

Horváth Dávid¹

Az álhír, vagyis a fegyvernek minősülő kommunikációs taktika mint aktuális hadtudományi kihívás

Előszó

Az álhír terminológiájának tisztázása fontos, hogy elkülönítsük a megtévesztés más módjaitól. De hol a helye a hibrid hadviselésben? Publikációmban erre hozok hazai, magyar, a koronavírussal kapcsolatos nemzetközi és az Amerikai Egyesült Államok és Kína közötti példát. Fontos kitérni arra is, milyen reziliencia, vagyis védekezési megoldások lehetségesek az álhírekkel szemben, és ebben az egyes aktoroknak, tehát szereplőknek milyen felelőssége van. A közösségi média terében az üzenet, a narratíva terjesztését nagy elérésű „bot”-ok, beépült álprofilok hálózatával erősítik fel, hogy a platform algoritmusa felkapott témaként ismerje fel, és még tovább erősítse terjedését. Vagyis melegágya az információs műveleteknek és a kiberhadviselésnek. Így az álhírek jelentős része visszavezethető egy-egy érdekkör narratívájának áltudományos anyagokon és megtévesztő híreken alapuló versenyére. Így alakulnak véleménybuborékok, amelyek terei a közösségi platformok, mert ezek táplálják a személyes meggyőződéseket és ezen keresztül az azonos narratívát követők táborokba rendeződését, ahol szinte mindenki a saját táborához beszél, kifejezetten az érzésekre hatva, legyen szó politikai, nemzeti vagy vallási csoportokról. Az álhíreket és az online megtévesztést mint a hibrid hadviselés, a befolyásolás, a megtévesztés eszközét vizsgálom.

A tanulmány felépítése

Dolgozatomban a vonatkozó szakirodalomból és kutatók definícióiból merítve igyekszem az álhír fogalmát tisztázni, és elhatárolni a megtévesztés más módjaitól,

¹ Doktori hallgató, Nemzeti Közszerológati Egyetem Hadtudományi Doktori Iskola; e-mail: david@netokracia.hu

valamint a nyelvi torzításoktól, amelyek ismertek az „igazi” hírszövegekre vonatkozóan. Továbbá ki kell emelnem, hogy az álhírek fontos részei a hibrid műveleteknek, amire vonatkozóan példát is hozok.

Emellett azt tanulmányozom, milyen motivációk lehetnek a szándékos álhír-terjesztés mögött, melyek ennek a jelenségnek a lehetséges mellékhatásai, valamint milyen lehetőségek, eszközök állnak rendelkezésre a védekezésre, a reziliencia kialakítására. Az Európai Unión belül az Európai Bizottság is kiemelten kezeli a témát, amit *A dezinformáció elleni 2018. évi cselekvési terv*² is alátámaszt, továbbá fokozott összehangoltságot igyekszik kialakítani a tagállamok között.³

Az álhírek fogalmi megközelítései

Ebben a fejezetben áttekintem az álhírekre vonatkozó lehetséges definíciókat. Ismertetem az *infodémia* (az információk, hírek vírusszerű terjedése vagy információs járvány) fogalmát, és elhelyezem a hibrid hadviselés eszközrendszerében az álhíreket.

Ahogy Szun-ce mondta: „Aki igazán ért a hadviseléshez, úgy töri meg az idegen sereget, hogy nem vív csatát vele; úgy foglalja el az idegen városfalat, hogy nem ostromolja meg; úgy semmisíti meg az idegen fejedelemségeket, hogy nem tart sokáig (a háború).”⁴

Kétezer évvel ezelőtt a valaha élt egyik, ha nem a legnagyobb kínai stratégia, Szun-ce felismerte az indirekt hadviselés fontosságát. Jelen tanulmánynak nem tárgya, de fontos megjegyezni, hogy életéről meglehetősen keveset tudunk, napjainkban is vita folyik arról, hogy valóban létezett-e, vagy a művei több személy írásaiból álltak össze. Fenti megállapítása azonban kulcsfontosságú az álhírek természetének és terjedésének megértéséhez.

Szerinte az egyik leghatékonyabb eszköz, ha az ellenséget harc nélkül szeretnénk térdre kényszeríteni, hiszen a hadviselés ezen formája az egyetlen lehetőség az ellenség hátszágának destabilizálására.

² Európai Bizottság 2018.

³ Európai Bizottság 2022.

⁴ SZUN-CE 1995.

A retorikával és a meggyőzéssel foglalkozó, az 1960-as és 1970-es évekből származó szakirodalom⁵ rávilágít a meggyőzés-kényszer dichotómia leegyszerűsített felosztásának elégtelenségére. Az 1960-as évek Amerikájában tapasztalt polgári zavargások kapcsán Herbert Simons beszédprofesszor⁶ szerint a tudósok a társadalmi konfliktusok vizsgálatakor „nem tettek különbséget a »tisztá« meggyőzés esetei és a meggyőző és »kényszerítő elemek« kombinációját tartalmazó esetek között”.

