

Brachinger Tamás

Miként függ össze a tudás évszázadában az új kulturális környezethez való alkalmazkodás és a demokrácia minősége?

A probléma ismertetése a 2020-as egyesült államokbeli elnökválasztást kísérő adekvát jelenségeken keresztül

Problémafelvetés

Tanulmányomban a 21. századi demokráciákat komoly kihívás elé állító dilemmával kívánok foglalkozni. Kulturális szakemberként és politológusként „kettős identitással” és multidiszciplináris megközelítéssel kívánom ismertetni a bemutatásra kerülő problémát. Szerzői szándékomat egy 20. századi személyiségtől választott mottóval exponálom; „A tudás igazi ellensége nem a tudatlanság, hanem a tudás illúziója” (Stephen Hawking). Korszakunkat a tudás évszázadaként szokás emlegetni. Felemelő érzés a 4. ipari forradalom tanuló társadalmának polgáraként élni, de egyúttal nyomasztó is, hiszen a tudás eloszlása és terjedése egyáltalán nem kiegyensúlyozott, nem kiszámítható, nem lineáris. Korszakunk egyik szubsztanciális jelensége, hogy a média a kultúra diffúziójának alapvető eszközévé vált. (Bayer, 2002). Kérdés, hogy a kultúra soha nem látott terjedési dinamikája – különösen a web 2 utáni világunkban – a demokráciát teljesíti ki, annak optimálisabban működő modelljei létrehozásához járul hozzá – deliberatív demokrácia, ökokrácia, – vagy – ahogy ennek a tanulmánynak is nem titkolt szándéka az erre való figyelemfelhívás – nemkívánatos, a demokráciát gyengítő folyamatok expanzióját erősíti fel. Azért e kétség, mert álláspontom szerint a technológiai változás dinamikája és a mai tömegtársadalmakon belül fennálló szociális és az ehhez szorosan kapcsolódó tudásbéli egyenlőtlenségek felerősítették azt a problémát, hogy az egyes társadalmi csoportok kulturális adaptációs képessége a 21. század digitális környezetében jelentős eltéréseket mutat, miközben a közösségi média használatával éppen a Hawking által a „tudás illúziójaként” leírt attitűdök erősödtek meg.

Az előbbiek alapján megfogalmazható előfeltevéseim:

- Az IT és az MI jelentős technológiai változásokat hozott, így a gazdasági, társadalmi és kulturális következmények nehezen beláthatók.
- Az előbbi pontban ismertetett folyamat máris kulturális sokkokat okoz, ami hozzájárul a társadalmakon belüli erőteljes tudásalapú hasadásokhoz, egyenlőtlenségekhez.
- Egyelőre tanuljuk, hogy az információ és a tudás között különbség van.

- Nem mindig ismerjük fel, hogy a digitális identitás és a primer identitás nem ugyanaz.

Aldous Huxley brit író már jóval a digitális korszak megjelenése előtt felvetette, hogy a „trivialitás kultúrája” köszönhet ránk (Garfinkle, 2020).

A téma kultúraelméleti kontextusa

A kultúra terjedelme felfogható, mint a különféle – időben és térben eltérő és változó – igazodási és együttműködési keretrendszer (Brachinger, 2003:31). Az archaikus közösségek és a modern társadalmak más-más minőséget képviselnek (Tönnies, 2004), csakúgy, mint a posztmodernitás korának együttélési formái, tekintettel arra, hogy a megelőző fejlődési szakasz viszonyai más és más távlatokat jelölnek ki a korszak emberének. A tudás-kultúra terjedésében – a történelmi távlatok figyelembevételével – célszerű meghatározni etapokat, mivel a személyközi viszonyoktól az interakciókban eljutottunk a területenkívüliség és az egyidejűség kommunikációs kontextusáig.

Antonina Kłoskowska lengyel szociológus „A társadalmi kommunikáció szituációja” című írásában a társadalmi kommunikáció (lényegében tudásátadás) három alrendszerét határozta meg. A felsorolt alrendszerek megfelelnek a World Wide Web előtti világunk adekvát struktúráinak és az alábbiakban ismertetjük őket (Brachinger, 2003:36):

1. A nem formalizált közvetlen kommunikáció a személyek közötti elsődleges csoportokban jön létre nem intézményesített keretek között és kölcsönösségen alapul. A primitív társadalmak kizárólagos kommunikációs formája, az úgynevezett népi kultúra jellegzetes kerete, amelyben a verbális közléseknek kiemelt szerepe van.

2. A közvetlen jellegű személyes érintkezések során a közleményeket a befogadók közvetlen jelenlétében alkotják vagy ismétlik meg intézményesített formában. Az írásbeliség kap kiemelt szerepet, amely már a korai államszervezés eszközüvé válik.

A kultúra átadóinak és átvevőinek viszonyok ezen a szinten formalizálódnak, aszimmetrikussá válnak. Az átadó és átvevő szerep nem kölcsönösségen alapul, nem cserélhető fel, a társadalmi struktúrák statikussá válnak. A kultúra átadójának szerepe már társadalmi státuszhoz (származáshoz, hatalomhoz) vagy beavatottsághoz (szakrális intézmények) kötött. Az írásbeliségnek köszönhetően kilép a megélt időből.

3. A kultúra átadói és átvevői közötti közvetett jellegű társadalmi kapcsolatok kommunikációs jellemzője, hogy a rendszer az átadók – az információelosztás – oldaláról formalizált, erősen centralizált szerkezetű, míg az információ befogadása területén nincs feltétlenül formalizáció, hanem tetszőlegesség, esetlegesség van. A tömegkommunikáció kiteljesedése a legfőbb indikátora ennek a kommunikációs etapnak. Ide kívánczik az a

megjegyzés, hogy a tömegkommunikáció fejlődése megteremtette a propaganda lehetőségét is, azaz – a politikai rendszerek önmérsékletétől függően és különösen a 20. századtól –, sokféle módszert dolgoztak ki a kultúra átadói a befogadás irányítására.

