

TDK-dolgozat

2022

**SZÉCHENYI ISTVÁN EGYETEM
KAUTZ GYULA GAZDASÁGTUDOMÁNYI KAR**

**AZ ÁLHÍREK VIZSGÁLATA VISELKEDÉS
KÖZGAZDASÁGTANI SZEMPONTBÓL**

Készítette:

**Lukács Bence (GIC6GR)
Gazdálkodási és menedzsment
szak
2019-es évfolyam**

Belső konzulens:

Dr. Eisingerné Dr. Balassa Boglárka
Egyetemi docens

Tartalomjegyzék

BEVEZETÉS	1
1. A SZAKIRODALOM FELDOLGOZÁSA	2
1.1 ÁLHÍREK ISMERTETÉSE	2
1.1.1 Álhírek definiálása	2
1.1.2 Álhírek típusai.....	4
1.1.3 Álhírek célja.....	7
1.1.4 Álhírek a valóságban.....	7
1.1.6 Post-truth korszak	8
1.2 ÁLHÍREK ÉSZLELÉSI ELMÉLETEI	9
1.2.1 Gyakorlati alapú észlelési megközelítések	9
1.2.2 Kutatás alapú észlelési megközelítések.....	11
1.3 AZ ÁLHÍREK TORZÍTÁSOKKAL VALÓ KAPCSOLATA	13
1.3.1 Algoritmusok hatása.....	13
1.3.2 Tartalom ajánló „bot”-ok.....	15
1.3.3 Kognitív torzítások jelentősége.....	16
1.3.4 Heurisztikák szerepe az intuitív gondolkodásban	16
2. ÁLHÍREK GYAKORLATI VIZSGÁLATA.....	19
2.1 ÁLHÍREK TERJEDÉSÉNEK STATISZTIKAI ADATAI	19
2.1.1 Az álhírek mint kutatási terület	19
2.1.1 Az álhírek terjedéséért felelős platformok.....	20
2.1.2 Az álhírek megjelenésével kapcsolatos statisztikai adatok.....	21
2.1.3 Elérhető személyek száma.....	22
2.1.4 A szűrőbuborékokra vonatkozó statisztikák	23
2.2 AZ ÁLHÍREK MEGÍTÉLÉSE A KLÍMAVÁLTOZÁS TÉMÁJÁBAN	24
2.2.1 Klímaváltozás témájú álhírek, klímaváltozással kapcsolatos attitűdök és heurisztikus, szisztematikus információfeldolgozás.....	24
2.2.2 Az éghajlatváltozással kapcsolatos álhírek és igaz hírek megítélése	30
2.2.3 A megkérdezettek éghajlatváltozással kapcsolatos attitűdjei	36
2.2.4 A megkérdezettek információfeldolgozásának értékelése a klímaváltozás témájában	41
2.2.5 Összefüggések vizsgálata	52
2.2.6 Álhírek és kognitív reflexiós tesztek vizsgálata.....	57
2.2.7 A megkérdezettek eredményei.....	62
2.2.8 Összefüggések vizsgálata	66

2.3 KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK.....	69
ÖSSZEGZÉS	70
ÁBRAJEGYZÉK	72
TÁBLÁZATJEGYZÉK.....	73
IRODALOMJEGYZÉK	74
MELLÉKLETEK	80

BEVEZETÉS

Napjainkban egyre inkább figyelmet kapnak a közösségi médián megjelenő tartalmak, hiszen felhasználóinak száma napról napra növekszik. A sok pozitív aspektus mellett, amelyeket kihasználhatunk az közösségi média által, sajnos negatívumok is megjelennek, amelyek veszélyeket hordozhatnak magukban. Ilyen veszély az álhírek megjelenése, amelyek már a közösségi média megjelenése előtt is a hétköznapijaink része volt. Az elmúlt években, jelentős változások nyilvánultak meg az álhírek terjedési lehetőségeiben és az elérhető emberek számában. A technológia fejlődésének köszönhetően, több olyan újítás is napvilágot látott, amelyekkel az álhírek terjedését lassítani, igazságtartalmukat pedig szűrni lehet.

Dolgozatomban az álhírek ismertetése mellett a kognitív torzításokról is szót ejtek majd, amelyek a viselkedési közgazdaságtan fontos építő kövei. Úgy gondolom fontos bemutatni, néhány olyan kognitív torzítást és heurisztikát, amelyek befolyásolják az álhírek terjedésének széleskörűségét és az álhírekbe vetett hitet.

A dolgozat első részében szakirodalmi áttekintést végeztem, a második részben pedig szekunder statisztikai adatokat mutatok be és ismertetem a primer kutatásom eredményeit. A szakirodalomban az álhírek definícióit, típusait és az álhírek elleni védekezési módokat mutatom be, továbbá a kognitív torzításokat, heurisztikákat és az intuitív gondolkodást ismertetem. A tanulmány második részében a szekunder adatok alapján mutatom be az álhírek terjedési platformjait, az álhírek megjelenési gyakoriságát platformok szerint és egyéb az álhírek terjedésével kapcsolatos statisztikai adatokat. A második részben bemutatom a két primer kutatásom felépítését, eredményeit és elemzéseit. Az első kutatásom a klímaváltozással kapcsolatos attitűdök és a klímaváltozással kapcsolatos álhírekbe vetett hitet vizsgálja, illetve a klímaváltozással kapcsolatos heurisztikus és szisztematikus információfeldolgozás és a klímaváltozással kapcsolatos attitűdök kapcsolatát. A második primer kutatásomban az álhírekbe vetett hit és az álhírek megosztási hajlandóságának kapcsolatát vizsgálom, továbbá a kognitív képességek és az álhírek megosztási hajlandóságának összefüggéseit tanulmányozom. A kutatások elemzése után, a következtetéseket és javaslatokat ismertetem a levont eredmények alapján.

1. A SZAKIRODALOM FELDOLGOZÁSA

1.1 ÁLHÍREK ISMERTETÉSE

Ebben a részben bemutatam az álhírek változatos definícióit és egy általam összeállított fogalmi szintetizálást. Ismertetem az álhírek típusait, mint például a propagandát és a hír fabrikációt. Elengedhetetlen szempontként ismertetem az álhírek céljait, megjelenését a mindennapokban és végül a post-truth korszakot.

1.1.1 Álhírek definiálása

Az álhírek megfelelő definiálásához, először távolabbról szeretném bemutatni a tématerületet, így ismertetve az álhírekhez szorosan kapcsolódó fogalmakat, amelyek a segítik az anyag szintetizálását. Kezdjük a legtágabb fogalommal, amely a félretájékoztatás azaz “hamis vagy félrevezető információ” A félretájékoztatás mintegy alfajaként határozzák meg a dezinformációt, amely az emberek megtévesztése érdekében szándékosan előállított és terjesztett információt jelöl.

1. ábra
Álhír definíció elhelyezése



Saját szerkesztés

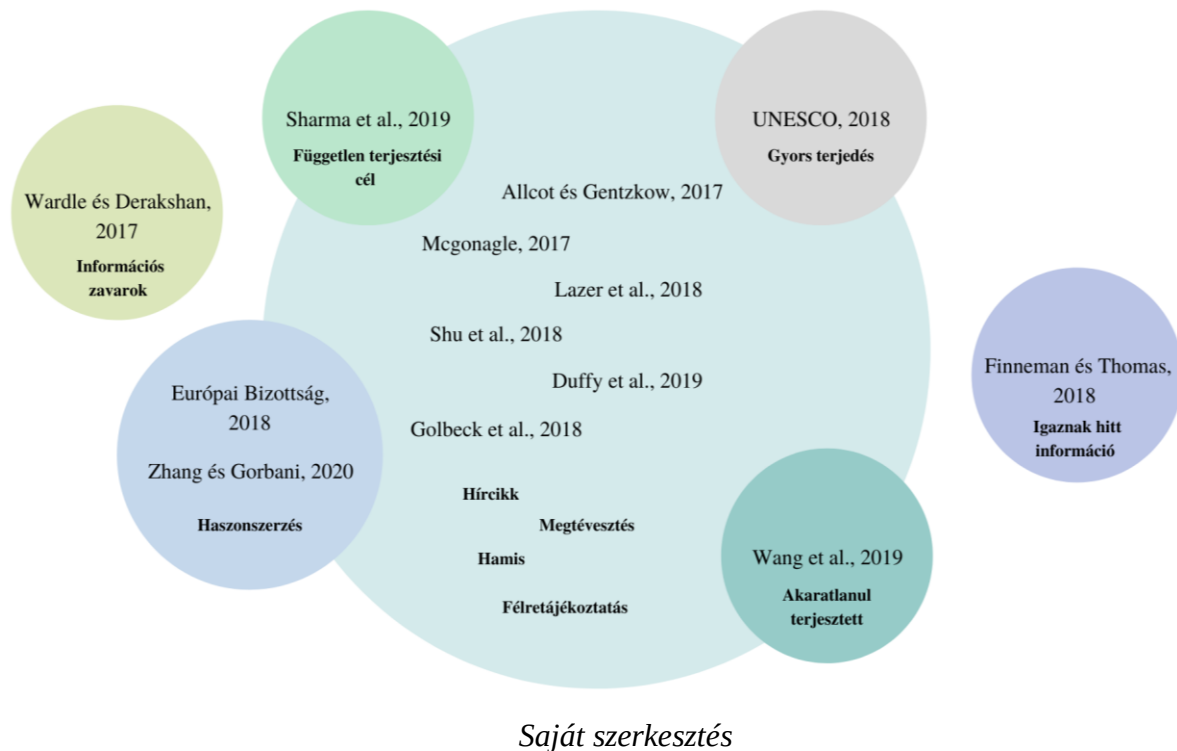
A dezinformáció speciális típusa pedig az álhírek összessége, amire több definíciót is szeretnék bemutatni (Freeze et al. 2020). Ez azért szükségszerű mivel több kutató szerint az “álhírek” fogalma nem megfelelő, többek között a definíciós szigor hiánya miatt, amely ilyen módon megnehezíti az egyének számára a hamis információk felismerését és megkülönböztetését (Corbu et al., 2020).

1. táblázat
Az álhír definíciói

Wardle és Derakshan, 2017	Információs zavarokként megfogható jelenség, mivel nem feleltethető meg se a félretájékoztatás, se a dezinformáció fogalmaként összetettsége miatt.
Allcot és Gentzkow, 2017	Szándékosan és feltárhatóan hamis hírcikkek, az elérhető személyek félrevezetésére.
Mcgonagle, 2017	Hamis információ, amely az elért személyek megtévesztésére irányul, olyan témákban, melyek igazságtartalmát nehéz megítélni.
Unesco (2018)	Hírformátumban megjelenő hamis tartalommal bíró hírcikk, amely terjedése széleskörűbb lehet, mint a hiteles híreké.
Európai Bizottság, 2018	Szándékosan félrevezető, hamis és pontatlan információ, amely célja bármilyen haszonszerzés az elért személyek kárára.
Shu et al., 2018	Szándékosan és igazolhatóan hamis hírcikk.
Golbeck et al., 2018	Tényszerűen téves hír, amely megtévesztésre irányul az „igaznak” feltüntetett tartalom elhitése végett.
Lazer et al., 2018,	Hírmédiát utánozó, kitalált tartalmak egyik típusa.
Finneman és Thomas, 2018	Médiában megjelenő szándékosan megtévesztő hír, amely hitelesnek tűnik így manipulatív, bárkitől származhat.
Sharma et al., 2019	Médiában megtalálható hírcikk vagy üzenet, amely tartalmában hamis, független az előállítás céljától.
Wang et al., 2019	Közösségi médiában szándékosan vagy akaratlanul terjesztett, megtévesztő, téves információ.
Duffy et al., 2019	Minden olyan információ, amely valósnak tűnő híryanagot másol, tartalmában hamis és félrevezető.
Zhang és Ghorbani, 2020	Főként az interneten megjelenő hamis történetek vagy hírek, melyek célja a szándékos félrevezetés, pénzügyi, politikai, illetve egyéb haszonszerzését.

Saját szerkesztés

2. ábra
Álhír definíciók kapcsolata



Ugyanakkor Bounegru et al. (2017), szerint az “álhíreket nem lehet teljesen megérteni az online terjesztésükön kívül”. Ez egy fontos megállapítás, mivel a közösségi média jelentős szerepet játszik az álhír terjedésében, ami ilyen módon nagy befolyással van a felhasználókra és az egész társadalomra (Moravec et al., 2020). Az álhír megszületése és az internet kapcsolata között nem mindenki lát ilyen egyértelmű összefüggést, hiszen az újságírásban ugyanúgy fellelhetők ezek az esetek (Corbu et al., 2020).

1.1.2 Álhír típusai

Ebben a fejezet részben bemutatom az álhír fő típusait és jellemzőit, amelyekről felismerésük egyszerűbb. Bemutatásom során Tandoc et al. (2018) tanulmányát vettem alapul, amelyben 34 a témát érintő cikket elemzett 2003 és 2017 között. Több tanulmány is rá hivatkozik, mint a főbb álhír típusok megfogalmazója (Harjuniemi, 2021; Al-rawi és Fakida, 2021; Wang et al., 2020), felsorolásomban Tandoc tanulmányában található adatokat használom, hiszen az ő megállapításait fejlesztették tovább az említett tanulmányok.

Az álhírnek hat fő típusát különböztetjük meg, ezek a következők:

3. ábra Álhírek típusai



Forrás: Tandoc et al., (2018), saját szerkesztés

Hír szatíra: Az álhírek egyik típusa a szatíra, amely egy hírműsorra hasonlító adás, amit humorral, és költői túlzással fűszereznek (Tandoc et al., 2018). Jellemzően aktuális témákkal foglalkozik, megjelenítését illetően visszaadja a híradókból megszokott stílust. Lényegi különbség a híradó és a hírszatírák között, az előadók személye, hiszen itt nem híradósok, riporterek vagy újságírók nyilatkoznak, hanem humoristák, vagy valamilyen szórakoztatással foglalkozó személyek. Az előadók személyéből fakadóan a hírszatíráknak nem célja a tájékoztatás, hanem a szórakoztatás, az aktuális hírek kifigurázásával. A figyelem fenntartása és az üzenet célba érése végett, gyakran használnak ironizálást, szarkazmust verbális-nonverbális módokon egyaránt. Általában az előadás során élő közönség van, a híradókkal ellentétben, ennek célja, hogy a közönség nevetése hozzáadjon az élményhez, illetve az előadás komolyságát is megkérdőjelezi, érzékeltetve a szórakoztatási célt a tájékoztatással szemben. A jellemzők alapján ez az álhír típus csak formátumban hasonlít az álhírekre, így céljában és hatásában is eltér.

Hír paródia: A hír paródia számos tekintetben azonos a hír szatírával, amely így szintén formátumban adja csak vissza az álhírek jellemzőit (Tandoc et al., 2018). Fontos eleme a humor, illetve a nem tényszerű információk használata. Ennél a típusnál nem a hír közlésének módját viccelik el, hanem a kérdéseket töltik fel humorral, amelyeket feltesznek egy-egy kitalált hír és információ boncolgatása közben. Megjelenése hasonlít a megszokott hír médiához. A cél itt is a szórakoztatás és nem a befogadók megtévesztése és befolyásolása.

Hír fabrikáció (hamisítás): Megjelenésében szándékosan hasonlítani szeretne a meglévő, valós alapú hír cikkekre, a tartalmának elhitetése érdekében (Tandoc et al., 2018). Ebből adódóan tartalmilag hamis, gyakran szándékosan megtévesztő és félretájékoztató. Ez a típus lényegesen különbözik az hír szatírától és paródiától, mivel ennek nem célja a szórakoztatás, illetve hamis tartalmát leplezni szeretné. Az előállító és a befogadó között ilyen módon nincs jóhiszemű kapcsolat, a befogadó gyakran megtévesztés áldozatává eshet. Célja lehet politikai ideológiák népszerűsítése, illetve gazdasági haszonszerzés a kattintások számával (reklám). Megtalálható weboldalakon, közösségi médiában, illetve egyéb könnyű megjelenítéssel rendelkező platformokon.

Manipuláció (kép): Ez a típus kifejezetten a képi megjelenítések hamisítására, manipulálására szakosodott (Tandoc et al., 2018). A digitalizáció hozta előnyökkel számos digitálisan elérhető fényképet könnyen szerkeszthetnek az előállítók, a saját elképzelésük szerint. Céljuk egy vagy több meglévő fotó meghamisítása a befogadók manipulálásának céljából. A hamisítás mértéke eltérő lehet, néha csak színek megváltoztatásával élnek, máskor pedig akár személyek, egyéb tárgyak kicserélése vagy hozzáadása, eltüntetése is megfigyelhető.

Reklám és PR: Három különböző aspektusra osztható a reklám és PR típusa, ezek a videós hírközlemények, a natív hírek és a clickbait (kattintás ösztönző) címek (Tandoc et al., 2018). A videós hírközlemények lényegében PR szakemberek által előállított hír stílusú reklám videók, céljuk hírcsatornák elérése, hírekben való megjelenés. Megjelenésükben hírekre hasonlítanak, mivel borítékolt reklámnak szánják a készítőik. A hírekben való megjelenéssel egy cég, egy szolgáltatás vagy termék stb. népszerűsítése a cél. Motivációjuk az anyagi haszonszerzés, illetve politikai manipuláció. Manipulatív jellege a befogadó hírnek hitt attitűdje, amely nyitott és pártatlannak hiszi a hír tartalmát, amely ezzel ellentétben, szándékosan egy adott dolog népszerűsítésére hivatott. A natív reklámok sikeresen ötvözik a reklámok és a hírek céljait. Megjelenésében hírre hasonlít, tartalmilag releváns statisztikákat, kimutatásokat is tartalmazhat, amely a valós hírekre jellemző, illetve szövegében, tartalmának előadásmódjában reklámszerű. Célja a hitelesség elhitetése a befogadóval, mialatt a reklámozott dolgot pozitív fénybe állítja a hírre jellemző eszközökkel. A clickbait (kattintás ösztönző) címek manipulatív, figyelemfelkeltő nem valós hírt írnak le, céljuk a befogadó figyelmének felkeltése és a hírcikkre való kattintás elérése. Ahogy, a felhasználó rákattint a cikke általában egy marketing célú weboldal jelenik meg, így a clickbait cím feladata célba is ért.

Propaganda: Célja politikai előnyszerzés általában politikai személyre, szervezetre vagy pártra vonatkozóan (Tandoc et al., 2018). Eszközei a közvélemény befolyásolása, meggyőzése, olyan hírekkel, amelyek objektívnek tűnnek, viszont elfogult a preferált oldal irányában. Tartalmaz tényeket, igaz és releváns megállapításokat, amelyek általában a támogatott politikai irányt egyoldalúan jobb fényben tüntetik fel. Megjelenik weboldalakon és közösségi médiában egyaránt. Formailag hírre hasonlít tartalmilag a fent említett elemeket tartalmazza.

1.1.3 Álhírek célja

A definíció meghatározása után az álhírek céljára, (ami szorosan összefonódik a definíciókkal) és tartalmára térek rá, amely bemutatja, hogy milyen területeken jelent aktív veszélyt a fogyasztókra a manipulált tartalom. Elsődleges cél a pénzkeresés melyet az internetes terjedés/elérés révén az álhíreket megjelenítő honlapok reklámjai generálnak (Moravec et al., 2020; Weidner et al., 2019), illetve politikai meggyőződés befolyásolása, ideológiák terjesztése, népszerűsítése (Baptista és Gradim, 2021; Yang és Horning, 2020). A politikai meggyőződés befolyásolása miatt, több szerző egyéb célokat is megfogalmazott, mint a hatás gyakorlást az olvasókra, amelynek célja a hatalom és a társadalmi elfogadottság megszerzése (Baptista és Gradim, 2021), ami olyan közeget teremt az olvasók számára az érintett kérdésekben, amelyben nem tudják, hogy mit higgyenek el és mit ne (Moravec et al., 2020), ezzel is bizonyítva, hogy a cél az egyének manipulációja (Finneman és Thomas 2018). Apuke és Omar (2021) szerint az álhírek az életünk szinte minden területét érintik, ezek közül kiemelném, az egészségügyet, a védőoltásokat, a koronavírust, a politikát, a pénzügyi piacokat és a környezetvédelmet (Apuke és Omar, 2021; Abu et al., 2020).

1.1.4 Álhírek a valóságban

Az álhírek hatásaira gyakorlati példákat említve több érdekes történetet ismerhetünk meg. Politikailag elsőként említhetjük a Brexit-népszavazásra gyakorolt hatást, illetve a 2016-os amerikai elnökválasztást, amelyek összefüggésbe hozhatók a 2018-as Cambridge Analytica-botrány során 87 millió Facebook felhasználó ellopott adatával, amelyeket célzott manipulatív reklámokra használtak fel (Bastick 2021). A vállalati szférában gazdasági hatásként említhető a vállalatok márkáinak bizalmára, hírnevére veszélyes befolyásoló tartalmak (Domenico et al., 2021).

Pizzagate összeesküvés-elmélet egy reprezentatív példa a káros hatások gyakorlati megjelenésére, egy személy álhírek hatására lövöldözni kezdett egy pizzériában 2016-ban, mindez politikailag és közbiztonságilag is veszélyes csakúgy, mint a koronavírusra vonatkozó

aspektus, amely szerint a maszkviselés és a távolságtartásra tett hatás jelentősen csökkentette a hajlandóságot a szabályok betartásában (Bastick 2021). Zhou et al. (2021) felhívja a figyelmet, a könnyen elérhető többször téves információkra a közösségi médiában, amelyek befolyásolják a közvélemény alakulását egyes egészségügyi problémákban.

A közösségi média megjelenése és terjedése indukálta egyrészt az “álhírek” könnyed terjedését (Abu et al., 2020), amely köszönhető a kattintások és a megtekintések felsőbbrendűségének a tényleges tartalom felett (Grady et al., 2021), a programozott digitális reklámoknak (Baptista és Gradim 2021), illetve az alacsony médiaműveltségnek a médiafogyasztók körében (Smith és Seitz, 2019). A Twitter-en végzett kutatás alapján Vosoughi et al. (2018) szerint az álhírek jobban és gyorsabban terjednek, mint a valós hírek, akár 70%-kal valószínűbb a retweetelés az álhírek esetében, mint a valós híreknél. Sikeres terjesztésüket mutatja, hogy 2016-ban a Google keresőmotorban a legtöbben az “álhírek” keresőszóra kerestek, illetve a 2017-es év szava lett a Collins Dictionary kinevezése alapján (Baptista és Gradim, 2021). Az ilyen mértékű terjedésnek és tartalmának káros hatásainak köszönhetően az álhírek egyre növekvő problémát jelentenek (Apuke és Omar, 2021).

1.1.6 Post-truth korszak

Az álhírek hatását vizsgálva több kutató szerint úgynevezett “post-truth” korszakban élünk (Altay et al., 2019), ahol a személyes vélemények “tudományos” hatása nagyobb, mint a tényeké (Brashier és Marsh, 2020), illetve a hitelesség kérdése szintén az emberek véleményén alapul (Hanz és Kingsland, 2020).

Mindezt magyarázza az a bizonyíték, hogy az emberek azokat a híreket, véleményeket, megállapításokat nem, vagy csak kis mértékben kérdőjelezzik meg, amelyek megfelelnek a kialakult világlátásuknak, illetve, amelyek könnyen beépíthetők az identitásukba/ideológiájukba (Clarke et al., 2020; Grady et al., 2021; Smith és Seitz, 2019; Bauer és Clemm von Hohenberg, 2020).

4. ábra
Álhír, dezinformáció, információ



Saját szerkesztés

A harmadik személy hatás, amely egy a kommunikáció kutatás egy elmélete, szerint az egyének tévesen becsülik meg a média magukra, illetve másokra gyakorolt hatását, miszerint magukra alacsony hatást feltételeznek, míg másokra magasabbat, mint a valós (Davison, 1983). Az elméletet számos empirikus tanulmány támassza alá, érzékelési és viselkedési aspektusokkal a középpontban (Corbu et al., 2020). Yang és Horning (2020) szerint a harmadik személy hatás az egyének felsőbbrendű énképének és ezzel egyértelműen az ego szint növelésének köszönhető.

1.2 ÁLHÍREK ÉSZLELÉSI ELMÉLETEI

Zhang és Ghorbani (2020) tanulmánya alapján szeretném bemutatni az álhírek észlelésére alkalmazott modelleket, amelyek lényeges információt adnak át az álhírek fontos tulajdonságairól, így elengedhetetlennek tartom ismertetni a tudományterület ezen részét is.

1.2.1 Gyakorlati alapú észlelési megközelítések

Gyakorlati alapú észlelési megközelítések három aspektusát különböztetjük meg ezek az előállító, új tartalom és társadalmi kontextus alapú észlelések (Zhang és Ghorbani, 2020).

Gyártó, előállító alapú:

Nem tartalom alapú vizsgálat, hanem előállítás alapon, a hírforrás a vizsgálati tényező, tehát olyan tulajdonságokra hívja fel a figyelmet, amelyek minden weboldal részeként megtalálhatóak mint például URL cím, előállító platform, domain név stb., ezek alapján gyorsan és könnyebben felismerhető a problémás forrás, amennyiben ezek a tulajdonságok mérvadóan eltérnek a megszokottól (Zhang és Ghorbani, 2020).

Új tartalom alapú:

A tartalom alapú felismeréshez, szükséges képességek kiemelése, amelyek könnyítik a felismerést, megkülönböztetést (Zhang és Ghorbani, 2020).

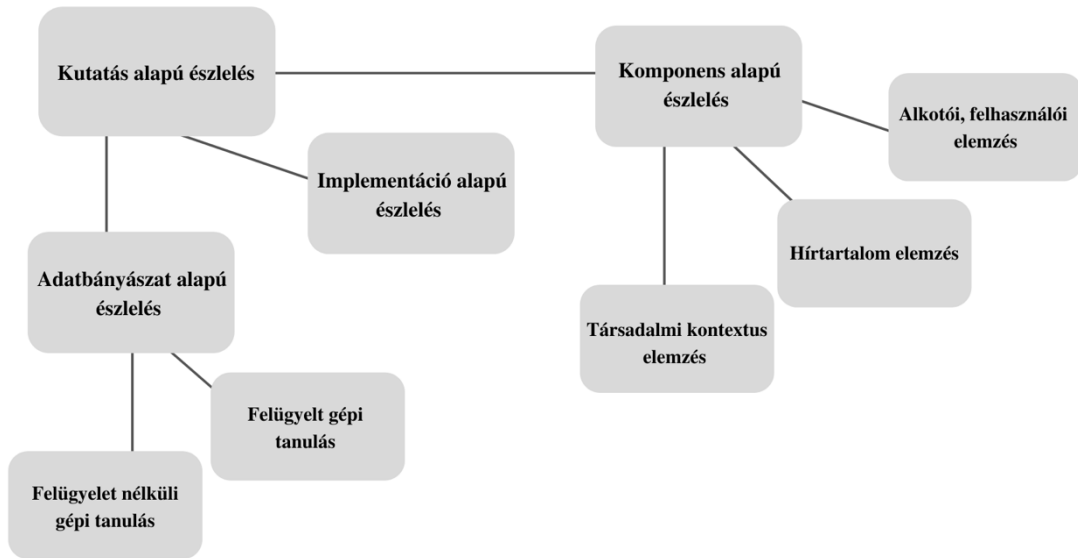
Elsőként kiemelik, hogy a cím elolvasása alapján nem meghatározható a cikk tényleges tartalma, tehát mielőtt a felhasználó megosztja, elhiszi a címben látottakat, érdemes végigolvasni a cikket, a megfelelő mérlegelés érdekében (Zhang és Ghorbani, 2020).

Másodszor fontos a kiegészítő tartalmak, (statisztikák, ábrák, képek), áttekintése, értelmezése, amelyek segítik a hír tartalmának megértését és szintetizálását, amely után a hír valóságtartalmát könnyebben megítélheti az olvasó. A hírek hangulata is fontos megfigyelési szempont, mivel érzelmi befolyással is hihetőbbé szeretnék tenni a hamis tartalmat, így az olvasónak figyelnie kell a saját attitűdjére hírolvasás közben és féken tartani az érzelmeket a helyes mérlegelés érdekében (Zhang és Ghorbani, 2020).

Társadalmi kontextus alapú:

A társadalmi kontextus alapú felismerés, nem a tartalmi vizsgálatot javasolja, hanem a hírre vonatkozó tulajdonságokra hívja fel a figyelmet. Mint például a szerző egyéb cikkeinek elolvasása, megítélése, a weboldal egyéb cikkeinek hasonló feldolgozása, egyéb weboldalakon azonos hírtéma megtalálható e stb. (Zhang és Ghorbani, 2020).

5. ábra
Álhírek kutatás alapú észlelési modellje



Forrás: Zhang és Ghorbani, (2020), saját szerkesztés

1.2.2 Kutatás alapú észlelési megközelítések

A kutatási alapú észlelési megközelítések típusai a komponens alapú, adatbányászat alapú és implementáció alapú észlelési típusok (Zhang és Ghorbani, 2020).

Komponens alapú (összetevő): Három megközelítésből tevődik össze ezek az alkotói és felhasználói elemzés, hírek tartalomelemzése és társadalmi kontextuselemzés (Zhang és Ghorbani, 2020).

Az alkotói és felhasználói elemzés azért fontos, mivel az álhír készítő viselkedése a közösségi médiában eltér a sima felhasználóktól, így kiszűrésük több módon is megtörténhet (Zhang és Ghorbani, 2020).

Először is a felhasználói profilok vizsgálatát ismertetném, amely a felhasználói adatok által, megállapít egy profilt a felhasználóról. Az adatok alapján, amelyek többnyire a felhasználó aktivitását jellemzik, a felhasználói profil elkészülhet, illetve a hozzá tartozó értékelés, amely segíti a gyanús felhasználók kiszűrését. A felhasználók adatainak nem csak az összesített tevékenységéből szűrhető ki fontos információ, hanem a tevékenységek időbeli megoszlásából is. Ide tartozik az időbeli és közzétételi viselkedéselemzés, amely vizsgálja a fent említetteket. A felhasználói profilalkotáshoz hasonlóan, ennél a módszernél is kiszűrhetők a gyanús felhasználók, akik általában közösségi botok. A valós személyek profiljainál még egy

fontos összetevő nagy szerepet játszik az elemzések során, ami nem más, mint a követők és ismerősök száma. Ezek a paraméterek segítik a felhasználó hitelességi elemzését, amely a követők és ismerősök számából állapítja meg a felhasználó kilétét (Zhang és Ghorbani, 2020).

Utolsó elemzési szempontként talán a legemberibb tényezőt vizsgálják, amely az érzelmekre irányul. Olyan elemzéseket hajtanak végre, amelyekben a felhasználók érzelmeivel kapcsolatos adatokkal dolgoznak. Ezen a módon több változó megadásával a botok és a valós felhasználók profiljai szétválaszthatóak (Zhang és Ghorbani, 2020).

A hírek tartalomelemzésének három összetevőjét ismertetik a témához kapcsolódóan ezek a nyelvi és szemantika alapú elemzések, a tudásalapú elemzések és a stílusalapú elemzések (Zhang és Ghorbani, 2020).

