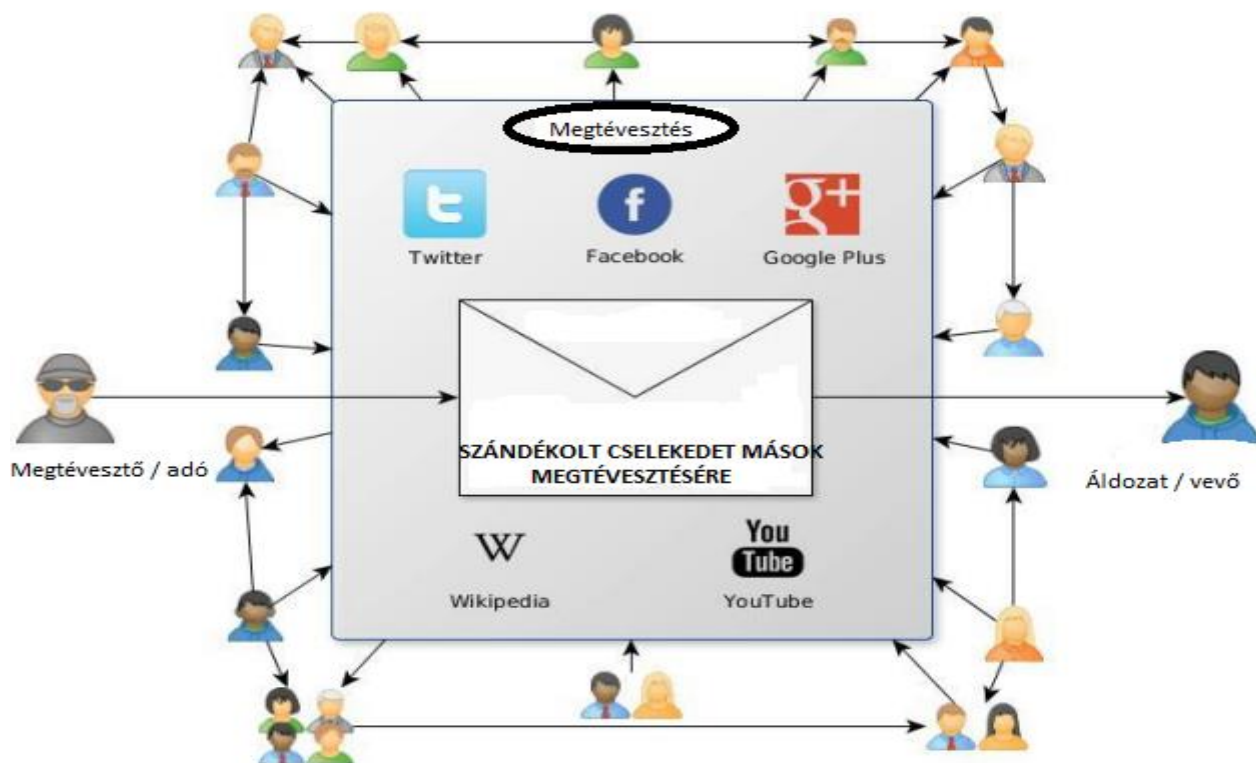


Megtévesztés és digitális média

Evolúciós - és szociálpszichológiai, valamint geopolitikai
perspektívák

Media Hungary 2017 - 2017. május 10.

Iványi Márton



A digitális média jelene számokban

- Facebook: kb. 1,86 milliárd havi felhasználó világszerte (Európában kb. 307 millió)
- Twitter kb. 300 millió
- Kb. 2,3 milliárd ún. okostelefon-felhasználó
- Kb. 3,7 milliárd internethez hozzáférő személy

Megtévesztés a mindennapokban

- Az amerikai pszichológus Paul Ekman (2010: 22) következtetése, melyet az amerikai társadalmi tapasztalatok tükrében, banális hétköznapi példák áttekintése után von le, így szól: „a hazugság olyan központi jellemzője az életnek, hogy jobb megértése nélkülözhetetlen csaknem minden típusú emberi kapcsolat esetén”;
- Az Arizona Egyetem kommunikációelméleti kutatói, David Buller és Judee Burgoon (1996: 205) a megtévesztést úgy határozzák meg, mint „olyan üzenet, melynél a közlő tudatosan törekszik arra, hogy a befogadóban hamis képzeteket és téves következtetéseket alakítson ki”;
- Stratégiái a meghamisítás, amely fiktív helyzethez, az elhallgatás, amely titkolózáshoz, végül a mellébeszélés, amely a téma megkerüléséhez vezet (Griffin, 2003: 92).

