



LÉLEKTANI MŰVELETEK A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN- A #PIZZAGATE TANULSÁGAI

Dr. Bányász Péter- Dr. Palla Gergely- Dr. Pollner Péter
(banyasz.peter@uni-nke.hu)



Az előadás felépítése

- Információs műveletek
- Lélektani műveletek
- Közösségi média
- Esettanulmány



Információs környezet megjelenése

- Kibertér
- Globális közös terek
- De ami az újdonság:
 - IKT eszközök elterjedtsége létrehozta az információs környezetet
 - Az információs környezet megjelenése kibővítette a katonai műveleteket, illetve további tartományokkal egészítette ki



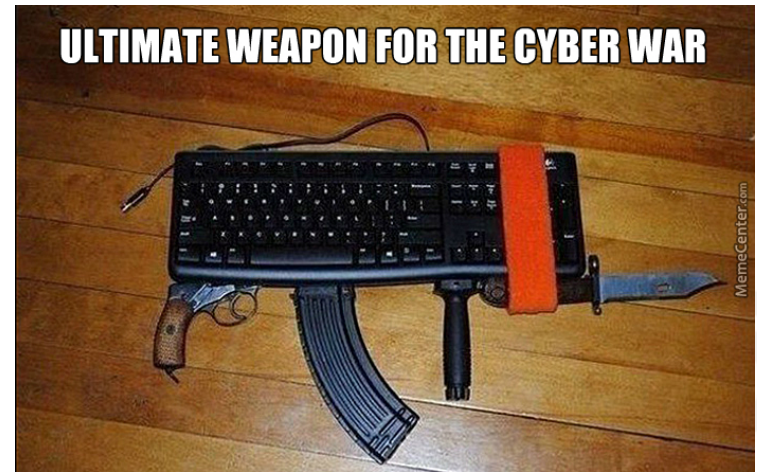
Fogalma

- USA összhaderőnemi információs műveletek doktrínája (2012):
 - *„az információs környezet mindazon egyének, szervezetek és rendszerek összessége akik, és amelyek az információ gyűjtésével, feldolgozásával, szétosztásával foglalkoznak”*



Tevékenységi köre

- Műveleti biztonság;
- Dezinformáció;
- **Lélektani műveletek;**
- Információs célpontok fizikai pusztítása;
- Számítógép-hálózati műveletek;
- Elektronikai hadviselés.



Hibrid hadviselés

- A hadviselés számos formáját magukban foglalják, beleértve a konvencionális képességeket, irreguláris harceljárásokat és képződményeket, valamint a válogatás nélküli erőszakot alkalmazó terrorista akciókat és bűnözői tevékenységeket;
 - Hibrid háborúkat egyaránt folytathatnak állami és a legkülönbélebb nem állami szereplők;
 - Hatásai a pszichológiai és fizikai dimenzióiban jelentkeznek;
 - Ezen hatások a háború valamennyi szintjén jelentkezhetnek .
-

LÉLEKTANI MŰVELETEK



Fogalma

- MH Információs műveletek doktrína:
 - *„A Lélektani Műveletek (PSYOPS) elsődleges célja, hogy befolyásolja egy kiválasztott célcsoport viselkedését, magatartásformáit és véleményét az előjáró által elfogadott PSYOPS célokkal összhangban, valamint hogy kiváltsa vagy megerősítse a célcsoport kívánt viselkedését az előjáró távlati céljainak érdekében*
-

Megjelenése

- Hadviselés kezdetétől alkalmazzák, már az őskortól
 - Már Szun Ce...
 - Lélektani hadviselés fogalmát II. vh-ban kezdték el használni
 - Műveleteket tudományos alapon azonban csak az 1960-as évektől tervezik
-

Típusai

- Korábban propaganda, ma hivatalosan célzott információközlés
 - fekete propaganda mindazon befolyásolási eszközök összessége, melyek hamis forrásból származnak és félrevezető szándékúak.
 - fehér propaganda, amely az emberek meggyőzésére szolgál, kizárólag hiteles forrású információkból.
 - szürke propaganda ennek középpontjában helyezkedik el, mikor az információ forrása nem ismert, ezen felül pedig a befolyásolás célja sem

Módszerei

- **Reflexív kontroll módszere:** Az 50-es években kidolgozott módszer, ami az ellenséges erők döntéshozó mechanizmusára próbál hatást kifejteni, annak pontos elemzésével, abba való behatolásával, majd manipulált információkkal való befolyásolásával.
 - **Társadalmi vírus:** Tulajdonképpen arra épít, hogy egy, a társadalomba beépített személy vagy személyek segítségével lehetséges az osztársadalom befolyásolása. Általában ideológiájukban befolyásolható, politikailag sértett, a világ történéseiről objektíven nem informálódó személyeket talál meg a leghamarabb, a tömegkommunikáció legkülönfélébb eszközeivel.
 - **Különleges módszerek és eszközök:** Az adott személy valóságérzetét befolyásolni kívánó vizuális és akusztikus hatások, esetleg elektromágneses eszközök kerülhetnek leginkább ebbe a kategóriába
-

Közösségi média...

- Fogalma
- Kialakulása
- Trendjei
- Hatása



Paradigmaváltás az IKT eszközökben

- Digitális bevándorlók, bennszülöttek
- C- generáció



From Russia with Love

- Egykori érdekszféra
- 2000-es években egymásra találás
- Célok:
 - EU, tagállamok és azok transzatlanti kapcsolatainak destabilizálása
 - Az orosz kormány és annak pozíciójának legitimálása



From Russia with Love

- Online és offline;
- T-72-esek;
- Dezinformációt segíti
 - Átalakult hírfogyasztási szokások,
 - Információ túltengés,
 - Titkos algoritmus;
- Troll hadsereg;
- Botnetek;
- Adatgyűjtés (pl. Cambridge Analytica k)
- Bubble Filter;
- Post-truth;
- 2016....



A siker titka?

- számos csatornán közvetítik;
- gyors, ismétlődő formában terjesztik;
- hiányzik belőle az objektivitás;
- nem következetesek.



