

37. Országos Tudományos Diákköri Konferencia
Had- és Rendészettudományi Szekció
Budapest, 2025. április 22–24.
Nemzeti Közszolgálati Egyetem
Hadtudományi és Honvédtisztképző Kar

Online Dzsihád: Az Iszlám Állam közösségi média terrorizmusa

Cogito, ergo sum

Pályamunka lezárásának időpontja: 2023. 11. 12.

2025.

Tartalomjegyzék

Bevezetés	- 4 -
A téma aktualitása	- 4 -
A tudományos probléma megfogalmazása.....	- 6 -
Kutatási célkitűzések.....	- 7 -
Kutatási hipotézisek	- 7 -
Kutatási módszertan	- 8 -
A dolgozat felépítése.....	- 10 -
1. A közösségi média jelensége. Miért alkalmas propaganda terjesztésére?	- 10 -
1.1. A közösségi média jelentősége	- 10 -
1.2. A közösségi média szabályozás nehézségei, dilemmái	- 13 -
1.3. Facebook vagy Twitter dilemma.....	- 15 -
1.4. A Twitter működése.....	- 16 -
1.4.1. Az idővonal (For You timeline).....	- 19 -
Részkövetkeztetések.....	- 20 -
2. A terroristává válás rögzös útja	- 20 -
2.1. A terrorizmus definíciója	- 20 -
2.2. A radikalizáció folyamata	- 22 -
2.2.1. A lépcsős modell (The staircase model)	- 24 -
2.2.2. A kiváltó ok modell (The root cause model)	- 26 -
2.2.3. A 3N modell (The 3N model).....	- 28 -
2.3. A közösségi média pszichológiája	- 30 -
2.3.1. „A hazugság tűztömlője” (The firehose of falsehood).....	- 30 -
2.3.2. Perszonalizáció.....	- 31 -
2.3.2.1. Az explicit perszonalizáció	- 32 -
2.3.2.2. Az implicit perszonalizáció.....	- 32 -
2.3.3. A visszhangkamra	- 33 -
Részkövetkeztetések.....	- 34 -
3. Az Iszlám Állam esettanulmánya	- 35 -
3.1. Mi is az Iszlám Állam?	- 35 -
3.2. Mire is használja az Iszlám Állam a Twitter-t?	- 37 -
3.2.1. Harcosok toborzása	- 37 -
3.2.2. Propaganda terjesztése	- 40 -
3.2.3. Kapcsolatépítés és kapcsolattartás	- 41 -
3.3. Az Iszlám Állam online szélsőséges közössége (OEC).....	- 41 -

3.4. Az Iszlám Állam Twitter tevékenységének gyakorlati megvalósítása	- 44 -
3.5. Harc az Iszlám Állam ellen a közösségi médiában.....	- 47 -
Részkövetkeztetések.....	- 48 -
Összefoglalás	- 48 -
Új tudományos eredmények.....	- 50 -
Kutatási eredmények gyakorlati felhasználása.....	- 50 -
Felhasznált irodalom.....	- 51 -
Ábrák jegyzéke	- 59 -
Táblázatok jegyzéke.....	- 59 -

Bevezetés

„Az internet a dzsihád harctere, a missziós munka helye, az Isten ellenségeivel való szembeszállás terepe.”

“Internet is a battlefield for jihad, a place for missionary work, a field of confronting the enemies of God.”

al-Fajr nyilatkozat, 2011. május 6.¹

A téma aktualitása

A propaganda jelensége szinte egyidős az emberiséggel. Az ókorban szobrok, festmények és dicsőítő versek készültek az uralkodó presztízsének növelése, és a döntései legitimálásának céljából. A középkor és az újkor az írott sajtó megjelenésével a politikai, majd a vallási propaganda egyre intenzívebb korszakát hozta el, amihez a korabeli ideológiai küzdelmek megfelelő környezetet biztosítottak. A 19. században a tömegkommunikáció megszületésével egyre nagyobb tömegekhez jutottak el a propagandisztikus üzenetek, melyek hatásos eszköznek bizonyultak a fegyveres konfliktusok körülményeinek és eredményeinek befolyásolására is. A propagandát tudatosan először az első világháborúban alkalmazták, ahol a szembenálló feleknek meg kellett nyerniük a lakosság támogatását a négy éven át tartó szenvedés eltűréséhez. A nagy háborút követő időszakban a propaganda mondhatni fénykorát élte Európában: teljes rendszerek alapját biztosította a társadalom tudatos befolyásolása a náci Németországban és a kommunista Szovjetunióban. A második világháború bebizonyította, hogy Európán kívül is alkalmazzák a propaganda eszközeit: az USA számos szórólapot készített és küldött az ellenségei hátszágába, hogy ott megrendítse az embereknek a vezetésbe vetett bizalmát.² A propaganda a 20. század szinte minden konfliktusában megfigyelhető volt, és ezen tendencia az ezredfordulóval se változott meg.

A történelmi példákon keresztül láthatjuk, hogy a sok évszázad folyamán a propaganda célja hasonló maradt, viszont a formája egy látványos átalakuláson ment keresztül. Minden korszakban a legmodernebb elérhető technológiát alkalmazták annak érdekében, hogy emberek minél nagyobb csoportjához tudják eljuttatni a kívánt üzeneteket. A 21. században az internet új dimenziókat nyitott a kommunikációban és a hadtudományban egyaránt. A világhálóval ezelőtt soha nem látott mennyiségű információ tud eljutni szinte végtelen számú felhasználóhoz, fizikai értelemben vett

¹ Fisher, Ali: Swarmcast: How Jihadist Networks Maintain a Persistent Online Presence, In. Perspectives on Terrorism, 9. évfolyam 3. szám, 2015., pp. 3–20.

² Rhodes et. al.: Propaganda: The Art of Persuasion: World War II., Wellfleet Press, 1987.

határok nélkül. Megszületett egy új műveleti terület (operationa domain), a kibertér, amit 2016 óta a NATO is elismer.³

Az interneten a 2000-es évek elején jelent meg a közösségi média, ami az állami és nem állami szereplők számára egy teljesen új ajtót nyitott meg a propagandájuk terjesztésére. A közösségi média megjelenését követően gyorsan hatalmas sikert ért el. Emberek milliói készítettek profilokat, és lettek aktív felhasználói az egész világot átszövő közösségnek. A különböző platformok villanásszerű térnyerésére a jogalkotó és az ellenőrző szervek nem voltak képesek reagálni, ezzel is alapot biztosítva a közösségi média jogellenes használatára. Számos egyéb szempont vezetett ahhoz, hogy a közösségi média az egyik legújabb hadszínterré váljon, az információs hadviselés területén. A modern konfliktusok a közösségi média oldalakon keresztül közelebb kerültek a civil társadalomhoz, mint valaha. Ezt pedig hatásosan használta ki az Iszlám Állam (ISIS), amely propagandája terjesztése mellett külföldi harcosokat is toboroz, hogy csatlakozzanak a „hitetlenek” ellen vívott „Szent Háborúba”. A harcosok sorába lépők között számos fiatal európai is található, akik Európára radikalizálódásuk és odautazásuk mellett, a visszatérésükkel is nemzetbiztonsági fenyegetést jelentenek.⁴

Az Iszlám Állam 2015 óta sok területet veszített a Közel-Keleten, de a szervezet továbbra is minden téren aktívnak tekinthető. A Europol 2023-es jelentése⁵ az Európai Unió területén 2020 és 2022 között összesen 30 dzsihadista terrorcselekményről számol be, melyek 780 ember letartóztatását tették szükségessé. 2021-ben egy magyar fiatal tervezett robbantást Budapesten az Iszlám Állam nevében. A hatóságoknak sikerült megakadályozniuk őt terve megvalósításában⁶, de az esete szemlélteti, hogy a közösségi médiában terjesztett propagandájával az Iszlám Állam bárhova el tud érni, és ez alól Magyarország sem jelent kivételt.

A 2023. október 16-án Brüsszelben elkövetett terrortámadásért az Iszlám Állam vállalta a felelősséget⁷, mely egy szomorú, de ugyanakkor szemléletes példája a szervezet mai napig tartó aktivitásának. A Közel-Keleten kialakult konfliktus szintén felhívta a társadalom figyelmét a

³ NATO Warsaw Summit Communiqué, 2016., 70.-71. bekezdés, https://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_133169.htm (Letöltés ideje: 2023. 09. 23.)

⁴ Rigotti, Carlota - Zomignani Barboza, Júlia: Unfolding the Case of Returnees: How the European Union and Its Member States Are Addressing the Return of Foreign Fighters and Their Families, In. International Review of the Red Cross, 103. évfolyam, 916-917. szám, 2021. április, pp. 681–703.

⁵ European Union Terrorism Situation and Trend report 2023 (TE-SAT)

⁶ European Union Terrorism Situation and Trend report 2022 (TE-SAT)

⁷ Brussels terror attack: ISIS claims responsibility, In. The Brussels Times, 2023. 10. 18., <https://www.brusselstimes.com/749572/brussels-terror-attack-isis-claims-responsibility> (Letöltés ideje: 2023. 10. 21.)

terrorizmus jelenségére, mely egy lehetőség az emberek tudatosságának növelésére a 21. századi terrorizmus jelenségének és a lehetséges következményeinek bemutatása által.

Az Európai Unió 2020-ban fogadta el a 2025-ig tartó időszakra vonatkozó „Az EU terrorizmus elleni programja: előrejelzés, megelőzés, védelem, reagálás” című dokumentumot⁸, melyben a terrorizmus elleni uniós szintű lépéseket és elhatározásokat mutatják be. A terrorszervezetek közösségi média használata ellen a mesterséges intelligencia bevetését tervezik. Ezen lépéshez elengedhetetlen a pontos ismerete annak, hogy milyen módon használják a terrorszervezetek a közösségi médiát propagandájuk terjesztésének céljából.

A téma komoly nemzetközi szakirodalommal rendelkezik, melyek elsősorban a terrorizmust személyesen megtapasztaló országok kutatói által készültek. A magyar tudományos közösség is foglalkozott a kérdéssel, de annak mértéke nagyban elmarad más európai országokétól. Dolgozatommal célom a magyar szakirodalom gyarapítása egy multidiszciplináris írással, melynek célja a terrorizmus és a közösségi média kapcsolatának átfogó elemzése, és amely alapot biztosít további kutatások számára. Dolgozatom hiánypótló, és egy olyan jelenséget mutat be, mely nem csak a közelmúltat és a jelent határozza meg, de a jövőre is nagy hatással lesz.

A tudományos probléma megfogalmazása

Dolgozatom tudományos problémája a közösségi média kettősségéből ered: egy olyan, a mindennapi életünket nagyban meghatározó jelenség, melyben számos lehetőség rejlik, de ugyanakkor rengeteg veszélyt is magában hordoz, melyek közül kiemelt jelentőségű a terrorszervezetek által való használata.

Ugyanezen kettősség figyelhető meg a közösségi média platformok azon funkcióiban, melyek az oldalak működését biztosítják, ugyanakkor lehetőséget adnak a terrorszervezeteknek is a propagandájuk terjesztésére.

Mindkét esetben érezhető, hogy se a teljes korlátozás, se a teljes megengedés nem tekinthető megoldásnak. A szabályozáshoz viszont elengedhetetlen egy komplex képpel rendelkezni a közösségi médiáról, a terrorizmussal, illetve kifejezetten a közösségi médiával járó pszichológiai hatásokról, és a terrorszervezetek által már alkalmazott gyakorlatokról.

A terrorszervezetek működésének a mindennapok folyamán nincsenek látható jelei, és éppen ezért gyakran akkor próbálunk megelőző lépésekkel reagálni, amikor már „megtörtént a baj”. A

⁸ Európai Bizottság: Az EU terrorizmus elleni programja: előrejelzés, megelőzés, védelem, reagálás, 2020. 12. 9., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0795> (Letöltés ideje: 2023. 10. 25.)

közösségi média terrorista célokra való felhasználásának térnyerésével szükségessé teszi, hogy átfogó módon, multidiszciplinárisan közelítsem meg az általa felvetett tudományos problémát.

Kutatási célkitűzések

Kutatásommal fő célom a közösségi médiában terjesztett radikális propaganda jelenségének komplex elemzése az Iszlám Állam esetének részletes tanulmányozása által. Kutatásom egésze alatt komoly hangsúlyt fektettem a multidiszciplináris megközelítésre.

Dolgozatommal nem szeretnék kizárólag az Iszlám Állam tevékenységére koncentrálni, hanem a példájukon keresztül bemutatni egy olyan jelenséget, mely számos más állami és nem állami szereplőnél megfigyelhető. A nemzetközi kapcsolatokban a globális és regionális szereplők folyamatosan cserélődnek, de az elvek változatlanok maradnak. Kutatásommal ezek azonosítására és a gyakorlati megvalósulásukra célozok koncentrálni.

Kutatásom konkrét célkitűzései a következők:

1. A közösségi média 21. században betöltött szerepének, és a szabályozása nehézségeinek bemutatása.
2. A radikalizáció folyamatának feltárása különböző modellek elemzése és összehasonlítása által.
3. A közösségi médiához köthető pszichológiai hatások beazonosítása.
4. A közösségi média platformok azon funkcióinak bemutatása, melyek lehetővé teszik a terrrorszervezetek tartalmainak terjesztését.
5. Az Iszlám Állam közösségi média jelenlétének és az általa alkalmazott gyakorlatoknak a vizsgálata, csoportosítása és összefoglalása. A szervezet céljai és módszerei közti összefüggések azonosítása.
6. Egy olyan elemzési módszer kidolgozása és bemutatása, mely alkalmas bármely terrrorszervezet közösségi média tevékenységének átfogó elemzésére.
7. A témában releváns hazai és nemzetközi szakirodalom összegyűjtése, mely a jövőben a kutatási területen készülő dolgozatok számára segítség lehet.

Kutatási hipotézisek

Kutatásom témájának feldolgozása során az alábbi hipotéziseket fogalmaztam meg:

1. A közösségi média működéséhez szükséges funkciók hatásosak propaganda terjesztésére.
2. A közösségi média segítségével az Iszlám Állam bármelyik felhasználót képes elérni és radikalizálni.
3. Az Iszlám Állam trendek formájában terjeszti tartalmait a Twitter-en.

4. Az Iszlám Állam közösségi médiában végzett tevékenysége követhető és ellenőrizhető a hatóságok és a nemzetbiztonsági szolgálatok által.

Kutatási módszertan

A közösségi média terrorizmus, illetve kifejezetten az Iszlám Állam digitális stratégiájával kapcsolatban hatalmas mennyiségű nemzetközi szakirodalom létezik, melyek általában egy konkrét szempontból elemzik a témát. Kutatásomban én az átfogó megközelítésre törekedtem, mely a már elkészült írások széles skálájának felhasználását tette szükségessé. Szintén kihívást jelentett a magyar nyelvű szakterminológia hiánya. Kutatásomban nem tekintettem feladatommak a szaknyelv tisztázását, annak mindössze érthető és egyértelmű használatára törekedtem.

Kutatásomat 2022 őszén kezdtem el, és egészen 2023 októberéig végeztem. Ezen időszak alatt a dolgozatomban vizsgált alkalmazás hivatalos neve megváltozott Twitter-ről X-re. A közösségi média platformot megvásároló Elon Musk 2023 júliusában döntött az oldal nevének megújításáról.⁹ Dolgozatomban a változás ellenére a platform régi elnevezésének használata mellett döntöttem az alábbi okok miatt:

1. Az X platform tartományneve (domain name) továbbra is Twitter maradt: <https://twitter.com/?lang=hu>.
2. A témában készült szakirodalmat kereső személyek a Twitter címszónál lényegesen több publikációt találnak, így valószínűleg a további kereséseiknél is a platform régi nevét fogják használni.

Ezen kijelentésem alapjául a Scopus adatbázisban végzett kulcsszóanalízis szolgál. A Scopus a lektorált szakirodalom legnagyobb bázisa¹⁰, mely lehetővé teszi a több tízezer dokumentum közti keresést különböző kulcsszavak alapján. Megvizsgáltam, hogy a „Twitter”, illetve az „X” és az általam választott, kutatásomhoz kapcsolódó egyéb keresőkifejezés mennyi dokumentum címében, absztraktjában vagy kulcsszávaiban szerepel. A valóságot tükröző eredmény érdekében a találatokat a társadalomtudományokhoz (Social Sciences) tartozó publikációkra szűrtem. Az adott keresőkifejezésekhez kapcsolódó tartalmak darabszámát az 1. táblázat foglalja össze. Az „X” kifejezést tartalmazó keresések találati listájánál a 2022-ben és azt megelőzően

⁹ Mac, Ryan - Hsu, Tiffany: From Twitter to X: Elon Musk Begins Erasing an Iconic Internet Brand, In. The New York Times, 2023. 07. 24., <https://www.nytimes.com/2023/07/24/technology/twitter-x-elon-musk.html> (Letöltés ideje: 2023. 10. 29.)

¹⁰ Bányász Péter: A közösségi média szerepe a választásokban, In. Nemzetbiztonsági Szemle, 7. évfolyam 1.szám, 2019. április, pp. 85–105.

megjelent publikációk nem utalhattak a közösségi média oldalra, ugyanis az új nevét csak 2023-ban kapta. Így a feltételezhetően a témához kapcsolódó dokumentumok mennyiségét a táblázat 5. oszlopa szemlélteti. A „Twitter” elnevezés használatakor minden keresőkifejezés esetében lényegesen több dokumentum szerepelt a találati listán, mint az „X” kifejezés használatakor. A kulcsszavak elemzése tisztén megmutatja, hogy a szakirodalmak keresésekor hatásosabb a platform régi elnevezésének használata. Dolgozatomat célom minél nagyobb közönséghez eljuttatni, ezért döntöttem a „Twitter” elnevezés használata mellett. Vizsgálatom a Scopus adatbázisban 2023. 10. 29-én megtalálható tudományos közleményekre vonatkozik.

1. táblázat: Twitter és X kifejezést tartalmazó szakirodalmak megoszlása (saját szerkesztés, forrás: Scopus)

Keresőkifejezés	Darabszám	Keresőkifejezés	Darabszám	Darabszám 2023-as megjelenéssel
„Twitter” AND „ISIS” (Társadalomtudományra szűrve)	49	„X” AND „ISIS” (Társadalomtudományra szűrve)	8	0
„Twitter” AND „terrorism” (Társadalomtudományra szűrve)	137	„X” AND „terrorism” (Társadalomtudományra szűrve)	55	2
"Twitter" AND "propaganda" (Társadalomtudományra szűrve)	186	"X" AND "propaganda" (Társadalomtudományra szűrve)	16	1

Dolgozatom elkészítéséhez az alábbi kutatási módszereket használtam:

1. A **szakirodalmak feldolgozása** kutatásom alapját jelentette. A terrorizmus jelensége bár általános, de a különböző országokat eltérő módon érintette, és nagyon változatos reakciókat váltott ki. A hazai szakirodalom mellett a nemzetközi írások elemzésével célom volt a jelenséggel kapcsolatos minél általánosabban igaznak tekinthető következtetések levonása, melyek nem csak az Iszlám Államra, hanem minden terrorszervezetre értelmezhetőek.
2. **Összehasonlító elemzéssel** dolgoztam fel három eltérő modellt, melyek a radikalizáció folyamatát mutatják be. Szintén összehasonlító elemzést végeztem a Facebook és a Twitter platformok közti eltérések megállapítására.

3. Az Iszlám Állam közösségi média használatának megakadályozására tett lépések **gyakorlati tapasztalatának értékelésével** megállapítom, hogy milyen módszerek lehetnek hatásosak és melyek nem a terrrorszervezetekkel szemben vívott harcban.
4. **Elméleti-logikai módszereket** alkalmaztam az Iszlám Állam döntéseit megelőző indokok azonosítására, illetve a radikalizmushoz és a közösségi médiához köthető pszichológiai hatások lehetséges következményeinek meghatározására.
5. **Kulcsszóanalízist** alkalmaztam a Scopus és a Google adatbázisokban.

A dolgozat felépítése

Tekintettel kutatásom témájára, célkitűzéseire és hipotéziseire, dolgozatomat három részre osztottam fel. Az első fejezetben a közösségi média jelenségére koncentrálok, annak a 21. században betöltött szerepét, az ellenőrzésének és szabályozásának nehézségét, illetve a különböző platformok közti különbségeket és azok működését mutatom be.

A második fejezetben a terrorizmushoz vezető radikalizációs folyamatról írok, melyre kiemelt hatással vannak a közösségi médiával járó pszichológiai jelenségek.

A harmadik fejezetben az Iszlám Állam konkrét példáján keresztül célokom bemutatni, hogy az első két fejezetben leírt jelenségek milyen módon valósulnak meg a gyakorlatban. Az Iszlám Állam által kiépített közösségi média rendszer és az általa alkalmazott stratégia egyedülálló, és valószínűleg példaértékű más terrrorszervezetek számára. Úgy gondolom, hogy annak kiismerésével meg tudjuk őket előzni, és hatásos lépéseket tudunk tenni a közösségi média terrorista célokra való felhasználása ellen.