4. A World Wide Web 1993. április 30-i elindulásával ismét átstrukturálódott a kommunikációs rendszer szerkezete és kiegészült egy 4. alrendszerrel. Az átadókat és az átvevőket összekapcsoló viszonyok az átadó részéről részben formalizáltak, részben nem. Jellegzetessége, hogy az átadó és az átvevő szerepe az első „archaikus korszakban” már létező és azóta is fennálló kommunikációs alrendszeréhez hasonlóan felcserélődik és a hatalmi távolság is jelentéktelenné válhat. A beavatkozás technológiai lehetőségei adottak, a szabályozási lehetőségek – nemzetállami kompetenciák vs. globális technológiai vállalatok érdekaggregációs képessége – hektikusak, kaotikusak. A közösségi média mögötti szolgáltatók policy-jeiben, etikai kódexeiben megjelenő önszabályozási normák nem mindig képesek lépést tartani ezzel a globális méretű interakcióval, amelyben a monokróm és a polikróm kultúrák közvetlenül találkoznak.

A kulturális kiterjedtséget két irányból célszerű vizsgálni: egyfelől, azt érdemes megfigyelni, hogy az egyént, a mikrotársadalmat elérő „külső” kulturális hatások hogyan érvényesülnek a digitális környezetben, másfelől, arra is figyelmet kell fordítani, hogy az egyéntől, a mikrotársadalomtól elinduló értéktranszmissziók hogyan formálják akár vertikális, akár horizontális síkon a „külső” környezetet. A szociokulturális környezet meghatározása, kijelölése a tradicionális társadalmakban még áttekinthetőbb, kevésbé komplex. Az utóbbi néhány évtizedben értékelődött fel a vertikális/asszimmetrikus kultúráközvetítési struktúrák mellett – amely az állam kialakulása óta integrálta a társadalmakat – az archaikus társadalmakban még kizárólagosnak tekinthető szimmetrikus struktúrák posztmodern technológiával megtámogatott változata, azzal a lényeges különbséggel, hogy az már nemcsak a közvetlen környezetben – lokalitásban – hat, mivel annak a területenkívüliség az egyik fontos attribútuma (Brachinger, 2003: 36).

A probléma szociálpszichológiai komponense, azaz kognitív elfogultságok a politikai küzdőtéren

A kognitív elfogultság a racionalitástól való ismétlődő eltérést jelent az ítékezésben, az állásfoglalásban, a gondolkozásban. A kognitív torzulások vezethetnek észlelési torzuláshoz, pontatlan ítélethez, illogikus értelmezéshez, vagy szélesebb körben irracionálisnak nevezett viselkedéshez, tehát szubjektív társadalmi valóságot alkothatnak (Haselton, 2005).

A politikai aktorok és a média egy jelentős része gyakran használja az ún. politikai elfogultságokat eszközként – amely egyfajta torzítási effektusok rendszerét jelöli – arra, hogy megingassa a közvélemény álláspontját vagy egy

választás eredményét. A három leggyakoribb a kognitív torzítások közül, amelyek torzíthatják a politikai kilátásokat a „The Three Big Cs”-nek nevezték el (Lu. 2020).

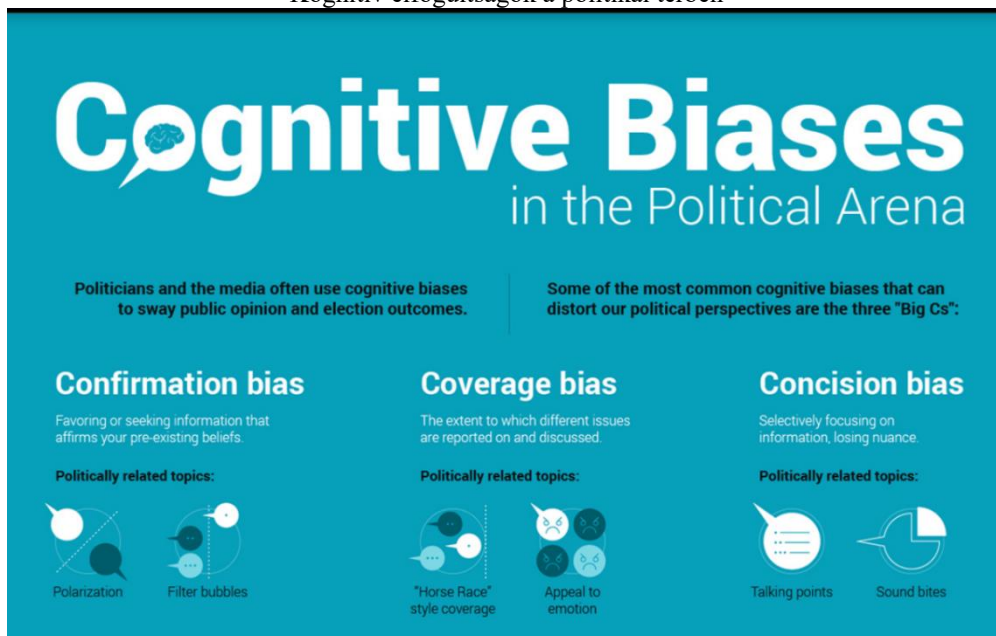
Egy-egy választás közeledtével a tömegdemokráciákban sok ember igényévé válik a 24 órás hírforgalom figyelemmel kísérése azért, hogy a választóként naprakészek legyenek a politikai fejlemények tekintetében. Ennek dacára, amikor a tényeket keresik az érdekeltek (és így is élük meg sic!), gyakran saját kognitív elfogultságaink ebben gyakran megakadályozzák őket.

Harmadik fél is kihasználhatja ezeket az elfogultságokat, hogy befolyásolja gondolkodásunkat. A média például kiaknázhatja a sztereotípiák másoknak való kiosztására való hajlamunkat, ha csak „fülbemászó”, felszíni szintű információkat szolgáltat.