A nyelvi és szemantikai elemzések többféle technikával szűrik a híreket, ezek közül kiemelném a szemantikai elemzés részeként a hír címének és tartalmának összehasonlítását. Amennyiben a cím és a tartalom nem konzisztens egymással a hírt gyanúsít az elemzés. A hír hajhász címek miatt ez a technika több esetben eredményes lehet (Zhang és Ghorbani, 2020).

A tudásalapú elemzések alapja a tartalom igazságtartalmának vizsgálata. Alapvetően ezt szakértők végzik, de ennek a technikának idő és tőkeigényessége magas, emiatt új megoldásként a mesterséges intelligencia és a gépi tanulás lépett előtérbe. Sajnos ezek a megoldások is tartalmazzak visszasságokat, a nem megfelelő működés miatt, amik a nem jól strukturált, vagy kevés elemű adathalmaz okozhat, illetve a folyamatosan megjelenő technikák a mesterséges intelligencia kicselezésére (Zhang és Ghorbani, 2020).

A stílusalapú elemzés során kétfajta elemzést különböztetünk meg, a fizikai és nem fizikai stílus alapú elemzést. Az elemzések lényege a hír tartalmának stílusában van, miszerint, a valós, legitim felhasználók tulajdonságai ebben az aspektusban is eltérnek a botok-tól, akik a hamis információk, álhírek terjesztéséért felelősek. A fizikai elemzés a felhasznált karakterek, szavak stb. alapján értékeli a híreket, míg a nem fizikai elemzés során a tartalom összképének tulajdonságai játszanak szerepet (Zhang és Ghorbani, 2020).

Társadalmi kontextuselemzés két aspektust javasol az álhírek kiszűrésére, amelyek a felhasználói hálózatelemzés és a terjesztési mintaelemzés. A felhasználói hálózatelemzés szerint az álhírek felismerését segíti az arra reagáló felhasználók tulajdonságaiból levonható következtetések, tehát ha több szélsőséges nézettel rendelkező felhasználó reagál bizonyos hírekre annak valóság tartalmát érdemes megvizsgálni. Az hírek terjedésének sajátosságait elemezve a terjesztési mintaelemzés megkülönböztetheti a híreket és az álhíreket (Zhang és Ghorbani, 2020).

Adatbányászat alapú észlelés:

Az adatbányászat alapú észlelés lényegében a két meglévő gépi tanulási technikát tartalmazza, amelyek a felügyelt és a nem felügyelt gépi tanulási típusok (Zhang és Ghorbani, 2020).

A felügyelt gépi tanulásban nagy potenciál rejlik a mélytanulás ötvözésével, amely a megfelelő adatokkal feltöltve, önmagától feltárja az összefüggéseket, ami által könnyen eljuthat elegendő és megfelelő adat megadásával az álhírek felismeréséhez (Zhang és Ghorbani, 2020).

A nem felügyelt gépi tanulás az adathalmazok sajátos hibáiból eredően (nem jól strukturált, nem elegendő nagyságú stb.), amely nehezíti az alkalmazását, viszont a hibák által leképezhető tudás jobban tükrözi a valóságot, amely ilyen módon előnyére válhat (Zhang és Ghorbani, 2020).

Implementáció (végrehajtás) alapú észlelés:

Online és offline álhír felismerő rendszerek által működik, amelyek együtt alkalmazva a leghatékonyabbak az észlelés céljából. Gépi tanulási modellek használatával, az elérhető információkat osztályozzák, elemzik (Zhang és Ghorbani, 2020).

1.3 AZ ÁLHÍREK TORZÍTÁSOKKAL VALÓ KAPCSOLATA

Ebben a részben ismertetem azokat az aspektusokat, amelyekben többek között lehetősége nyílik az álhíreket előállító személyeknek kihasználnia a kognitív torzítások okozta gyengeségeinket. Bemutatom az algoritmusok szerepét az álhírek életében és ezzel összefüggésben a tartalom ajánló rendszerek szerepét egyaránt. A rész második felében a kognitív torzításokat, heurisztikákat és az intuitív gondolkodást ismertetem.

1.3.1 Algoritmusok hatása

Clarke et al. (2020) felhívja a figyelmet, hogy személyre szabható internetes szolgáltatások (pl. Közösségi média) szűrői korlátozhatják az új tartalmak megjelenését, így a fogyasztó figyelmen kívül hagyja (akaratlanul is) az eltérő nézőpontokat, ami a saját előítéleteit erősítheti. Figyelembe véve, hogy az emberek identitásukat, ideológiájukat részesítik előnyben, mint az ettől eltérő véleményeket, ez a jelenség veszélyes lehet (Martel et al., 2020).

A közösségi oldalak által működtetett tartalom ajánló rendszerek, algoritmusok nagymértékben hozzájárulnak az álhírek hatékonyságához, különféle módokon. Nagyban nehezíti az álhírek megállítását az emberek információ elfogadási attitűdje, miszerint a meglévő világgéppel azonos információkat akár kérdés nélkül is elfogadják (Weidner et al., 2019),

illetve a viselkedésük mikor figyelmeztetéseket, amelyeket, az egyén identitásuk ellenében tapasztalnak az egyének nagy valószínűséggel ignorálják (Grady et al., 2021). Több kutatás kiemeli, hogy a téves információk utólagos kijavítása nem mindig semlegesíti az információ hatását az egyén gondolkodásában (Huijstee et al., 2021; Weidner et al., 2019).

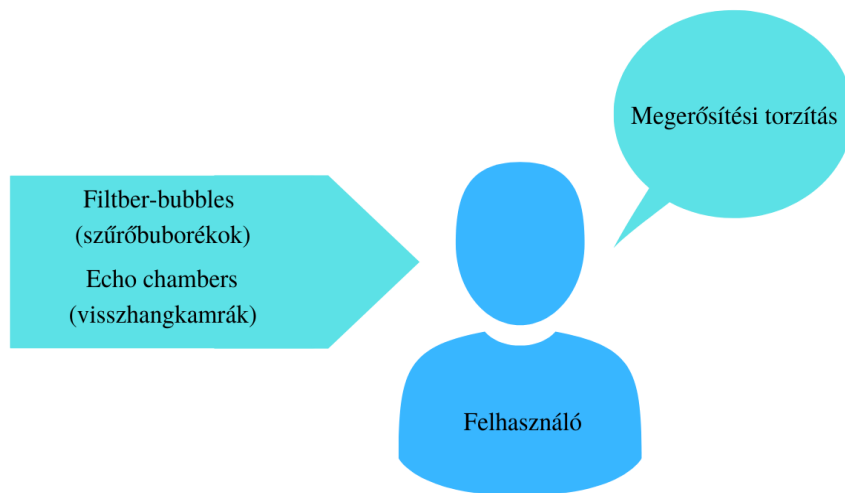
A közösségi média személyre szabott tartalmi a felhasználók meggyőződéseinek megerősítésében nagy szerepet játszik, a filter-bubbles¹ és az echo chambers² jelenségek révén. A filter-bubbles (szűrőbuborékok) lényegében, olyan algoritmusok, amelyek a felhasználó által kedvelt tartalmakhoz hasonló tartalmakkal próbálja fenntartani a felhasználó figyelmét. Az echo chambers (visszhangkamrák) jelensége a felhasználók által kiválasztott személyek, csoportok, tartalmak követése által jön létre, tehát a kiválasztott tartalmakkal ellentétes tartalmak megjelenése erősen korlátozott, amely elősegíti a saját vélemény folytonos megerősítését (Rhodes, 2021).

Rhodes (2021) kutatása bebizonyította, hogy a filter-bubblesben lévő felhasználók többnyire heurisztikusan dolgozzák fel a megjelenített tartalmakat. A heurisztikus feldolgozás egy típusa a megerősítési torzítás, amely kizárólag olyan információk keresését, hitelbe vételét jelenti, amelyek alátámasztják a kialakult világképet, véleményt (Corbu et al., 2020). A megerősítési torzítás és az echo chambers jelensége együttesen erősíti az egyén polarizációját (Quattrociocchi et al., 2016; Di Domenico et al., 2021). Ugyanígy a polarizációt a közösségi oldalak szűrőbuborékjainak is tulajdonítják (Abu et al., 2020).

¹ Filter-bubbles szabad fordításban szűrőbuborékokat jelent. A kifejezés gyakorlati jelentése, közösségi média platformokon, weboldalakon stb. alkalmazott szűrők által, megjelenített tartalmak, amelyek a felhasználó igényeire vannak szabva.

² Echo chambers szabad fordításban visszhangkamrákat jelent. A kifejezés gyakorlati jelentése, a közösségi médiában elérhető csoportokhoz való csatlakozással, véleményvezérek követésével kialakuló saját vélemény folyamatos újra hallása.

6. ábra
Filter-bubbles és echo chambers hatásai a felhasználóra



Saját szerkesztés

1.3.2 Tartalom ajánló „bot”-ok

Az álhírek széleskörű terjedésének gyorsasága jelentős befolyással vannak a felhasználók hiszékenységre, ez tartalom megosztó “botok”-nak köszönhető, amelyek programozottan terjesztik az álhíreket nagy hatásfokkal (Tandoc et al., 2018). Khan et al. (2021) szerint a tartalom terjesztéséért felelős “bot”-ok mára ötvözik a deep learning (mély tanulás) módszerét és az álhíreket, amely nehezebben felismerhető álhíreket produkál.

Ahogy már említettem számos technológiai cég köztük a Facebook és a Google is algoritmusokkal határozza meg az információkat a felhasználók részére, demográfiai és személyes preferencia alapon, ami személyre szabottan befolyásolhatja a hírek terjedését a közösségi médiában, amely lényegében puha cenzúraként azonosítható (Yang és Horning, 2020). Freeze et al. (2020) szerint a demokrácia alapja az államon belüli személyek átfogó tájékozottsága, amelynek elmaradása, illetve szándékos befolyásolása veszélyeztetheti a demokráciát.

Egyesek tartanak attól, hogy az úgynevezett “hyper-nudge”³ egyéneket, könnyen lehet befolyásolni, a technológiai platformokon tapasztalható manipulálással, aminek

³ Nudge angol kifejezés magyar megfelelője noszogatás, ösztönzés. Richard H. Thaler viselkedési közgazdász vezette be a köztudatba azonos című könyvével. A könyv egy összefoglaló gyűjteménye volt hosszú évek kutató

eredményeként választások, népszavazások kimenetele dönthető el (Bastick 2021). A hatást némileg csökkenti Baptista és Gradim (2021) kutatása miszerint, az emberek preferenciái erősebben korlátozhatják a tájékozottságot, mint az algoritmusok.

1.3.3 Kognitív torzítások jelentősége

Az álhírek fogyasztóra gyakorolt hatásának vizsgálata mélyen a pszichológia tudományában gyökerezik, emiatt ezt az aspektust csak érintőlegesen mutatom be, hogy egy közgazdászként annál érdekesebb nézőpontból a viselkedési közgazdaságtan szemszögéből vizsgálhassam a jelenség okait és hatását.

A kognitív pszichológiának köszönhetően megkülönböztetünk kétfajta ítélethozó rendszert, az egyik az intuitív (gyors) gondolkodás, a másik pedig a kognitív (lassú) gondolkodás. Az intuitív gondolkodás jellemzője az automatikus válaszkészség, általában mindenre az intuitív rendszerünk reagál, amennyiben kognitív disszonancia jön létre, a kognitív rendszerünk is életbe lép (Kahneman, 2011). Az intuitív rendszerünknek köszönhetően számos heurisztikát alkalmazunk gondolkodásunk során, melyek lényegében leegyszerűsítik az információt és arra való választ, így elkerülhető a kognitív (nagy energiafelhasználású) rendszer használata (Kahneman, 2003).

1.3.4 Heurisztikák szerepe az intuitív gondolkodásban

A fejezet során, olyan heurisztikákat mutatok be, amelyek felelőssé tehetőek az egyének saját véleményének túlhangsúlyozásáért, a hiszékenyséjükért, az ismerős szituációk könnyű elfogadásáért és a környezetükből levont gyakran hamis következtetésükért.

Az első és legfontosabb heurisztika az úgynevezett reprezentativitási heurisztika, amely a “Belief in the law of small numbers” című, első közös Tversky-Kahneman munkából indult 1971-ben. A munka alapvetése a kis számokban való hit, tehát, az olyan kutatók kritikája, akik nem végeznek statisztikai megfigyeléseket reprezentativitásra vonatkozóan. A statisztikai bizonyítás hiányában, a kutatók szubjektíven a megérzésükre, azaz az intuícijukra hallgattak, miszerint elfogadtak olyan következtetéseket, amelyek többek között tükrözték a saját elképzelésüket, így további kérdés nélkül dolgoztak a “bizonyított” tézisével. A statisztikai bizonyítás ilyen módon egy védelmi vonal, amely megvédi a kutatókat a szubjektív véleményükkel szemben (Tversky és Kahneman, 1971). A reprezentativitás további vizsgálatát

munkájának, amiért később közgazdasági Nobel-díjjal jutalmazták. A kifejezés gyakorlati jelentése itt, olyan emberekre utal, akiket egy kis noszogatással a számunkra ideális irányba lehet terelni. Hyper nudge angol kifejezés jelentése itt a big data és algoritmusok által fokozott befolyásolási hatásokra utal (Yeung, 2017).

az hétköznapi egyének felé fordították, akik, az elvégzett felmérések alapján erősen torzítottak a szubjektív véleményük teljesülése érdekében. A vizsgált személyek a reprezentativitást tévesen állapították meg a kis mintákban, amelyek statisztikailag nem voltak megbízhatóak és tévesen állapították meg a nagy minták reprezentativitását, tehát közömbösek voltak a nagy, illetve a kis mintákra egyaránt (Kahneman és Tversky, 1972).

A vizsgált heurisztikák sorában a második az elérhetőség, amely lényege, hogy az egyének valószínűbbnek ítélnék, olyan eseményeket, amelyekre jobban emlékeznek, azaz könnyebben elérhetőek számukra. Ez a feltevést 1500 fő részvételével vizsgálták, amely végül bizonyítást nyert (Tversky és Kahneman, 1973). További vizsgálatok során Kahneman és Tversky (1973) bemutatta, hogy előzetes információk megadásával, amelyeket reprezentatívnak hittek a résztvevők, befolyásolható a választás, tehát a résztvevők nagyobb figyelmet adtak a reprezentatívnak hitt leírásnak, mint a bázisrátáknak, amelyek a tényleges valószínűséget adták meg. Hasonlóképpen a lehorgonyzási hatás is egy előzetes információ alapján, amely valójában irreleváns a választás illetően, nevét onnét kapta, hogy a vizsgált alanyok, nem vagy nehezen tudtak elvonatkoztatni az előzetes információtól, a későbbi kérdésre adott válasz megadásánál (Tversky és Kahneman, 1974). Mindez arra enged következtetni, hogy a heurisztikák jelentős mértékben képesek befolyásolni az egyes eseményekről alkotott véleményünket a saját elképzeléseink szerint, figyelmen kívül hagyva a racionális és reális forgatókönyveket.

Azonos események eltérő megfogalmazásával különböző döntésekre lehet sarkallni az egyéneket a keretezési heurisztika szerint. Amennyiben egy eseményt pozitív keretbe foglalva kérdezzük meg, adunk elő a választás eltérő lesz, mintha ugyanazt az eseményt negatív keretben ismertetjük a másik féllel (Kahneman és Tversky, 2013).

Az említettek során bemutattam, hogy az emberek döntéseik során nem vagy kevésbé veszik figyelembe a statisztikai valószínűségeket döntéseik során, tehát az adatokat nem szabályszerűen alkalmazzák. Ennek ellenére megfigyelhető, hogy az emberek túlzott magabiztosságot tanúsítanak döntéseik során, főleg akkor, hogyha az adott kérdésben a rendelkezésükre álló adatok (ismeretek) csekélyek. A túlzott magabiztosság a releváns adatok gyűjtésével, ismeretszerzéssel csökken (Kahneman és Tversky, 1977).

A túlzott magabiztossággal többszörösen együtt említett megerősítési torzítás az egyik legfontosabb, gyakorlatban könnyen felismerhető jelenség az álhírek vizsgálata során. Nickerson (1998) szerint az emberek fogékonyabbak azokra az információkra, amelyek megfelelnek a már kialakult világképüknek, illetve könnyebben elfogadják ezeket az információkat, mint az ellentétes álláspontot erősítőket.

Az álhírek tartalmának megítélését több kutató is a kognitív képességek erősségéhez kötötte, tehát az erősebb kognitív képességekkel rendelkezők gyakrabban értékelik az információkat analitikusan, mint intuitíven (Tandoc et al., 2021). Intuitív értékelés során az egyének nagyobb hajlandósággal hittek az álhírekben, mint mikor az információkat analitikusan értékelték, tehát az analitikus gondolkodás elősegíti a helyes ítélőképességet, továbbá azok, akik megbíznak az intuitív ítélőképességükben nagyobb valószínűséggel hisznek az összeesküvés elméletekben, illetve áltudományos megállapításokban (Martel et al., 2020). Bago et al. (2020) kutatásuk alapján az emberek a gyors és intuitív gondolkodást használják a hamis tartalmak feldolgozásakor, emiatt fontos lenne az analitikus gondolkodás előmozdítása. A közösségi médiában megosztott cikkek döntő hányadát, több mint 80%-át intuitív gondolkodással értelmezik a felhasználók, valószínűsíti Moravec et al. (2020) a kutatásában.

Az első (intuitív) rendszer háttérbe szorításához erős kognitív disszonancia kiváltására van szükség, hogy a második (kognitív) rendszer működésbe lépjen, ezt két olyan információval lehet előidézni, amelyek kizárják egymást (Moravec et al., 2020).

2. ÁLHÍREK GYAKORLATI VIZSGÁLATA

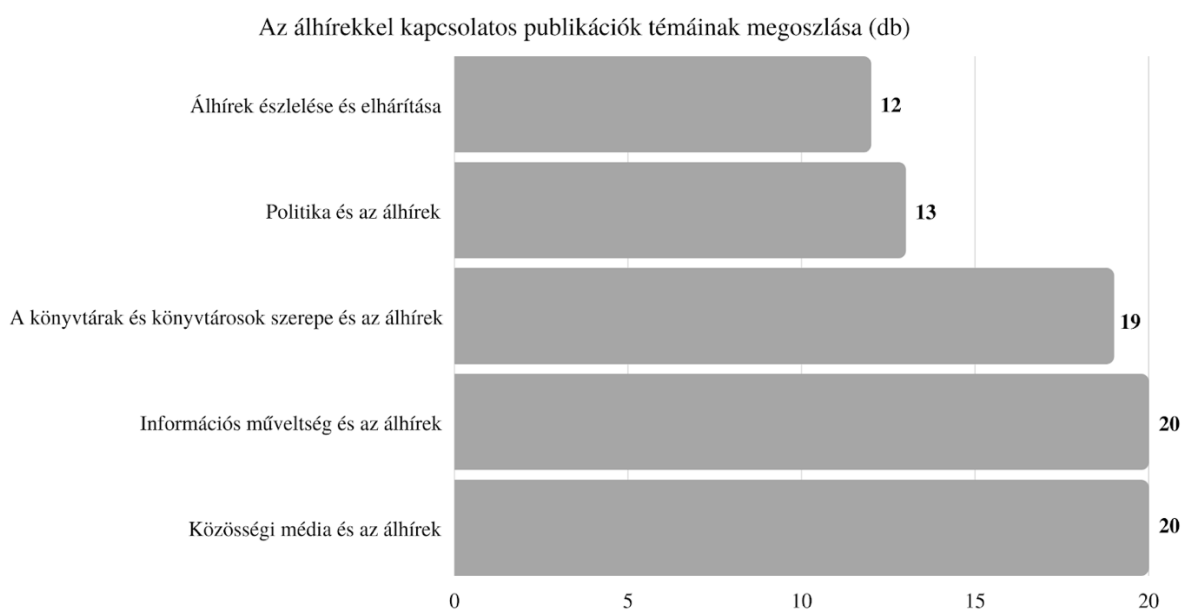
2.1 ÁLHÍREK TERJEDÉSÉNEK STATISZTIKAI ADATAI

Ebben a részben bemutatom a szekunder adatok kutatásának eredményeit. Először a tématerület elhelyezése végett bemutatom, hogy az álhírek kutatási területe milyen tendenciát mutatott az elmúlt években. Továbbá ismertetem az álhírek terjedéséért felelős platformokat és az álhírek megjelenési gyakoriságát megjelenési platform szerint. Az előzőekhez kapcsolódva értékelek néhány adatot a platformok által álhírekkel elérhető személyekről. Végül a primer kutatásom témájának előkészítéseként kognitív torzításokról szóló adatok kerülnek bemutatásra.

2.1.1 Az álhírek mint kutatási terület

Elsősorban szeretném bemutatni az álhírek témájának relevanciáját a közösségi médiára kiterjesztve illetve ezen belül azokat a tényezőket, amelyek hatással vannak a felhasználók információ elérésére. Szemléltetésként bemutatom Sahoo et al. (2021) eredményeit, amelyet 133 tanulmány alapján kaptak 2017-2020-as időszakot vizsgálva.

7. ábra
Az álhírekkel kapcsolatos publikációk témáinak megoszlása

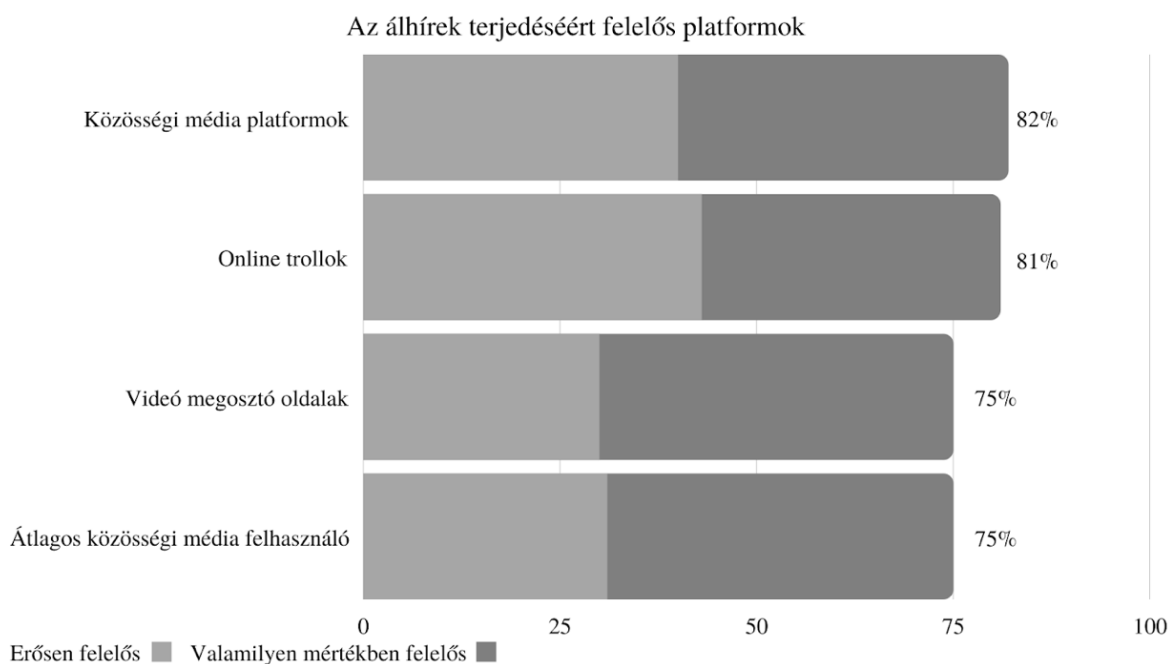


Forrás: Sahoo et al., (2021), 271. oldal, saját szerkesztés

Az 7.ábrán látható a 133 tanulmány téma szerinti válogatása alapján, 20 tanulmány foglalkozott az álhírekkel és a közösségi médiával, illetve az információs műveltséggel és az álhírekkel. Az ábra az első öt legnagyobb számban kutatott témákat tartalmazza (7 egyéb téma található még az eredeti kimutatáson). 19 tanulmány vizsgálta a könyvtársak és a könyvtárosok szerepét az álhírekkel kapcsolatban, ez a terület dolgozatom témáján kívül esik, így további elemzést nem végzek itt. Az álhírek és a politika kapcsolata legfőképp a 2016-os Brexit és a 2020-as amerikai elnökválasztás miatt értékelődött fel, hiszen számos gyanú merült fel az álhírek célzott használatával kapcsolatban, amelyekkel akár a választók befolyásolása is célként merülhetett fel. Az álhírek elleni védekezés is az egyik fő témaként említhető, ezt 12 tanulmány vizsgálta. Ahogy már említettem ez a témakör nagyon fontos területnek tekinthető és számos tanulmány foglalkozik a probléma megoldásával a biztonságosabb média fogyasztás érdekében.

2.1.1 Az álhírek terjedéséért felelős platformok

8. ábra
Az álhírek terjedéséért felelős platformok



Forrás: CIGI és Ipsos (2019), 83. oldal, saját szerkesztés

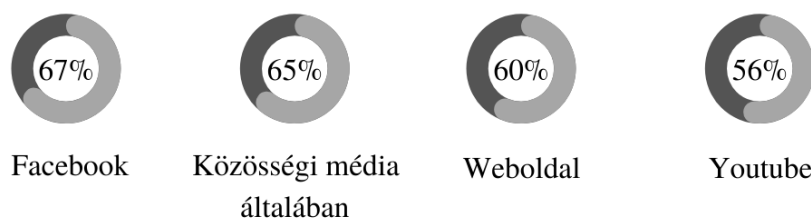
A következő ábrán az álhírek terjedéséért felelős platformokat láthatjuk, az adatokat az IPSOS piackutató vállalat és a Nemzetközi Kormányzási Innovációs Központ közös 2019-es kutatása szolgáltatta. A megkérdezettek körében a közösségi média platformokat okolták a

leginkább az álhírek terjedéséért, ez az arány 82% volt. Ez köszönhető a közösségi média keretein belüli szabályoknak, tehát bárki hozhat létre, terjeszthet információt (Apuke és Omar, 2021), illetve a hiteles és hiteltelen források egy közegben jelennek meg (Rhodes, 2021). Ez azt jelenti, hogy a közösségi média és az álhírek kapcsolata erősnek feltételezhető, hiszen a publikációk és a felmérések alapján is a két tényező szorosan hatással van egymásra. A második legjobban okolt tényező az online trollok voltak, akiket a megkérdezettek 81%-a talált felelősnek a témában, ez magyarázható a közösségi médiára való alacsony belépési küszöbvel (Grady et al., 2021). 75%-ban a videó megosztó platformokat látták felelősnek a felmérésben résztvevők, ezzel a számmal ők kerültek a harmadik helyre, míg a platformokat tekintve a másodikak lettek a felelősséget illetően az álhírekkel kapcsolatosan. Végül az ábrán utolsóként látható felelős az átlagos közösségi média felhasználó, akit szintén 75%-ban találtak felelősnek, amely köszönhető az alacsony média műveltségi szintnek (Scheufele és Krause, 2019).

2.1.2 Az álhírek megjelenésével kapcsolatos statisztikai adatok

9. ábra
Álhírek előfordulásának gyakorisága platform szerint

Álhírek előfordulásának gyakorisága a következő platformokon



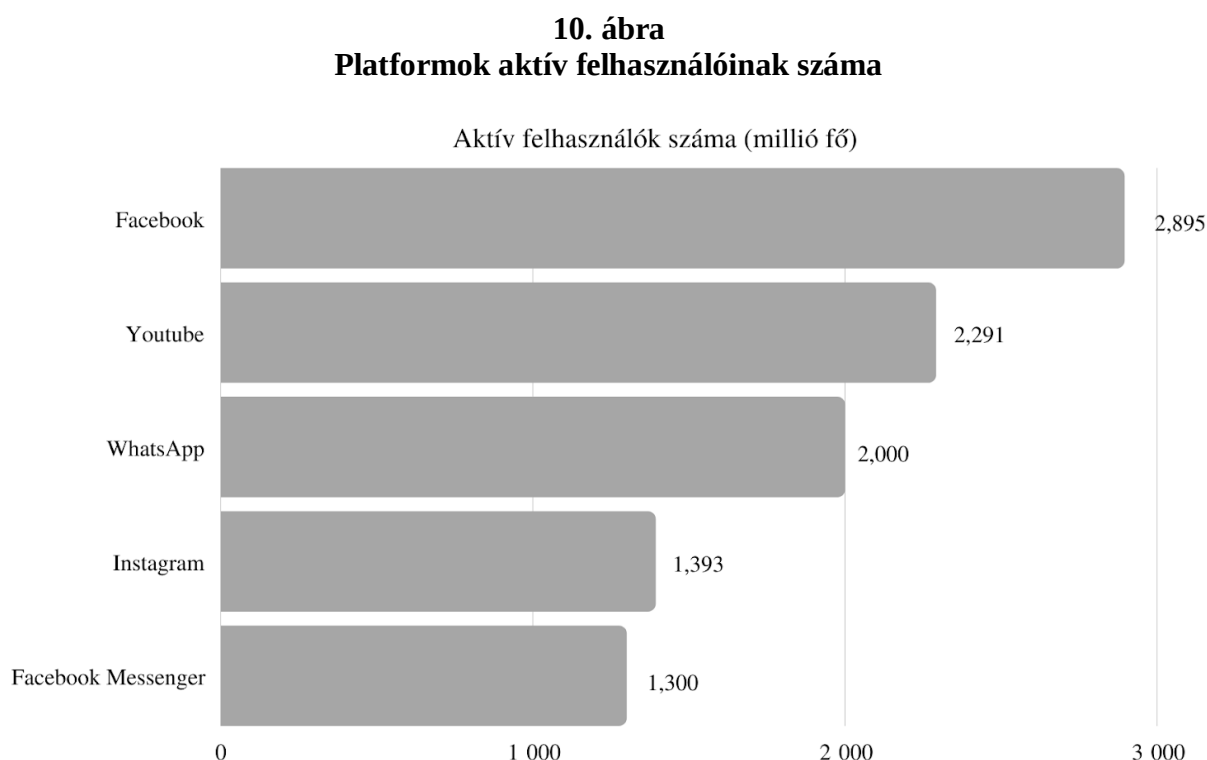
Forrás: CIGI és Ipsos (2019), 36. oldal, saját szerkesztés

Az álhírek terjedésének első felelőse a megkérdezettek szerint a közösségi média platformok voltak, emiatt érdekesnek tartottam megmutatni, hogy körülbelül hány százalékban jelennek meg álhírek a legnagyobb kibocsátóknál. A Facebook közösségi média platform felhasználói az esetek 67%-ban találkoztak álhírekkel az oldal használata során. Ez valamelyest alátámasztja a közösségi média felelősségét, illetve hogyha figyelembe vesszük azt, hogy a felhasználók 65%-ban találkoznak álhírekkel valamelyik közösségi média használata során, a felelősség is, tisztán láthatóvá válik. Rhodes (2021) kiemeli, hogy a Facebook és a hozzá hasonló oldalak nem szűrik a hamis információkat, így az álhírek könnyen elérhetőek a felhasználók számára. További két tényező található az ábrán, amelyek a weboldalak általában

és a Youtube videómegosztó platform. Az alapul vett statisztikában további 7 kiértékelt tényezőt találhatunk, amelyeket itt nem tüntettem fel.