1. A közösségi média jelensége. Miért alkalmas propaganda terjesztésére?

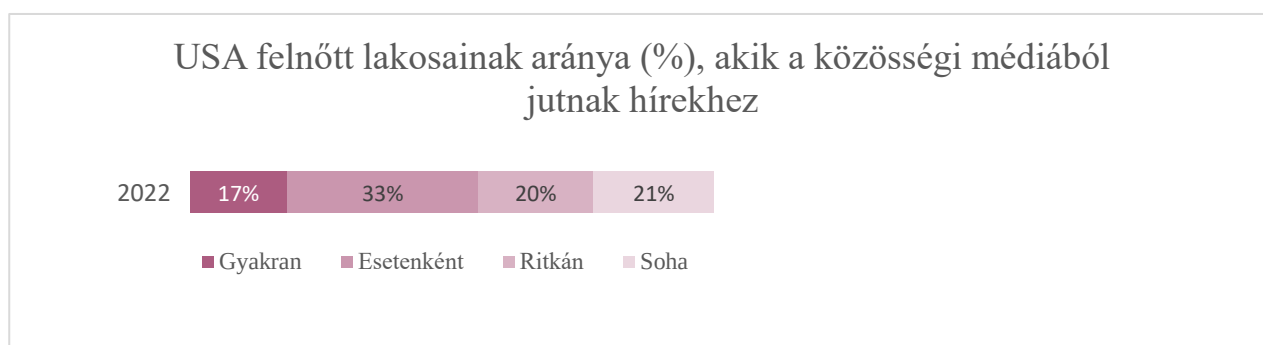
1.1. A közösségi média jelentősége

A közösségi média a 21.század legfontosabb innovációi közé sorolható. Nem csak az internethasználati szokásainkat változtatta meg, hanem a mindennapi életünkre is komoly hatást gyakorol. Nagy Tamás „Vélemény 2.0 - A közösségi média könyv” című művében az alábbi módon definiálja a közösségi médiát: „A közösségi média a felhasználók által létrehozott tartalom, olyan széles körben hozzáférhető technológiák segítségével, amelyek megkönnyítik a kommunikációt, befolyásolják a csoporttagokkal és a szélesebb közönséggel folytatott interakciót, tipikusan az

interneten, vagy a mobil kommunikációs hálózaton keresztül.”¹¹ A definícióból is érzékeljük, hogy a közösségi média ereje a széleskörű hozzáférhetőségében, és a digitalizáció biztosította, határokon átívelő lényegében rejlik.

A közösségi média valójában egy hálózat a felhasználói között, melynek valódi erejét a mérete szemlélteti. 2023. októberi adatok alapján a világon 5,3 milliárd internet felhasználó létezik, akik közül 4,95 milliárdan rendelkeznek profillal valamelyik közösségi platformon.¹² Ezen szám a világ teljes népességének közel 62%-át teszi ki¹³. A közösségi média egy soha nem látott méretű hálózathoz jelent könnyű, olcsó és gyors hozzáférést. Megjelenése óta a társadalom életének egyre meghatározóbb elemévé vált, 2022-re elérve azt, hogy a felhasználói naponta átlagosan két és fél órát töltenek a különböző platformokon.¹⁴

A közösségi médiában hatalmas mennyiségű információ található, amit a felhasználók tesznek



1. ábra: Az USA felnőtt lakosainak közösségi média platformokon való hírfogyasztási szokásai 2022-ben (saját szerkesztés, forrás: Pew Research Center)

közzé. A feltöltött publikációk igazságtartalmának megállapítása a többi felhasználó megítélésére van bízva. Ennek ellenére egyre többen tájékozódnak hírekről a közösségi média platformokon.

A Pew Research Center felmérése alapján készült kimutatásból (1. ábra) látható, hogy az Amerikai Egyesült Államok felnőtt lakosságának 70 %-a használja a közösségi médiát hírek fogyasztására. A nyomtatott és a digitális sajtótermékek fogyasztásánál szükség van az adott személy kezdeményezésére: el kell mennie az újságáruhoz, ki kell választania az őt érdeklő terméket, azt meg kell vásárolnia. Az interneten is szükséges, hogy felkeresse az adott hírszolgáltató honlapját és ott

¹¹ Nagy Tamás: Vélemény 2.0 – Közösségi média könyv, Budapest, 2010., <http://mek.oszk.hu/10300/10353/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 29.)

¹² <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 29.)

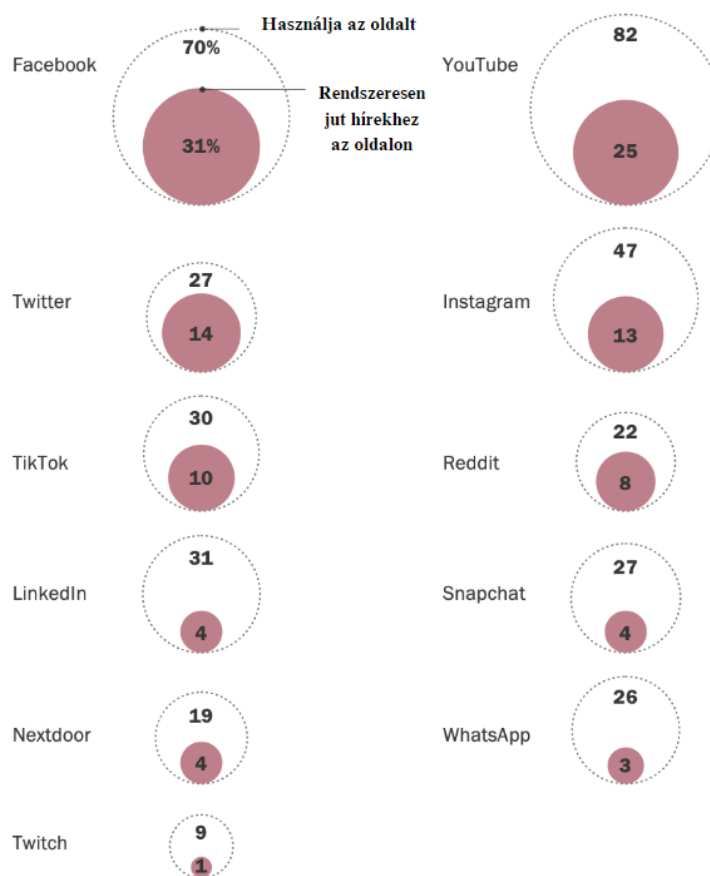
¹³ A világ népességét 8 milliárdra kerekítve, <https://www.worldometers.info/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 29.)

¹⁴ <https://www.statista.com/statistics/433871/daily-social-media-usage-worldwide/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 29.)

kiválassza az általa érdekesnek és relevánsnak tartott cikkeket. Ezzel ellentétben a közösségi média platformok a felhasználó elé tárják az összes aktuális, és őt érdekelhető hírt, anélkül, hogy bármilyen kezdeményezéssel kellene élnie azok felkeresésére. A 21. századi felgyorsult mindennapokban pedig ez a kis könnyebbség, és az ezzel járó időspórolás a hírfogyasztásnak egy új, felkapott módját teremtette meg.

A 2. ábra adatainak alapjául szintén a Pew Research Center kutatásának eredményei szolgálnak. Az ábrán a tizenegy legismertebb és leggyakrabban használt közösségi média platform látható. A külső kör azon amerikai felnőttek százalékát mutatja, akik aktív felhasználói az adott oldalnak, a belső kör pedig azokét közösségi média felhasználóként, akik gyakran tájékozódnak hírekről az adott platformon. A különböző oldalak egészen eltérő felhasználói élményt nyújtanak, amiből következik, hogy vannak olyan platformok, melyek alkalmasabbak hírek fogyasztására, mint mások. A 2. ábrán láthatjuk, hogy a felhasználók és a hírfogyasztók aránya a Twitter esetében a legmagasabb, így levonhatjuk konklúzióként, hogy az oldalra való regisztrációkor itt a legnagyobb azok száma, akik kifejezetten hírekhez szeretnének jutni a platform segítségével.

Hírfogyasztás és használat a közösségi média oldalak szerint
az amerikai felnőttek %-a, aki...



2. ábra: Hírfogyasztás aránya a közösségi média oldalakon (forrás: Pew Research Center)

A 1. és a 2. ábra szemlélteti, hogy a közösségi médiának jelentős szerepe van az emberek mindennapi hírfogyasztásában. Nagymértékű bizalom látható a felhasználók részéről a platformokon elérhető információkkal kapcsolatban, melynek léteznek negatív következményei is. Ha valaki hamis információt, vagy az általános értékrendbe nem beleillő tartalmat tesz közzé a közösségi média oldalak valamelyikén, az is el tud jutni hatalmas tömegekhez, gyakran anélkül, hogy annak igazságtartalmát bárki leellenőrizné vagy egyáltalán megkérdőjelezné.

1.2. A közösségi média szabályozás nehézségei, dilemmái

A közösségi média egy viszonylag új jelenségnek számít, ami nem csak még nem látott lehetőségeket, de kihívásokat is hozott.¹⁵ Az államok és a nemzetközi szervezetek számos lépést tettek a közösségi média által felvetett kérdések megválaszolására, de a modern jogrendszer még nem képes annak teljes szabályozására. Korunk egyik fontos kérdése tehát a szabályozás dilemmája.¹⁶

Mindenkinek alapvető joga a szólásszabadság, ami az online térre is érvényes. Ugyanakkor egyes tartalmak – különösen a törvényt sértőek – nem lehetnek ott se megengedettek. Magyarország Alaptörvénye alapján „Mindenkinek joga van a véleménynyilvánítás szabadságához”¹⁷, ugyanakkor „A véleménynyilvánítás szabadságának a gyakorlása nem irányulhat a magyar nemzet, a nemzeti, etnikai, faji vagy vallási közösségek méltóságának a megsértésére”.¹⁸ A gyakorlatban a fenti két állítás értelmezhető úgy, hogy bár mindenki kifejezheti a véleményét többek között a közösségi platformokon, de az törvényellenesnek számít, ha bárkinek a méltóságát azzal megsérti. Így valójában nincsen teljes véleménynyilvánítási szabadság, és a törvényellenes tartalmak eltávolításához a közzétett tartalmak ellenőrzése szükséges. A közösségi média platformok szűrik az oldalukon közzétett tartalmakat annak érdekében, hogy a hatályos törvényeket és a felhasználói feltételeket betartassák.¹⁹ A szabályozás dilemmájának egyik fő kérdése, hogy ki a felelős annak az eldöntéséért, hogy milyen tartalom maradhat fent egy közösségi média oldalon, és mely tartalom nem. Emellett a közösségi média globális kiterjedtsége is komoly nehézségeket tud okozni. A fiókokról sokszor nehéz feladat megállapítani a származási országot, aminek következtében kérdésessé válik, hogy egyáltalán milyen jogrendszer szabályai vonatkoznak rá. A következő gyakorlati probléma az adott, törvényt szegő felhasználó elérésének szinte lehetetlensége. Abban a közel elképzelhetetlen esetben, hogy

¹⁵ Napoli, Philip M.: Foundations of communications policy: principles and process in the regulation of electronic media, Hampton Press, 2001.

¹⁶ Papp János Tamás. A közösségi média platformok szabályozása a demokratikus nyilvánosság védelmében, Wolters Kluwer, 2022.

¹⁷ Magyarország Alaptörvénye IX. cikk (1) 2023. 10. 29.-én hatályos állapota

¹⁸ Magyarország Alaptörvénye IX. cikk (5) 2023. 10. 29.-én hatályos állapota

¹⁹ X's Guidelines for Law Enforcement | X Help., <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/x-law-enforcement-support> (Letöltés ideje: 2023. 10. 29.)

tényleg letartóztatják a hatóságok az elkövetőt, még az se egyértelmű, hogy az eljárását melyik országban folytassák le, és az esetleges büntetésének hol kell eleget tennie.

A nehézségek ellenére a jogszabályok betartásának kikényszerítése elengedhetetlen, ezért a közzétett tartalmakat muszáj szűrniük a platformoknak. Szintén az ellenőrzés mellett szóló érv, hogy a szélsőséges tartalmak eltávolításával képesek lehetnek annak megakadályozására, hogy arra hajlamos felhasználóknál elkezdődjön a radikalizációs folyamat.

A platformok egyéni szűrőmechanizmusait az Európai Unió területén a 2022. november 17-én hatályba lépett Digital Service Act²⁰ (DSA) szabályozza. A DSA rendelet révén kötelezővé teszi az EU területén működő közösségi média oldalak számára a „Notice and Takedown” rendszert. Fontos kérdésnek számított, hogy egy közösségi média oldalon maga a szolgáltató a felelős-e az oldalon megjelenő, más jogi személyek által közzétett tartalmakért, és ha igen, az milyen mértékben és módszerrel „kérhető számon” rajta. A DSA megoldást jelent ezen dilemmára. Kimondja, hogy a platformoknak nincs általános monitorozási kötelezettségük, de amint egy bejelentés által tudomást szereznek egy tartalomról, onnantól kezdve felelősek érte. Ehhez működtetniük kell egy megfelelő bejelentő és panaszkezelési mechanizmust, melyből az utóbbi nem lehet automatizált. Ha bűncselekményt észlelnek, azt jelenteniük kell a hatóságoknak. Az ezen kívüli esetekben a platform döntési körébe tartozik, hogy engedélyezi-e az adott tartalom további megjelenését az oldalon vagy törli azt. A döntések meghozatalában figyelembe kell venniük az alapvető jogokat: a szólásszabadságot és a tömegtájékoztatás sokszínűségét.

A DSA egy kifejezetten modern médiajogi korlátozás, de az tisztán látszik, hogy sok kérdésre nem ad választ. A közösségi média a világ népességének több, mint 60%-át köti össze, de a jog még ennek ellenére se készült fel teljesen az újabb kihívások hatékony kezelésére.

Több terrorszervezet, köztük az Iszlám Állam is felismerte, hogy ezt a viszonylag új közeget és annak nehéz ellenőrizhetőségét hatékonyan ki tudják használni saját céljaik elérésére.²¹ A közösségi média ingyenes és végtelen számú oldal létrehozására ad lehetőséget. Ennek értelmében bármennyi propagandát terjesztő profilt létre tudnak hozni, és a hatalmas mennyiségű tartalom miatt nagy esélye van, hogy a tartalmakat szűrő algoritmusok soha nem jutnak ezeknek a végére. A terrorszervezetek a közösségi médiának köszönhetően a földrajzi határokat átlépve, emberek eddig soha nem látott méretű csoportjához tudnak elérni.

²⁰ REGULATION (EU) 2022/2065 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065&from=EN> (Letöltés ideje: 2023. 10. 29.)

²¹ Fidler, David P.: Cyberspace, Terrorism and International Law, In. Journal of Conflict and Security Law, 21. évfolyam 3. szám, 2016. december, pp. 475–493.

1.3. Facebook vagy Twitter dilemma

A különböző terrrorszervezetek által használt közösségi média oldalak változatosak, és az adott platform választása mellett szóló érvek minden esetben külön kutatások témáját jelenthetnék. A jelenség megértéséhez hasznosnak tartom egy konkrét eset megvizsgálását, ami segít átlátni, hogy milyen szempontok figyelembevételével dönt egy szervezet egy adott platform használata mellett. Dolgozatom fókusza miatt az Iszlám Államot vizsgáltam meg, de úgy gondolom, hogy az esetükben megfigyelhető logikai folyamat egy induktív következtetéssel más szervezetekre is általánosan igaz.

Az Iszlám Állam közösségi média jelenléte nem korlátozódik csupán egyetlen oldalra, viszont a propagandájuk legnagyobb részét a Twitter-en terjesztik.²² Az 2. ábrán is látható, hogy a Facebook a legtöbb felhasználóval rendelkező közösségi média platform az USA területén, de ugyanez igaz a globális számokat tekintve is.²³ 2023 októberében a Facebook több mint 3 milliárd havi aktív felhasználóval rendelkezett, míg a Twitter 666 millióval.²⁴ Ezen számok folyamatosan változnak, de a nagyságrendbeli különbségek akkor is a Facebook javára billentek, amikor az Iszlám Állam belefogott közösségi média jelenlétének kialakításához, elsősorban a Twitteren. A döntésük a platformok méretéből kiindulva elsőre nem tűnik logikusnak, de a többi szempont figyelembevételével nagyon is átgondolt volt.

A Facebook általában azon személyeket fogja össze, akik ismerik egymást akár közvetlen, akár közvetett módon. A felhasználóknak lehetőségük van különböző csoportokhoz is csatlakozni, de ezek általában lakóhely, hobbi, tanulmányok vagy munka alapján jönnek létre. A Facebook alapvető célja, hogy embereket hozzon össze („bringing people together”²⁵). Az oldal használatakor az általunk követett felhasználók közzétett tartalmait látjuk, így az ismeretségi körünkön kívülről csak ritkán jut el hozzánk tartalom.

A Facebook-kal ellentétben a Twitter célja nem embereket, hanem gondolatokat, ötleteket összehozni („bringing ideas together”²⁶). Egy olyan közösséget teremt ezáltal, ahol a hasonló gondolkodásmódú emberek megtalálják egymást, és függetlenül attól, hogy személyesen még soha nem találkoztak, sőt lehet, hogy nem is egy kontinensen laknak, mégis egy közösség részét tudják képezni. A történelem során is megtapasztalhattuk, hogy a legtöbb propaganda alapvető feltétele egy

²² Berger, J.M. - Morgan, Jonathon: The ISIS Twitter Census, Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter, In. The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World Analysis Paper, 20. szám, 2015. március

²³ Statista i.m.

²⁴ uo.

²⁵ Prier, J.: Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare, In. Strategic Studies Quarterly, 11. évfolyam 4. szám, 2017., pp. 50-85.

²⁶ uo.

olyan hálózat létrehozása, ahol egy adott gondolatra, irányra kicsit is nyitott embereket a propagandát közvetítők el tudnak érni. Ezen feltételnek a Twitter tökéletesen megfelel, ugyanis közösségi média platform mivoltából adódóan bárki számára egyszerű belépést jelent az ott kialakult közösségekbe. A tény pedig, hogy egy felhasználó körbe van véve hasonló gondolkodásmódú személyekkel, még nehezebbé teszi az adott társaságtól, gondolattól való eltávolodást. Az ilyen közösségek pedig a radikalizálódás melegágyát jelentik.

David John Hughes 2012 márciusában publikált írásában²⁷ többek között arra a kérdésre kereste a választ, hogy milyen faktoroktól függ, hogy egy személy a Facebook-ot vagy a Twitter-t használja. Komoly statisztikai számítások elvégzését követően arra a konklúzióra jutott, hogy a társaságkedvelőbb személyek gyakrabban használják a Facebook-ot, ellentétben a kognitív stimulációt kereső, introvertáltabb emberekkel, akik inkább a Twitter-t választják. B. Huberman, Daniel M. Romero és Fang Wu 2009-ben megjelent publikációjukban²⁸ kiemelték, hogy a Twitter a Facebook-kal ellentétben nagyobb felhasználói anonimitást kínál, és kevésbé összpontosít arra, hogy a felhasználó „kicsoda” és milyen társadalmi körökben mozog, inkább arra figyel, hogy mit gondol és mit szeretne mondani.

Az Iszlám Állam számára a legfontosabb cél, hogy olyan tömegeket találjon meg, akik nyitottak az üzenetei felé, és akikhez könnyedén el tud érni. A szervezet számára nem az számít, hogy egy felhasználó melyik városban lakik, vagy milyen elfoglaltságai vannak, hanem hogy mit gondol. Éppen ezért a Twitter bizonyult a céljukhoz leginkább illő választásnak, ugyanis itt a megegyező gondolatok alapján kialakult csoportok már egy létező hálózatot biztosítanak számukra. 2023-ban magabiztosan mondhatjuk, hogy a Twitter-en a digitális térből kilépve, a tradicionális értelemben vett hadszíntéren is aktív terroristák új csoportja született meg.²⁹

1.4. A Twitter működése

A Twitter egy „mikroblog” (microblog) alkalmazásnak tekinthető. A felhasználók a regisztrációt követően sokáig mindössze 140 karakter hosszúságú publikációkat (tweet) tehettek közzé, de 2017 óta ezt a számot 280-ra növelték.³⁰ A szöveges üzenetek mellett lehetőség van képek,

²⁷ Hughes et. al.: A Tale of Two Sites: Twitter vs. Facebook and the Personality Predictors of Social Media Usage, In. Computers in Human Behavior, 28. évfolyam 2. szám, 2012. március, pp. 561–69.

²⁸ Huberman et. al.: Social networks that matter: Twitter under the micro-scope, In. First Monday, 14. évfolyam 1. szám, 2008 december, pp. 1-9.

²⁹ Prucha, Nico – Fisher, Ali: Tweeting for the Caliphate: Twitter as the New Frontier for Jihadist Propaganda, In. CTC Centinel, 6. évfolyam 6. szám, 2023. június, pp. 19-23.