Az ilyen taktikák erőteljesen befolyásolhatják a közvéleményt, ha következetesen alkalmazzák azokat széles bázison.

1. ábra

Kognitív elfogultságok a politikai térben



Forrás: Lu, M. (2020): 11 Cognitive Biases That Influence Political Outcomes.

Az első C: a „megerősítő elfogultság”, amely olyan információk előnyben részesítését vagy keresését jelenti, amelyek megerősítik az adott személyek meglévő hiedelmeit. Az emberek megerősítő elfogultságát tapasztaljuk, ha olyan információt keresnek, amely csak megerősíti a már meglévő hitüket. Ez azt eredményezheti, hogy túlságosan megmerevednek politikai álláspontjukat,

még akkor is, ha ellentmondásos elképzelésekkel vagy bizonyítékokkal mutatják be őket.

Amikor túl sok ember esik ennek az elfogultságnak az áldozatává, a komplex szociálpolitikai kérdések megoldása felé tett előrelépés csődöt mond, mert ezeknek a kérdéseknek a kétpárti rendszerben – az Egyesület Államokban, ahol a modell készült ez a politikai reláció, habár ugyanez a kétpárti polarizáció kristályosodott ki a 2022-es magyarországi választáson is – történő megoldásához a spektrum mindkét oldalától együttműködésre lenne szükség.

A közös alap létrehozása iránti vonakodás Amerikában már megszilárdult. Egy 2019-es felmérés szerint a demokraták 70% -a úgy vélte, pártjuk vezetőinek „ki kellene állniuk” Trump elnökkel szemben. Ezzel szemben a republikánusok 51% -a úgy vélte, hogy Trumpnak „ki kellene állnia” a demokraták ellen.

E fejlemények fényében a kutatók vizsgálatokat végeztek annak megállapítására, hogy a megerősítési elfogultság mennyire kiterjedt. Egy kísérlet során a résztvevők úgy döntöttek, hogy támogatnak vagy ellenznek egy adott politikai kérdést. Ezután bizonyítékokat mutattak be nekik, amelyek vagy ellentmondásosak, vagy megerősítők voltak vagy ezek kombinációi. Mindegyik forgatókönyvben a résztvevők kitartottak eredeti döntéseik mellett. Az ellentmondásos bizonyítékokkal előadottak közül csak minden ötödik közreműködő változtatta meg az álláspontját. A kiinduló álláspontjukat fenntartó megkérdezettek még magabiztosabbak voltak döntésükben a folyamat végén.

A második C: „a lefedettség torzítása” arra vonatkozik, hogy a különböző közéleti kérdésekről való tájékoztatás milyen mértékű. A lefedettségi elfogultság a politika kontextusában a média részrehajlásának egy olyan formája, amelyben bizonyos politikusokat vagy közéleti témákat aránytalanul kiemelnek. Bizonyos esetekben a médiumok akár el is hajlítják a történetek valóságtartalmát, annak érdekében, hogy illeszkedjenek egy bizonyos – akár már egyelőre kidolgozott – narratívához.

Az egyes források közönsége ideológiai elhelyezkedésének feltérképezése segíthet jobban megérteni a közéleti témák lefedettségének torzításait, tehát abban, hogy milyen platformokon tájékozódnak a politikai spektrum képzeletbeli tengelyén elhelyezkedő választók.

A lefedettség torzításának elkerülése érdekében - amely más elfogultságok erősítenek, például a megerősítési elfogultság - szélesebb körű források követését követelheti meg tőlünk, olyan forrásokét is, amelyekkel nem értünk egyet.

A harmadik C: a „következtetés torzítása”; ebben az esetben az információkra szelektíven összpontosítanak az érdekeltek, elveszítve az árnyalatokat és így a közéleti témák vagy közéleti szereplők megítélését

fekete-fehér problémává egyszerűsítik. Másszóval, a politikai szereplők vagy a média szelektíven az információnak csak azokra az elemekre összpontosít, amelyek könnyen átlátható, befogadható. Ennek során az árnyaltabb és finomabb összefüggések – értelemszerűen – kimaradnak a tájékoztatásból vagy a közbeszédéből.

Ennek a torzító hatásnak a népszerű gyakorlata az úgynevezett „hangsípések” alkalmazása, amelyek rövid klipek vagy kivonatok formájában manifesztálódnak. Egyszerű szerkesztési eljárással ki lehet venni egy politikai beszédéből vagy a vele készített interjúból részleteket és így lényegesen átrajzolhatják az eredeti kontextust a közönség számára. A következmény; megfelelő kontextus híján rendkívül mértékben polarizálódhat, és oka lehet a növekvő politikai megosztottságnak. Az USA-ban például a 2016-2020-as választási ciklusra a republikánus és a demokrata szavazók politikai értékeiben már kevesebb volt az átfedés, mint amit korábban valaha mértek: 1994-ben a republikánusok csupán 64% -a volt konzervatívabb, mint a medián demokrata. 2017-re ez az arány már 95%.. Ugyanez a trend megtalálható a spektrum másik végén is. Tekintettel arra, hogy a demokraták 70% -a liberálisabb volt, mint a medián republikánus 1994-ben, ez az arány 2017-re 97% -ra nőtt (Lu, 2020).

A politikai elfogultságok lehetséges mérséklésében, visszaszorításában milyen lehetőségek adódnak a hosszabb távon ható intézményesített edukációs erőfeszítések mellett? A nyitott gondolkodásmód fenntartása, az arra való törekvés, valamint az általunk követett médiaforrások diverzifikálása nagymértékben mérsékelheti a torzító mechanizmusok hatékonyságát.

A szociálpszichológiai hatások megértéséhez még egy adekvát tényezőt érdemes figyelembe venni, mivel az a fentiekben leírt mechanizmusok érvényesülésének megértését ugyancsak magyarázhatja, különös tekintettel a közösségi platformok interakciókban betöltött kiemelt szerepére.