A közösségi médiába vetett bizalom 2018-2020-as időszakban csökkenő tendenciát mutat, viszont ez az adat nem kirívó, mivel ugyanez történt a hagyományos médiával, a keresőmotorokkal és a saját médiával (vállalat által birtokolt médiafelületek, hírlevelek, blogok stb.) a vizsgált időszak alatt. (Statista, 2020a).

2.1.3 Elérhető személyek száma



Forrás: Statista (2021b), saját szerkesztés

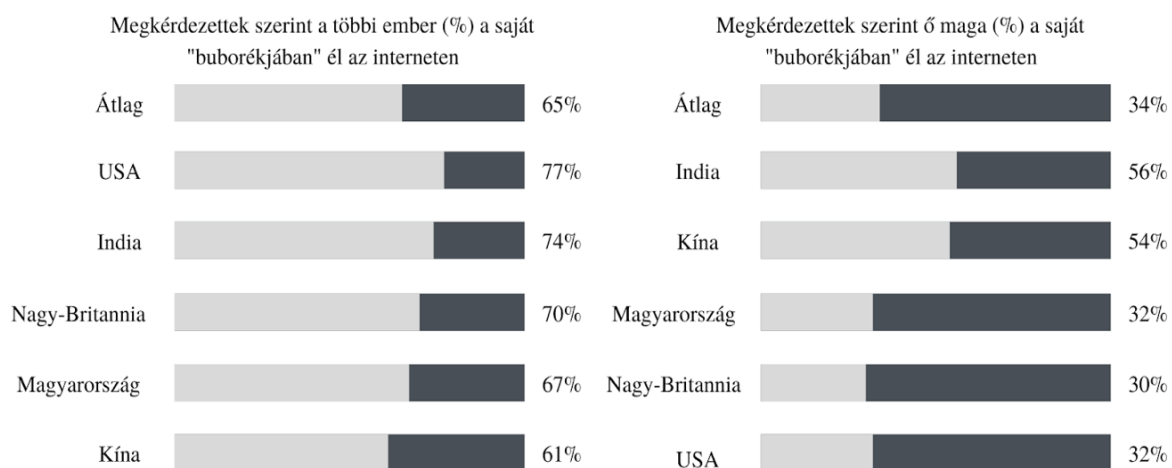
A közösségi média társadalmi hatását az álhírek tekintetében fokozza a fent bemutatott ábra, ami ismerteti, hogy körülbelül hány aktív felhasználóval rendelkeznek ezek a platformok jelenleg. Elsőként a Facebook jelenik meg, 2,895 millió felhasználóval, akik az előzőek szerint 67%-ban találkoznak álhírekkel a platformon. Ezután a Youtube következik, aminél figyelembe véve az álhírek megjelenési hányadát szintén nagy befolyásról tehetünk bizonyosságot. A hatást erősíti az a megállapítás, miszerint amerikai felnőttek 62%-a a közösségi médiából tájékozódik (Khan et al., 2021), illetve Yang és Horning (2020) szerint a közösségi médiából való

informálódás nem csak az amerikaiakat érinti. A diagramon csak 5 platformot tüntettem fel, a Statista oldalán további 12 található.

Az IPSOS 27 országban átívelő kutatása alapján a résztvevők 59%-a mindennap fogyaszt hírt a közösségi médiáról, míg előfizetéses online vagy offline hírforrásból a résztvevők 10%-a tájékozódik naponta. (Ipsos, 2020)

2.1.4 A szűrőbuborékokra vonatkozó statisztikák

11. ábra
Szűrőbuborékok jelentősége



Forrás: Ipsos (2018), 4-5. oldal, saját szerkesztés

Miután bemutattam, hogy milyen felelősséggel, mekkora hatással, és jelentőséggel rendelkezik a közösségi média az álhírek tekintetében, rátérek, hogy a felhasználók torzításai mennyiben járulnak hozzá a megfigyelésekhez. Az IPSOS piackutató cég 2018-as felmérése alapján készítettem a fenti diagramokat, amelyek az emberek internetes buborékjait vizsgálja. Az átlagok alapján elmondható, hogy míg a másokra gyakorolt hatást 65%-ban állapították meg a résztvevők, úgy a saját magukra gyakorolt hatást csak 34%-ban értékelték.

Ezek az adatok megerősítik a túlzott önbizalom torzítását az emberekben, illetve a harmadik személy hatást is, amely szerint az emberek eltúlozzák a média másokra gyakorolt hatását és kevésbé látják a saját magukra gyakorolt hatást. Az internetes buborékok (szűrési buborékok) különösen veszélyesnek tekinthetők a felhasználókra nézve, a megerősítési torzítás miatt, így mindkét statisztika alapján a probléma megoldása fontos kérdés a kutatók és a közösségi médiát működtetők számára.

2.2 AZ ÁLHÍREK MEGÍTÉLÉSE A KLÍMAVÁLTOZÁS TÉMÁJÁBAN

Ebben a fejezetben szeretném bemutatni a primer kutatásom módszertanát, illetve a kapott eredményeket, következtetéseket, javaslatokat.

Primer kutatásom módszertana a szakirodalmi gyűjtés során körvonalazódott a feldolgozott szakirodalmak alapján. Két kérdőíves felmérést végeztem, amelyeket egymás után fogok ismertetni. Először bemutatom a kutatás felépítését, amelyben leírom a kapcsolt szakirodalmakban talált anyagokat, illetve elemzem a kapott adatokat. Mindezek után levonom a következtetéseket, javaslatokat teszek és felmérem a kutatásom korlátait, illetve felvázolom a jövőbeni kutatási lehetőségeket az érintett témák alapján.

2.2.1 Klímaváltozás témájú álhírek, klímaváltozással kapcsolatos attitűdök és heurisztikus, szisztematikus információfeldolgozás

Tanulmányom célja volt, hogy feltárjam a kapcsolatot a klímaváltozással kapcsolatos attitűd és az információfeldolgozás (heurisztikus⁴, szisztematikus⁵) feltétele között, illetve vizsgáltam a klímaváltozással kapcsolatos érzések és az álhírek pontossága, hitelessége és igazságtartalma közti kapcsolatot is. Előfeltevéseim szerint, azok, akik a klímaváltozással kapcsolatban szkeptikus attitűdöt képviselnek, inkább heurisztikus információfeldolgozással szintetizálják a klímaváltozással kapcsolatos új információkat, míg azok, akik hisznek klímaváltozásban, inkább szisztematikus információfeldolgozással fogják vizsgálni az új klímaváltozás témájú információkat. Kutatásom során, előfeltevéseim volt, hogy a klímaváltozással kapcsolatos szkeptikus attitűd elősegíti a klímaváltozással kapcsolatos álhírekben való hitet, míg a klímaváltozással kapcsolatos valós hírekbe vetett hit alacsonyabb lesz, amit a bemutatott hírek pontosságának, hitelességének és igazságtartalmának értékelésével vizsgáltam.

Kérdőívemet a Google Forms alkalmazásban állítottam össze, amelyet az összeállítás után közösségi média platformokon osztottam meg a kitöltések végett. A kitöltés anonim és önkéntes volt.

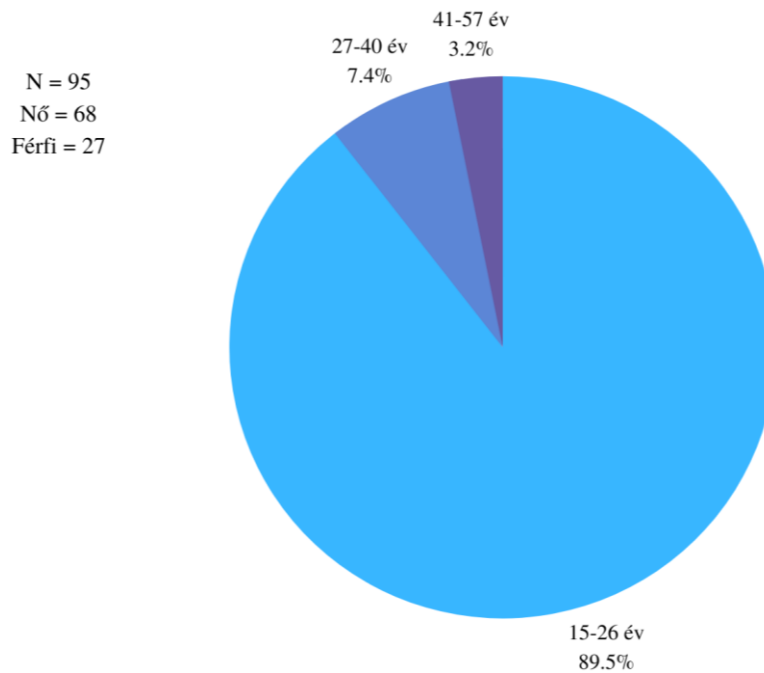
Kérdőívemben bemutattam 3 hamis (*A klímaváltozás átverés, állítja 400 tudományos cikk..., NASA: az óceánok szintje két éve csökken, Al Gore: a globális felmelegedés, globális lehűlést okoz*) illetve 3 igaz (*Tudományok tények a klímaváltozásról, 3 billió tonna jég olvadt el a*

⁴ Heurisztikus információfeldolgozás: Bejövő információk felületes kezelése, kevés utánajárás, előzetes vélemény erősen formálja az információ értékelését.

⁵ Szisztematikus információfeldolgozás: Bejövő információk alapos kezelése, mély utánajárás, több aspektus megvizsgálása, meglévő információk kisebb mértékben befolyásolják az új információk értékelését.

globális felmelegedés hatására 1992 óta, *Miért okoz a globális felmelegedés keményebb teleket?*) hírt (Lutzke et al., 2019). A hamis hírek voltak a kérdőív elején, az igazak pedig a végén voltak megtalálhatóak. A hír ismertetése után, amely egy címből, egy képből és rövid leírásból állt, megjelenésben pedig hasonló tervezést kapott, mint a közösségi médiában megjelenő hírek. A hírcikkek megtalálhatóak az 1. mellékletben. A hírcikkeket 1-10-ig (ahol az 1 egyáltalán nem *megbízható*, a 10 nagyon *megbízható*) terjedő Likert skálán értékelhették a résztvevők a bemutatott cikket megbízhatóság („*Kérem, értékelje a cikket megbízhatóság szempontjából!*”) és pontosság („*Kérem, értékelje a cikket pontosság szempontjából!*”) szempontjából (Lutzke et al., 2019). A cikk igazságtartalmát („*Mennyire tartja igaznak ezt a cikket, a 0 azt jelenti, hogy „Ez a cikk nem igaz”, a 100 pedig azt, hogy „Ez a cikk igaz?”*”) értékelhették a résztvevők (Rhodes, 2021). A hírek bemutatása és értékelése után a kitöltők heurisztikus információfeldolgozásának szintjét, illetve szisztematikus információfeldolgozásának szintjét értékelték a klímaváltozás témájában (Griffin et al., 2002). Ezt 4 heurisztikus információfeldolgozásra és 5 szisztematikus információfeldolgozásra irányuló állítással tettem meg az állítások megtalálhatóak a 2. mellékletben. Továbbá 4 a klímaváltozással kapcsolatos aggodalomra vonatkozó kérdést tettem fel, majd 5 kérdéssel vizsgáltam a klímaváltozással kapcsolatos tehetetlenséget, és 7 kérdéssel a szkepticizmus mértékét a klímaváltozással kapcsolatban (Tobler et al., 2012). A klímaváltozással kapcsolatos attitűd értékeléséhez bemutatott állítások a 3. mellékletben találhatóak. Az álhírek és a közösségi média használatának vizsgálata miatt két kérdéssel mértem a Facebook felhasználói tényezőit („*Az Ön érzései a Facebookkal kapcsolatban.*”, „*Egy átlagos héten hány napon használja a Facebookot?*”) (Lutzke et al., 2019; Rhodes, 2021). Végül a demográfiai adatokra vonatkozóan tettem fel kérdéseket.

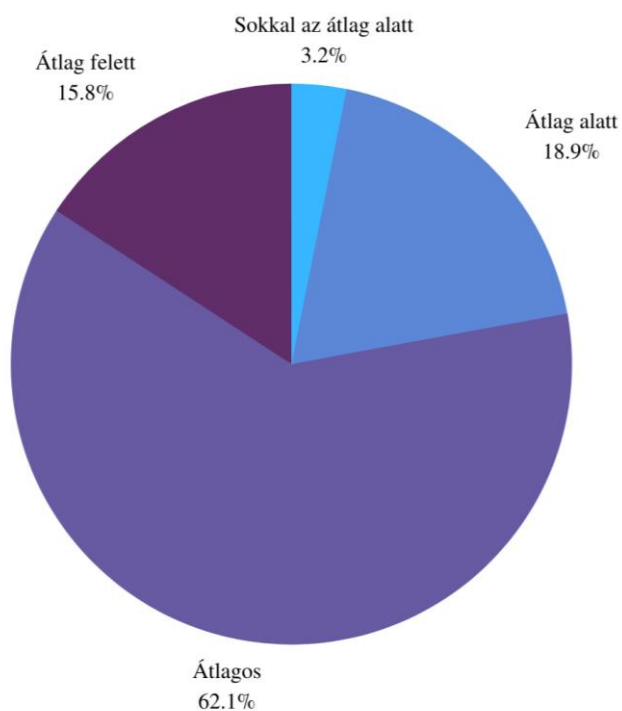
12. ábra
A válaszadók nem és kor szerinti megoszlása



Saját szerkesztés

A kérdőív lezárása után összesen 102 kitöltés érkezett, ebből az adattisztítást követően 95 kitöltést tartottam meg, a továbbiakban ezekkel a kitöltésekkel folytattam az adatok elemzését. A nemek megoszlása 68 nő és 27 férfi arányban érvényesült. A kitöltők 89,47%-a 15-26 éves korosztály közül került ki, 7,37%-a 27-40 éves korosztályból, míg a további 3,16% a 41-57 éves korosztályból került ki. A 15-26 éves korosztály ilyen mértékű szereplése a mintában, bizonyára az internetes kérdőív terjesztésnek köszönhető, hiszen ez az a korosztály, akik akár napi szinten használják az internetet. Illetve az ismerőseim száma, akik feltehetően kitöltötték a kérdőívet többnyire ebből a korosztályból tevődnek ki.

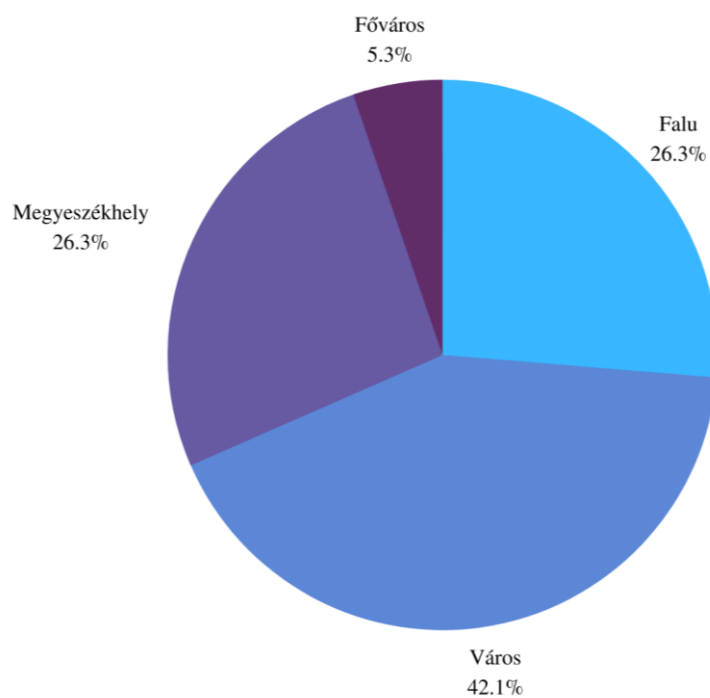
13. ábra
A válaszadók jövedelem szerinti megoszlása



Saját szerkesztés

A kitöltők jövedelem szerinti megoszlása látható a 13.ábrán, mely szerint a kitöltők 3,2%-ának jövedelme sokkal az átlag alatt, illetve 15,8%-a átlag feletti jövedelemmel rendelkezik. A kitöltők 18,9%-a rendelkezik átlag alatti, míg 62,1%-a átlagos jövedelemmel. A jövedelem mértékének meghatározása teljesen szubjektív volt, hiszen nem adtam meg konkrét összegeket erre irányulóan. A kitöltők megítélése szerint a többség 77,9% átlagos vagy annál jobb anyagi helyzetben van. A megkérdezettek szerint 22,1% érzi az anyagi helyzetét átlag alattinak vagy annál is rosszabbnak.

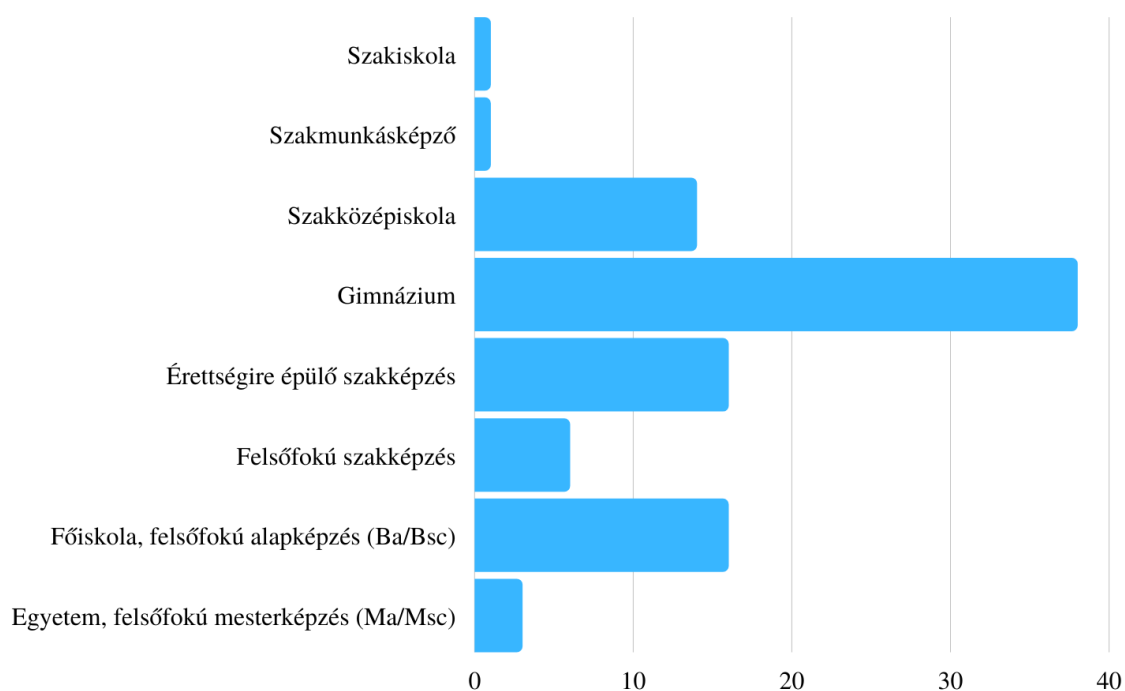
14. ábra
A kitöltők lakhely szerinti megoszlása



Saját szerkesztés

A lakhely szerinti megoszlása a kitöltőknek a 14. ábra szerint alakult. A kitöltők 26,3%-a faluban lakik, 42,1%-a városban, azonos értékkel a faluhoz képest a megyeszékhelyen lakók aránya is 26,3%, míg a fővárosban a kitöltők 5,3%-a lakik. A nagy arányú 73,7% városi kitöltők véleményem szerint annak köszönhető, hogy az ismerőseim többsége inkább városban él. Illetve az egyetemre járók, akik többségében válaszoltak a kérdőívemre általában városban laknak, legalábbis, amíg az egyetemi tanulmányaikat folytatják.

15. ábra
A kitöltők végzettség szerinti megoszlása

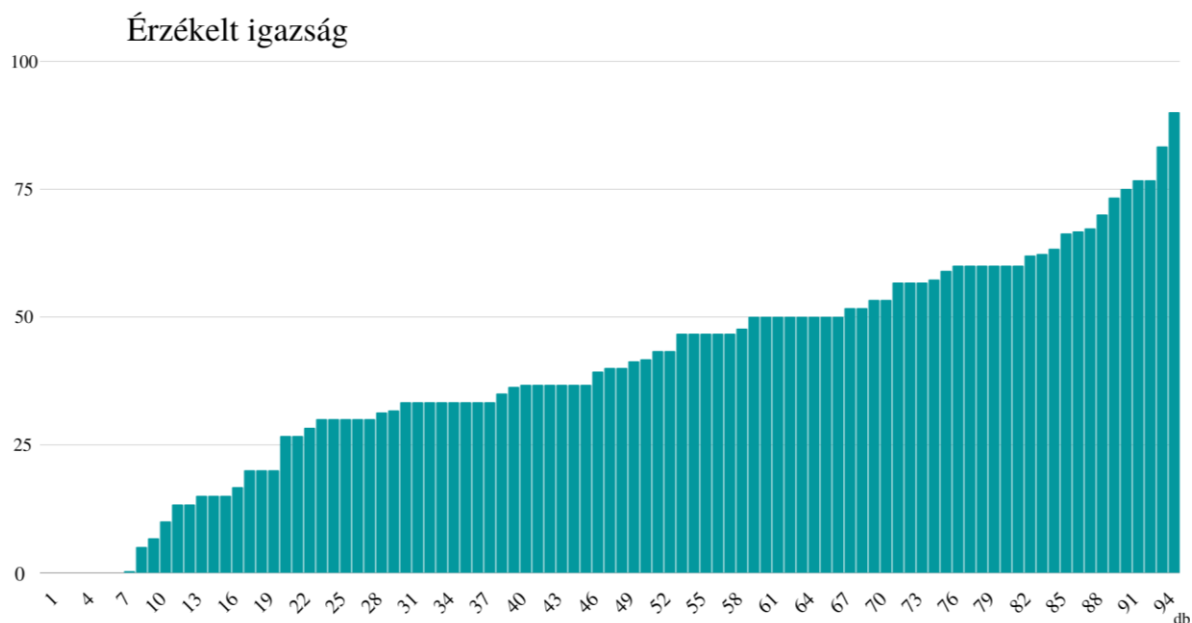


Saját szerkesztés

A kitöltők végzettségük szerint a 15. ábra alapján oszlanak meg. Látható, hogy a legtöbb kitöltő (38 db) gimnáziumot végzett, ez azért lehet, mivel a legtöbb oldal, amelyen a kérdőívet megosztottam egyetemi hallgatók használják, akik épp szakdolgozatot írnak vagy szakdolgozat írás előtt állnak, így ők valószínűleg csak érettségivel rendelkeznek. Ugyanígy ide tartoznak, a szakközépiskolában végzettek (14 db), illetve az érettségire épülő szakképzéssel rendelkezők (16 db). A szakiskolában (1 db), szakmunkásképzőben (1 db) végzettek közül csak alig töltötték ki néhányan a kérdőívet. Felsőfokú szakképzésben résztvevők (6 db) is kitöltötték a kérdőívet, ahogy főiskolai, felsőfokú alapképzéssel rendelkezők (16 db), illetve egyetemi, felsőfokú mesterképzéssel rendelkezők (3 db) egyaránt.

2.2.2 Az éghajlatváltozással kapcsolatos álhírek és igaz hírek megítélése

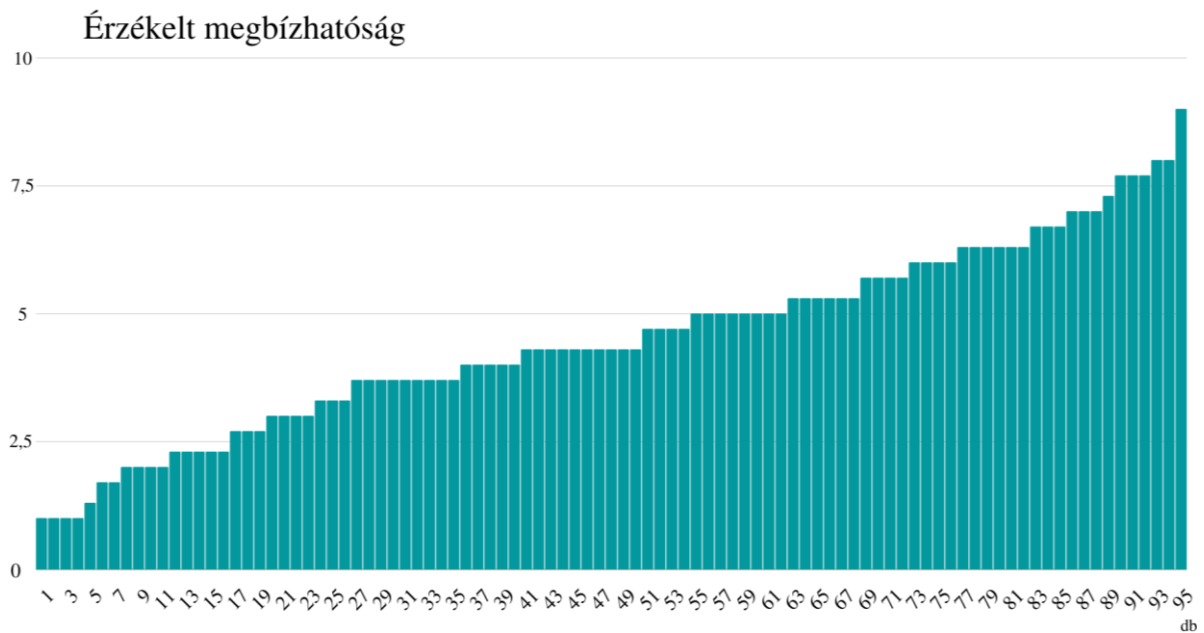
16. ábra
Álhírek érzékelt igazsága



Saját szerkesztés

A 16-os ábrán látható, a klímaváltozással kapcsolatos álhírek igazság szintjének megítélése a megkérdezettek szerint. Az igazság szint megítélését a („Mennyire tartja igaznak ezt a cikket, a 0 azt jelenti, hogy "Ez a cikk nem igaz", a 100 pedig azt, hogy "Ez a cikk igaz"?”) kérdéssel vizsgáltam. Átlagot számítva a kapott értékelésekből 39,8 pont jött ki, tehát az értékelők pontjait átlagolva inkább hamisnak ítélték a bemutatott álhíreket. Az értékelésekből számított medián 40 pont lett, így az átlaghoz képest 0,2 ponttal nőtt az érték. A középérték szerint a klímaváltozással kapcsolatos álhírek igazságszintje nőtt az átlaghoz képest.

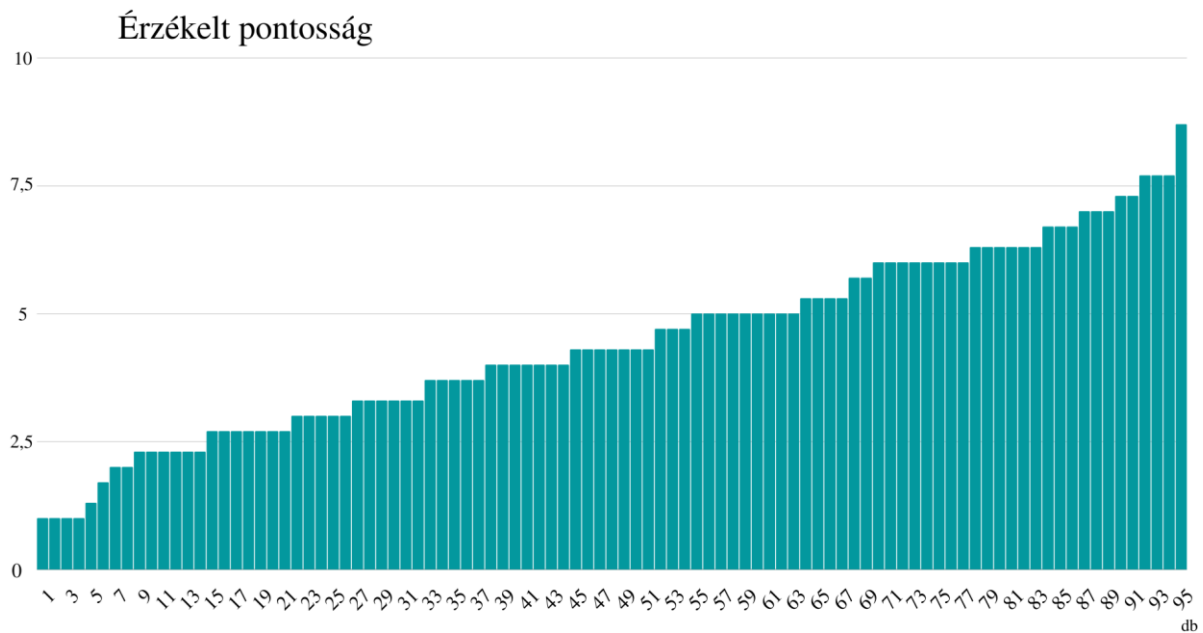
17. ábra
Álhírek érzékelt megbízhatósága



Saját szerkesztés

A 17-es ábrán a klímaváltozással kapcsolatos álhírek megbízhatóságának értékelését láthatjuk. Ezt a („Kérem, értékelje a cikket megbízhatóság szempontjából!”) állítással vizsgáltam a kitöltők körében, egy 1-10-ig terjedő Likert-skála segítségével. A kitöltők válaszainak átlagaként 4,5 pontot kaptam, ami inkább a nem megbízhatóság felé hajlik, tehát a kitöltők pontjainak átlaga szerint a klímaváltozással kapcsolatos álhírek kevésbé tűntek megbízhatónak. A válaszadók értékeléseiből számított medián 4,3 pont lett, ami 0,2 ponttal kevesebb mint az átlag, tehát a klímaváltozással kapcsolatos álhírek megbízhatósága csökkent az átlaghoz képest a medián szerint.