³⁰ Counting Characters, <https://developer.twitter.com/en/docs/counting-characters> (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)

videók és linkek megosztására „tweet”-ek formájában.³¹ A rövid üzenetekkel a Twitter a valós idejű globális párbeszéd folyamatos helyszínévé vált, ahol a karakterlimit miatt nem a hosszan és diplomatikusan megfogalmazott vélemények, hanem a lényegre törő kijelentések az általánosak. A politikusok körében a Twitter az egyik leggyakrabban használt közösségi média platform, ami nem csak az elmúlt évek komoly politikai konfliktusainak volt a helyszíne³², hanem számos kutatás témáját is biztosította.³³

A közösségi média lényege az interperszonális interakciókban rejlik. A felhasználók az általuk közzétett tartalmakat el szeretnék juttatni másokhoz, és általában kíváncsiak is az arra kapott reakciókra, és a többiek által megosztott üzenetekre. A Twitter 3+1 funkcióval rendelkezik, amely lehetővé teszi, hogy egy felhasználóhoz eljuthasson mások tweet-je.³⁴

2. táblázat: A Twitter funkciói (saját szerkesztés, forrás: Twitter)

Módszer	Leírás	Értékelés
Felhasználók követése	A Twitter lehetőséget nyújt más felhasználók követésére. Amint közülük valaki közzétesz egy publikációt (tweetel), az automatikusan megjelenik a követői kezdőlapján.	A felhasználónak nincs befolyása afelett, hogy milyen tartalmakkal találkozik, csak a posztokat közzétevő személyt tudja megválasztani azáltal, hogy követi-e vagy sem. Nincs szükség a konkrét publikációk megtekintésére vonatkozó szándékra a felhasználó részéről, ugyanis azok automatikusan láthatóak számára.
Keresőmotor (search tool) használata	A Twitter keresőmotorjába a felhasználók beírhatnak bármilyen kifejezést, amit követően a kereső megjelenít minden tartalmat, ami az algoritmus szerint kapcsolódik a keresett fogalomhoz.	A keresőmotor alkalmazásához a felhasználóban fel kell merülnie a gondolatnak, hogy kíváncsi egy konkrét fogalomhoz kapcsolódó tartalmakra.

³¹ New User FAQ, <https://help.twitter.com/en/resources/new-user-faq> (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)

³² Permanent Suspension of @realDonaldTrump, 2021. 01. 08., https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/suspension (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)

³³ Hong et. al.: Why Do Politicians Tweet? Extremists, Underdogs, and Opposing Parties as Political Tweeters, In. Policy & Internet, 11. évfolyam 3. szám, 2019. szeptember, pp. 305–323.

³⁴ Prier 2017 i.m.

Hashtag (#) használata	A hashtag-ek összekötőként funkcionálnak egy adott tartalom, és az ahhoz valamilyen módon kapcsolódó, egyéb publikációk között. Egy hashtag megjelenhet bármilyen szövegnél, fényképnél, videónál vagy linknél, melyre rákattintva olyan tartalmakhoz jut a felhasználó, ahol szintén az adott hashtag-et használták.	A hashtag-re való kattintás szándéknak léteznie kell a felhasználóban. A hashtag jelentéséből következtethet a felhasználó, hogy milyen további tartalmakkal fog találkozni, de mivel bárki szabadon alkalmazhatja a hashtag-eket, pontosan nem tudhatja, hogy mit fog látni.
Idővonal (For You timeline)	A Twitter algoritmusa minden felhasználó kezdőlapján megjelenít olyan publikációkat, melyeket az adott személy számára érdekesnek gondol.	A felhasználónak alapvetően nincsen közvetlen befolyása afelett, hogy az algoritmuson keresztül milyen tweet-eket lát az idővonalán.

Haewoon Kwak, Changhyun Lee, Hosung Park és Sue Moon 2010-es kutatásukban³⁵ arra a konklúzióra jutottak, hogy egy tweet egyetlen platformon belüli megosztással (retweet) 1000 felhasználóhoz jut el attól függetlenül, hogy az azt eredetileg közzétevő személy mekkora követőbázissal rendelkezik. Szintén megfigyelték, hogy az első retweet után szinte azonnal következik a második, a harmadik megosztás, ami az információ áramlásának egy nagyon gyors folyamatát indítja el.

A Twitter továbbá rendelkezik közvetlen üzenetküldésre³⁶ (direct message) alkalmas funkcióval is. Itt a felhasználók privát formában tudják egymással tartani a kapcsolatot. A Twitter-t propaganda terjesztésére és tagok toborzására használó terrrorszervezetek számára kifejezetten előnyösnek bizonyult a személyes üzenetküldési funkció. Az ideológiájuk felé nyitott és érdeklődést mutató felhasználókkal még a Twitter-en fel tudják venni a kapcsolatot, ami többek között azt érzékelteti az érdeklődőkkel, hogy fontosak az adott szervezet számára. A privát üzenetekben tudják

³⁵ Kwak et. al.: What Is Twitter, a Social Network or a News Media?, In. Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web, ACM, 2010., pp. 591–600.

³⁶ How to Direct Message (DM) on X | X Help, <https://help.twitter.com/en/using-x/direct-messages> (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)

azt is megbeszélni, ha más, kevésbé ismert és ezáltal a szervezet számára biztonságosabb platformon folytatják a további egyeztetéseket.³⁷

1.4.1. Az idővonal (For You timeline)

Minden közösségi média oldal saját algoritmussal rendelkezik, melynek elsődleges feladata, hogy az érdekes és aktuális tartalmakat felhasználók minél nagyobb csoportjához juttassa el. Az algoritmusok üzleti titoknak számítanak, de az elvük viszonylag hasonló a különböző platformok esetében. A Trend List az algoritmus által létrehozott posztok közötti sorrendet jelenti, amely alapján a listában minél inkább elől „helyet foglaló” tartalmak egyre több felhasználóhoz jutnak el.

A Twitter esetében minden felhasználó az idővonalán (For You timeline) láthatja az általa követett személyek által közzétett tartalmak mellett az alkalmazás algoritmus alapján számára relevánsnak tartott posztokat. A napi 500 millió közzétett tweet-ből³⁸ az algoritmus feladata annak a néhány publikációnak az identifikálása, melyek aztán a Trend List-nek köszönhetően eljutnak a közzétevő felhasználó körét nagyban meghaladó csoportokhoz. Az algoritmus által a felhasználókhoz eljuttatott posztok összekötést jelentenek a különböző hálózatok között³⁹, ezáltal egy globális rendszert teremtve.

Az algoritmusok számos szempont mellett az adott tartalom által elért interakciók mértékét is elemzik. Ebbe beleszámítanak a reakciók, a hozzászólások és a megosztások (retweet), melyek mesterségesen is létrehozhatóak annak érdekében, hogy az adott publikációt minél előrébb juttassák a Trend List-en, ezáltal pedig az minél több emberhez érjen el. Egy 2011-ben publikált kutatás kimutatta, hogy a trendek meghatározásánál a legfőbb szempont a többi felhasználó általi megosztások (retweet) száma.⁴⁰ Az algoritmus amellett, hogy objektív szempontok szerint érzékeli egy adott tartalom által elért interakció mértékét, monitorozza minden felhasználó aktivitását annak megállapítására, hogy számukra személyesen milyen további Tweet-ek lehetnek érdekesek.

A Trend List a terrrorszervezetek számára lehetőséget biztosít propagandájuk széles körben való elterjesztésére. Ennek több kifejlesztett módszere létezik, melynek konkrét példáit az Iszlám Állam Twitter jelenlétének bemutatása során fogom részletezni. A Twitter algoritmusának fejlesztésével aktívan próbál tenni a platform terroristák által való alkalmazása ellen. A Twitter a

³⁷ Hossain, Sazzad: Social Media Terrorism in the Twenty-First Century: The Present Threats to the World, In. International Journal of Law, 1. évfolyam 1. szám, 2017. május, pp. 1–8.

³⁸ Twitter's Recommendation Algorithm, 2023. 03. 31., https://blog.twitter.com/engineering/en_us/topics/open-source/2023/twitter-recommendation-algorithm (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)

³⁹ Prier 2017 i.m.

⁴⁰ Asur et. al.: Trends in Social Media: Persistence and Decay, In. SSRN Electronic Journal, 2011. 02. 08.

Trend List kialakításánál figyelmet fordít, hogy az letiltott fiókok publikációit ne terjessze, illetve hogy kerülje a túl sok egymást követő Tweet-et egyetlen szerzőtől. Próbálja biztosítani a tartalmi egyensúlyt a Twitter-ről és külső forrásokból származó tartalmak között, és minél inkább leellenőrizhető és aktuális posztok kiválasztására törekszik.⁴¹

A szándék a Twitter részéről mindenképpen becsülendő annak érdekében, hogy megállítsa vagy legalább korlátozza a platform terrorizmussal összefüggő tevékenységekre való felhasználását, de a terrrorszervezetek a közösségi média hibrid értelemben vett hadi célokra való felhasználásában szerzett tapasztalataikkal számos olyan módszereket fejlesztettek ki, melyek alkalmasnak bizonyultak a Trend List manipulálására. Erre a legjobb példa az Iszlám Állam által alkalmazott stratégiák, melyekről részletesen a dolgozatom 3. fejezetében írok.

Részkövetkeztetések

A közösségi média a 21. században amellet, hogy a társadalom több, mint 60%-át köti össze és földrajzi határok nélkül lehetőséget biztosít az információ átvitelre, alkalmas propaganda terjesztésre is. A platformok között lényeges különbségek vannak, melyek közül a terrrorszervezetek céljaikat szem előtt tartva választanak. A Twitter esetében az Iszlám Állam számára praktikus, hogy a platformot gyakran alkalmazzák hírekhez való hozzáféréshez, illetve az alkalmazás saját algoritmusával is juttat a felhasználókhoz tartalmakat, melyhez a szervezetnek nem kell mást tennie, mint interakciókat létrehozni az adott publikációknál. A közösségi médiával kapcsolatban továbbá fontos megemlíteni, a jogi szabályozásának pontatlanságát és a nehéz ellenőrizhetőségét, melyek mind a terrrorszervezetek érdekében állnak.

2. A terroristává válás rögzös útja

2.1. A terrorizmus definíciója

A terrorizmus kifejezés a latin terror szóból ered, mely az ijedtséget, a rettegést és a rémületet jelentette. A történelemben a francia forradalom során vált ismertté a kifejezés, mely akkor emberek hatalmas csoportjának brutális legyilkolását eredményezte. A terrorizmus szó a 2001. 09. 11-es USA ellen elkövetett terrortámadás következtében került be a köztudatba. Az embereknek bár van egy homályos és megközelítőleges elképzelése arról, hogy mi a terrorizmus, de annak nem létezik egy univerzálisan elfogadott definíciója. A közös meghatározás hiánya pedig megnehezíti a nemzeti és a

⁴¹ Twitter's Recommendation Algorithm. i.m.

nemzetközi szinten is a terrorizmus elleni stratégiák kidolgozását.⁴² A 3. táblázat célja szemléltetni, hogy a különböző Google keresésekhez hány találat tartozik. Különösen érdekes a „terrorism definitions”, a „definitions of terrorism” és a „terrorizmus definíciók” keresőkifejezések, ugyanis ezen esetekben a definíciók kifejezés többesszámú formában áll. A találatok száma itt olyan tartalmakra utal, melyekben a többesszámot használva, a szerző a terrorizmus több definíciójáról tesz említést, ezzel is elismerve, hogy nem csak egy meghatározása létezik. A terrorizmusnak sok eltérő megközelítésű fogalma van, de ahogy George P. Fletcher is leírta, lényegében lehetetlen a terrorizmus, illetve a terrorcselekmény jogilag is kezelhető meghatározása.⁴³

3. táblázat: A terrorizmus definíciójához kapcsolódó Google találatok (saját szerkesztés, forrás: Google)

Keresőkifejezés	Darabszám ⁴⁴
„terrorism definition”	72 200
„terrorism definitions”	15 100
„definiton of terrorism”	4 760 000
„definitions of terrorism”	630 000
„terrorizmus definíciók”	137

Kaiser Ferenc és Tóth Péter írásukban kiemelték, hogy az eltérő terrorizmus definíciókban megfigyelhetőek közös elemek, melyek: az erőszak alkalmazása és az azzal való fenyegetés, a megvalósítandó politikai célok, a félelemkeltésre irányuló szándék, a civil célpontok, és az elkövetők állami szint alatti elhelyezkedése.⁴⁵

Dolgozatomban a NATO definícióját használom, mely szerint a terrorizmus „Félelmet vagy rettegést keltő erő vagy erőszak törvénytelen használata vagy azok használatával való fenyegetés, személyek vagy tulajdon ellen, kormányok, vagy társadalmak kényszerítésére vagy megfélemlítésére, vagy egy népesség felett az irányítás átvételére történő kísérlet során, politikai, vallási, vagy ideológiai célok elérése érdekében.”⁴⁶

⁴² Schmid, Alex: Terrorism - The Definitional Problem, In. Case Western Reserve Journal of International Law, 36. Évfolyam 2. Szám, 2004., pp. 375-419.

⁴³ P. Fletcher, George: Romantics at War: Glory and Guilt in the Age of Terrorism, Princeton University Press, ISBN 9780691006512, 2002. 10. 06.

⁴⁴ 2023. 10. 30.-án végzett Google-keresések alapján

⁴⁵ Kaiser Ferenc – Tóth Péter: Political Violence and Terrorism, In. Defence Review, 144. évfolyam, 1.szám, 2016., pp. 22-39.

⁴⁶ NATO Glossary of terms and Definitions, 2013., https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/Other_Pubs/aap6.pdf (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)

A terrorizmus definiálása mellett annak jogi szabályozása is egy kihívás mind az államok, mind a nemzetközi jog számára. Hazánkban a 2012. évi C. törvény a Büntető Törvénykönyvről, hazánk hatályos anyagi büntetőjogi kódexe a közbiztonság elleni bűncselekményekről szóló XXX. fejezetben, a 314–316. §-ban szabályozza a terrorcselekmény bűncselekményét.⁴⁷

2.2. A radikalizáció folyamata

A terrorszervezeteknek céljaik megvalósításához emberekre van szükségük, akik a csoportért hajlandóak akár életük feláldozására is. Felmerül a kérdés, hogy miként jut el valaki arra a szintre, ahol semmi más nem érdekli, csak az általa igaznak és erkölcsileg jónak vélt gondolat.

A terrorizmusra való hajlandóság és a mentális betegségek között nem állapítható meg közvetlen és egyértelmű kapcsolat.⁴⁸ Természetesen a mentális problémák nem tekinthetők minden esetben irrelevánsnak, de ok-okozati összefüggés nincsen a két jelenség között. A magányos, felsőbb irányítás nélküli cselekményeket elkövető terroristák között nagyobb arányban találhatók mentális betegséggel rendelkezők, mint a terrorista csoportokhoz tartozók között,⁴⁹ de ezen tendencia nem általánosítható a terroristává válásra. Ennek következtében elmondható, hogy átlagos, alapvetően egészséges emberekből lesznek terroristák, akik a szervezet melletti teljes elköteleződésig egy radikalizációs folyamaton esnek át.

Dolgozatom 2. fejezetében célom három nemzetközileg elismert modellen keresztül bemutatni a radikalizálódás folyamatát, kiegészítve három olyan jelenséggel, melyek kifejezetten a közösségi média oldalak terrorszervezetek által való felhasználásakor jelentkeznek. A bemutatott három radikalizációs modell célja természetéből adódóan, a radikalizmus jelenségére általánosan igaz, és szinte minden konkrét helyzetre levetíthető folyamat bemutatása. A digitális tér használata a szélsőséges szervezetek által gyakori, de a radikalizációnak nem feltétele, így nem meglepő, hogy explicit módon egyik modell se említi. Kutatásommal célom a közösségi média terrorista célokra való felhasználásának jelenségét komplex módon bemutatni, így szükségesnek láttam a radikalizmus modellek kiegészítését a közösségi médiához kapcsolódó pszichológiai jelenségekkel.

A radikalizációnak, mint a témában a legtöbb szakkifejezésnek nem létezik egy univerzálisan elfogadott definíciója. Az Európai Bizottság meghatározása szerint a radikalizálódás során az emberek olyan véleményeket, nézeteket és ötleteket fogadnak el, amelyek terrorcselekmények

⁴⁷ Dr. Serbakov Márton Tibor: A terrorizmus definíciójának kérdése | Büntető Törvénykönyv (új Btk.) a gyakorlatban, 2020. 02. 13.

⁴⁸ Corner et. al.: Mental Health Disorders and the Terrorist: A Research Note Probing Selection Effects and Disorder Prevalence, In. Studies in Conflict & Terrorism, 39. évfolyam 6. szám, 2016. június, pp. 560–68.

⁴⁹ Corner, Emily - Gill, Paul: A False Dichotomy? Mental Illness and Lone-Actor Terrorism, In. Law and Human Behavior, 39. évfolyam 1. szám, 2015. február, pp. 23–34.

elkövetéséhez vezethetnek.⁵⁰ Az ausztrál kormány definíciója szerint az a radikalizáció, amikor egy személy meggyőződése a viszonylag konvencionálisakból radikálissá válnak, és a személy drasztikus változást akar elérni a társadalomban.⁵¹

Dolgozatomban a kutatásom fókuszát figyelembe véve radikalizáció alatt azt az elsősorban pszichológiai folyamatot értem, melynek során egyegy személy eljut egy adott ideológiában való teljes elmélyültségig, és hajlandóvá válik komoly társadalmi és jogi normák megsértésére, például civilek megölésére.

A radikalizáció hallatán a legtöbbször a terrorcselekmények jutnak eszükbe, viszont szintén a folyamat végső stádiumának megnyilvánulása lehet a komoly kábítószerhasználat, az étkezési zavarok, bűncselekmények elkövetése vagy az öngyilkosság.⁵² Dolgozatom kutatási célkitűzéseiből adódóan én kifejezetten a terrrorszervezetek által alkalmazott radikalizációra fogok koncentrálni, melynek elsődleges célja harcosok toborzása és felkészítésük különböző terrorcselekmények elkövetére.⁵³

A radikalizáció folyamatának megértése elengedhetetlen ahhoz, hogy egy radikális szervezet működését és toborzási módszereit átláthassuk. A propaganda célja minél nagyobb tömegek meggyőzése arról, hogy a szervezet által végzett tevékenység jó, hasznos és szükséges. Az emberek manipulálása annak érdekében, hogy részt vegyenek az általuk végzett hibrid értelemben vett hadi tevékenységekben, a pszichológiai hadviselés kategóriájába tartozik.⁵⁴ A NATO már 2002-ben érzékelte a jelenség fontosságát és kiadott egy doktrínát a pszichológia és a hadviselés kapcsolatáról és formáiról.⁵⁵ A pszichológia a terrorizmust, mint lelki deformációt közelíti meg, melynek kialakulása egy soktényezős, összetett folyamat.⁵⁶

A történelem folyamán számos állami és nem állami szereplőnek sikerült nagy tömegeket radikalizálni, ami sok kutatást eredményezett azzal a céllal, hogy megtudják, milyen faktorok

⁵⁰ A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak: Terroristák toborzása: az erőszakos radikalizálódást elősegítő tényezők kezelése, 2005. 09. 21., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52005DC0313> (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)

⁵¹ Australian Government Attorney-General's Department: Preventing violent extremism and radicalisation in Australia, 2015., <https://www.livingsafetogether.gov.au/Documents/preventing-violent-extremism-and-radicalisation-in-australia.PDF> (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)

⁵² Kruglanski et al.: The Psychology of Radicalization and Deradicalization: How Significance Quest Impacts Violent Extremism, In. Political Psychology, 35. évfolyam 1. szám, 2014. február, pp. 69–93.

⁵³ Bernard Lewis: The Crisis of Islam. Holy War and Unholy Terror, The Modern Library, New York, 2004.

⁵⁴ Mező Ferenc - Mező Katalin: Lélektan és hadviselés, In. Lélektan és Hadviselés, 1. évfolyam 1. szám, 2019., pp. 9-26.