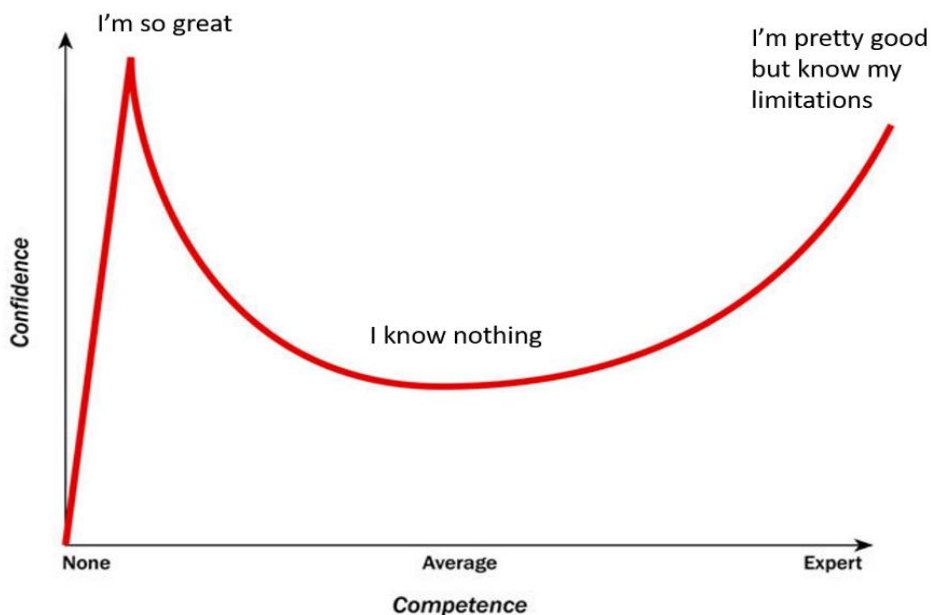
A Dunning-Kruger-hatást a következő jelenségként írhatjuk le: minél kevesebbet tud valaki egy adott dologról, annál inkább hajlamos túlbecsülni a saját tudását. A jelenséget a Cornell Egyetem két kutatója, Justin Kruger és David Dunning mutatta ki és a web 2 ennek a hatásnak az érvényesülését ugyancsak felerősítette.

Előfeltevésük szerint, a legkülönbözőbb területeken, az olvasott szöveg megértésétől a gépjárművek használatán át a sakkozásig és teniszezésig, az amatőrök magabiztosabbak a szakértőknél. Erre a hipotézisre építve egy tesztsorozatot végeztek a Cornell hallgatóin Megállapították, hogy egy tipikus jártasság esetében a hozzá nem értők:

- túlértékelik saját képzettségüket,
- nem képesek felismerni, ha más személy kompetensebb az adott témában,
- nem képesek felismerni, hogy ők nem kompetensek az adott témában,

- ha bővítik az ismereteiket, képessé válnak annak felismerésére, hogy korábban nem értettek hozzá (Kruger-Dunning, 1999).

2. ábra
A Dunning-Kruger hatás



Forrás: <https://www.trainingpeaks.com/coach-blog/where-are-you-on-the-dunning-kruger-wiggle/>

Mi is az igazság utáni politika?

A „Post-Truth” kifejezés viszonylag új keletű, viszont az azt keretező koncepció a korábbi erkölcsi, ismeretelméleti és politikai vitákra vezethető vissza. A poszt-igazság filozófiai és politikai koncepció az igazság közös objektív mércéinek torzítására, a tények vagy alternatív tények, a vélemények, hitek és a tudományos igazságok közötti rigorózus határok felszámolására törekszik. A kifejezés széles körben népszerűvé vált, az igazság utáni politika formájában a 2016-os amerikai elnökválasztás és a Brexit-népszavazás körüli időszakban. Az Oxford Dictionary 2016 -ban az „Év Szava” címet adta a fogalomnak és ekképpen határozták meg; "olyan körülményekhez kapcsolódnak vagy jelölnek, amikor az objektív tények kevésbé befolyásolják a közvéleményt, mint az érzelmekre és a személyes meggyőződésre való hivatkozást".¹ Az „igazság utáni politika” olyan politikai kultúra, amelyben a

¹ <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>

vitát nagyrészt a politika részleteitől független érzelmekre való felhívások és az olyan beszédtemák ismételt érvényesítése keretezi, amelyek figyelmen kívül hagyják a tényszerű cáfolatokat. A poszt-igazság abban különbözik a hagyományos tények vitatásától és meghamisításától, hogy a tényeket és a szakértői véleményt másodlagos jelentőségűnek tünteti fel az emóciókhoz képest.

Az igazság utáni politika nem a 2016-os választásokkal kezdődött; a dohányzással, az evolúcióval, a vakcinákkal és az éghajlatváltozással kapcsolatos tudományos tények tagadása útitervet kínált a tények szélesebb körű tagadásához. Ha ezt kiegészítjük az előző fejezetben ismertetett kognitív torzítások hatásmechanizmusával, amelyek tehát azt éreztetik velünk, hogy következtetéseink akkor is jó érvelésen alapulnak, ha nem, a hagyományos média hanyatlása és a közösségi média térnyerése, valamint az álhír, mint politikai eszköz megjelenése, és megvannak az ideális feltételei az igazság utáni politikának. (McIntyre,2018).

A hamis konszenzus és a közösségi média „találkozása”

Hamis konszenzus esetén az emberek vagy csoportok szívesen feltételezik, hogy attitűdjeik, véleményeik, értékeik vagy viselkedésmódjuk valójában egybeesik az emberek többségének attitűdjeivel, értékeivel, magatartásával. A koncepció szerint önképünk leginkább az, hogy "normálisak" vagyunk, tehát a legtöbb vonatkozásokban hasonlóak vagyunk a körülöttünk lévők többségéhez. A hamis konszenzus kialakítása során a személy vagy csoport azt feltételezi, hogy mindenki más úgy gondolkodik és cselekszik, ahogyan azt ő teszi/tenné.. Ezt a feltételezett konszenzust azonban a tények nem mindig támasztják alá, ezért az adott személy vagy csoport egy olyan konszenzus kialakulását feltételezi, amely a valóságban nem létezik (Ross és mtai, 1977).

