, a mainstream médiába vetett alacsony bizalom, illetve a politikai ideológiák, kiváltképp a konzervativizmus iránti elhivatottság. (Schneider, C. R. et al. 2020)

Elmondható, hogy a dezinformáció hatásai rendkívül széleskörűek és súlyosak lehetnek. Amikor hamis vagy megtévesztő információk terjednek, az emberek rossz döntéseket hozhatnak, ezen rossz döntéseknek pedig negatív hatása lehet többek közt az egészségügyre és a gazdaságra is. Ezért kiemelkedően fontos az, hogy az emberek kritikusan gondolkodjanak, ellenőrizzék az adott információ forrását. Fentiekből egyértelművé válik, hogy a média és az online közösségi platformok nagyon fontos szerepet játszanak abban, hogy milyen mennyiségű és minőségű információ terjed a társadalomban, és felelősségük, hogy elősegítsék a valid információhoz való hozzáférést és az ésszerű tájékoztatást.

2.3. A félretájékoztatás szerepe a vállalatok életében

A dezinformáció negatív hatást gyakorolhat a vállalatokra akár közvetlenül, akár közvetve. Ha egy cég hírneve és reputációja sérül, az komoly gazdasági következményekkel járhat, például a termékek és szolgáltatások eladásának csökkenésével, a vállalati részvények árfolyamának csökkenésével és a vásárlók bizalmának elvesztésével. A vállalatoknak fel kell készülniük arra, hogy hogyan kezeljék a félretájékoztatással kapcsolatos kihívásokat, és hogyan reagáljanak azokra. Nagyon fontos, hogy gyorsan és hatékonyan kommunikáljanak a félreértések elkerülése, és a hamis információk terjedésének megakadályozása érdekében, ezzel megbízható és pontos információkat adva ügyfeleiknek a termékek és szolgáltatások tekintetében. Emellett fontos, hogy figyelemmel kísérjék a közösségi média platformokat, és hogy megelőző intézkedéseket hozzanak az álhírek terjedésének megakadályozására, ezzel megóvva hírnevüket.

Ahogy az előző fejezetben kifejtettem, a közösségi média használata az utóbbi években markáns növekedésnek indult, ám ez nem csak a magánszemélyek tekintetében jelenthető ki, hanem a vállalkozások is egyre szélesebb körben képviseltetik magukat az egyes platformokon.



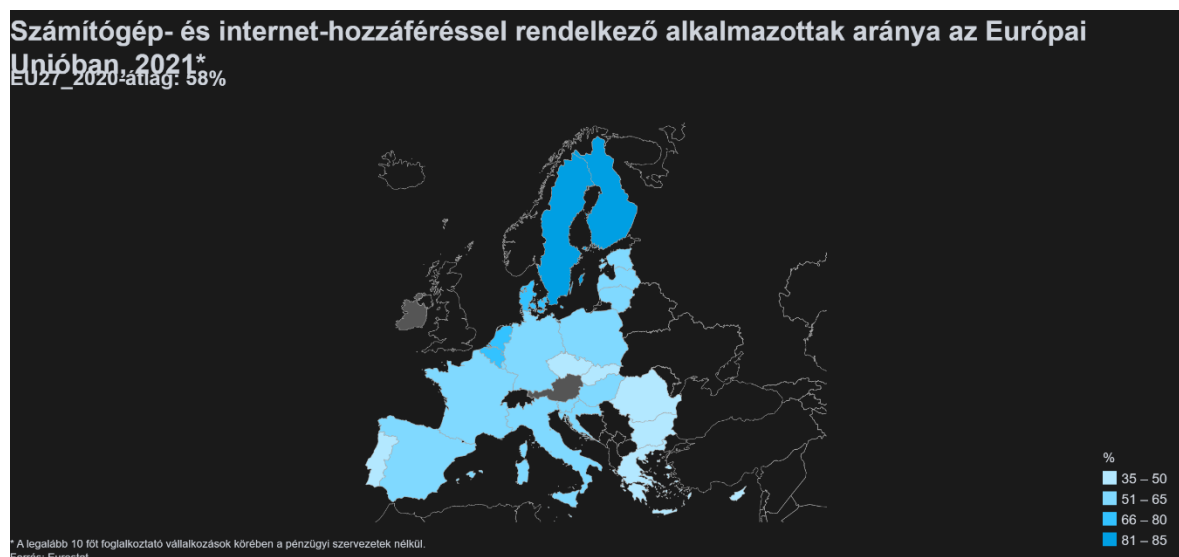
2. ábra, forrás: eurostat

Az eurostat 2022. júniusában kiadott jelentése alapján elmondható, hogy az Európai Unióban működő vállalatok több, mint fele (59%-a) használ legalább egy közösségi média felületet. Ez az adat 22%-os növekedés 2015-höz képest, amikor ez az arány csupán 37% volt. (eurostat 2022)

Tekintettel arra, hogy a cégek az elmúlt évek során még inkább a közösségi média platformokra támaszkodtak a saját vállalati arculatuk, termékeik és szolgáltatásaik népszerűsítése érdekében, ezen felületek új kapcsolattartási pontot jelentenek az ügyfelekkel, és más kulcsfontosságú érintettekkel, többek között a kiskereskedőkkel, beszállítókkal vagy a kormányzati szervekkel. Világszerte hozzávetőleg 4,62 milliárd aktív felhasználó több, mint 12 billió órát tölt el évente a közösségi média felületein, ebből kifolyólag ma már széles körben elfogadott tény, hogy a vállalati versenyképesség és túlélés kritikus stratégiai összetevőjeként, és az innováció eszközeként kell tekinteni rájuk. (Obadă, D. R., Dabija, C. R. 2022)

2.3.1. A dezinformáció meghatározása humánerőforrás szempontból

Mivel az innováció egy nagyon fontos eszköz, amelyet a vállalatok az új lehetőségek kiaknázása érdekében kihasználhatnak, a közösségi média felületek számos új létfontosságú változást hoztak a munkahelyeken, új perspektívába helyezve a belső és külső érintettek kapcsolatait. A közösségi média folyamatos fejlődésének köszönhetően az innováció előtérbe kerül, új lehetőségeket kínálva többek között a humánerőforrás alkalmazása tekintetben, ezzel üzleti szempontból előnyös helyzetbe hozva a vállalatot. Utóbbiakból kifolyólag a közösségi média felületeken zajló kommunikáció rendkívül népszerű lett, elmondható, hogy leuralta az emberek magánéletét, és a munkahelyen töltött idő szerves részét képezi az online aktivitás is. (Sakka, G., Ahammad F. M. 2020)



3. ábra, forrás: KSH

Magyarországon kevesebb alkalmazott használ számítógépet és internetet, mint az Európai Unió átlag, viszont a nagyvállalatok tekintetében elmondható, hogy az EU rangsor felső

rétegéhez tartozunk. Az EU-n belül az e tekintetben élen járó országok Svédország, Finnország, Hollandia, illetve Dánia, a rangsor végén pedig Románia, Bulgária, Görögország és Portugália helyezkedik el. (KSH, 2021)

Fentiekből kifolyólag egyértelművé válik, hogy a dezinformáció a vállalati élet humánerőforrás aspektusaira is jelentősen kihathat. Ha az alkalmazottak egy bizonyos hányadának olyan meggyőződései vannak, amelyek felháborodásra adnának okot, az nem annak tudható be, hogy unintelligensek, hanem sokkal inkább az az oka, hogy nap mint nap ki vannak téve a dezinformációk okozta hatásoknak. Utóbbi kombinálható még azzal is, hogy csoportosan egymást erősítik az adott meggyőződés valódiságáról. A munkáltatóknak ezáltal fontos feladatuk, hogy megfelelő mennyiségű és minőségű valós információt juttassanak el az alkalmazottakhoz, betartva a bizalom és a kölcsönös tisztelet legalapvetőbb szabályait.

- **Igazság:** csak megbízható forrásokból származó információkat szabad megosztani, illetve fontos, hogy mindig alá kell támasztani a mondanivalót. Statisztikák és egyéb adatok közérthető bemutatásával, vizuális eszközökkel nagyban hozzá lehet járulni a hatékony információáramláshoz.
- **Szakértők:** Fontos, hogy megosztó témákban, mint amilyen a COVID-19 járvány is, megbízható szakemberek véleményére támaszkodjon a munkáltató. Tudományos alapokon nyugvó, tényszerű adatokkal és kutatásokkal alátámasztott információk átadása bizalmat ébreszt az alkalmazottakban.
- **Csapatépítés:** Ahhoz, hogy a munkáltató sikeresen ledöntse a falakat és felvegye a harcot a polarizált gondolkodással, az egyik legjobb módszer a csapatépítő gyakorlatok szervezése. A gyakorlatok során rá kell mutatni a közös pontokra, és hogy a közösség sokkal fontosabb, mint az azt elválasztani szándékozó különbségek.
- **Türelem:** Rávenni az alkalmazottakat, hogy teljesen megváltoztassák a gondolkodásmódjukat és a tudomány által alátámasztott igazságra támaszkodjanak, időigényes feladat, nem lehet egyik napról a másikra kivitelezni. (Roozenbeek, J. 2022)

2.3.2. A félretájékoztatás hatása a marketingtevékenységre

Tekintettel arra, hogy a kezdetekben az álhírek leginkább politikusokat illetve globális

szinten nagy társadalmi hatással bíró eseményeket vettek célba, a jelenség marketing szempontból történő vizsgálatára később került sor. Ehhez az kellett, hogy néhány nagy multinacionális vállalat bojkotthullámmal szembesüljön, miután a dezinformáció áldozatává váltak. (Obadă, D. R. 2019)

Azt, hogy miért releváns a dezinformáció, mint jelenség a márkák számára, az alábbi három multinacionális vállalat esetpéldája illusztrálja leginkább.