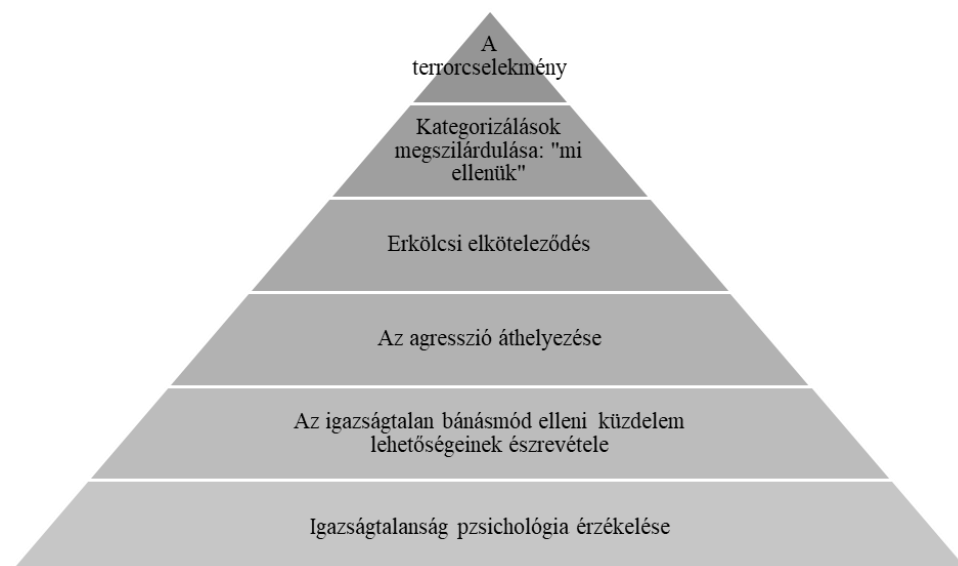
⁵⁵ Nato Psychological Operations Doctrine, 2002.

⁵⁶ Póczik Szilveszter: A terrorizmus biológiai és pszichológiai elméletei, In. Világosság, 6. évfolyam 5. szám, 2007., pp. 25–40.

vezettek a hatékonysághoz, és alapvetően hogyan néz ki a radikalizációs folyamat. A klasszikus előfeltevés szerint a terroristává válás szuverén egyéni döntéstől függ. A terrorista csoportokkal kapcsolatos gyarapodó megfigyelések azonban arra utalnak, hogy a terrorizmushoz való közelkerülés, majd belekeveredés nem egyszeri döntésre vezethető vissza, sokkal inkább fokozatosan, a szélsőséges magatartás irányába mutató lassú szocializációs folyamatban megy végbe, ugyanakkor elég nagy a lemorzsolódása is.⁵⁷ Kutatásomban ezen folyamat megértésére három ismert és gyakran alkalmazott folyamatmodellt elemeztem.

2.2.1. A lépcsős modell (The staircase model)

Moghaddam 2005-ben publikált írásában⁵⁸ mutatta be a lépcsős modellt. A radikalizáció folyamatát egy folyamatosan szűkülő lépcsőként látta, amely az épület tetején található terrorcselekmény elkövetéséhez vezet. A metaforikus épület minden szintjén szobák, ajtók és különböző terek találhatók, az ember pedig annak függvényében halad fentebb a lépcsőn, hogy ezen helyiségek közül mennyit lát nyitottnak maga előtt. Az épületek szintjei a radikalizáltság mértékét, míg a különböző ajtók a folyamatból való kiutakat, egyéb lehetőségeket jelenítik meg. A szinteken felfele haladva az emberek egyre kevesebb választható opciót látnak, egyre nehezebbé válik számukra kilépni a radikalizáció folyamatából. Az épület tetejére érve már csak egyetlen lehetőséget érzékelnek, ami mások, saját maguk vagy a kettő együttes elpusztítása. Ekkor jutottak el a terrorcselekmény megvalósításához.



3. ábra: Lépcsős modell (saját szerkesztés, forrás: Moghaddam)

⁵⁷ uo. p. 32.

⁵⁸ Moghaddam, Fathali M.: The Staircase to Terrorism: A Psychological Exploration, In. American Psychologist, 60. évfolyam 2. szám, 2005., pp. 161–169.

A lépcsőház Moghaddam elképzelése szerint a földszintből és öt emeleti szintből áll. A piramis ábra olyan szempontból jól szemlélteti a folyamatot, hogy egyre magasabb szintekre haladva folyamatosan csökken az oda eljutó személyek száma.

- **Földszint:** A földszinten olyan emberek milliói tartózkodnak, akik bár érzékelik a világ igazságtalanságát és relatív nélkülözést élnek át, de azt elfogadják és beletörődnek helyzetükbe. Akik megoldást szeretnének találni a problémáikra, elindulnak az első emeletre. Számos tényező befolyásolja, hogy ki milyen formában és milyen intenzitással érzékeli a méltánytalanságot. Hatással lehet erre a lakóhely, a gazdasági körülmények, az iskolázottsági szint, és sok minden más is.
- **1. emelet:** Ezen szintre jutók személyesen szeretnének tenni az őket érő igazságtalanság ellen, amire keresik a lehetőségeket metaforikus ajtók nyitogatásával. A tehetséges, előrelépésre motivált emberek könnyebben találnak arra módot, hogy a társadalmi hierarchián keresztül tegyenek lépéseket. Aki más opciót nem lát, tovább halad a lépcsőn felfelé.
- **2. emelet:** Erre a szintre érkezve a személyek általában a terrrorszervezetek narratívájának hatására áthelyezik az agressziójukat külső csoportokra, akiket a problémáikért okolhatnak. Moghaddam írásában kiemeli, hogy sok esetben az Amerikai Egyesült Államokat tekintik ezen külső felelősnek. Az „ellenség” beazonosítását követően vannak, akik egyre inkább keresik az alkalmat az agressziójuk fizikai kinyilvánítására, és elköteleződnek egy olyan morális értékrendszerben, mely terrorizmushoz vezet. Ők tovább haladnak a következő emeletre.
- **3. emelet:** Ezen a szinten a már elköteleződött és igazságosságra vágyó embereket a terrrorszervezet meggyőzi a terrorcselekmények legitimitásáról. Elhitetik velük, hogy a társadalom megítélése és róluk alkotott képe a hibás, és valójában ők tesznek jót az igazságosság garantálásával. A radikalizáció ezen fázisát makro és mikro szinten is elvégzi a szervezet:
 - o Makro szinten rámutatnak, hogy a vezetés diktatorikus és elnyomó, a társadalom megváltoztatásának pedig a terrorcselekmény elkövetése az egyetlen lehetősége.
 - o Mikro szinten a megbecsülés és az otthon érzését keltik az emberekben. Egy olyan közösségnek válnak a tagjává, ahol elfogadják és értékesnek tartják őket. A terrrorszervezetekkel kapcsolatba kerülőknek gyakran a mindennapjaikból hiányoznak ezen érzések, így az különösen sokat jelent számukra.⁵⁹ Az érzelmek szándékos manipulálásával a terrrorszervezet egyre hűségesebb embereit képezi ki, akik már teljes

⁵⁹ Benmelech, Efraim, - F. Klor, Esteban: What Explains the Flow of Foreign Fighters to Isis?, SSRN Electronic Journal, 2016. 05. 10.

mértékben jogosnak és észszerűnek tartják a terrorcselekményeket, ugyanis szerintük azok célja az igazságosság.

- **4. emelet:** Ezen a szinten megy végbe a társadalmi kategorizálás folyamata, melynek következtében az ide eljutó személyek teljes mértékben elkülönítik magukat (a terrorszervezet tagjait) a többiektől. A „mi ellenük” gondolkodásmód következtében a szervezet teljesértékű tagjává válnak, ahol általában nagyon komoly nyomást gyakorolnak rájuk, hogy engedelmeskedjenek. A radikalizáció folyamatának 4. emeletére eljutva az emberek már nagyon kevés kiutat látnak, és ennek következtében kevesen jutnak ki élve innen.
- **5. emelet:** A lépcsőház és egyben a radikalizációs folyamat egy terrorcselekmény elkövetésével végződik. A terroristák célpontjait általában civilek jelentik, akiknek kegyetlen legyilkolására a „mi ellenük” gondolkodásmód miatt képesek. Mindenki ellenségnek számít a szemükben, aki nem a terrorszervezet tagja, és éppen ezért képesek túllépni az ártatlan emberek meggyilkolásának gondolatával járó gátló mechanizmusokon. Az 5. emeletre érők felkészültek és motiváltak a terrorizmusra. Az ő haláluk vagy letartóztatásuk pedig nem dönti össze a lépcsőházat, hanem teret biztosít leendő terroristák újabb csoportjának az elindulásához abban a lépcsőházban, ahonnan bár lefele is vezet út, de az annál nehezebben vehető észre, minél magasabbra érnek.

2.2.2. A kiváltó ok modell (The root cause model)

Tinka Veldhuis és Jørgen Staun kutatók 2009-ben megjelent publikációjukban⁶⁰ mutatták be a kiváltó ok modellt (the root cause model), mellyel az iszlám szélsőségesek radiklaizációs folyamatát szerették volna szemléltetni.

A modell alapjául az a gondolat szolgál, hogy nem létezik egyetlen ok, amely a radikalizációhoz vezet. A folyamatot számos tényező idézheti elő, melyeket a kutatók két kategóriába és ezeken belül három alcsoportba osztottak attól függően, hogy milyen szinten hatnak az emberre.

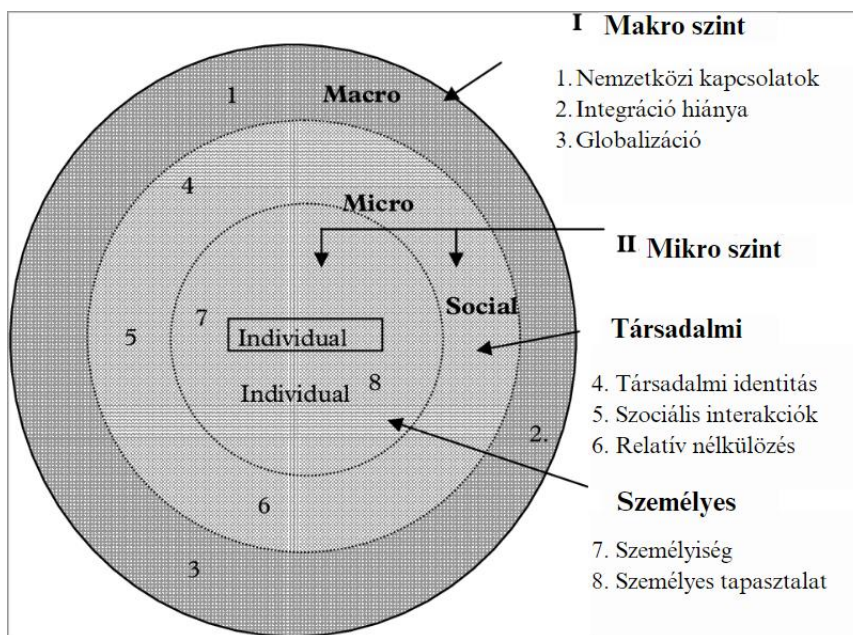
A modell legkülső rétegét a **makro szint** jelenti. Ebbe a kategóriába sorolandó minden olyan, az adott személytől általában független tényező, mint országának politikai helyzete, a lakóhelyének gazdasági adottságai, és a kultúrájával kapcsolatos külső megítélések. A makro szinten jelentkező hatások nem elegendőek a radikalizáció bekövetkezéséhez, mindössze háttérrel biztosítanak ahhoz. Az Európában élő, nehezen beilleszkedő másodgenerációs muszlim fiatalokat olyan makro hatások

⁶⁰ Veldhuis, Tinka – Staun, Jørgen: Islamist radicalisation: a root cause model, Netherlands Institute of International Relations Clingendael, 2009.

érik, melyek következtében nagyobb eséllyel következnek be náluk az iszlám radikalizáció, de ehhez a makro hatásoknak a mikro szintbe tartozó okokkal kell együtt jelentkezniük.

A **mikro szint** a társadalmi és a személyes rétegre osztható fel. A **társadalmi réteg** az adott egyén másokkal való kapcsolatát és interakcióit jelenti. Az emberekre minden esetben komoly hatással vannak a környezetükben élők, illetve a különböző társaságokban betöltött szerepük. Szintén a társadalmi rétegbe sorolható az adott személynek vele közvetlen kapcsolatban nem álló csoportokhoz viszonyított önmegítélése. Egy olyan fiatal, aki kirekesztve érzi magát az iskolai közösségből, és emellett az otthoni kapcsolatai se jelentenek számára biztonságot, nagyobb eséllyel lesz megszólítható radikális üzenetek által.

A modell legbelső szelét a **személyes réteg** jelenti. Ide tartozik minden pszichológiai tulajdonság és személyes tapasztalat, továbbá a vallási és politikai meggyőződés is. Olyan alapvető tulajdonságok is ezen szinthez tartoznak, mint az adott személy neme és kora.



4. ábra: A kiváltó ok modell (forrás: Veldhuis 2009.)

Tinka Veldhuis és Jørgen Staun írásukban a fent leírt kiváltó okoktól (causes) megkülönböztetik a katalizátorokat (catalysts), mint hirtelen bekövetkező és általában kiszámíthatatlan eseményeket, melyek a radikalizációs folyamatot lényegesen felgyorsítják, de annak elindítására nem alkalmasak. Példaként említik egy híresség nyilatkozatát, ami a legtöbbeknek teljesen jelentéktelen, de a nyilatkozó felé alaptól erős negatív érzésekkel rendelkező személy számára a nyilatkozat egy katalizátor lehet, közvetlen indíttatás a radikalizációra. A példa jól

szemlélteti, hogy ezen folyamathoz szükséges a már létező gondolat, amit mindössze felerősít a konkrét történés.

2.2.3. A 3N modell (The 3N model)

2016-ban jelent meg David Webber és Arie W. Kruglanski közös publikációja⁶¹, melyben bemutatták a 3N modellt. Fő céljuk volt megtalálni azon okokat, melyek a radikalizációhoz vezetnek.

Abból a már több kutatás által bebizonyított gondolatból indultak ki, miszerint nincsenek a terroristákat és a társadalom többi részét egyértelműen megkülönböztető személyiségjegyek, mentális betegségek vagy pszichopata tendenciák.⁶² Ez nem jelenti azt, hogy egyes személyek ne lennének alapvetően veszélyeztetettebbek a radikalizáció által, mint mások, de a folyamat bekövetkezéséhez több, a 3N modell esetében pontosan három feltételnek kell teljesülnie.

A „3N” elnevezés a radikalizmushoz szükséges feltételek angol elnevezéseiből ered:

1. „Need”: az egyén szükségletei és motivációi

Az egyén szintjén a radikalizációhoz általában a jelentőségre való törekvés vezet, ami az embernek azon alapvető vágya, hogy olyan lényeges dolgot érjen el, mellyel kivívja mások tiszteletét.⁶³ A radikalizmus folyamatának lényeges felgyorsulásához segítenek hozzá továbbá az olyan események, melyek egy adott személy jelentőségének elvesztését vagy annak lényeges megnövekedését eredményezhetik. Az egyént érő negatív hatások lehetnek a csoportját kollektíven vagy őt személyesen érintő jelenségek. Az események által kialakult motiváció mellé, miszerint javítani szeretne a helyzetén, meg kell választania a törekvése végrehajtásának módját. A szélsőséges módszerekhez leggyakrabban az emberek társadalmi identitását érő megalázó eseményekkor, kollektív feszültségekre adott válaszként szoktak nyúlni. Terrorizmus esetén az egyén személyes veszteségének megoldására a kollektíva nevében tesz erőszakos lépéseket. A megrázó események következtében természetes emberi reakció a bizonytalanság. Ebben az állapotban az emberek a biztos, egyértelmű pontokat keresik, melyet sokan a fundamentalista és zárt ideológiával, és minden kérdésre egyértelmű válaszokkal rendelkező szélsőséges szervezetekben találnak meg. Ezen csoportokkal való azonosulás következtében egyre jobban elköteleződnek a csoportjuk ellenséggel szembeni megvédése mellett, melytől egyenes út vezethet a terrorcselekményekhez.

⁶¹ LaFree, Gary - D. Freilich, Joshua: The Handbook of the Criminology of Terrorism, 1. kiad., Wiley, 2016.

⁶² G. Horgan, John: The psychology of terrorism, 2. kiad., Routledge, 2014.

⁶³ Kruglanski i.m.

2. „Narrative”: az egyén kultúrájának ideológiai narratívái

A kultúra szerepe ott kapcsolódik be a folyamatba, hogy egy személy céljának megvalósításához csak a kulturálisan meghatározott eszközök közül választhat. Egy negatív hatás és egy adott értéket érő támadás következtében az emberek egyre radikálisabbá válnak az adott értékben, mely lehet a vallásuk, a politikai nézetük vagy egyéb véleményük (pl. pacifizmus). Az erőszakot csak akkor választja egy ember problémáinak megoldására, ha azt egy legitim eszköznek tartja, ez pedig csak az ideológiával vagy az ellenség dehumanizálásával valósulhat meg. A problémákért felelős külső csoport beazonosítását követően gyakran a propagandát használva megfosztják ezen külső csoport tagjait az emberi tulajdonságaiktól és társadalomromboló gyilkosoknak állítják be őket, akiket nem etikátlan, sőt kifejezetten indokolt támadni. Az Albert Dehura és társai által végzett pszichológiai vizsgálatban⁶⁴ bebizonyították, hogy az emberek azáltal, hogy egy másik személyről az orvosok által jelentéktelen módon megjegyezve a „figyelmes és megértő” vagy az „állatias rodhadt banda” leírást hallották, jelentősen magváltozott az áramütés mértéke, melyet hajlandóak voltak leadni számukra. A tanúsított viselkedésben az erőszakra való hajlandóságot nagyban befolyásolta egy rövid egyszeri megjegyzés, ami egy tudatosan létrehozott propaganda esetében sokkal komolyabb következményeket képes előidézni.

3. „Network”: az adott személy társadalmi hálózatán belül jelentkező szociális nyomás és befolyás

A terrorizmust támogató ideológiák hatása annál nagyobb egy adott személyre, minél több olyan emberrel van kapcsolatban, akik az adott ideológiával szintén azonosulni tudnak. Egy hasonló nézeteket valló csoport tagjaként hozott döntések radikálisabbak, mint azok, melyeket egyedül hoz meg egy személy.⁶⁵ A csoportdinamika hatására a személyes identitás helyét átveszi a csoportidentitás, és a tagok nem különböző egyénekként, hanem az adott csoport tagjaiként gondolnak magukra. Ezen folyamat következtében a saját érdekeikért való cselekvés helyett a csoport érdekeit helyezik előtérbe, melyért képesek erőszak alkalmazására és akár önmaguk feláldozására is.⁶⁶ A csoportok fontosságát felismerve a terrorszervezetek gyakran hoznak létre olyan sejteket, ahol kiscsoportos formában a tagok részt vesznek egymás radikalizálásában.

⁶⁴ Bandura et. al.: Disinhibition of Aggression through Diffusion of Responsibility and Dehumanization of Victims, In. Journal of Research in Personality, 9. évfolyam 4. szám, 1975. december, pp. 253–69.

⁶⁵ Isenberg, Daniel J.: Group Polarization: A Critical Review and Meta-Analysis, In. Journal of Personality and Social Psychology, 50. évfolyam 6. szám, 1986. június, pp. 1141–51.

⁶⁶ Swann et. al.: Identity Fusion: The Interplay of Personal and Social Identities in Extreme Group Behavior, In. Journal of Personality and Social Psychology, 96. évfolyam 5. szám, 2009. május, pp. 995–1011.

A 3N modell 4 kulturálisan eltérő mintán is empirikusan megfigyelhetőnek és igaznak bizonyult.⁶⁷ Továbbá azt is bebizonyították, hogy a modell által leírt jelenségek közül a valóságban kifejezetten komoly szerepe van a társadalmi elszigetelődésből az erőszakba való átmenetben a különböző jelenségek erkölcsi módon való megindoklásának.

2.3. A közösségi média pszichológiája

A közösségi média megjelenésével egy új korszakot hozott el a kapcsolattartás és az információhoz való hozzájutás lehetőségeiben. A szélsőséges szervezetek számára nem csak egy minden más lehetőségnél egyszerűbb, olcsóbb és gyorsabb módot biztosít a propagandájuk terjesztéséhez, hanem több, kifejezetten a közösségi médiához köthető pszichológiai hatás miatt elősegíti a radikalizációs folyamatot.

2.3.1. „A hazugság tűztömlője” (The firehose of falsehood)

Az angolul „Firehose of falsehood” néven ismert jelenségről először 2016-ban készült kutatás⁶⁸, melyet akkor az orosz propaganda dezinformációs módszereként mutattak be. A jelenség azon a természetes emberi reakción alapul, miszerint a gyakran látott vagy hallott tények a realitás illúzióját keltik.

Ahelyett, hogy a tartalmak minőségére és hihetőségére fordítanak a figyelmüket, az álhíreket terjesztő szereplők a mennyiségre koncentrálnak. Az üzenet nagy tömegekhez való eljuttatásának céljából azt minél több eltérő platformon terjesztik, hogy az emberek számára minél hitelesebbnek tűnjön. Ezen stratégia sikere abban rejlik, hogy az emberek a különböző oldalakat más és más nézőpontokkal azonosítják,⁶⁹ ezen logikát követve pedig egy olyan információ, mely több nézőpont szerint „igaz”, számukra is hihető a valóságtartalom megkérdőjelezése nélkül. Ha a különböző oldalakon eltérő megfogalmazással vagy gondolatmenettel jutnak el ugyanazon konklúzióhoz, az még tovább növeli az emberek sikeres manipulálásának esélyét.⁷⁰ Az emberek nagyobb eséllyel hisznek el olyan álhírt, mely sok részletet közöl⁷¹, hiába teljesen érdektelenek azok, illetve amennyiben valamilyen megbízhatóságra utaló külső jel található az adott tartalomnál, például a

⁶⁷ Bélanger et al.: Radicalization Leading to Violence: A Test of the 3N Model, In. Frontiers in Psychiatry, 10. évfolyam 4. cikk, 2019.02. 11.