Egy fizikusoknak szóló szakmai folyóiratban (European Journal of Physics) találkozhatunk a témánk szempontjából egy harmadik releváns tényező leírásával. A demokratikus intézményrendszer változását a komplex rendszerek elméletével vizsgálták. A tanulmány nagy teret szentel annak a kérdésnek, hogy a közösségi médiának milyen szerepe van a stabilitás megteremtésében vagy aláásásában, de szinte csak negatív példát tud felhozni. A szóban forgó tanulmány következtetésének summázata, hogy a társadalmi egyenlőtlenségek mellett a közösségi média is destabilizálja a demokráciát. Az emberek annál erősebben képviselnek egy véleményt, minél inkább elhiszik, hogy sokan hozzájuk hasonlóan gondolkodnak. Egy ausztrál felmérésben a résztvevőknek ugyan csak 5-7 százaléka vélekedett úgy, hogy nincs klímaváltozás, de úgy gondolták, hogy a lakosság 43-49 százaléka velük ért egyet. A valóságtól való ilyen mértékű eltérést nevezhetjük a hamis konszenzus megnyilvánulásának. Ez magyarázat arra, hogy az emberek miért

nem hajlandók megváltoztatni a véleményüket, illetve miért nem nyitottak valamiéle kompromisszumra (Wiesner és mtsai, 2019).

A közösségi média felerősíti és megkönnyíti a hamis konszenzus kialakulását, mert bármilyen abszurd is legyen egy állítás, a Facebook több mint 2 milliárd felhasználója között például biztosan lesznek olyanok, akik egyetértenek vele. Az USA-ban élő felnőtt népesség 68%-a nyilatkozott úgy egy 2018-as adatgyűjtésben (Pew Research Center), hogy legalábbis alkalmanként olvas híreket a közösségi médiában.² Egy másik, 2016-ban publikált felmérésben azt állapították meg, hogy a megkérdezettek 43%-a nem volt tisztában az olvasott információ forrásával.³

Kísérletekkel bizonyították, hogy egy algoritmus alaposabban meg tudja határozni egy ember személyiségét 10 Facebook like alapján, mint a saját munkatársai. Ha pedig egy megfelelő programnak 300 like-hoz adnak hozzáférést, akkor pontosabb személyleírást ad az illetőről, mint a házastársa. Ez teszi lehetővé, hogy a közösségi médián keresztül a politikusok az adatokat megvásárolva személyre szabott kampányba kezdjenek. Ennek eddigi leghatásosabb és leghatékonyabb esetei voltak megfigyelhetők Donald Trump választási kampányában és a Brexit szavazásnál is. Az információátadásnak és az információszerzésnek ez az útja a polarizálódást és az eltérő vélemények elutasítását erősíti meg. Ortodox megközelítésben a demokrácia egyik alapvető jellemzője, hogy az eltérő álláspontoknak szabadon hozzáférést biztosító mechanizmusok működnek. A vita és a döntés alapfeltétele, hogy az ellenfelek megcáfolhassák egymás érvelését, de ez nem teljesül a közösségi médiában azokban az esetekben, amikor személyre szabott, célzott, de látens formában folytatnak kampányokat. Így ez a gyakorlat is a demokrácia hanyatlását erősíti (Wiesner és mtsai, 2019).

A felsorolt tényezők hatásának bemutatása a politikai közegben, az amerikai elnökválasztási kampány adekvát tanulságai alapján

A tanulmány bevezetőjében felvetett probléma, tehát a demokrácia szabad választásokon alapuló fundamentuma és a kulturális adaptációs készségek társadalmakon belüli egyenetlensége, a „tudás illúziója” közötti feszültség eddigi legerőteljesebb, már-már drámai megnyilvánulásait tehát az Egyesült Államokban a 2016-os – illetve már a 2014-es úgynevezett „félidős” kongresszusi választáson – valamint a 2020-as elnök- és kongresszusi választáson tapasztalhattuk. A vizsgált szituáció esszenciáját Adam Garfinkle amerikai történész, politológus „Dystopia vs. Dystopia” című 2020-ban a the-american-interest.com oldalon publikált cikkében megfogalmazott

² <https://www.journalism.org/2018/09/10/news-use-across-social-media-platforms-2018/>

³ <https://digiday.com/media/57-percent-readers-aware-brands-theyre-reading-social/>

nyitókérdése expresszíven írja le : „Have we Americans lost our minds?” azaz „Mi, amerikaiak, elvesztettük az eszünket?” (Garfinkle, 2020)

A 2016-os elnökválasztáson a közösségi médiában elsősorban a Cambridge Analytica nevű brit politikai tanácsadó cég – amely egyénként a Brexit referendum kimenetelére is hatással volt –, valamint orosz hekkerek közreműködése vált bizonyossá a eredményének befolyásolása szempontjából. Előbbi szervezet legalább 87 millió Facebook -felhasználó személyes adatait szerezte meg közvetve 270 000 Facebook-felhasználó „közreműködésével. Ezek a felhasználók a "This Is Your Digital Life" nevű Facebook-alkalmazást használták. Az alkalmazásfejlesztő megszegte a Facebook szolgáltatási feltételeit azzal, hogy átadta az adatokat a Cambridge Analyticának. A hozzájuk kapcsolható adatbázis egy sokkal nagyobb globális művelet részét képezte, amely kormányokkal, hírszerző ügynökségekkel, kereskedelmi vállalatokkal és az emberek manipulálására és befolyásolására irányuló politikai kampányokkal működött együtt, és jelentős nemzetbiztonsági kockázatokkal járt. Az adatokat a Trump kampány érdekében használták fel. Az orosz hekkerek működési feltételeit egy orosz oligarcha által finanszírozott szentpétervári szervezet, az Internet Research Agency biztosítja. Formális kapcsolatuk nincs az orosz állammal, de facto azonban számos bizonyíték van arra, hogy az internetes szlengben csak „Olgino trolljaiként” emlegetett szereplők valójában az orosz hibrid hadviselés „katonái”. Közreműködésükkel több tízezer álprofil hozhattak létre a közösségi platformokon szintén az amerikai elnökválasztással kapcsolatos választói magatartás befolyásolásának céljával.