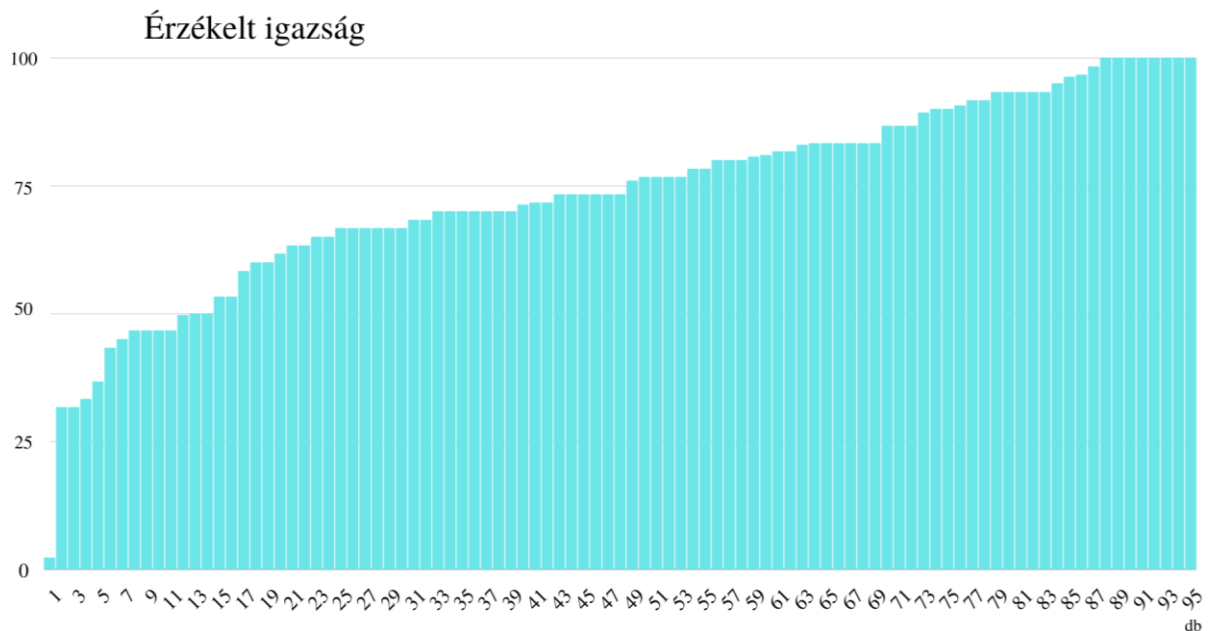
18. ábra
Álhírek érzékelt pontossága



Saját szerkesztés

A 18-as ábrán a klímaváltozással kapcsolatos álhírek érzékelt pontosságát láthatjuk, ezt a („Kérem, értékelje a cikket pontosság szempontjából!”) állítással vizsgáltam egy 1-10-ig terjedő Likert-skála segítségével. A válaszadók kitöltése alapján a válaszok átlaga 4,4 pont lett, amely szerint kevésbé találták pontosnak a válaszadók a klímaváltozással kapcsolatos álhíreket. A medián értékét kiszámítva a kapott eredményekből a klímaváltozással kapcsolatos álhírek pontossága csökkent az átlaghoz képest, mivel 4,3 pont, azaz 0,1 ponttal kevesebb az értékelések középpértéke, mint az átlaga.

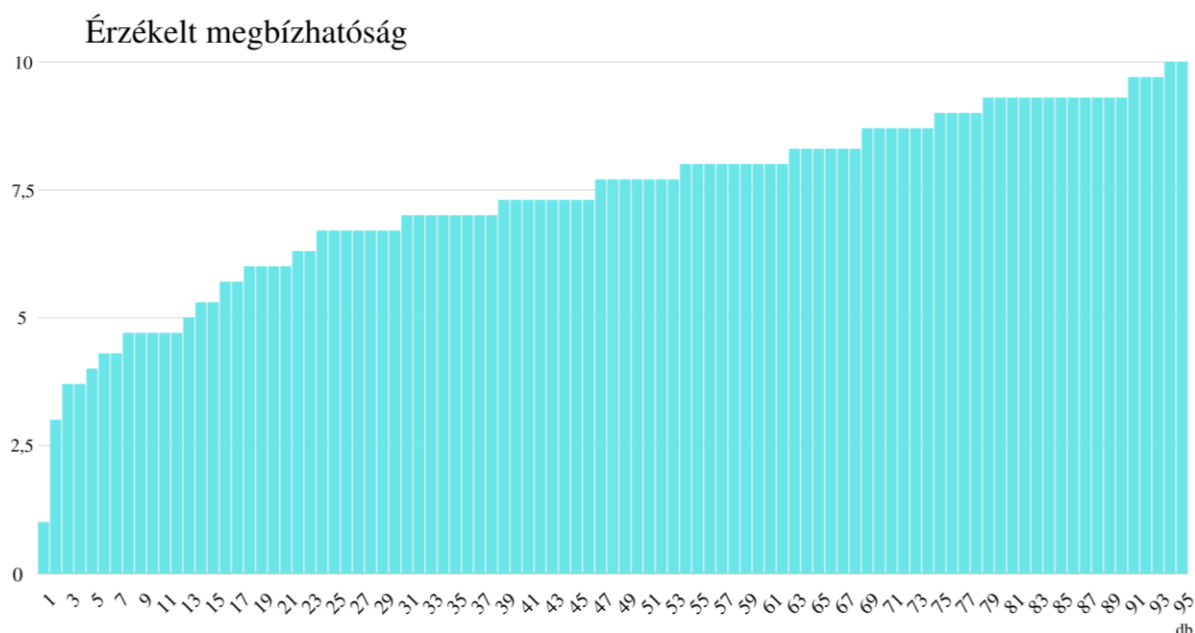
19. ábra
Igaz hírek érzékelt igazsága



Saját szerkesztés

A 19-es ábrán látható, a klímaváltozással kapcsolatos igaz hírek igazság szintjének megítélése a megkérdezettek szerint. Az igazság szint megítélését a („Mennyire tartja igaznak ezt a cikket, a 0 azt jelenti, hogy "Ez a cikk nem igaz", a 100 pedig azt, hogy "Ez a cikk igaz"?”) kérdéssel vizsgáltam. Átlagot számítva a kapott értékelésekből 73,6 pont jött ki, tehát az értékelők pontjait átlagolva inkább igaznak ítélték a bemutatott igaz híreket. Az átlag számítás után, a mediánt is kiszámítottam, ennek az értéke 73,3 pont lett. Ezek alapján azt állapíthatjuk meg, hogy a klímaváltozással kapcsolatos igaz hírek igazságszintje csökkent a medián szerint 0,3 ponttal az átlaghoz képest.

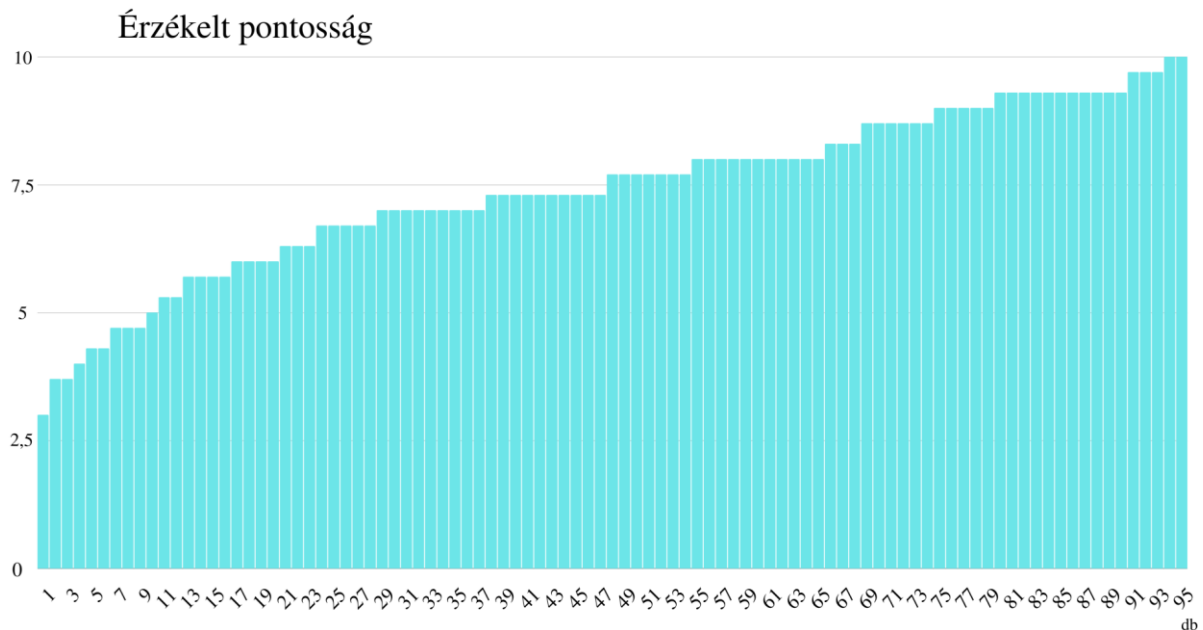
20. ábra
Igaz hírek érzékelt megbízhatósága



Saját szerkesztés

A 20-as ábrán a klímaváltozással kapcsolatos igaz hírek megbízhatóságának értékelését láthatjuk. Ezt a („Kérem, értékelje a cikket megbízhatóság szempontjából!”) állítással vizsgáltam a kitöltők körében, egy 1-10-ig terjedő Likert-skála segítségével. A kitöltők válaszainak átlagaként 7,3 pontot kaptam, ami inkább a megbízhatóság felé hajlik, tehát a kitöltők pontjainak átlaga szerint a klímaváltozással kapcsolatos igaz hírek inkább megbízhatónak tündek. A klímaváltozással kapcsolatos igaz hírek megbízhatóságának mediánja 7,7 pont lett, azaz 0,4 ponttal magasabb, mint az átlag, így a megbízhatóság nőtt a medián szerint.

21. ábra
Igaz hírek érzékelt pontossága

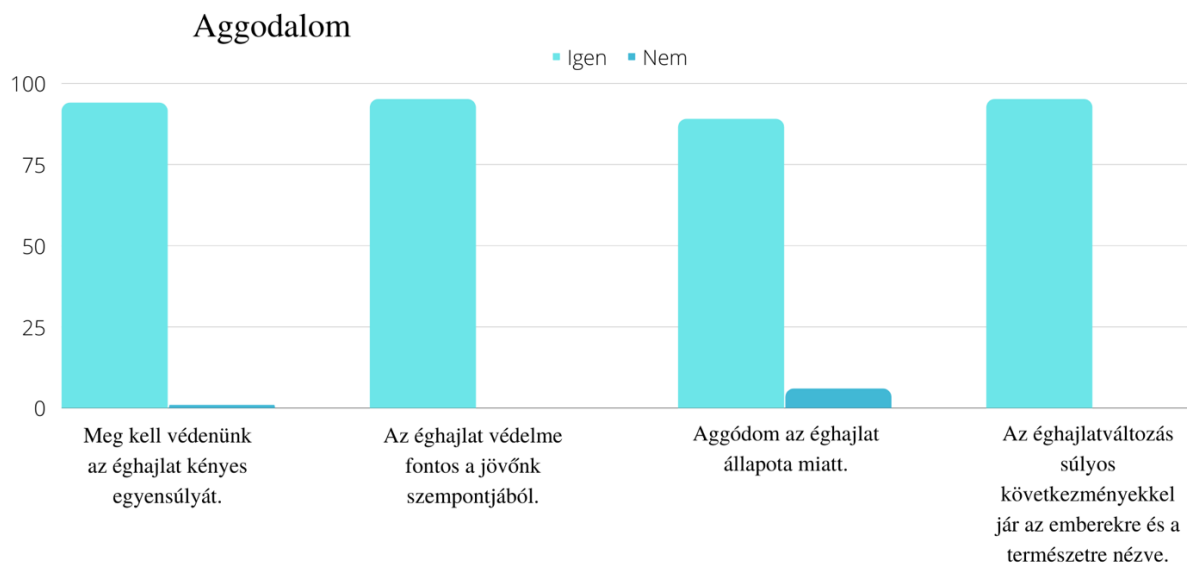


Saját szerkesztés

A 21-es ábrán a klímaváltozással kapcsolatos igaz hírek érzékelt pontosságát láthatjuk, ezt a („Kérem, értékelje a cikket pontosság szempontjából!”) állítással vizsgáltam egy 1-10-ig terjedő Likert-skála segítségével. A válaszadók kitöltése alapján a válaszok átlaga 7,4 pont lett, amely szerint inkább pontosnak találták a válaszadók a klímaváltozással kapcsolatos igaz híreket. A klímaváltozással kapcsolatos igaz hírek mediánja 7,7 pont, ami 0,3 ponttal magasabb, mint az átlag, tehát a pontosság nőtt a medián alapján.

2.2.3 A megkérdezettek éghajlatváltozással kapcsolatos attitűdjei

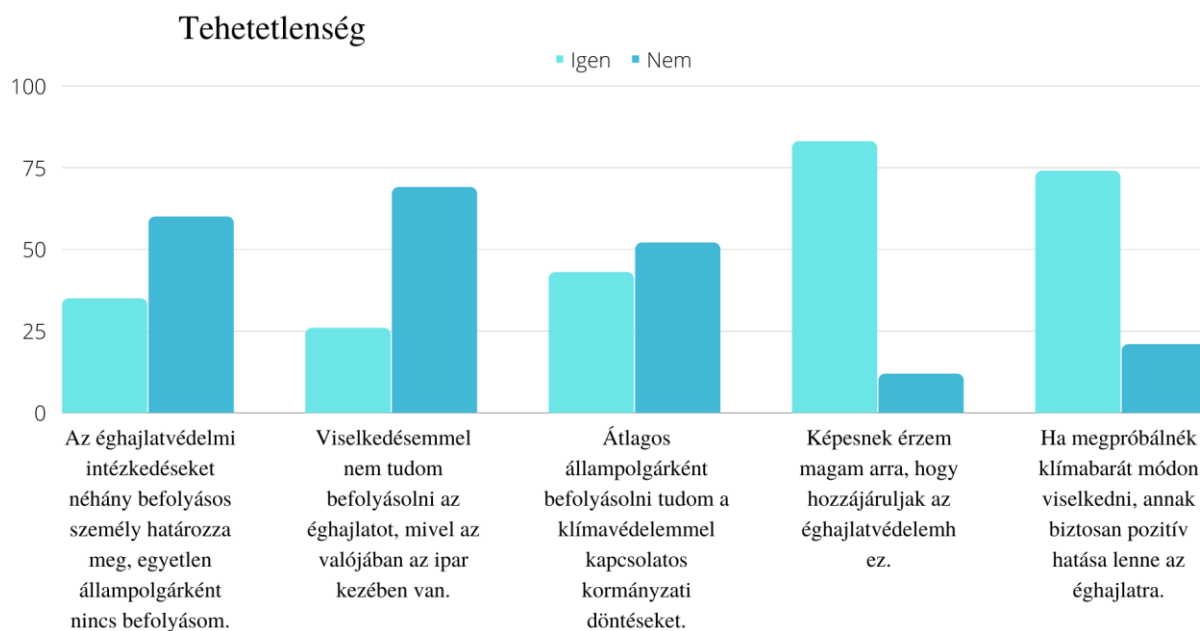
22. ábra
Klímaváltozással kapcsolatos aggodalom



Saját szerkesztés

Kérdőívemben a klímaváltozással kapcsolatos aggodalmat a 22-es ábrán látható 4 állítással vizsgáltam. Az állításokra igennel és nemmel lehetett válaszolni. A fenti ábrán látható, hogy az első állításra miszerint („*Meg kell védenünk az éghajlat kényes egyensúlyát.*”) a 95 kitöltő közül 1 nemleges és 94 igenleges választ kaptam. A nagy arányú igenleges válaszok azt jelzik, hogy a kitöltők valamilyen szinten tudatában vannak az éghajlatváltozás veszélyeivel, viszont a teljes kép érdekében nézzük meg a többi állítást is. A második állítás („*Az éghajlat védelme fontos a jövőnk szempontjából.*”) 95 igenleges választ kapott, tehát az előző feltevésünk itt is beigazolódni látszik, a válaszadók tartanak az éghajlatváltozás okozta problémáktól. A harmadik állítás („*Aggódok az éghajlat állapota miatt.*”) 89 igenleges és 6 nemleges választ kapott. A válaszok alapján azt láthatjuk, hogy a kitöltők nagy része tart az éghajlatváltozástól, viszont néhány válaszadó nem tekinti a helyzetet most megoldandó problémának. Az utolsó állításra („*Az éghajlatváltozás súlyos következményekkel jár az emberekre és a természetre nézve.*”) ismét 95 igenleges választ kaptam. A válaszok alapján láthatjuk, hogy a kitöltők számára érthető az éghajlatváltozás problémája és tisztában vannak a következményekkel, míg néhányan a többi állítás alapján, úgy gondolják, hogy jelenleg ezzel még nem kell foglalkozni.

23. ábra
Klímváltozással kapcsolatos tehetetlenség

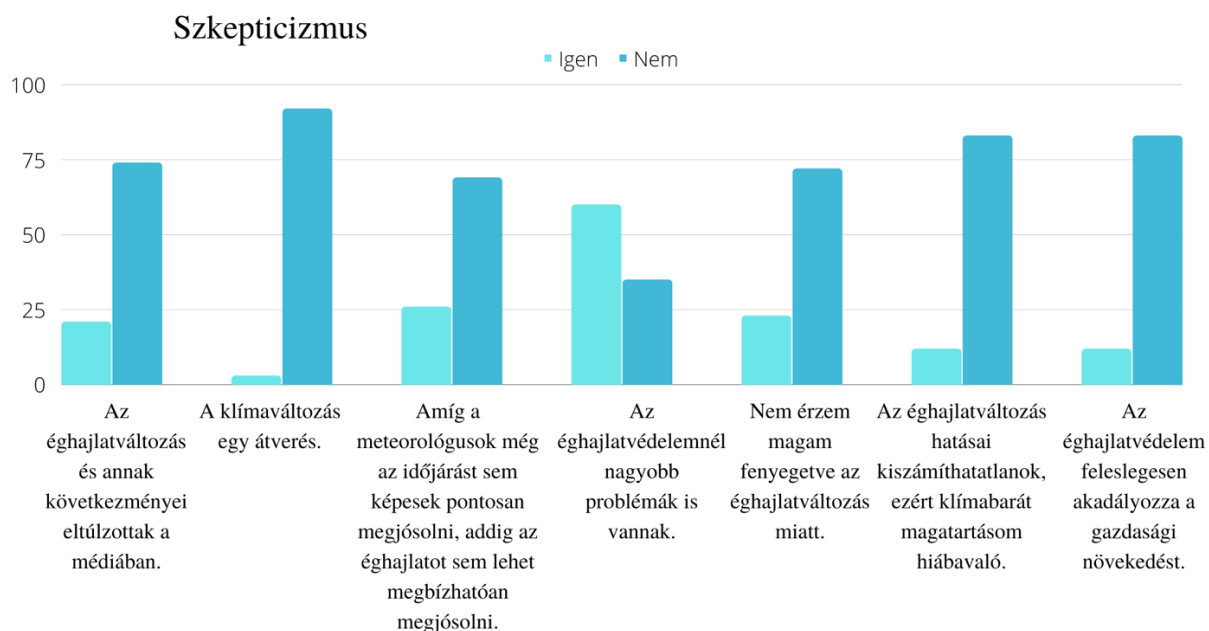


Saját szerkesztés

A klímaváltozással kapcsolatos hozzáállás további vizsgálataként a 23-as ábrán látható „Tehetetlenség” -et is tanulmányoztam 5 állítással. Az első állítás („Az éghajlatvédelmi intézkedéseket néhány befolyásos személy határozza meg, egyetlen állampolgárként nincs befolyásom.”) 35 igenleges és 60 nemleges választ kapott. A válaszadók nagy része úgy gondolja, hogy van beleszólása az éghajlatvédelmi programok alakulásába ezt tanúsítja a 60 nemleges válasz. A további 35 igenleges válasszal válaszolók szerint nincs ráhatása az átlagembernek a klímaváltozással kapcsolatos döntésekre, így tehetetlennek érzi magát a kérdésben. A második állításra („Viselkedéssel nem tudom befolyásolni az éghajlatot, mivel az valójában az ipar kezében van.”) 26 igenleges és 69 nemleges választ kaptam. Az első állításhoz képest, ebben a kérdésben többen (69-en) gondolták úgy, hogy befolyásolni tudják az éghajlatot a viselkedésükkel, tehát a mindennapi életükben meghozott döntésekkel. Kevesebben, mint az első kérdésben (26-an) viszont úgy gondolják, hogy nincs ráhatásuk az éghajlatra az ipar nagymértékű befolyásoló képessége miatt. A harmadik állításra („Átlagos állampolgárként befolyásolni tudom a klímavédelemmel kapcsolatos kormányzati döntéseket.”) kapott válaszok 43 igenleges és 52 nemleges arányban oszlottak el. A 43 igenleges válasszal válaszolók szerint van lehetőségük befolyásolni a klímavédelemmel kapcsolatos politikát. Ez az arány talán azért lehet magasabb a többinél, hiszen a 4 évenkénti választások lehetőséget

adnak a szavazati joggal rendelkezők számára, hogy leadják voksukat a számukra preferált politikai pártra, amely adott esetben rendelkezhet klímavédelemmel kapcsolatos programokkal. Tehát az igennel válaszolók szerint megvan a lehetőségünk arra, hogy ilyen módon befolyásolni tudjuk a kormányzati döntéseket. Az 52 nemleges válasszal válaszolók, gondolhatják úgy, hogy hiába szavaznak, ha úgysem az a párt nyer, aki klímavédő politikát folytat, akkor a beleszólási lehetőségük elveszik és legközelebb csak 4 év múlva adódhat esély az újbóli megnyilvánulásra, emiatt kevésbé érzik úgy, hogy ráhatásuk lenne a mindennapokban meghozott döntésekre. A negyedik állítás („*Képesnek érzem magam arra, hogy hozzájáruljak az éghajlatvédelemhez*”) 83 igenleges és 12 nemleges választ kapott. A válaszok alapján arra tudunk következtetni, hogy a 83 igennel válaszoló egyén a saját korlátjain belül képesnek érzi magát arra, hogy tegyen az éghajlatvédelemért. Ebbe a mozgástérbe, minden válaszadónak az egyéni lehetőségei foglalhatók bele. Úgy gondolom, hogy ez az eredmény nagyon pozitív képet ad, hiszen, ha a többség aszerint gondolkozik, hogy a saját korlátjain belül megtudja tenni, amit elégségesnek érez az éghajlatvédelemhez, már egy jó út. A 12 nemmel válaszoló egyén, bizonyára közömbösebbnek érzi az éghajlatvédelem problémáját a jelenben, nem érzi jelenleg sürgetőnek, így nem akar tenni érte. Az is lehetséges, hogy a nemmel válaszolók úgy gondolják, hogy az egyéni cselekedet kevés a globális képet nézve, így elhanyagolható a hatása. Az utolsó állítás („*Ha megpróbálnék klímabarát módon viselkedni, annak biztosan pozitív hatása lenne az éghajlatra*”) 74 igenleges és 21 nemleges választ kapott. Csakúgy, mint az előző állításnál, az igennel válaszolók pozitívan látják a kérdést és egyéni hatásukat a helyén kezelve úgy gondolják van ráhatásuk az éghajlatra a klímabarát viselkedésükkel. A 21 nemmel válaszoló egyén, feltehetően úgy gondolja, hogy az egyéni szerepvállalásuk elhanyagolható a nagy képet tekintve, ugyanúgy, mint az előző állításnál. Az előző állításhoz képest többen érzik úgy, hogy viselkedésük nem lenne hatással az éghajlatra, hiszen míg a cselekvést tekintve csak 12 egyén nem érezte úgy, hogy tudna tenni az éghajlatvédelemért, addig 21 személy gondolja úgy, hogy hiábavaló lenne a pozitív viselkedése, tehát azok közül, akik úgy érezték, hogy képesek lennének tenni a klímavédelemért, néhányan úgy érzik, hogy ez a lehetőség hiábavaló volna és nem lenne igazi pozitív hatással az éghajlatra.

24. ábra
Klímváltozással kapcsolatos szkepticizmus



Saját szerkesztés

A klímaváltozással kapcsolatos attitűd utolsó vizsgálati szempontja a „Szkepticizmus” volt. A 24-as ábrán látható 7 állítással vizsgáltam a klímaváltozással kapcsolatos szkepticizmus mértékét. Az első állításra („Az éghajlatváltozás és annak következményei eltúlzottak a médiában.”) 21 igenleges és 74 nemleges választ kaptam. A 21 igennel válaszolók szerint az éghajlatváltozás nem jelent akkora problémát, mint ahogy arról manapság értesülünk. Ezzel szemben a 74 nemmel válaszoló egyén szerint a klímaváltozás kérdése nincs eltúlozva és helyénvaló a következmények ismertetése a médiában, amely hatására ösztönözhetőek az emberek a klímabarátabb viselkedésre. A második állítás („A klímaváltozás egy átverés.”) 3 igenleges és 92 nemleges választ kapott, ebből arra lehet következtetni, hogy a klímaváltozás tényként való kezelése többnyire megtörténik, hiszen 92 személy konkrétan úgy gondolja, hogy a klímaváltozás egy valós dolog. A 3 klímaváltozást tagadó személy csekély számban jelenik meg, viszont a 95 megkérdezett emberhez képest, így is nagynak mondható ez a szám. A harmadik állítás („Amíg a meteorológusok még az időjárást sem képesek pontosan megjósolni, addig az éghajlatot sem lehet megbízhatóan megjósolni.”) 26 igenleges és 69 nemleges választ kapott. Az állításra igennel válaszolók szerint az éghajlatváltozásról alkotott képünk némiképp pontatlan, hiszen szerintük a napi időjárás megjóslásának képessége összefügg a hosszútávú éghajlat alakulásának vizsgálatával. A nemmel válaszolók ellenben úgy vélik, hogy a napi időjárás jóslás és a hosszútávú éghajlat elemzés nem hasonlítható össze, hiszen eltérő vizsgálati

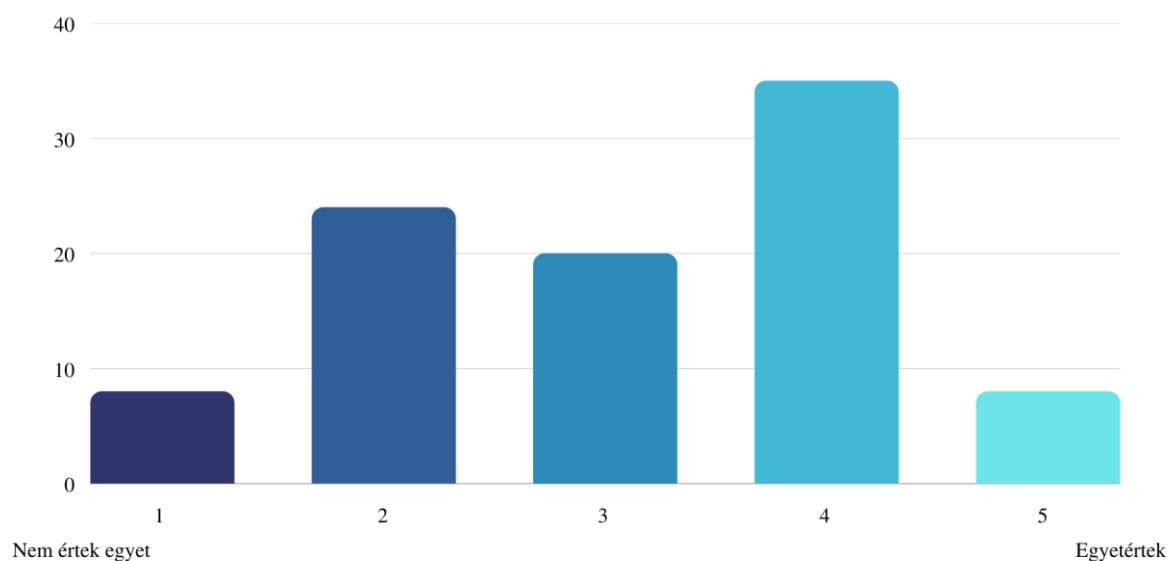
szempontok kellenek a két kérdés helyes megválaszolásához. A negyedik állítás („*Az éghajlatvédelemnél nagyobb problémák is vannak.*”) 60 igenleges és 36 nemleges választ kapott. Ennél az állításnál érdekes, hogy azok, akik szerint a klímaváltozás következményei helyénvalóan jelennek meg a médiában, azok közül is sokan, úgy vélik, hogy a klímaváltozás problémájánál nagyobb problémák is léteznek. Ez az érzés adódhat abból, hogy jelenleg nincs konkrét ráhatással az megkérdézett személyek életére a klímaváltozás, míg egyéb ettől független tényezők igen és emiatt azokra fókuszálnak. Az nemmel válaszolók bizonyára sűrűn foglalkoznak a klímaváltozás problémájával, hiszen így fókuszon belül marad a kérdés. Az ötödik állítás („*Nem érzem magam fenyegetve az éghajlatváltozás miatt.*”) 23 igenleges és 83 nemleges választ kapott. Az ötödik állításra válaszolók közül 23-an érzik úgy, hogy az éghajlatváltozás veszéllyel lehet az életére, míg további 83 személy úgy gondolja, hogy nem jelent veszélyfaktort rá nézve ez a jelenség. Ez a hozzáállás adódhat, abból, hogy a klímaváltozás sokak szerint még távoli jelenség, így nekünk nem kell emiatt aggódnunk, illetve távol élünk az olyan vizektől, amelyek szintemelkedése veszéllyel járna ránk nézve. A hatodik állítás („*Az éghajlatváltozás hatásai kiszámíthatatlanok, ezért klímabarát magatartásom hiábavaló.*”) 12 igenleges és 83 nemleges választ kapott. A válaszok szerint 12 személy továbbra is feleslegesnek tartja a klímabarát viselkedést, míg 83 személy fenntartja állítását a klímabarát viselkedés pozitív hatásai mellett, még úgy is, hogy az előző állításból következtetve nem mindenki érzi úgy a 83 személy közül, hogy veszélyt jelentene rá a klímaváltozás. Ez a jelenség akár annak is betudható, hogy a jövőre gondolva, előre helyesen cselekszik, hogy ha nem is rá, de az unokáira, akikre már bizonyosan veszélyt jelenthetne a klímaváltozás, ilyen módon tudjon vigyázni. Az utolsó állítás („*Az éghajlatvédelem feleslegesen akadályozza a gazdasági növekedést.*”) szintén 12 igenleges és 83 nemleges választ kapott. Úgy gondolom, hogy a válaszok alapján, azok, akik klímabarát módon viselkednek, illetve tartanak a klímaváltozástól, kisebb mértékben érzik relevánsnak a gazdasági növekedés elmaradását. A néhány válaszadó, aki helytelennek érzi az éghajlatvédelemmel járó mérsékelt növekedést, feltehetően kevésbé aggódik a klímaváltozás hatásai miatt akár most akár a jövőben.

2.2.4 A megkérdezettek információfeldolgozásának értékelése a klímaváltozás témájában

A továbbiakban a megkérdezettek információfeldolgozására irányuló kérdések kiértékelésére kerül sor. Elsőként 4 (19., 20., 21., 22.) olyan ábrát fogok elemezni, amelyek a heurisztikus információfeldolgozásra irányulnak, ezután további 5 (23., 24., 25., 26., 27.) ábrát elemzek, amelyek a szisztematikus információfeldolgozásra irányulnak.

25. ábra
Heurisztikus információfeldolgozás 1. állítás

Amikor a klímaváltozással kapcsolatos információkkal találkozom, csak néhány kulcsfontosságú pontra összpontosítok.