- **Pepsi:** A Pepsi Co. részvényei több mint 4 pontot estek, miután a vállalat vezérigazgatójáról, Indra Nooyiról elkezdett terjedni az az álhir a 2016-os amerikai elnökválasztás előtt, hogy a Trump-párti szavazóbázist melegebb éghajlatra küldte. A hírek hallatára a közösségi média felületein bojkottot hirdettek a Pepsi Co. által kibocsátott összes termék tekintetében.
- **New Balance:** A ruházati termékeket forgalmazó nagyvállalat szóvivőjének monológját egy álhirterjesztő teljesen átértelmezte, és a közösségi média felületeken közzétette, hogy a „New Balance támogatja a Trump-forradalmat”. Ennek következtében Trump-ellenes csoportok a márka cipőit égették el élő online adásban.
- **Nutella:** A nagyvállalat kapcsán elterjedt hoax egy, a Greenpeace olasz képviselőjénél felmerült valós problémán alapult. A pálmaolaj – ami az ikonikus Nutella egyik alapvető alkotóeleme - negatív hatásai kapcsán kezdtek el terjedni a felnagyított álhírek, ám a fogyasztók márkához való erős kötődése okán ez fordított eredményt hozott a vállalatnak. A fogyasztók támogatták, hogy maradjon meg a Nutellában mindegy ugyanúgy, ahogy azt eredetileg megálmodta a cég. Ez utóbbi egy kirívó példája annak, amikor egy vállalat életére pozitív hatással van a dezinformáció. (Domenico, D. G. 2020)

Fentiek alapján kijelenthető, hogy a vállalatok szempontjából sem elkerülhető a dezinformációval való küzdelem. A vezetőknek mind a külső, mind a belső stakeholderek attitűdjét figyelemmel kell kísérniük, és a valós információk folyamatos áramoltatásával elébe menniük a munkaerő elvándorlásának, vagy a márkát érintő negatív hírek terjedésének. Fontos, hogy a vállalatok vezetői figyelemmel kísérjék a közösségi média trendeket, és időben reagáljanak a hamis információk terjedésére.

2.4. Az Európai Unió által fogatosított intézkedések

Az Európai Unió, mint a világ egyik legerősebb szabályozó hatalma az elmúlt években

megjelenő kihívások hatására a hibrid fenyegetések területével is aktívan elkezdett foglalkozni. Az első nagyobb megmozdulás 2015-ben történt az orosz dezinformációs tevékenységek kapcsán. Annak érdekében, hogy meggátolják a hamis információk kontroll nélküli terjedését, létrehozták az East StratCom Task Force nevű egységet, amelynek célja, hogy stratégiai kommunikációs tevékenységet lásson el az Unió keleti szomszédságában, és felfedje az orosz dezinformációs tevékenységeket. (Európai Közösség, 2016)

Az idő múlásával az Unió egyre szélesebb perspektívában kezdett foglalkozni a dezinformációval, mint jelenséggel. Az elmúlt évek jelentős eseményei – mint például a már taglalt COVID-19 járvány – rámutattak, hogy a közösségi oldalakon terjedő álhírek már önmagukban is komoly kihívást okoznak. Az Európa Tanács mellett tevékenykedő Horizontális Hibrid Munkacsoport feladata, hogy elősegítse a tagállami együttműködést és fellépést a hibrid fenyegetésekkel szemben. (Európa Tanács, 2019)

A közösségi média platformok elterjedéséből kifolyólag az Európai Unió egyre jelentősebb lépéseket tesz azok átláthatóbb és szabályozottabb működése érdekében. A 2016-os amerikai elnökválasztásokból levonva a konzekvenciát, a 2019-es EU parlamenti választások, valamint a 2020-ban megtartott tagállami választások tisztasága érdekében létrehozta a gyors riasztási rendszert (Rapid Alert System). A rendszer feladata az volt, hogy tagállami és uniós intézményi szinten azonnali információáramoltatást tegyen lehetővé a választásokkal kapcsolatos dezinformációs tevékenységekről. A rendszer 2020. júniusában kiegészítésre került a Bizottság által egy kizárólag COVID-19 járvánnyal kapcsolatos hamis információkkal foglalkozó résszel. (Európai Közösség, 2016) Az Unió a közösségi média platformok tekintetében az uniós gyakorlati kódex létrehozásával komoly lépéseket tett a félretájékoztatás visszaszorítása érdekében. A kódex csak az azt aláíró közösségi média és reklámcégekre vonatkozik, továbbá hátránya, hogy önkéntes alapon valósul meg az aláírás, tehát az EU nem kényszerítheti rá a vállalatokra az akaratát, ha problémát észlel az adott területen. Fontos kiemelni, hogy az aláírók között szerepelnek olyan nagy cégek is, mint amilyen a Facebook, a Google, a Microsoft és 2020. júniusa óta a TikTok is. (Európai Közösség, 2022)

A magatartási kódex és az új digitális szolgáltatásokat bemutató törvénycsomag hasonló célokat szolgálnak, viszont utóbbi jogi szempontból erősebb kötelezettségi keretet teremt a közösségi média platformok tekintetében. Az úgynevezett Digitális Média Obszervatórium egy Európai Unió általi kezdeményezés, amelynek fő feladata a dezinformáció elleni fellépés. Célja, hogy egy az egész Európai Uniót lefedő kutatókból és tényellenőrző szakemberekből álló hálózatot hozzon létre, a hamis hírek megjelölése, jelentése és

eltávolítása érdekében. Az Európai Bizottság által publikált Európai Demokrácia Cselekvési Terv (EDAP) harmadik pillére a félretájékoztatás elleni küzdelem. A cselekvési terv célja egy közös szabályozási keret létrehozása, a gyakorlati kódex tapasztalatai alapján.

A nyílt információáramlásra épülő, jogi megközelítésű EU-s fellépésen túl, a hibrid fenyegetések ellen az EU Helyzetelemző Központjának (EU INTCEN) Hibrid Fúziós Cellája tesz komoly lépéseket. A Cella elemzéseket és helyzetértékeléseket készít a tagállamoktól származó jelentéseket alapul véve, és ezeket továbbítja az Európai Unió döntéshozói és a tagállami képviselők irányába. Utóbbiak alapján elmondható, hogy az Európai Unió komoly lépéseket tett, hogy felvegye a harcot a dezinformációval. (Kiss, M. A. 2021)

3. Saját vizsgálat bemutatása

3.1. Kutatási célok, kutatási kérdések és hipotézisek

A kutatás során azt vizsgáltam, hogy az emberek milyen mértékben vannak tisztában a dezinformációval, mint olyan jelenséggel, amely befolyásolhatja az általuk alkotott véleményeket és azt, hogy milyen döntéseket hoznak meg a mindennapokban. Továbbá meg szerettem volna tudni, hogy milyen mértékben hajlandóak meggyőződni az általuk olvasott hírek valóságtartalmáról, valamint, hogy mennyi időt szentelnek az objektív információszerzésre.

Hipotéziseimet a témában született kutatások, illetve a saját környezetemben tapasztaltak alapján fogalmaztam meg, az alábbiak szerint:

I. Feltételezem, hogy az életkor és a dezinformációval kapcsolatos ismeretek között van összefüggés, a 30 év felettiek kevesebb ismerettel rendelkeznek a jelenségről, mint a 30 év alattiak.

Hipotézisemet Loos & Nijenhuis (2020) kutatására alapozom, akik vizsgálatuk során idősebb és fiatalabb felnőtteknek mutattak be különböző politikai eseményeket, majd ezzel kapcsolatban valódi és álhíreket mutattak be nekik. A kutatás eredményeképp az idősebbek fogékonyabbak voltak a félretájékoztatásra, amelynek oka, hogy a fiatalabb és az idősebb korosztály között az alapvető kognitív képességek tekintetében markáns különbségek rajzolódnak ki. A közvetlen környezetemben tapasztaltak alapján hasonló véleményen vagyok, így fontosnak tartom a félretájékoztatás ezen aspektusát megvizsgálni.

Kérdések, melyek ezt a hipotézist hivatottak vizsgálni:

2. Az Ön életkora (*rövid szöveges választ igénylő kérdés*)

10. Kérem jelölje meg, hogy az alábbiak közül mely kifejezésekkel találkozott korábban! (*jelölőnégyzetek, több válasz megadása is lehetséges volt*)

- DDOS – túlterheléses támadás
- Trollfarm
- Dezinformáció

- Malware – Malicious software
- Deepfake
- Kiberbűnözés
- Drive-by letöltések
- Cheap fake
- Egyik sem

15. Az alábbiak közül mely elméletekről hallott már korábban? *(jelölőnégyzetek, több válasz megadása is lehetséges volt)*

- Lövedékelmélet
- Kétlépcsős hatás
- Szelektív észlelés elmélete
- Framingelmélet
- Hallgatási spirál
- Kódolás-dekódolás modell
- Egyik sem

17. 1-6-ig tartó skálán mennyire tart attól, hogy olyan témában tévesztik meg Önt, amely fontos a mindennapi életére nézve? *(1: Egyáltalán nem tartok tőle; 6: Kifejezetten tartok tőle)*

II. Feltételezem, hogy az alacsonyabb iskolai végzettségűek hajlamosabbak lehetnek a félretájékoztatás áldozatává válni, mivel kevésbé járnak utána az általuk olvasott hírek valóságtartalmának.

Második hipotézisem alapját Hwang & Jeong (2022) kutatása adja, akik 821 felnőtt körében végeztek vizsgálatot a COVID-19 járvánnyal kapcsolatos félretájékoztatás elfogadásának mértékéről. Megállapították, hogy az elfogadásban a képzettségi szint jelentőséggel bír, ugyanis az alacsonyabb végzettségűek befogadóbbak voltak a hamis információkkal szemben, mint akik magasabb iskolai végzettséggel rendelkeznek.

Kérdések, melyek ezt a hipotézist hivatottak vizsgálni:

4. Mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége? *(feleletválasztós kérdés)*

- Általános
- Szakmunkásképző, szakiskola,
- Szakközépiskola, technikum
- Gimnázium
- Felsőfokú végzettség

12. Keresett-e már úgy valamire az interneten, hogy tisztában volt azzal, hogy nem fektet maximális hangsúlyt a keresés minőségére? *(feleletválasztós kérdés)*

- Igen
- Nem

13. Amennyiben az előző kérdésre igennel válaszolt, kérem jelölje meg, mi volt az oka a gyors keresés alkalmazásának! *(jelölőnégyzetek, több válasz megadása is lehetséges volt)*

- Kényelem
- Napi információszükséglet kielégítése
- Munkával vagy iskolával összefüggő háttérismeret azonnali megszerzése
- Időhiány
- Megszokás

14. Mely forrás(ok) megbízhatóságát kérdőjelezi meg a közösségi médiában? *(jelölőnégyzetek, több válasz megadása is lehetséges volt)*

- Tényként közölt vélemények
- Olyan oldalak, amelyeket nem ismerek
- Reklámok
- Celebekről szóló hírek
- Clickbait (kattintásvadász címmel vagy leírással ellátott tartalom)
- Bulvárlapok
- Politikai vagy vallási szempontból elfogult oldalak

III. Feltételezem, hogy akik egy vagy több idegennyelven olvasnak, azok több forrásból tájékozódnak és nagyobb hangsúlyt fektetnek a tájékozódás minőségére, mint azok, akik csak magyar nyelven teszik ugyanezt.