A 2020-as kampányban viszont már a QAnon-mozgalom jelenléte vált relevánssá. A különbség a két választás között abban áll, hogy az 2016-os választáson a feljebb említett szereplők – eltérő háttérrel és szándékkal ugyan –, de egy szisztematikusan felépített folyamatban „külső” beavatkozóként befolyásolják a választási folyamatot, addig a 2020-as kampányban – éppen az előző választást követő botrányok, nyomozások hatására – ezek az aktorok – legalábbis bizonyítottan –nm voltak jelen. A QAnon egy önszerveződésen alapuló, valódi szervezettel, vezetőikkel, státúttal nem is rendelkező mozgalom, amelynek integráló erejét a koherenciát egymással nem is feltétlenül mutató összeesküvés elméletek adják. A kezdeményezés alapja egy városi legenda, amely szerint egy, a minősített nemzetbiztonsági adatokhoz magasszintű (innét a Q jelző) hozzáféréssel rendelkező szívárogtató ad „útmutatást” a követőinek a „mélyállam” (Deep State) működéséről. A mozgalom tagjainak prekoncepciói és Donald Trump elnök habitusa megteremtette a politikai realitásérzékelés igazságon túli, alternatív tényeken alapuló koalícióját a konteó hívők és a Republikánus Párt egyes csoportjai illetve – el nem ismert módon – a „mozgalom” és maga az elnök között. A bemutatandó jelenség hatásmechanizmusai azonban – függetlenül a

szereplőktől – mindkét választáson – a tanulmányban felsorolt determináló tényezők érvényesülése szempontjából – analóg módon történtek. Tudatosan vagy ösztönösen, de mindkét választási folyamatban a kognitív elfogultságok, az igazságon túli alternatív tények és a hamis konszenzusok sajátos mixtúrája alapozta meg a választói magatartást és ehhez minden alkalommal a közösségi média biztosította a közvetítő közeget.

Természetesen mindkét választási kampányban a hagyományos média egy nem elhanyagolható részének közreműködése is tonikus hatást gyakorolt a bemutatott szereplők által előidézett folyamatok megerősítésében. Ezek között kiemelkedik a Breitbart média. A közösségi médiában is jelen van és ezen kívül a breitbart.com hírportálnak havonta 25 millió látogatója van és ezzel a 3. internetes hírportál az Egyesült Államokban, valamint a cég által működtetett rádió heti 38 óra eredeti élő programmal jelentkezik.⁴

Az elkötelezett média működésének egyik indikátora volt Steve Bannon a Breitbart News korábbi ügyvezető elnökének felemelkedése. A korábban bemutatott és mára megszűnt Cambridge Analytica adatelemző cég igazgatóságában dolgozott és Trump hivatali idejének első hónapjaiban az elnöki adminisztrációban vezető tanácsadó is volt.

A 2020-as választásra fókuszálva a következő lényeges megállapításokat teszi a *The Genesis of the Conspiracy Theory* című, 2020-ban publikált kutatási jelentés:

- A Facebookon és az Instagramon megfigyelhető volt, hogy 2020-ban jelentősen megnövekedett a disputa a QAnon körül, valamint nőtt a Facebookon és a Twitteren az egyedi felhasználók száma.

- A QAnonról folytatott vitába bekapcsolódó egyedi felhasználók száma 2020-ban, mind a Facebookon, mind a Twitteren növekedést mutatott. A legszembetűnőbb emelkedés 2020 márciusában volt. Ebben az időszakban a Facebook-felhasználók száma átlagosan március 2-8 közötti héten napi 344 egyedi felhasználóról emelkedett a március 22. és 29. közötti héten 898-ra. Hasonlóképpen, az átlagos Twitter-felhasználók száma az első hét 37 302 főről 89 338 főre emelkedett a hónap utolsó hetére. Megjegyzésként ide kívánkozik: az Egyesült Államokban lényegesen népszerűbb közösségi platform a Twitter, mint a Facebook.

- Mind a Facebook-csoporttagság, mind a Facebook-csoporton belüli elkötelezettségi arány jelentősen emelkedett 2020 márciusában. A QAnon csoportok tagsága a Facebookon 120%-os növekedést mutatott a vizsgált hónap során. Az elköteleződés ezzel egyidejűleg 91%-kal nőtt.

- A megállapítások között a dinamikus növekedés egyik okaként említi a tanulmány, az emberek több időt töltenek a közösségi média használatával a

⁴ <https://media.breitbart.com/media/2019/11/about-breitbart-news.pdf>

világjárvánnyal összefüggő lezárások következtében, ami – nem mellékesen – tovább erősíti a QAnon-mozgalom konteóra építő közösségét.

- A QAnon körüli kommentek mennyisége a Twitteren jelentősebb volt, mint a Facebookon és az Instagramon, de 2020 márciusában mindhárom platformon nőtt a QAnon aktivitása:

Bár elsősorban az USA -ból származik, van néhány bizonyíték arra, hogy a QAnon összeesküvés -elméletet nemzetközi szinten felkapják:

- Megállapították, hogy a QAnon jelenléte szemontjából a Twitteren a négy legfontosabb ország az USA, az Egyesült Királyság, Kanada és Ausztrália. A mozgalommal összefüggő hashtagek említésének 89,5%-a az Egyesült Államokra „lokalizálható”, a 2017. október és 2019. október közötti időszakban. A 2020-as évre ez 87% -ra csökkent, ami arra utal, hogy az összeesküvés-elmélet nemzetközi szinten terjed. A YouTube is fontos szerepet játszott a QAnon-hoz kapcsolódó tartalmak megosztásában.

