

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II
Кафедра філології

Реєстраційний № _____

Магістерська робота

**ЦИФРОВІ КОМПЕТЕНЦІЇ: ПИТАННЯ ФІЛЬТРАЦІЇ ТА
СТАВЛЕННЯ ДО ФАЛЬШИВИХ НОВИН СЕРЕД
КОРИСТУВАЧІВ ІНТЕРНЕТУ БЕРЕГІВСЬКОГО РАЙОНУ**

_____ **Кіш Крістіна Шандорівна** _____

Студентка II-го курсу

Освітня програма: 035 Філологія «Мова і література угорська»

Ступінь вищої освіти: магістр

Тема затверджена Вченою радою ЗУІ

Протокол № 7/27 жовтня 2020 року

Науковий керівник:

Марку Аніта Ласлівна
доктор філософії, доцент

Завідувач кафедри філології:

Берегсасі Аніко Ференцівна
доктор габілітований, доцент, професор

Робота захищена на оцінку _____, «__» _____ 202_ року

Протокол № _____ / 202_

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II

Кафедра філології

Магістерська робота

**ЦИФРОВІ КОМПЕТЕНЦІЇ: ПИТАННЯ ФІЛЬТРАЦІЇ ТА
СТАВЛЕННЯ ДО ФАЛЬШИВИХ НОВИН СЕРЕД
КОРИСТУВАЧІВ ІНТЕРНЕТУ БЕРЕГІВСЬКОГО РАЙОНУ**

Ступінь вищої освіти: магістр

Виконала: студентка II-го курсу

Освітня програма: 035 Філологія «Мова і література угорська»

Кіш Крістіна Шандорівна

Науковий керівник: **Марку Аніта Ласлівна**

доктор філософії, доцент

Рецензент: **Берегсасі Аніко Ференцівна**

зав. кафедри, доктор габілітований, професор

Берегове
2021

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola

Filológia Tanszék

**DIGITÁLIS KOMPETENCIÁK: AZ INFORMÁCIÓSZŰRÉS
KÉRDÉSEI ÉS AZ ÁLHÍREKHEZ VALÓ VISZONYULÁS A
BEREGSZÁSZI JÁRÁS INTERNETEZŐI KÖRÉBEN**

Magiszteri dolgozat

Képzési szint: mesterképzés

Készítette: Kiss Krisztina

II. évfolyamos hallgató

Képzési program: 035 Filológia «Magyar nyelv és irodalom»

Témavezető: Dr. Márku Anita

PhD, docens

Recenzens: Dr. habil. Beregszászi Anikó

tanszékvezető professzor

ЗМІСТ

I. Перелік таблиць і малюнків	6
II. Вступ	9
2.1. Об'єкт і мета роботи	11
2.2. Хід дослідження	11
2.2.1. Метод дослідження	11
2.2.2. Учасники дослідження	12
2.2.3. Як опрацювати дані	12
2.3. Гіпотези дослідження	13
III. Огляд літератури	14
3.1. Значення цифрової компетентності для освіти	14
3.1.1. Цифрова грамотність	15
3.1.2. Характеристика читання цифрових текстів	16
3.1.3. Покращення цифрового розуміння	17
3.2. Важливість критичного мислення та обізнаності в засобах масової інформації	19
3.3. Особливості фільтрації інформації	19
3.4. Фейкові новини та кроки для їх розпізнавання	20
3.4.1. Поняття, пов'язані з неправдивими новинами	25
3.4.2. Небезпека псевдонауки	25
3.5. Сайти з правдивої інформацією	29
IV. Детальний опис дослідження	34
4.1. Спостереження учасника	34
4.1.1. Оцінювання щоденника в Інтернеті, зробленого перед анкетуванням	35
4.1.2. Оцінювання щоденника в Інтернеті, зробленого після опитування	38
4.1.3. Короткий зміст онлайн-журналів	42
4.2. Запис та аналіз анкети	42
4.3. Оцінка ситуаційних завдань	70
V. Висновки	84
VI. Резюме	87
VII. Список використаної літератури	90
VIII. Додатки	97

TARTALOM

I. Táblázatok és ábrák jegyzéke.....	6
II. Bevezetés	9
2.1. A munka tárgya és célja.....	11
2.2. A kutatás menete.....	11
2.2.1. A kutatás módszere	11
2.2.2. A kutatás résztvevői	12
2.2.3. Az adatfeldolgozás mikéntje	12
2.3. A kutatás hipotézisei.....	13
III. A szakirodalom áttekintése.....	14
3.1. A digitális kompetencia fontossága az oktatás szempontjából.....	14
3.1.1. A digitális írástudás.....	15
3.1.2. A digitális szövegek olvasásának jellemzői.....	16
3.1.3. A digitális szövegértés fejlesztése.....	17
3.2. A kritikai gondolkodás és médiatudatosság fontossága	19
3.3. Az információsűrítés jellemzői	19
3.4. Az álhírek és azok felismerésének lépései.....	20
3.4.1. Az álhírekhez kapcsolódó koncepciók.....	25
3.4.2. Az áltudományosság veszélye	25
3.5. Tényellenőrző oldalak.....	29
IV. A kutatás részletes leírása.....	34
4.1. A résztvevő megfigyelés.....	34
4.1.1. A kérdőív előtt készült online napló kiértékelése	35
4.1.2. A kérdőív után készült online napló kiértékelése	38
4.1.3. Az online naplók összegzése.....	42
4.2. A kérdőívek felvétele és elemzése	42
4.3. A szituatív feladatok kiértékelése	70
V. Összefoglalás	84
VI. Összefoglalás (Rezümé).....	87
VII. Felhasznált irodalom jegyzéke.....	90
VIII. Melléklet.....	97

I. TÁBLÁZATOK ÉS ÁBRÁK JEGYZÉKE

1. táblázat. Kérdéslista az általános tartalmak feltárásához.....	29
1. kép. A közösségi oldalon megosztott hír fényképe.....	55
1. ábra. Az I. online napló résztvevői (N=40).....	35
2. ábra. A felhasználók által megosztott álhírek korcsoportokra való lebontása (N=29).....	36
3. ábra. A megosztott tartalmak címszavai (N=29)	37
4. ábra. Az II. online napló résztvevői (N=71)	39
5. ábra. A felhasználók által megosztott álhírek korcsoportokra való lebontása (N=17).....	40
6. ábra. A megosztott tartalmak címszavai (N=17)	41
7. ábra. Az online kérdőívet kitöltők korosztályokra való lebontása (N=130)	43
8. ábra. Milyen eszközön tölti ki a kérdőívet? (N=130)	45
9. ábra. Leggyakrabban milyen céllal használja az internetet? (N=130).....	45
10. ábra. Az adatközlők által használt keresőprogramok gyakorisága (N=130).....	46
11. ábra. Mít tesz, ha rá akar keresni valamire a Google-ban? (N=130).....	47
12. ábra. A Google képkereső oldalt általában hogyan használja? (N=130).....	47
13. ábra. Keresőprogramok az adatközlők körében (N=130).....	48
14. ábra. Találatok közötti válogatás (N=130)	49
15. ábra. Mi alapján választja ki a megnyitandó oldalt, a megfelelő találatot? (N=130)	49
16. ábra. Ha nem megfelelőek a keresési találatok, akkor hogyan keres tovább? (N=130)	50
17. ábra. Általában hogyan halad tovább a keresésben? (N=130).....	50
18. ábra. Milyen nyelveket használ internetes keresés közben? (N=130).....	51
19. ábra. Melyik közösségi oldal tagja? (N=130).....	51
20. ábra. Milyen tartalmakat oszt meg a közösségi oldalán? (N=130).....	52
21. ábra. Amennyiben megoszt bizonyos tartalmakat, mindig ellenőrzi azok hitelességét? (N=130).....	53
22. ábra. Mitől lesz hiteles egy megosztott hír az Ön számára? (N=130).....	53
23. ábra. Leggyakoribb internetes oldalak az adatközlők körében (N=130).....	54

24. ábra. Önt érdeklik az ilyen témájú cikkek? Mit tesz, ha ilyen cikkeket lát? (N=130).....	56
25. ábra. Milyen témájú tartalmakat olvas szívesen az interneten? (N=130).....	57
26. ábra. Maurizio Cattelan képzőművész alkotása (N=130).....	58
27. ábra. A hőségtől kigyulladt fák (N=130).....	58
28. ábra. FBI figyelmeztetése (N=130)	59
29. ábra. A rákos sejtek gyógyításáról szóló hír (N=130)	59
30. ábra. Pest megyei idős nő telefonhívása (N=130)	60
31. ábra. Az álhírek elfogadására érkezett összesített válaszok aránya korosztályonként (N=130)	61
32. ábra. Justin Bieber és a burritó (N=130).....	62
33. ábra. Hegymászók a Mount Everestnél (N=130)	62
34. ábra. Londonban készült felvétel (N=130)	63
35. ábra. Greta Thunberg és Soros György (N=130).....	63
36. ábra. Trónok harca jelenet (N=130).....	64
37. ábra. Ma este rád talál az igazi szerelmed (N=130).....	65
38. ábra. Segítségnyújtás egy megosztással (N=130).....	65
39. ábra. Ön szerint a facebook elmenti, esetleg eladja az ott megosztott személyes információinkat? (N=130)	66
40. ábra. Ön szerint szándékosan indították el Kínából a koronavírus-fertőzést? (N=130)	67
41. ábra. Ön szerint a kemoterápiával szándékosan rontják a rákos betegek állapotát? (N=130)	68
42. ábra. A kemoterápiás és a koronavírusos kérdés közötti összefüggések (N=130).....	69
43. ábra. A kemoterápia, céklalé és gyermeklanczfű álhírek közötti összefüggések (N=130).....	69
44. ábra. A szituatív feladatsor adatközlőinek korosztályok szerinti lebontása (N=24)	71
45. ábra. Leggyakrabban milyen nyelvet használsz...? (N=24).....	72
46. ábra. Magyarországon azonosított Krími-kongói vérzésláz-vírus álhír meggyőző hatása (N=24)	73
47. ábra. A cikk ellenőrzése során használt kulcsszavak (N=24).....	74
48. ábra. Az adatközlők által továbbított oldalak kategóriák alapján (N=36).....	75