Harmadik hipotézisemet Aslett & Tucker (2021) tanulmánya ihlette, akik megfogalmazták, hogy a magasabb szintű kognitív reflexióval rendelkező egyének, akik a második nyelvükön is képesek értékelni az eléjük kerülő információk valóságát, kisebb valószínűséggel eshetnek a félretájékoztatás áldozatává. Kiemelik azonban, hogy a kutatások nagyon vegyes eredményeket produkálnak ezen állítás tekintetében. Ezen tanulmányt, valamint a környezetemben tapasztaltakat alapul véve fontosnak tartottam, hogy kutatásom során kitérjek az idegennyelv tudás és a félretájékoztatás befogadására való hajlam közötti összefüggések megismerésére.

Kérdések, melyek ezt a hipotézist hivatottak vizsgálni:

5. Milyen közösségi média felületeket használ? *(jelölőnégyzetek, több válasz megadása is lehetséges volt)*

- Facebook
- Instagram
- Reddit
- Telegram
- YouTube
- BeReal

6. Milyen idegen nyelve(ke)n olvas? *(jelölőnégyzetek, több válasz megadása is lehetséges volt)*

- Kizárólag magyarul tudok
- Angol
- Német
- Francia
- Spanyol
- Orosz
- Kínai

- Egyéb

8. Mennyire jellemző Önre, hogy külföldi médiumok híreit (pl. Financial Times, BBC) is olvassa? (1: Egyáltalán nem jellemző; 6: Minden nap olvasok külföldi híroldalakat)

16. Kérem jelölje meg, hogy az adott állítás mennyire jellemző Önre! (lehetőségek: 1. Nem jellemző, 2. Inkább nem jellemző, 3. Inkább jellemző, 4. Jellemző)

- Minden nap szentelek időt az aktuális hírek elolvasására
- Mindig figyelmesen elolvasom a híreket
- Olykor hajlamos vagyok túl korán véleményt alkotni
- Fontosnak tartom, hogy nemzetközi hírekről is tájékozódjak
- Amikor olvasok valamiről, fontosnak tartom, hogy meggyőződjek annak valóságtartalmáról
- Napi szinten olvasok külföldi hírportálokat is
- Fontosnak tartom, hogy több hazai sajtóorgánumból tájékozódjak
- Nem igazán érdekelnek az adott nap friss hírei
- Előfordul, hogy más emberek véleménye megváltoztatja a már kialakult véleményemet
- Mielőtt elolvasok egy cikket, mindig megnézem ki publikálta azt
- Iskolában/munkahelyen gyakran beszélünk a nap híreiről
- Mindig meggyőződöm az adott híroldal hitelességéről

3.2. A vizsgálat körülményeinek bemutatása

Az előző fejezetben ismertetett hipotéziseim vizsgálatára kvantitatív, valószínűségi mintavételes módszert alkalmaztam, kérdőíves felmérés formájában. A kérdőívet online formában hoztam létre a Google Forms segítségével, és különböző közösségi média felületeken publikáltam annak érdekében, hogy minél több emberhez eljusson. A közösségi média platformokon történő közzététel azért volt fontos a vizsgálat szempontjából, mert így biztosan olyan emberekhez jutott el a kérdőív, akik aktív felhasználói valamelyik felületnek, ahol a hírek és médiatartalmak napi szinten áramolnak. A kérdőív első 4 kérdése a demográfiai adatokat taglalta, ezen adatok fontos szerepet kaptak a hipotéziseim vizsgálata szempontjából is. A kérdőív további 14 kérdése arra irányult, hogy képet kapjak a kitöltők közösségi média aktivitásáról, idegen nyelv ismeretéről, hogy a dezinformációval

kapcsolatosan mennyire vannak tisztában bizonyos fogalmakkal és elméletekkel, továbbá, hogy mennyi energiát fektetnek az objektív információszerzésbe.

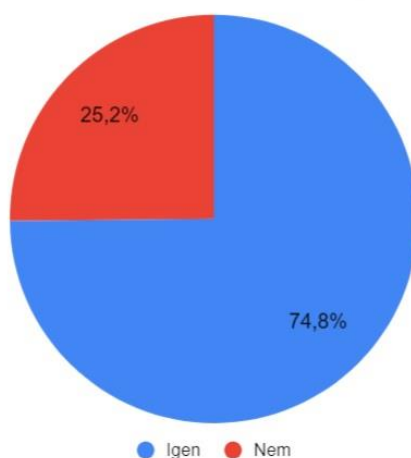
3.3. A vizsgálati minta bemutatása

Annak érdekében, hogy elérjem az ideális számú kitöltést, a hólabda módszert alkalmaztam a kutatás során. A megkérdezettek felé kérésként fogalmaztam meg, hogy osszák meg a kérdőívet közösségi média platformjukon, és kérjék arra a barátaikat, családtagjaikat és ismerőseiket, hogy ők is töltsék ki azt. A kitöltőket a kérdőív legelején tájékoztattam arról, hogy a kitöltés teljesen anonim módon zajlik, és hogy az eredményeket kizárólag a saját kutatásom során fogom felhasználni.

Ezen mintavételi mód alkalmazásával a kérdőívemet 163 fő töltötte ki, ebből 1 kitöltés nem volt értékelhető, így 162 kitöltő válasza alapján végeztem el a kérdőív elemzését. A válaszadók 74,8%-a, vagyis 121 fő hallott már korábban a dezinformációról, mint jelenségről, 25,2%-a, vagyis 41 fő számára pedig ismeretlen a félretájékoztatás fogalma.

Tekintettel arra, hogy a vizsgált minta nem mutatja a teljes alapsokaságot, így a mintáról elmondható, hogy nem reprezentatív. A válaszadók arányát tekintve nem lepődtem meg azon, hogy a kitöltők túlnyomó része találkozott már a félretájékoztatás jelenségével, viszont a jelenséget nem ismerők arányát tekintve egy jóval alacsonyabb számra számítottam. A kitöltők százalékos megoszlását a negyedik ábra mutatja be.

Hallott már korábban a dezinformációról, mint jelenségről?



4. ábra: A kitöltők megoszlása a dezinformáció ismerete szerint. Forrás: saját vizsgálat

3.4. A vizsgálati módszerek bemutatása

Az online térben publikált kérdőív létrehozása során törekedtem arra, hogy az abban szereplő kérdéseket minél egyértelműbben fogalmazzam meg, illetve sorrendjét tekintve logikusan próbáltam felépíteni annak érdekében, hogy a lehető legrealisabb eredményt kapjam. A kérdőív feleletválasztós, zárt, és Likert-skálás kérdésekből tevődött össze.

A válaszokból összeálló adathalmazt leíró és következtető statisztikai módszerekkel vizsgáltam, khi négyzet-próbát és korreláció-analízist alkalmaztam.

A khi négyzet-próba arra szolgál, hogy két kategorizált változó között megvizsgáljuk a kapcsolatot. Segítségével megállapítható, hogy van-e szignifikáns különbség a két változó ismérveloszlásai közt. Amennyiben az kerül megállapításra, hogy a két változó között nincs összefüggés, úgy kijelenthető, hogy a két változó független egymástól.

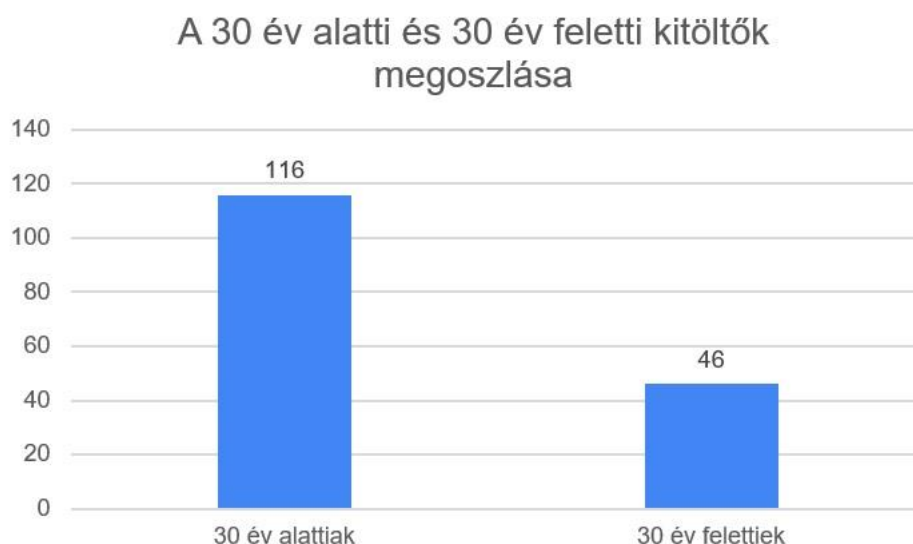
A Pearson-féle korreláció-analízis azt mutatja meg, hogy az elemzésbe bevont változók között van-e kapcsolat. A módszer egy r értékkel (nagysága -1 és 1 közötti) írja le ezt a kapcsolatot, amely ha 0 -nál kisebb, akkor negatív, ha nagyobb, akkor pozitív összefüggésről beszélhetünk. Az r érték nagysága a kapcsolat erősségére utal. Ha az r együttható $0,5$ alatti, akkor gyenge, $0,5$ és $0,75$ között közepes, $0,75$ felett erős korrelációról beszélhetünk.

3.5. Az eredmények bemutatása

A kérdőív kitöltéseiből származó adathalmaz feldolgozásához és elemzéséhez az IBM SPSS Statistics, valamint a Microsoft Excel programokat használtam.

- I. Feltételezem, hogy az életkor és a dezinformációval kapcsolatos ismeretek között van összefüggés, a 30 év feletti kevesebb ismerettel rendelkeznek a jelenségről, mint a 30 év alattiak.

Az első hipotézis vizsgálatához szükséges volt, hogy a válaszadók megadják az életkorukat, ezt követően lehetőségem nyílt kielemezni, hogy a feltételezésem helytálló-e. A 30 év alatti és a 30 év feletti kitöltők megoszlását az 5. ábra szemlélteti.