⁶⁸ Paul, Christopher – Matthews, Miriam: The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model: Why It Might Work and Options to Counter It, RAND Corporation, 2016. 06. 11.

⁶⁹ Harkins, Stephen G. - Petty, Richard E.: Information Utility and the Multiple Source Effect, In. Journal of Personality and Social Psychology, 52. évfolyam 2. szám, 1987. február, pp. 260–68.

⁷⁰ Harkins, Stephen G. - Petty, Richard E.: The Multiple Source Effect in Persuasion: The Effects of Distraction, In. Personality and Social Psychology Bulletin, 7. évfolyam 4. szám, 1981. december, pp. 627–35.

⁷¹ Bell, Brad E. - Loftus, Elizabeth F: Trivial Persuasion in the Courtroom: The Power of (a Few) Minor Details, In. Journal of Personality and Social Psychology, 56. évfolyam 5. szám, 1989. május, pp. 669–79.

szerező nevével egy „Dr.” előtag, az is nagyban megnöveli az üzenet igazként való megítélésének esélyét.⁷²

A szándékos dezinformációterjesztéssel ismertté vált „hazugság tűztömlője” jelenség a közösségi médiában terjesztett propagandával kapcsolatban is releváns. A propagandisztikus üzenetek általában nem egyértelműen hamis információt, hanem egy, a társadalom által el nem ismert szubjektív világképet hirdetnek. A platformok algoritmusainak köszönhetően egy adott szervezet üzenete felé érdeklődést mutató felhasználók számára további hasonló tartalmat fog ajánlani, melyek általában ugyanazon egyszerű és határozott gondolatot terjesztik. A sokszor látott üzenet egyre igazabbá válik az adott személy számára, és az ahhoz kapcsolódó további hírek és kiegészítések valóságtartalmát egyre kevésbé kérdőjelezi meg. Csak a Twitteren napi 500 millió bejegyzés kerül feltöltésre,⁷³ amit egy felhasználó természetesen nem képes végigolvasni, de a hozzá eljutó tartalmak igazságtartalmának leellenőrzése is rengeteg időt és dokumentációt igényelne, amire a felhasználóknak egyszerűen nincs idejük.

A „hazugság tűztömlője” jelenségben az újságíróknak is komoly szerepük van. Hírértéket keresve gyakran írnak a különböző platformokon aktuálisan felkapott tartalmakról, melyek ezáltal kikerülnek a közösségi médiából és az emberek által megbízhatónak ítélt hírszolgáltatók által komoly legitimitást nyernek. A propaganda esetében egy újságíró valószínűleg nem fogja írásában kifejezni egyetértését a szélsőséges gondolattal, de már csak annak a leírásával, hogy egy adott üzenet elterjedt egy oldalon, hozzájárul a propaganda sikerességéhez olyan módon, hogy eljuttatja az üzenetet olyan személyekhez, akik alapvetően nem találkoztak volna vele. Itt felmerül a filozófiai kérdés, hogy mi választja el a radikális üzenetekre való figyelemfelhívást azok terjesztésétől, de ezen dilemma egy jövőbeli, kifejezetten erre fókuszáló kutatást érdemel meg.

2.3.2. Perszonalizáció

A pszichológiában a perszonalizáció az egyéniség, a személyiség kialakulását jelenti.⁷⁴ Az egyéniséget és a gondolkodásmódot érintő legtöbb változás a gyermekkorban megy végbe, de a folyamatos külső hatások az ember személyiségét egész életén keresztül formálják. A közösségi média, mint a 21. századi emberek életének és társas interakcióinak meghatározó helyszíne, az ott folytatott interakciókkal és az ott látott tartalmakkal szintén hatással van a felhasználók

⁷² Beauvais, Catherine: Fake News: Why Do We Believe It?, In. Joint Bone Spine, 89. évfolyam 4. szám, 2022. július

⁷³ Sayce, David: The Number of Tweets per Day in 2022, In. David Sayce, 2022. augusztus 3., <https://www.dsayce.com/social-media/tweets-day/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)

⁷⁴ Kormos József: Nevelésfilozófia, Akadémiai Kiadó, 2018.

személyiségének alakulására. A közösségi média platformokon történő perszonalizációnak megkülönböztetjük az explicit és az implicit fajtáját.

2.3.2.1. Az explicit perszonalizáció

Az explicit perszonalizáció az emberek közösségi média oldalak használatával kapcsolatos saját döntéseit jelenti, melyek befolyásolják a véleményüket. Mindenki személyesen dönthet arról, hogy milyen oldalakat követ, milyen csoportokhoz csatlakozik, milyen tartalmakat olvas végig és oszt meg, és melyekre nem szentel figyelmet. A felhasználóknak ezáltal szerepük van abban, hogy milyen nézőpontokkal és üzenetekkel találkoznak. Az emberi természetből adódóan mindenki szereti, amikor igaza van, így nem meglepő, hogy a felhasználók nagyobb nyitottságot mutatnak a véleményüket alátámasztó tartalmak felé.⁷⁵ Mivel minden közzétett tartalmat lehetetlen lenne elolvasni, a szelektálás elkerülhetetlen. Az explicit perszonalizáció jelensége a közösségi média előtti időben is létezett. Az embereknek mindig lehetőségük volt megválogatni a tartalmakat, amit fogyasztottak olyan mindennapi formában, hogy milyen újságot vásároltak, milyen televíziós csatornát néztek vagy milyen véleménnyel rendelkező barátokkal vették körbe magukat. A digitális tér az ott található információ hatalmas mennyiségével további lehetőséget biztosít az egyének számára, hogy kiválasszák az őket érdeklő, és az értékrendjükbe beleillő tartalmakat.⁷⁶ Empirikus kutatással bebizonyították, hogy a kifejezetten politikai kérdésekben a felhasználók nagyobb hajlandósággal osztják meg azokat a tartalmakat, melyek megegyeznek a saját nézeteikkel,⁷⁷ ezáltal pedig a követőikhez eljutó információ diverzitását csökkentik. Az explicit perszonalizáció értelmében az egyén döntéseivel befolyásolja saját személyiségének alakulását.

2.3.2.2. Az implicit perszonalizáció

Az implicit perszonalizáció az embereken kívül álló, algoritmusok által végbevitt folyamatot jelenti. A különböző közösségi média platformok algoritmusai üzleti titkok, de az elvük megegyezik: céljuk, hogy a felhasználó minél inkább a saját érdeklődésének megfelelő tartalmakkal találkozzon. Ezen célból monitorozzák az egyén tevékenységét: kiket követ, milyen közösségeknek a tagja, milyen publikációknál tölt el sok időt. Mindezen információ alapján az algoritmus felállít egy profilt, amivel a felhasználó érdeklődési köréhez illő tartalmakat ajánl számára. Eli Pariser 2011-ben adta ki az angolul „The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You” című könyvét, melyben a

⁷⁵ Del Vicario et. al.: The Spreading of Misinformation Online, In. Proceedings of the National Academy of Sciences, 113. évfolyam 3. szám, 2016. január, pp. 554–59.

⁷⁶ Flaxman et. al.: Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption, In. Public Opinion Quarterly, 80. évfolyam 1. szám, 2016., pp. 298–320.

⁷⁷ Barberá et. al.: Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber, Psychological Science, 26. évfolyam 10. szám, 2015. október, pp. 1531–42.

közösségi média algoritmusai által végzett személyre szabás jelenségét információs szűrőbuboréknak nevezte, amely "mindannyiunk számára egy egyedi információs univerzumot hoz létre".⁷⁸

Az implicit és az explicit perszonalizáció a közösségi médiában együttesen jelentkezik. A felhasználó általában a saját gondolatait alátámasztó tartalmakat keres, amit az algoritmus érzékel és további hasonló üzeneteket továbbít számára. A külső hangok és az ellentétes vélemények kiszűrésre kerülnek, és egyre több, egy adott gondolatot alátámasztó publikáció jut el az egyénhez, aki ezáltal bezáródik egy visszhangkamrába, ami a legalkalmasabb hely a radikalizálódásra.

2.3.3. A visszhangkamra

A visszhangkamra olyan helyzetet jelent, melyben az emberek csak egyfajta, vagy csak a sajátjukhoz hasonló véleményt hallanak.⁷⁹ Kathleen Hall Jamieson és Joseph N. Cappella könyvükben az angolul „echo chamber”-nek nevezett jelenséget egy olyan körülhatárolt, zárt médiatérként értelmezték, mely képes felnagyítani a benne közvetített üzeneteket és egyben elhatárolni azokat a cáfolattól.⁸⁰

A visszhangkamrában ragadt egyén folyamatosan elmélyül az egyetlen beszűrődő gondolatban, amit az általános igazságként érzékel. A gondolkodása egyre polarizáltabbá válik, mindent szélsőségesen lát. A vele egyet nem értő emberek felé egyre kevesebb megértést tanúsít, és ezáltal el is távolodik tőlük.⁸¹

A visszhangkamrák kialakulásában komoly szerepe van a homofiliának, ami azon alapelveket jelenti, hogy a hasonló emberek között gyakrabban jön létre kapcsolat, mint a különbözők között.⁸² Lazarsfeld és Merton már 1954-ben elkülönítették a státuszalapú és az értékalapú homofiliát.⁸³ Utóbbi jelenséghez tartozik a vallás és a politikai nézetek, melyek a terrrorszervezetek ideológiájának alapját szokták biztosítani. A visszhangkamrákba nem szűrődnek be az adott nézettel ellentétes gondolatok, és a társadalmilag elfogadott értékrend sem, így amennyiben az egyénnél elindul a radikalizációs folyamat, azt nagyon nehéz megállítani a visszhangkamrán belül. A terrrorszervezetek feladata

⁷⁸ Pariser, Eli: The filter bubble: What the Internet is hiding from you, Penguin Press, 2011.

⁷⁹ Cambridge Dictionary, <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/echo-chamber> (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)

⁸⁰ Jamieson, Kathleen Hall – Cappella, Joseph N.: Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment, Oxford University Press, 2008.

⁸¹ Ross Arguedas et. al.: Echo Chambers, Filter Bubbles, and Polarisation: A Literature Review, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2022.

⁸² McPherson et al.: Birds of a Feather: Homophily in Social Networks, In. Annual Review of Sociology, 27. évfolyam 1. szám, 2001. augusztus, pp. 415–44.

⁸³ Lazarsfeld, P. - Merton, R.K.: Friendship as a Social Process: A Substantive and Methodological Analysis, In. Freedom and Control in Modern Society, New York, 1954., pp. 18-66

mindössze azon személyek megtalálása, akik nyitottak az üzenetükre, és azt követően a perszonalizáció és a visszhangkamra nagyban segíti a tevékenységüket.

Részkövetkeztetések

A három radikalizmus modell összehasonlítását a 4. táblázat szemlélteti:

4. táblázat: A radikalizációs modellek összehasonlítása (saját szerkesztés)

	A lépcsős modell	A kiváltó ok modell	A 3N modell
Folyamat	Lineáris: a különböző fázisok egymást követik	3 szinten egyszerre megy végbe a folyamat	3 szinten egyszerre megy végbe a folyamat
Folyamat kiindulási pontja	Igazságtalanság érzékelése	Mikro és makro szinten együttesen jelentkező hatások	Vágy a jelentőségre
Közösségi média helye a modellben	Földszint, 2. emelet.	Mikro szint, társadalmi réteg.	3.N: „Network” szint.
Közösségi média hatása a modellre	Az emberek sajátjuknál sokkal szebb valóságokat látnak, amely felkelti bennük az igazságtalanság érzését. A közösségi média sok bizonyítékot tartalmaz az „ellenség” hibás döntéseiről, amivel a terrorszervezet legitimálni tudja az általuk érzett utálatát.	Az interneten keresztül létrejött kapcsolatok gyakran alakulnak ki közös nézeteknek mentén, így a folyamatos külső megerősítés hozzásegít a radikalizációhoz.	A közösségi média megteremti az adott ideológiát legitimáló hálózatot.

A három modell eltérő módon közelíti meg a radikalizáció folyamatát, de az egyik legérdekesebb eltérés a folyamat kiindulási pontjának meghatározásánál látszik. A lépcsős modell esetében egyértelműen az igazságtalanság érzékelése jelenti a radikalizáció kezdetét. A kiváltó ok modellben a mikro és makro szinten egyszerre jelentkező hatások szükségesek a folyamat elkezdődéséhez, míg a 3N modell esetében bár mindhárom szinten szükség van hatásokra, de a folyamat a jelentőségre való vágyakozás gondolatával veszi kezdetét. A leírt fogalmak viszonylag tágran értelmezhetőek, és nem kizárt, hogy a gyakorlatban a három modell kezdőpontja ugyanaz. Érdekesség viszont, hogy egyik modell se a teljes semlegességről indítja a folyamatot, vagyis a radikalizációhoz már teljesülniük kell bizonyos feltételeknek.

3. Az Iszlám Állam esettanulmánya

Az internet terrorszervezetek által való felhasználása nem tekinthető egy új jelenségnek. Az Al-Káida már a 2001. 09. 11-es Amerikai Egyesült Államok ellen elkövetett terrortámadását megelőzően használta az internetet.⁸⁴ A Szomáliában tevékenykedő al-Shabaab iszlamista felkelőcsoport a közösségi médiában, pontosan a Twitter-en már 2011-ben jelen volt.⁸⁵ Időben igaz megelőzték az Iszlám Államot az információs kor csúcstechnológiájának használatában, de az internetben és a közösségi médiában rejlő potenciál valódi kihasználására először az Iszlám Állam volt képes, akinek a többi terrorszervezettel ellentétben a digitális jelenléte a stratégiája kulcsfontosságú pontja volt.⁸⁶

Dolgozatom 3. és egyben utolsó fejezetében az Iszlám Állam Twitter aktivitásának elemzésével szeretném az eddigi fejezetekben általánosan leírt jelenségek gyakorlati megvalósulását bemutatni. Fontosnak tartom megjegyezni, hogy az Iszlám Állam digitális jelenléte nem korlátozódik kizárólag a Twitter-re. Tanulmányom formai követelményei nem teszik lehetővé a teljes jelenség átfogó elemzését, így kutatásom fókuszát figyelembe véve döntöttem a szervezet által legtöbbet használt platform, a Twitter⁸⁷ elemzése mellett.

3.1. Mi is az Iszlám Állam?

Az Iszlám Állam (továbbiakban IÁ) meghatározása nem egy egyszerű feladat. Tekinthető egy törékeny államnak egy gyenge hadsereggel, de a hívői számára egy vallási kalifátus, míg a nemzetközi közösség egy nagy és brutális terrorszervezetnek tartja.⁸⁸

Az IÁ létrejötte egy gyors folyamat eredményének tekinthető. Az Al-Káida terrorszervezetből vált ki, majd egy pár év alatt a Közel-Kelet primus inter pares (első az egyenlők között) szervezete lett, melynek 2014 és 2015 között a térség minden nagyobb terrorcsoportja hűségesküt tett.⁸⁹ Az IÁ „központja” Irak volt, ahol a szervezet 2005-ben mindössze 1000 szunnita iszlám vallású taggal

⁸⁴ Brachman, Jarret M.: High-Tech Terror: Al-Qaeda's Use of New Technology, In. The Fletcher Forum of World Affairs, 30. évfolyam 2. szám, 2016., pp. 149-163.

⁸⁵ Menkhaus, Ken: Al-Shabaab and Social Media: A Double-Edged Sword, In. The Brown Journal of World Affairs, 20. évfolyam 2. szám, 2014., pp. 309-327.

⁸⁶ Hoffman, Adam: The Islamic State's Use of Social Media: Terrorism's Siren Song in the Digital Age, Institute for National Security Studies, Tel-Aviv, 2016.

⁸⁷ Hadra, Dana. ISIS: Past, Present and Future?: Pro-ISIS Media and State Formation, In. Boston College Electronic Thesis or Dissertation, 2015.

⁸⁸ Prier 2017. i.m.

⁸⁹ Resperger, István: Az Iszlám Állam stratégiája, politikai, katonai tervei, In. Acta Humana – Emberi Jogi Közlemények, 4. évfolyam 5. szám, 2016., pp. 85-102.

rendelkezett, majd Szíria területeire is kiterjesztve befolyását, ezen szám 2015-re elérte a 30.000-et.⁹⁰ Az IÁ létrejötté 2004-re tehető, majd 2014. június 29-én egyoldalúan kiáltották ki a kalifátust, amely a világ 1,5 milliárd főre becsült muszlim népessége feletti határok nélküli hatalmat szánta magának.⁹¹ Az IÁ bár Irak területének 40%-a és Szíria területének harmada felett gyakorolt hatalmat, 2017 decemberére annak 95%-át elvesztette. Haider al Abadi iraki miniszterelnök 2017. december 9-én jelentette be, hogy legyőzték az IÁ-t Irakban, Donald Trump amerikai elnök pedig egy évvel később, 2018. december 19-én számolt be a terrorszervezet legyőzéséről, és az Irakba delegált 2000 amerikai katona kivonásáról.⁹² Az Iszlám Állam bár egykor birtokolt területeinek szinte egészét elveszítette, ez nem jelentette aktivitásának végét. A 2023. október 16-án elkövetett brüsszeli lövöldözés is az Iszlám Államhoz köthető,⁹³ mely szemlélteti, hogy a szervezet továbbra is aktív, és évente több száz civil halála köthető a terrorcselekményeihez. Az Iszlám Államot az Amerikai Egyesült Államok 2004. december 17. óta tartja számon terrorszervezetként.⁹⁴

A radikális csoportoknak öt alapvető kategóriája különíthető el:⁹⁵

1. Nacionalista vagy szeparatista csoportok
2. Szélsőjobboldali csoportok
3. Szélsőbaloldali csoportok
4. Egyetlen ügyre koncentráló csoportok (single issue groups)
5. Vallási indíttatású csoportok

Az Iszlám Állam a vallási indíttatású csoportok közé tartozik, ugyanis a tevékenységének és a „hitetlenek” ellen alkalmazott erőszaknak a legitimálására az iszlám vallás sajátos értelmezését használja. Johannes Siebert és Greg Keeney 2017-ben publikált kutatásukban az IÁ céljait a négy alábbi fő cél szerint csoportosították⁹⁶:

1. A szunnita iszlám hatalmának és dicsőségének újratemtése

⁹⁰ Benmelech, Efraim – Klor, Esteban F.: What Explains the Flow of Foreign Fighters to ISIS?, In. National Bureau of Economic Research, 22190. working paper, 2016. április

⁹¹ CNN Editorial Research: ISIS Fast Facts, In. CNN, 2014. 08. 08., <https://edition.cnn.com/2014/08/08/world/isis-fast-facts/index.html> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)

⁹² Timeline: The Rise, Spread, and Fall of the Islamic State, In. Wilson Center, <https://www.wilsoncenter.org/article/timeline-the-rise-spread-and-fall-the-islamic-state> (Letöltés ideje: 2023. október 31.)

⁹³ The Brussels Times 2023. i.m.

⁹⁴ Bureau of Counterterrorism: Foreign Terrorist Organizations, <https://www.state.gov/foreign-terrorist-organizations/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)

⁹⁵ Doosje, Bertjan et. al.: Terrorism, Radicalization and de-Radicalization, In. Current Opinion in Psychology, 11. kötet, 2016. október, pp. 79–84.

⁹⁶ Siebert, Johannes – Keeney, Greg: Identifying, Structuring, and Comparing the Objectives of Al Qaeda and ISIL, In. Improving Homeland Security Decisions, 1. kiad., Cambridge University Press, 2017., pp. 376–95.

2. Az iszlám és a saria⁹⁷ törvényének kiterjesztése az egész világra
3. Kormányozni és ellenőrzést gyakorolni az IÁ felett
4. Kalifátus létrehozása Irak és a Levante területein

A négy pontot egy összefüggő folyamatként értelmezve észrevehetjük, hogy az IÁ számára a valódi végcél a teljes világ felett gyakorolt hatalom a radikális iszlám vallás által.⁹⁸ A hitük kiterjesztésével az IÁ részeként gondolnak a teljes világra, ami felett pedig ők gyakorolnák a hatalmat. David Lake írásában kifejtette, hogy a terrrorszervezetek alapvető jellemzője, hogy politikailag túl gyengék a céljukhoz, ezért nyúlnak a terrorhoz, mint a tradicionális hadviseléshez képest egyszerűbb és olcsóbb módszerhez.⁹⁹ Az Iszlám Állam minden lehetőséget megragadott, amely céljai megvalósításában segítette, és ezek közül egy kifejezetten hatékony módszernek bizonyult a közösségi média oldalakon való jelenlétének tudatos kialakítása, és a Twitter funkcióinak saját érdekében való kihasználása.