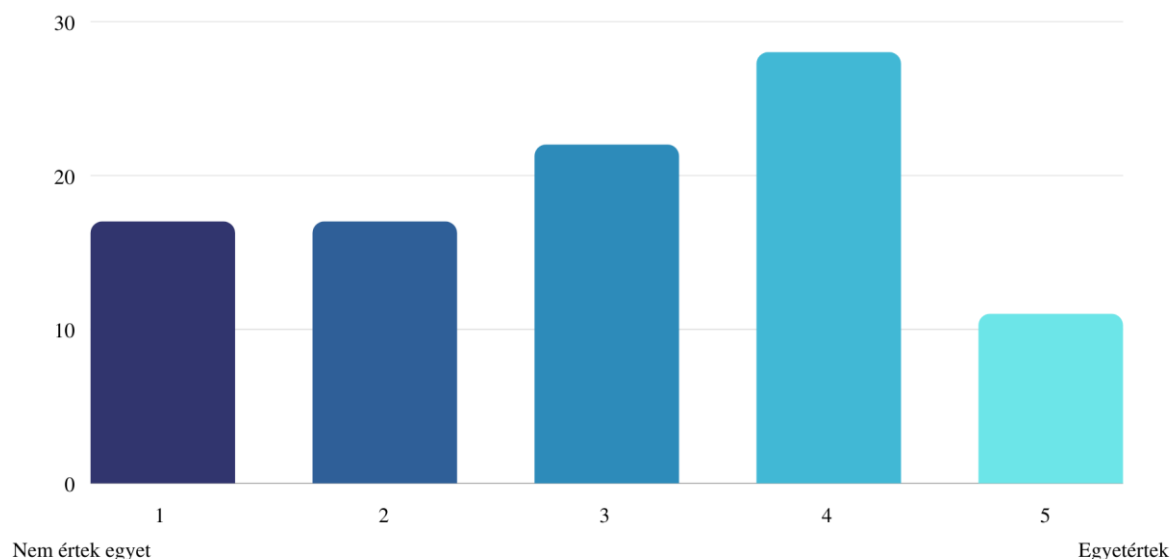
Saját szerkesztés

A 25-ös ábrán látható a („Amikor a klímaváltozással kapcsolatos információkkal találkozom, csak néhány kulcsfontosságú pontra összpontosítok.”) válaszadók klímaváltozással kapcsolatos információk értékelésének attitűdje. A kitöltők közül 8-an válaszoltak úgy, hogy nem értenek egyet, azzal az állítással, hogy csak kulcspontokra összpontosítva értékelik a klímaváltozással kapcsolatos információt, míg szintén 8-an egyetértettek ezzel az állítással. 24-en inkább nem értenek egyet míg 35-en inkább egyetértenek az állítással. 20-an valamennyire egyetértenek és valamennyire nem értenek egyet az állítást illetően, tehát mindkét lehetőség egyformán játszik fontos szerepet számukra. Összességében többen vannak azok, akik egyetértenek és inkább egyetértenek, mint azok, akik nem értenek egyet és inkább nem értenek egyet az állítással. Ebből arra lehet következtetni, hogy a válaszadók ezen része 43-an a klímaváltozással kapcsolatos információkat, inkább egyoldalúan és kevés információ által

elemzik és értékelik, ami részlegesebb megértést jelent a témában, azokhoz képest, mint akik, több információ által és széleskörűen, több nézőpontot megvizsgálva értékelik a kérdést.

26. ábra
Heurisztikus információfeldolgozás 2. állítás

Ha tennem kell valamit egy klímaváltozással kapcsolatos kérdésben, egy szakértő tanácsa elég nekem.

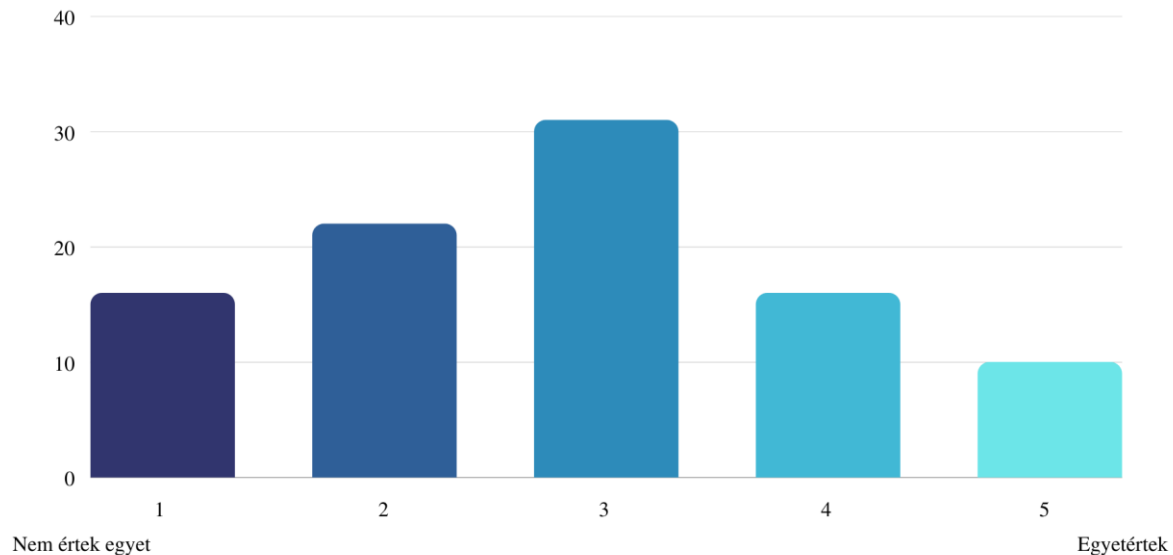


Saját szerkesztés

A 26-os ábrán a heurisztikus információfeldolgozás második állítását („Ha tennem kell valamit egy klímaváltozással kapcsolatos kérdésben, egy szakértő tanácsa elég nekem.”) szemléltetem. Erre az állításra 17 nem értek egyet és 17 inkább nem értek egyet választ kaptam, míg 11 egyetértek és 28 inkább egyetértek választ. 22 olyan válasz volt, amelynél a válaszadó mindkét oldalhoz egyformán tudott kapcsolódni. 39 olyan választ kaptam, amelyben a válaszadók egyetértettek és inkább egyetértettek, abban, hogy egy szakértő tanácsa alapján számukra elfogadható döntést tudjanak hozni. Ebből látható, hogy ezek a válaszadók kevésbé járnak utána az említett témának, megítélésük kevesebb információn alapul és szűkebb rálátással születik meg. 34 olyan személy volt, akik nem értettek egyet és inkább nem értettek egyet ezzel az állítással, tehát ők inkább több szakértőre támaszkodnak a klímaváltozás témájában meghozott döntések előtt. Ezzel a magatartással megértésük a témában és döntésük sokkal megalapozottabb, valószerűbb és átgondoltabb lehet.

27. ábra
Heurisztikus információfeldolgozás 3. állítás

Ha látok vagy hallok információt a klímaváltozásról, ritkán töltök sok időt azzal, hogy elgondolkodjak rajta.

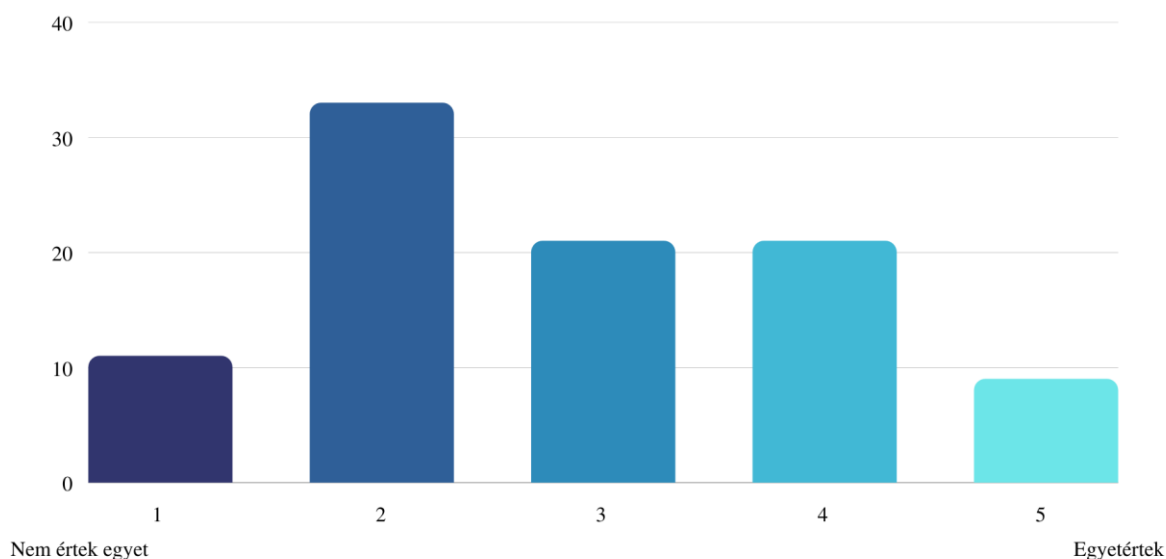


Saját szerkesztés

A 27-es ábrán („Ha látok vagy hallok információt a klímaváltozásról, ritkán töltök sok időt azzal, hogy elgondolkodjak rajta.”) állítást mutatom be. A heurisztikus információfeldolgozást vizsgáló 3. állításra, 10 egyetérték, 16 inkább egyetérték, 22 inkább nem értek egyet és 16 nem értek egyet választ kaptam. A legkedveltebb válasz 31 ponttal a mindkét oldalhoz húzó válaszlehetőség volt. Az előző két állításhoz képest, ennél az állításnál többen választották azt az opciót, miszerint nem értenek egyet és inkább nem értenek egyet, azzal, hogy kevés időt töltenek el a klímaváltozással kapcsolatos információkon való gondolkodással. A különbség abban, látszik, hogy míg az előző két állításnál, a többség inkább a heurisztikus információfeldolgozást részesítette előnyben, ennél az állításnál ez megfordult és inkább több idő ráfordításával, azaz kevésbé heurisztikusan viselkednek. Ez a hatás abból eredhet, hogy a résztvevők számára nem szimpatikus az a gondolat, hogy ne lennének átgondoltak, mivel, ha nem gondolkodnak az állítás szerint sokat a kérdésen akkor megfontolatlanoknak tűnhetnek. A középút népszerűsége is ebben a lehetőségben rejlik, hiszen nem jelentették ki, hogy keveset gondolkodnának ezen a kérdésen, viszont azt sem, hogy sokat, így lényegében egy kényelmes középút választhattak, ahol nem kellett túlzottan kozmetikázniuk a valós viselkedésüket az előző válaszokhoz képest.

28. ábra
Heurisztikus információfeldolgozás 4. állítás

Sokkal több információ áll rendelkezésre a klímaváltozásról, mint amennyire nekem személy szerint szükségem van.

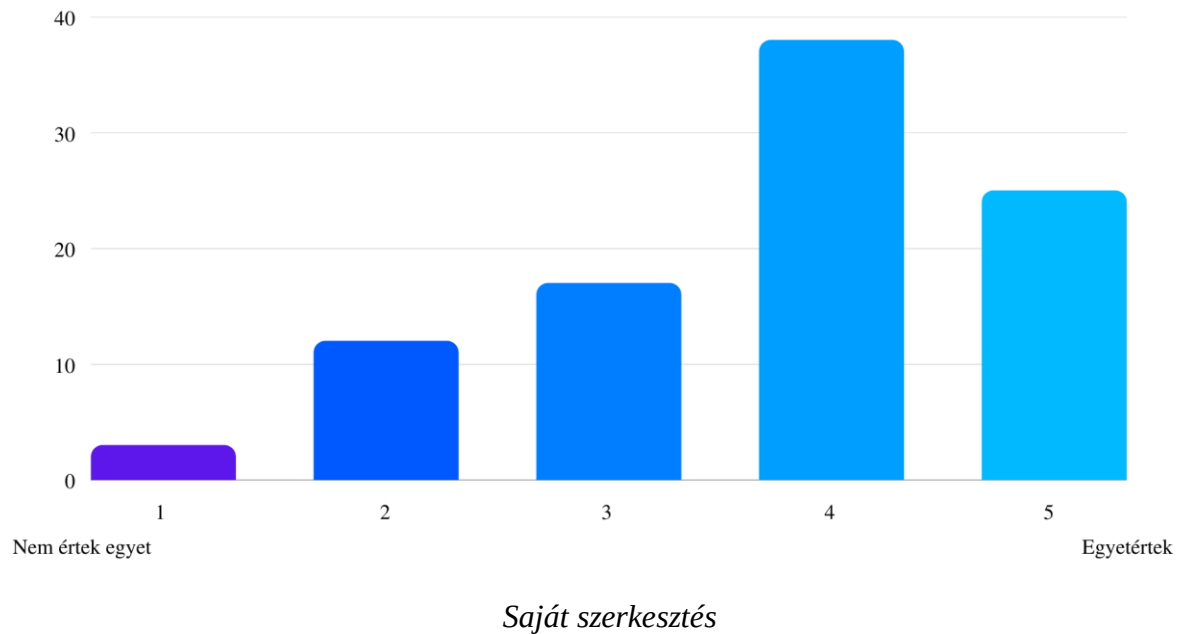


Saját szerkesztés

A 28-as ábrán a heurisztikus információfeldolgozás utolsó állítását mutatom be, amely („Sokkal több információ áll rendelkezésre a klímaváltozásról, mint amennyire nekem személy szerint szükségem van.”) 11 nem értek egyet és 33 inkább nem értek egyet választ kapott, míg 9 egyetértek és 21 inkább egyetértek, illetve 21 mindkét irányban ugyanúgy gondolkodó válaszokat kapott. Ahogy, az előző állításnál, úgy itt is az látható, hogy a többség 44 személy inkább a kevésbé heurisztikus információfeldolgozás felé hajlik, azaz szerintük kevesebb információ áll rendelkezésre a klímaváltozásról, mint, amennyire nekik szükségük lenne. 30 személy gondolja úgy a válaszok alapján, hogy számukra elég információ áll rendelkezésre a klímaváltozásról.

29. ábra
Szisztematikus információfeldolgozás 1. állítás

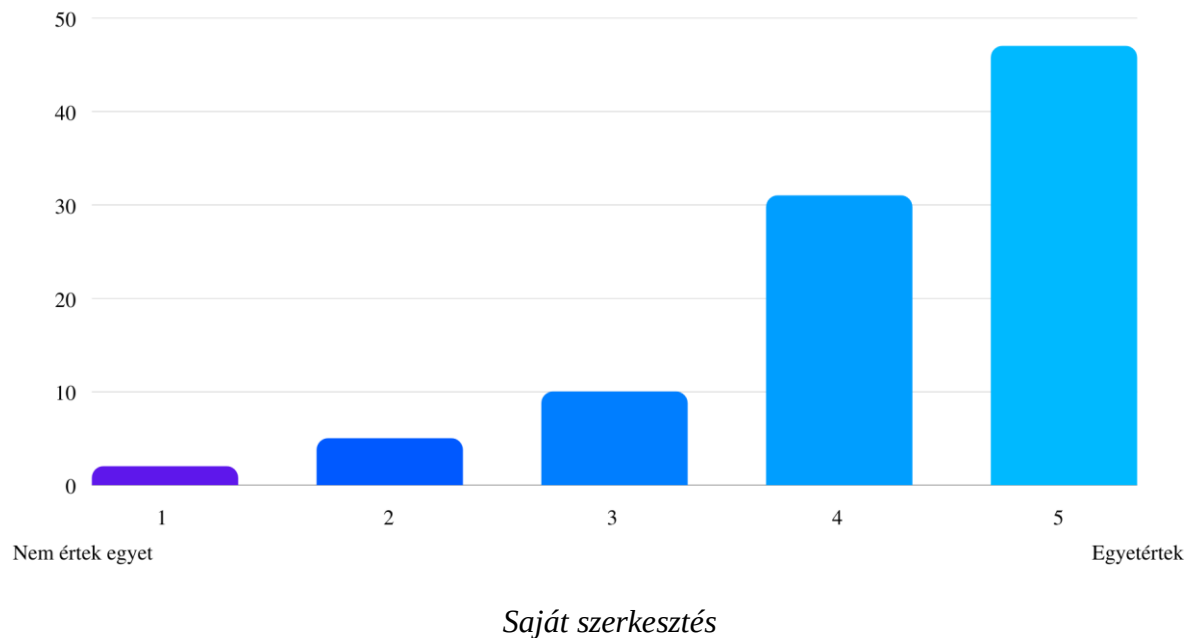
Miután klímaváltozással kapcsolatos információval találkozom, valószínűleg megállok és elgondolkodom rajta.



A 29-es ábrán a klímaváltozással kapcsolatos hírek szisztematikus információfeldolgozását vizsgálom. Az állításra („*Miután klímaváltozással kapcsolatos információval találkozom, valószínűleg megállok és elgondolkodom rajta.*”) kapott 25 egyetérték, 38 inkább egyetérték válaszok szerint a kitöltők döntő többsége 66%-a gondolja úgy, hogy a klímaváltozással kapcsolatos hírek hatására hosszas gondolkodásba esik a témán és próbálja mélyen megérteni a kapott információk fontosságát és értékét. A kitöltők közül 3-an nem értenek egyet és 12-en inkább nem értenek egyet az állítással. Ők a válaszuk alapján inkább a heurisztikus információfeldolgozás felé hajlanak el, tehát kevesebb időt hagynak a téma megértésére és szintetizálására. 17 olyan kitöltő volt, akik mindkét irányban azonosnak érezték a viselkedésüket.

30. ábra
Szisztematikus információfeldolgozás 2. állítás

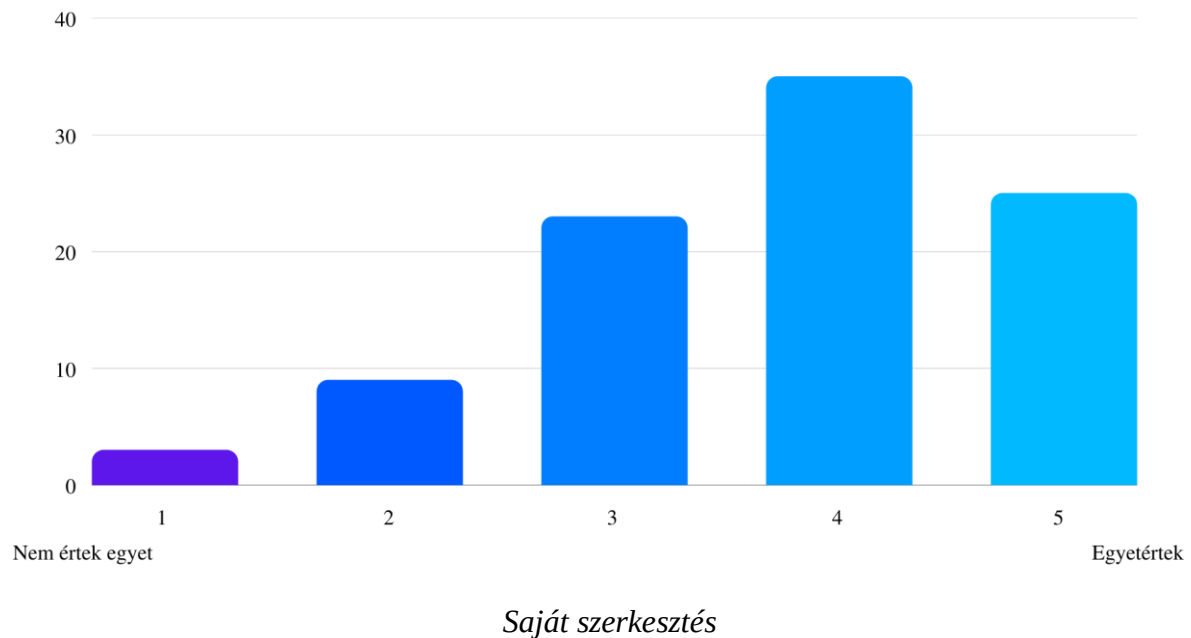
Ha tennem kell valamit a klímaváltozással kapcsolatban, minél több nézőpontot kapok,
annál jobb.



A szisztematikus információfeldolgozás második állítására („Ha tennem kell valamit a klímaváltozással kapcsolatban, minél több nézőpontot kapok, annál jobb.”) 47 egyetérték és 31 inkább egyetérték választ kaptam. A 30-as ábrán látható, hogy ez az arány nagyon magas a 2db nem értek egyet és 5db inkább nem értek egyet válaszokhoz képest. Mindössze 10-en nem tudták eldönteni, hogy melyik irányban vannak jobban elköteleződve, így ők a 3-as értéket választották. Ezzel az állítással a válaszadók 82%-a értett egyet, tehát a többség inkább több nézőpontból, forrásból szeret tájékozódni a válaszok alapján, a klímaváltozás ügyében tett lépései előtt. Ezek a válaszok erős szisztematikus információfeldolgozásról adnak bizonyosságot. Az előző állításhoz képest csökkent az egyet nem értők száma, ők kitartanak amellett, hogy elég számukra a könnyen elérhető néhány forrásból való tájékozódás a klímaváltozással kapcsolatos döntések előtt.

31. ábra
Szisztematikus információfeldolgozás 3. állítás

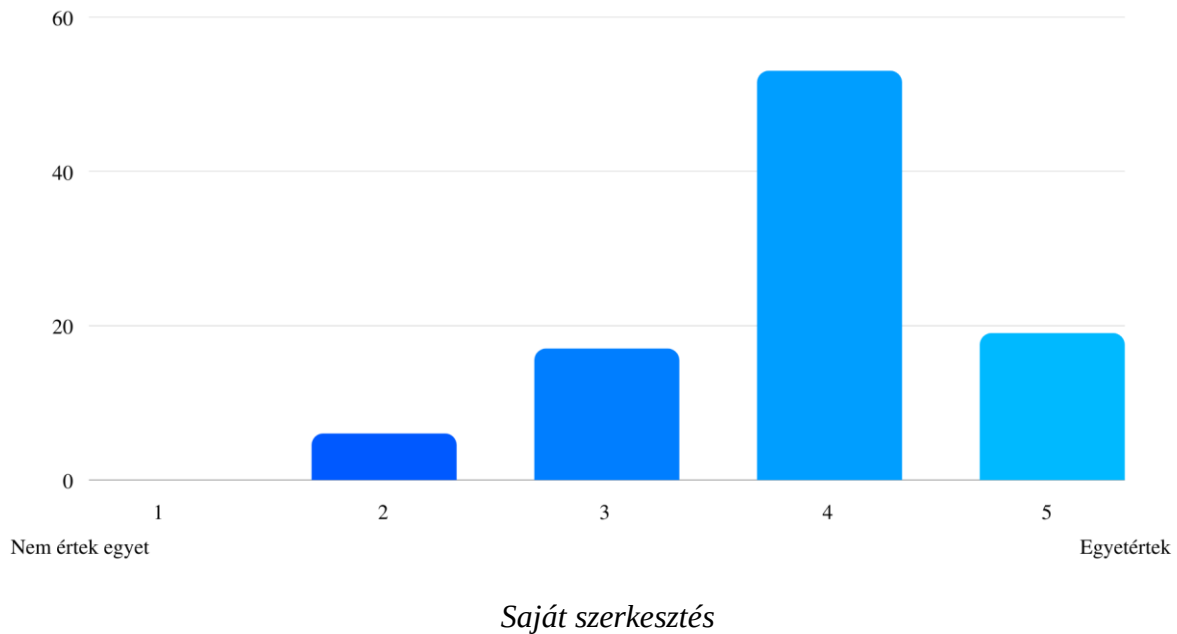
Fontos számomra, hogy a klímaváltozással kapcsolatos információkat úgy értelmezzem,
hogy azok közvetlenül az életemre vonatkoznak.



A 31-es ábrán a harmadik állítást („Fontos számomra, hogy a klímaváltozással kapcsolatos információkat úgy értelmezzem, hogy azok közvetlenül az életemre vonatkozzanak.”) láthatjuk. 25 egyetérték, 35 inkább egyetérték választ kaptam az állításra, tehát a kitöltők többsége 63%-a egyetértett az állítással. 3-an nem értenek egyet az állítással, illetve, 9-en inkább nem értenek egyet vele. 23 olyan személy volt, aki mindkét irányban egyenlően vélekedett. Azok közül, akik nem értettek egyet az állítással sokan érezhetik úgy, hogy a klímaváltozás problémája valós, viszont egyelőre nincs hatással a saját életükre és nem is tudja elképzelni, hogy ilyen helyzet előállhatna. Akik egyetértettek az állítással inkább úgy vélekedhetnek, hogy a klímaváltozás problémája jelen van az ő életükben is, hatással van rájuk, vagy legalábbis belátható időn belül hatással lehet az életükre. Ilyen módon hasznosnak ítélik a kapott információt beépíteni ebbe a gondolatmenetbe, hogy felkészülhessenek a probléma kezelésére, megelőzésére.

32. ábra
Szisztematikus információfeldolgozás 4. állítás

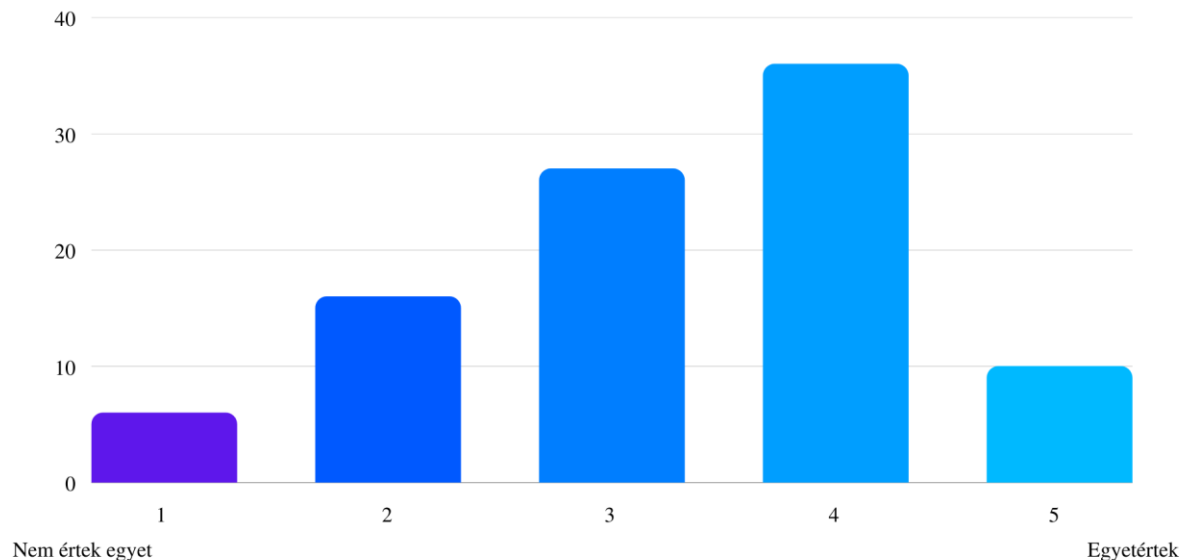
Miután elgondolkodtam a klímaváltozás témáján, könnyebben átlátom a fontos pontokat.



A fenti (32.) ábra a negyedik szisztematikus információfeldolgozást vizsgáló állítást („Miután elgondolkodtam a klímaváltozás témáján, könnyebben átlátom a fontos pontokat.”) mutatja be, a klímaváltozás témájában. A kitöltők közül 19-en egyetértettek az állítással, míg 53-an inkább egyetértettek vele. 17-en voltak, azok, akik nem tudtak dönteni, egyik irány felé sem és 6-an voltak, azok, akik inkább nem értékelték egyet az állítással. Ez a nagy arányú egyetértés, összesen 72, arra enged következtetni, hogy újra szerepet játszott a válaszadók döntésében az önértékelés. Tehát az a lehetőség, hogy hosszabb ideig tartó gondolkodás után nem látjuk át a dolgokat, nem tűnik senki számára túl vonzónak és az önértékelésünket is bánthatja. Emiatt, sokan inkább egyetértettek az állítással. Az a lehetőség is szóba jöhet, hogy a résztvevők tényleg könnyebben látják át kulcspontokat, abban az esetben, ha elgondolkodnak rajta. Viszont ez az állítás félrevezető lehet, hiszen sokan átlátnák a dolgokat, hogyha elgondolkoznának rajta, ennek ellenére ezt sokan nem teszik meg, így hiába lehetne könnyedebb rálátásuk a dolgokra nem lesz, mivel nem teszik meg az első lépést, nem gondolkoznak a témán (klímaváltozás) hosszabb ideig.

33. ábra Szisztematikus információfeldolgozás 5. állítás

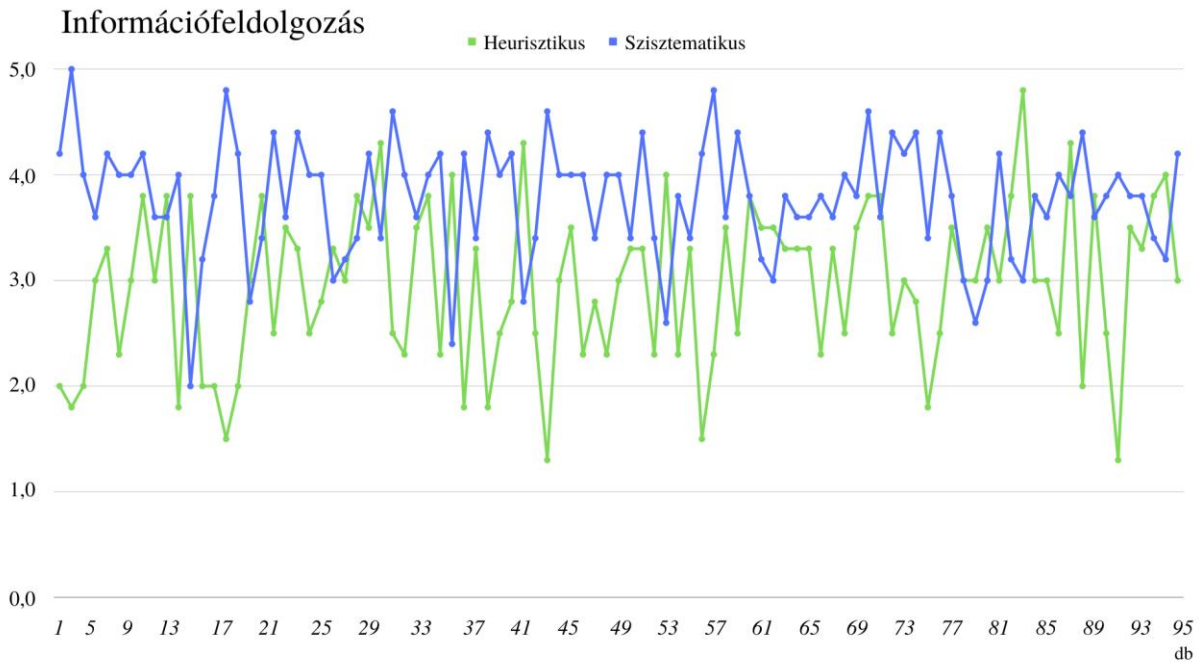
Amikor klímaváltozással kapcsolatos információval találkozom, a legtöbbet elolvasom vagy meghallgatom, még akkor is, ha esetleg nem értek egyet a nézőpontjával.



Saját szerkesztés

Az utolsó szisztematikus információfeldolgozásra irányuló állítás („Amikor klímaváltozással kapcsolatos információval találkozom, a legtöbbet elolvasom vagy meghallgatom, még akkor is, ha esetleg nem értek egyet a nézőpontjával.”) és bemutatása látható a 33. ábrán. A kitöltők közül 6-an nem értettek egyet és 16-an inkább nem értenek egyet az állítással, míg 27-en nem tudták eldönteni, hogy melyik irányban köteleződjene el. 10-en egyetértettek és 36-an inkább egyetértettek az állítással. A fenti állítás egy empátikus magatartást szeretne bemutatni, azzal a lehetőséggel, hogy azokat is meghallgatjuk, akikkel esetleg nem értünk egyet. Úgy gondolom ez a viselkedés nagyon fontos a mindennapi életünkben és a kitöltők többsége is (46-an) egyetértett vele mintsem cáfolta volna (22-en). Látható, hogy a válaszadók közül nem sokan választották azt a lehetőséget, hogy tisztán egyetértenek az állítással, tehát elmondható, hogy némi korrekció szóba jöhetett a kitöltőknél. Úgy gondolom nem szívesen mondták volna, hogy igazából nem hallgatnák végig azt, akivel nem értenek egyet, viszont mivel ez a társadalmilag elvárt viselkedés, így jobbnak látták ezt választani. Azok, akik nem értettek egyet az állítással, inkább heurisztikus információfeldolgozás felé hajlanak, tehát az, olyan információkat kevésbé értékelik sokra, amelyek nem egyeznek meg az elképzeléseikkel.