PROPAGANDA (PUBLIC DIPLOMACY)

RUSSIAN
GOVERNMENT

INTELLIGENCE & UNKNOWN

RIA NOVOSTI

TV NOVOSTI

MILITARY
INTELLIGENCE
GRU

FOREIGN
INTELLIGENCE
SERVICE SVR

RUSSIA
TODAY (RT)

INTERNET
RESEARCH
AGENCY

HACKING & DISSEMINATION

FRONT
ORGANIZATION

RT
COMMERCIAL
MEDIA
ORGANIZATION
IN USA

SPUTNIK
NEWS

GUCCIFER 2.0

DCLEAKS

DIRECTORATE
S (ILLEGALS)

WESTERNERS
UNDER
CONTRACT

INTERNET
TROLLS

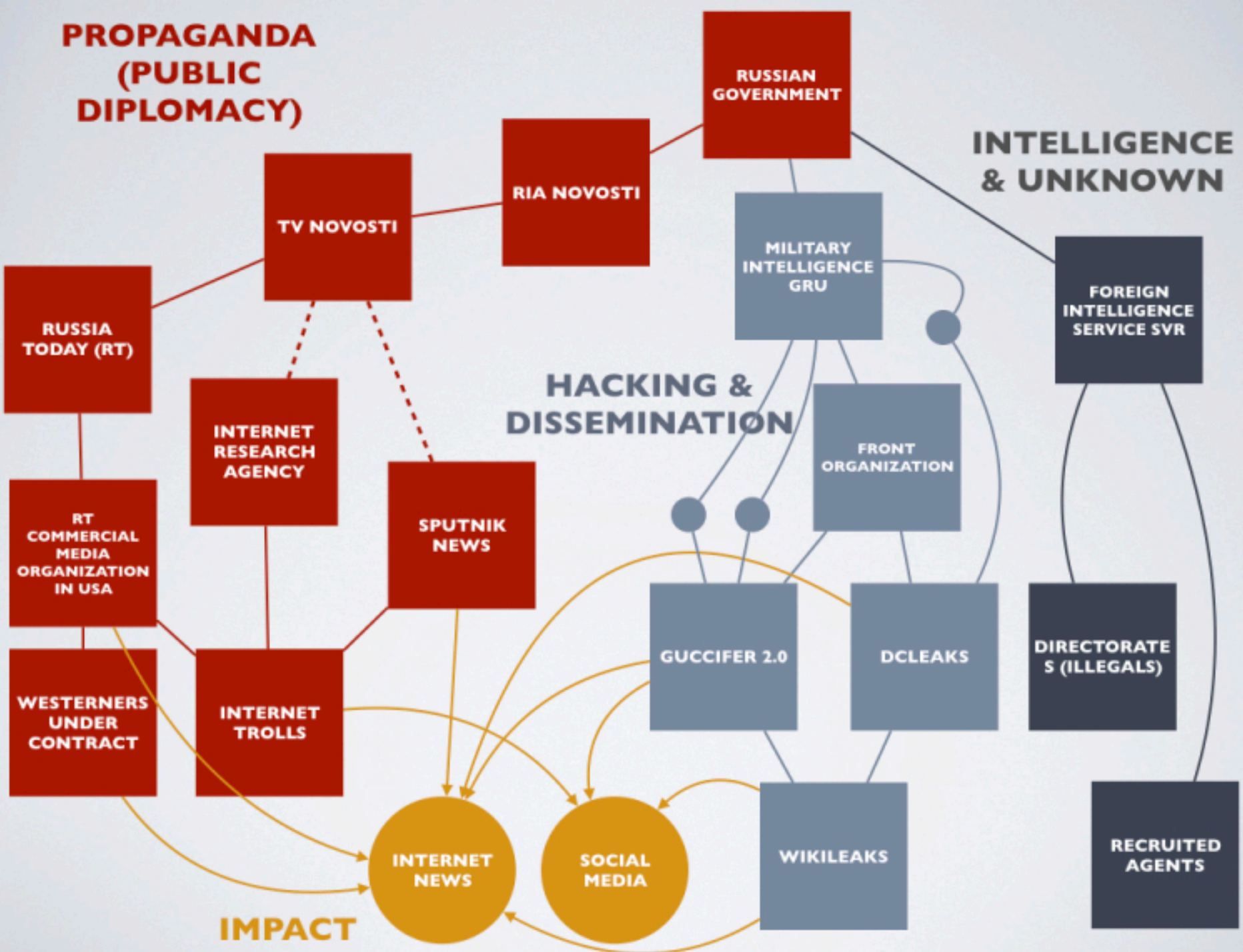
RECRUITED
AGENTS

INTERNET
NEWS

SOCIAL
MEDIA

WIKILEAKS

IMPACT



A háború a politika folytatása, más eszközökkel



Problémakör

- Internetes oldalakon, közösségi médiában megjelenő hírek, információk terjedési tulajdonságainak vizsgálata
- A feladatban mik jelentik a kihívásokat? (pl. hogyan határozzuk meg a téma jellemző kulcsszavait, az vizsgálandó médiákat, adatforrásokat, valódi/álhír kategóriák elválasztása stb.)



Kik az érintett szereplők

Hírportálok: valós és álhír elválasztása, mit érdemes átvenni, mit nem célszerű tovább terjeszteni

Szóvivők, sajtó-felelősök: milyen hírekre kell felkészülni, milyen témákban várható lakossági érdeklődés