49. ábra. Kapiller Zoltán állítása az adatközlők szerint (N=24)	76
50. ábra. Tanácsolná allergiára a kalciumos pezsgőtablettát? (N=24)	77
51. ábra. Az adatközlők által megadott kulcsszavak a keresés során (N=24)	78
52. ábra. Az adatközlők által továbbított oldalak kategóriák alapján (N=29)	79
53. ábra. Változott a válasza a tájékozódást követően? (N=24)	79
54. ábra. Beregszász és a Nyíregyházi Állatpark útvonalának időtartama (N=24)	81
55. ábra. Az adatközlők válasza az útvonalak főbb állomásaira (N=22)	81
56. ábra. Az éttermek kapcsán beérkező válaszok (N=24).....	82
57. ábra. A szállás kapcsán beérkező válaszok (N=23).....	83

II. BEVEZETÉS

A 21. század technikai fejlődése gyorsuló ütemben változtatja meg a környezetet, ami arra ösztönöz bennünket, hogy minél gyorsabban tanuljunk meg alkalmazkodni az új helyzetekhez. Így a digitális világban való jártasság, fejlett digitális kompetenciák egyre inkább szükségesek mind a tanuláshoz, a munkához és a társadalomban való aktív részvételhez is.

A pandémia okozta helyzet még inkább megerősítette és nyilvánvalóvá tette számunkra, mennyire is fontos, hogy a digitális világban is megálljuk a helyünket, valamint képesek legyünk értelmezni és feldolgozni a felénk áramló digitális információkat, hiszen sokunk munkakörnyezete egyik napról a másikra a fizikai terekből átköltözött az online térbe.

Mindemellett az is nyilvánvaló, hogy ma már legalább annyira az életünk része a digitális szövegek olvasása, feldolgozása, az információk értelmezése, mint a nyomtatott szövegeké. Hiszen egy kattintás által mindenki számára elérhetővé válnak a különböző információk, sőt míg korábban azok megszerzése volt a nehéz, ma az információ dömpingből nehéz kiválasztani azt, ami fontos, hasznos és főleg hiteles. Ugyanis a média és az infokommunikációs eszközök által számtalan félrevezető információ és megalapozatlan hír képes terjedni ellenőrizetlenül és követhetetlen gyorsasággal a világhálón. Mindezek jelentősen megnehezítik a hiteles forrásból való tájékozódást, valamint bizonyos esetekben súlyos tömeghisztériát vagy pánikot kelthetnek az emberek körében azáltal, hogy az internetezők tévesen értelmeznék lényeges információkat, szabályokat. Sőt a téves információk számának növekedése a tudományosan megalapozott tartalmak háttérbe szorítását is eredményezi. Bár sokan úgy vélik, hogy az álhírek csak a tudatlan, hiszékeny embereket érintik, azonban ez nem így van, ugyanis azokba bárki belefuthat, nemre, korra és végzettségre való tekintet nélkül.

Annak érdekében, hogy minél tudatosabb internet felhasználókká váljunk, nagyon fontos a kritikai gondolkodás és a szövegértés, szövegalkotás fejlesztése. Az, hogy felvértezzük magunkat néhány szűrési stratégiával, amely alapján biztosabban eligazodunk az online információk tengerében, hatékonyabban tudjuk megválogatni és értelmezni a felénk áramló információkat, valamint megszűrni a kamu, áltudományos tartalmakat, hoaxokat.

Mindezek figyelembe vételével a kutatási témám aktualitása is világossá válik, mely alapján törekednünk kell a digitális kompetencia kialakítására és fejlesztésére minden

életkorban. Erre egyrészt az iskola kell, hogy teret biztosítson, de természetesen nem csak intézményes keretek között kell és lehet ezt fejleszteni, hanem életfogytig tartó tanulás keretében a hétköznapiakban is, ha megvan rá az igényünk.

Jelenlegi munkám mindemellett egy hiánypótló kutatási területnek is számít. Ugyanis a kárpátaljai magyarok digitális kompetenciáit vizsgáló kutatás, eddig még nem készült. Az online biztonság, a digitális identitás és a médiatudatosság kérdéseit Márku Anita részben érinti egy 2017-es kutatásában, de főleg a digitális térben való többnyelvűség kérdései álltak a kutatása fókuszában (vö. Márku 2017, Márku-Bartha 2019).

Szövegértési kompetenciát mérő próbavizsgálatok ugyan voltak Kárpátalján, amelyekből szakdolgozatok, diplomamunkák és egy kutatási beszámoló is született (vö. Ferenc 2014, Tóth 2017; Szanyi Km 2019; Kovács 2019), de szükséges lenne egy reprezentatív vizsgálat is kiegészítve a digitális (szövegértési) kompetenciák vizsgálatával, hogy valódi képet kaphassunk az anyanyelvi szövegértésről, hogy a jövőben is gondolkodó, író, olvasó és médiatudatos fiatalok kerüljenek ki a kárpátaljai iskolákból.

Mindezeket figyelembe véve merült fel bennem és témavezetőmben a jelenlegi kutatási téma, melyben csak egy kis szeletét kívánom vizsgálni a digitális szövegértési készségeknek, mégpedig az információ keresés-szűrés kérdéseire, valamint az álhírek, a hoaxok felismerésére, kezelésére vonatkozó kérdéseket járom körbe a kárpátaljai magyarok, célzottan a beregszászi járáshoz tartozó internetezők körében. A kutatás során több módszert is alkalmazok (résztevő megfigyelés, kérdőív, szituatív feladatsor), amelyek az adatközlő saját bevallása mellett, tényleges viszonyulása illetve különböző szituációkhoz kapcsolódó tevékenysége alapján mérik fel az egyén információkeresés során alkalmazott eszközeit, stratégiáit, valamint az álhírek, áltudományos tartalmak, hoaxok ellenőrzésének lépéseit. Mindezek nem csupán több oldalról közelítik meg a kutatási témát, de minden bizonnyal sokkal megbízhatóbb eredményeket hoznak majd felszínre, melyek a vizsgálat eredményességét segítik és alátámasztják.

2.1. A munka tárgya és célja

Két évig tartó kutatómunkám tárgyát az információ keresés-szűrés kérdései, valamint az álhírek, áltudományos tartalmak, hoaxok felismerésére, kezelésére alkalmazott eljárások vizsgálata képezi, melyek a digitális szövegértési készségeknek egy része.

A kutatás célja, hogy feltérképezsem a kárpátaljai internetezők milyen

- *stratégiákat* (pl. kulcsszavas keresés, hang alapú keresés, kép alapú),
- *eszközöket* (keresőprogramok) alkalmaznak az információ keresésére, és szűrésére (hányadik találatot nyitja meg az internetező, mi alapján választja ki a megnyitandó oldalt),
- illetve hogyan *haladnak tovább* a keresésben (hólabdaszerűen vagy új keresés indítása által),
- milyen szempontok alapján *ellenőrzik* a közösségi oldalon megjelent hírt és cikket,
- valamint hogyan *szűrik meg* a kamu, áltudományos tartalmakat, manipulatív képeket.

2.2. A kutatás menete

2.2.1. A kutatás módszere

Annak érdekében, hogy minél megbízhatóbb és hitelesebb eredmények kerüljenek felszínre az aktuális témát illetően, többfajta módszert is alkalmazok a kutatás során. Azaz kvantitatív (kérdőív, szituatív feladatok), melyek alapján számszerűen ellenőrizhető és objektív adatokat kapunk, valamint kvalitatív (résztevő megfigyelést) módszert, mely kiegészítve a statisztikai adatokkal mélyebb információkat szolgáltat az adatközlők tényleges viselkedéséről, tevékenységéről.

A vizsgálat során alkalmazott módszerek alapján a kutatás 3 részből áll össze:

1. Egy **résztevő megfigyelésből**: melyben korcsoportonként 10-10 fő (összesen 50) szociális médiában való aktivitásának, az általuk megosztott tartalmak figyelésére kerül sor (egy hónappal a kérdőíves felmérés előtt, és egy hónappal utána), annak kiderítése érdekében, hogy ténylegesen hogyan viszonyulnak az álhírekhez, hoaxokhoz, áltudományos tartalmakhoz. A részttevő megfigyelés során egy online napló kerül kidolgozásra, egy Excel táblázatba bevitt adatok alapján, melyek a következők: kamuhírek URL-linkje, a megosztás dátuma, a témával kapcsolatos címszavak, valamint a bejegyzésre érkezett megosztások és likek száma.