Természet és megtévesztés - Evolúciós pszichológiai háttér

- A természet pártfogolja a megtévesztést, mint stratégiai előny szerzésére szolgáló mechanizmust. A mimikri és az álcázás különböző válfajai, a tetszhalott állapot, a leplezés, az úgynevezett deimatikus viselkedés stb. mind-mind az etológia által jól ismert formái a téves információ állatok közötti átadásának, a félrevezető tájékoztatásnak, amely révén „valótlan képzet” keletkezik, és amely az adott populációra jellemző kognitív képességeknek megfelelően változik (Iványi 2014);
- Richard Dawkins és John Krebs (1978) híres tanulmányában elsőként vetette fel, hogy a természetes szelekció bizonyos körülmények között olyan félrevezető jelzéseket részesít előnyben, amelyek célja a másik élőlény kihasználása, manipulálása;
- Az ember is él a megtévesztő megnyilvánulások eszköztárával - sőt, úgy tűnik, más populációknál is inkább él megtévesztő jelzésekkel, ami megkönnyíti a hazugságot és mások manipulálását (Bereczkei 2003);

Szociális interakciók és megmutatkozás – szociálpszichológiai perspektíva

- Minden megtévesztés legalább három célt szolgálhat – pl. egy meghatározott **feladat** vagy **cél elvégzését/elérését**, **kapcsolatteremtést** vagy annak fenntartását egy másik féllel, illetve **egyik vagy mindkét fél reputációjának a megőrzését** (Griffin, 2003: 96);
- Az, hogy az ágens mit mutat meg önmagából, milyen ént kínál a másik fél számára, a helyzet által meghatározott szerepen múlik. Goffman (1978) az **énprezentáció (megmutatkozás)** kifejezéssel írja körül azt a magyarul nehezen szavakba önthető jelenséget, amelynek szellemében az interakcióba lépő én a maga előnyét biztosítva kívánja ellenőrzése alatt tartani a kölcsönhatás során elérhető eredményeket, továbbá e kontrollt igyekszik észrevétlenné tenni;
- Nincs is szó feltétlenül megtévesztésről, hanem pusztán olyan szociális interakciókról, amelyek során a megmutatkozás révén a **cselekvőként fellépő én irányítani igyekszik a róla szerezhető benyomásokat és ezáltal az eseményeket elképzeléseinek megfelelően tudja alakítani**;
- Nincs szó szándékolt színlelésről vagy szélhámosságról sem (Hankiss Á., 1978), ám a mechanizmus mégiscsak ehhez hasonló. Természetesen a másik cselekvő is hasonló módon jár el. Az interakció dramaturgiai feszültsége Csepeli György (2002: 305) levont következtetése szerint „éppen e kölcsönös „énprezentációs” törekvések ütközéséből, a létesülő kényes egyensúlyi állapotból adódik”

„Offline” megmutatkozási stratégiák

- A „jó” oldalak kidomborítása
- Az egyes értékek előtérbe helyezése mások rovására
- Önzetlenség
- A folyamat eltitkolása és a végeredmény bemutatása
- Az ellentétes motivációk titkolása
- A hibák eltitkolása
- Személyközi megtévesztés elmélet [*Interpersonal Deception Theory – IDT*] kimondja, hogy a feladó és a vevő közötti kölcsönhatást, a.m. a megtévesztés aktusát úgy kell felfogni, „mint támadó és védekező manőverek láncolatát, mégpedig mindkét fél részéről, amelynek célja a megtévesztés sikere (Buller – Burgoon, 1993).

Online megtévesztés:

A digitális média új környezetet és technológiát biztosítanak mindehhez;

A mindennapi életből ismert szűrőmechanizmusok híján azon nem verbális jelzések (Darwin 1872; Ekman 2010) amelyek adott esetben segíthetnének felfedni a vevő előtt a megtévesztésre irányuló motívumokat és az abban érdekelt személy (a továbbiakban: feladó) kilétét, a háttérben maradnak...