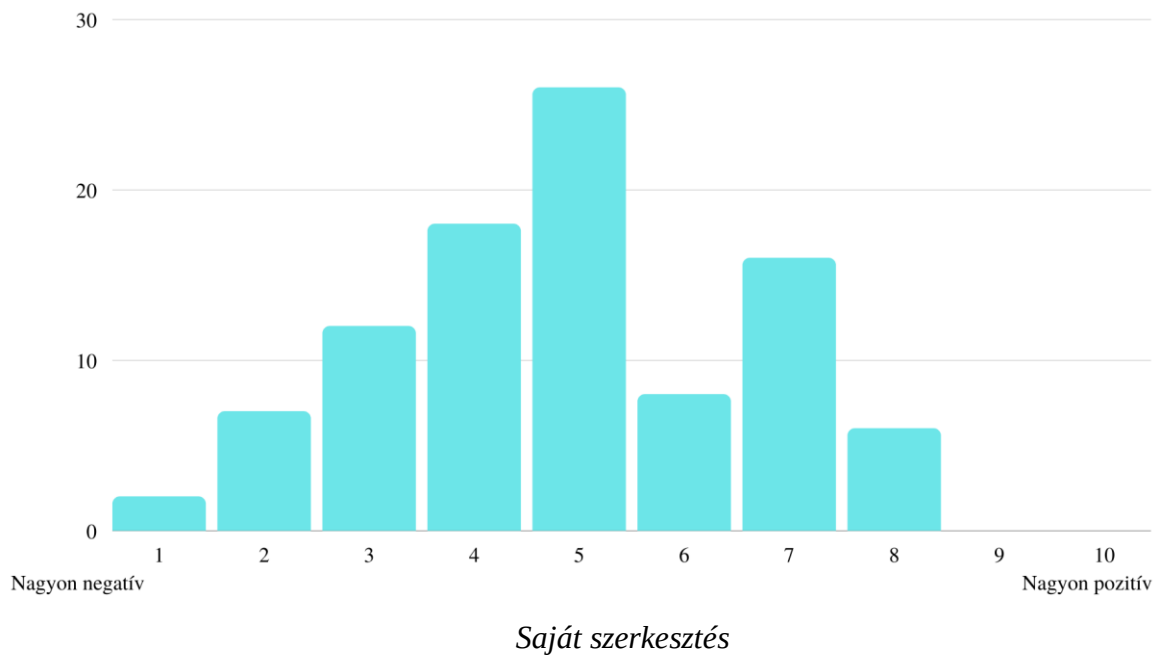
34. ábra
A kitöltők információfeldolgozásra vonatkozó értékei



Saját szerkesztés

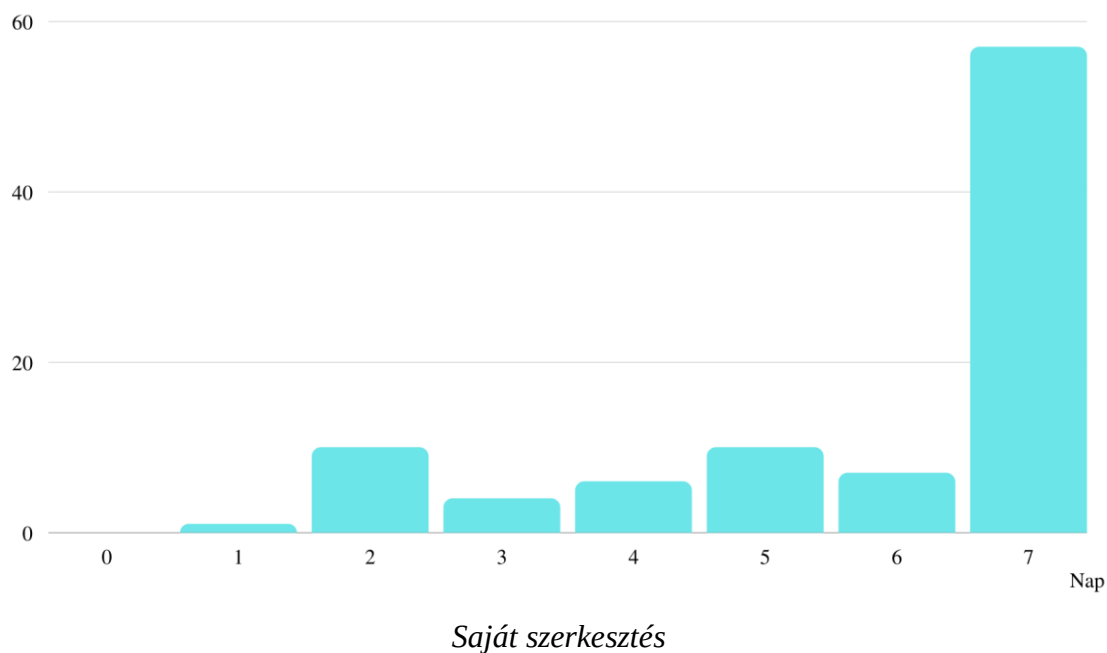
A fent elemzett 4 heurisztikus és 5 szisztematikus információfeldolgozásra irányuló állításból, egy-egy összesítetett változót képeztem (forrás) alapján. A 34-es ábrán látható, hogy az egyes válaszadók, milyen szintű heurisztikus és szisztematikus információfeldolgozással rendelkeznek. A második válaszadó értékénél látható, hogy magas szintű szisztematikus és alacsony szintű heurisztikus információfeldolgozással rendelkezik, tehát sokkal inkább hajlik a vitatott téma, jelen esetben klímaváltozás témájában való elmélyülésre, mint a felületes és elfogult információ gyűjtésre. Azok, akik alacsony szintű szisztematikus információfeldolgozással és magas szintű heurisztikus információfeldolgozással rendelkeznek pont fordítva viselkednek, mint az előbb bemutatott második kitöltő. A magas heurisztikus információfeldolgozás arra utal, hogy hajlamos az egyes témákban (itt klímaváltozás), a felületes információgyűjtésre, illetve kevés információ ellenére határozott vélemény alkotására.

35. ábra
A kitöltők hozzáállása a Facebookhoz
 Az Ön érzései a Facebookkal kapcsolatban.



A 35-ös ábrán („Az Ön érzései a Facebookkal kapcsolatban.”) a megkérdezettek Facebookkal kapcsolatos érzéseire kérdeztem rá, az értékeléseket egy 1-10-ig terjedő Likert-skálán lehetett megadni, ahol az 1-es értékelés nagyon negatív érzéseket jelentett, míg a 10-es értékelés nagyon pozitív hozzáállást jelentett. A válaszok átlaga 4,9-es értékelést adott, míg a válaszok mediánja 5-ös értékelést kapott, ami 0,1-gyel nagyobb, mint az átlag. Összességében a válaszadók az 5-ös értékelést választottak a legtöbben összesen 26-an, illetve az átlag és a medián is az 5-ös értékhez áll a legközelebb, emiatt az látható, hogy a kitöltők átlagosan se nem nagyon negatívan, se nem nagyon pozitívan értékelik a Facebookkal kapcsolatos érzéseiket.

36. ábra
A kitöltők Facebook használatának megoszlása
 Egy átlagos héten hány napon használja a Facebookot?



A 36-os ábrán a Facebook használatával kapcsolatos kérdést („Egy átlagos héten hány napon használja a Facebookot?”) mutatok be. A válaszadók körében láthatóan a heti hét napos Facebook használat volt a legelterjedtebb, pontosan 57-en használják a Facebookot a megkérdezettek közül hétből hét napot, ami a megkérdezettek 60%-át jelenti. Csupán 1 személy volt, aki heti egyszer használja a Facebookot. A megkérdezettek átlagosan 5,8 napot használják a Facebookot, míg a Facebook heti használatának középértéke 7 napot tesz ki, ami 1,2 nappal több mint az átlag.

2.2.5 Összefüggések vizsgálata

Kutatásom során, szerettem volna, olyan aspektusokat bemutatni, amelyek által a gyakorlatban is látható példákhoz juthatunk az álhírek és az intuitív gondolkodás témakörében. Emiatt kutatásomban klímaváltozás témájú álhíreket és valós híreket mutattam be, amelyeket a kitöltők egyesével értékelték. Előfeltevésem volt a kutatás során, azok a kitöltők, akiknek a heurisztikus információfeldolgozási szintje magas lesz a klímaváltozással kapcsolatos információkban, míg klímaváltozással kapcsolatos attitűdjük negatív lesz, mivel kevésbé tájékozott a témában, emiatt szkeptikus vele kapcsolatban, illetve tehetetlennek érzik magukat a probléma megoldásában. A feltételezésem a kutatás során igazolást nyert. Továbbá, a

klímaváltozással kapcsolatos szisztematikus információfeldolgozás és a klímaváltozással kapcsolatos pozitív attitűd között feltételeztem kapcsolatot, miszerint a magas szisztematikus információfeldolgozási szinttel rendelkező kitöltők, hisznek a klímaváltozásban és kevésbé szkeptikusan gondolkoznak róla, hiszen tájékozottak a témában. A szisztematikus információfeldolgozásra irányuló hipotézisem szintén igazolást nyert. Előfeltevésem volt a kutatás során, hogy a klímaváltozással kapcsolatos álhírek hihetősége, amelyet (igazságszint, pontosság, megbízhatóság) szempontjaival mértem, magas lesz, azok körében, akiknek a klímaváltozással kapcsolatos attitűdjük szkeptikus, ugyanígy a szkeptikus attitűddel rendelkezők, alacsony hitet tanúsítanak a klímaváltozás témájú valós hírekben. Ezek az előfeltevéseim a kutatásom során igazolást nyertek.

2. táblázat
A heurisztikus információfeldolgozás kapcsolata a klímaváltozással kapcsolatos attitűdökkel

	Heurisztikus	Aggodalom	Tehetetlenség	Szkepticizmus
Heurisztikus	1	.003	.293**	.450**
Aggodalom	.003	1	-.034	-.128
Tehetetlenség	.293**	-.034	1	.314**
Szkepticizmus	.450**	-.128	.314**	1

** . Korreláció szignifikáns 0.01 szinten (két oldalú)

A fenti táblázatban a heurisztikus információfeldolgozás, az aggodalom a tehetetlenség és a szkepticizmus változói láthatóak. Az aggodalom változóját, az aggodalomra vonatkozó kérdések válaszaiból állítottam össze, ugyanígy a tehetetlenség és a szkepticizmus változóit is. A táblázatban látható, hogy a klímaváltozással kapcsolatos heurisztikus információfeldolgozás pozitív (.293**) és szignifikáns (0.01 szinten, két oldalú) kapcsolatban áll a klímaváltozással kapcsolatos tehetetlenség érzésével, illetve a heurisztikus információfeldolgozás pozitív (.450**) és szignifikáns (0.01 szinten, két oldalú) kapcsolatban áll a klímaváltozással kapcsolatos szkepticizmussal. Ez a hatás azért lehetséges, mivel azok az egyének, akik szkeptikusan állnak a klímaváltozáshoz, kevésbé járnak utána a témának, így heurisztikusan saját kútforrásból értékelik a rendelkezésükre álló információt. Ugyanígy a tehetetlenség érzésével is, az információk hiánya okozhatja azt, hogy nem tudják, hogy álljanak a kérdéshez, mivel felkészületlenek, emiatt érezhetik magukat elveszve a kérdést illetően. Az aggodalom és a heurisztikus információfeldolgozás között nem volt kapcsolat (.003). Ez arra adhat magyarázatot, hogy azok, akik nem járnak utána a klímaváltozás témájának, kevésbé aggódnak

az esetleges következmények miatt, hiszen nincs a birtokukban olyan információ, ami miatt aggódhatnának.

3. táblázat
A szisztematikus információfeldolgozás kapcsolata a klímaváltozással kapcsolatos attitűdökkel

	Szisztematikus	Aggodalom	Tehetetlenség	Szkepticizmus
Szisztematikus	1	.260*	-.454**	-.414**
Aggodalom	.260*	1	-.034	-.128
Tehetetlenség	-.454**	-.034	1	.314**
Szkepticizmus	-.414**	-.128	.314**	1

*. Korreláció szignifikáns 0.05 szinten (két oldalú)

**. Korreláció szignifikáns 0.01 szinten (két oldalú)

A fenti táblázatban a klímaváltozással kapcsolatos szisztematikus információfeldolgozás és a klímaváltozással kapcsolatos aggodalom, tehetetlenség és szkepticizmus változói láthatóak. Az éghajlat változással kapcsolatos szisztematikus információfeldolgozás pozitív (.260*) és (0.05 szinten, két oldalú) szignifikáns kapcsolatban áll a klímaváltozással kapcsolatos aggodalommal. Ezt a hatást okozhatja, hogy azok, akik utánajárnak a klímaváltozás témájának, azok számára aggodalomra adhat okot, a talált információ. Továbbá negatív (-.454**) és szignifikáns (0.01 szinten, két oldalú) kapcsolat van a klímaváltozással kapcsolatos szisztematikus információfeldolgozás és a klímaváltozással kapcsolatos tehetetlenség, illetve a szisztematikus információfeldolgozás és a klímaváltozással kapcsolatos szkepticizmus között (-.414**, 0,01 szinten két oldalú). Ezek a hatások azért jöhetnek létre, mivel azok az egyének, akik széleskörűen utána járnak az éghajlatváltozás kérdésének, azok megtalálják a módját arra, hogy hogyan tegyenek a probléma megoldásáért. Ugyanígy azok, akik utána járnak a klímaváltozás témájának, kevésbé lesznek szkeptikusak vele kapcsolatban, hiszen a rendelkezésre álló információk széleskörű értékelése lehetőséget ad arra, hogy a vizsgálódó személy belássa a kérdés valóságosságát és fontosságát. A klímaváltozással kapcsolatos aggodalom és a tehetetlenség (-.034), illetve a szkepticizmus (-.128) között negatív, de nem szignifikáns kapcsolatot találtam. A klímaváltozással kapcsolatos tehetetlenség és szkepticizmus között pozitív (.314**) és szignifikáns (0.01 szinten, két oldalú) kapcsolatot találtam. A klímaváltozással kapcsolatos szkepticizmus és a tehetetlenség közti kapcsolat, az információhiányban rejthet, mivel szkeptikus viselkedés miatt, hiányos információkkal

rendelkezik a témában, így nincsenek tisztában a klímabarát viselkedés kialakításának feltételeivel, ami megszüntethetné vagy csökkenthetné ezt az érzést.

4. táblázat
A klímaváltozással kapcsolatos szkepticizmus kapcsolata az klímaváltozás témájú álhírekkel

	Szkepticizmus	Érzékelt igazság (H)	Érzékelt megbízhatóság (H)	Érzékelt pontosság (H)
Szkepticizmus	1	.173	.286**	.223*
Érzékelt igazság (H)	.173	1	.852**	.803**
Érzékelt megbízhatóság (H)	.286**	.852**	1	.886**
Érzékelt pontosság (H)	.223*	.803**	.886**	1

*. Korreláció szignifikáns 0.05 szinten (két oldalú)

**. Korreláció szignifikáns 0.01 szinten (két oldalú)

A fenti táblázatban látható, hogy az éghajlatváltozással kapcsolatos szkepticizmust, az éghajlatváltozás témájú álhírek érzékelt igazságát, megbízhatóságát és pontosságát elemzem. Pozitív (.173) de nem szignifikáns kapcsolatot találtam az éghajlatváltozással kapcsolatos szkepticizmus és az klímaváltozással kapcsolatos álhírek érzékelt igazsága között. Továbbá a szkepticizmus és az klímaváltozással kapcsolatos álhírek érzékelt megbízhatósága (.286**, 0.01 szinten, két oldalú) és pontossága (.223*, 0.05 szinten, két oldalú) között pozitív és szignifikáns kapcsolatot találtam. A szkepticizmus és az álhírek megbízhatósága közti kapcsolat, abban lehet, hogy azok, akik szkeptikusan állnak a klímaváltozás témájához, azok nagyobb valószínűséggel tartják megbízhatónak azokat a híreket, amelyek cáfolják a klímaváltozás ügyét, ugyanígy az álhírek érzékelt pontosságánál. Pozitív és szignifikáns (0.01 szinten, két oldalú) kapcsolatot találtam a klímaváltozással kapcsolatos álhírek érzékelt igazsága (.852**) és megbízhatósága és pontossága (.803**) között. Az érzékelt megbízhatóság és az érzékelt pontosság között szintén pozitív (.886**) és (0.01 szinten, két oldalú) szignifikáns kapcsolatot találtam. A három változó mind pozitív és szignifikáns kapcsolatban van

egymással, ezt magyarázhatja, hogy azok, akik elhiszik az álhíreket, megbízhatónak és pontosnak is tartják ezeket.

5. táblázat

A klímaváltozással kapcsolatos szkepticizmus kapcsolata a klímaváltozás témájú igaz hírekkel

	Szkepticizmus	Érzékelt igazság (I)	Érzékelt megbízhatóság (I)	Érzékelt pontosság (I)
Szkepticizmus	1	-.237*	-.254*	-.161
Érzékelt igazság (I)	-.237*	1	.865**	.849**
Érzékelt megbízhatóság (I)	-.254*	.865**	1	.891**
Érzékelt pontosság (I)	-.161	.849**	.891**	1

*. Korreláció szignifikáns 0.05 szinten (két oldalú)

**. Korreláció szignifikáns 0.01 szinten (két oldalú)

A fenti táblázatban az éghajlatváltozással kapcsolatos szkepticizmus és az éghajlatváltozással kapcsolatos igaz hírek közötti kapcsolatot vizsgálom. A szkepticizmus és az érzékelt igazság, (-.237*, 0.05 szinten, két oldalú) megbízhatóság (-.254*, 0.05 szinten, két oldalú) és pontosság (-.161) között negatív kapcsolatot találtam, amelyek közül az érzékelt pontosság nem volt szignifikáns. A negatív kapcsolat a szkepticizmus és az érzékelt igazság között azért lehetséges, mivel, ha a vizsgált személy szkeptikusan áll az éghajlatváltozáshoz, akkor ő kisebb mértékben nyitott az olyan információkra, amelyek ezt a nézetet esetlegesen cáfolják. Ugyanez a kapcsolat érvényes a szkepticizmus és a megbízhatóság között is. A klímaváltozással kapcsolatos igaz hírek érzékelt igazsága és megbízhatósága (.865**) és pontossága (.849**) között pozitív szignifikáns (0.01 szinten, két oldalú) kapcsolat van. Az érzékelt megbízhatóság és az érzékelt pontosság (.891**) között szintén pozitív és szignifikáns (0.01 szinten, két oldalú) kapcsolat van. Mindhárom változó pozitívan szignifikáns egymással. Ezek a kapcsolatok azzal magyarázhatóak, hogyha a vizsgált személy egy klímaváltozással kapcsolatos hírt igaznak talál, akkor ugyanazt a hírt megbízhatónak és pontosnak is fogja értelmezni.

2.2.6 Álhírek és kognitív reflexiós tesztek vizsgálata

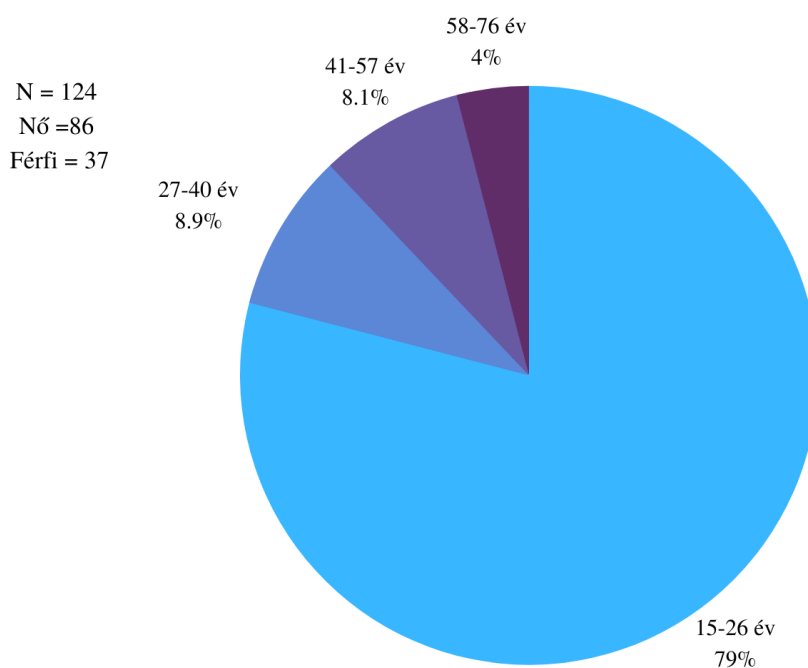
Tanulmányom célja, felmérni és bemutatni a kognitív képességek szintjének kapcsolatát az álhírekben való hittel. Kutatásom alapját az a meglátás adta, miszerint a magas kognitív képességekkel rendelkezők, inkább analitikus, kognitív gondolkodásúak, emiatt megfontoltabb döntéseket hoznak, így az álhíreket könnyebben és hatékonyabban szűrik ki, mint az alacsonyabb kognitív képességekkel rendelkezők. Azok, akik főként intuitív gondolkodásúak, gyorsabb és meggondolatlan döntéseket hozhatnak, így az álhírek technikáinak könnyebben áldozatul eshetnek. Továbbá vizsgáltam az álhírek megosztási hajlandósága és a kognitív képességek közötti kapcsolatot. Az előfeltételezésem az előzőekben ismertetetteken alapul, tehát a gyors és meggondolatlan, azaz, intuitív gondolkodásnak köszönhetően magasabb megosztási hajlandósággal rendelkeznek, azok, akik alacsonyabb pontszámot értek el a kognitív reflexiós teszten. Kutatásomban feltételeztem, hogy azok, akik megosztják az álhíreket jobban hisznek az álhírben említett állításokban, mint azok, akik kisebb hajlandósággal osztják meg őket. Ugyanez a feltételezés a valós hírek megosztási hajlandóságára is vonatkozott.

Kérdőívemet a Google Forms alkalmazásban állítottam össze, amelyet az összeállítás után közösségi média platformokon osztottam meg a kitöltések végett. A kitöltés anonim és önkéntes volt.

Kérdőívemben bemutattam 3 hamis (*A klímaváltozás átverés, állítja 400 tudományos cikk..., NASA: az óceánok szintje két éve csökken, Al Gore: a globális felmelegedés, globális lehűlést okoz*) illetve 3 igaz (*Tudományok tények a klímaváltozásról, 3 billió tonna jég olvadt el a globális felmelegedés hatására 1992 óta, Miért okoz a globális felmelegedés keményebb teleket?*) hírt (Lutzke et al., 2019). A hamis hírek voltak a kérdőív elején, aztán az igaz hírek következtek. A hír ismertetése után, amely egy címből, egy képből és rövid leírásból állt, megjelenésben pedig hasonló tervezést kapott, mint a közösségi médiában megjelenő hírek. A hírcikkek megtalálhatóak az 1. mellékletben. A hírek hihetőségét 3 darab, 1-7-ig terjedő Likert-skálán (1-egyáltalán nem *hihető*, 7-teljesen *hihető*) mértem a cikk hihetőségét („*Mennyire találja hihetőnek ezt a cikket?*”), igazság tartalmát („*Mennyire találja igaznak ezt a cikket?*”) és hitelességét („*Mennyire találja hitelesnek ezt a cikket?*”), amelyekből egy egyesített „*Hihetőségi*” változót képeztem (Moravec et al., 2020). További egy kérdéssel mértem a cikkel kapcsolatos megosztási attitűdöt („*Fontolóra venné, hogy megosztaná ezt a történetet online (például a Facebookon vagy a Twitteren keresztül)?*”) (igen, nem, talán) válasz lehetőségekkel (Pennycook és Rand, 2019). A cikkek bemutatása után a kérdőív további részét egy kognitív reflexiós teszt (CRT) adta, amelyet egy 3 kérdéses tesztből (Frederick, 2005) és egy 4 kérdéses

tesztből állítottam össze (Thomson és Oppenheimer, 2016). A feltett kérdések megtalálhatóak a 4., illetve 5. mellékletben. Végül a demográfiai adatok következtek.

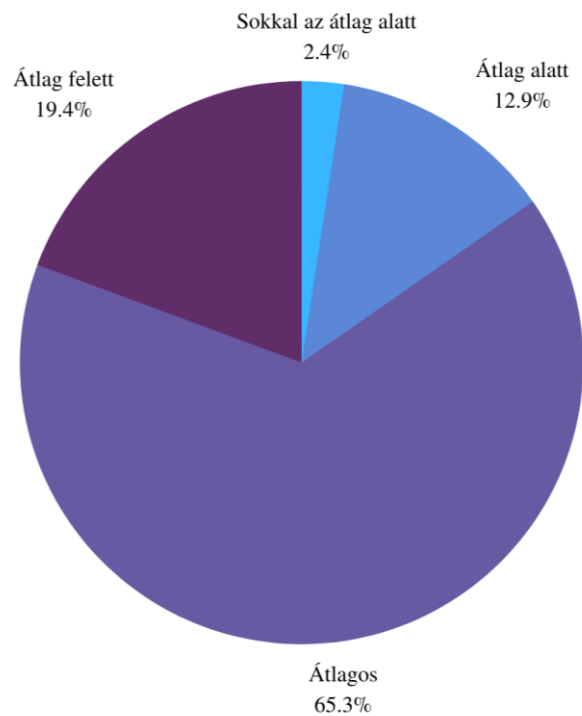
37. ábra
A kitöltők nem és kor szerinti megoszlása



Saját szerkesztés

A kérdőív lezárása után összesen 127 kitöltéssel rendelkeztem, az adattisztítást követően 124 kitöltéssel tudtam tovább dolgozni. A nemek eloszlása 86 nő és 37 férfi, illetve egy egyéb kategóriába eső egyénnel alakult. A kitöltők 79,03%-a 15-26-os korosztályból került ki, 8,87%-a 27-40 éves korosztályból, 8,06%-a 41-57 és 4,03%-a 58-76 éves korosztályból került ki.

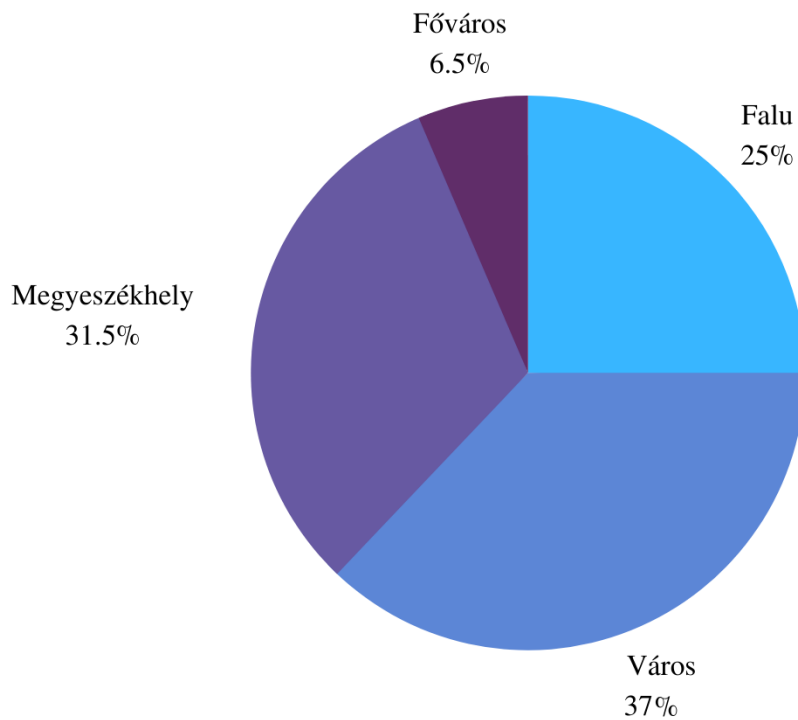
38. ábra
A kitöltők jövedelem szerinti megoszlása



Saját szerkesztés

A kitöltők jövedelem szerinti megoszlása látható a 38. ábrán, mely szerint a kitöltők 2,4%-ának jövedelme sokkal az átlag alatt, illetve 19,4%-a átlag feletti jövedelemmel rendelkezik. A kitöltők 12,9%-a rendelkezik átlag alatti, míg 65,3%-a átlagos jövedelemmel. A jövedelem mértékének meghatározása teljesen szubjektív volt, hiszen nem adtam meg konkrét összegeket erre irányulóan. A megkérdezettek alapján a többség 84,7% átlagos vagy annál jobb anyagi helyzetben van. A kitöltők megítélése 15,3% érzi az anyagi helyzetét átlag alattinak vagy annál is rosszabbnak.

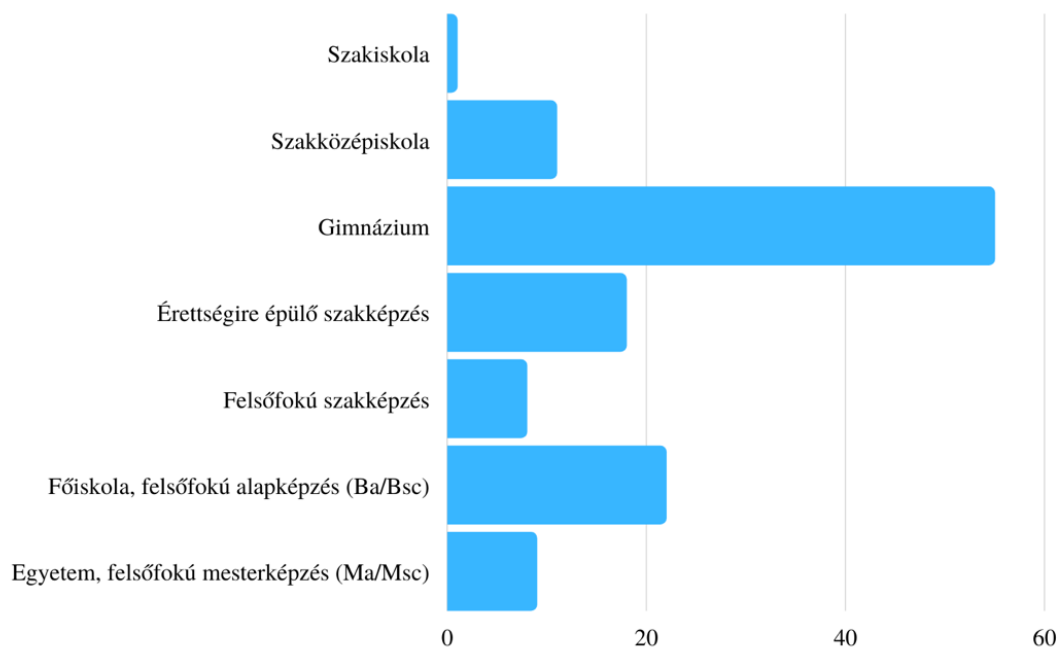
39. ábra
A válaszadók lakhely szerinti megoszlása



Saját szerkesztés

A lakhely szerinti megoszlása a kitöltőknek a 39.ábra szerint alakult. A kitöltők 25%-a faluban lakik, 37,1%-a városban, a megyeszékhelyen lakók aránya 31,5%, míg a fővárosban a kitöltők 6,5%-a lakik. A nagy arányú 75,1% városi kitöltők véleményem szerint annak köszönhető, hogy az ismerőseim többsége inkább városban él, illetve az egyetemre járók, akik többségében válaszoltak a kérdőívemre általában városban laknak, legalábbis, amíg az egyetemi tanulmányaikat folytatják.