Jacques Ellul francia filozófus 1965-ben a tömegmédia térnyerését és mindennapi jelenlétét vizsgálva megállapította a propaganda egyszerűségét. Ellul szerint: „A propaganda ott szűnik meg, ahol az egyszerű párbeszéd elkezdődik.”⁷ Ennek ellenére érdemes megemlíteni Eric Hoffer megjegyzését: „A propaganda önmagában nem tud utat törni magának az akaratlan elmékbe, és nem tud valami teljesen újat beoltani.”⁸ Ahhoz, hogy a propaganda működjön, szükség van egy már létező narratívára, amelyre építhet, valamint egy olyan, igaz hívókból álló hálózatra, akik már bevették a mögöttes témát.

Jarred Prier értekezésében így fogalmaz: „Az álhírek a propaganda egy sajátos formája, amely egy hírnek álcázott hamis történetből áll. A közösségi médiában ez különösen veszélyessé válik a szenzációhajhász álhírek víruszerű terjedése miatt.”⁹

Az álhírek tehát gyorsan terjedő tartalmak, éppen ezért felértékelődik a tartalomelemzés és a dezinformációs műveletek végrehajtásának ismerete, ugyanis az úgynevezett trolls csoportok nagy mennyiségben osztanak meg olyan álhíreket, amelyek egyáltalán nem vagy döntően nem valósak, viszont széles célközönséghez tudnak eljutni, a gyakorlatban tehát nagyobb tömegeket tudnak a befolyásuk alá vonni. Petykó Márton meghatározása szerint: „Az internetes troll a számítógép közvetítette kommunikáció egyik jellegzetes, sűrűn megnevezett társas identitása, amely különösen gyakran jelenik meg politikai blogok diskurzusaiban.”¹⁰

⁵ ANDREWS 1969: 9–16; SIMONS 1972: 231.

⁶ SIMONS 1972: 231.

⁷ ELLUL 1965.

⁸ HOFFER 1951: 105.

⁹ PRIER 2017: 60.

¹⁰ PETYKÓ 2013: 274.

A hibrid hadviselés

Szun-ce korábban idézett mondata igaznak bizonyul nemcsak az álhírrrel, hanem a dezinformációval kapcsolatban is, amely igazán hasznos eszközként szolgálhat ahhoz, hogy például álhírek terjesztésével, vagyis háború nélkül nyerjük meg a háborút. Szun-ce értelmezése, hogy az egyik leghatékonyabb eszköz, ha az ellenséget harc nélkül szeretnénk térdre kényszeríteni, az indirekt hadviselés, hiszen ez az egyetlen lehetőség az ellenség hátszágának destabilizálására. A befolyásolás eszközeivel korábban is éltek a politikai és katonai szereplők, azonban alkalmazási lehetőségeik a kibertérben új dimenziót kaptak.¹¹ Fontos szereplője a hibrid hadviselésnek a média, amely az álhírek terjedésével hadszíntérre válik. Az álhírek szisztematikus kutatása a médiatudományt és a hadtudományt is fontos eszközökkel gazdagítja, amelyek segítségével azonosíthatók az ötletgazdák, s akár semlegesíthetők is az általuk terjesztett dezinformációk. A hibrid hadviselésnek része – az online tér és a közösségi média mellett – a kibertámadás is, amely esetben többféle szerverrel bombáznak nagyobb állami vagy magáncégeket, ezzel megbénítva azok rendszereit, valamint akár a telekommunikációs hálózatokat, az áram- és ellátási hálózatokat is súlyosan leterhelhetik. Az álhírek segítségével folytatott adathalászat szintén a jelenség része, amely hatására a nagyobb infrastruktúrák is kárt szenvedhetnek, valamint a hibrid hadviselés elemi része lett a politikai nyomásgyakorlásnak is.

Terminológia az álhírek értelmezéséhez

Az álhírek terminológiája egyelőre még kiforratlan, de ez minden új jelenség természetes része. A közbeszéd és a tudományos irodalom is megkülönböztet egymástól különböző típusokat, de konszenzus azzal kapcsolatban, hogy mit is nevezünk álhírnek, nincs. Éppen ezért inkább a főbb irányzatokat mutatom be és a saját csoportosításra térek most ki.

Megemlíthetjük a Vian Bakir és szerzőtársai által megjelentetett tanulmányt¹² és az abban bevezetett szervezett meggyőző kommunikációt (*Organized Persuasive Communication; OPC*) mint gyűjtőfogalmat. Az OPC tulajdonképpen szervezett meggyőző kommunikációs formákat határoz meg

¹¹ ARO 2016: 121–132.