2. Egy **online kérdőíves felmérésből**: melyben nyílt és zárt kérdések, előre összegyűjtött álhírek összefoglalója, manipulatív képek kaptak helyet, melyek segítségével vizsgálom meg a Beregszászi járásban élő 18 és 65 év közötti korcsoportba tartozók információ keresési és szűrési stratégiáit, valamint az álhírek, hoaxok felismerésének képességét, ennek stratégiáit, (ha vannak). Továbbá azt is, hogy milyen oldalakat követnek, milyen jellegű tartalmakat osztanak meg a közösségi médiában a saját bevallásuk szerint az adatközlők.

3. Egy **szituatív feladatokat tartalmazó feladatlapból**: melyet az online kérdőívet kitöltők közül korcsoportonként 5-5 fő (összesen 25) adatközlő információ keresési és szűrési stratégiáit kívánom ez által megvizsgálni, valamint azt, hogy milyen módszerrel, keresőmotorral keres az illető, milyen forrásokat választ ki és milyen egyéb digitális kompetenciákkal rendelkezik-e pl.: alapszintű számítógép felhasználói készségekkel, valamint alapvető szövegértési kompetenciákkal, hogy tudja-e értelmezni és végrehajtani a feladat egyes lépéseit.

2.2.2. A kutatás résztvevői

A kutatás résztvevői a kárpátaljai magyarok meghatározott csoportja, azaz a beregszászi járásban élő internetezők. Az adatközlőket mindegyik módszer esetében 5 korcsoport (18-20; 20-30; 30-40; 40-50, 50-65 évesek) szerint csoportosítom, a kutatás mintavétele során pedig a véletlen kiválasztást és a hólabda-módszert (ismerősöm ismerőse) veszem alapul. További fontos szempont még az adatközlők kiválasztásánál a szociális médiában való aktivitás (pl. az aktív facebook-profil) megléte, ugyanis annak nyomon követése képezi az alapját a résztvevő megfigyelés módszerének.

2.2.3. Az adatfeldolgozás mikéntje

A kutatás során beérkezett adatok feldolgozásához attól függően, hogy melyik módszer kerül alkalmazásra, más-más statisztikai programot veszek alapul. Míg a résztvevő megfigyelés során korábban már említett online napló kerül kidolgozásra, melyet a Microsoft Excel program segítségével rögzítek és dolgozok fel. Addig az online kérdőív valamint a szituatív feladatsor adatait, melyet szintén online kérdőív formájában töltetek ki az adatközlőkkel, a program saját magának összegzi és szerkeszti meg diagramok segítségével. Természetesen az utóbbi két Google űrlapnál szükség van egyfajta utómunkára is, mivel a program csak az aktuális kérdésre beérkezett adatokat összesíti, keresztösszefüggéseket pedig nem készít. Mindazokat manuális adatbevitellel végzem majd el, szintén az Excel program segítségével.

2.3. A kutatás hipotézisei

Feltételezem, hogy a korábbi kutatásokhoz hasonlóan a kárpátaljai internetezők körében:

- a legfiatalabbak és a legidősebbek lesznek a legvédtelenebbek az álhírekkel szemben, ők osztják meg a legtöbb ilyen tartalmat, nekik lesz a legkevesebb ismeretük a hírek ellenőrzésének módszereiről.
- az információk keresése és szűrése terén is feltételezem, hogy a két szélső korosztály rendelkezik a legszűkebb eszköztárral, stratégiával.

Feltételezem továbbá, hogy:

- a kérdőíves felmérés előtt, és azt követően végzett résztvevő megfigyelés eredményei bizonyos mértékben eltérnek majd egymástól. Mégpedig a későbbi megfigyelés alkalmával már kevesebb álhír kerül bejegyzésre, ugyanazon számú adatközlő nyomon követése kapcsán.
- feltételezem, hogy mindegyik korosztályhoz tartozó adatközlő sikeresen elvégzi a szituatív feladatsorban a cikk ellenőrzését, mely téves információkat tartalmaz, viszont abban az esetben több álhíroldal linkjét adják majd meg, ha nekik kell keresniük az információt egy állítás megerősítése vagy cáfolása miatt.

III. A SZAKIRODALOM ÁTTEKINTÉSE

3.1. A digitális kompetencia fontossága az oktatás szempontjából

Az internettel szinte mindenki kapcsolatban van, közvetlenül vagy közvetve be vagyunk hálózva (vö. Barabási 2013), digitális lábnyomot hagyunk, értesülünk hírekről, információt szerzünk a világhálón keresztül, így mindannyian ki vagyunk téve az álhíreknek is. Az eddigi kutatások alapján főleg a fiatalok, valamint a Facebookon keresztül internetező idősebb generáció a legvédtelenebb az áltudományos szövegekkel szemben (vö. Veszelszki 2017: 74). Ezen eredményeket bizonyos értelemben egy 2019-ben végzett felmérés is alátámasztja, melynek tárgya a digitális kompetencia mérése volt, magyarországi adatközlők körében. Ugyanis a kutatás során kiderült, hogy az egyén digitális kompetencia fejlettségi szintjét és a digitális eszközhasználatot egyaránt befolyásolja az életkor, a nem, az iskolai végzettség és a munkaerő-piaci státusz. A felsorolt tényezők közül pedig az életkor és az iskolai végzettség mutatott szignifikáns hatást a digitális képességre (vö. Juhász 2020: 47).

A PISA 2012 digitális szövegértéssel és problémamegoldással kapcsolatos felmérése alapján pedig kiderült, hogy a magyar tanulók teljesítménye más országok fiataljaihoz képest utolsók Európában (vö. Lannert 2014). Ezt az eredményt az országon belüli vizsgálat is alátámasztotta, mely szerint a tanulók IKT-kompetencia szintjük nem éri el a megfelelő szintet (vö. Fehér 2014).

Annak érdekében, hogy a tanulók a digitális világban is megállják helyüket, valamint képesek legyenek értelmezni és feldolgozni, a feljük áramló digitális információkat, egyre nagyobb figyelmet kell fordítanunk a digitális kompetencia kialakítására. A digitális kompetencia a kulcskompetenciák egyike, melynek fogalma alatt az idők során más és más jelentést értettek, ugyanis Gilster (1997) definíciójában még nyoma sincs kompetenciáknak, képességlistáknak vagy szükséges attitűdöknek. Ma már a viszont egyetértenek abban, hogy a digitális kompetencia nem csupán a technikai képességekre szorítkozik (vö. Tóth-Mózer – Kárpáti 2016: 122).

A 2012-ben létrehozott Nemzeti Alaptantervben a digitális kompetencia megnevezése során a következő tevékenységek kerülnek kiemelésre: „az információ felismerése (azonosítása), visszakeresése, értékelése, tárolása, előállítás, bemutatása és cseréje; a digitális tartalomalkotás és –megosztás, továbbá a kommunikációs együttműködés az interneten keresztül” (vö. Juhász 2020: 45). De emellett a digitális kompetenciához szorosan kapcsolódik a problémamegoldás, a kommunikációs készség, együttműködés, kreativitás, kritikus gondolkodás készsége (vö. Szabó 2019: 2; Ala-Mutka 2011).

A digitális kompetenciák fejlesztése ma már minden oktatási programban alapvető és fontos szerepet tölt be, így pl. az új ukrán iskola programjában is (vö. Hyи 2017). Ugyancsak ennek érdekében hozták létre az úgynevezett Checkology online oktatási platformot is, amely segítségével a diákok megtanulják, hogyan tudják ellenőrizni a források hitelességét, majd az összegyűjtött információkat megtanulhatják összemérni és mérlegelni (vö. Marinov 2017a). Az ECDL (European Computer Driving Licence) elvégzése szintén alapot ad a digitális kompetenciák fejlesztéséhez, sőt mérési rendszert is biztosít a résztvevők számára (vö. Berényi 2012: 12).

A 2019-ben megjelent digitális módszertani kézikönyv pedig (vö. Tóth-Mózer – Misley: 2019) az IKT-eszközök integrációjának lehetőségeit mutatja be a tanítás-tanulás különböző szintjein, mely a pedagógusok és a tanulók számára is egyaránt tartalmaz hasznosítható ismereteket. A könyv hat egység mindegyike – tudásszervezés, kutatómunka; aktív tanulás; alkotás; együttműködés; előadás; (ön)fejlesztés – egy-egy tanulásszervezési megoldást foglal magába. Mindezek kapcsán bemutatott különböző digitális eszközök megismerése és alkalmazása a tanulók digitális kompetenciájának a kialakítását és fejlesztését is egyaránt biztosítja.

3.1.1. A digitális írástudás

A digitális kompetencia alapvető eleme a digitális írástudás, melyen azokat a képességeket értjük, amelyek a szövegértési stratégia műveleteinek – az információ értékelése, összehasonlítása, a szándék azonosítása – elvégzéséhez szükségesek (vö. Martin 2005; Gonda 2014: 439).

Pegrum (2011) a digitális írástudást, egymás mellett létező, többszörös műveltségekre bontja, melyek a következők: a keresési, a címkézési, az információs, a szűrési és a figyelmi műveltség. A keresési műveltség a keresőmotorok használatára, az információs műveltség az információ eredetére, a forrás pontosságára, objektivitására vonatkozik, a szűrési-műveltség az információk sokaságában való eligazodást, míg az utolsó az összpontosítást, a megtalált információkra való reflektálást teszi lehetővé.