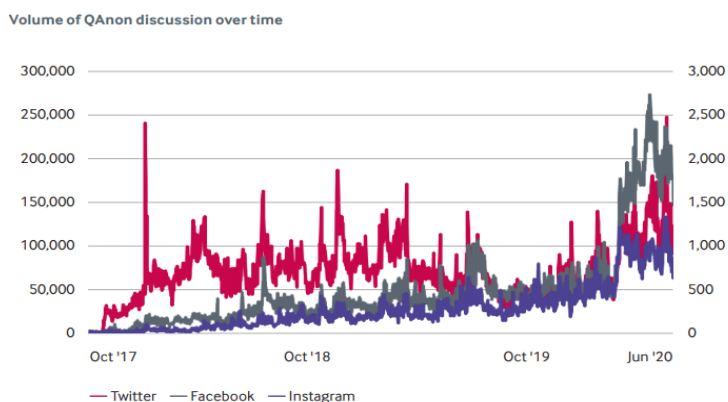
- Az elemzés kimutatta, hogy a QAnon-hoz kapcsolódó Facebook-bejegyzések 20,4% -a tartalmaz linkeket a YouTube-ra, míg a Twitteren a QAnon-hoz kapcsolódó bejegyzések 5% -a tartalmazott YouTube-linket.

- Konzekvensen az USA volt a legnagyobb QAnon tartalom előállító ország az Egyesült Királyság, Kanada és Ausztrália előtt.

3. ábra

A QAnon-mozgalommal kapcsolatos aktivitás időbeli eloszlása a közösségi platformokon

Figure 1 The volume over time of QAnon posts 2017 – 2020. Left-hand side y-axis is the volume of Twitter posts; Right-hand side y-axis is the volume of Facebook and Instagram posts.



Forrás: Gallagher és mtsai (2020): The Genesis of a Conspiracy Theory. Key trends in QAnon activity since 2017.

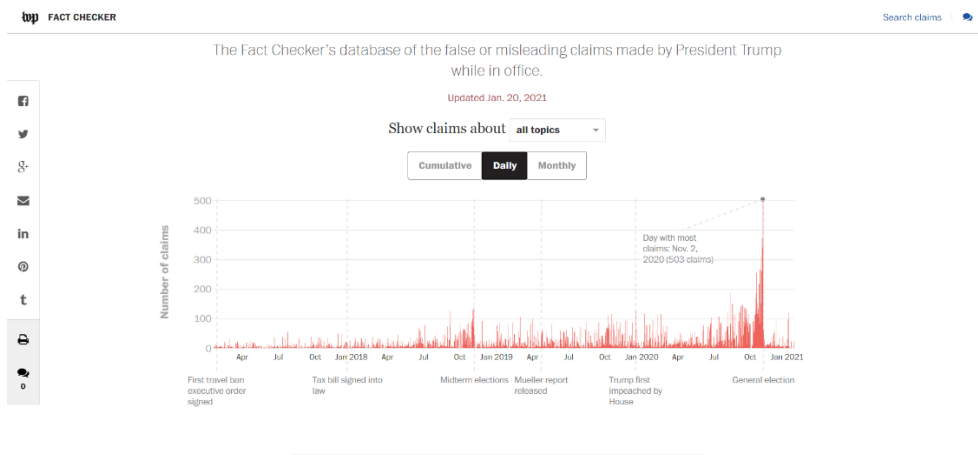
A bemutatott szereplők között mindenképpen ki kell emelni a 2016-ban megválasztott és 2020-ig hivatalban lévő amerikai elnök adekvát magatartását. Az elnöki intézmény konzervatív megítélését is alapvetően át tudta formálni Donald Trump habitusa, viselkedése. A washingtoni hagyományokkal látványosan és nyersen szakító elnöki praxis mindennaposá tette a kontroll nélküli, átgondolatlan politikai kommunikációt. A Twitter vált az USA legmagasabb hivatalát betöltő személy médiumává. Ezt a fajta „plebejus” gyakorlat nagyon gyorsan követőkre talált a nemzetközi politikában. Annak dacára nem volt a status quonak megfelelő következménye ennek a „csiripeléseknek”, hogy a négy éves elnöki ciklusban számtalan alkalommal tett igazoltan hamis állításokat. Nyilvánvaló összefüggés van a korábban ismertetett szociálpszichológiai tényezőknek a formabontó közszereplői magatartás következmények nélkülségével illetve a közvélemény polarizációjával és ezzel együtt a saját választói tábor megerősítésével. Trump elnök innovációja az alternatív tények (Alt-fact) kifejezés, amely egy sajtótájékoztatón hangzott el és ezzel a gesztussal legitimmé tette a mellébeszélést a politikai kommunikációs térben. A leírt habitus manifesztumaként 2016 szeptembere és 2020 szeptembere között összesen 9000 hamis állítást számolt össze Donald Trump beszédjeiben és Twitter-bejegyzéseiben a CNN hírsatorna újságírója Daniel Dale, miután az adott időszakban minden nyilvános elnöki megszólalást és minden Twitter-posztot megvizsgált. Az összesített eredményekből kiderült, hogy 2017-ben átlagosan 2,9 hamis állítást közölt naponta, 2018-ban már napi 8,3-et, ahogy a cikkben fogalmaznak „napi rutinná” vált ez az elnöki magatartás.⁵

A www.washingtonpost.com hírportálon szerepelt egy tényellenőrző alkalmazás, amelyen napi bontásban látjuk az elnök hivatali ideje alatti valótlán állításait. Szembetűnő, hogy a legtöbb fals megnyilatkozását egy nappal a választás előtt – 2020. november 2. – tette.