3.2. Mire is használja az Iszlám Állam a Twitter-t?

Az IÁ közösségi média jelenléte teljes mértékben átgondolt és tudatos, minden döntésnél az elérendő fő célokat tartja szem előtt. A kérdésben, hogy pontosan mire használja a szervezet a Twitter-t, a nemzetközi szakirodalomban nincs teljes egyetértés.

Szaad Hossain¹⁰⁰ 2017-es írásában elhatárolta egymástól a toborzást, a kiképzést, a követőkkel, támogatókkal és szponzorokkal való kapcsolattartást, továbbá a propaganda terjesztését. Jarred Prier¹⁰¹ szintén 2017-es írásának felsorolásában Hossain listájához hasonlóan szerepel a propaganda és a kiképzés, de ezek mellett a terrorfenyegetések terjesztését tekintette még különálló tevékenységnek. Dolgozatom logikus felépítésének érdekében a két megközelítést egyesítve, az alábbi három célt különítettem el, melyre az IÁ a Twitter-t használta:

3.2.1. Harcosok toborzása

Az IÁ létrejöttékor a harcosok toborzásának komoly földrajzi határai voltak, melyben a közösségi média használata hozta el a változást. A Twitter segítségével a Közel-Keleten túl, a világ minden részére el tudták juttatni felhívásukat. Az IÁ-nak érdekében áll minél több harcos toborzása, de ennek

⁹⁷ A saria az iszlám kultúra részét képező vallási elvek összessége. Elsődleges forrása a Korán.

⁹⁸ Goig Martínez, Juan Manuel - Núñez Martínez, María Acracia: The Islamic State's Political Organization, In. The Political Impact of Jihadist Terrorism: Consequences in the European Union, Radicalism and Terrorism in the 21st Century: Implications for Security, 2017., pp. 261-292.

⁹⁹ Lake, David A.: Rational Extremism: Understanding Terrorism in the Twenty-First Century, In. Dialogue IO, 1. évfolyam 1. szám, 2002., pp. 15–28.

¹⁰⁰ Hossain 2017 i.m.

¹⁰¹ Prier 2017 i.m.

ellenére megválogatják a toborzandó alanyokat. A csoport terroristájává váláshoz nem elég az adott egyén elhatározása, a szervezet szelektíven választja ki a toborzandó személyeket. Ugyanez a jelenség azonban fordítva is igaz: hiába nem fogalmazódik meg valakiben a csatlakozásra irányuló vágy, a toborzási felhívások és a propaganda következményében a szervezet tagjává válhat, amennyiben megfelel a kritériumoknak.

A toborzási stratégia vizsgálatánál fontos elkülöníteni a szervezet Közel-Keleten tartózkodó teljesértékű harcosait, és a világ minden részén megtalálható magányos cselekvőket.¹⁰² Utóbbi nem is igényel közvetlen kapcsolatot a terrorszervezettel¹⁰³, így a magányos cselekvő terroristává válás sokkal egyszerűbb folyamat a kritériumok teljesítése szempontjából. Nem meglepő, hogy ezen cselekmények elkövetői között lényegesen nagyobb arányban találhatók mentális betegséggel rendelkező személyek.¹⁰⁴

A rendes harcosok kiválasztásánál a szervezet a mentális betegek kiszűrése mellett előnyben részesít egyes tulajdonságokat és jellemzőket. Dylan Gerstel az IÁ által a nyugati harcosok toborzásánál preferált tulajdonságokat gyűjtötte össze: általában olyan 16 és 25 év közötti fiatalokat keresnek, akik kívülállónak érzik magukat a társadalomtól, és nem rendelkeznek erős identitástudattal és célokkal. Gyakran ezen személyek keveset tudnak az iszlámról, ami lehetőséget ad az IÁ számára, hogy a vallás sajátos és radikális interpretációját mutassák be számukra. Minden szunnita muszlimot harcra hívnak, hogy „vallási testvéreik” „hitetlenek” általi lemészárlását meg tudják akadályozni.¹⁰⁵

A toborzás folyamán az Iszlám Állam komoly hangsúlyt fektet a leendő tagjaikkal való személyes kapcsolattartásra. A szervezet tudatosan próbálja azon érzéseket kelteni a leendő harcosaikban, melyek feltételezhetően hiányoznak az életükből. Barátságot,¹⁰⁶ egy befogadó közeget, és egy igazi és fontos életcélt kínálnak a hozzájuk csatlakozóknak. Az IÁ propagandájában kitér a vallásra, de a nyugati fiatalok meggyőzésének érdekében a sokkal kézzelfoghatóbb pozitív jelenségekre helyezik a

¹⁰² Az angol szakterminológia gyakran említi a magányos terroristák által elkövetett támadásokat „lone wolf attack”-nak, ami magyarra fordítva magányos farkas támadást jelentene. Dolgozatomban az angol „lone actor attack” magyar fordítását használom, ugyanis ezen kifejezés nem azonosítja a támadót egy erős állattal, hanem a tárgyilagosságnál marad. Személyen meglátásom szerint a magányos farkas elnevezés a támadó önállóságának, bátorságának és nagy erejének érzését kelti. Egy terrorcselekmény ártatlan civilek ellen elkövetett szörnyű támadás, amelynek végrehajtója nem érdemel meg semmilyen pozitív jelzővel való azonosítást. Dolgozatomban ezért a magányos cselekvő és az általa végrehajtott támadás kifejezést alkalmazom.

¹⁰³ Europol: Online Jihadist Propaganda 2019 in review, https://www.europol.europa.eu/sites/default/files/documents/report_online_jihadist_propaganda_2019_in_review.pdf (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)

¹⁰⁴ Corner 2016. i.m.

¹⁰⁵ Gerstel, Dylan: ISIS and Innovative Propaganda: Confronting Extremism in the Digital Age, In. Swarthmore International Relations Journal, 1. szám, 2016., pp. 1–9.

¹⁰⁶ uo. p. 3.

hangsúlyt: kalandot, közösséget, személyes hatalmat és befolyást ígérnek, melyek mellett a világban tapasztalható igazságtalanság ellen is harcolnak.¹⁰⁷ A toborzásért felelős személyek akár órákon keresztül is beszélnek az érdeklődőkkel, ezzel is az odafigyelés és a megbecsülés érzését keltve a fiatalokban. Az IÁ toborzása egyaránt kiterjed nőkre és férfiakra. Míg a férfiakra, mint harcosokra számítanak, a nők számára elsősorban ezen harcosok támogatásának feladatát szánják, amit feleségként tudnak megtenni, de ugyanakkor a „harc nemes feladatát” se tiltják meg a szervezet női tagjainak.

Az IÁ toborzási módszerei teljes mértékben átgondoltak és tudatosan kialakítottak. A célszemélyeik szűrésével garantálni tudják, hogy a velük szorosan kapcsolatba kerülő személyek hasonló személyiségjegyekkel rendelkezzenek. Ez hozzásegíti őket ahhoz, hogy pontosan kiismerjék, mikor mit kell számukra mondaniuk, hogy motiválják őket a szervezethez való csatlakozásra. Az IÁ tudja, hogy mi hiányzik az egyének életéből, mire vágnak és esetleg mitől félnek. A szervezet minden kérdésükre és dilemmájukra egyértelmű választ tud adni, mely a 21. századi bonyolult világban elég lehet egy elveszett fiatal számára a szervezethez való csatlakozás radikális lépésének megtételéhez.

A közösségi média funkcióinak kihasználásával kis csoportokat hoznak létre, ahol a szervezet részéről egy karakterisztikus hívó meggyőzi a csoport többi tagját minden jóról, ami az IÁ-hoz való csatlakozással vár rájuk. Ezen kis csoportokban a felhasználók már egy közösség részének érezhetik magukat, ahonnan egyre nehezebb kilépniük, így ezen csoportdinamika is folyamatosan a szervezethez való csatlakozás felé „húzza őket”. A Twitter-en megtörtént kapcsolatfelvételt követően általában más, biztonságosabb oldalakra térnek át a további részletek egyeztetésére.¹⁰⁸

Az IÁ a közösségi médiában kiképzéshez kapcsolódó anyagokat, kézikönyveket is közzétesz, melyekben bemutatják a bombakészítést vagy a fegyverek használatát.¹⁰⁹ Ezen tartalmakkal amellet, hogy az egyéni terroristáikat felkészítik, a világ számára az erejüket és az elszántságukat is demonstrálják.

¹⁰⁷ The bullied Finnish teenager who became an Isis social media kingpin – and then got out, In. Newsweek, 2015. 06. 05., <https://www.newsweek.com/bullied-finnish-teenager-who-became-isis-social-media-kingpin-then-got-out-328290> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)

¹⁰⁸ Berger, J. M.: Tailored Online Interventions: The Islamic State’s Recruitment Strategy, In. CTC Sentinel, 8. évfolyam 10. szám, 2015. október, pp. 19-23.

¹⁰⁹ Prucha, Nico: Online Territories of Terror – Utilizing the Internet for Jihadist Endeavors, In. Orient, 4. kötet, 2011., pp. 43-47.

3.2.2. Propaganda terjesztése

A Twitter-t az Iszlám Állam propagandájának széles körben való elterjesztéséhez is használja. Hossain¹¹⁰ szerint a propaganda és a csoport egységének megerősítése, és annak külső személyek számára való bemutatása az IÁ legfőbb célja a közösségi médiával.

A terrrorszervezet a propagandáját a Twitter-en minden lehetséges formában terjeszti: szöveges üzeneteket, képeket, videókat, más oldalakra vezető linkeket és hashtag-eket is használnak.¹¹¹ Az Iszlám Állam propagandájában gyakran szemlélteti brutalitását és kíméletlenségét. Ezen tartalmak a felhasználókból hitük alapján teljesen más hatást váltanak ki: a szervezet követői számára az erőt és a hatalmat demonstrálják, míg a csoport ideológiájával nem azonosulók felkavarónak és elrettentőnek találják azokat.¹¹² Jogosan merül fel a kérdés, hogy miért lenne érdeke az Iszlám Államnak negatív képet alakítani ki magáról emberek nagy csoportjának szemében. A választ Kyle J. Greene 2015-ös kutatásában¹¹³ fogalmazta meg: „Az IÁ számára minden figyelem jó figyelem... Míg a legtöbb ember undorral reagál az IÁ grafikus videóira, vannak olyanok, akiket ez inspirál – és pontosan ők azok, akiket a csoport megpróbál elérni.”

Az Iszlám Állam egyetlen közzétett üzenetével három célt ér el:¹¹⁴

1. Szemlélteti a nemzetközi közösség inkompetenciáját az ellenük való harcban online és a harctéren egyaránt,
2. Terrort juttat a médiába,
3. Harcosokat toboroz.

A propaganda terjesztésével az Iszlám Állam terrorfenyegetéseket is küld. A szervezet által végrehajtott akciók dokumentációjának megosztásával az emberekben félelmet keltenek, amivel közvetett módon a társadalom elismeri a szervezet erejét és képességét komoly károk okozására.

A propaganda és a toborzás jelensége nem választható el egymástól. A szervezet erejének bemutatásával és a tevékenységének legitimálásával az ideológia felé nyitott személyek radikalizálását is eléri, mely egy fontos lépés a terroristává váláshoz.

¹¹⁰ Hossain 2017 i.m.

¹¹¹ Awan, Imran: Cyber-Extremism: Isis and the Power of Social Media, In. Society, 54. évfolyam 2. szám, 2017. április, pp. 138–49.

¹¹² Prier, J. 2017 i.m.

¹¹³ Greene, Kyle: ISIS: Trends in Terrorist Media and Propaganda, International Studies Capstone Research Papers, 2015. április

¹¹⁴ Prier 2017 i.m.

3.2.3. Kapcsolatépítés és kapcsolattartás

Az IÁ a közösségi médiát szintén használja a tagjai közötti és külső szereplőkkel való kapcsolattartásra. A toborzás és a propaganda terjesztésének céljából szükségük van egy hálózatra, melyet hírek megosztására, támogatók és adományozók felkeresésére és a velük való kapcsolattartásra is alkalmaznak. A kapcsolatépítés kategóriájába sorolható továbbá minden olyan, a szervezet által végzett tevékenység, melynek célja a szervezet követői és támogatói számának növelése.

3.3. Az Iszlám Állam online szélsőséges közössége (OEC)

Az IÁ Twitter aktivitását számos különböző felhasználó segíti, akik az IÁ online szélsőséges közösségét (online extremist community – OEC) alkotják. Matthew C. Benigni, Kenneth Joseph és Kathleen M. Carley 2017-es publikációjukban¹¹⁵ az alábbi szereplőket különböztették meg:

5. táblázat: Az Iszlám Állam online szélsőséges közösségének szereplői (saját szerkesztés, forrás: Benigni et.al.)

Harcosok	Online szélsőséges közösség aktív szereplői
Propagandisták	
Toborzók	
Hitoktatók	
Független szimpatizánsok	Passzív szereplők

Az öt kategóriába sorolható személyeket eltérő szélsőségeségi szint jellemzi, és különböző szinten és formában vesznek részt az IÁ online tevékenységében. A harcosok, a propagandisták, a toborzók és a hitoktatók aktív, míg a független szimpatizánsok passzív szereplőnek számítanak. Matthew C. Benigni és társai a független szimpatizánsokban látják a szervezet Twitter-en végzett tevékenységének sikerét. Az IÁ kihasználta, hogy azon felhasználók, akik csak megosztják a csoport aktív szereplői által közzétett tartalmakat, közvetlen módon nem szegik meg a Twitter szabályait,¹¹⁶ se a jogszabályokat. Az online szélsőséges közösség pontos méretének meghatározása részben ezen passzív, de ugyanakkor komoly szerepet játszó felhasználók miatt is nehéz.

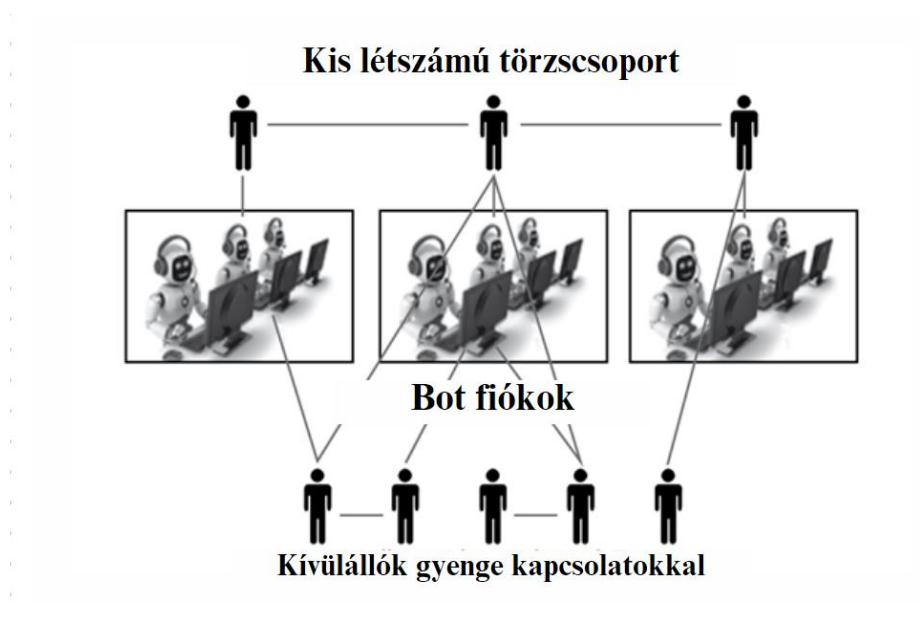
Az IÁ Twitter jelenlétében a fent bemutatott emberi felhasználású fiókok mellett bot fiókok is jelen vannak. „A közösségi média botok olyan automatizált fiókok, entitások, amelyek olyan

¹¹⁵ Benigni et. al.: Online Extremism and the Communities That Sustain It: Detecting the ISIS Supporting Community on Twitter”, In. PLOS ONE, 12. évfolyam 12. szám, 2017. december

¹¹⁶ Az X (korábban Twitter) szabályai, <https://help.twitter.com/hu/rules-and-policies/x-rules> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)

egyszerű feladatokat hajtanak végre, mint például az információgyűjtés vagy hírek, információk terjesztése, céljuk pedig gyakran az emberi viselkedés befolyásolása, megváltoztatása.”¹¹⁷ Az IÁ által használt automatizált fiókok elsődleges feladata a szervezet által közzétett tartalmak előre beprogramozott időközönként való megosztása, ezzel manipulálva a Twitter algoritmusát a tartalmaik Trend list-en való minél előrébb helyezésére.¹¹⁸ A 5. ábra szemlélteti az IÁ bot hálózatának felépítését.

Az ábra tetején találhatóak azok az emberek által kezelt fiókok, melyek sok követővel rendelkeznek, és a szervezet által a saját követői körétől nagyobb csoportokhoz eljuttatni kívánt tartalmakat meghatározzák. Ezen fiókokat követik azon automatizált botok, melyek feladata előre programozott módon a törzscsoport által közzétett tartalmaknál interakciók létrehozás. A botok által megosztott (retweet) tartalmak eljutnak azon követők csoportjához, akik az ábra legalsó szintjén láthatóak. Ezen csoport a legnagyobb számú, de tagjai egymás között gyenge kapcsolatokkal rendelkeznek. Ők is tovább osztják az egyes tartalmakat, mellyel a fent leírt csoportosítás szerint az IÁ online szélsőséges közösségének passzív szereplőivé válnak.



5. ábra: Az Iszlám Állam Bot fiók hálózata (forrás: Prier 2017)

Berger és Morgan 2015 márciusában publikálták kutatásukat,¹¹⁹ melyben az IÁ-hoz köthető Twitter fiókokat vizsgálták. A 2014. október 4. és november 27. között gyűjtött adataik alapján 46.000 IÁ-ot támogató felhasználói fiókot azonosítottak, melynél a valódi érték nagyobb lehet, de kisebb nem. A pontos érték meghatározása többek között a fiókok folyamatos törlése és létrehozása miatt se

¹¹⁷ Kovács Andrea: Botok, automatizált fiókok a közösségi médiában, Magyar Állam- és Jogtörténeti Tanszék, https://epa.oszk.hu/02600/02687/00010/pdf/EPA02687_jogi_tanulmanyok_2022_209-223.pdf (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)

¹¹⁸ Prier 2017 i.m.

¹¹⁹ Berger 2015/1 i.m.

lehetséges, de egy 2016. február 5-én megjelent cikk¹²⁰ arról számol be, hogy a Twitter addig 125.000 az IÁ-hoz köthető fiókot törölt le. Ha a 2014 decemberi adatok alapján elfogadjuk, hogy akkor 46.000 fiókból állt az IÁ-t támogató hálózat a Twitteren, és eltekintünk a két érték megállapítására használt módszertanok különbségeitől, következtethetünk arra, hogy a 2014. novemberét követő időszakban tovább nőtt az IÁ online szélsőséges közösségének mérete.

Berger és Morgan publikációjából kiderül, hogy az azonosított fiókok többsége Szaúd-Arábiában, Szíriában és Irakban működött. Ezen három országot az Amerikai Egyesült Államok követi, a főleg közel-keleti államok között pedig 10.helyen az Egyesült Királyság végzett. A felhasználók 73%-a választotta az alkalmazás elsődleges nyelvének beállításakor az arabot, 18%-a az angolt és 6%-a franciát. Egy felhasználó átlagosan 1004 követővel rendelkezett és naponta 7,3 posztot tett közzé.¹²¹

Az elemzésnek külön alfejezetében térnek ki a terrrorszervezet által használt botokra és alkalmazásokra. Az alkalmazások funkciójukat tekintve hasonlítanak a botokhoz, ugyanis céljuk az IÁ-hoz tartozó Twitter fiókok népszerűsítése emberi beavatkozás nélkül. Az alkalmazások tevékenységüket tekintve nagyon eltérőek: a „knzmuslim” és az „adu3a” applikációk például a Koránból származó tartalmakat osztottak meg. Előbbi napi egymillió Tweet létrehozására volt képes, melynek bár minden közzétett tartalma nem kapcsolódott közvetlenül az IÁ-hoz, de a hatalmas mennyiségű információval képes volt a szervezet tevékenységének elemzése és szűrése megakadályozására.¹²² A legismertebb és működésének 2014. júniusi be nem tiltásáig a legsikeresebb IÁ által létrehozott alkalmazás a „Dawn of Glad Tidings” volt.¹²³ Az alkalmazás letöltését követően a felhasználók létrehoztak egy profilt, melyet a Twitter fiókjukhoz társítottak. Az alkalmazásnak ezáltal engedélyt adtak, hogy az a saját oldalukat használja az IÁ üzeneteinek összehangolt megosztására.¹²⁴ Az alkalmazás is szemlélteti, hogy bármelyik Twitter fiók tartalmazhat botok vagy appok, illetve ember által megosztott tartalmakat is. A szélsőséges tartalmak terjesztésére használt algoritmusokon kiszűrését ez is nehezíti.