Hinrichsen és Coombs (2013) a digitális írástudásnak öt forrását – dekódolás, jelentésteremtés, használat, elemzés, identitásteremtés online környezetekben – különböztették meg. A **dekódolás** alatt azt értjük, hogy a tanuló a digitális média szerkezetében és szabályaiban magabiztosan mozog, ismeri az általános működési elvek (pl. mentés, fájlok rendezése, feltöltés-letöltés) használatát, valamint a digitális szövegek eltérő megjelenési formáit (vö. Tóth-Mózer – Kárpáti 2016: 124). A **jelentésteremtés** a digitális

tartalmak megértését és értelmezését foglalja magába. A **használat** dimenzió azt a képességet jelöli, hogy az egyén a digitális eszközöket a gyakorlati feladatok és problémák megoldására alkalmazza. Az **elemzés** arra vonatkozik, hogy az egyén a kritikai, esztétikai és etikai nézőpontokat érvényesítve képes a digitális rendszerek, hálózatok vagy alkotások értékelésére, kiválasztására vagy elutasítására. Az **identitásteremtés** dimenzió alatt pedig a személyiség online környezetben való tudatos kezelését és alakítását, valamint a valahová tartozás fejlesztését és a résztvevői szerep kialakítását értjük (vö. Tóth-Mózer – Kárpáti 2016: 125).

3.1.2. A digitális szövegek olvasásának jellemzői

A mindennapi életben legalább annyira természetes a digitális szövegek olvasása, feldolgozása, az információk értelmezése, mint a nyomtatott szövegeké. Azonban a digitális világban a lineáris olvasási mód mellett, egy úgynevezett hipertextualitásra épülő új olvasási mód jelenik meg, amely által a szövegnek nincsenek világos határai, a beékeltek segítségével előre és vissza is haladhatunk (vö. Arató 2006.).

Ugyanis a digitális szöveg fogalma alatt egy IKT-eszköz segítségével megjelenített információk (szöveg, kép, hang stb.) hálózatát értjük, melyek linkek segítségével kapcsolódnak egymáshoz (vö. Gonda 2015).

Hódi Ágnes és munkatársai a digitális- és a nyomtatott szövegek olvasását illetően a terjedelmi végtelenséget, a szövegek fizikai kapcsolatát és az eltérő navigációs eszközök alkalmazását sorolják a legfontosabb különbségekhez (vö. Hódi et al. 2015). Koltay Tibor pedig további különbségeket emel ki ezzel kapcsolatban, melyek olyan alapvető olvasási készségekben rejlenek, mint az internetes keresők használatának ismerete, a találati listák olvasása, a weboldalakon történő tájékozódás a megfelelő információ megtalálására valamint a következtetések levonása az információ helyét illetően (vö. Koltay 2011). Mindezeket a készségeket pedig a szöveg elemei közötti válogatás és közlekedés köti össze (vö. Gonda 2018).

A digitális szövegek közötti navigáció, viszont függ az olvasás céljától, mely jellemzően egy adott információ behatárolása vagy a szöveg globális áttekintése (vö. Bárdos 2003; Braten et al. 2011). Ezekhez a szövegolvasási célokhoz pedig sajátos olvasástípusok tartoznak, mely kapcsán megkülönböztetünk **kulcsszókereső-** és **kulcsszó-azonosító** olvasástípust. Míg az előbbi esetében az olvasó egy keresőmotor segítségével, a saját maga által meghatározott kulcsszóval szűkíti a szövegek számát, addig a másik olvasástípus során az olvasó nem jelöl ki kulcsszavakat, hanem az adott szöveg lényegi elemeinek a kiemelése

és a megértése a cél. Az azonosítást sok esetben segítik a linkhelyzetben, vagy vizuálisan kiemelkedő kulcsszavak (vö. Gonda 2015).

Mindkét olvasástípus esetében szükségesek a navigációs eszközök ismerete és alkalmazása, melyek két nagy csoportba sorolhatók (vö. Gonda 2018: 67). Az egyik az olvasást szervező navigációs lépések, tehát azok az elemek, amelyek az olvasási ösvény felépítésében játszanak szerepet, mint például a menüpontra vagy a linkre kattintás (vö. Gonda 2005; 2018: 67). A másik csoport az olvasást támogató navigációs lépések, melyek az előzővel ellentétben nem linkek által összekapcsolt szövegek olvasását segítik, hanem a képernyőn megjelenő aktuális szöveg feldolgozását. Ide tartozik a görgetősáv, mely által lehetővé válik a szöveg terjedelmének behatárolása, valamint a kurzor mozgatása, mellyel fontosabb részeket, kulcsszavakat jelölhetünk ki, rendszerezhetünk (vö. Gonda 2005; 2018: 67).

Gyarmathy Éva *Az infokommunikációs kor generációi* című könyvéből további olvasástípusokról (átfutó, pásztázó és értő olvasás) tájékozódhatunk. Az értő olvasást, mely lépésről-lépésre értelmezi a szöveget, egyben hagyományos olvasási módnak is tekinthetjük. Erre is nagy szükség van, azonban a digitális kor a szövegek számának határait is kiszélesítette, ami azt illeti, hogy olyan hatalmas mennyiségű szöveg áll a rendelkezésünkre, amelyet, ha szeretnénk, sem tudunk teljes egészében elolvasni. Így hát a másik két olvasástípus, pont emiatt alakult ki az olvasók körében. Ugyanis az átfutó olvasás azt jelenti, hogy az egyén csak nagyvonalakban méri fel a szöveg tartalmát, így a részletekben lehet tévedés, de néhány szó elolvasásával is ki tudja következtetni miről is szól az aktuális szöveg. Ez a típus egyben a böngészési olvasás módja is. A pásztázó olvasás, bizonyos mértékben hasonlít a korábban már említett kulcsszó kereső olvasástípushoz, mivel itt is az egyén nem az egész szöveget olvassa el, hanem konkrét információt, kulcsszavakat keresgél a szemével (vö. Gyarmathy 2020: 108).

3.1.3. A digitális szövegértés fejlesztése

A digitális szövegértési teljesítményt vizsgáló PISA felmérések eredményei sajnálatos módon azt mutatják, hogy egyre nagyobb a digitális leszakadók aránya, ami később nagy valószínűséggel digitális írástudatlanságot eredményez (vö. Balázs et al. 2011, 2013; Ostorics et al. 2016). Mindemelllett a 2009 óta zajló PISA mérések, melyek a digitális szövegértés képességére irányulnak, arra is rávilágítanak, hogy azok a tanulók, akik magas szintű szövegértési kompetenciával rendelkeznek a nyomtatott szövegek során, azok a digitális szövegértés kapcsán is jobban teljesítenek (vö. Balázs et al. 2011, 2013; Ostorics

et al. 2016). Ennek tükrében az anyanyelvi szövegértés és a digitális kompetencia együttes fejlesztése kell, hogy megtörténjen az oktatás során.

A digitális szövegértés fejlesztése tehát az alapvető szövegfeldolgozási stratégiák megismertetésével és gyakorlásával kezdődik, arra épül. Ugyanis a szövegek terjedelmi végtelensége, fizikai kapcsolata és eltérő navigációs eszközei mellett megfelelnek a szövegszerűség hét ismérvének, valamint ugyanazt a jel- és konvenciókészletet alkalmazzák, mint a nyomtatott szövegek (vö. Gonda 2018: 67). Mindemellett komplex gondolkodási műveletek, olvasási stratégiák valamint navigációs lépések elsajátíttatása szükséges, a hipertextualitásra épülő olvasási mód következtében (vö. Gonda 2018).

A komplex gondolkodási műveletek kapcsán az információ megkeresése, értelmezése, integrálása történik egyszerre több digitális szövegből, mely végrehajtásához elengedhetetlen a hozzáférés és a keresés, az integrálás és az értelmezés, valamint a reflexió és az értékelés gondolkodási művelete (vö. Balácsi et al. 2011). Mindezek a digitális szöveg feldolgozásának egyes lépéseit foglalják magukba. Ugyanis a hozzáférés és keresés az információs térben való tájékozódást, a navigációs eszközök és a keresőmotorok használatát jelenti. Az integrálás és értelmezés alatt a különböző oldalakon található információk összekapcsolódását és értelmezését, a reflexió és az értékelés gondolkodási műveletén pedig a talált információk, forrás hitelességének ellenőrzését, a szöveg kohéziójának értékelését, valamint következtetések levonását értjük (vö. Balácsi et al. 2011).

Az olvasási stratégiák során fontos tisztázni, hogy a digitális szöveg feldolgozására egyaránt alkalmazhatunk hagyományos, nyomtatott szövegeknél bevált szövegolvasási valamint kimondottan digitális szövegolvasási stratégiákat. Az utóbbihoz sorolható: a számítógépes ismeretek alkalmazása, ugrásszerű olvasási irány kivitelezése, az információ keresése, értelmezése, értékelése és újjászervezése, valamint a szimultán érkező információk befogadása és alkotása (vö. Fenyő 2010).

A navigációs lépésekhez, melyek szintén a digitális szövegértés részei, a korábban már ismertetett olvasást szervező és olvasást támogató navigációs lépések tartoznak (vö. Gonda 2018).