40. ábra
A válaszadók végzettség szerinti megoszlása



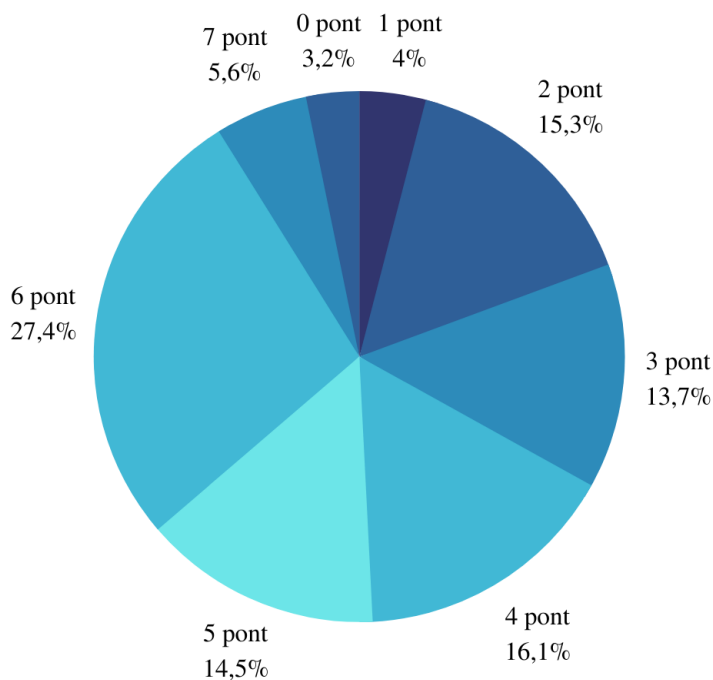
Saját szerkesztés

A kitöltők végzettségük szerint a 40. ábra alapján oszlanak meg. Látható, hogy a legtöbb kitöltő (55 db) gimnáziumot végzett, ez azért lehet, mivel a legtöbb oldal, amelyen a kérdőívet megosztottam egyetemi hallgatók használják, akik épp szakdolgozatot írnak vagy szakdolgozat írás előtt állnak, így ők valószínűleg csak érettségivel rendelkeznek. Ugyanígy ide tartoznak, a szakközépiskolában végzettek (11 db), illetve az érettségire épülő szakképzéssel rendelkezők (18 db). A szakiskolában (1 db), felsőfokú szakképzésben (8 db) végzettek közül csak alig töltötték ki néhányan a kérdőívet. Főiskolai, felsőfokú alapképzéssel rendelkezők (22 db), illetve egyetemi, felsőfokú mesterképzéssel rendelkezők (9 db) is kitöltötték a kérdőívet.

2.2.7 A megkérdezettek eredményei

41. ábra
A válaszadók kognitív reflexiós tesztjeinek pont szerinti megoszlása

Helyesen megoldott feladatok
(CRT) százalékos eloszlása

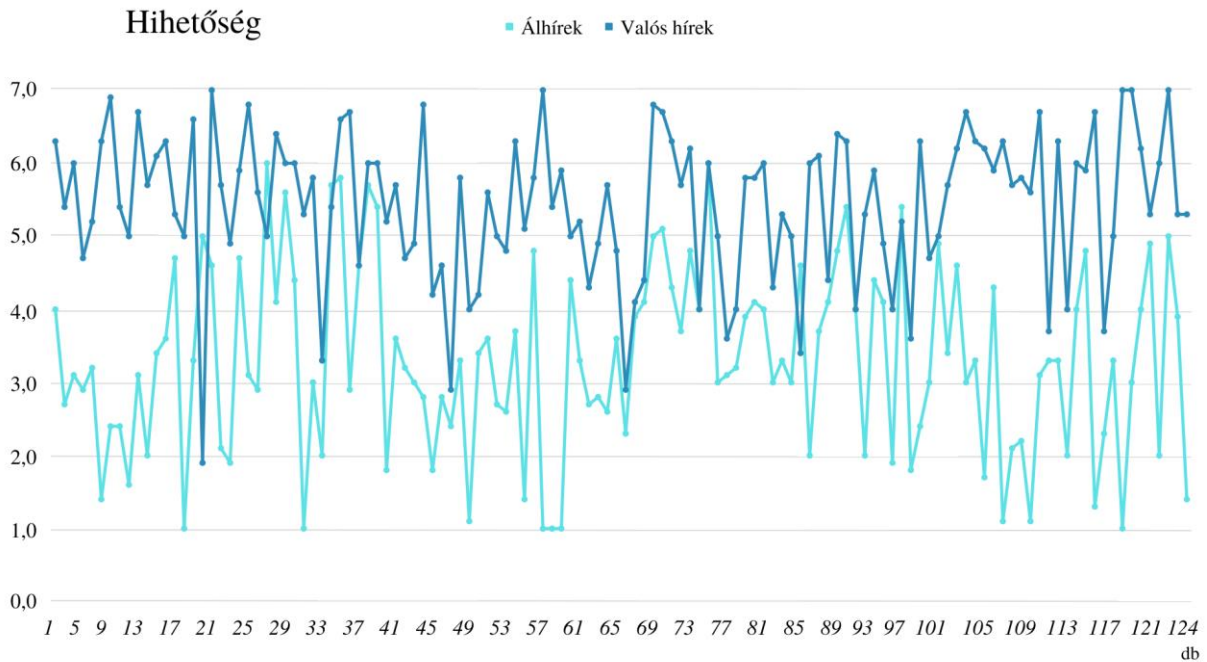


Saját szerkesztés

A fenti ábrán bemutatom, a kognitív reflexiós teszt eredményeit, amelyet a kérdőívemben 7 kérdéssel vizsgáltam. A kitöltők, 5,6%-a szerzett 7 azaz maximális pontot. Ezzel szemben 3,2% 0 pontot szerzett a teszten. A legnagyobb arányban 27,4%-ban 6 pontot szereztek a kitöltők és további 5 pontot szerzett 14,5%. A teszten nincs megfelelési korlát, amelynek meg kellett felelni. Minél több pontszámot szerzett a kitöltő, annál magasabbnak feltételezhetőek a kognitív képességei, ugyanez fordítva is igaz. A kérdések sajátosságai, hogy könnyen intuitív válaszokat adhatunk rájuk, emiatt a kevésbé átgondolt válaszokkal a tévesztés esélye is magas. Azok, akiket nem tudott becsapni az intuíciójuk, nekik sikerült magas pontszámokat gyűjteniük és így bizonyították, hogy kisebb mértékben hallgatnak az első megérzéseikre, megfontoltabbak a döntéseik során.

42. ábra

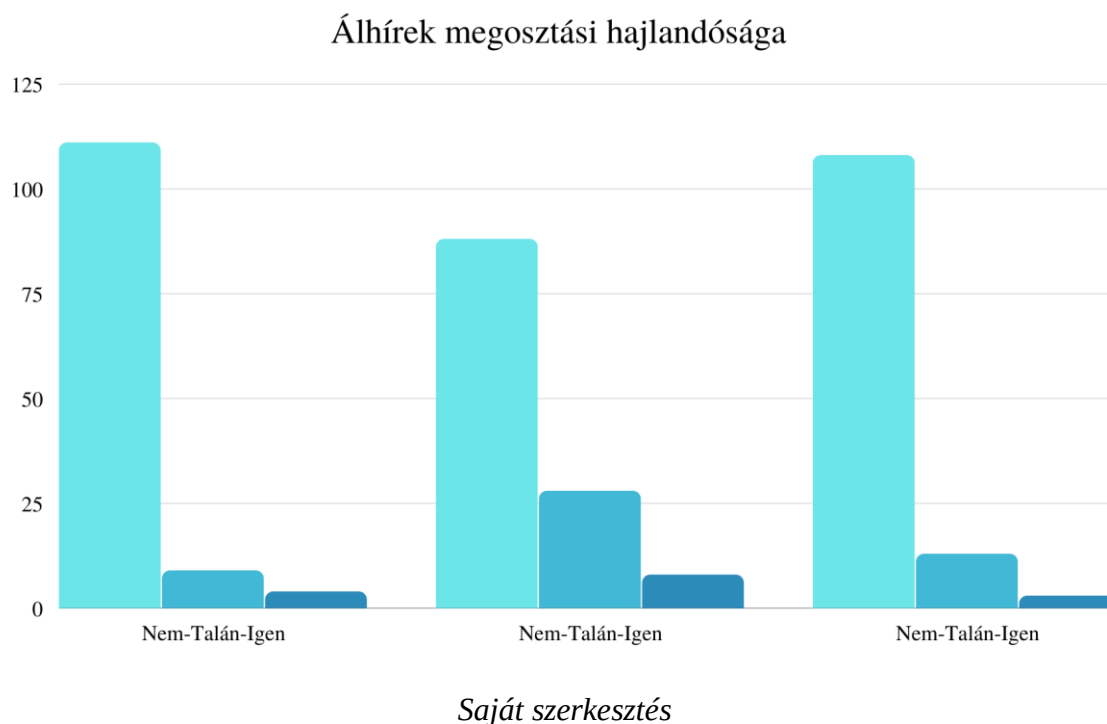
A válaszadók érzékelt hihetőség szintje az álhírek és a valós hírekre



Saját szerkesztés

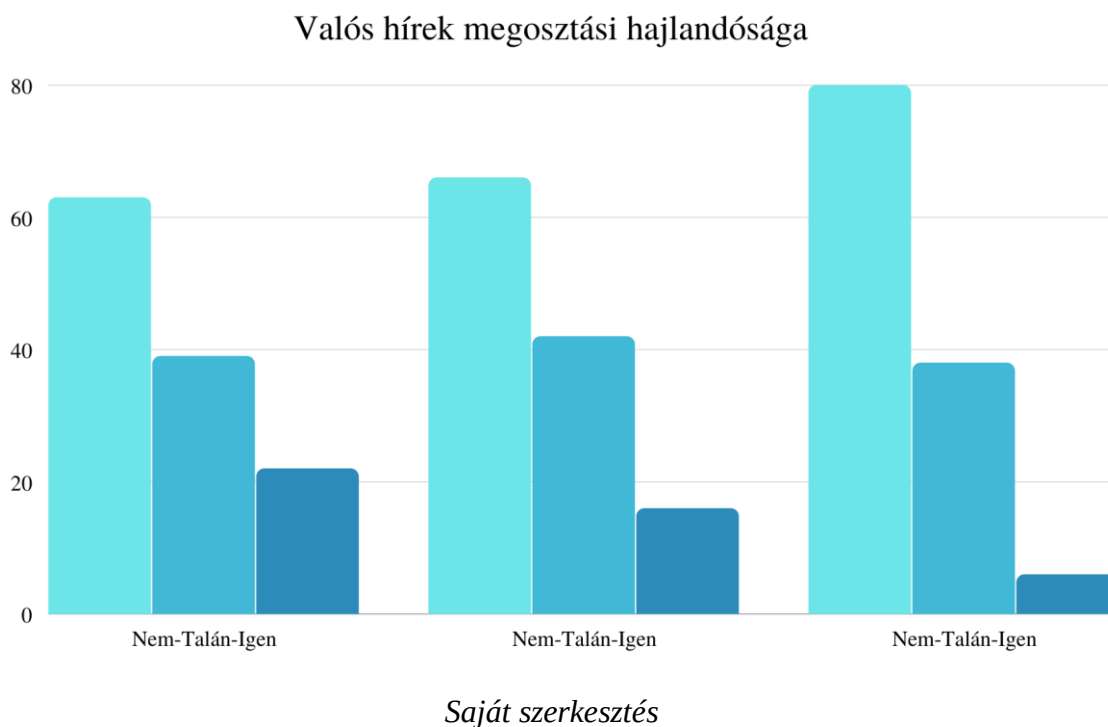
A 42. ábrán a három változóból összeállított hihetőséget szeretném bemutatni. A kitöltők értékelték az igaz és az álhíreket egyaránt a következő szempontok szerint: „Mennyire találja hihetőnek ezt a cikket?”, „Mennyire találja igaznak ezt a cikket?”, „Mennyire találja hitelesnek ezt a cikket?”. A klímaváltozással kapcsolatos három igaz és három hamis hírnél egyenként feltett kérdések válaszai alapján, egységes úgynevezett „Hihetőség” változót képeztem (Moravec et al., 2020). Az ábrán látható, hihetőségi szint külön fel van írva igaz és álhírekre egyaránt. A valós híreknek láthatóan magasabb hihetőség szintet sikerült elérnie, mint az álhíreknek, ez a jelenség elsőre biztatóan hat. Az álhírek összesített hihetőségi változójának átlaga 3-as értéket ért el, míg a valós híreké átlaga 5 pont lett. Az átlagok alapján a valós hírek hihetőségi szintje magasabb volt átlagosan, mint az álhíreké. Az álhírek hihetőségi értékének mediánja 3 volt, míg a valós híreké 6, tehát kétszer hihetőbbnek vélték a kitöltők a valós híreket az álhíreknél a medián alapján.

43. ábra
A bemutatott álhírek megosztási hajlandósága



A 43. ábrán az klímaváltozással kapcsolatos álhírek megosztási hajlandóságát („Fontolóra venné, hogy megosztaná ezt a történetet online (például a Facebookon vagy a Twitteren keresztül)?”) mutatom be (Pennycook és Rand, 2019). Az első hármas sordiagram a („A klímaváltozás átverés, állítja 400 tudományos cikk...”) vonatkozik, a második hármas sordiagram a („NASA: az óceánok szintje két éve csökken”) című álhírrre vonatkozik és az utolsó diagram pedig az („Al Gore: a globális felmelegedés, globális lehűlést okoz”) című álhírt mutatja be a megosztási hajlandóság szempontjából a kitöltők között (Lutzke et al., 2019). A legnagyobb arányban a második álhír volt az, amely a legtöbb interakciót váltotta ki a kitöltőkből, 8-an biztosan és 28-an talán megosztották volna a Facebookon vagy a Twitteren. A második legnépszerűbb álhír, megosztási hajlandóság szempontjából a harmadik álhír volt, amelyet 3-an biztosan és 13 talán megosztottak volna. Utolsóként az első álhír szerepelt megosztási hajlandóság szerint mindössze 4 biztos és 9 bizonytalan megosztással.

44. ábra
A bemutatott valós hírek megosztási hajlandósága



A 44. ábrán a klímaváltozással kapcsolatos valós hírek megosztási hajlandóságát („Fontolóra venné, hogy megosztaná ezt a történetet online (például a Facebookon vagy a Twitteren keresztül)?”) mutatom be (Pennycook és Rand, 2019). Az első hármas sordiagram a („Tudományok tények a klímaváltozásról”) vonatkozik, a második hármas sordiagram a („3 billió tonna jég olvadt el a globális felmelegedés hatására 1992 óta”) című hírre vonatkozik és az utolsó diagram pedig az („Miért okoz a globális felmelegedés keményebb teleket?”) című hírt mutatja be a megosztási hajlandóság szempontjából a kitöltők között (Lutzke et al., 2019). Az álhírek megosztási hajlandósága láthatóan kisebb volt, mint a valós híreké, hiszen már az első legnépszerűbb hír (2. a diagramon) megosztási hajlandóság szempontjából is jelentősen több interakciót (16 biztos megosztás, 42 bizonytalan) váltott ki a kitöltőkből, míg a második legnépszerűbb hír (1. a diagramon) 22 biztos és 39 bizonytalan megosztást ért el. A legkisebb interakciót elérő hír az utolsó a diagramon, mindössze 6 biztos és 38 bizonytalan megosztást ért el a kitöltők körében.

2.2.8 Összefüggések vizsgálata

Kutatásom során, olyan hipotézisekre szerettem volna választ adni, amelyek igazolásával bemutatathatom az álhírek terjedésének intuitív gondolkodásban rejlő okait. Ehhez első hipotézisként, feltételeztem kapcsolatot a kognitív reflexiós teszteken elért alacsony eredmény és az álhírek megosztási hajlandósága között. Az alacsony eredményt elérők a teszt szerint alacsonyabb kognitív képességekkel rendelkeznek, tehát inkább intuitív gondolkodás vezéreltek döntéseik során, amely az álhírek nagyobb számú megosztásában is megnyilvánulhat. Kutatásom során ez a hipotézis igazolást nyert. Második előfeltevésem szerint, az álhírek megosztási hajlandósága és az álhírek érzékelt hihetősége, amit a (hitelesség, igazság, hihetőség) szempontokkal vizsgáltam, között pozitív kapcsolat van, tehát az álhír megosztási hajlandósága nagyobb, azoknál, akik hihetőnek tartják az álhíreket. Előfeltevésem igazolást nyert a kutatásom során. Ez a kapcsolat az igaz hírekre vonatkoztatva is pozitív megerősítést nyert.

6. táblázat
A bemutatott álhírek megosztási hajlandósága és a kognitív reflexiós teszten elért pontok kapcsolata, illetve az álhírek érzékelt hitelessége

	Megosztás (H)	Helyes feladatok (db)	Érzékelt hitelesség (H)
Megosztás (H)	1	-.246**	.469**
Helyes feladatok (db)	-.246**	1	-.195*
Érzékelt hitelesség (H)	.469**	-.195*	1

*. Korreláció szignifikáns 0.05 szinten (két oldalú)

**. Korreláció szignifikáns 0.01 szinten (két oldalú)

A 6-os táblázatban látható, hogy a klímaváltozással kapcsolatos álhírek megosztási hajlandósága negatív és szignifikáns kapcsolatban van a helyesen megoldott kognitív reflexiós tesztek számával. A kognitív reflexiós teszten elért magas pontszám magas kognitív képességekről tanúskodik, tehát nagyobb mértékben használják a kognitív (analitikus) gondolkodásukat azok, akiknek a kognitív képességei erősek, így kevésbé gondolkodnak intuitívan. Az intuitív gondolkodás felelős lehet az álhírek megosztási hajlandóságáért, hiszen kevésbé átgondolt, ösztönös és gyors válaszra sarkall. Az olyan hírcímek, amelyek felkeltik a

figyelmünket, megerősítenek minket a világgépünkben, illetve erős érzelmi hatásokkal rendelkeznek, elérik, hogy az intuitív rendszerünkkel dolgozzuk fel a kapott információt, amely hatására sokszor kevésbé átgondolt döntéseket hozhatunk és megoszthatunk egy-egy álhírt. Ezek alapján a 6.táblázatban bemutatott negatív (-.246**) és szignifikáns (0.01 szinten, két oldalú) korreláció a helyesen megoldott kognitív reflexiós tesztek és az álhírek megosztási hajlandósága között, alátámasztja ezt az érvelést. Pozitív (.469**) és szignifikáns (0.01 szinten, két oldalú) kapcsolatot találtam az klímaváltozással kapcsolatos álhírek megosztási hajlandósága és érzékelt hitelessége között. A kapcsolat magyarázata lehet, hogy csak azokat a híreket osztjuk meg, amelyek számunkra hitelesek, így a belső megerősítésünk hatására már nem kérdés a hír megosztása. A klímaváltozással kapcsolatos álhírek érzékelt hitelessége és a helyesen megoldott kognitív reflexiós tesztek száma között negatív (-.195*) és szignifikáns (0.05 szinten, két oldalú) kapcsolatot találtam. Ahogy a megosztási hajlandóságnál, ebben a kérdésben is fontos, hogy a magasabb kognitív értékek közrejátszanak az álhírek érzékelésében is, tehát ennek köszönhetően, azok, akik magasabb kognitív értékeket szereztek kevésbé találták hitelesnek az álhíreket.

7. táblázat

A bemutatott álhírek megosztási hajlandóságának kapcsolata az érzékelt hitelességgel, igazsággal és hihetőséggel

	Megosztás (H)	Érzékelt hitelesség (H)	Érzékelt igazság (H)	Érzékelt hihetőség (H)
Megosztás (H)	1	.469**	.393**	.470**
Érzékelt hitelesség (H)	.469**	1	.914**	.904**
Érzékelt igazság (H)	.393**	.914**	1	.887**
Érzékelt hihetőség (H)	.470**	.904**	.887**	1

** . Korreláció szignifikáns 0.01 szinten (két oldalú)

A 7-es táblázatban bemutatom, a klímaváltozással kapcsolatos hírek megosztási hajlandóságának kapcsolatát az álhírek érzékelt hitelességével, igazság szintjével és hihetőségével. Pozitív és szignifikáns kapcsolatot találtam a megosztási hajlandóság és az érzékelt hitelesség (.469**, 0.01 szinten, két oldalú), igazság szint (.393**, 0.01 szinten, két

oldalú) és a hihetőség (.470**, 0.01 szinten, két oldalú) között. Ezek a korrelációk alátámasztják azt a megállapítást miszerint azokat a híreket osztjuk meg, amelyek számunkra hitelesek, igaznak véljük őket és hihetőnek. A hitelesség és az igazság szint között szintén pozitív (914**) és szignifikáns (0.01 szinten, két oldalú) kapcsolatot találtam, ahogy a hitelesség és hihetőség (.904**, 0.01 szinten, két oldalú) és a hihetőség és igazság szint (.887**, 0.01, két oldalú) között egyaránt. A kapott adatok alapján megállapíthatjuk, hogy az álhírek érzékelt változói közötti kapcsolat, azért is lehet meg, mivel, ha az egyik változót meggyőzőnek találjuk akkor a további tényezőket is pozitívan ítéljük meg, hiszen, ha nem így tennénk kognitív disszonanciába, azaz ellentmondásba ütköznék saját magunkkal.

8. táblázat

A bemutatott valós hírek kapcsolata a valós hírek érzékelt hitelességével, igazság szintjével és hihetőségével

	Megosztás (I)	Észlelt hitelesség (I)	Észlelt igazság (I)	Észlelt hihetőség (I)
Megosztás (I)	1	.270**	.259**	.255**
Észlelt hitelesség (I)	.270**	1	.908**	.882**
Észlelt igazság (I)	.259**	.908**	1	.869**
Észlelt hihetőség (I)	.255**	.882**	.869**	1

*. Korreláció szignifikáns 0.05 szinten (két oldalú)

**. Korreláció szignifikáns 0.01 szinten (két oldalú)

A 8-as táblázatban bemutatom az klímaváltozással kapcsolatos igaz hírek megosztási hajlandósága és az klímaváltozással kapcsolatos igaz hírek érzékelt hitelességét, igazság szintjét és hihetőségét. Az igaz hírek megosztási hajlandósága és az érzékelt hitelesség között pozitív (.270**) és szignifikáns (0.01 szinten, két oldalú) kapcsolatot találtam, ahogy az érzékelt igazság szint (.259**, 0.01 szinten, két oldalú) és megosztási hajlandóság között is, illetve az érzékelt hihetőség (.255**, 0.01 szinten, két oldalú) és a megosztási hajlandóság között. Ahogy az álhírek esetében, úgy az igaz hírek esetében is a megosztási hajlandóság és a megosztani kívánt hír érzékelt hitelessége és egyéb tényezői szerepet játszanak a megosztásban. Az igaz hírek érzékelt hitelessége és igazság szintje (.908**, 0.01 szinten, két oldalú) között

szintén pozitív és szignifikáns kapcsolatot találtam, ahogy az érzékelt hitelesség és a hihetőség között (.882**, 0.01 szinten, két oldalú), illetve az érzékelt hihetőség és az érzékelt igazság szint (.869**, 0.01 szinten, két oldalú) között. A kapcsolatok magyarázata lehet, ahogy az álhírek esetében is, a belső megerősítés hatalma, tehát, hogyha az egyik tényezőt pozitívan ítéltük meg, az által a többi tényezőt is valószínűbb, hogy pozitívan fogjuk megítélni.

2.3 KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

Ebben a fejezetben következtetéseimet és javaslataimat ismertetem a feldolgozott szakirodalom és az elvégzett kutatásom alapján.

Az álhírek egyre nagyobb mértékben terjednek, hiszen az internetre felcsatlakozó emberek száma folyamatosan nő, ahogy a közösségi médiára és egyéb platformokra feliratkozó személyek száma is. Ezek alapján, az álhírek egyre több embert tudnak elérni és befolyásolni a manipulatív technikáikkal. Szerencsére a technológiai fejlesztések, mint a mesterséges intelligencia, a gépi tanulás számos szoftvert ad számunkra, ahhoz, hogy ezeket az álhíreket hatékonyak tudjuk szűrni, felismerni és kizárni az interneten való megjelenésből. Kutatásom alapján, látható, hogy az előzetes meggyőződések sokszor, hogyan erősítették meg a hamis információkban való hitet, illetve hamis információkba vetett hit, hogyan segítette elő a hamis információk terjedését.

A primer kutatásom alapján láthatóvá vált, hogy az, olyan témák megítélése, amelyeknél az emberek véleménye nagyon megosztó lehet, mint a klímaváltozás, sokszor fokozza a hamis információkba vetett hitet. Azok a válaszadók, akik negatívan, kételkedve álltak a klímaváltozáshoz, nagyobb arányban fogadták el a hamis híreket ezzel alátámasztva az előzetes hiedelmeiket, mint azok, akik tisztában vannak a klímaváltozás problémájával és aktívan foglalkoznak a kérdéssel. Úgy gondolom, ez a tendencia az interneten megjelenő pénzhajhász posztok miatt nagy mértékben felgyorsulhat, hiszen a figyelemfelkeltő posztok hatásosan kihasználják a felhasználók előzetes hiedelmeit és szándékosan megosztó tartalmakkal bombázzák őket a nagyobb kattintásszám és elérés végett.

A dolgozatomban tárgyalt adatok alapján, arra a következtetésre jutottam, hogy az álhírek terjedésének megállításáért kidolgozhatóak, olyan heurisztikákra és torzításokra épülő megoldások a megjelenésért felelős platformokon, amelyek csökkenthetik a intuitív gondolkodás miatt megosztott álhírek számát. Hasonló lehetőségeket dolgoztak ki Pennycook és Rand (2019) tanulmányában, ahol zászlókkal jelölték a felhasználóknak az álhíreket.

ÖSSZEGZÉS

Dolgozatomat két részből állítottam össze, egy szakirodalmi és egy gyakorlati részből. A szakirodalmi részben feldolgoztam a már említett tényezőket, míg a gyakorlati részben bemutattam szekunder adatokat a primer kutatásom megalapozásaként.

A szakirodalmi részben bemutattam az álhírek definícióit, céljait, típusait és megjelenését a valóságban. Az álhírek terjedésének vizsgálataként ismertettem néhány kognitív torzítást és heurisztikát, melyek részben felelősek lehetnek a folyamatért. Ezen pontok mentén terveztem meg a primer kutatásomat, amelyet a szekunder kutatásom is megalapozott a statisztikai adatokkal.

Az álhírek, olyan hírek, melyek valós hírnek tűnnek mind felépítést mind megjelenést illetően, emiatt a felhasználók számára felismerésük nehéz, magas befolyásolási képességükkel minden felhasználóra nézve veszélyt jelent, különösen hogyha a hírben megjelenő téma alkalmas az olvasókból polarizációt kiváltani, mint például a klímaváltozás problémája. Ennek köszönhetően azok, akikhez eljutottak az álhírek sokszor a hír megosztása után veszik észre tévedésüket, mikor már több ismerőshöz eljutott a hamis információkkal teletűzdelt hír. Véleményem szerint a több szempontból is intuitív gondolkodásra építő álhírek kivédéséhez, beépíthetők, olyan elemek a megjelenítő platformokba, amelyek elősegítik a kognitív, analitikusabb gondolkodásunkat, ezzel megelőzve az álhírek terjedésének hatékonyságát.

Primer kutatásom első részében bemutattam a heurisztikus és a szisztematikus információfeldolgozások és a klímaváltozással kapcsolatos attitűd kapcsolatát. A klímaváltozással kapcsolatos negatív attitűd, szkepticizmus pozitív kapcsolatban állt a heurisztikus információfeldolgozás magas szintjével a kitöltők körében. Ez arra enged következtetni, hogy azok, akik felületesen ellenőrzik az információkat és nem járnak utána az adott kérdésnek, nagyobb eséllyel lesznek szkeptikusak a témában, tájékozatlanságuk miatt. Továbbá a magas heurisztikus információfeldolgozási szinttel rendelkező kitöltők tehetetlennek érezték magukat a klímaváltozás témájában, hiszen kevés információ hiányában, nem rendelkeznek kellő tudással a probléma megoldására. Az információ hiány miatt aggodalmuk alacsony volt, az éghajlatváltozást illetően, mivel nincsenek tisztában a potenciális veszélyekkel, amit a probléma okozhat. Ezzel szemben, azok, akiknek szisztematikus információfeldolgozási szintjük magas volt, a klímaváltozással kapcsolatos szkepticizmusuk alacsony volt, illetve úgy érezték, hogy képesek tenni a klímaváltozás problémájának megoldása érdekében. A gondosabb utánajárás miatt a klímaváltozás témájában aggodalmat tanúsítottak ezek a személyek, hiszen tisztában voltak a lehetséges veszélyekkel. Kutatásom

során, bemutattam, hogy a klímaváltozással kapcsolatos szkepticizmus a klímaváltozással kapcsolatos álhírekbe vetett hitet növeli, míg a klímaváltozással kapcsolatos valós hírekbe vetett hitet csökkenti. Primer kutatásom második részében bemutattam a kapcsolatot az álhírek megosztási hajlandósága és a kognitív reflexiók teszten elért alacsony pontszám között. Az alacsonyabb pontszámokat elérő kitöltők nagyobb hajlandósággal osztották meg az álhíreket, mivel az alacsony pontszám intuitív gondolkodást feltételez, ami kevésbé megfontolt döntésekhez vezethet, így az álhírek megosztásához is. A kitöltők, akiknek az álhír megosztási hajlandóságuk magas volt, az álhírekbe való hite is magas volt, míg a valós hírek megosztási hajlandósága magas volt a valós hírek hihetőnek találók között.

Összességében kutatásom során bemutattam az álhírek gyors terjedésének néhány aspektusát, illetve a klímaváltozás témájú álhírekbe vetett hit és a klímaváltozással kapcsolatos attitűd kapcsolatát. Dolgozatom során, bemutattam, az álhírek típusait, céljait és megjelenését a mindennapokban, illetve az álhírek elleni védekezési lehetőségeinket. Bemutattam néhány heurisztikát és döntési torzítást, amelyek részben fogékonyabbá tesznek minket az álhírekre. Véleményem szerint, az álhírek terjedésének megállításáért fontos az egyének oktatása az információk értékelését illetően, illetve a technológiai újítások, mesterséges intelligencia, gépi tanulási technikák beépítése a megjelenésért felelős platformokba az álhírek kiszűrése érdekében.