¹²⁰ Calamur, Krishnadev: Twitter's New ISIS Policy, In. The Atlantic, 2016. 02. 05., <https://www.theatlantic.com/international/archive/2016/02/twitter-isis/460269/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)

¹²¹ Berger 2015/1 i.m.

¹²² Berger 2015/1 i.m. pp. 24-25.

¹²³ Berger 2015/1 i.m. p. 25.

¹²⁴ Berger, J. M.: How ISIS Games Twitter, In. The Atlantic, 2014. 06. 16., <https://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-media-strategy/372856/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)

Imran Awan kutatásában¹²⁵ az IÁ-hoz köthető Facebook és Twitter fiókok online viselkedését figyelte meg, mely alapján hét csoportba osztotta őket.

Awan kutatásában 50 Twitter fiókot és azok aktivitását vizsgálta meg. A táblázat 4. oszlopában az látható, hogy ezen fiókok tevékenysége kapcsán hány esetben fedezett fel az adott viselkedési formához tartozó magatartást. A leggyakoribb viselkedési forma a nárcisztikus volt, melyet nem nagy különbséggel lemaradva követnek az „erkölcsi keresztes lovagok”.

6. táblázat: Az Iszlám Államhoz tartozó fiókok viselkedési formái (saját szerkesztés, forrás: Awan)

Viselkedési forma	Leírás	Cselekvés	Eset
Nárciszisztikusok	Politikai és egyéni sérelmeket használnak fel a harcra való toborzáshoz.	A bosszúvágy érzését keltik.	166
„Erkölcsi keresztes lovagok”	A harcról, mint erkölcsi kötelességről beszélnek.	Ideológiai érveket gyártanak. Külső jutalmat ígérek a csatlakozóknak.	140
Identitáskereső	Saját identitásukat, általában a férfiasságukat keresik. Úgy érzik az IÁ-ban való részvétellel megtalálhatják azt.	Az IÁ toborzásában vesznek részt.	87
Izgalomkeresők	Adrenalinlöketet éreznek azáltal, hogy részt vesznek az online harcban.	Posztokat tesznek közzé és különböző fórumokon népszerűsítik az IÁ-t.	85
Kibermobok	Az IÁ céljaiért való harcra buzdítanak.	Csoportos posztok, gyűlöletkommentek.	78
Magányosok	Egyének, akik vonzódnak az IÁ-hoz, és az életben személyes sérelmekkel rendelkeznek.	Egyéni hozzászólások.	51
Fantáziálók	Elmossák a határokat a valóság és a fikció között.	Közvetlen felhívások a harcra az IÁ oldalán.	45

3.4. Az Iszlám Állam Twitter tevékenységének gyakorlati megvalósítása

Az IÁ a Twitter-en üzeneteit szeretné, hogy minél nagyobb csoportokhoz érjenek el, amihez a dolgozatomban már érintőlegesen ismertetett Trend List-en kell minél előrébb juttatni tartalmait. A szándékos folyamatot, mely keretében a közösségi média platform algoritmusának manipulálásával próbálja meg a szervezet az üzeneteit elterjeszteni, trendirányításnak (commanding the trend)

¹²⁵ Awan 2017 i.m. p. 143.

nevezzük.¹²⁶ A trendirányításhoz 4 feltételre van szükség,¹²⁷ mely a 7. táblázat 1. oszlopában látható. A 2. oszlopban az IÁ esetében megfigyelhető példákat gyűjtöttem össze.

7. táblázat: A trendirányítás feltételei (saját szerkesztés, forrás: Prier 2017)

Feltétel	Példa
Egy üzenet , mely beleillik egy már létező narratívába	Az IÁ erős, mindenki más hitetlen és gyenge, az igaz hívőknek csatlakozniuk kell a harchoz
Igaz hívők csoportja, akik azonosulni tudnak az üzenettel	Szunnita muszlimok, akik hisznek a kalifátusban, amit az IÁ hozhat el
Kiberharcosok viszonylag kislétszámú csoportja	Az online szélsőséges közösség aktív szereplői
Automatizált bot fiókok hálózata	Pl. a Dawn of Glad Tidings” alkalmazás

A trendirányításnak három alcsoportja különíthető el, melyek a szükséges erőforrás szempontjából növekvő sorrendben a következők:

- trendterjesztés,
- trendeltérítés,
- trendteremtés.

A trendterjesztés egy már meglévő trendnek (pl. egy hashtag(#)) a további megosztását és használatát jelenti. A trendeltérítése már több előforrást igényel, ugyanis itt egy már létező trend jelentését megváltoztatva, saját üzeneteik terjesztésére kezdik el alkalmazni. A trendteremtés a legnehezebb folyamat, hiszen itt egy teljesen új trend kerül megteremtésre, melyet teljes mértékben a szervezet feladata nagy tömegekhez eljuttatni.¹²⁸

Az IÁ trendjeit gyakran igazítja éppen aktuális eseményekhez. A labdarugó világbajnokságokhoz kapcsolódóan 2014 óta mindig külön propaganda kampányt valósított meg a terrrorszervezet.

2014. június 13-án az IÁ egy videót osztott meg Twitter oldalán, melyben a csoport harcosai egy rendőrfőnök házában jelentek meg az éjszaka közepén. A férfi szemét bekötötték és kegyetlen módon lefejezték a saját hálósobájában. Ezt követően a fejét egy késre szúrva a kamerába mutatták

¹²⁶ Prier 2017 i.m. p. 52.

¹²⁷ uo.

¹²⁸ Prier 2017 i.m. p. 54.

és az egy nappal korábban kezdődött brazil labdarúgó világbajnokságra utalva elmondták, hogy „ez a mi labdánk, bőr van rajta”.¹²⁹ A szörnyű videó megosztásánál a #worldcup hashtaget használták, mellyel rengeteg olyan ártatlan felhasználóhoz juttatták el szörnyű és hátborzongató videókat és képeket, akik csak a világbajnokság fejleményeit szerették volna követni. Az esetről az Európai Jog- és Igazságügyi Központ (European Centre for Law and Justice) írásbeli nyilatkozatot nyújtott be az ENSZ Emberi Jogi Tanácsa számára¹³⁰, melyben kiemelték, hogy a holttest meggyalázását a fegyveres konfliktusokra vonatkozó törvény tiltja.¹³¹

2018-ban Oroszországban került megrendezésre a labdarúgó világbajnokság, melyet megelőzően az IÁ terrorfenyegetéseket terjesztett el a közösségi médiában. A terrorszervezet Twitter oldalán egy börtöncellába zárt Lionel Messit ábrázoló képet osztott meg, a képen egy nagy felirat pedig a szervezet céljára utalt, ami: „Csak terrorizmus” („just terrorism”).¹³² Az amerikai központú, és a dszihadista szervezetek online tevékenységét nyomonkövető SITE Intelligence Group vezetője, Rita Katz saját Twitter oldalán osztotta meg az Iszlám Állam által terjesztett, a világbajnoksággal kapcsolatos propagandaképeket, melyek az esemény idejére tervezett terrortámadásokra hívták fel az emberek figyelmét.¹³³

A 2022-es világbajnokságnak Katar adott otthont. Az IÁ telegramon szólította fel követőit, hogy a világbajnokság ideje alatt terrorakciók kövessenek el.¹³⁴ Egy „aranyat érő lehetőségnek” („golden opportunity”) nevezték a VB-t, mely alkalmat biztosít a szervezet számára terrorcselekmények bármilyen formájú megvalósítására.¹³⁵

¹²⁹ Tomlinson, Simon: ISIS jihadists seize two more towns as they bear down on Baghdad, In. Mail Online, 2014. 06. 13., <https://www.dailymail.co.uk/news/article-2656905/ISIS-jihadists-seize-two-towns-bear-Baghdad-U-S-tanks-helicopters-stolen-fleeing-western-trained-Iraqi-forces.html> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)

¹³⁰ Written statement submitted by the European Centre for Law and Justice to the UN Human rights Council A/HRC/S-22/NGO/8, 2014. 08. 29., <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G14/152/24/PDF/G1415224.pdf?OpenElement> (Letöltés ideje: 2023. 11. 11.)

¹³¹ International Committee of the Red Cross (ICRC): Geneva Convention Relative to the Protection of Civilian Persons in Time of War (Fourth Geneva Convention), 1949. 08. 12., 75 UNTS 287, <https://www.refworld.org/docid/3ae6b36d2.html> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)

¹³² SITE Intelligence Group (Twitter Account), 2017. 10. 24., <https://twitter.com/siteintelgroup/status/922863797928329216> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)

¹³³ Rita Katz (Twitter account), 2017. 10. 24., https://twitter.com/Rita_Katz/status/922903526891810816 (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)

¹³⁴ Pro-ISIS Telegram Channel Threatens Attacks At FIFA World Cup Qatar 2022, Encourages Biological Attacks, Provides Telegram Account To Contact To Obtain Biological Substances, In. MEMRI, 2022. 11. 07., <https://www.memri.org/jtmm/pro-isis-telegram-channel-threatens-attacks-fifa-world-cup-qatar-2022-encourages-biological> (Letöltés ideje: 2023. október 31.)

¹³⁵ Baruah, Priyadarshini: ISIS: Efforts to Expand Media Presence, In. Caps, 2023. 01. 12., <https://capsindia.org/isis-efforts-to-expand-media-presence/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)

Szerencsére mindhárom világbajnokság terrorcselekmény nélkül ért véget, de a közösségi média trendek irányításával és eltérítésével az IÁ képes volt propagandáját nagy tömegekhez eljuttatni, mely bizonyítja, hogy a szervezet online hálózata működik, és képes a közösségi médiában üzeneteivel saját követőit nagyban meghaladó csoportokhoz is elérni.

3.5. Harc az Iszlám Állam ellen a közösségi médiában

A Twitter 2015-ben kezdte el az IÁ-hoz közvetlen módon köthető fiókok szisztematikus szűrését és törlését, melynek köszönhetően 2016-ig 125.000 radikális tartalmat terjesztő fiókot távolítottak el a platformról.¹³⁶ A Twitter és más közösségi média oldalak a mai napig folyamatosan próbálják felderíteni és letiltani a szervezet online szélsőséges közösségének tagjait, de az IÁ aktívan védekezik és próbál tenni az ellen irányuló „támadások” megakadályozására.

Amennyiben a Twitter kiszűr és letöröl egy IÁ-hoz köthető fiókot, a szervezet egyszerűen létrehoz egy újat helyette. Ezen folyamatnak gyors és automatikus működését a „Swarmcast” nevű program biztosítja.¹³⁷ Folyamatosan monitorozza a felhasználók és a botok tevékenységét, és emberi beavatkozás nélkül is képes egy oldal letörlése esetén egy új regisztrálására.¹³⁸

A Twitter szintén próbálkozott az IÁ-hoz köthető trendek korlátozásával és letörlésével. Ezen lépésekre válaszul a szervezet a legegyszerűbb megoldást választotta: egyszerűen újra létrehozták a letörölt trendeket apró, szándékos elírásokkal.¹³⁹ Mivel az automatizált fiókjaikkal szinte végtelen mennyiségű tartalom létrehozására képesek, így nem jelent nehézséget számukra az adott trendhez kapcsolódó tartalmak újbóli feltöltése.

A trendek létrehozását lehetővé tevő automatizált fiókok eltávolítása meg tudná akadályozni a platform propaganda terjesztésre való felhasználását, de ugyanakkor az oldal reklámozási funkciójának is a végét jelentené. A Twitter 2022-es éves bevétele 4,4 milliárd amerikai dollár volt, melyből 4 milliárdot az oldalán megosztott hirdetésekből szerzett.¹⁴⁰ Ezen összegtől való elesés a platform végét jelentené,¹⁴¹ így ez nem tekinthető egy reális opciónak a Twitter részéről.

¹³⁶ X: Combating Violent Extremism, 2016. 02. 05., https://blog.twitter.com/en_us/a/2016/combating-violent-extremism (Letöltés ideje: 2023. október 31.)

¹³⁷ Fisher 2015 i.m.

¹³⁸ Hossain 2017 i.m.

¹³⁹ Prier 2017 i.m. p. 80.

¹⁴⁰ Iqbal, Manssor: Twitter Revenue and Usage Statistics (2023), In. Business of Apps, 2023. 08. 10., <https://www.businessofapps.com/data/twitter-statistics/>. (Letöltés ideje: 2023. október .)

¹⁴¹ Prier 2017 i.m. p. 80.

A Twitter által az IÁ ellen tett lépésekkel sikerült a szervezet online támogatói bázisát csökkentenie, de az újraszerveződés megakadályozására nem volt képes.¹⁴²

Részkövetkeztetések

A közösségi médiával az Iszlám Állam képes több célját egyszerre elérni: harcosokat toboroz, propagandát terjeszt és kapcsolatokat épít. A Twitter aktivitásának sikeressége abban is rejlik, hogy a közösségi média alapvető funkcióihoz nagyban illeszkedő célokat és módszereket fejlesztettek ki, melyek segítségével a platform sok esetben elvégzi a terrrorszervezet helyett a munkát. A közösségi média alapvetően emberek nagy csoportját köti össze, de ugyanakkor lehetőséget nyújt a digitális formában való személyes kapcsolattartásra is, privát beszélgetések formájában. Az Iszlám Állam online toborzási módszereihez mindez teljes mértékben igazodik, ugyanis a közösségi média algoritmusok segítségével sokakhoz tudják eljuttatni az üzeneteiket és a felhívásaikat, majd ugyanazon az oldalon fel is tudják velük venni a személyes kapcsolatot. A propagandájukat gyakran összekapcsolják fontos és aktuális nemzetközi eseményekkel, az automatizált botok segítségével pedig ezen időszakokban különösen sok olyan felhasználót is el tudnak érni, akinek semmilyen érdekeltsége nincs a szervezet tevékenységében.

Összefoglalás

Dolgozatom egy több, mint 12 hónapon át tartó kutatómunka eredménye, melynek alapját a szakirodalmak feldolgozása jelentette. Célom volt a sajátoménál lényegesen nagyobb erőforrásokkal dolgozó tudományos munkák eredményeinek összefoglalása, a lehető legtöbb szempontra kiterjedő módon.

Írásom elkészítése folyamán arra törekedtem, hogy az olvasó számára egy átfogó képet adjak a vizsgált jelenségről, és az ahhoz tartozó, alapvetően különböző tudományterületekhez tartozó hatásokról.

Dolgozatom első fejezetében megvizsgáltam a közösségi médiát, és a társadalomra gyakorolt komoly hatását, illetve a szabályozásának nehézségeit és dilemmáit. Bemutattam, hogy az emberek gyakran tájékozódnak hírekről a közösségi médiában, a felhasználók és a hírfogyasztók aránya a Twitter esetében a legmagasabb. Szemléltettem, hogy a terrrorszervezetek milyen szempontok figyelembe vétele alapján választanak a számos rendelkezésre álló közösségi média platform között, és leírtam, hogy ez alapján az Iszlám Állam esetében miért a Twitter-re esett a választás. A Twitter funkcióinak bemutatásával és struktúrált szempontok alapján való elemzésével megállapítottam,

¹⁴² Berger 2015/1 i.m.

hogy vannak olyan funkciói, elsősorban a Trend List-hez kapcsolódó algoritmus, mely lehetővé teszi a propaganda terjesztését az oldalon.

Írásom második fejezetében a radikalizációt mutattam be, három nemzetközileg elismert modell elemzése és összehasonlítása által. Az egyik elemzési szempontom a radikalizáció folyamatának kezdőpontja volt, mely mindhárom modell esetében eltért, de a folyamat kezdőpontja egyik esetben se a nulla, a teljes semlegesség volt. Azt a következtetést tudom ezáltal levonni, hogy a radikalizáció nem tud mindenkinél végbemenni, ahhoz előzetes hatásokra, személyiségjegyekre vagy gondolatokra van szükség. Kutatásom ezen részében kitértem olyan további pszichológiai hatásokra, melyek kifejezetten a közösségi médiához köthetőek. Ezek elemzése által azon konklúzióra jutottam, hogy a közösségi média által elkerülhetetlen módon kiváltott hatások tovább segítik a radikalizálódást, mely megkönnyíti a terrrorszervezetek munkáját, és egy további érv a közösségi média terrorista célokra való felhasználása mellett.

Dolgozatom harmadik fejezetében az Iszlám Államról készítettem esettanulmányt, melyben megvizsgáltam a szervezet Twitter-en folytatott tevékenységét. Az Iszlám Állam tudatosan építette fel közösségi média jelenlétét, melyben olyan gyakorlati módszereket alakított ki, melyek szervezettől függetlenül, univerzálisan alkalmazhatóak. Célom volt ezen bizonyítottan megvalósítható eszközök bemutatása. Az Iszlám Állam közösségi médiában elért sikere megkérdőjelezhetetlen, elég csak azon több ezer hozzájuk csatlakozó külföldre gondolni, akik a közösségi média nélkül nehezen szereztek volna tudomást a szervezetről. Az Iszlám Állam továbbra is aktív, ami szükségessé teszi az ellenük való folyamatos harcot, ugyanakkor az általuk kipróbált és bevált módszerek alkalmazhatóak más terrrorszervezetek által is. Kutatásomban a minél átfogóbb elemzésre törekedtem, az alkalmazott struktúra pedig hiszem, hogy bármely szervezet megvizsgálására alkalmas.

Az Iszlám Állam közösségi média aktivitása nagymennyiségű adat összegyűjtését tette lehetővé, ami az internet használata nélkül nem lett volna lehetséges. Ezen adat alapján lehet a szervezet online szélsőséges közösségét és az alkalmazott stratégiáit beazonosítani. A közösségi média terrorista célokra való alkalmazása nehezen szabályozható, de könnyebben követhető, mint a személyesen folytatott interakciók. A hatóságok és a nemzetbiztonsági szolgálatok képesek a terrrorszervezetekkel kapcsolatban lévő személyek megfigyelésére. A közösségi média könnyű hozzáférhetősége továbbá lehetővé teszi a szervezet jobb kiismerését, aminek komoly szerepe van az ellenük folytatott harcban. Kutatásommal hiszem, hogy éppen ezen célhoz tudtam hozzásegíteni.

Az Iszlám Állam elleni harcban kiemelt szerepe van a társadalmi tudatosság növelésének, és a civil és állami szféra összefogásának olyan kezdeményezésekben, mint az Exit intervention

programok. A világban számos nagyszerű ötlet létezik a terrorizmus mértékének korlátozására, a radikalizációra hajlamos személyek beazonosítására és segítésére, illetve az Iszlám Állam területéről hazatérő harcosok bevonásával felvilágosító előadások szervezésére. Dolgozatom formai követelményei nem teszik lehetővé ezen kezdeményezések összefoglalását és bemutatását, de érdemes és hasznos lehet kifejezetten ezen kérdésre koncentráló kutatás elkészítése.

Új tudományos eredmények

T1. Bebizonyítottam, hogy a közösségi média működéséhez szükséges funkciók hatásosak propaganda terjesztésére. Elsősorban a Trend List-hez kapcsolódó algoritmus, illetve a platformok hirdetési funkcióit biztosító botok teszik a propaganda terjesztését lehetségessé.

T2. Megcáfoltam hipotézisemet, miszerint a közösségi média segítségével az Iszlám Állam bármelyik felhasználót képes elérni és radikalizálni. Az állítás első fele igaz, ugyanis a közösségi média funkcióinak köszönhetően, akár a keresőmotor használatával, akár egy hashtag-re való kattintással, de bármelyik egyéb módszerrel is eljuthat a szervezet által közzétett tartalom a platform bármely felhasználójához. A hipotézisem második felét a radikalizmus folyamatát bemutató modellek összehasonlításával cáfoltam meg. A radikalizációs folyamat elindulásának szükséges feltétele egy már létrejött állapot, melynek hiányában a radikalizáció nem megy végbe. Ezen tudományosan alátámasztott megállapítás megcáfolja hipotézisemet.

T3. Bizonyítottam, hogy az Iszlám Állam trendek formájában terjeszti tartalmait a Twitter-en, gyakran használva ki a világban végbemenő aktuális, és nagy érdeklődést kiváltó eseményeket.

T4. Igazoltam, hogy az Iszlám Állam közösségi médiában végzett tevékenysége követhető és ellenőrizhető a hatóságok és a nemzetbiztonsági szolgálatok által. Az aktivitás hatékony korlátozása nagyon nehezen kivitelezhető, de a folyamatok követése lehetséges és szükséges.

Kutatási eredmények gyakorlati felhasználása

Kutatásom eredményei:

- általánosan értelmezhetőek bármely terrrorszervezet közösségi média aktivitására,
- hozzásegítenek egy aktuális biztonsági kihívással kapcsolatos társadalmi tudatosság növeléséhez,
- alkalmasak a nemzeti és nemzetközi szintű terrorizmus ellenes szakpolitikák továbbfejlesztésére, és
- alapját biztosítják további kutatásoknak.