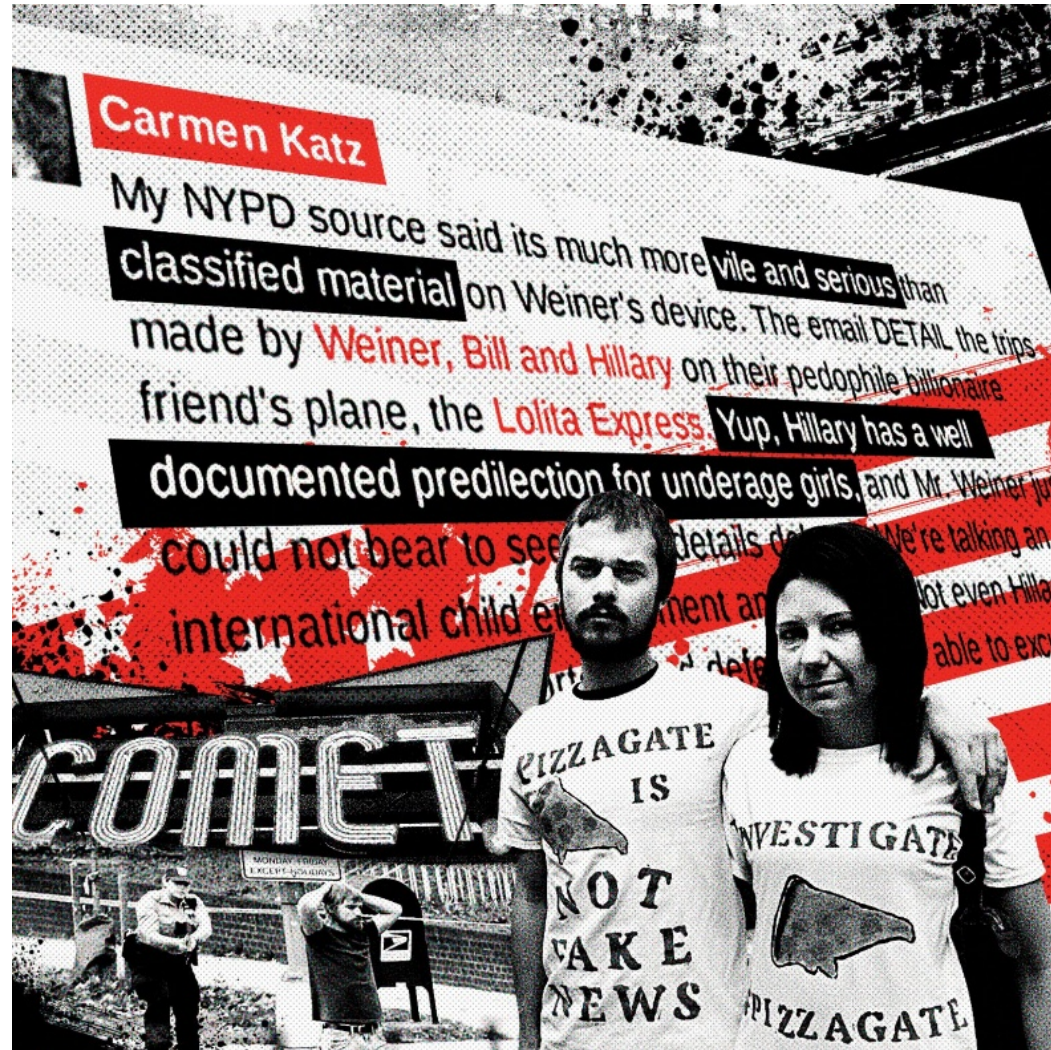
Kormányzati háttérintézmények: milyen témákban várható adatigény, mit kell alátámasztani vagy cáfolni, mivel milyen mélységben célszerű foglalkozni

NKE hallgatói: döntéstámogatók, döntéshozók

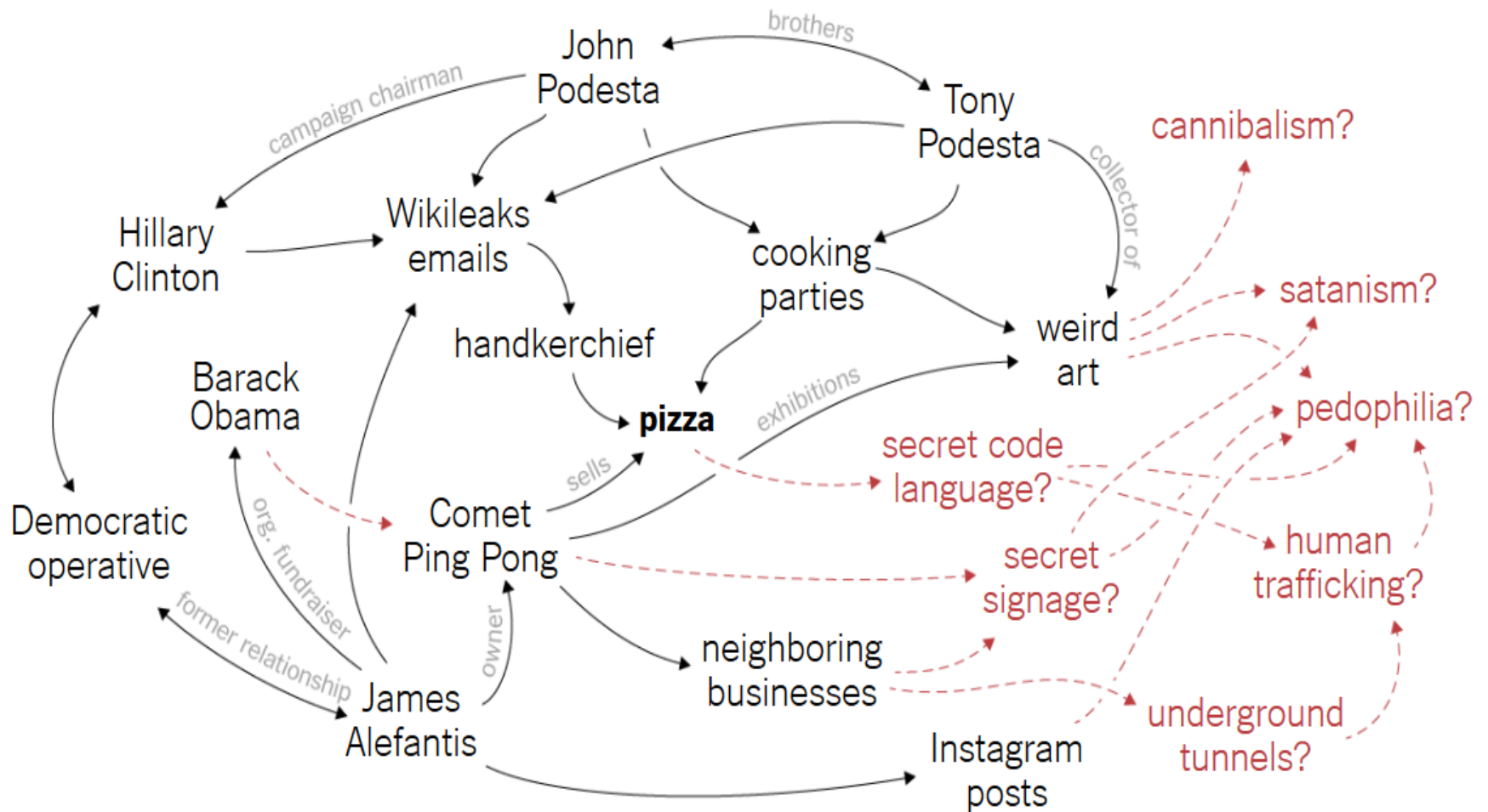
Mindenki: álhíreket generálni sokkal nagyobb ütemben lehet, mint ezeket megcáfolni, értékelni