¹² BAKIR et al. 2019.

a befolyásolás fajtáinak tág keretében, hiszen a köznyelviileg értelmezett „álhírek” mellett beemeli a fogalmi keretbe például a propagandát, a PR-t vagy éppen a marketinget. Az egyik oldalon a konszenzuális (beleegyezésen alapuló) szervezett meggyőző kommunikáció található, amely lényegében arra épül, hogy a befogadó beleegyezik-e abba, hogy ennek a kommunikációs típusnak a részese legyen, szabadon cselekszik-e a befogadás alatt. Ennek további két típusa ismert: a dialogikus (vagy párbeszédre alapuló) konszenzusos kommunikáció és a stratégiai (egyirányú) konszenzuális meggyőzés. Másik nagy kategóriája ennek a szervezett meggyőző kommunikációnak a nem konszenzuális vagy propagandisztikus kommunikáció, amelyet további négy alkategóriára bontanak a szerzők: megtevesztés, ösztönzés, kényszerítés és megtevesztő kényszerítés.

Beszélhetünk továbbá az információs zavar típusairól is. Ide a dezinformáció, a félretájékoztatás és a rosszindulatú torzítás tartozik. A három fogalmat alapvetően egy fontos tényező különbözteti meg egymástól, ez pedig az adott információ terjesztésének motivációja. A három közül legkönnyebben a dezinformációt (*disinformation*) tudjuk definiálni. Az Európai Bizottság az alábbi módon határozta meg a dezinformáció fogalmát: „Olyan igazolhatóan hamis vagy félrevezető információ, amelyet gazdasági haszonszerzés vagy szándékos megtevesztés céljából hoznak létre, hoznak nyilvánosságra, és terjesztenek, és amely kárt okozhat a közérdeknek. Nem tartoznak a megtevesztő információk körébe a jelentésbeli hibák, a szatírák és paródiák, illetve az egyértelműen azonosítható módon pártokhoz köthető hírek és kommentárok.”¹³ A motivációkat elemezve a következő fontos fogalom a félretájékoztatás (*misinformation*). Ennek hivatalos, közbeszédben is bevett fordítása még nincs. „A félretájékoztatás egy olyan hamis információ, amelyet félrevezetési szándéktól függetlenül terjesztenek.”¹⁴ A rosszindulatú torzítás (*malinformation*) motiváció tekintetében az egyik legkártékonyabb, hiszen ebben az esetben hamis információk kártékony szándékú terjesztéséről van szó. Talán rosszindulatú álhírnek lehet fordítani, bár annyiban nem pontos, hogy ez feltételezné jóindulatú álhírek létezését is, amire nem tudunk példát hozni (esetleg a szatirikus vagy parodisztikus célból létrejövő oldalakat, bár ezek inkább szórakoztató célból jönnek létre).

Az álhírek elemzéséhez a fenti fogalmakon túl szükséges még három értelmezési keret bevezetése is. A befolyásolás egyes módozatainak elkülönítéséhez meg kell különböztetnünk a propaganda, a PR (*public relations*) és a marketing fogalmát.

¹³ European Commission 2018.

¹⁴ Lásd: www.britannica.com/dictionary/misinformation

Összekötő kapocs a három fogalom között, hogy mindegyik a szervezeti külső kommunikáció részét képezi, illetve a tömegek elérésének problémáját helyezi középpontba. A *public relations* megértéséhez Edward Bernays művét¹⁵ használhatjuk, ez szemlélteti a legegyszerűbben a felvetett problémát és az arra érkező megoldást. Bernays írta le először, hogy a *public relations* tulajdonképpen tudomány, amely a tömeget különböző csoportokként kezelve *publicokra* (társadalmi csoportokra) osztja. Másik fontos fogalmunk – az álhírek terjesztését megértendő és azt más folyamatoktól elkülönítendő – a marketing. A marketing a fentebb említett szociálpszichológiai csoporttípusok egyenkénti kielégítésére törekszik az úgynevezett „marketing mix”¹⁶ létrehozásával. A propaganda a korábban említett szociálpszichológiai „típusokat” egy nagy egészbe kívánja integrálni; ezeket a típusokat egyesével szólítja meg, azzal a céllal, hogy tömeget formáljon belőlük. A propaganda legfontosabb célja, hogy az egyéni percepciókat formálja, manipulálja az ismereteket, irányítsa a viselkedést. Eltökélt és szisztematikus erőfeszítéseket tesz a propagandista céljának megfelelő reakció elérése érdekében. Több fajtáját tudjuk megkülönböztetni az alapján, hogy mit vall maga a propagandaszöveg arról, hogy igazat állít-e, illetve hogy az igazságának mi a forrása.¹⁷ Ez alapján megkülönböztethetünk „fehér”, „fekete” és „szürke” propagandát. A „fehér” propaganda nyíltan vállalja, hogy milyen célból, kinek a megrendelésére jön létre, és igaz tényeket közöl. Példa lehet erre egy kormányplakát. A „fekete” propaganda félretájékoztat vagy hazugságot közvetít, amelynek forrása nehezen leleplezhető és felfejthető; sőt, esetleg más forrásnak álcázott. A „szürke” propaganda valahol a kettő között helyezkedik el, tulajdonképpen véleménynek számít, de tájékoztatásnak látszik – idetartozik a befolyásolás összes olyan esete, amely nyelvi és más kommunikációs trükkökkel téves következtetések levonására kényszeríti a befogadót, a fentiekben tárgyalt dezinformáció, félretájékoztatás és rosszindulatú félretájékoztatás bármelyik formájával terjeszthető. Jowett és O’Donell definíciója¹⁸ szerint a propaganda terminust a befolyásolás olyan eszközeire használok, amelyek a célközönség megismerési lehetőségeinek, attitűdjének és viselkedésének alakítására irányulnak.