Felhasznált irodalom

1. A Bizottság közleménye az Európai Parlamentnek és a Tanácsnak: Terroristák toborzása: az erőszakos radikalizálódást elősegítő tényezők kezelése, 2005. 09. 21., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/PDF/?uri=CELEX:52005DC0313> (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)
2. Asur et. al.: Trends in Social Media: Persistence and Decay, In. SSRN Electronic Journal, 2011. 02. 08.
3. Australian Government Attorney-General's Department: Preventing violent extremism and radicalisation in Australia, 2015., <https://www.livingsafetogether.gov.au/Documents/preventing-violent-extremism-and-radicalisation-in-australia.PDF> (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)
4. Awan, Imran: Cyber-Extremism: Isis and the Power of Social Media, In. Society, 54. évfolyam 2. szám, 2017. április, pp. 138–49.
5. Az X (korábban Twitter) szabályai, <https://help.twitter.com/hu/rules-and-policies/x-rules> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)
6. Bandura et. al.: Disinhibition of Aggression through Diffusion of Responsibility and Dehumanization of Victims, In. Journal of Research in Personality, 9. évfolyam 4. szám, 1975. december, pp. 253–69.
7. Bányász Péter: A közösségi média szerepe a választásokban, In. Nemzetbiztonsági Szemle, 7. évfolyam 1.szám, 2019. április, pp. 85–105.
8. Barberá et. al.: Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber, Psychological Science, 26. évfolyam 10. szám, 2015. október, pp. 1531–42.
9. Baruah, Priyadarshini: ISIS: Efforts to Expand Media Presence, In. Caps, 2023. 01. 12., <https://capsindia.org/isis-efforts-to-expand-media-presence/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)
10. Beauvais, Catherine: Fake News: Why Do We Believe It?, In. Joint Bone Spine, 89. évfolyam 4. szám, 2022. július
11. Bélanger et al.: Radicalization Leading to Violence: A Test of the 3N Model, In. Frontiers in Psychiatry, 10. évfolyam 4. cikk, 2019.02. 11.
12. Bell, Brad E. - Loftus, Elizabeth F: Trivial Persuasion in the Courtroom: The Power of (a Few) Minor Details, In. Journal of Personality and Social Psychology, 56. évfolyam 5. szám, 1989. május, pp. 669–79.

13. Benigni et. al.: Online Extremism and the Communities That Sustain It: Detecting the ISIS Supporting Community on Twitter”, In. PLOS ONE, 12. évfolyam 12. szám, 2017. december
14. Benmelech, Efraim – Klor, Esteban F.: What Explains the Flow of Foreign Fighters to ISIS?, In. National Bureau of Economic Research, 22190. working paper, 2016. április
15. Benmelech, Efraim, - F. Klor, Esteban: What Explains the Flow of Foreign Fighters to Isis?, SSRN Electronic Journal, 2016. 05. 10.
16. Berger, J. M.: How ISIS Games Twitter, In. The Atlantic, 2014. 06. 16., <https://www.theatlantic.com/international/archive/2014/06/isis-iraq-twitter-social-media-strategy/372856/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)
17. Berger, J. M.: Tailored Online Interventions: The Islamic State’s Recruitment Strategy, In. CTC Sentinel, 8. évfolyam 10. szám, 2015. október, pp. 19-23.
18. Berger, J.M. - Morgan, Jonathon: The ISIS Twitter Census, Defining and describing the population of ISIS supporters on Twitter, In. The Brookings Project on U.S. Relations with the Islamic World Analysis Paper, 20. szám, 2015. március
19. Bernard Lewis: The Crisis of Islam. Holy War and Unholy Terror, The Modern Library, New York, 2004.
20. Brachman, Jarret M.: High-Tech Terror: Al-Qaeda’s Use of New Technology, In. The Fletcher Forum of World Affairs, 30. évfolyam 2. szám, 2016., pp. 149-163.
21. Brussels terror attack: ISIS claims responsibility, In. The Brussels Times, 2023. 10. 18., <https://www.brusselstimes.com/749572/brussels-terror-attack-isis-claims-responsibility> (Letöltés ideje: 2023. 10. 21.)
22. Bureau of Counterterrorism: Foreign Terrorist Organizations, <https://www.state.gov/foreign-terrorist-organizations/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)
23. Calamur, Krishnadev: Twitter’s New ISIS Policy, In. The Atlantic, 2016. 02. 05., <https://www.theatlantic.com/international/archive/2016/02/twitter-isis/460269/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)
24. CNN Editorial Research: ISIS Fast Facts, In. CNN, 2014. 08. 08., <https://edition.cnn.com/2014/08/08/world/isis-fast-facts/index.html> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)
25. Corner et. al.: Mental Health Disorders and the Terrorist: A Research Note Probing Selection Effects and Disorder Prevalence, In. Studies in Conflict & Terrorism, 39. évfolyam 6. szám, 2016. június, pp. 560–68.
26. Corner, Emily - Gill, Paul: A False Dichotomy? Mental Illness and Lone-Actor Terrorism, In. Law and Human Behavior, 39. évfolyam 1. szám, 2015. február, pp. 23–34.

27. Counting Characters, <https://developer.twitter.com/en/docs/counting-characters> (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)
28. Del Vicario et. al: The Spreading of Misinformation Online, In. Proceedings of the National Academy of Sciences, 113. évfolyam 3. szám, 2016. január, pp. 554–59.
29. Doosje, Bertjan et. al.: Terrorism, Radicalization and de-Radicalization, In. Current Opinion in Psychology, 11. kötet, 2016. október, pp. 79–84.
30. Dr. Serbakov Márton Tibor: A terrorizmus definíciójának kérdése | Büntető Törvénykönyv (új Btk.) a gyakorlatban, 2020. 02. 13.
31. Európai Bizottság: Az EU terrorizmus elleni programja: előrejelzés, megelőzés, védelem, reagálás, 2020. 12. 9., <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0795> (Letöltés ideje: 2023. 10. 25.)
32. European Union Terrorism Situation and Trend report 2022 (TE-SAT)
33. European Union Terrorism Situation and Trend report 2023 (TE-SAT)
34. Europol: Online Jihadist Propaganda 2019 in review, https://www.europol.europa.eu/sites/default/files/documents/report_online_jihadist_propaganda_2019_in_review.pdf (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)
35. Fidler, David P.: Cyberspace, Terrorism and International Law, In. Journal of Conflict and Security Law, 21. évfolyam 3. szám, 2016. december, pp. 475–493.
36. Fisher, Ali: Swarmcast: How Jihadist Networks Maintain a Persistent Online Presence, In. Perspectives on Terrorism, 9. évfolyam 3. szám, 2015., pp. 3–20.
37. Flaxman et. al.: Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption, In. Public Opinion Quarterly, 80. évfolyam 1. szám, 2016., pp. 298–320.
38. G. Horgan, John: The psychology of terrorism, 2. kiad., Routledge, 2014.
39. Gerstel, Dylan: ISIS and Innovative Propaganda: Confronting Extremism in the Digital Age, In. Swarthmore International Relations Journal, 1. szám, 2016., pp. 1–9.
40. Goig Martínez, Juan Manuel - Núñez Martínez, María Acracia: The Islamic State's Political Organization, In. The Political Impact of Jihadist Terrorism: Consequences in the European Union, Radicalism and Terrorism in the 21st Century: Implications for Security, 2017., pp. 261-292.
41. Greene, Kyle: ISIS: Trends in Terrorist Media and Propaganda, International Studies Capstone Research Papers, 2015. április
42. Hadra, Dana. ISIS: Past, Present and Future?: Pro-ISIS Media and State Formation, In. Boston College Electronic Thesis or Dissertation, 2015.

43. Harkins, Stephen G. - Petty, Richard E.: Information Utility and the Multiple Source Effect, In. Journal of Personality and Social Psychology, 52. évfolyam 2. szám, 1987. február, pp. 260–68.
44. Harkins, Stephen G. - Petty, Richard E.: The Multiple Source Effect in Persuasion: The Effects of Distraction, In. Personality and Social Psychology Bulletin, 7. évfolyam 4. szám, 1981. december, pp. 627–35.
45. Hoffman, Adam: The Islamic State’s Use of Social Media: Terrorism’s Siren Song in the Digital Age, Institute for National Security Studies, Tel-Aviv, 2016.
46. Hong et. al.: Why Do Politicians Tweet? Extremists, Underdogs, and Opposing Parties as Political Tweeters, In. Policy & Internet, 11. évfolyam 3. szám, 2019. szeptember, pp. 305–323.
47. Hossain, Sazzad: Social Media Terrorism in the Twenty-First Century: The Present Threats to the World, In. International Journal of Law, 1. évfolyam 1. szám, 2017. május, pp. 1–8.
48. How to Direct Message (DM) on X | X Help, <https://help.twitter.com/en/using-x/direct-messages> (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)
49. Huberman et. al.: Social networks that matter: Twitter under the micro-scope, In. First Monday, 14. évfolyam 1. szám, 2008 december, pp. 1-9.
50. Hughes et. al.: A Tale of Two Sites: Twitter vs. Facebook and the Personality Predictors of Social Media Usage, In. Computers in Human Behavior, 28. évfolyam 2. szám, 2012. március, pp. 561–69.
51. International Committee of the Red Cross (ICRC): Geneva Convention Relative to the Protection of Civilian Persons in Time of War (Fourth Geneva Convention), 1949. 08. 12., 75 UNTS 287, <https://www.refworld.org/docid/3ae6b36d2.html> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)
52. Iqbal, Manssor: Twitter Revenue and Usage Statistics (2023), In. Business of Apps, 2023. 08. 10., <https://www.businessofapps.com/data/twitter-statistics/> (Letöltés ideje: 2023. október)
53. Isenberg, Daniel J.: Group Polarization: A Critical Review and Meta-Analysis, In. Journal of Personality and Social Psychology, 50. évfolyam 6. szám, 1986. június, pp. 1141–51.
54. Jamieson, Kathleen Hall – Cappella, Joseph N.: Echo chamber: Rush Limbaugh and the conservative media establishment, Oxford University Press, 2008.
55. Kaiser Ferenc – Tóth Péter: Political Violence and Terrorism, In. Defence Review, 144. évfolyam, 1.szám, 2016., pp. 22-39.
56. Kormos József: Nevelésfilozófia, Akadémiai Kiadó, 2018.

57. Kovács Andrea: Botok, automatizált fiókok a közösségi médiában, Magyar Állam- és Jogtörténeti Tanszék, https://epa.oszk.hu/02600/02687/00010/pdf/EPA02687_jogi_tanulmanyok_2022_209-223.pdf (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)
58. Kruglanski et al.: The Psychology of Radicalization and Deradicalization: How Significance Quest Impacts Violent Extremism, In. Political Psychology, 35. évfolyam 1. szám, 2014. február, pp. 69–93.
59. Kwak et. al.: What Is Twitter, a Social Network or a News Media?, In. Proceedings of the 19th International Conference on World Wide Web, ACM, 2010., pp. 591–600.
60. LaFree, Gary - D. Freilich, Joshua: The Handbook of the Criminology of Terrorism, 1. kiad., Wiley, 2016.
61. Lake, David A.: Rational Extremism: Understanding Terrorism in the Twenty-First Century, In. Dialogue IO, 1. évfolyam 1. szám, 2002., pp. 15–28.
62. Lazarsfeld, P. - Merton, R.K.: Friendship as a Social Process: A Substantive and Methodological Analysis, In. Freedom and Control in Modern Society, New York, 1954., pp. 18-66
63. Mac, Ryan - Hsu, Tiffany: From Twitter to X: Elon Musk Begins Erasing an Iconic Internet Brand, In. The New York Times, 2023. 07. 24., <https://www.nytimes.com/2023/07/24/technology/twitter-x-elon-musk.html> (Letöltés ideje: 2023. 10. 29.)
64. Magyarország Alaptörvénye IX. cikk (1) 2023. 10. 29.-én hatályos állapota
65. Magyarország Alaptörvénye IX. cikk (5) 2023. 10. 29.-én hatályos állapota
66. McPherson et al.: Birds of a Feather: Homophily in Social Networks, In. Annual Review of Sociology, 27. évfolyam 1. szám, 2001. augusztus, pp. 415–44.
67. Menkhaus, Ken: Al-Shabaab and Social Media: A Double-Edged Sword, In. The Brown Journal of World Affairs, 20. évfolyam 2. szám, 2014., pp. 309–327.
68. Mező Ferenc - Mező Katalin: Lélektan és hadviselés, In. Lélektan és Hadviselés, 1. évfolyam 1. szám, 2019., pp. 9-26.
69. Moghaddam, Fathali M.: The Staircase to Terrorism: A Psychological Exploration, In. American Psychologist, 60. évfolyam 2. szám, 2005., pp. 161–169.
70. Nagy Tamás: Vélemény 2.0 – Közösségi média könyv, Budapest, 2010., <http://mek.oszk.hu/10300/10353/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 29.)
71. Napoli, Philip M.: Foundations of communications policy: principles and process in the regulation of electronic media, Hampton Press, 2001.

72. NATO Glossary of terms and Definitions, 2013., https://www.jcs.mil/Portals/36/Documents/Doctrine/Other_Pubs/aap6.pdf (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)
73. Nato Psychological Operations Doctrine, 2002.
74. NATO Warsaw Summit Communiqué, 2016., 70.-71. bekezdés, https://www.nato.int/cps/en/natohq/official_texts_133169.htm (Letöltés ideje: 2023. 09. 23.)
75. New User FAQ, <https://help.twitter.com/en/resources/new-user-faq> (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)
76. P. Fletcher, George: Romantics at War: Glory and Guilt in the Age of Terrorism, Princeton University Press, ISBN 9780691006512, 2002. 10. 06.
77. Papp János Tamás. A közösségi média platformok szabályozása a demokratikus nyilvánosság védelmében, Wolters Kluwer, 2022.
78. Pariser, Eli: The filter bubble: What the Internet is hiding from you, Penguin Press, 2011.
79. Paul, Christopher – Matthews, Miriam: The Russian "Firehose of Falsehood" Propaganda Model: Why It Might Work and Options to Counter It, RAND Corporation, 2016. 06. 11.
80. Permanent Suspension of @realDonaldTrump, 2021. 01. 08., https://blog.twitter.com/en_us/topics/company/2020/suspension (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)
81. Póczik Szilveszter: A terrorizmus biológiai és pszichológiai elméletei, In. Világosság, 6. évfolyam 5. szám, 2007., pp. 25–40.
82. Prier, J.: Commanding the Trend: Social Media as Information Warfare, In. Strategic Studies Quarterly, 11. évfolyam 4. szám, 2017., pp. 50-85.
83. Pro-ISIS Telegram Channel Threatens Attacks At FIFA World Cup Qatar 2022, Encourages Biological Attacks, Provides Telegram Account To Contact To Obtain Biological Substances, In. MEMRI, 2022. 11. 07., <https://www.memri.org/jttm/pro-isis-telegram-channel-threatens-attacks-fifa-world-cup-qatar-2022-encourages-biological> (Letöltés ideje: 2023. október 31.)
84. Prucha, Nico – Fisher, Ali: Tweeting for the Caliphate: Twitter as the New Frontier for Jihadist Propaganda, In. CTC Centinel, 6. évfolyam 6. szám, 2023. június, pp. 19-23.
85. Prucha, Nico: Online Territories of Terror – Utilizing the Internet for Jihadist Endeavors, In. Orient, 4. kötet, 2011., pp. 43-47.
86. REGULATION (EU) 2022/2065 OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act) <https://eur-lex.europa.eu/legal->

<content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32022R2065&from=EN> (Letöltés ideje: 2023. 10. 29.)

87. Resperger, István: Az Iszlám Állam stratégiája, politikai, katonai tervei, In. Acta Humana – Emberi Jogi Közlemények, 4. évfolyam 5. szám, 2016., pp. 85–102.
88. Rhodes et. al.: Propaganda: The Art of Persuasion: World War II., Wellfleet Press, 1987.
89. Rigotti, Carlota - Zomignani Barboza, Júlia: Unfolding the Case of Returnees: How the European Union and Its Member States Are Addressing the Return of Foreign Fighters and Their Families, In. International Review of the Red Cross, 103. évfolyam, 916-917. szám, 2021. április, pp. 681–703.
90. Rita Katz (Twitter account), 2017. 10. 24., https://twitter.com/Rita_Katz/status/922903526891810816 (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)
91. Ross Arguedas et. al.: Echo Chambers, Filter Bubbles, and Polarisation: A Literature Review, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2022.
92. Sayce, David: The Number of Tweets per Day in 2022, In. David Sayce, 2022. augusztus 3., <https://www.dsayce.com/social-media/tweets-day/> (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)
93. Schmid, Alex: Terrorism - The Definitional Problem, In. Case Western Reserve Journal of International Law, 36. Évfolyam 2. Szám, 2004., pp. 375-419.
94. Siebert, Johannes – Keeney, Greg: Identifying, Structuring, and Comparing the Objectives of Al Qaeda and ISIL, In. Improving Homeland Security Decisions, 1. kiad., Cambridge University Press, 2017., pp. 376–95.
95. SITE Intelligence Group (Twitter Account), 2017. 10. 24., <https://twitter.com/siteintelgroup/status/922863797928329216> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)
96. Swann et. al.: Identity Fusion: The Interplay of Personal and Social Identities in Extreme Group Behavior, In. Journal of Personality and Social Psychology, 96. évfolyam 5. szám, 2009. május, pp. 995–1011.
97. The bullied Finnish teenager who became an Isis social media kingpin – and then got out, In. Newsweek, 2015. 06. 05., <https://www.newsweek.com/bullied-finnish-teenager-who-became-isis-social-media-kingpin-then-got-out-328290> (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)
98. Timeline: The Rise, Spread, and Fall of the Islamic State, In. Wilson Center, <https://www.wilsoncenter.org/article/timeline-the-rise-spread-and-fall-the-islamic-state> (Letöltés ideje: 2023. október 31.)
99. Tomlinson, Simon: ISIS jihadists seize two more towns as they bear down on Baghdad, In. Mail Online, 2014. 06. 13., <https://www.dailymail.co.uk/news/article-2656905/ISIS->

[jihadists-seize-two-towns-bear-Baghdad-U-S-tanks-helicopters-stolen-fleeing-western-trained-Iraqi-forces.html](#) (Letöltés ideje: 2023. 10. 31.)

100. Twitter's Recommendation Algorithm, 2023. 03. 31., https://blog.twitter.com/engineering/en_us/topics/open-source/2023/twitter-recommendation-algorithm (Letöltés ideje: 2023. 10. 30.)
101. Veldhuis, Tinka – Staun, Jørgen: Islamist radicalisation: a root cause model, Netherlands Institute of International Relations Clingendael, 2009.
102. Written statement submitted by the European Centre for Law and Justice to the UN Human rights Council A/HRC/S-22/NGO/8, 2014. 08. 29., <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G14/152/24/PDF/G1415224.pdf?OpenElement> (Letöltés ideje: 2023. 11. 11.)
103. X: Combating Violent Extremism, 2016. 02. 05., https://blog.twitter.com/en_us/a/2016/combating-violent-extremism (Letöltés ideje: 2023. október 31.)
104. X's Guidelines for Law Enforcement | X Help., <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/x-law-enforcement-support> (Letöltés ideje: 2023. 10. 29.)

Ábrák jegyzéke

1. ábra: Az USA felnőtt lakosainak közösségi média platformokon való hírfogyasztási szokásai 2022-ben (saját szerkesztés, forrás: Pew Research Center)	- 11 -
2. ábra: Hírfogyasztás aránya a közösségi média oldalakon (forrás: Pew Research Center)	- 12 -
3. ábra: Lépcsős modell (saját szerkesztés, forrás: Moghaddam)	- 24 -
4. ábra: A kiváltó ok modell (forrás: Veldhuis 2009.)	- 27 -
5. ábra: Az Iszlám Állam Bot fiók hálózata (forrás: Prier 2017)	- 42 -

Táblázatok jegyzéke

1. táblázat: Twitter és X kifejezést tartalmazó szakirodalmak megoszlása (saját szerkesztés, forrás: Scopus)	- 9 -
2. táblázat: A Twitter funkciói (saját szerkesztés, forrás: Twitter)	- 17 -
3. táblázat: A terrorizmus definíciójához kapcsolódó Google találatok (saját szerkesztés, forrás: Google)	- 21 -
4. táblázat: A radikalizációs modellek összehasonlítása (saját szerkesztés)	- 34 -
5. táblázat: Az Iszlám Állam online szélsőséges közösségének szereplői (saját szerkesztés, forrás: Benigni et.al.)	- 41 -
6. táblázat: Az Iszlám Államhoz tartozó fiókok viselkedési formái (saját szerkesztés, forrás: Awan)	- 44 -
7. táblázat: A trendirányítás feltételei (saját szerkesztés, forrás: Prier 2017)	- 45 -