Esettanulmány: #pizzagate



A szereplők



Result summary

29/10/2016 - 10/11/2018
Hillary fake news



678045

TOTAL

43687

POSITIVE

100071

NEGATIVE

▲17919%

UP

▲8318%

UP

▲24308%

UP

SOURCES BREAKDOWN

21754

FORUMS

154225

TWITTER

143514

FACEBOOK

46

REVIEWS

3421

GOOGLE+

207771

VIDEO

5187

BLOGS

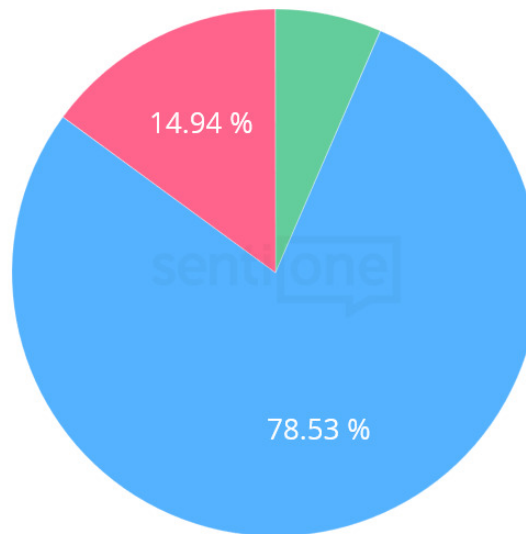
62548

PORTALS

79579

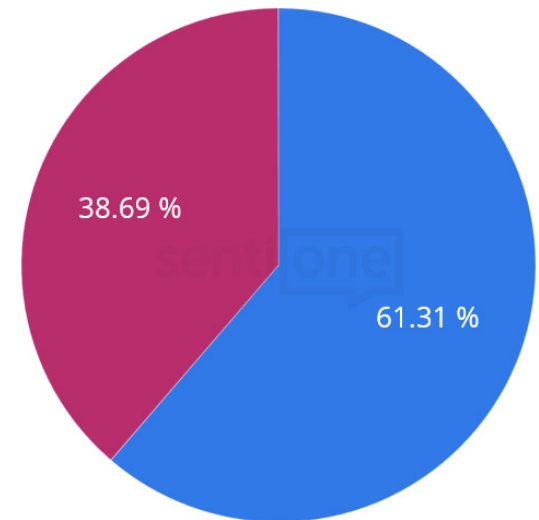
INSTAGRAM

Sentiment share



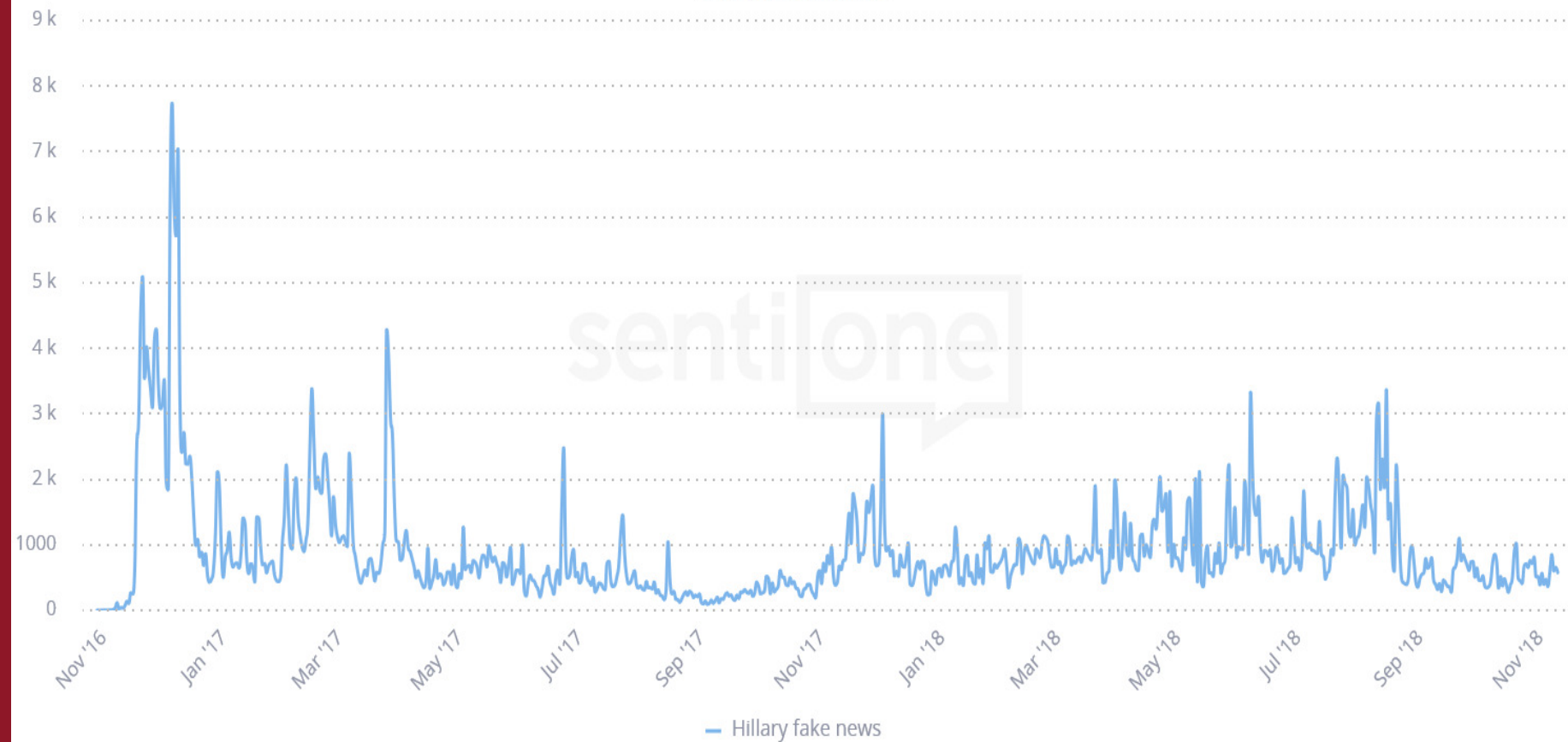
● Positive ● Neutral ● Negative

Gender share

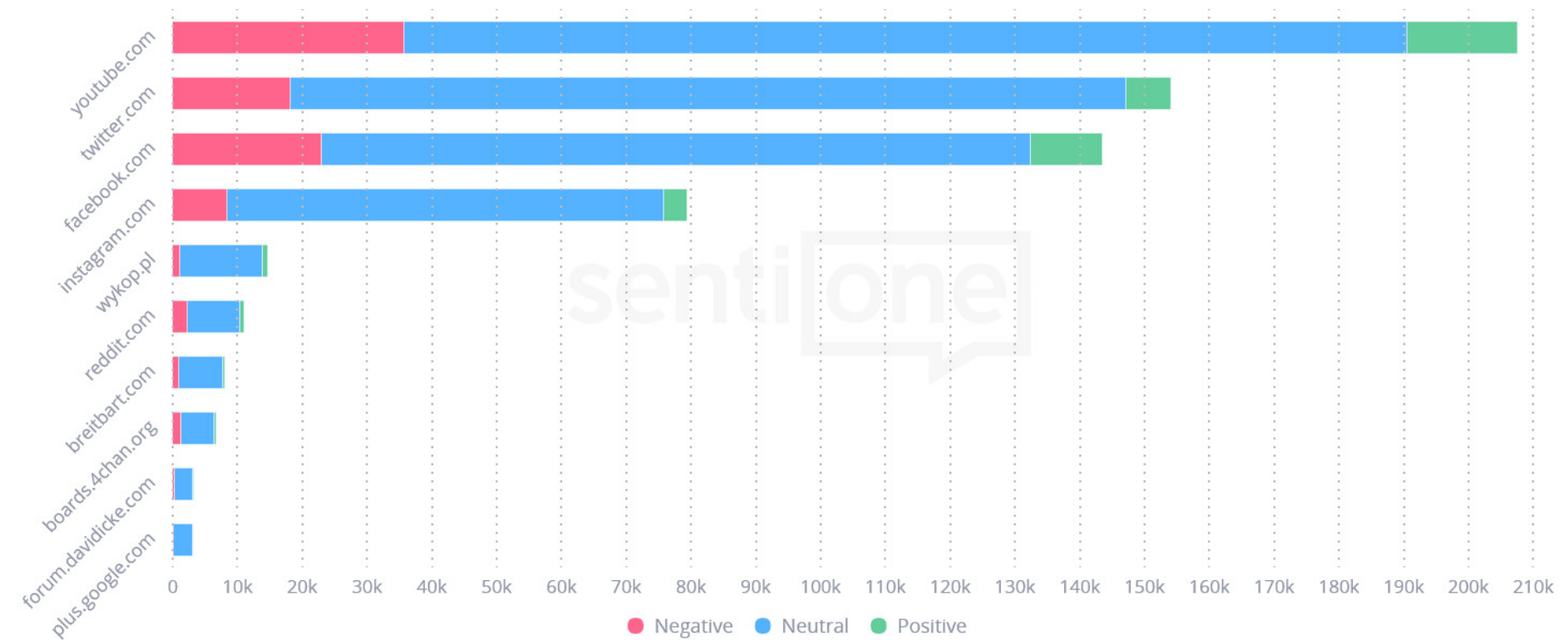


● Male ● Female