Ha még jobban kiterjesztjük az álhírekre vonatkozó vizsgálódásainkat, rábukkanhatunk pár olyan fogalomra, amely bár rokonságban áll az álhírrrel,

¹⁵ BERNAYS 2019.

¹⁶ KOTLER–LEVY 1969.

¹⁷ JOWETT–O’DONNELL 2011: 7.

¹⁸ JOWETT–O’DONNELL 2011: 7.

mégsem nevezhető klasszikusan annak. Az alábbi példák közel állnak az álhírekhez, bár nem illeszthetők bele annak klasszikus fogalmi keretébe. Ezek főleg az emberi naivitást célozzák, gyakran nem is feltétlenül rosszindulattal terjesztik el őket, sokszor egy-egy félreértésből vagy egy félresikerült viccből eredeztethetők. Ilyen a szándékos félreértés, a *hoax* (angol eredetű vándorszó, jelentése: beugratás, megtévesztés, átverés, álhír vagy kacsa; leggyakrabban az e-mailben terjedő álhírek, kacsalánclevelek különféle változatait jelöli, bár az átverés gyakran kiegészül honlapokkal, illetve nemritkán az írott sajtó vagy a tévé is hajlamos átvenni), a zagyválás, az összeesküvés-elmélet, a városi legenda, a szatíra és a paródia vagy éppen az álvideók, tehát a *deepfake* (a *deep learning* – mélytanulás – és a *fake* – ál-, hamis – szó összemosásával jött létre, a korábbi, manipulált videókhoz képest nem a felhasználók, hanem a mesterséges intelligencia végzi a videókban a módosítást).

Külön kategória és cél a *dezorientáció*, amelynek lényege az emberek össze-zavarása lett, hogy bizalmatlanságot szüljön, ezáltal akár a világgal kapcsolatos alapvetéseket is megkérdőjelezhetővé tegyen.

A koronavírus-járvány és az álhírek kapcsolata

Magyarországi esetek

„A valódi hírnek tűnő félretájékoztatás és álhírek célja, hogy manipulálják az olvasókat – hamis információt terjesztenek például politikai céllal. Ez pedig a közösségi média korában sokkal könnyebben és gyorsabban megy, habár a nagyobb internetes platformok már komoly lépéseket tesznek azért, hogy ezek minél kevesebb embert érjenek el”¹⁹ – olvashatjuk az Európai Parlament oldalán. A Covid-19-cel kapcsolatos aggodalmak és a bizonytalanság érzése egyre jobban uralja a világ közvéleményét, így válnak egyre inkább hatékonyabbá és veszélyesebbé a témával kapcsolatos dezinformációs kampányok is. Az álhírterjesztésben nem csupán a kattintásvadász álhíroidalak, de az információs káosz erősítésében érdekelt (kül)politikai szereplők is jelen vannak. Az álhírek terjesztésében, ahogy azt a hazai példákból is meg tapasztalhatjuk, sokszor a (kül)politikai szereplőkhöz nem köthető, profitorientált kattintásvadász oldalak jutnak főbb szerepekhez. 2020 elején a rendőrség Kiberbűnözés Elleni

¹⁹ Európai Parlament 2020.

Főosztálya csapott le több dezinformációs portál szerkesztőjére, akiket közveszéllyel fenyegetés büntetvének elkövetésével vádolnak. A számos álhíroldalt magában foglaló hálózat tagjai a koronavírussal kapcsolatos kattintásvadász címekkel próbáltak pánikot kelteni. Írásaik között szerepelt többek között, hogy a Nyugati pályaudvarnál egy nő a koronavírus miatt összeesett, és meghalt, amely hír a rendőrség szerint elérte a célját, vagyis jövedelmezőnek bizonyult az álhír terjesztői számára. A dezinformációs portálok elsődleges jövedelemforrásai ugyanis legtöbbször az oldalakon megjelenő reklámok, amelyek akár nagyvállalatok hirdetései között is megjelenhetnek.²⁰

A magyar médiatér dezinformációs narratíváit például a Covid-19-cel kapcsolatosan négy csoportra osztotta a Political Capital:

1. A „népirtásméletek”: „valakik” direkt terjesztették el a járványt. Több cikk szerint az Egyesült Államok „áll a koronavírus mögött”, hogy megroppantsa Kína gazdaságát és turizmusát.
2. A „biológiai fegyver-elméletek”: „valakik” biológiai fegyvert állítottak elő, ez volna a koronavírus, amelyet Kína ellen használnak fel egy „harmadik világháború” keretében.
3. A „világvége-elméletek”: ezek az elméletek az emberiség kihalását vízionálják azon aggodalmakra építve, hogy egyes hatóságok a megbetegedések számát szándékosan alábecsülik.
4. A vágyteljesítő, a vírus „ellenszeréről” szóló hírek: hamis állítások a vírus ellenszeréről.