A digitális szövegértés fejlesztésének pedagógiai-módszertani kerete a konstruktivista szemlélet együttműködő, közös tanulásra épülő irányzata, mely beépíti az IKT-eszközök és digitális tartalmak alkalmazhatóságát az oktatás keretébe (vö. Benedek 2008; Gonda 2018: 68). A digitális eszközök nem csupán az együttműködésre, közös munka létrehozására és megosztására adnak lehetőséget, hanem biztosítják a tanuló önállóságát,

egyéni érdeklődésének fenntartását a saját tanulási stílusának, tempójának megfelelően (vö. Gonda 2018: 68).

A digitális szövegértés fejlesztésére készített gyakorlatok lényeges feltétele, hogy illeszkedjenek a Z generáció elvárásaihoz, valamint megfeleljenek az alábbi szempontoknak: digitalizáltság, mobilitás, interaktivitás, azonnaliság, közösségi szemlélet, komplexitás (vö. Boronkai 2017; Gonda 2018: 68).

Mindemellett figyelembe kell venni a fokozatosság elvét, mely a gyakorlatok egymásra épülését, a szöveg feldolgozásakor alkalmazott digitális olvasási stratégiák és gondolkodási műveletek komplexitását jelenti. Ebből kifolyólag alapvető, komplex és szakmai szintjét különböztetjük meg a szövegfeldolgozási gyakorlatoknak (vö. Gonda 2018: 68).

3.2. A kritikai gondolkodás és médiatudatosság fontossága

A kritikai médiaműveltség hatékonyságát mindenképp befolyásolja, hogy milyen szinten folyik a kritikai gondolkodás fejlesztése az oktatáson belül (vö. Nagy-Timár 2018: 298). A kritikai gondolkodás kompetenciája mindig is kiemelt fontosságú volt, mára azonban mondhatni csak növekedett ennek jelentősége. Hiszen minden irányból különböző információkkal, véleményekkel és elméletekkel bombáznak bennünket, amelyek akár megtévesztőek is lehetnek. Az álhírekkel való szembeszállás a kritikai gondolkodás fejlesztésébe ágyazódik, mely által elemezzük az információkat, objektíven mérlegelünk, majd logikusan érvelünk és ítéletet alkotunk (vö. Nagy-Timár 2018: 298). Mindemellett a logikus gondolkodás segítségével pedig a szövegek közötti összefüggések felismerésére, oksági és egyéb kapcsolatok feltárására készíthessük fel diákjainkat.

A kritikai médiaműveltség szerves része a médiatudatosság nevelésének, melynek célja, hogy az egyének olyan képességekkel rendelkezzenek, amelyek lehetővé teszik a médiához való hozzáférést, a médiatartalmak elemzését, értelmezését és értékelését. Azaz a globális nyilvánosság felelős résztvevőivé kell válniuk (vö. Aczél 2014: 42). A médiatudatosság nemcsak a diákokat, hanem az intézményes oktatásból kikerült korosztályokat is egyaránt érinti (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 46).

3.3. Az információsűrítés jellemzői

Az idő múlásával változott az információk hozzáférhetőségének lehetősége. Ugyanis mára már egy kattintás által mindenki számára elérhetővé válnak a különböző információk, sőt míg korábban az információ megszerzése volt a nehéz, ma az információ dömpingből nehéz kiválasztani azt, ami fontos, hasznos és főleg hiteles. Azt az útvonalat, amelyet az olvasó

egy információ megszerzése érdekében hoz létre, a digitális szövegek közötti navigáció során, olvasási ösvénynek nevezzük (vö. Lawless-Schrader 2008). Mindez függ az olvasás céljától, melyekhez a korábban ismertetett **kulcsszókereső- és kulcsszó-azonosító** olvasástípusok kapcsolódnak (vö. Gonda 2015).

Az open access, amely alapján a tudás mindenki számára hozzáférhető, bizonyos szempontból kedvez a tudományos tartalmak online megjelenésének és terjedésének (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 41). Sőt a tudományos és ismeretterjesztő tartalmakat az olvasó meg is tudja osztani, néhány oldalon kommentelni, melyek a gyors és széles körben való elterjedést, a kutatások átláthatóbbá válását eredményezi, valamint segít nagyobb hatást elérni a tudósok és a tudományos eredmények számára (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 41). Azonban egy nem jól végzett tudománykommunikáció esetén az is előfordulhat, hogy az egyre szélesebb körben használt platformokon a hiteles tudomány nem lesz olyan sikeres, mint az áltudományosság (vö. Aczél-Veszelszki 2018: 11). Ugyanis az emberek nemcsak információkhoz juthatnak a világhálón, hanem ők maguk is közzétehetnek bizonyos információkat, híreket. Ezért gyakran előfordul, hogy nem tudjuk ki a szerző, hiteles-e a forrás, valamint mennyire aktuális az, amit olvasunk. Megjelenhetnek félrevezető, áltudományos, sőt kimondottan káros nézetek is az interneten, melyeket az olvasók könnyedén valósnak fogadnak el (vö. Veszelszki 2017: 52).

Abból a szempontból pedig, ha az olvasó nem feltétlenül tudja megállapítani, mennyire hiteles az adott tartalom, akkor a tudományosan megalapozott állításokat sem hiszi el és bíz meg benne (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 42).

3.4. Az álhírek és azok felismerésének lépései

Az **álhírek** (fake news) fogalmának tisztázása nem olyan egyszerű, ugyanis sokféle nézet alakult ki a közgondolkodásban. Tágabb definíciója szerint az álhír megnevezés alatt, „olyan hírcikkeket értünk, amelyeknek nincs tényszerű alapjuk, viszont hírként jelenítik meg őket” (vö. Allcott-Gentzkow 2017: 213). Terjedésük szándékossága szerint két formáját különítik el az álhíreknek. Az egyik eshetőség, hogy olyan személyek terjesztik az álhíreket, akiknek az igazság nem fontos, mindössze hasznot remélnek, vagy olyanok, akik nincsenek tisztában a hírek hamis voltával (vö. Veszelszki 2017: 53).

Az álhírek vagy az úgynevezett hamis hírek kapcsán Wardle és Derakhshan (2017) nevéhez köthető az a csoportosítás, melyben három kategóriába sorolják az információkat. Ezek a következők:

Disinformation – kifejezés alatt, olyan hamis információt értenek, amely szándékosan megtévesztő, manipulatív illetve befolyásolási szándékkal jött létre.

Misinformation – az előző kategóriához képest ez is hamis információt jelent azzal a különbséggel, hogy nincs benne a befolyásolásnak, a manipulációnak a szándéka.

Malinformation – pedig azt jelenti, hogy tényszerű információkat, adatokat közölnek, de nem megfelelő kontextusban és sorrendben, mely által rossz következményeket, eredményeket okoznak valamilyen személynek, szervezetnek.

Az ismertett kategóriák határai nem szigorúan elválasztottak, hanem könnyedén átjárhatóak, vagyis egy disinformation tartalomból is lehet egy misinformation, ha az illető a befolyásolás szándéka nélkül osztja meg azt.

Továbbá Wardle (2016) hat típust sorol fel a hamis információk terjesztési módja alapján:

1. Hiteles forrás felhasználása, nem megfelelő kontextusban;
2. Eredeti híroldalak mintájára készült hamis oldalak;
3. Kifejezetten álhíroldalak;
4. Dezinformációkat ábrázoló, terjesztő vizuális elemek (pl.: képek, videók, mémek);
5. Manipulált tartalmak, bizonyos program, szerkesztő segítségével (pl.: photoshoppolt kép);
6. Paródiatartalmak, melyeket komoly hírként osztanak, terjesztenek (Magyarországon a legismertebb szatirikus híroldal a *Hírcsárda*) (vö. Veszelszki 2017: 54).

Ahhoz, hogy felismerjük a hamis híreket, oldalakat, fontos, hogy az érintett témával kapcsolatban rendelkezünk bizonyos ismeretekkel, illetve a kritikai gondolkodás képességével (vö. Nagy-Timár 2018: 294). Ezáltal a netfelhasználó tisztában van azzal, hogy mely információkat fogadhat el valósnak, valamint melyekre tekintszen kritikusan (vö. Veszelszki 2017: 52). Andreas Schleicher, az OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) oktatásért felelős igazgatója szerint az iskola feladata a forráskritika és kritikai gondolkodás kialakítása mellett, hogy a fiatalok megtanulják azt, mi alapján tudják azonosítani az álhíreket. Ez a fajta „soft skill” Schleicher szerint a globális

kompetenciák körébe tartozik, mely a közösségi médiában megjelenő filterbuborék hatásait igyekszik kiküszöbölni (vö. Veszelszki 2017: 52-53).

Veszelszki Ágnes (2017) által összegyűjtött cikkek vizsgálata során nyelvi és nem nyelvi jellegzetességeit különbözteti meg az álhíreknek. Az előbbihez tartozik:

A figyelemfelkeltő, bombasztikus *cím*, mely értelmezhető önálló kommunikációs egységként, valamint az utána következő szöveg részeként is. Ezáltal a cím két fő funkcióját különíti el: egyrészt reprezentálja a szöveget, azaz az egészre utaló metatextuális, másrészt előreutaló tartalmi funkciója van (vö. Veszelszki 2017: 60; Tolcsvai Nagy 2001: 325). A címek többnyire kifejtő típusúak, mely összefügg a terjedelmükkel is, ugyanis a vizsgáltak közül a legrövidebb 5 szóból, a leghosszabb pedig 18 szóból állt (vö. Veszelszki 2017: 60). A címek bizonyos információ-visszatartás eszközével, vagy kifejezetten elborzasztással, humorral, félelemkeltéssel veszik rá az olvasót a cikk megnyitására. Előfordul az is, hogy közvetlenül buzdít a tartalom megosztására „*Ma esti telihold - oszd meg, és hamarosan teljesül a kívánságod*” (vö. Veszelszki 2017: 61). Sőt a címszövegek képesek valamilyen érzelmet is kiváltani az olvasóból, melyet a Snopes főszerkesztője, Brooke Binkowski a következőképp fejt ki: „A címek nem csupán informálnak. Rendszeresen azt javaslom az embereknek, hogy ha egy cím elolvasása után idegesek, mérgesek, frusztráltak lesznek, akkor kétszeresen is ellenőrizzék a forrás hitelességét” (vö. Veszelszki 2017: 62).