Mentions in time



Top sources



Kitűzhető célok

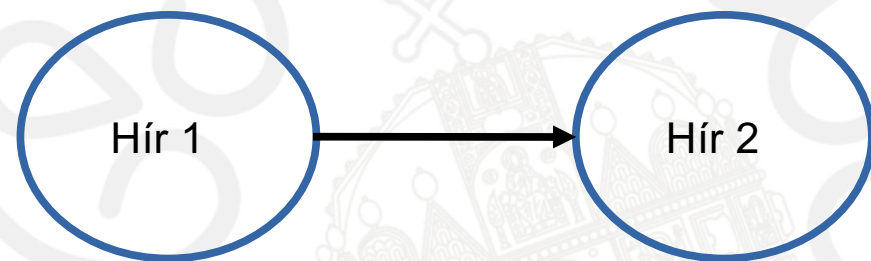
- terjedési folyamat felkutatása
- több lépésből álló kapcsolatok feltérképezése
- nagy léptéken befolyásos szereplők (közvetett hatás is)
- lokálisan kis hatású, de globálisan kulcs-pozíciónak számító helyek (pl. hidak azonosítása)



Hálózatos módszertan kiinduló pontja

Hogyan definiáljunk hálózatot?

- csúcsok az egyes hírek/posztok/tweetek/kommentek
- élek az idézési/kommentelési viszony
(portálok API-ja szolgáltat ilyen meta-adatokat)
- irány: korábbi → későbbi



Vagy: userek hálózata

Portálokon átívelő terjedés?