Bármennyire is negatív hatást gyakorol a társadalomra nézve az álhírgyártás, a legtöbben haszonszerzés céljából csinálják, nem törődve a következményekkel. Vannak ugyanis olyan oldalak, amelyek a cikkek környezetében automatizált vagy saját maguk által szervezett reklámokat tudnak behozni, amelyek kattintás alapján fizetnek nekik. Minderre nagy elérést biztosítanak a Facebook-oldalakkal, amelyekbe forgalmat terelnek, vagy pedig bizonyos csoportokban megosztják ezeket a híreket.

²⁰ SZICHERLE–KREKÓ 2020.

Koronavírus-járvánnyal kapcsolatos felmérés és az álhírek erre gyakorolt hatása

A *The Guardian* 2021-es cikke szerint: „A Covid–19 elleni oltásellenes félretájékoztatás és összeesküvés-elméletek túlnyomó többsége mindössze 12 embertől származik. Csak a Facebookon tucatnyian felelősek az összes vakcinaellenes tartalom 73%-áért, bár az Egyesült Államok kormánya és szabályozó ügynökségei biztonságosnak és hatékonynak ítélték a vakcinákat. A tucatnyi orvos között van olyan orvos, aki felkarolta az áltudományt, mint például a testépítő, wellnessblogger Robert F. Kennedy Jr., aki az oltásokat az autizmussal és az 5G széles sávú mobilhálózatokkal is összekapcsolta.”²¹ 2020-ban készült amerikai közvélemény-kutatások kimutatták, hogy a demokraták és a republikánusok nézetei élesen eltérnek a vírus által jelentett veszélyről és arról, hogy a Trump-kormány hogyan kezelte azt. A válaszadók 43%-a helyeselte Trump elnök választát a Covid–19-re, míg 49% elutasította. A megosztottság azonban nagyrészt a pártok mentén húzódott – a demokraták 83%-a helytelenítette Trump választát, míg a republikánusok 87%-a helyeselte, a demokraták kétharmada pedig „nagyon vagy valamelyest aggódott” a vírus miatt, míg a republikánusok mindössze 35%-a. A válságok mindig nagy fokú bizonytalanságot generálnak, ami viszont szorongást szül. Ez arra készíti az embereket, hogy a fenyegetéssel kapcsolatos információk keresésével találjanak módszereket a bizonytalanság feloldására és a szorongás csökkentésére. Azt csinálják, amit az emberek mindig próbálnak – értelmet adni egy zavaros helyzetnek.²²

Nagyhatalmak álhírharc a koronavírus-járványban

A vírus első góca valószínűleg egy vuhani virológiai intézetben volt, ahol denevérekől származó vírusokat tanulmányoztak, és még az elterjedés előtt több orvos kórházba került. A külföldi (majd később a magyarországi) média egy része szerint viszont a vírust a denevérből készült levestől kapták el az emberek. Habár az amerikai szakemberek és hírszerzés egyaránt cáfolta ezeket a híreket, a republikánus képviselők, Donald Trump és az összeesküvéselmélet-hívők viszont tovább terjesztették.²³ Ennek végeredménye az lett, hogy az emberek

²¹ SALAM 2021.

²² NAUGHTON 2020.

²³ YAMEY–JAMISON 2020.

30%-a elhitte, amit Donald Trump mondott, 25%-a pedig szándékosnak is gondolta, hogy Kína ténylegesen fejlesztett ilyen vírust. Ekkor következett azonban Kína reakciója, amelytől kezdve a koronavírus-járvány az USA és Kína harcává vált, legalábbis kommunikációs tekintetben.

Az Európai Parlament megbízásából az AP és az Atlantic Council kilenc hónap cikktermését és a közösségi médián megjelent posztokat elemezte annak feltárására, hogy mi történt az USA és Kína között.²⁴

A tanulságok között szerepel, hogy végül is Kína lett a legfőbb álhírgyártó ország, egészen addig Oroszország volt az. Kína kiáramló híreivel mennyiségi-
leg hamar megelőzte utóbbit, ugyanis a nyugati közösségi médiát célozták azok a kínai diplomaták, akiknek ekkorra háromszor annyi Twitter-fiókja és kétszer annyi Facebook-profilja lett, holott Kínában ezt addig tiltották. A kínai külügyminisztérium szóvivője két nap alatt 11 bejegyzést tett ki arról, hogy az USA fejlesztette ki a vírust, hogy a világra szabadítson egy biológiai fegyvert. Hat hét alatt 54 nyelven, közel százezren idézték a bejegyzéseket, és azok 275 millió felhasználóhoz juthattak el.²⁵ Nemzetközi segítséget is kapott Kína az üzenetei megerősítéséhez, ugyanis Franciaországtól kezdve Panamáig kínai diplomaták, Venezuela külügyminisztere, a *Russia Today* caracasi tudósítója is ezt az álláspontot erősítette a médiában. A szaúdi Twitter-fiókok arabul terjesztették saját nyelvükön, az iráni és orosz média kritika nélkül átvette, és végül az amerikai, szélsőjobboldali politikai összeesküvés-elmélet, a QAnon beszélgetőfelületeire gyűrűzött vissza. A kínai Weibón több mint 300 millióan láthatták ezeket a bejegyzéseket, természetesen országon belüli terjesztésben. 2020 első felében csaknem 1000 kínai, orosz vagy iráni Twitter-fiókban több milliónyi koronavírussal kapcsolatos interakció keletkezett.²⁶ Kína nemzetközi, de főként a Nyugat felé irányuló interakcióit az úgynevezett „farkasharcos” diplomácia jellemezte, tehát a Kínához a közösségi médiában kritikusan állók agresszív, harcias támadása, amely a fent említett példákon keresztül is tükröződik.²⁷