A terminushasználat ugyancsak az álhírek felismerésének nyelvi jellegzetességeihez tartozik. A tudományból átvett szakkifejezések alkalmazása, amelyekkel a szakemberek rendelkeznek, nagymértékben lehet meggyőző azok számára, akik nem feltétlenül tudják vagy ismerik azok jelentését (vö. Falyuna 2017: 96). Mindezt kihasználva, többször találkozhatunk, olyan álhírekkel, melyekben zavaros, nem definiált vagy épp más értelemben használt szakkifejezések olvashatóak (vö. Veszelszki 2017: 62).

A szövegek nyelvezete, amelyek az eladhatóság érdekében a média trendjéhez illeszkedik (vö. Esser 1999: 292), valamint a szövegek nyelvi minősége, melyre jellemző a nagybetűs írás, túlzott írásjelhasználat, helyesírási hibák vagy elgépelések feltűnése, ugyancsak gyanúra adhat okot (vö. Veszelszki 2017: 63-65).

Mindezek kapcsán fontos szólni még a keretezés (framing) fogalmáról is, mely egy olyan értelmezési keretet jelent, mely a hír egyes elemeit hangsúlyozza, míg másokat homályban hagy, valamint ugyanazt az információtartalmat képes különböző nyelvi eszközökkel kifejezni és ez által befolyásolni (vö. Bajomi-Lázár 2017).

A nem nyelvi jelek, melyek a feltűnő képek, az ismert szereplők megjelenítése, a valódi oldalakat utánzó URL-címek megfigyelése, ugyancsak perspektíva lehet a hitelesség megállapításában.

A közzétett szövegek tartalmuk alapján három fő típusba sorolhatóak: az első az áltudományos, a második a bulvár és felhívások, melyekbe szenzációk, eltűnt személyeket kereső, segélykérő, valamilyen veszélyhelyzetre felhívó, valamint listázó szövegek tartoznak, illetve a harmadik kategória, melyek a politikai kamu hírek (vö. Veszelszki 2017: 65). Az utolsó típusba tartozókra pedig jellemző, hogy a figyelemfelhívó jellegüket a közszereplőkre való hivatkozással valósítják meg (vö. Veszelszki 2017: 70).

Annak érdekében, hogy az álhíroldalak a hitelesség látszatát keltsék az internetezőkben, sok esetben hoznak létre valódi hír vagy bulvároldalakat utánzó URL címeket (pl.: *origo.hu* > *origo.blog.hu*). De emellett találunk a tartalomfogyasztásra buzdító (pl.: *ezt-figyeld.com*), vagy a tartalmat értékelő oldalneveket is (pl.: *best-hir.com*) (vö. Veszelszki 2017: 71). Ugyancsak a hitelesség elérése érdekében alkalmaznak továbbmutató, forrásra utaló linkeket, amelyek azonban vagy pletykaoldalakra, bulvársajtóra vagy más álhíroldalakra hivatkoznak (vö. Veszelszki 2017: 72).

A források mellett a dátum megadása, valamint a szerző megnevezése is az álhírek nem nyelvi jellegzetességeihez sorolandók, melyek az esetek többségében vagy nincsenek feltüntetve vagy a szerző nevére való kattintás után a szerzői adatlap helyett, csak az adott személy által írt cikkek listája jelenik meg (vö. Veszelszki 2017: 72).

A szöveg kiegészítése a képi információval, sokkal gyorsabban és erőteljesebben tud hatni az internetezőre, különösen annak érzelmi világára (vö. Grabe-Bucy 2009: 6). Mindezt kihasználva alkalmaznak manipulatív fotókat, álorvosokról készített portrékat, valamint mémme alakított képeket. Ezek felismerését segíti, hogy leggyakrabban forrás nélkül építenek be bizonyos képeket a szövegbe, melyeket akár Google keresőprogram által azonnal megtalálhatunk és ellenőrizhetünk (vö. Veszelszki 2017: 72-73).

Veszelszki Ágnes az álhírek vizsgálata során, a kép-szöveg kapcsolatára is kitér, mely alapján öt típust különböztet meg (vö. Veszelszki 2017: 73):

1. a képek csak távoli viszonyban vannak a szöveggel
2. hangulatkeltő illusztráció
3. a kép alátámasztja, kiegészíti a szöveg tartalmát
4. a kép a szövegben szereplőt ábrázolja
5. a szöveg a képválogatáshoz készült

Az álhírek jellegzetességeinek ismerete mellett számos olyan program áll a rendelkezésünkre, melyek segítségével ellenőrizhetővé válnak az interneten terjedő tartalmak. Ebből kifolyólag a First Draft 2019 októberében kiadott munkájában (vö. Marinov 2019a) egy tényellenőrzést segítő eljárást mutat be. Ez a folyamat, összesen 5 lépésből áll, melyekhez hasznos javaslatok és eszközök tartoznak:

1. **Eredetellenőrzés** – során meg kell győződnünk arról, hogy a megvizsgálandó tartalom eredeti megjelenéséről van-e szó, vagy valamilyen más oldalról szerzett képek, videók képezik az alapját. A Google képkereső funkciójához bárki hozzáférhet, mely segítségével megtudhatjuk, hogy az adott kép szerepel-e más oldalon. Az úgynevezett RevEye Reverse Image Search¹ nevű böngészőbővítmény, pedig nemcsak az adott böngészőben, hanem az orosz Yandex vagy kínai Baiduban is végigfuttatja a keresett tartalmat. A videók ellenőrzésére pedig az InVID² programot ajánlják.

2. **Forrásellenőrzés** – kapcsán arról tájékozódunk, hogy a feltöltő milyen más tartalmakat tett közzé az oldalon, valamint a megosztó azonos-e magával a készítővel. Sőt előfordulhat az is, hogy nem valós személyről, hanem egy botról van szó. A bot kifejezés³ alatt egy olyan szoftvert értünk, amely meghatározott feladatokat hajt végre az interneten, egy algoritmus alapján. A First Draft erre a lépésre a Twitonomy programot ajánlja, mely visszaköveti a személy bejegyzéseinek számát, a saját és másolt tartalmakat, valamint azt, hogy legtöbbször kitől veszi át azokat.

3. **Időpontellenőrzés** – pedig arra szolgál, hogy egy bejegyzés feltöltésének időpontját azonosítani tudjuk. Ugyanis egy korábbi tartalmat friss információként is értelmezhetünk, amennyiben nem ellenőrizzük annak hiteles időpontját.

4. **Helyszínelőrzés** – nem más, mint amikor a bejegyzés időpontja mellett, a helyszínt is megvizsgáljuk, mivel azt, hogy hol készült vagy tették közzé a bejegyzést gyakran manipulálják. Egy fotó vagy videó helyszínének beazonosítása során, fontos megfigyelnünk a legapróbb részleteket is, melyek a Google Utcakép és Térkép segítségével azonnal ellenőrizhetővé válnak.

¹ Szabja személyre a Chrome-ot asztali számítógépén a különböző bővítmények, témák és alkalmazások segítségével <https://chrome.google.com/webstore/detail/reveye-reverse-image-sear/keaacjcjhehbbapnp-hnmpiklalfhelgf> [Letöltés időpontja: 2019.10.21.]

² InVID Verification Plugin <https://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/> [Letöltés időpontja: 2019.10.21.]

³ Bot (informatika) [https://hu.wikipedia.org/wiki/Bot_\(informatika\)](https://hu.wikipedia.org/wiki/Bot_(informatika)) [Letöltés időpontja: 2019.10.24.]

5. **Motiváció** – feltárása során nincs könnyű dolgunk, ugyanis annak kiderítése, hogy a személy milyen céllal osztotta meg a tartalmat, nem ellenőrizhető programok segítségével. Abban az esetben, ha lehetőség van rá, hogy megkérdezzük az illetőt, akkor sem nem feltétlenül juthatunk objektív, valós válaszokhoz.

3.4.1. Az álhírekhez kapcsolódó koncepciók

Az álhírek, olyan internetes csalásokkal, népszerűsítő fogalmakkal is kapcsolatban állnak, mint például a *hoax*. Theresa Heyd (2013: 387) az online környezetben megjelenő csalásokat, két tengely mentén különíti el: míg az egyik célja a profitszerzés, a másiké pedig a szórakozás. Heyd (2013: 389–390) az első kategóriába sorolja a spamet és a phishinget, melyek komoly biztonsági és pénzügyi következményekkel jár(hat)nak (vö. Veszelszki 2017: 55o.). A második típus, a szórakoztató csalások, melyeknek pénzügyi kockázat helyett sokkal inkább pszichoszociális hatásai vannak. Ebbe a típusba tartozik a hoax is (vö. Veszelszki 2017: 55o.).