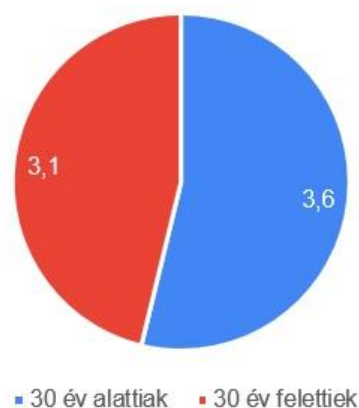


5. ábra: A kitöltők életkor szerinti megoszlása. Forrás: saját vizsgálat

A hipotézis vizsgálata tekintetében a következő két kérdés feleletválasztáson alapult, a válaszadóknak lehetőségük volt több lehetőség közül választani. Ezekkel a kérdésekkel ez volt a célom, hogy megállapítsam, hogy a 30 év feletti, vagy 30 év alatti korosztály találkozott már több dezinformációval kapcsolatos kifejezéssel.

Az első vonatkozó kérdésben több, félretájékoztatás eszközeként használatos kifejezést soroltam fel a megkérdezetteknek, majd a kitöltők számának átlagát véve megvizsgáltam, hogy arányaiban a két korcsoport hány kifejezéssel találkozott már eddig. Az arányokat az alábbi ábra szemlélteti.

Ismeretek a dezinformáció eszközei tekintetében



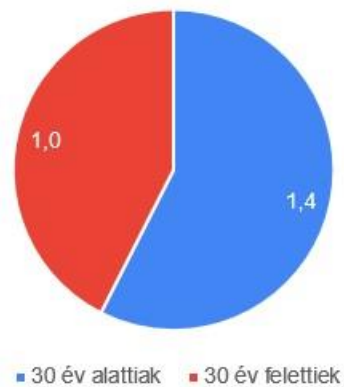
6. ábra: A dezinformáció eszközeinek ismerete. Forrás: saját vizsgálat

Az ábráról leolvasható, hogy a 30 év alattiak a felsorolt eszközök tekintetében átlagosan 3,6 kifejezéssel találkoztak, míg a 30 év felettiak csupán 3,1-el. Elmondható tehát, hogy a 30 év alattiak több dezinformáció terjesztésére használható eszközt ismernek, mint a 30 év felettiak.

A felsorolt eszközök ismerete és a korcsoportok közötti összefüggést keresztábla elemzéssel vizsgáltam, khi-négyzet próbát végeztem el. A khi-négyzet próba szignifikáns eltérést mutat (khi-négyzet = 29,215; $p < 0,001$), ebből kifolyólag kimutatható a dezinformációs eszközök ismerete és az életkorbeli különbségek közötti összefüggés.

A következő kérdés tekintetében azt vizsgáltam, hogy a 30 év alatti és 30 év feletti kitöltők arányaiban mennyi összeesküvés-elmélettel találkoztak korábban. Ezek az elméletek is szorosan összefüggnek a dezinformációval, hiszen jellegükből adódóan kiváló kiindulási pontjai lehetnek a hamis információk terjesztésének. Az elméleteket az előző kérdéshez hasonlóan szintén felsoroltam a megkérdezetteknek, majd a kitöltők számának átlagát véve megvizsgáltam, hogy a két korcsoport hány elmélettel találkozott eddig.

Ismeretek a dezinformációval összefüggő elméletek tekintetében

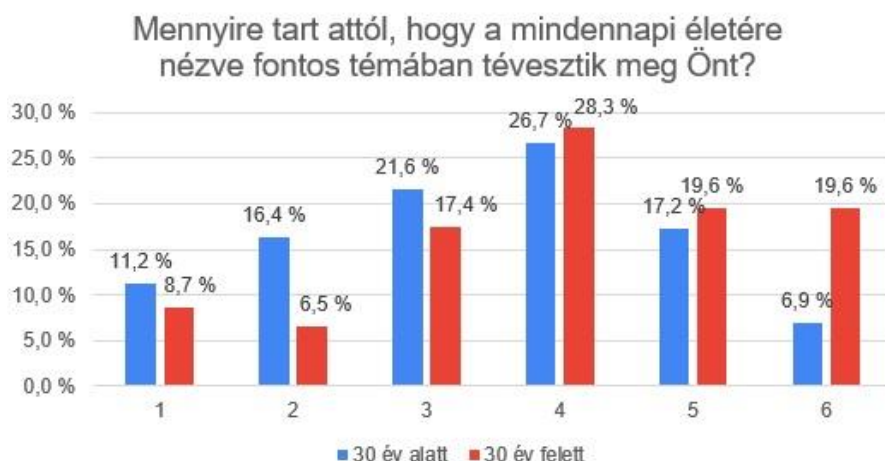


7. ábra: A dezinformációval összefüggő elméletek ismeretének aránya. Forrás: saját vizsgálat

A fenti ábra alapján elmondható, hogy a 30 év alattiak átlagosan 1,4 elmélettel találkoztak eddig, míg a 30 év feletti korcsoport csupán 1,0 elméletet ismer a felsoroltak közül. Ezen kérdés tekintetében is megállapítást nyert, hogy a 30 év alattiak nagyobb ismerettel rendelkeznek a félretájékoztatással összefüggő ismeretek tekintetében, mint a 30 év felettiak.

A felsorolt elméletek ismerete és a korcsoportok közötti összefüggést a Pearson-féle korreláció-analízissel vizsgáltam. A korreláció-analízis eredménye a két változó között negatív irányú, gyenge szignifikáns kapcsolatot mutat ($r=-,128$; $p<0,001$).

Az első hipotézissel összefüggő harmadik kérdéssel azt vizsgáltam, hogy a két korcsoport közül melyik tart jobban attól, hogy olyan témában tévesztik meg, amely fontos részét képezi a mindennapjainak. A válaszok arányait az 8. ábra szemlélteti.



8. ábra: A két korcsoport mennyire tart a megtévesztéstől? Forrás: saját vizsgálat

A fenti ábrán szemléltetett eredményt érdekesnek tartom, mivel annak ellenére, hogy a 30 év alattiak több ismerettel rendelkeznek a dezinformációval kapcsolatos eszközök és elméletek tekintetében, a 30 év feletti korosztály mégis jobban tart attól, hogy olyan témában tévesztik meg, amely fontos a mindennapi életükre nézve.

Tekintettel arra, hogy a 30 év alatti és a 30 év feletti kitöltők száma között nagy különbség van (116 – 46), a statisztikai értékek ábrázolása során ügyeltem arra, hogy a két korcsoport értékeit az egyes csoportokhoz tartozó kitöltők számához arányosítva mutassam be. Az első hipotézisemet 4 kérdéssel vizsgáltam, amelyek közül a dezinformációval kapcsolatos eszközök és elméletek ismeretek kapcsán elmondható, hogy a hipotézisem beigazolódott.

- II. Feltételezem, hogy az alacsonyabb iskolai végzettségűek hajlamosabbak lehetnek a félretájékoztatás áldozatává válni, mivel kevésbé járnak utána az általuk olvasott hírek valóságtartalmának.

A második hipotézis vizsgálatához először szükség volt arra, hogy a válaszadók megadják a

legmagasabb iskolai végzettségüket. A kitöltők iskolai végzettségének megoszlását a 9. ábra hivatott szemléltetni.



9. ábra: A kitöltők megoszlása legmagasabb iskolai végzettség tekintetében. Forrás: saját vizsgálat

A hipotézissel összefüggő kérdésekkel azt vizsgáltam, hogy a kitöltők az iskolai végzettség szerinti megoszlás tekintetében hajlandóak-e időt szánni a minőségi kereséseikre, amennyiben nem, úgy indokolják meg, hogy miért. Továbbá kíváncsi voltam arra is, hogy az iskolai végzettség szempontjából az alacsonyabb, vagy a magasabb kvalifikációval rendelkezők kérdőjeleznek meg több internetes forrást.

Az első kérdés arra vonatkozott, hogy a kitöltők kerestek-e már úgy valamire az interneten, hogy nem fektettek maximális hangsúlyt a keresés minőségére. Kíváncsi voltam arra, hogy lehet-e összefüggés az iskolai végzettség és a keresésre és a források ellenőrzésére való hajlandóság között. Az adott válaszokat a 10. ábra szemlélteti.



10. ábra: Az interneten történő keresés minőségére fektetett hangsúly. Forrás: saját vizsgálat

A 10. ábra alapján összesen 126 kitöltő válaszolt igennel, ebből kifolyólag elmondható, hogy iskolai végzettségtől függetlenül magas azok aránya, akik kerestek már úgy az interneten,

hogy nem fektettek maximális hangsúlyt a keresés minőségére, tehát a gyors keresést alkalmazták.

A kérdést megvizsgáltam statisztikai módszerrel is, keresztábla elemzést alkalmaztam, khí-négyzet vizsgálatot végeztem el. Az eredmény $p=0,61$, ami azt jelenti, hogy nincs szignifikáns összefüggés a kitöltők iskolai végzettsége, és a gyors keresés alkalmazása között.

Az igennel válaszolók esetében megvizsgáltam, hogy milyen indokokkal alkalmazták a gyors keresést (kényelem, időhiány, megszokás, napi információszükséglet kielégítése, munkával vagy iskolával összefüggő háttérismeret megszerzése), és az iskolai végzettség függvényében milyen arányban oszlott meg ezen indokok száma. A kvalifikáció szerinti megoszlást a 10. ábra szemlélteti.



11. ábra: A gyors keresés alkalmazása végzettség szerint. Forrás: saját vizsgálat

A fenti ábra alapján elmondható, hogy nincs jelentős különbség a gyors keresés alkalmazásának gyakorisága és az iskolai végzettség között. A válaszadók túlnyomó többsége a kényelmet jelölte meg indokként, amikor a gyors keresés alkalmazása mellett döntött.

A második kérdés esetében szintén keresztábla elemzést alkalmaztam, khí-négyzet vizsgálatot végeztem el. Az eredmény $p=0,765$, ami azt jelenti, hogy az iskolai végzettség és a gyors keresés alkalmazásának okai között sincs szignifikáns összefüggés.

A hipotézist vizsgáló harmadik kérdés tekintetében arra voltam kíváncsi, hogy van-e

összefüggés az iskolai végzettség és aközött, hogy hány közösségi médiában fellelhető forrás hitelességét kérdőjelezi meg a kitöltők. A megoszlást a 12. ábra szemlélteti.