²⁴ Európai Parlament 2020.

²⁵ BROOKIE 2021: 19.

²⁶ KINETZ 2021.

²⁷ FARAGÓ 2022.

Tudatos tartalomfogyasztásra nevelés és reziliencia

Intézményrendszer

Annak ellenére, hogy az álhírek a média térnyerésével csak az utóbbi években kezdtek el komolyabb, újfajta veszélyforrássá válni, már léteznek intézményi törekvések a megfékezésükre. A magyar *Nemzeti Biztonsági Stratégia* 68. pontja így fogalmaz: „Az állami és nem állami szereplők által szponzorált politikai, gazdasági és társadalmi folyamatok befolyásolására irányuló stratégiák száma, változatossága és hatásfoka növekszik. A befolyásolás egyik eszköze lehet a nemzetközi közvélemény szervezett és módszeres Magyarország ellen hangolása. Az információs műveletek hatékonyságát növeli, hogy az álhírek, dezinformációk terjedését a közösségi média rendkívül gyorsá teszi. A nyílt befolyásolás politikai és gazdasági nyomásgyakorlásban is megjelenhet, amely során az ellenérdekelte nemzetközi szereplők korlátozni próbálhatják hazánk cselekvőképességét.”²⁸ 2018 óta a NATO is kiemelt figyelmet fordít a hibrid fenyegetések között azonosítható álhírekre. Az ellenséges információs, illetve dezinformációs műveletek kutatására és elhárítására megfelelő intézményrendszert alakított ki, amelybe a következők tartoznak:

- Hibrid Fenyegetéseket Elhárító Európai Kiválósági Központ (*The European Centre of Excellence for Countering Hybrid Threats*): Helsinkiben, az akkor még nem NATO-tag Finnországban jött létre, és az Európai Unióval közösen működtetik;
- Stratégiai Kommunikációs Kiválósági Központ (*Strategic Communications Centre of Excellence*) Rigában, Lettországon;
- Kibervédelmi Együttműködési Kiválósági Központ (*Cooperative Cyber Defence Centre of Excellence*) Tallinnban, Észtországban.²⁹

Védekezési javaslatok az álhírekkel szemben

Az álhírek elleni védekezés nem könnyű feladat, sem a hétköznapi emberek számára a szűrést tekintve, sem pedig a szakembereknek a megfékezésben. Az Európai Parlament Kutatószolgálatának (EPRS) ajánlása szerint fontos ellenőrizni

²⁸ 1163/2020. (IV. 21.) Korm. határozat. 2107.

²⁹ NATO é. n.

a tartalmat, a szerzőt, a forrásokat és a képeket. Mielőtt megosztásra kerül sor, érdemes elgondolkodni a hír valóságtartalmán, illetve mérlegelni kell a saját, személyes elfogultságunkat, vagyis hogy mennyire kelt érzelmeket, és mennyire támogatjuk vagy éppen ellenezzük az adott témával kapcsolatos hírt.³⁰

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (a továbbiakban: NMHH) több kutatást és cikket is publikált a témában. Legfontosabb megállapításai közé tartozik, hogy „minél többet internetezik valaki, annál nagyobb eséllyel botlik álhírekbe”. Ráadásul a forráskritikus szemlélet sem mindig jelent egyértelmű védelmet, hiszen a félrevezető információkkal szemben az is tehetetlenséget okoz, hogy egyáltalán nem mindegy, hol és miként jár utána az ember a hírek forrásának.³¹ Ezentúl az NMHH egy cikkében pontokba szedve is ajánlásokat, javaslatokat fogalmaz meg a magánszemélyeknek, hogyan, milyen szempontok alapján ismerhető fel egy álhír:

- „egy cikk címe a józan észnek ellentmondó állítással akar kattintásra bírni,
- ha láthatóan hamis vagy régi fotót használnak egy friss hírhez,
- ismeretlen, sosem hallott vagy túl általános webcímen elérhető oldalon szerepel a hír,
- helyesírási hibákat, halmozott írásjeleket, magánvéleményeket tartalmaz a szöveg,
- név nélkül, vagy sehol máshol nem szereplő álnévvel jelenik meg a tartalom,
- források nélkül vagy hamis, visszakereshetetlen forrásokkal támasztja alá állításait,
- feltűnően sok, vagy a cikkhez szorosan kapcsolódó hirdetés szerepel az oldalon.”³²

Az Európai Unió a 2019–2024-es időszakra stratégiai menetrendet³³ állított fel, amely a társadalmak, a polgárok és a szabadságjogok hibrid fenyegetésekkel szembeni védelme mellett köteleződétt el. A dezinformáció elleni küzdelemről szóló konkrét lépések során deklarálja fő célját: az együttműködés fokozását

³⁰ Európai Parlament 2019.