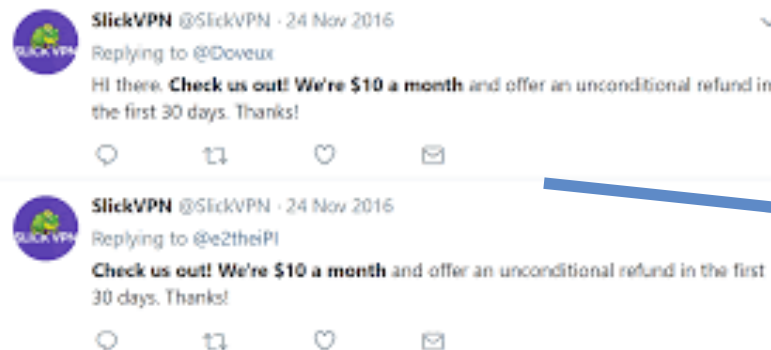
Nincsenek egyértelmű azonosítók, API-k

Userek hálózata:
az álnevek/usernevek
keverednek



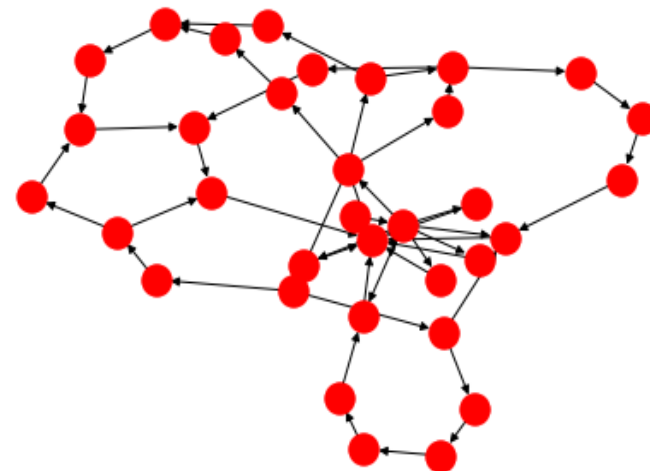
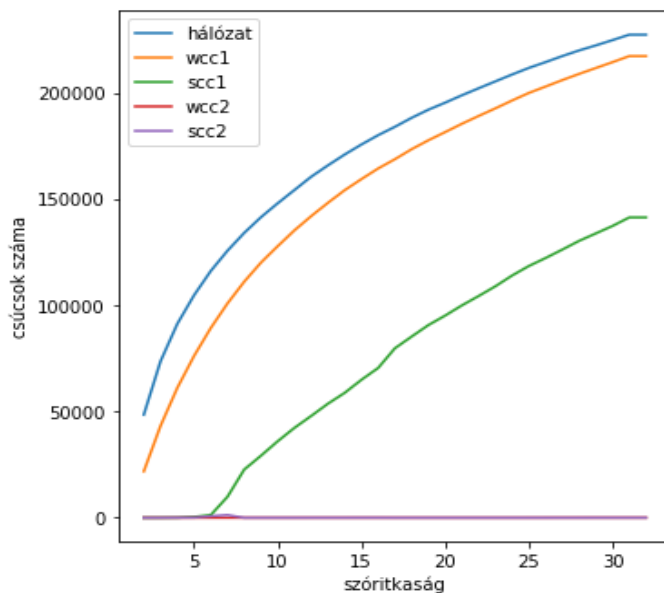
Portálokon átívelő terjedés?

Posztok hálózata: csak nyers szöveg és időpont alapján
kapcsolat: ritka kifejezések közös használata
(web-címek, speciális szavak stb)



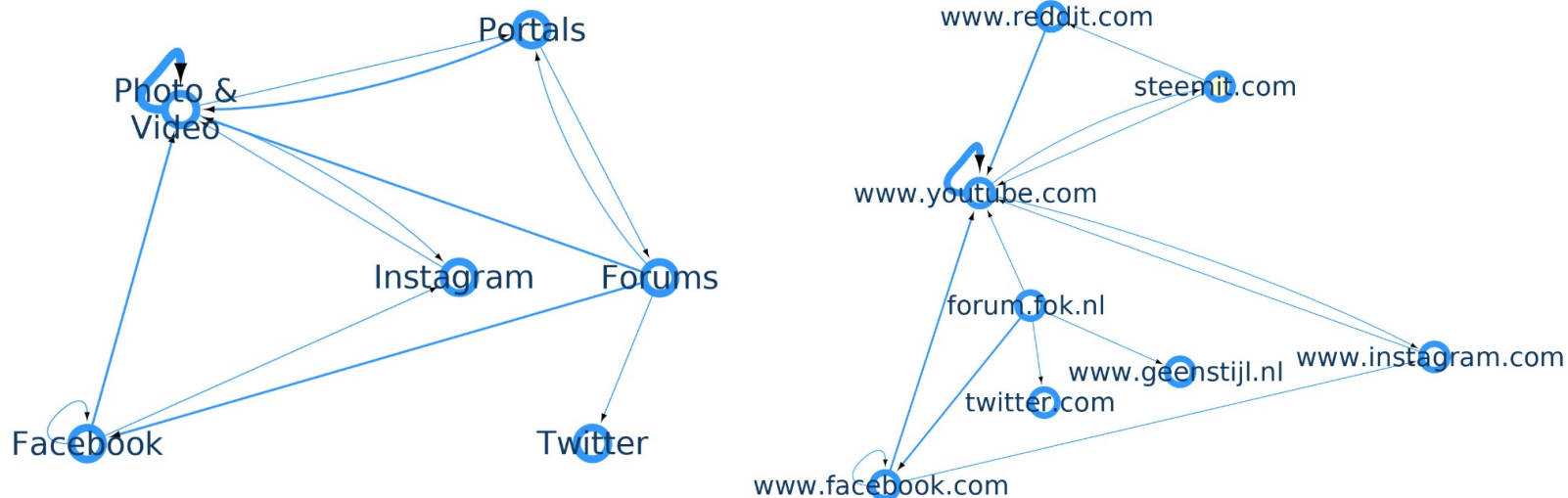
Mennyire terjedt el: a pizzagate botrány