12. ábra: A közösségi médiában fellelhető információforrások megkérdőjelezésének aránya. Forrás: saját vizsgálat

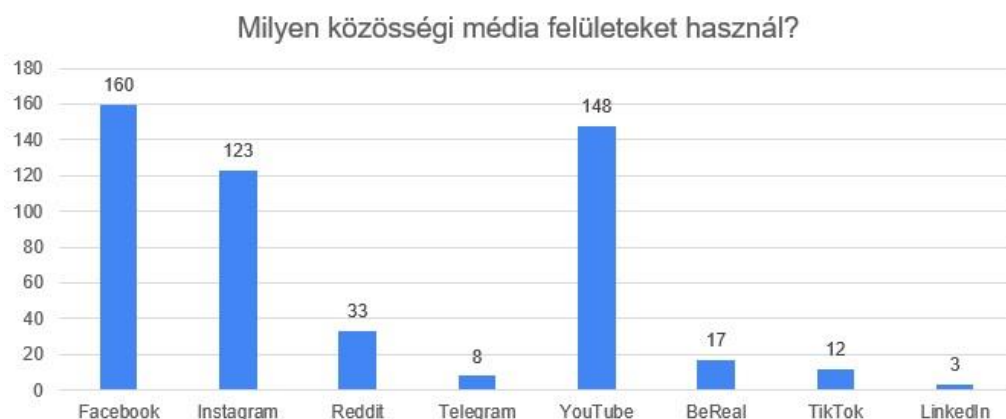
Az ábrán szemléltetett adatok alapján elmondható, hogy a magasabb kvalifikációval rendelkező személyek sokkal több internetes forrás valóságát kérdőjelezi meg, mint az alacsonyabb végzettségűek. A válaszok gyakoriságát tekintve legtöbbször a politikai vagy vallási szempontból elfogult weboldalak tartalmaira tekintenek kritikus szemmel.

A hipotézisemmel összefüggő harmadik kérdés tekintetében ugyan elmondható, hogy a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők sokkal több internetes forrás valóságát kérdőjelezi meg, mint az alacsonyabb végzettségűek, viszont a kutatásom eredményének többi aspektusát figyelembe véve nem helytálló a kijelentés, hogy a kvalifikáltabb kitöltők kevésbé hajlamosak a félretájékoztatás áldozatává válni, ebből kifolyólag a második hipotézisemet elvetem.

- III. Feltételezem, hogy akik egy vagy több idegennyelven olvasnak, azok több forrásból tájékozódnak és nagyobb hangsúlyt fektetnek a tájékozódás minőségére, mint azok, akik csak magyar nyelven teszik ugyanezt.

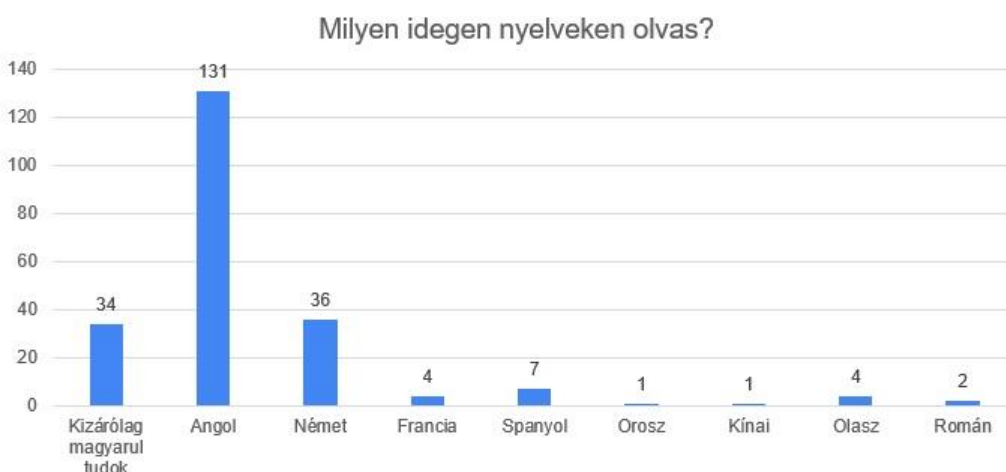
A harmadik, egyben utolsó hipotézisem vizsgálatához kapcsolódó első kérdés azt volt hivatott felmérni, hogy mely közösségi média felületeket használják a leggyakrabban a válaszadók. A népszerű platformok, mint például a Facebook vagy a YouTube egyik fontos funkciója, hogy hírek terjesztésére is alkalmasak, ezáltal a tájékozódás fontos elemévé váltak napjainkban, továbbá fontos szempont, hogy magyarul és idegen nyelven is rengeteg

tartalom elérhető rajtuk. A közösségi média felületek használatának megoszlását a 13. ábra szemlélteti.



13. ábra: A legnépszerűbb közösségi média felületek. Forrás: saját vizsgálat

A hipotézishez kapcsolódó második kérdéssel azt vizsgáltam, hogy milyen idegen nyelveken olvasnak a kitöltők.

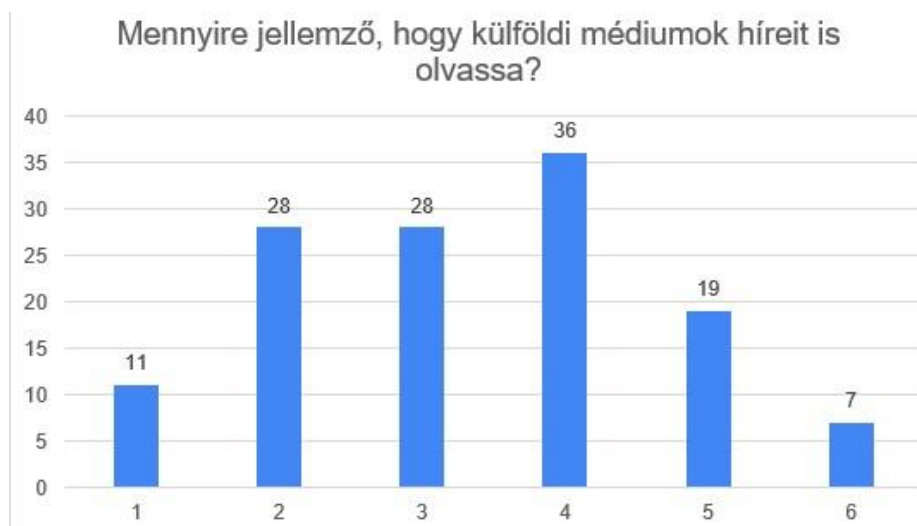


14. ábra: A nyelvtudás megoszlása. Forrás: saját vizsgálat

A fenti ábra alapján elmondható, hogy a kitöltők körében az angol nyelv használata a legjellemzőbb. Tekintettel a nyelv népszerűségére, nem lepődtem meg, hogy ilyen nagy arányú többségben használják ezt az idegen nyelvet, a hírek olvasása tekintetében is ez hordozza magában a legnagyobb potenciált, ha a nemzetközi információáramlást vesszük alapul.

A közösségi média felületek használata, illetve az idegennyelv-tudás közötti összefüggést a Pearson-féle korreláció-analízissel vizsgáltam. A korreláció-analízis eredménye a két változó között negatív irányú szignifikáns kapcsolatot mutat ($r=-,305$; $p<0,001$).

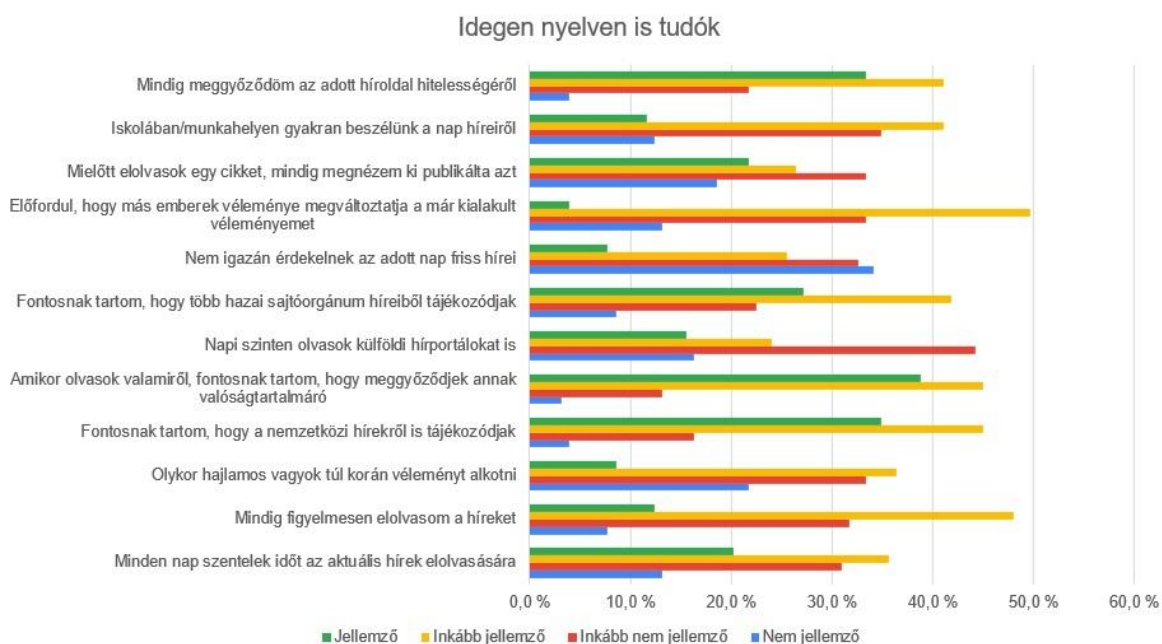
A következő kérdés elemzése során arra voltam kíváncsi, hogy azok, akik valamilyen idegen nyelven is olvasnak, milyen gyakorisággal keresnek fel külföldi hírportálokat. A válaszadóknak 1-től 6-ig tartó skálán kellett megjelölniük a gyakoriságot, ahol „1” az egyáltalán nem jellemző, „6” pedig, hogy minden nap olvasnak külföldi híroldalakat.