Bizonyára minden Facebook felhasználó találkozott már hoaxokkal, még akkor is, ha nem tudta annak megnevezését. A hoax más néven beugratás, megtévesztés, átverés, melyre jellemző, hogy az emberi hiszékenységet kihasználva, veszik rá az olvasót a tartalom továbbküldésére, terjesztésére (vö. Veszelszki 2017: 55). Míg korábban e-mailen keresztül továbbították azokat, ma jellemzőbb, hogy a közösségi oldalas megosztást válasszák az internetezők (vö. Veszelszki 2017: 55).

A hoaxoknak több típusát is megkülönböztetik, mégpedig beszélhetünk klasszikus vírus email-hoaxokról, melyek általában nem létező biztonsági fenyegetőzésre figyelmeztetik az egyént (vö. Fenyvesi 2016: 449), valamint jótékonyági vagy szimpátiahoaxokról, melyek szövege vagy beteg, vagy elveszett gyermek történetére épülnek. Továbbá ide sorolandóak az úgynevezett álhirdetések, városi legendák, humoros célzatú álhoaxok és áltudományos hoaxok (vö. Veszelszki 2017: 55). A meggyőzési stratégiájuk is ezeknek megfelelően lehetnek kisgyereknek vagy állatoknak segítségnyújtás, áltudományos bizonyítékok, pénzfelajánlások vagy szerencsétlenséggel járó fenyegetőzések (vö. Veszelszki 2017: 55).

3.4.2. Az áltudományosság veszélye

A tudomány presztízsértékének hatására előfordul, hogy az emberek könnyebben hiszik el valósnak, azokat az állításokat, amelyeket a tudományosság nevében professzorok, „szakértők” tesznek közzé. Azonban azok nem minden esetben szakmailag megalapozottak,

helytállóak, mert a szűkebb kutatási területén kívül eső kérdésekben egy (nyelv)tudós is könnyen lehet laikus (vö. Kontra 2010). Továbbá egy tudós, kutató is tévedhet, ha nem megfelelő módszert alkalmaz kutatása során, mely által téves következtetéseket, állításokat fogalmaz meg (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 40). Valamint az is előfordulhat, hogy valaki nem a megtévesztés szándékával terjeszt hamis nézeteket a tudományosság nevében, hanem azért mert valóban hisz benne (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 40).

Mindazokat az állításokat, tanításokat, elméleteket, amelyekben a tudományosság egyik kiemelkedő jellemzőjének, a kritikai attitűd elfogadása nélkül foglalkoznak a tudománnyal, **áltudománynak** nevezzük. Ugyanis a valóságban ezek a tevékenységek nem felelnek meg a tudományosság alapkövetelményeinek (vö. Veszelszki 2017: 65). Mindemellett olyan elméletekre, hipotézisekre alapoznak meg állításokat, melyeket vagy nem lehet ellenőrizni, vagy minden esetben igaznak bizonyulnak (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 40). Ezáltal az eredmények hasonlítanak a tudományhoz, de cáfolhatatlanok, ami által nem járulnak hozzá az adott terület fejlődéséhez (vö. Berthele 2019).

Mindezek tudatában, fontos felismernünk ennek aktualitását kárpátaljai viszonylatban is. Vegyünk példának egy nemrégiben nagy port kavart tudósítás sorozatot, melyben elemzésre kerültek Pavlo Hricenko nyelvész, kutató, az Ukrán Nemzeti Tudományos Akadémia Ukrán Nyelv Intézete igazgatójának egy interjúban megfogalmazott állításai, melyek valódi tudományos kutatások adatai alapján könnyen megcáfolhatóak⁴. Hricenko professzor egyike volt azoknak a nyelvpolitikai szakértőknek, akit az „Ukrajna törvénye az állami nyelvpolitika alapjairól” című jogszabály vizsgálata kapcsán meghallgattak. Az alkotmánybíróság előtt elmondott nézetei, mi szerint az „orosz nyelv Ukrajnában nincs, ez egy korcs” valamint a „Tiszta nyelvi vonatkozásban ez [mármint a ruszin nyelv] abszolút fikció” kapcsán felvetődik a szakmai felelősség kérdése. Az áltudományosság veszélye, csak az aktuális példát nézve is, láthatjuk, hogy súlyos következményekkel jár(hat)nak, hiszen a szakmai tekintélyt kihasználva laikus megnyilatkozások által a kívánt politikai cél irányába is képes befolyásolni és megvezetni a közvéleményt és a jogalkotókat¹.

⁴ Hodinka Antal Nyelvészeti Kutatóközpont 2019. Murphy törvénye és egy ukrán professzor nyilatkozata <http://hodinkaintezet.uz.ua/murphy-torvenye-es-egy-ukran-professzor-nyilatkozata/> [Letöltés időpontja: 2019.08.10.]

Az áltudományosság nyolc jellemzőjét Veszelszki Ágnes (2017) a következőképpen különíti el, a (vö. Casti 1990; Pigliucci 2010) kutatások alapján:

1. anakronisztikus gondolkodás, azaz olyan állításokat tartalmaz, melyeket a tudomány már régen cáfolt;
2. titkok keresése pl.: ufók, jetik, betegségek;
3. mítoszokra való hivatkozás, ugyanis minél régebbi egy sztori, annál meggyőzőbb tud lenni;
4. hanyag, szelektív bánásmód a bizonyítékokkal;
5. cáfolhatatlan hipotézisek;
6. látszólagos hasonlóságok, ugyanis a már korábban elfogadott elméletek részeit használja fel, változtatott, más kontextusba helyezve;
7. tények helyett scenáriókkal, azaz elképzelésekkel való magyarázat;
8. immunitás a kritikával szemben.

A tudományos és áltudományos tartalmak terjedésével több tudományterület is foglalkozik különböző megközelítésekkel és módszerekkel. Stefaan Blancke és szerzőtársai az áltudományos nézetek terjedését a Dan Sperber-féle kulturális epidemiológia alapján magyarázzák, amely három fő okra vezethető vissza (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 41).

Az első az intuitív vonzerő, amely alatt azt értjük, hogy azok a nézetek, amelyek intuitív módon, azaz nem tudatosan, automatikusan megfelelnek elvárásainknak és megértésük nem igényel nagyobb kognitív erőfeszítést, sokkal népszerűbbé válnak, a tudományosan alátámasztott nézetekkel szemben. Tehát ebből következően, elmondhatjuk, hogy azokat az állításokat, amelyek alátámasztják véleményünket, meglátásunkat többre értékeljük, mint az ellenkező irányú tudományos bizonyítékokat.

A másik ok a tudomány presztízsértékéből adódik, ugyanis a tudomány módszertanának, nyelvhasználatának és intézményrendszerének az utánzása révén az olvasók megbízható információforrásként kezelik az áltudományos tartalmakat is. Azok, akik ezek alapján, mégis különbséget tudnak tenni a megbízható és megbízhatatlan forrás között Sperber és munkatársai (2010) szerint egy úgynevezett episztemikus éberséggel rendelkeznek. Ez alapvetően két irányból működik: a forrás és a tartalom ellenőrzéséből (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 41).

A harmadik és egyben utolsó mechanizmus pedig a kritikára való immunitás, amely alapján az állításokat és eredményeket empirikusan tesztelhető bizonyítékok segítségével tudjuk ellenőrizni.

Az áltudományos tartalmak terjedéséhez a közösségi oldalak, példának okáért a facebook hírmegjelenítési módja és a felhasználók olvasási szokásai is hozzájárulnak, ugyanis az oldalon más weboldalról származó információk is megjelennek, általában egy figyelemfelkeltő címmel, egy nagyméretű képpel és esetleg a cikk sejtelmes linkjével. Előfordul, hogy az internetezők meg sem nyitják a linket, hanem gondolkodás nélkül megosztják a tartalmat, terjesztve ezáltal a kamu híreket és oldalakat (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 42). Az ilyen weboldalak célja, nem feltétlenül a tartalom elolvasása, hanem a kattintás és oldalmegnyitás számának minél magasabb elérése. Ez a clickbait szövegekre is egyaránt jellemző, amelyek figyelemfelkeltő, érzelmekre ható címek által manipulálják az olvasót. Azonban a klikkvadász típusú címadást ma már, egyre inkább alkalmazzák más online sajtóorgánumok is (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 42).