Mérése: összefüggő komponens mérete
óriás-komponens



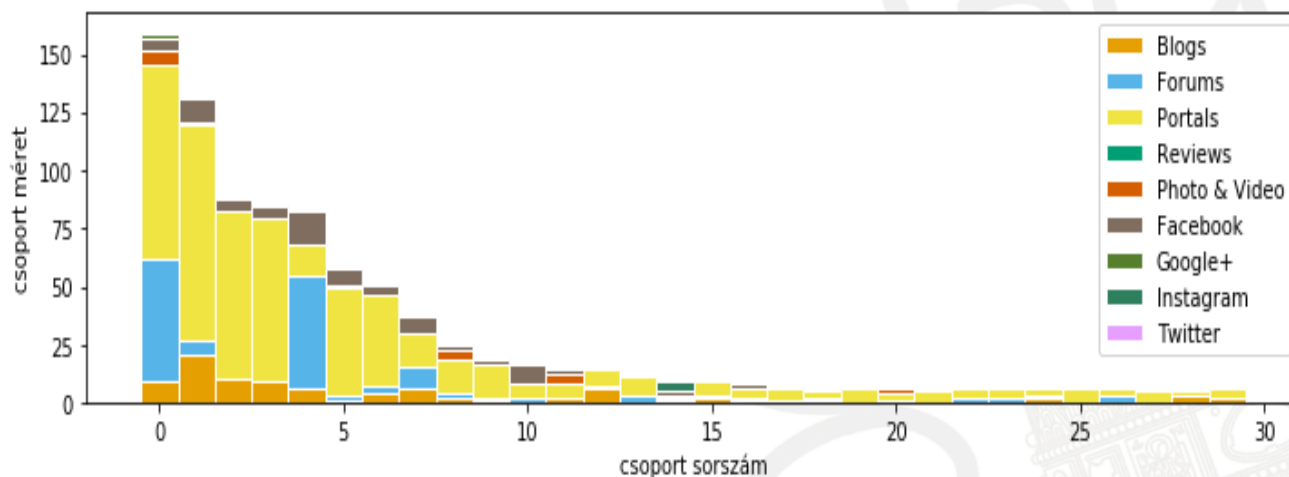
Milyen oldalakon keresztül terjed?

Nagy léptékű terjedés térképe:
médiák közötti terjedés hálózata



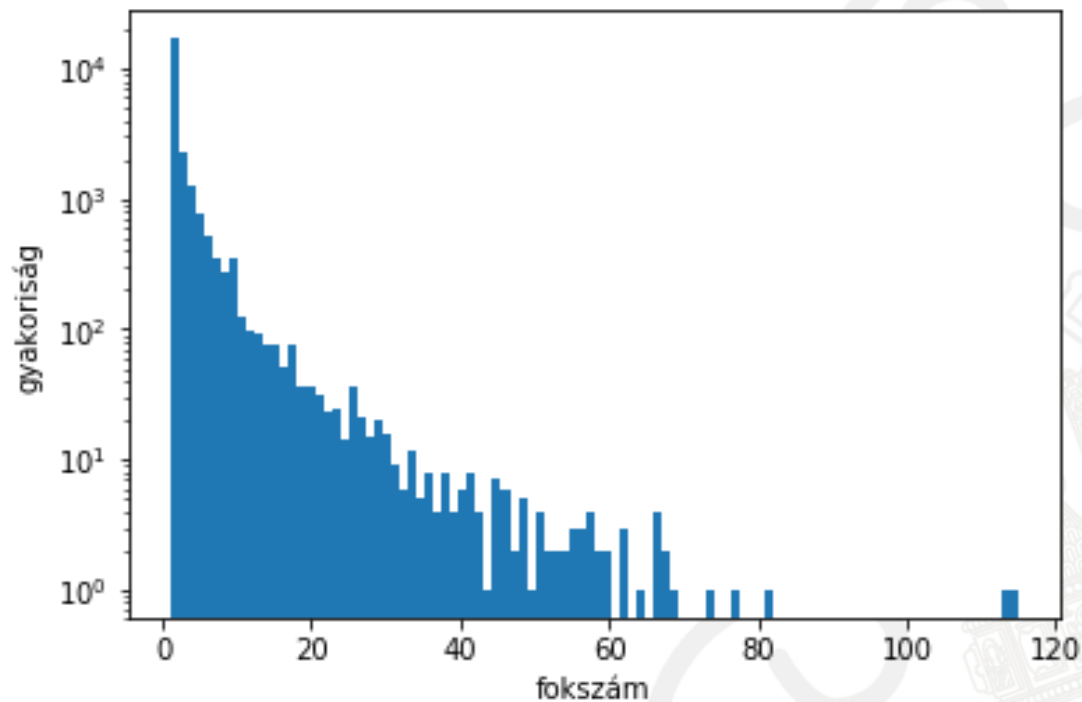
Egymást erősítő hírek

Egymást erősítő/igazoló hírek keresése:
a hálózat sűrű magjai, csoportjai
Cfinder-csoportokban a média-arányok