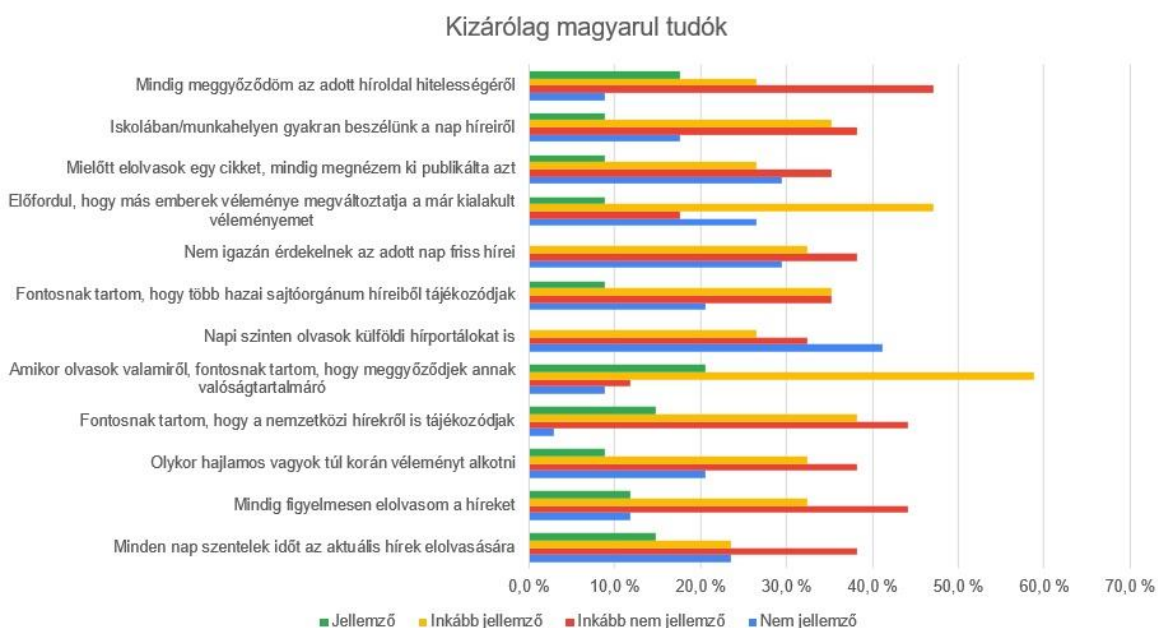
15. ábra: Külföldi hírportálok látogatásának gyakorisága. Forrás: saját vizsgálat

Az ábrán jól látható, hogy a kitöltők közül a legtöbben a „4”-es fokozatot jelölték be a Likert-skálán (36 fő), továbbá a „2”-es és „3”-as fokozatot egyaránt 28-28 ember választotta, amelyek alapján elmondható, hogy az idegen nyelveket ismerők körében nem számít mindennapos tevékenységnek, hogy külföldi hírportálokat látogatnak meg az objektív információszerzés céljából.

A hipotézis negyedik, egyben utolsó aspektusában azt vizsgáltam, hogy a kizárólag magyarul tudók, illetve a valamilyen idegen nyelvet beszélők között milyen összefüggés van abból a szempontból, hogy milyen mértékben hajlandóak meggyőződni az általuk olvasott hírek valóságtartalmáról, valamint arról, hogy egy mások által alkotott vélemény mennyire befolyásolhatja a saját kialakult véleményüket. Az alábbi két ábra szemlélteti a kizárólag magyarul tudók, valamint az idegen nyelven beszélő válaszadók közötti különbségeket.



16. ábra: Idegen nyelven is tudók válaszai. Forrás: saját vizsgálat



17. ábra: Kizárólag magyarul tudók válaszai. Forrás: saját vizsgálat

Fenti kimutatások alapján elmondható, hogy az idegen nyelven is olvasók fontosnak tartják, hogy több sajtóorgánumból tájékozódjanak (27,1%), míg a kizárólag magyarul olvasók esetében ez a szempont arányaiban nem élvez akkora prioritást (8,8%). Az idegen nyelven olvasó válaszadók 33,3%-a állítása szerint mindig meggyőződik az adott híroldal hitelességéről, míg a kizárólag magyarul olvasók esetében ez az arány csupán 17,6%. Fontos kiemelni továbbá, hogy az idegen nyelven is tájékozódók 20,2%-a vallotta azt, hogy minden

nap szentel időt az aktuális hírek elolvasására, míg a kizárólag magyarul tudók között ez az arány csupán 14,7%.

Az előző hipotézisek elemzéséhez hasonlóan ebben az esetben is elmondható, hogy a statisztikai értékek ábrázolása során ügyeltem arra, hogy a két csoport (az idegen nyelvet beszélők és a kizárólag magyarul tudók csoportja) értékeit az egyes csoportokhoz tartozó kitöltők számához arányosítva mutassam be. A közösségi média felületek használatára vonatkozó adatok és a statisztikai programmal történő elemzés alapján, valamint az utolsóként szemléltetett Likert-skálás kérdésre adott válaszok alapján megállapítható, hogy a harmadik hipotézisem beigazolódott.

4. Következtetések, javaslatok

Az általam felállított hipotézisek vizsgálatára szolgáló kutatást kérdőíves formában publikáltam, amelyet 163 fő töltött ki, ebből 1 darab kitöltés érvénytelen volt, így 162 fő válaszait értékeltem ki az adatok feldolgozása során. Ennek alapján az első és a harmadik hipotézisemet elfogadtam, a második hipotézisemet pedig elutasítottam.

Az I. hipotézis esetében beigazolódott azon feltételezésem, hogy a 30 év alatti válaszadók több ismerettel rendelkeznek a dezinformációról, mint a 30 év felettiek. A fiatalabb kitöltők több félretájékoztatással kapcsolatos eszközt és elméletet ismertek, mint az idősebbek, viszont a hipotézis egyik szegmensének érdekessége, hogy annak ellenére, hogy a fiatalabb kitöltők nagyobb ismerettel rendelkeznek a dezinformációról, a 30 év felettiek jobban tartanak attól, hogy valamilyen mindennapi életükre hatást gyakorló témában tévesztik meg őket.

A II. hipotézisemmel összefüggő kérdésekkel azt vizsgáltam, hogy a kitöltők az iskolai végzettség szerinti megoszlás tekintetében hajlandóak-e időt szánni a minőségi kereséseikre, amennyiben nem, úgy indokolják meg, hogy miért. Továbbá kíváncsi voltam arra is, hogy az iskolai végzettség szempontjából az alacsonyabb, vagy a magasabb kvalifikációval rendelkezők kérdőjeleznek meg több internetes forrást.

A rendelkezésemre álló adathalmaz kielemezését követően el kellett utasítanom a hipotézist, mivel nem igazolódott be azon feltételezésem, hogy a magasabb iskolai végzettséggel rendelkezők kevésbé fogékonyak a félretájékoztatásra, mint az alacsonyabb végzettségű kitöltők. Az elemzés során bebizonyosodott, hogy nincs szignifikáns kapcsolat a két csoport között.

A III. hipotézisem tekintetében szintén beigazolódott a feltételezésem, miszerint azok a kitöltők, akik valamilyen idegen nyelven is olvasnak, több forrásból tájékozódnak és nagyobb hangsúlyt fektetnek a kereséseik minőségére, mint azok a kitöltők, akik csak magyar nyelven teszik meg ugyanezt.

A közösségi média platformok alkalmazása és a tájékozódás minőségének szentelt energia is összefüggött azzal, hogy idegen nyelven is olvas-e a kitöltő, vagy csak magyar nyelven tájékozódik. Az adathalmaz elemzését követően megállapítást nyert, hogy mind a közösségi média felületek használata, mind a tájékozódás minősége szignifikáns kapcsolatban van a

két csoporttal.

Véleményem szerint az objektív tájékozódásra való hajlandóság és a félretájékoztatással összefüggő ismeretek minden ember életének szerves részét kellene, hogy képezzék, tekintettel arra, hogy az információ áramlása az internetnek és a közösségi média platformoknak köszönhetően markáns átalakuláson ment keresztül. A felgyorsulás mellett kifejlődtek olyan eszközök és elméletek, amelyeket felhasználva a csalárd hírterjesztők könnyedén megtéveszthetnek minket, így hamis képet alakíthatnak ki bennünk olyan témákban is, amelyek szerves részét képezik a mindennapjainknak.

Úgy gondolom, hogy mint az élet sok területén, úgy a tájékozódás során is fontos az önreflexió, fel kell ismernünk a hiányosságainkat és aktívan kell tennünk azért, hogy ellenállóbbá tegyük magunkat a hamis információkkal szemben. Segítségünkre lehet, ha alapszinten megtanulunk egy idegen nyelvet, ezáltal szélesebb spektrumban, több forrásból vizsgálhatjuk az eléink tárt információkat. Fontos még a nyitottság és a kritikus gondolkodás is. Célszerű meghallgatni mások véleményét is egy adott témában ahelyett, hogy ragaszkodnánk az álláspontunkhoz anélkül, hogy tisztában lennénk az összes arra vonatkozó körülménnyel. Amikor hamis vagy megtévesztő információk terjednek, az emberek rossz döntéseket hozhatnak, ezen rossz döntéseknek pedig negatív hatása lehet többek közt az egészségügyre és a gazdaságra is. Ezért kiemelkedően fontos az, hogy az emberek kritikusan gondolkodjanak, ellenőrizzék az adott információ forrását.

5. Összefoglalás

Dolgozatom témája a dezinformáció, amely az utóbbi években egyre nagyobb hatást gyakorol az emberek mindennapjaira. A közösségi média felületeken áramló információk között nehéz eligazodni, az embereknek egyre nehezebb dolga van a valós információk felismerésében. Diplomamunkámban arra kerestem a választ, hogy társadalmunkban milyen formákat ölthet a félretájékoztatás, illetve, hogy az emberek miként képesek azt érzékelni a hétköznapi életben.

Értekezésem első felében a szakirodalmi feldolgozás keretein belül ismerttettem meg az olvasóval a félretájékoztatás jelenségét, valamint azt, hogy milyen formáival találkozhatunk. Az utóbbi időszak legjelentősebb, dezinformációval kapcsolatos időszaka a 2016-os, Amerikai Egyesült Államokban megrendezett elnökválasztás, valamint az egész világra kiterjedő COVID-19 járvány. A szakirodalmi feldolgozás során fontosnak tartottam kitérni a félretájékoztatás vállalati aspektusaira is, mivel a cégek működésére is nagy hatással van a hamis információk terjedése. Kitértem továbbá az Európai Unió, mint a világ egyik legerősebb szabályozó hatalma által foganatosított intézkedésekre, mivel fontosnak tartottam, hogy megismerjük a jogalkotók álláspontját és tevékenységét ebben a fontos témában. Az elmúlt időszakban az Európai Unió komoly lépéseket tett annak irányába, hogy elősegítse a tagállamok közötti transzparens kommunikációt.