<i>Kaplan AM – Haenlein M. (2010) alapján</i>		Társadalmi jelenlét / Információgazdagság			
		Alacsony		Magas	
önmegjelenítés / önleleplezés	Alacsony	Együttműködési projektek (Wikipedia)	Közösségi híroldalak (Reddit)	Multimédia- tartalmakat megosztó közösségek (Youtube)	Virtuális játékvilágok (World of Warcraft)
	Magas	Blogok	Mikrobloggoló szolgáltatások (Twitter)	Online közösségi hálózatok (Facebook)	Virtuális közösségi világok (Second Life)

A megtévesztés kivitelezésének nehézségi szintjét meghatározó tényezők

- Számos, a megtévesztőhöz társított tényező – beleértve **elvárásait**, **céljait**, **motivációit**, a célszemélyhez fűződő **kapcsolatait** és az esetleges áldozat **felkészültségi** fokát –, határozza meg a **nehézségi szintet** (Buller – Burgoon, 1996: 6);
- **Elvárás:** összetettebb üzenetek nagyobb valószínűséggel érik el céljukat;
- **Cél és motiváció:** a) *instrumentális*, amely során célirányos megtévesztés állapítható meg (pl. hazudni az önéletrajzban annak érdekében, hogy valaki több állásajánlatra tegyen szert); b) *relációs* (más néven társadalmi tőke vonatkozású), amely a társadalmi kapcsolatok ápolását célozza és c) az online profil jó reputációjának megőrzése a káros hatásoktól (ez utóbbi két kategória pl. a közösségi hálózatokon tipikus - Squicciarini – Griffin 2012: 640);
- **Társadalmi viszony:** Tsikerdekis – Zeadally (2014) szerint minél szorosabb, annál könnyebb, nézetem szerint ellenben a fenti motivátoroktól és a megtévesztés kiszemeltjeinek (vevő) felkészültségétől függ (Iványi 2014);
- **Felkészültség (elővigyázatosság) foka:** A vevő élettapasztalatai, rutinja stb. Dönt.

Megtévesztési technikák

- Számos a digitális média környezetében gyakorolt megtévesztő technika létezik, ide tartozik a blöff, a mimikri (egy weboldal utánzása), a hamisítás (egy hamis weblap készítése), a kegyes hazugságok, a kitérés, a túlzás, a weboldalak átirányítása és az eltitkolás (információk elrejtése az adatlapról);
- Feladó identitásához kapcsolódó információk, adatok manipulációja;
- Tartalommanipuláció;
- Csatorna manipulációja

Manipulációs hatékonyság digitális médiatípus szerint

Digitális média típusa	Alacsony nehézségi szint	Magas megtévesztési siker arány
<u>Blogok</u>	F, T	F, T
Együttműködési projektek	T	-
<u>Mikrobloggoló szolgáltatások</u>	F, T	F, T
Közösségi híroldalak	F, T	F, T
Online közösségi hálózatok	F, T, C	F, T, C
Tartalommegosztó közösségek	T	T
Virtuális közösségi világok	F, T, C	F, T, C
Virtuális játékvilágok	T, C	C

Tsikerdekis – Zeadally 2014 alapján

F: Feladó személyazonosságára vonatkozó információk manipulációja

T: Tartalom manipulációja

C: Csatorna manipulációja

A Feladó identitására vonatkozó információk manipulációja

- Feladó (más szóval a közlő vagy megtévesztő - F) személyazonosságát illető információkhoz kapcsolódó megtévesztés;
- Kis nehézségekbe ütközik, különösen a blogok, a mikroblogger felületek, a közösségi híroldalak, a közösségi oldalak és a virtuális világok esetében;
- Ártatlan és banális, tulajdonképpen akár tréfásnak is tekinthető, ismerősök egymás csúfolását célzó cselekedeteitől a nagyhatalmi érdekérvényesítés szolgálatában álló, ún. „zoknibáb” [*sockpuppet*] identitások általi, titkosszolgálati manipuláció manővereiig számos megnyilvánulási formát ölthet.