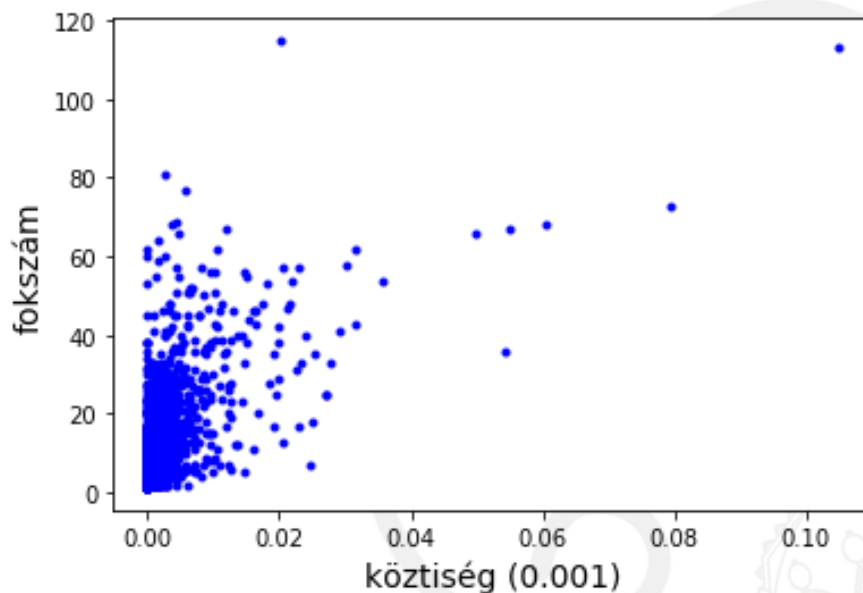
Legbefolyásosabb szereplők

Legnagyobb fokszám: közvetlen befolyás



Legbefolyásosabb szereplők

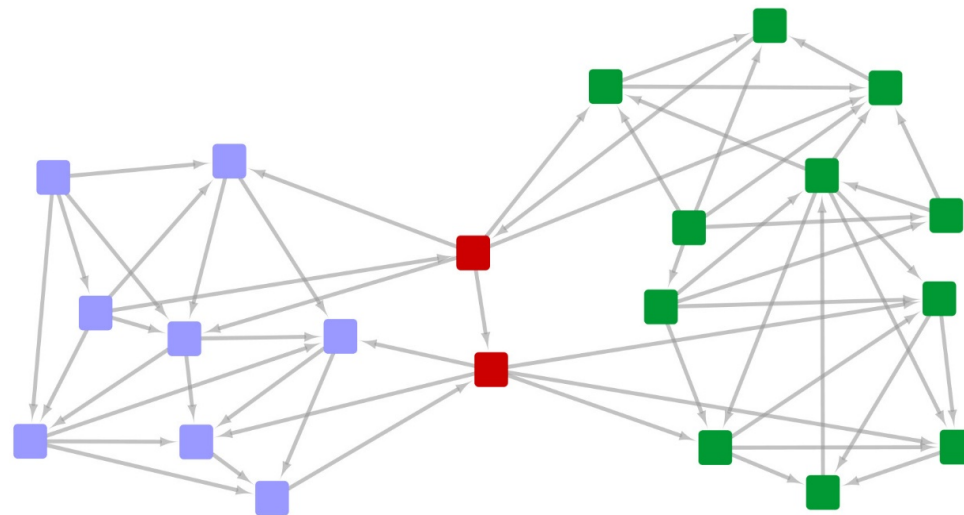
köztiség – foksám kapcsolat: globális – lokális befolyás



Itt a kettő együtt jár, vagy csak lokális (fordítva itt nincs)

Legbefolyásosabb szereplők

Csoportok átfedései: erős csoportokat összekötő hidak



Milyen hozzáadott értéket kapunk?

Melyek a legbefolyásosabb hírek?

Mennyi idő áll rendelkezésre a széleskörű terjedés előtt a helyesbítés/valós elleninformáció megjelenítésére?

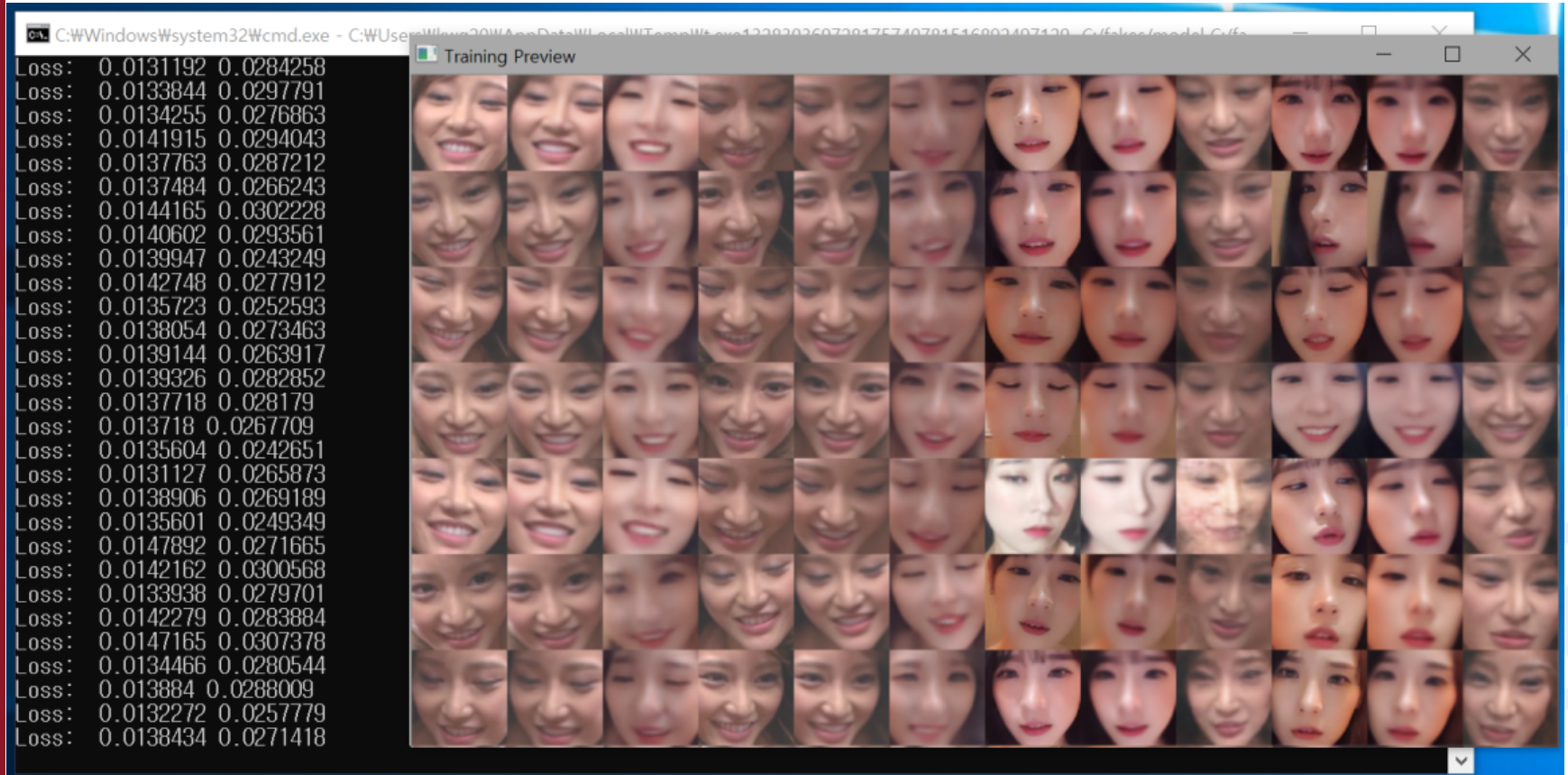
Milyen médiákon és milyen felhasználói csoportokban kell a valós információt megjeleníteni?

Van-e a terjedésben olyan szűk keresztmetszet, amit kontroll alá lehet vonni/akadályozni/helyesbíteni?

Kik az infulencerek? Kiket kell befolyásolnunk, hogy azokat az információkat terjesszék, amit szeretnénk?



(deep)fake news



KÖSZÖNÖM A MEGTISZTELŐ FIGYELMET!

KÉRDÉS?

Dr. Bányász Péter
(banyasz.peter@uni-nke.hu)