⁵ <https://edition.cnn.com/2021/01/19/politics/fact-check-daniel-dale-reflections-fact-checking-trump/index.html>

4. ábra

Trump elnök hamis állításai napi bontásban 2018 év eleje és 2021 januárja között



Forrás: <https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/trump-claims-database/>

Trump elnök hivatali idejének legvégén a Zignal Labs elemzőcég kutatása szerint a választási csalásokról folytatott beszélgetések 2,5 millió említésről 688 000 említésre redukálódtak a közösségi oldalakon egy héttel azt követően, hogy a hivatali idejét éppen kitöltő elnököt kitiltották a Twiterről. A közösségi média tartalmak terjedése multiplikátor hatására jó példa ez, hiszen egyetlen „szuperfertőző”, mint estünkben a leköszönő amerikai elnök, a megosztások és a kommentek kumulatív hatása által képes a valóság átalakítására a követői által teremtett közegben, annak ellenkezője viszont exponenciális csökkenést okozott.⁶

Következtetések

A bevezetőben megfogalmazott feszültség, amely a dinamikusan változó technológiai környezet és az ahhoz való egyenlőtlen társadalmi alkalmazkodás között húzódik meg egy különös relációt eredményezett – bizonyára a digitális korszak előtt is létezett egy ilyen viszonyrendszer –, de a jelenkori kommunikációs-kulturális kontextus felerősítette. A tudás és a tudatlanság egyértelműen kimutatható relációja kiegészült a tudás illúziójával. Az így kialakuló háromelemű függelem egy kaotikus rendszert hoz létre és a posztmodern kor egyik attribútumaként értékelhetjük. E probléma indikátorai az ebben a tanulmányban szereplő jelenségegyüttes. Természetesen nemcsak a politikai rendszerek, a demokratikus intézmények működése kerül nyomás

⁶ <https://www.cnet.com/news/after-twitter-banned-trump-misinformation-plummeted-says-report/>

alá ebben a szituációban, hanem életviszonyaink bármely területén számíthatunk a kaotikus rendszer hatásaira. A világvárossal kapcsolatos hírek, a klímaváltozással összefüggő információk, a pénzügyi folyamatok áttekinthetatlensége külön-külön is próbára teszik az ember megismerőképességét a digitális térben.

Esetünkben az alkalmazkodás azt jelenti, hogy „immunizálunk” a tudás illúziójával szemben. Mindennek szükséges előfeltétele a tényellenőrzés. A forráskritika egy formálható képesség, amelyben a családi nevelésnek, az oktatási rendszernek, a civil társadalomnak, a politikai szereplőknek és a globális intézményeknek is van felelőssége. Rövidtávon is elvárható az oktatási rendszertől – ebben eltérő a nemzetközi gyakorlat –, hogy a megfelelő időben ismertesse meg a nevelés alanyait a kamuoldalal, az álhírek világával, hiszen kisgyermek koruktól ki vannak téve ezeknek a hatásoknak.

Hosszútávú lehetőség az „okostársadalom”, amelyben több az individuális tudás és amely képes hálózatokat, együttműködések létrehozni, több egyéni- és közösségi felelősségérzettel, több önkontrollal, kevesebb hatalmi és gazdasági manipulációval, a különféle központok diverzifikálásával, decentralizálásával. Az okostársadalom kibontakozását veszélyeztető tényező lehet, ha egy vagy több politikai vagy gazdasági szervezet – megfelelő erőforrások birtokában – felülkerekedik a kibontakozó integrációban és hegemónná válik a tudás újraelosztásában. Donald Trump választási vereségével a trumpizmus – ami a tanulmányom által felvetett problémának egy fontos jelensége – egyáltalán nem tűnt el, nem egyedi jelenség és vannak olyan álláspontok, amelyek szerint a populizmusok korszaka következhet, éppen a bizonytalanságokkal terhelt társadalmak szociális és kulturális adaptációs nehézsége miatt. Ahhoz, hogy a demokrácia öngyógyító képességét fenntartsák a 21. század társadalmi, optimálisabb tudáelosztásra van szükség.

Irodalom

- Bayer József (2002): Globális média, globális kultúra. Magyar Tudomány, 2002 (6), 748-762.
- Brachinger Tamás (2003): A kulturális kontextus terjedelmének változása és a globalizáció összefüggései. Comitatus, XIII. (11-12.) 31-39.
- Gallagher, Aoife – Davey Jacob – Hart, Mackenzie (2020): The Genesis of a Conspiracy Theory. Key trends in QAnon activity since 2017. ISD

- Garfinkle, Adam (2020): DYSTOPIA VS. DYSTOPIA. The Sino-American Rivalry in Cultural Context. <https://www.the-american-interest.com/2020/07/24/the-sino-american-rivalry-in-cultural-context/> Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.
- Haselton, Martie G. (2005): The evolution of cognitive bias. In D. M. Buss (szerk.), *The Handbook of Evolutionary Psychology*: Hoboken, John Wiley & Sons
- Kruger, Justin – Dunning, David (1999): Unskilled and Unaware of It: How Difficulties in Recognizing One's Own Incompetence Lead to Inflated Self-Assessments". *Journal of Personality and Social Psychology* 77 (6), 1121-34.
- Lu, Marcus (2020): 11 Cognitive Biases That Influence Political Outcomes. <https://www.visualcapitalist.com/11-cognitive-biases-influence-politics/> Utolsó letöltés: 2021. 08. 10.
- McIntyre, Lee (2018): *Post-Truth*. MIT-Press
- Ross Lee – Greene David – House, Pamela (1977): The false consensus effect: An egocentric bias in social perception and attribution processes. *Journal of Experimental Social Psychology* 13, 279-301.
- Tönnies, Ferdinand (2004): *Közösség és társadalom*. Fok-Ta Bt.
- Wiesner, Karoline – Birdi, A. – Eliassi-Rad, T. – Farrell, H. – Garcia, D. – Lewandowsky, S. – Palacios, P. – Ross, D. – Sornette, D. – Thébaud, K. (2019): Stability of democracies: a complex systems perspective. *European Journal of Physics*, 40 014002