³¹ Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság 2021.

³² Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság 2022.

³³ Európai Tanács 2019.

a megelőzésben és a fenyegetések elleni fellépésben, illetve a reziliencia megerősítését.³⁴

Összegzés: az álhírek befolyása és a közösségi média

Az eszközök és platformok affordanciái (az inger egy részét közvetlenül észleljük, és reagálunk rá) közé tartozik az úgynevezett *Actor-Network Theory* (a továbbiakban: ANT), amely a világot lokális és globális hálózatok rendezetlen kapcsolataként definiálja, amelyben a hálózatok cselekvőkből állnak, de egy másik hálózatban ezek a hálózatok maguk is cselekvőként viselkednek.³⁵ Mivel az ANT egyre nagyobb hatású, de továbbra is mélyen vitatott megközelítés az emberekkel és az élettelen tárgyakkal való interakciók megértésére, így alapos vizsgálatokkal szükséges nyomon követni a jövőbeni útját, főként az egészségügyi témákban.³⁶

A hagyományos média kapuőrei megkerülhetők,³⁷ hiszen nem szükséges a televízióban vagy a rádióban szerepelni, ha online a különböző közösségi-média-csatornákon vagy akár SMS-ben is el lehet érni milliókat. A közösségi média közvetetten olyan hatást is gyakorolhat, mint amit Donald Trump esetében is láthattunk. A volt elnököt ugyanis a repetitív, erőteljes kijelentései, illetve a környezete által szélsőségesnek vélt viselkedése miatt több nemzetközi szervezetből is kitiltották.³⁸ A társadalmi szövet szétbomlasztásában az álhírek terjesztésének nagyon fontos szerepe van.

Felhasznált irodalom

1163/2020. (IV. 21.) Korm. határozat Magyarország Nemzeti Biztonsági Stratégiájáról.

Magyar Közlöny, 2020. április 21., 2101–2118.

ARO, Jessikka (2016): The Cyberspace War: Propaganda and Trolling as Warfare Tools.

European View, 15(1), 121–132. Online: <https://doi.org/10.1007/s12290-016-0395-5>

³⁴ Európai Tanács 2020.

³⁵ ORBÁN 2021.

³⁶ CRESSWELL–WORTH–SHEIKH 2010.

³⁷ JAKUSNÉ HARNOS 2016: 180–190.

³⁸ SHUKLA 2020.

- BAKIR, Vian et al. (2019.): Organized Persuasive Communication: A New Conceptual Framework for Research on Public Relations, Propaganda and Promotional Culture. *Critical Sociology*, 45(3), 1–18. Online: <https://doi.org/10.1177/089692051876458>
- BERNAYS, Edward (2019): *Crystallizing Public Opinion*. New York: G&D Media.
- BROOKIE, Graham et al. (2021): *Weaponized: How Rumors About COVID-19 Origins Led to a Narrative Arms Race*. Online: <https://issuu.com/atlanticcouncil/docs/weaponized-how-rumors-about-covid-19s-origins-led->
- CRESSWELL, Kathrin M. – WORTH, Allison – SHEIKH, Aziz (2010): Actor-Network Theory and Its Role In Understanding the Implementation of Information Technology Developments in Healthcare. *BMC Medical Informatics and Decision Making*, 10. Online: <https://doi.org/10.1186/1472-6947-10-67>
- ELLUL, Jacques (1965): *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*. [H. n.]: Knopf Doubleday Publishing Group.
- Európai Bizottság (2018): *A dezinformáció elleni 2018. évi cselekvési terv*. Online: https://ec.europa.eu/info/publications/action-plan-disinformation-commission-contribution-european-council-13-14-december-2018_hu
- Európai Bizottság (2022): *Küzdelem a dezinformáció ellen*. Online: www.consilium.europa.eu/hu/policies/coronavirus/fightingdisinformation/
- Európai Parlament (2019): *Hogyan ismerjük fel az álhíreket?* Online: [www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2017/599386/EPRS_ATA\(2017\)599386_HU.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/ATAG/2017/599386/EPRS_ATA(2017)599386_HU.pdf)
- Európai Parlament (2020): *Félretájékoztatás és álhírek: virusszerűen terjednek a COVID-19 járvány idején*. Online: www.europarl.europa.eu/news/hu/headlines/society/20200326STO75917/felretajekoztatas-es-alhirek-virusszeruen-terjednek-a-covid-19-jarvany-idejen
- Európai Tanács (2019): *A 2019–2024-es időszakra szóló új stratégiai menetrend*. Online: www.consilium.europa.eu/media/39917/a-new-strategic-agenda-2019-2024-hu.pdf
- Európai Tanács (2020): *A Tanács következtetései a reziliencia megerősítéséről és a Covid19-világjárvány összefüggésében felmerülő hibrid fenyegetések, többek között a dezinformáció elleni küzdelemlről*. Online: <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-14064-2020-INIT/hu/pdf>
- European Commission (2018): *Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions*. COM/2018/236 final. Online: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A52018DC0236>
- FARAGÓ István (2022): Kína terjeszkedik, a pekingi recept ragályos. *Index*, 2022. június 28. Online: <https://index.hu/kulfold/2022/06/28/soft-power-kina-usa/?token=28688788e6d10311b1562227e5cc9323>