KÖSZÖNETNYILVÁNÍTÁS

A dolgozat kutatásaihoz az Új Széchenyi Terv keretein belül a „Tehetséggondozás és kutatói utánpótlás fejlesztése autonóm járműirányítási technológiák területén (EFOP-3.6.3-VEKOP-16-2017-00001)” projekt és a Széchenyi István Egyetem biztosított forrást. A kutatás az Európai Unió támogatásával, az Európai Szociális Alap társfinanszírozásával valósult meg.

ÁBRAJEGYZÉK

1. ÁBRA ÁLHÍR DEFINÍCIÓ ELHELYEZÉSE	2
2. ÁBRA ÁLHÍR DEFINÍCIÓK KAPCSOLATA	4
3. ÁBRA ÁLHÍREK TÍPUSAI	5
4. ÁBRA ÁLHÍR, DEZINFORMÁCIÓ, INFORMÁCIÓ.....	9
5. ÁBRA ÁLHÍREK KUTATÁS ALAPÚ ÉSZLELÉSI MODELLJE.....	11
6. ÁBRA FILTER-BUBBLES ÉS ECHO CHAMBERS HATÁSAI A FELHASZNÁLÓRA	15
7. ÁBRA AZ ÁLHÍREKKEL KAPCSOLATOS PUBLIKÁCIÓK TÉMÁINAK MEGOSZLÁSA	19
8. ÁBRA AZ ÁLHÍREK TERJEDÉÉRT FELELŐS PLATFORMOK	20
9. ÁBRA ÁLHÍREK ELŐFORDULÁSÁNAK GYAKORISÁGA PLATFORM SZERINT	21
10. ÁBRA PLATFORMOK AKTÍV FELHASZNÁLÓINAK SZÁMA	22
11. ÁBRA SZŰRŐBUBORÉKOK JELENTŐSÉGE.....	23
12. ÁBRA A VÁLASZADÓK NEM ÉS KOR SZERINTI MEGOSZLÁSA	26
13. ÁBRA A VÁLASZADÓK JÖVEDELEM SZERINTI MEGOSZLÁSA.....	27
14. ÁBRA A KITÖLTŐK LAKHELY SZERINTI MEGOSZLÁSA.....	28
15. ÁBRA A KITÖLTŐK VÉGZETTSÉG SZERINTI MEGOSZLÁSA	29
16. ÁBRA ÁLHÍREK ÉRZÉKELT IGAZSÁGA.....	30
17. ÁBRA ÁLHÍREK ÉRZÉKELT MEGBÍZHATÓSÁGA.....	31
18. ÁBRA ÁLHÍREK ÉRZÉKELT PONTOSSÁGA.....	32
19. ÁBRA IGAZ HÍREK ÉRZÉKELT IGAZSÁGA.....	33
20. ÁBRA IGAZ HÍREK ÉRZÉKELT MEGBÍZHATÓSÁGA.....	34
21. ÁBRA IGAZ HÍREK ÉRZÉKELT PONTOSSÁGA.....	35
22. ÁBRA KLÍMAVÁLTOZÁSSAL KAPCSOLATOS AGGODALOM	36
23. ÁBRA KLÍMAVÁLTOZÁSSAL KAPCSOLATOS TEHETETLENSÉG	37
24. ÁBRA KLÍMAVÁLTOZÁSSAL KAPCSOLATOS SZKEPTICIZMUS.....	39
25. ÁBRA HEURISZTIKUS INFORMÁCIÓFELDOLGOZÁS 1. ÁLLÍTÁS.....	41
26. ÁBRA HEURISZTIKUS INFORMÁCIÓFELDOLGOZÁS 2. ÁLLÍTÁS.....	42
27. ÁBRA HEURISZTIKUS INFORMÁCIÓFELDOLGOZÁS 3. ÁLLÍTÁS.....	43
28. ÁBRA HEURISZTIKUS INFORMÁCIÓFELDOLGOZÁS 4. ÁLLÍTÁS.....	44
29. ÁBRA SZISZTEMATIKUS INFORMÁCIÓFELDOLGOZÁS 1. ÁLLÍTÁS.....	45
30. ÁBRA SZISZTEMATIKUS INFORMÁCIÓFELDOLGOZÁS 2. ÁLLÍTÁS.....	46
31. ÁBRA SZISZTEMATIKUS INFORMÁCIÓFELDOLGOZÁS 3. ÁLLÍTÁS.....	47
32. ÁBRA SZISZTEMATIKUS INFORMÁCIÓFELDOLGOZÁS 4. ÁLLÍTÁS.....	48
33. ÁBRA SZISZTEMATIKUS INFORMÁCIÓFELDOLGOZÁS 5. ÁLLÍTÁS.....	49
34. ÁBRA A KITÖLTŐK INFORMÁCIÓFELDOLGOZÁSRA VONATKOZÓ ÉRTÉKEI.....	50
35. ÁBRA A KITÖLTŐK HOZZÁÁLLÁSA A FACEBOOKHOZ	51
36. ÁBRA A KITÖLTŐK FACEBOOK HASZNÁLATÁNAK MEGOSZLÁSA	52
37. ÁBRA A KITÖLTŐK NEM ÉS KOR SZERINTI MEGOSZLÁSA.....	58
38. ÁBRA A KITÖLTŐK JÖVEDELEM SZERINTI MEGOSZLÁSA	59

39. ÁBRA A VÁLASZADÓK LAKHELY SZERINTI MEGOSZLÁSA	60
40. ÁBRA A VÁLASZADÓK VÉGZETTSÉG SZERINTI MEGOSZLÁSA.....	61
41. ÁBRA A VÁLASZADÓK KOGNITÍV REFLEXIÓS TESZTJEINEK PONT SZERINTI MEGOSZLÁSA	62
42. ÁBRA A VÁLASZADÓK ÉRZÉKELT HIHETŐSÉG SZINTJE AZ ÁLHÍREK ÉS A VALÓS HÍREKRE	63
43. ÁBRA A BEMUTATOTT ÁLHÍREK MEGOSZTÁSI HAJLANDÓSÁGA	64
44. ÁBRA A BEMUTATOTT VALÓS HÍREK MEGOSZTÁSI HAJLANDÓSÁGA.....	65

TÁBLÁZATJEGYZÉK

1. TÁBLÁZAT AZ ÁLHÍR DEFINÍCIÓI	3
2. TÁBLÁZAT A HEURISZTIKUS INFORMÁCIÓFELDOLGOZÁS KAPCSOLATA A KLÍMAVÁLTOZÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖKKEL.....	53
3. TÁBLÁZAT A SZISZTEMATIKUS INFORMÁCIÓFELDOLGOZÁS KAPCSOLATA A KLÍMAVÁLTOZÁSSAL KAPCSOLATOS ATTITŰDÖKKEL.....	54
4. TÁBLÁZAT A KLÍMAVÁLTOZÁSSAL KAPCSOLATOS SZKEPTICIZMUS KAPCSOLATA AZ KLÍMAVÁLTOZÁS TÉMÁJÚ ÁLHÍREKKEL	55
5. TÁBLÁZAT A KLÍMAVÁLTOZÁSSAL KAPCSOLATOS SZKEPTICIZMUS KAPCSOLATA A KLÍMAVÁLTOZÁS TÉMÁJÚ IGAZ HÍREKKEL	56
6. TÁBLÁZAT A BEMUTATOTT ÁLHÍREK MEGOSZTÁSI HAJLANDÓSÁGA ÉS A KOGNITÍV REFLEXIÓS TESZTEN ELÉRT PONTOK KAPCSOLATA, ILLETVE AZ ÁLHÍREK ÉRZÉKELT HITELESSÉGE.....	66
7. TÁBLÁZAT A BEMUTATOTT ÁLHÍREK MEGOSZTÁSI HAJLANDÓSÁGÁNAK KAPCSOLATA AZ ÉRZÉKELT HITELESSÉGGEL, IGAZSÁGGAL ÉS HIHETŐSÉGGEL	67
8. TÁBLÁZAT A BEMUTATOTT VALÓS HÍREK KAPCSOLATA A VALÓS HÍREK ÉRZÉKELT HITELESSÉGÉVEL, IGAZSÁG SZINTJÉVEL ÉS HIHETŐSÉGÉVEL.....	68

IRODALOMJEGYZÉK

- Abu Arqoub, O., Elegy, A. A., Efe Özad, B., Dwikat, H., & Oloyede, F. A. (2020). Mapping the scholarship of fake news research: A systematic review. *Journalism Practice*, 1-31.
- Al-Rawi, A., & Fakida, A. (2021). The Methodological Challenges of Studying “Fake News”. *Journalism Practice*, 1-20.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of economic perspectives*, 31(2), 211-36.
- Altay, S., Hacquin, A. S., & Mercier, H. (2019). Why do so few people share fake news? It hurts their reputation. *new media & society*, 1461444820969893.
- Apuke, O. D., & Omar, B. (2021). Fake news and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users. *Telematics and Informatics*, 56, 101475.
- Bago, B., Rand, D. G., & Pennycook, G. (2020). Fake news, fast and slow: Deliberation reduces belief in false (but not true) news headlines. *Journal of experimental psychology: general*, 149(8), 1608.
- Baptista, J. P., & Gradim, A. (2021). “Brave New World” of Fake News: How it Works. *Javnost-The Public*, 1-18.
- Bastick, Z. (2021). Would you notice if fake news changed your behavior? An experiment on the unconscious effects of disinformation. *Computers in human behavior*, 116, 106633.
- Bauer, P. C., & Clemm von Hohenberg, B. (2020). Believing and sharing information by fake sources: an experiment. *Political communication*, 1-25.
- Bounegru, L., Gray, J., Venturini, T., & Mauri, M. (2018). A Field Guide to 'Fake News' and Other Information Disorders. A Field Guide to " Fake News" and Other Information Disorders: A Collection of Recipes for Those Who Love to Cook with Digital Methods, Public Data Lab, Amsterdam (2018).
- Brashier, N. M., & Marsh, E. J. (2020). Judging truth. *Annual review of psychology*, 71, 499-515.
- Centre for International Governance Innovation and Ipsos. (2019). CIGI-Ipsos global survey on internet security and trust. [White paper]. Elérhető: <https://www.cigionline.org/sites/default/files/documents/2019%20CIGI-Ipsos%20Global%20Survey%20-%20Part%203%20Social%20Media%20Fake%20News%20%26%20Algorithms.pdf> (Letöltés dátuma: 2021.12.14.)

- Clarke, J., Chen, H., Du, D., & Hu, Y. J. (2020). Fake news, investor attention, and market reaction. *Information Systems Research*, 32(1), 35-52.
- Corbu, N., Oprea, D. A., Negrea-Busuioc, E., & Radu, L. (2020). 'They can't fool me, but they can fool the others!' Third person effect and fake news detection. *European Journal of Communication*, 35(2), 165-180.
- Davenport, T., Guha, A., Grewal, D., & Bressgott, T. (2020). How artificial intelligence will change the future of marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 24-42.
- Davison, W. P. (1983). The third-person effect in communication. *Public opinion quarterly*, 47(1), 1-15.
- de Cock Buning, M. (2018). A multi-dimensional approach to disinformation: Report of the independent high level group on fake news and online disinformation.
- Di Domenico, G., Nunan, D., Sit, J., & Pitardi, V. (2021). Free but fake speech: When giving primacy to the source decreases misinformation sharing on social media. *Psychology & Marketing*.
- Finneman, T., & Thomas, R. J. (2018). A family of falsehoods: Deception, media hoaxes and fake news. *Newspaper Research Journal*, 39(3), 350-361
- Frederick, S. (2005). Cognitive reflection and decision making. *Journal of Economic perspectives*, 19(4), 25-42.
- Freeze, M., Baumgartner, M., Bruno, P., Gunderson, J. R., Olin, J., Ross, M. Q., & Szafran, J. (2020). Fake claims of fake news: political misinformation, warnings, and the tainted truth Effect. *Political Behavior*, 1-33.
- Grady, R. H., Ditto, P. H., & Loftus, E. F. (2021). Nevertheless, partisanship persisted: fake news warnings help briefly, but bias returns with time. *Cognitive research: principles and implications*, 6(1), 1-16.
- Griffin, R. J., Neuwirth, K., Giese, J., & Dunwoody, S. (2002). Linking the heuristic-systematic model and depth of processing. *Communication Research*, 29(6), 705-732.
- Hanz, K., & Kingsland, E. S. (2020). Fake or for real? A fake news workshop. *Reference Services Review*.
- Harjuniemi, T. (2021). Post-truth, fake news and the liberal 'regime of truth'—The double movement between Lippmann and Hayek. *European Journal of Communication*, 026732312111046784.

- Ipsos. (2018). Fake news, filter bubbles, post-truth and trust. A study across 27 countries [White paper]. Elérhető: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2018-09/fake-news-filter-bubbles-post-truth-and-trust.pdf> (Letöltés dátuma: 2021.12.14.)
- Kahneman, D. (2003). Maps of bounded rationality: Psychology for behavioral economics. *American economic review*, 93(5), 1449-1475.
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, fast and slow*. Macmillan.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1972). Subjective probability: A judgment of representativeness. *Cognitive psychology*, 3(3), 430-454.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1977). Intuitive prediction: Biases and corrective procedures. *Decisions and Designs Inc Mclean Va*.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (2013). Prospect theory: An analysis of decision under risk. In *Handbook of the fundamentals of financial decision making: Part I* (pp. 99-127).
- Khan, A., Brohman, K., & Addas, S. (2021). The anatomy of ‘fake news’: Studying false messages as digital objects. *Journal of Information Technology*, 02683962211037693.
- Kim, A., & Dennis, A. (2018, January). Says who?: How news presentation format influences perceived believability and the engagement level of social media users. In *Proceedings of the 51st Hawaii International Conference on System Sciences*.
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: Understanding and coping with the “post-truth” era. *Journal of applied research in memory and cognition*, 6(4), 353-369.
- Lutzke, L., Drummond, C., Slovic, P., & Árvai, J. (2019). Priming critical thinking: Simple interventions limit the influence of fake news about climate change on Facebook. *Global Environmental Change*, 58, 101964.
- Martel, C., Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Reliance on emotion promotes belief in fake news. *Cognitive research: principles and implications*, 5(1), 1-20.
- McGonagle, T. (2017). “Fake news” False fears or real concerns?. *Netherlands Quarterly of Human Rights*, 35(4), 203-209.
- Moravec, P. L., Kim, A., & Dennis, A. R. (2020). Appealing to sense and sensibility: System 1 and system 2 interventions for fake news on social media. *Information Systems Research*, 31(3), 987-1006.

- Nickerson, R. S. (1998). Confirmation bias: A ubiquitous phenomenon in many guises. *Review of general psychology*, 2(2), 175-220.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Lazy, not biased: Susceptibility to partisan fake news is better explained by lack of reasoning than by motivated reasoning. *Cognition*, 188, 39-50.
- Quattrociocchi, W., Scala, A., & Sunstein, C. R. (2016). Echo chambers on Facebook. Available at SSRN 2795110.
- Rhodes, S. C. (2021). Filter bubbles, echo chambers, and fake news: how social media conditions individuals to be less critical of political misinformation. *Political Communication*, 1-22.
- Sahoo, J., Sahu, S. C., & Mohanty, B. (2021). Research on Fake News: An Empirical Analysis of Selected Library and Information Science Journals. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 41(4).
- Scheufele, D. A., & Krause, N. M. (2019). Science audiences, misinformation, and fake news. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(16), 7662-7669.
- Smith, C. N., & Seitz, H. H. (2019). Correcting misinformation about neuroscience via social media. *Science Communication*, 41(6), 790-819.
- Statista a: Most trusted sources of general news and information worldwide from 2011 to 2021 [Online]. Elérhető: <https://www.statista.com/statistics/381455/most-trusted-sources-of-news-and-info-worldwide/> (Letöltés dátuma: 2021.12.14.)
- Statista b: Most popular social networks worldwide as of January 2022, ranked by number of monthly active users [Online]. Elérhető: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (Letöltés dátuma: 2021.12.14.)
- Swire, B., & Ecker, U. K. (2018). Misinformation and its correction: Cognitive mechanisms and recommendations for mass communication. *Misinformation and mass audiences*, 195-211.
- Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news” A typology of scholarly definitions. *Digital journalism*, 6(2), 137-153.
- Tandoc, E. C., Lee, J., Chew, M., Tan, F. X., & Goh, Z. H. (2021). Falling for fake news: the role of political bias and cognitive ability. *Asian Journal of Communication*, 1-17.
- Thomson, K. S., & Oppenheimer, D. M. (2016). Investigating an alternate form of the cognitive reflection test. *Judgment and Decision making*, 11(1), 99.

- Tobler, C., Visschers, V. H., & Siegrist, M. (2012). Consumers' knowledge about climate change. *Climatic change*, 114(2), 189-209.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1971). Belief in the law of small numbers. *Psychological bulletin*, 76(2), 105.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive psychology*, 5(2), 207-232.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *science*, 185(4157), 1124-1131.
- Unesco (2018): World Trends in Freedom of Expression and Media Development [Online]. Elérhető: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000261065> (Letöltés dátuma: 2021.12.10.)
- van Huijstee, D., Vermeulen, I., Kerkhof, P., & Droog, E. (2021). Continued influence of misinformation in times of COVID-19. *International Journal of Psychology*.
- Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, 359(6380), 1146-1151.
- Wang, M., Rao, M., & Sun, Z. (2020). Typology, Etiology, and Fact-Checking: A Pathological Study of Top Fake News in China. *Journalism Practice*, 1-19.
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making. Council of Europe, 27.
- Weidner, K., Beuk, F., & Bal, A. (2019). Fake news and the willingness to share: a schemer schema and confirmatory bias perspective. *Journal of Product & Brand Management*.
- Yang, F., & Horning, M. (2020). Reluctant to Share: How Third Person Perceptions of Fake News Discourage News Readers From Sharing "Real News" on Social Media. *Social Media+ Society*, 6(3), 2056305120955173.
- Zhang, X., & Ghorbani, A. A. (2020). An overview of online fake news: Characterization, detection, and discussion. *Information Processing & Management*, 57(2), 102025.
- Zhou, C., Xiu, H., Wang, Y., & Yu, X. (2021). Characterizing the dissemination of misinformation on social media in health emergencies: An empirical study based on COVID-19. *Information Processing & Management*, 58(4), 102554.

MELLÉKLETEK

A klímaváltozással kapcsolatos hírek

**Breitbart**

21 ó. · 🌐



2017-ben a klímaváltozást megkérdőjelező tudományos cikkek száma 400-ra emelkedett. Még év elején ez a szám 58 volt, ami már akkor kiváltotta a zöldek tiltakozását. El tudják képzelni, hogy milyen nyomorúságot, megdöbbenést és borzalmat fog ez okozni, ebben a korrump, mocskos és haszonleső világban, amelyben a klímaváltozásra épülő ipar működik?



BREITBART.COM

A klímaváltozás átverés, állítja 400 tudományos cikk...

15

5 megosztás

Tetszik

Hozzászólás

Megosztás

Forrás: (Lutzke et al., 2019), saját szerkesztés



NaturalNews.com

21 ó. · 🌐



A NASA által megerősített adatok alapján a tengerszint magassága két éve csökken szerte a világon. Miközben a globális felmelegedés ügye kezdi hitelét veszíteni, a hamis hírmédia gyanúsan csendbe burkolózik.



NATURALNEWS.COM

NASA: az óceánok szintje két éve csökken

👍👎😲 15

5 megosztás

👍 Tetszik

💬 Hozzászólás

➦ Megosztás

Forrás: (Lutzke et al., 2019), saját szerkesztés

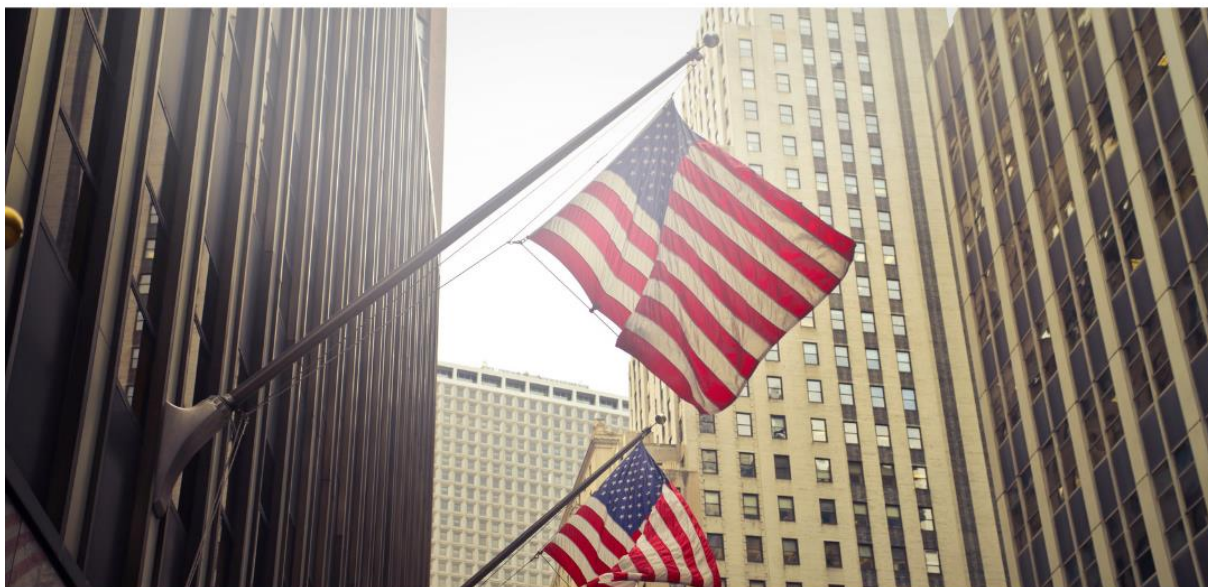


InfoWars

21 ó. · 🌐



Al Gore volt amerikai alelnök tiszta vizet öntött a pohárba a globális felmelegedés következményeit illetően. Szerinte az ENSZ szén-dioxid adójának (ami a jövedelmek nemzetközi újraelosztását szorgalmazná) bevezetését segítő klíma kampány átverés. Érvelése szerint a globális felmelegedés hatására globális lehűlés várható, ami nem indokolja a sürgető intézkedéseket.



INFOWARS.COM

Al Gore: a globális felmelegedés, globális lehűlést okoz

👍👎😲 15

5 megosztás

👍 Tetszik

💬 Hozzászólás

➦ Megosztás

Forrás: (Lutzke et al., 2019), saját szerkesztés

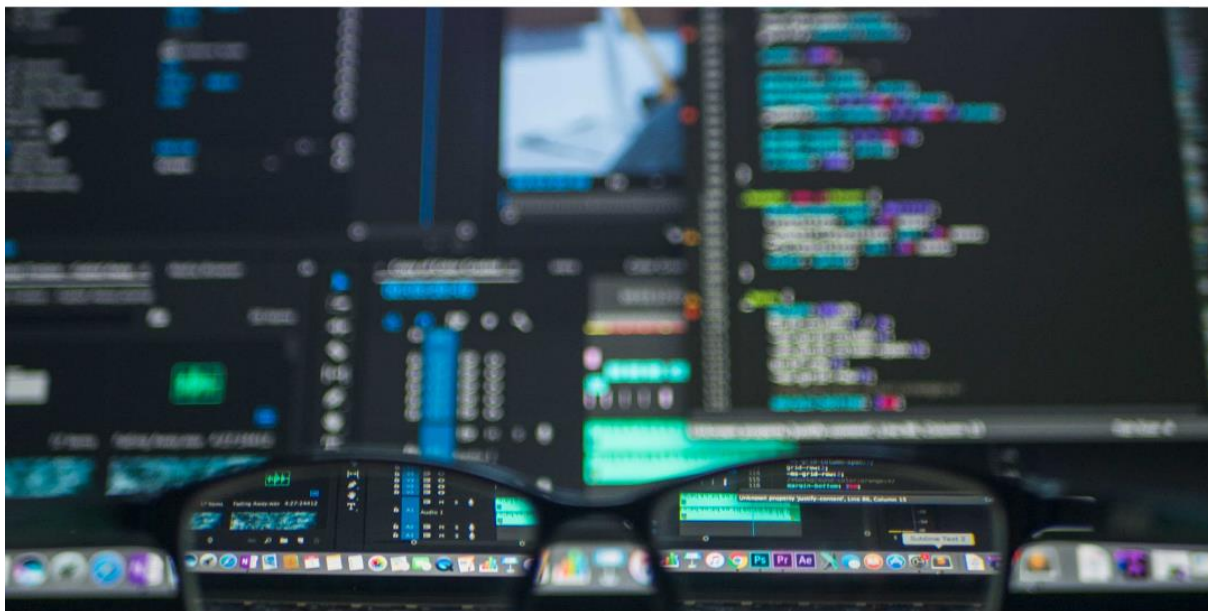


NASA - National Aeronautics and Space Administration

21 ó. · 🌐



Honnan tudhatjuk, hogy a klímaváltozás igaz? A legújabb technológiák segítségével a tudósok figyelemmel követhetik a klímaváltozás különböző jelenségeit, illetve vizsgálhatják a kiváltó okokat. Mindezt az űrben keringő műholdak is nagy mértékben segítik, különféle adatszolgáltatásokkal, amelyek a klímaváltozás problémáját tényszerűen alátámasztják.



CLIMATE.NASA.GOV

Tudományos tények a klímaváltozásról

👍 😡 😱 15

5 megosztás

👍 Tetszik

💬 Hozzászólás

➦ Megosztás

Forrás: (Lutzke et al., 2019), saját szerkesztés



USA TODAY

21 ó. · 🌐



A globális felmelegedésnek köszönhetően 1992 óta, több mint 3 billió tonna jég olvadt el az Antarktiszon. A tendencia folytatódik, így az összes jég elolvadásával számolva több mint 2 billió gallon víz jutna a világ óceánjaiba. Így az olvadás az egyik legnagyobb felelősként járul hozzá a tengerszint növekedéséhez.



USATODAY.COM

3 billió tonna jég olvadt el a globális felmelegedés hatására 1992 óta

👍👎😲 15

5 megosztás

👍 Tetszik

💬 Hozzászólás

➦ Megosztás

Forrás: (Lutzke et al., 2019), saját szerkesztés



Scientific American

21 ó. · 🌐



A Nemzeti Óceán- és Légkörkutató Hivatal (NOAA) szerint az éghajlatok meghatározásához az adott térség legalább 30 éves időszakot lefedő időjárásának átlagát kell vizsgálni. Ebből adódóan az olyan időszakos anomáliák, mint a kemény téli viharok, hidegrekordok nem cáfolják a melegedés egyre növekvő tendenciáját, hiszen a vizsgálatok átlagát tekintve a klíma melegedését bizonyító adatokat kapunk.



SCIENTIFICAMERICAN.COM

Miért okoz a globális felmelegedés keményebb teleket?

👍👎😲 15

5 megosztás

👍 Tetszik

💬 Hozzászólás

➦ Megosztás

Forrás: (Lutzke et al., 2019), saját szerkesztés

Információfeldolgozásra irányuló állítások

<i>Heurisztikus információfeldolgozás</i>	<i>Szisztematikus információfeldolgozás</i>
Amikor a klímaváltozással kapcsolatos információkkal találkozom, csak néhány kulcsfontosságú pontra összpontosítok.	Miután klímaváltozással kapcsolatos információval találkozom, valószínűleg megállok és elgondolkodom rajta.
Ha tennem kell valamit egy klímaváltozással kapcsolatos kérdésben, egy szakértő tanácsa elég nekem.	Ha tennem kell valamit a klímaváltozással kapcsolatosan, minél több nézőpontot kapok, annál jobb.
Ha látok vagy hallok információt a klímaváltozásról, ritkán töltök sok időt azzal, hogy elgondolkodjak rajta.	Fontos számomra, hogy a klímaváltozással kapcsolatos információkat úgy értelmezzem, hogy azok közvetlenül az életemre vonatkoznak.
Sokkal több információ áll rendelkezésre a klímaváltozásról, mint amennyire nekem személy szerint szükségem van.	Miután elgondolkodtam a klímaváltozás témáján, könnyebben átlátom a fontos pontokat.
	Amikor klímaváltozással kapcsolatos információval találkozom, a legtöbbet elolvasom vagy meghallgatom, még akkor is, ha esetleg nem értek egyet a nézőpontjával.

Forrás: Griffin et al., (2002), saját szerkesztés

Klímaváltozással kapcsolatos attitűdök vizsgálati állításai

<i>Aggodalom</i>	<i>Tehetlenség</i>	<i>Szkepticizmus</i>
Meg kell védenünk az éghajlat kényes egyensúlyát.	Az éghajlatvédelmi intézkedéseket néhány befolyásos személy határozza meg; egyetlen állampolgárként nincs befolyásom.	Az éghajlatváltozás és annak következményei eltúlzottak a médiában.

Az éghajlat védelme fontos a jövőnk szempontjából.	Viselkedésemmel nem tudom befolyásolni az éghajlatot, mivel az valójában az ipar kezében van.	A klímaváltozás egy átverés.
Aggódom az éghajlat állapota miatt.	Átlagos állampolgárként befolyásolni tudom a klímavédelemmel kapcsolatos kormányzati döntéseket.	Amíg a meteorológusok még az időjárást sem képesek pontosan megjósolni, addig az éghajlatot sem lehet megbízhatóan megjósolni.
Az éghajlatváltozás súlyos következményekkel jár az emberekre és a természetre nézve.	Képesnek érzem magam arra, hogy hozzájáruljak az éghajlatvédelemhez.	Az éghajlatvédelemnél nagyobb problémák is vannak.
	Ha megpróbálnék klímabarát módon viselkedni, annak biztosan pozitív hatása lenne az éghajlatra.	Nem érzem magam fenyegetve az éghajlatváltozás miatt.
		Az éghajlatváltozás hatásai kiszámíthatatlanok, ezért klímabarát magatartásom hiábavaló.
		Az éghajlatvédelem feleslegesen akadályozza a gazdasági növekedést.

Forrás: Tobler et al., (2012), saját szerkesztés

Kognitív reflexiós tesztek

Egy ütő és egy labda összesen 1,10 dollárba került. Az ütő 1,00 dollárral többbe kerül, mint a labda. Mennyibe kerül a labda?
Ha 5 gépnek 5 percbe telik 5 tárgyat elkészíteni, mennyi időbe telne 100 gépnek 100 tárgyat elkészíteni?
Egy tóban van egy liliomfolt. Minden nap a folt mérete megduplázódik. Ha 48 nap alatt a folt beborítja az egész tavat, mennyi időbe telik, amíg a folt beborítja a tó felét?

Forrás: Frederick, (2005), saját szerkesztés

Kognitív reflexiós tesztek 2.

Ha versenyt futsz, és megelőződ a második helyezettet, hányadik helyen állsz?
Egy gazdának 15 juha volt, és 8 kivételével mind elpusztult. Hány maradt?
Emily apjának három lánya van. Az első kettőt Áprilisnak és Májusnak hívják. Mi a harmadik lány neve?
Hány köbméter föld van egy 3 méter mély x 3 méter széles x 3 méter hosszú gödörben?

Forrás: Thomson és Oppenheimer, (2016), saját szerkesztés