A Tartalom manipulációja

- A tartalommanipuláció a mások megtévesztésére feltehetőleg a leggyakrabban alkalmazott módszer;
- A digitális média adta kereteken belül mindez a közölt, megosztott stb. információk hamisításával történik;
- A blogok, az online multimédiás tartalmakat megosztó közösségek, a közösségi híroldalak, a mikroblogger felületek kimondottan fogékonyak a félrevezetésnek erre a módjára;
- A technológia elképesztő mértékben teszi lehetővé pl. a multimédia-állományok manipulálását;
- A fényképek torzítása hatékony válfaja ennek a jelenségnek;
- Mind a nyolc, szakirodalmi szerzők (Tsikerdekis – Zeadally 2014) és általam vizsgált digitális médiatípus esetében könnyűnek bizonyult;
- Az együttműködési projektek és a virtuális játékvilágok kivételével mindez nagy megtévesztési sikerarányjal jár. A csatorna manipulációját pedig a közösségi oldalak és a virtuális (játék)világok adta keretek között jellemzi a nehézségek alacsony foka és a megtévesztési esélyek sikere.

A Csatorna manipulációja

- Amíg a mindennapokban a testbeszédhez hasonló non-verbális kommunikáció, vagy bizonyos beszédminták felfedhetik a megtévesztőket, addig különféle csatorna manipulációját képező pl. fázismodulációkkal (ún. remegés, dzsitter) és a videókba, hanganyagokba tudatosan beékelte késleltetésekkel ez kivédhető, megkönnyítve a megtévesztés kivitelezését;
- A „vonal” másik végén az áldozat ugyanis nehezen tudja megkülönböztetni az akadozó/megbízhatatlan/lassú stb. összeköttetést a megtévesztés cselekedetének „finom részeitől”;
- A csatorna manipulációját a virtuális (játék)világok adta keretek között a kivitelezési nehézség alacsony foka és a megtévesztési esélyek sikere jellemzi, míg mindennek a hatékonysága pl. egyes online közösségi hálózatok esetében például kifejezetten csekély;
- Viszonylag sok „áldozattal” jár a feladó személy szempontjából, ami ugyanakkor kimondottan nyereséges lehet jól-összehangolt támadások esetén.
- A kiszolgálóoldali alkalmazások, például a közösségi hálózatok vagy a tartalomközösségek kevésbé vannak kitéve a csalás megtévesztésére, mivel a csalók a böngészők és webszerverek sérülékenységére támaszkodnak, előbbiek pedig általában biztonságosabbnak számítanak ebből a szempontból.

A megtévesztés geopolitikai színtere

- A kibertér, illetve a világháló a globális hatalmi harc (Brzezinski, 2013), illetve a nagyhatalmak úgynevezett „multispektrum” háborújának (Nazemroaya, 2014) egyik színtere
- Zoknibáb-identitások és megfigyelés (pl. Egyiptom – Ghoneim 2012)
- „Phishing” – hibridtechnikák
- Taqiyya – a mindennapi világ jelenségeinek új minőséget kölcsönözhet a világháló ill. a virtuális tér.

Felhasznált irodalom

- Buller, David & Burgoon, Judee (1996): Interpersonal Deception Theory. *Commun Theory*, vol. 6, no. 3, pp. 203–242
- Csepeli, György (2002) *Szociálpszichológia*. Budapest: Osiris
- Ekman, Paul (2010): Beszédes hazugságok. A megtévesztés árulkodó jelei a politikában, az üzletben és a házasságban. Budapest: Kelly
- Goffman, Erving (2000): Az én bemutatása a mindennapi életbe. Budapest: Thalassa Alapítvány-Pólya Kiadó
- Griffin, Em (2003) Bevezetés a kommunikációelméletbe. Budapest: Harmat Kiadói Alapítvány.
- Iványi, Márton (2015): Megtévesztés, színlelt attitűd és a közösségi média. *Médiakutató*, nyári szám, 15-24.
- Iványi, Márton (2014a): „Kiber-szubkultúrák”: internet és radikalizmus. *Információs Társadalom*, 2. sz., 45–65.
- Iványi, Márton (2014b): Közösségi média: a nyilvánosság elektronikus agorája vagy posztmodern panoptikum? Hatalmi válaszok a közösségi média kihívásaira. *Médiakutató*, nyári szám, 119–138.
- Kaplan, Andreas & Michael Haenlein (2010): Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, vol. 53, no. 1, pp. 59–68.
- Nazemroaya, Mahdi D. (2014): From energy war to currency war. *Global Research*. December 26.
- Tsikerdekis, Michail és Sherah Zeadally (2014): Online Deception in Social Media. *UKnowledge*. Szeptember.

Köszönöm szíves figyelmüket!

Kapcsolat & kérdések:

martonpivanyi@gmail.com