Kutatásom során arra kívántam választ találni, hogy az emberek mennyire vannak tisztában a dezinformációval, mint jelenséggel, mennyire tudatosan tájékozódnak a nagyvilág és hazánk híreiről, valamint, hogy elegendő időt és energiát fordítanak-e az objektív információszerzésre, ennek alapján három hipotézist állítottam fel. Bemutattam a vizsgálatomhoz kapcsolódó mintát, a mintavételhez alkalmazott módszereket, illetve a hipotézisemhez kapcsolódó kérdéseket. A kérdőíves kutatás eredményeként létrejött adathalmazt leíró és következtető statisztikai módszerekkel vizsgáltam meg, a kutatás eredményeit a Microsoft Excel program segítségével ábrázoltam. A hipotéziseim a kutatási eredmények függvényében elfogadásra vagy elutasításra kerültek.

A kapott eredmények alapján elmondható, hogy az életkor és a nyelvtudás fontos szerepet játszhat abban, hogy mennyire ellenálló az adott egyén a félretájékoztatással szemben. Az

életkor feltételezhetően azért, mert a Z generáció már ebben a technológiai környezetben nőtt fel, és sokkal inkább átláthatják az esetleges összefüggéseket. Fontos szempont továbbá, hogy a gyors keresések alkalmazása nagyban hozzájárulhat ahhoz, hogy a félretájékoztatás áldozatává váljunk, lehetőség szerint ezt a minimális szintre kell csökkenteni, és meggyőződni az általunk olvasott hírek valóságtartalmáról. Kutatásom során fény derült arra, hogy az iskolai végzettség és a gyors keresések alkalmazása között nincs kimutatható összefüggés, kvalifikációtól függetlenül sok ember esik bele abba a hibába, hogy nem elég körültekintő az információsükségletének kielégítése során.

Irodalomjegyzék

Allcott, H., Gentzkow, M. (2017). Social Median and Fake News in the 2016 Election (DOI: 10.1257/jep.31.2.211) (<https://www.aeaweb.org/articles?id=10.1257/jep.31.2.211>) A letöltés ideje: 2022. december 11.

Aslett, K. et. al. (2021). Registered Report: How Language Shapes Belief in Misinformation: A Study Among Multilingual Speakers in Ukraine (https://kaslett.github.io/Documents/How_Language_Shapes_Belief_in_Misinformation_Draft.pdf) A letöltés ideje: 2023. február 12.

Balmas, M. (2014). When Fake News Becomes Real: Combined Exposure to Multiple News Sources and Political Attitudes of Inefficacy, Alienation, and Cynicism (<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0093650212453600>) A letöltés ideje: 2022. december 11.

Calo, R. et al. (2021). How do you solve a problem like misinformation? (<https://www.science.org/doi/full/10.1126/sciadv.abn0481>) A letöltés ideje: 2023. január 03.

Cartledge, P., Powell, A. 2018. The Greek Superpower: Sparta in the Self-Definitions of Athenians (https://books.google.hu/books?hl=hu&lr=&id=D1JtDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=cartledge+P+Powell+a+2018&ots=lNEfgRgstP&sig=E06njVyol0QZ_OuvS3vvq_pi1aM&redir_esc=y#v=onepage&q=cartledge%20P%20Powell%20a%202018&f=false) A letöltés ideje: 2022. december 28.

Chronowski, N. et al. (2022). Az online platformok használatában rejlő veszélyek: a dezinformáció és a kibertámadások jogi kockázatai, ELTE Eötvös Kiadó, Budapest, 2022. 242-244. oldal (<http://real.mtak.hu/144292/1/Chronowski-Szentgali-Toth-Demokracia-dilemmak-v6-web2.pdf#page=242>) A letöltés ideje: 2022. december 18.

Domenico, D. G. (2020). Fake news or true lies? Reflections about problematic contents in marketing (<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1470785320934719>) A letöltés ideje: 2023. január 17.

Európa Tanács (2019). A reziliencia megerősítésével és a hibrid fenyegetésekkel szembeni fellépéssel foglalkozó horizontális munkacsoport (<https://www.consilium.europa.eu/hu/council-eu/preparatory-bodies/horizontal-working-party-on-enhancing-resilience-and-counteracting-hybrid-threats/>) A letöltés ideje: 2023. február 12.

Európai Közöség (2016). JOINT COMMUNICATION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT AND THE COUNCIL Joint Framework on countering hybrid threats a European Union response (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52016JC0018>) A letöltés ideje: 2023. február 12.

Európai Közöség (2022). The 2022 Code of Practice on Disinformation (<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>) A letöltés ideje: 2023. február 12.

Eurostat (2022). More than half of EU enterprises use social media (<https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/edn-20220629-1>) A letöltés ideje: 2023. január 12.

Evanega, S. et al. (2020). Coronavirus misinformation: quantifying sources and themes in the COVID-19 'infodemic' (https://www.uncommonthought.com/mtblog/wp-content/uploads/2020/12/Evanega-et-al-Coronavirus-misinformation-submitted_07_23_20-1.pdf) A letöltés ideje: 2022. december 29.

Herzstein, R (1978). The most Infamous Propaganda Campaign in History, GP Putnam & Sons (NY) 492. oldal

Hwang, Y., Jeong, S. (2022). Education-Based Gap in Misinformation Acceptance: Does the Gap Increase as Misinformation Exposure Increases? (<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/00936502221121509>) A letöltés ideje: 2023. március 12.

Kiss M. A. (2021). Álhírek bővületében – A dezinformációk elleni fellépés kilátásai (DOI: 10.32561/nsz.2021.2.2) (http://real.mtak.hu/132629/1/02_Kiss_20-28_NSZ_2021_2.pdf) A letöltés ideje: 2023. február 26.

KSH (2021). Számítógép- és internet-hozzáféréssel rendelkező alkalmazottak aránya az Európai Unióban, 2021 (<https://ksh.hu/s/helyzetkep-2021/#/kiadvany/digitalis-gazdasag/szamitogep-es-internet-hozzaferessel-rendelkezo-alkalmazottak-aranya-az-europai-unioban-2021>) A letöltés ideje: 2023. január 12.

Loos, E., Nijenhuis, J. (2020). Consuming Fake News: A Matter of Age? The Perception of Political Fake News Stories in Facebook Ads (https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-50232-4_6) A letöltés ideje: 2023. január 12.

Obadă, D. R. (2019). Sharing Fake News about Brands on Social Media: a New Conceptual Model Based on Flow Theory (<https://philpapers.org/rec/OBASFN>) A letöltés ideje: 2023. január 12.

Obadă, D. R. (2022). The Mediation Effects of Social Media Usage and Sharing Fake News about Companies (<https://www.mdpi.com/2076-328X/12/10/372>) A letöltés ideje: 2023. február 17.

Polyák, G., Nagy, K. (2022). Az egészségügyi kommunikáció alkotmányos keretei (<https://www.proquest.com/openview/159fdbbb4a7e16681ef4b50af5b9d9af/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2050292>) A letöltés ideje: 2023. január 24.

Promote the Best Science? 569-571. oldal (<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/08901171211070958>) A letöltés ideje: 2023. február 26.

Remnick, D. (2016) Obama Reckons With a Trump Presidency, The New Yorker. (<https://www.newyorker.com/magazine/2016/11/28/obama-reckons-with-a-trump-presidency>) A letöltés ideje: 2023. január 17.

Roozenbeek, J. (2022). How Can Employers Guard the Truth and Promote the Best Science? (<https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/08901171211070958>) A letöltés ideje: 2023. január 17.

Sakka, G., Ahammad F. M. (2020). Unpacking the relationship between employee brand ambassadorship and employee social media usage through employee wellbeing in workplace: A theoretical contribution (<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296320301995>) A letöltés ideje: 2023. február 27.

Schneider, C. R. et al. (2020). Susceptibility to misinformation about COVID-19 around the world (<https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rsos.201199>) A letöltés ideje: 2023. január 27.

Shu, K. et al. (2017). Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective (<https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3137597.3137600>) A letöltés ideje: 2022. december 29.

Soll, J. (2016). The Long and Brutal History of Fake News, Politico Magazine (<https://www.politico.com/magazine/story/2016/12/fake-news-history-long-violent-214535>) A letöltés ideje: 2022. december 29.

Suciu, P. (2021). Spotting Misinformation on Social Media Is Increasingly Challenging (<https://www.forbes.com/sites/petersuciu/2021/08/02/spotting-misinformation-on-social-media-is-increasingly-challenging/?sh=9abe622771cd>) A letöltés ideje: 2023. január 11.

U.S. Department of Justice (2019). Report On The Investigation Into Russian Interference In The 2016 Presidential Election (https://copblaster.com/uploads/files/mueller-report_compressed.pdf) A letöltés ideje: 2023. január 19.

Welch, D. (2014). Propaganda for patriotism and nationalism. (<https://www.bl.uk/world-war-one/articles/patriotism-and-nationalism>) A letöltés ideje: 2022. december 29.

Westerlund, M. (2019). The Emergence of Deepfake Technology: A Review (<https://timreview.ca/article/1282>) A letöltés ideje: 2023. december 19.

Mellékletek

1. sz. melléklet: Felhasznált kutatási kérdőív

Tisztelt Kitöltő! Wattmann György vagyok, a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem végzős mesterszakos hallgatója. Diplomamunkám témája a félretájékoztató, mint korunk egyik meghatározó jelenségének vizsgálata. Kutatásom során arra próbálok választ találni, hogy az emberek milyen mértékben hajlandóak meggyőződni az általuk elolvasott hírek valóságtartalmáról, illetve mennyi időt szentelnek az objektív információszerzésre.

Köszönöm, ha kitöltésével hozzájárul a kutatásom sikerességéhez! A kérdőív természetesen anonim és önkéntes alapú, hozzávetőleg 5 percet vesz igénybe. Az adatokat kizárólag a diplomamunkám elkészítéséhez fogom felhasználni.