- HOFFER, Eric (1951): *The True Believer: Thoughts on the Nature of Mass Movements*. New York: Harper & Row.
- JAKUSNÉ HARNOS ÉVA (2016): Changes in Methods of Persuasion in the Light of the Development of the Media. *Honvédségi Szemle*, 144(1), 180–190.
- JAMER, Andrews R. (1969): Confrontation at Columbia: A Case Study in Coercive Rhetoric. *The Quarter Journal of Speech*, 55(1), 9–16.
- JOWETT, Garth S. – O'DONNELL, Victoria (2011): *Propaganda & Persuasion*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- KINETZ, Erika (2021): Anatomy of a Conspiracy: With COVID, China Took Leading Role. *AP News*, 2021. február 15. Online: <https://apnews.com/article/pandemics-beijing-only-on-ap-epidemics-media-122b73e134b780919cc1808f3f6f16e8>
- KOTLER, Philip – LEVY, Sidney J. (1969): Broadening the Concept of Marketing. *Journal of Marketing*, 33(1), 10–15. Online: <https://doi.org/10.2307/1248740>
- NATO [é. n.]: *Countering Hybrid Threat*. Online: www.nato.int/cps/en/natohq/topics_156338.htm
- NAUGHTON, John (2020): Fake News about Covid-19 Can Be as Dangerous as the Virus. *The Guardian*, 2020. március 14. Online: www.theguardian.com/commentisfree/2020/mar/14/fake-news-about-covid-19-can-be-as-dangerous-as-the-virus
- Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (2021): *Védekeznénk az álhírekkel szemben, de ez nem mindig sikerül*. Online: https://nmhh.hu/cikk/224768/NMHHkutatas_Vedekeznenk_az_alhirekkel_szemben_de_ez_nem_mindig_sikerul
- Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (2022): *Élesedik az álhírek elleni küzdelem: mi sem maradhatunk ki belőle*. Online: https://nmhh.hu/cikk/229831/Elesedik_az_alhirek_elleni_kuzdelem_mi_sem_maradhatunk_ki_belole
- ORBÁN Zsolt (2021): *E-learning projektek sikertényezői. Az e-learning megoldások actor-network theory elemzése*. Tézisfüzet. Budapesti Corvinus Egyetem Közgazdasági és Gazdaságinformatikai Doktori Iskola. Online: http://phd.lib.uni-corvinus.hu/1165/2/Orban_Zsolt-thu.pdf
- PETYKÓ Márton (2013): *Az internetes troll mint identitás kialakítása – politikai blogok diskurzusaiban*. PhD-disszertáció. ELTE BTK.
- PRIER, J. (2017): Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare. *Strategic Studies Quarterly*, 11(4), 50–85.
- SALAM, Erum (2021): Majority of Covid Misinformation Came from 12 People, Report Finds. *The Guardian*, 2021. július 17. Online: www.theguardian.com/world/2021/jul/17/covid-misinformation-conspiracy-theories-ccdh-report

- SHUKLA, Srijan (2020): Paris Deal to WHO, the 11 Organisations Donald Trump's US has Pulled Out of, Weakened. *The Print*, 2020. május 30. Online: <https://theprint.in/world/paris-deal-to-who-the-11-organisations-donald-trumps-us-has-pulled-out-of-weakened/432486/>
- SIMONS, Herbert W. (1972): Persuasion in Social Conflicts. A Critique of Prevailing Conceptions and a Framework for Future Research. *Speech Monographs*, 39(4), 227–247. Online: <https://doi.org/10.1080/03637757209375763>
- SZICHERLE Patrik – KREKÓ Péter (2020): *Burjánzanak az álhírek a koronavírus nyomában*. Online: www.politicalcapital.hu/hireink.php?article_read=1&article_id=2502
- SZUN-CE (1995): *A hadviselés törvényei*. Ford. Tőkei Ferenc. Budapest: Balassi.
- YAMEY, Gavin – JAMISON, Dean T. (2020): U.S. Response to COVID-19 is Worse than China's. 100 Times Worse. *Time*, 2020. június 10. Online: <https://time.com/5850680/u-s-response-covid-19-worse-than-chinas/>