

A pletyka iparosítása: manipuláció 2.0

dr. Szvetelszky Zsuzsanna

MTA

RECENS Kutatócsoport

Fake news: már a régiek is...



Új csoportjellemzők

- „Én vagyok a haverjaid” – hamis közösségérzet
- Úgy érezzük, egyre jobban hasonlítunk, pedig csak a hasonló szokások terjednek egyre jobban a közösségeken belüli hype-okon keresztül
- Egy hajdani faluban volt öreg és fiatal, okos és buta, szép és csúnya: a legtöbb emberi közösség **lokális, heterogén** csoportokból állt
- A social media-val gyorsan megtaláljuk a hozzánk hasonlókat: **globális, homogén** csoportok szerveződnek

Nem a korlátaink kötnek össze, hanem a lehetőségeink



Folyékony nyilvánosság

- Nem mindegy, mit mondunk, kinek és hogyan
- Megkülönböztetjük, hogy mi az, amit bárki hallhat, s mi az, amit csak kevesen tudhatnak
- Életünk intim részleteit nem tárjuk bárki elé – de vannak az életünknek olyan eseményei, amit minél több ismerőssel szeretnénk megosztani
- A web2 pillanatok alatt strukturálja milliók véleményét
- Horizontálisan kevésbé alakulhatnak ki erős kapcsolatok a szervezői magon belül. A vízszintes struktúrában egyszerre többféle érdekcsoport mozdul - könnyebb is vertikálisan gyengíteni őket, egy-egy érdekcsoportnak való kedvezéssel.

Bottom up > top down – más a tömeg és más az irány: – vs I

Ellencsapások

- FB: gazdasági előnyszerzés nehezítése, új eszközök, oktatás
- Google: algoritmus módosítása, felhasználói visszajelzések, az elfogadhatatlan tartalmak nyíltá tétele



AI és okosmanipuláció

- Új üzletág a döntési mechanizmus segítése: ahogy a szomszédnak ajánlunk egy jó péket a környéken, úgy ajánl a Facebook, a Google, a Youtube ismerősöket, eseményeket, zenét, akár péket is
- Az ajánlás a személyes mikroszintről átment makróra – közben a vállalat ránk kacsint: nézd, a barátaid is ebbe a kávézóba járnak!
- A hirdetés és az ajánlás közötti határ kezd elmosódni: látjuk, hány ismerős like-olta az oldalt, amit a Fb ajánlott
- A top down kommunikáció üzleti okokból bottom up látszatot akar kelteni – a bottom up viszont top down mandátumot akar
- Az óriáscégek tudják, hogy a virtualitás az informálisnak, a rejtettnek a felbukkanását nemcsak lehetővé teszi, de fel is gyorsíthatja

Az új nyilvánosságban nem az az érdekes, hogy virtuális, hanem hogy informális – a fordulat informális. Big Data vs Personality Data

Offline félrelép, online lebukik

- Mi titok?
- Mennyibe kerül titokban tartani?
- Milyen súlyos titok?
- Mail vs keresés: mit mondasz vs mit gondolsz?
- *„Mi lesz, ha megtudja a csajod, hogy még mindig Tinderezel?”*

Én vagyok Ludas Matyi!



Nem lehet mindenki Ludas Matyi – de bárki mondhatja, hogy ő az...