1. Az Ön neme

- Férfi
- Nő

2. Az Ön életkora (rövid szöveges válasz)

3. Az Ön lakóhelye

- Főváros
- Város
- Falu/község

4. Mi az Ön legmagasabb iskolai végzettsége? *(feleletválasztós kérdés)*

- Általános
- Szakmunkásképző, szakiskola,
- Szakközépiskola, technikum
- Gimnázium
- Felsőfokú végzettség

5. Milyen közösségi média felületeket használ? *(jelölőnégyzetek, több válasz megadása is lehetséges volt)*

- Facebook
- Instagram
- Reddit
- Telegram
- YouTube
- BeReal

6. Milyen idegen nyelve(ke)n olvas? *(jelölőnégyzetek, több válasz megadása is lehetséges volt)*

- Kizárólag magyarul tudok
- Angol
- Német
- Francia
- Spanyol
- Orosz
- Kínai
- Egyéb

7. Jellemzően online, vagy papír alapon fogyaszt hírtartalmakat?

- Papír alapon fogyasztok hírtartalmat
- Csak online szoktam híreket olvasni
- Online és papír alapon is olvasok híreket

8. Mennyire jellemző Önre, hogy külföldi médiumok híreit (pl. Financial Times, BBC) is olvassa? *(1: Egyáltalán nem jellemző; 6: Minden nap olvasok külföldi híroldalakat)*

9. Hallott már korábban a dezinformációról, mint jelenségről?

- Igen
- Nem

10. Kérem jelölje meg, hogy az alábbiak közül mely kifejezésekkel találkozott korábban! *(jelölőnégyzetek, több válasz megadása is lehetséges volt)*

- DDOS – túlterheléses támadás

- Trollfarm
- Dezinformáció
- Malware – Malicious software
- Deepfake
- Kiberbűnözés
- Drive-by letöltések
- Cheap fake
- Egyik sem

11. Napi szinten mennyi időt tölt közösségi média platformok használatával?

- Maximum 1 óra
- 2-3 óra
- Több, mint 3 óra

12. Keresett-e már úgy valamire az interneten, hogy tisztában volt azzal, hogy nem fektet maximális hangsúlyt a keresés minőségére? *(feleletválasztós kérdés)*

- Igen
- Nem

13. Amennyiben az előző kérdésre igennel válaszolt, kérem jelölje meg, mi volt az oka a gyors keresés alkalmazásának! *(jelölőnégyzetek, több válasz megadása is lehetséges volt)*

- Kényelem
- Napi információszükséglet kielégítése
- Munkával vagy iskolával összefüggő háttérismeret azonnali megszerzése
- Időhiány
- Megszokás

14. Mely forrás(ok) megbízhatóságát kérdőjelezi meg a közösségi médiában? *(jelölőnégyzetek, több válasz megadása is lehetséges volt)*

- Tényként közölt vélemények
- Olyan oldalak, amelyeket nem ismerek
- Reklámok
- Celebekről szóló hírek

- Clickbait (kattintásvadász címmel vagy leírással ellátott tartalom)
- Bulvárlapok
- Politikai vagy vallási szempontból elfogult oldalak

15. Az alábbiak közül mely elméletekről hallott már korábban? *(jelölőnégyzetek, több válasz megadása is lehetséges volt)*

- Lövedékelmélet
- Kétlépcsős hatás
- Szelektív észlelés elmélete
- Framingelmélet
- Hallgatási spirál
- Kódolás-dekódolás modell
- Egyik sem

16. Kérem jelölje meg, hogy az adott állítás mennyire jellemző Önre! *(lehetőségek: 1. Nem jellemző, 2. Inkább nem jellemző, 3. Inkább jellemző, 4. Jellemző)*

- Minden nap szentelek időt az aktuális hírek elolvasására
- Mindig figyelmesen elolvasom a híreket
- Olykor hajlamos vagyok túl korán véleményt alkotni
- Fontosnak tartom, hogy nemzetközi hírekről is tájékozódjak
- Amikor olvasok valamiről, fontosnak tartom, hogy meggyőződjek annak valóságtartalmáról
- Napi szinten olvasok külföldi hírportálokat is
- Fontosnak tartom, hogy több hazai sajtóorgánumból tájékozódjak
- Nem igazán érdekelnek az adott nap friss hírei
- Előfordul, hogy más emberek véleménye megváltoztatja a már kialakult véleményemet
- Mielőtt elolvasok egy cikket, mindig megnézem ki publikálta azt
- Iskolában/munkahelyen gyakran beszélünk a nap híreiről
- Mindig meggyőződöm az adott híroldal hitelességéről

17. 1-6-ig tartó skálán mennyire tart attól, hogy olyan témában tévesztik meg Önt, amely fontos a mindennapi életére nézve? *(1: Egyáltalán nem tartok tőle; 6: Kifejezetten tartok tőle)*

18. Ön szerint a jövőben nagyobb teret fog nyerni a dezinformáció, mint jelenség?

- Igen
- Nem

2. sz. melléklet: Ábrajegyzék

1. ábra, forrás: KSH	10
2. ábra, forrás: eurostat.....	15
3. ábra, forrás: KSH	16
4. ábra: A kitöltők megoszlása a dezinformáció ismerete szerint. Forrás: saját vizsgálat	26
5. ábra: A kitöltők életkor szerinti megoszlása. Forrás: saját vizsgálat.....	28
6. ábra: A dezinformáció eszközeinek ismerete. Forrás: saját vizsgálat	28
7. ábra: A dezinformációval összefüggő elméletek ismeretének aránya. Forrás: saját vizsgálat	29
8. ábra: A két korcsoport mennyire tart a megtévesztéstől? Forrás: saját vizsgálat.....	30
9. ábra: A kitöltők megoszlása legmagasabb iskolai végzettség tekintetében. Forrás: saját vizsgálat	31
10. ábra: Az interneten történő keresés minőségére fektetett hangsúly. Forrás: saját vizsgálat.....	31
11. ábra: A gyors keresés alkalmazása végzettség szerint. Forrás: saját vizsgálat.....	32
12. ábra: A közösségi médiában fellelhető információforrások megkérdőjelezésének aránya. Forrás: saját vizsgálat	33
13. ábra: A legnépszerűbb közösségi média felületek. Forrás: saját vizsgálat.....	34
14. ábra: A nyelvtudás megoszlása. Forrás: saját vizsgálat	34
15. ábra: Külföldi hírportálok látogatásának gyakorisága. Forrás: saját vizsgálat.....	35
16. ábra: Idegen nyelven is tudók válaszai. Forrás: saját vizsgálat	36
17. ábra: Kizárólag magyarul tudók válaszai. Forrás: saját vizsgálat	36

Függelékek

1. sz. függelék

A DIPLOMADOLGOZAT TARTALMI KIVONATA

Dolgozat címe: Dezinformáció: A hibrid fenyegetések társadalmi aspektusai

A dolgozatot készítő hallgató neve: Wattmann György

Vezetés és szervezés mesterképzés, levelező tagozat

Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Belső témavezető: Dr. Szalay Zsigmond Gábor tanszékvezető, egyetemi docens

Diplomadolgozatom témája a dezinformáció, illetve annak társadalmi hatásainak vizsgálata volt. A választott téma rendkívül jelentős szerepet tölt be a mindennapokban, tekintettel arra, hogy a félretájékoztatás legелеmibb felületeként szolgáló közösségi média platformokat szinte mindenki napi rendszerességgel használja az egymással való kommunikációra és a napi információszükséglet kielégítésére egyaránt. A szakirodalmi háttér ismertetését követően három hipotézist állítottam fel.

Diplomadolgozatomban arra kerestem a választ, hogy az emberek mennyire vannak tisztában a dezinformáció jelenlétével, illetve fogalmi szempontból milyen jellegű ismeretekkel rendelkeznek. A dolgozatommal összefüggő kutatást kérdőíves formában végeztem el, az abban szereplő kérdésekre kapott válaszok alapján létrejött adathalmaz elemzése során azt vizsgáltam, hogy van-e szignifikáns kapcsolat az életkor, az iskolai végzettség vagy az idegennyelv-tudás és a dezinformációval kapcsolatos ismeretek, a minőségi tájékozódásra való hajlam között.

Kutatásom eredményeinek kiértékelését követően megállapítottam, hogy az életkor, valamint az idegennyelv-tudás és a félretájékoztatással kapcsolatos ismeretek között felfedezhetőek bizonyos mértékű összefüggések.

KONZULTÁCIÓS NYILATKOZAT

Wattmann György (hallgató Neptun azonosítója: ASWMZG) konzulenseként nyilatkozom arról, hogy a diplomadolgozatot áttekintettem, a hallgatót az irodalmi források korrekt kezelésének követelményeiről, jogi és etikai szabályairól tájékoztattam.

A diplomadolgozatot a záróvizsgán történő védeésre javaslom / nem javaslom¹.

A dolgozat állam- vagy szolgálati titkot tartalmaz: igen nem*²

Kelt: Gödöllő, 2023. április 25.



Dr. Szalay Zsigmond Gábor
belső konzulens

¹ A megfelelő aláhúzendő.

² A megfelelő aláhúzendő.

NYILATKOZAT

a diplomadolgozat nyilvános hozzáféréséről és eredetiségéről

A hallgató neve: Wattmann György
A Hallgató Neptun kódja: ASWMZG
A dolgozat címe: Dezinformáció: a hibrid fenyegetések társadalmi aspektusai
A megjelenés éve: 2023.
A konzulens tanszék neve: Agrárdigitalizációs és Szaktanácsadási Tanszék

Kijelentem, hogy az általam benyújtott diplomadolgozat egyéni, eredeti jellegű, saját szellemi alkotásom. Azon részeket, melyeket más szerzők munkájából vettem át, egyértelműen megjelöltem, s az irodalomjegyzékben szerepeltettem.

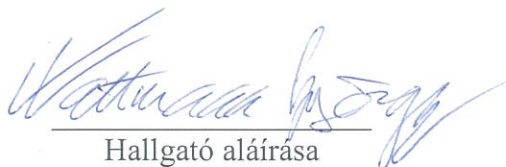
Ha a fenti nyilatkozattal valótlan állítottam, tudomásul veszem, hogy a Záróvizsga-bizottság a záróvizsgából kizár és a záróvizsgát csak új dolgozat készítése után tehetek.

A leadott dolgozat, mely PDF dokumentum, szerkesztését nem, megtekintését és nyomtatását engedélyezem.

Tudomásul veszem, hogy az általam készített dolgozatra, mint szellemi alkotás felhasználására, hasznosítására a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem mindenkori szellemitulajdonkezelési szabályzatában megfogalmazottak érvényesek.

Tudomásul veszem, hogy dolgozatom elektronikus változata feltöltésre kerül a Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem könyvtári repozitori rendszerébe.

Kelt: Budapest, 2023. év április hó 25. nap


Hallgató aláírása