Veszelszki Ágnes és Falyuna Nóra (2019) három esettanulmányon keresztül mutatják be az interneten terjedő áltudományos tartalmak egyes nyelvi-érveléstechnikai jellemzőit. Az egyik vizsgálat a Magyar Lapos Föld társaság elnevezésű facebook-csoport diskurzus megfigyelésére irányult, melynek alapján a szerzőpáros azt a következtetést vonta le, hogy a tagok meglátása szerint a tudomány és a hatalom birtokosai pusztán manipulálják az embereket. Így a hivatalos tudomány képviselőiből kreált ellenségkép, a saját csoportjuk hitelesítését erősíti. A csoport célja az elmélet bemutatása mellett az is volt, hogy bizonyítsák állításaik hitelességét. Ezt a csoporton belüli tanácskozás kapcsán tudományos szövegekre jellemző, tudományos nyelvezet, érvelési és hivatkozási módok felhasználásával igyekeztek elérni, bár legtöbbször hibás formában (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 44). A második esettanulmány az interneten végigsöprő oltásellenes mozgalom volt, melynek alapját áltudományos érvelés, valamint nem megfelelő vizsgálati eredmények képezték. Ennek a mozgalomnak a kiindulópontját egy brit kutató 1998-ban megjelent cikke adta, melyben az MMR-oltás és az autizmus kialakulása között direkt ok-okozati összefüggést bizonyítottak (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 45). Bár ezt a cikket, melyet a „20. század legkárosabb orvosi hoaxának” (vö. Flaherty 2011) is neveznek, a benne szereplő állításokat cáfolták és visszavonták, a vizsgálat viszont azt mutatta, hogy az oltásellenesség addigra széles körben elterjedt az emberek között. Ennek terjedését az intuitív vonzerő, a félelemre építő érvelés, valamint a laikusok számára nehezen érthető tudományos nyelvezet csak még inkább erősítette (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 45). Az utolsó a parazitákkal fenyegető áltudományos orvosi marketing volt, melyben a hosszas problémafelvetést egy gyógymód követte, pl.: a Bactefort vagy a Revitoxin nevű termék bemutatása. A megfigyelés szerint ezek a cikkek általában szakemberekre hivatkoznak, melyeket képekkel is alátámasztanak.

A meggyőzés és a hitelesítés pedig a parazitafertőzést szemléltető képek, a tudományos szakkifejezések más értelemben vett felhasználásával, valamint ellenőrizhetetlen statisztikai adatok beépítésével történik (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 46).

Az esettanulmányok vizsgálata során a szerzőpáros egy kérdéslistát tár elénk (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 47), mely az áltudományos tartalmak azonosításához, megbízhatatlan információk feltárásához és elemzéséhez nyújt segítséget:

1. táblázat Kérdéslista az áltudományos tartalmak feltárásához

Az elsődleges forrás hitelessége	<ul style="list-style-type: none"> • Azonosítható, ismert a cikk szerzője? • Van az oldalnak impresszuma? Ellenőrizhető, hogy ki felel a tartalomért? • Az oldal nem kamuoldal, nem viccoldal? • Hiteles az URL-link? Nem utánoz valamely ismert oldalt? • Aktuális a cikk?
A másodlagos, hivatkozott forrás(ok) hitelessége	<ul style="list-style-type: none"> • Hivatkozik a szöveg a felhasznált forrásokra? • Léteznek és relevánsak a hivatkozott források? • Valóban léteznek a hivatkozott szakértők, tekintélyek, intézmények – és a téma szempontjából releváns a rájuk történő hivatkozás?
Érvelés és bizonyítás	<ul style="list-style-type: none"> • Egységes, következetes (konzisztens, koherens) a szöveg érvelése? • Hitelesek és logikusak a szövegben előkerülő számadatok? • Előfordulnak a szövegben megtévesztésre alkalmas nyelvi elemek (például előfeltevések)? • Tartalmaz a szöveg további érvelési hibákat?
A szöveg nyelvezete, megfogalmazása	<ul style="list-style-type: none"> • Szenzációhajhász, bulvár, érzelmekre apellál a cikk címe, stílusa? • A cikk nem valamely idegen nyelvből átvett, manipulált szöveg? A szöveg nyelvi minősége enged arra következtetni, hogy esetleg automatikusan generált vagy rosszul fordított szövegről van szó? • A szövegben előkerülő terminusok valóban létező, az adott területen használt kifejezések? • A szövegben előkerülő terminusok jól érthetően vannak definiálva?
Képek, illusztrációk	<ul style="list-style-type: none"> • Hitelesek, megbízhatóak, valódiak a szövegben előkerülő képek? • Szokatlan a szöveg megformázása?
Kapcsolódó szövegek (kommentek)	<ul style="list-style-type: none"> • Hitelesek a cikkhez kapcsolódó kommentek? Vélhetően létező személyektől származnak? • Lehet a témában találni más hiteles forrást? Azokkal összevetve a vizsgált szöveg hiteles?
A szöveg szándéka	<ul style="list-style-type: none"> • Meg akar győzni a szöveg valaminek az igazságáról, el akar adni, népszerűsíteni valamely terméket, szolgáltatást, ideológiát?

3.5. Tényellenőrző oldalak

Az álhírekkel szembeni védekezésben fontos szerepet töltenek be a tényellenőrző oldalak, melyek összegyűjtik az aktuálisan terjedő álhíreket és áltudományos tartalmakat, és pontos forrás megadásával, bizonyítékok alátámasztásával szűrik meg azokat (vö. Veszelszki-

Falyuna 2019: 42). Míg korábban éles kritikával illették a közösségi platformokat, a hamis hírek terjedése miatt, ma már a Google és a Facebook is egyedi technikákat alkalmaz az álhírek megszüntetésében. A Google a Fact Check nevű címkével tette lehetővé azt, hogy más oldalak és tényellenőrző szervezetek jelezhessék egy cikk hamisságát (vö. Fehér 2014: 46). A Facebook, pedig egy élénkörös figyelmeztető címkével próbálja meggondolásra bírni a felhasználókat, egy tartalom megosztása előtt (vö. Veszelszki 2017: 74).

A világhálón találunk olyan oldalakat is (*hvg.hu*, *urbanlegends.hu*), amelyek rendszeresen (legalább évente) összesítik a megtévesztő híroldalak és tartalmak listáját, annak érdekében, hogy az internetező csupán kíváncsiságból vagy gyanúsnak vélt oldal tevékenységéből kiindulva tájékozódjon. A szájtok (oldalak a világhálón) kategorizálásához több szempontot is figyelembe vesznek, melyek alapján beszélhetünk: kamuhíres, elfogult, áltudományos, konteós, szatirikus és kattintás vadász oldalakról (vö. Marinov 2019b).

Azonban a legújabb vizsgálatok azt mutatják, hogy a hírfogyasztók csak ritkán fordulnak a tényellenőrző és -hitelesítő oldalakhoz, mivel ha egy ismerősük (előfordul, hogy nem közvetlen ismerősük) osztott meg egy tartalmat, az elégedő hitelt ad annak megbízhatóságáról (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 42). Azzal kapcsolatban is végeznek felméréseket, hogyha egy felhasználó javítja a téves információkat, akkor az mennyiben változtatja meg mások kiinduló vélekedését. Emily Thorson (2016) eredményei szerint a politikai témájú álhírek haladéktalan korrigálása esetén sem változik meg a felhasználók hozzáállása. Emily K. Vraga és Leticia Bode (2017) kísérletsorozata alapján viszont arra a következtetésre jutottak, hogy az egészséggel kapcsolatos információkat kijavító személynek szignifikánsan többen hisznek. Tehát a tartalom tematikája is meghatározó lehet az információk hitelességének a megállapításában. Mindemellett az elemzések alapján az is kiderült, hogy a javítási mechanizmus hatékonysága eltérő a Facebook és Twitter közösségi oldalakon (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 42).

A közösségi oldalaknak a legfőbb érdekük az, hogy az egyén minél több időt töltsön a felületükön, ezért figyelemmel kísérik a korábbi keresések tematikáját és azokat felhasználva hasonló tartalmakat szűr és tár az algoritmus az olvasó elé. Sőt a közösségi médiában megjelenő információk révén kialakul egy **filterbuborék** vagy másnéven **visszhangkamra**, amely meghatározza, milyen információkkal találkozik az internetező. Abban az esetben, ha a felhasználó csak a saját nézeteivel megegyező, vagy azokat megerősítő tartalmakkal találkozik, akkor nem azt jelenti, hogy mindenki hozzá hasonló módon gondolkodik, csupán a filterbuborék megszüri azokat a tartalmakat. Így bizonyos esetekben ez megtévesztő lehet a felhasználó számára (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 43).

Attól függetlenül, ha a filterbuborék-jelenségét nem vesszük figyelembe, még működik az úgynevezett ismétlési hatás (vö. Gelfert 2018: 112), ami által a többször látott információk meggyőzőbbek lesznek számunkra. Sőt a kommentek is információismétlő szerepet töltenek be az áltudományos tartalmak terjedésében (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 43).

Mindezek értelmében a kritikus gondolkodás képességén belül a forráskritika megléte is elengedhetetlen az információs társadalomban (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 43).

A Netflix új 2020-as dokumentumfilmje, melynek címe a Társadalmi dilemma ugyancsak szól a filterbuborék jelenségéről, valamint arról, hogy a kereséseink, lájkjaink minden egyéb aktivitásunk megfigyelésével egy virtuális avatár alakul ki rólunk. Ez alapján képesek előre megjósolni azt, hogy milyen termékeket érdemes reklámozni számunkra vagy éppen melyik politikai párt programját támogatjuk.

A filmről készült egyik elemző cikkben (vö. Kurucz 2020) arról is olvashatunk, hogy mi az a két dolog, melyre figyelmeztetni kívánnak bennünket azok a szakemberek, akik egykor az Instagram, a Facebook, a Google, a Twitter, a YouTube és a Pinterest fejlesztői voltak. Az egyik veszély, a virtuális buborék által elért tartalmak következtében jöhet létre, melyek minden ember számára különbözőek. Így egyre nehezebben tudunk majd kompromisszumra jutni másokkal vitás kérdésekben. A másik kockázat pedig a tömeges manipuláció lehetősége a facebook által, mely segítségével választásokat képesek eldönteni, valamint határátlépés nélkül tudnak háborút indítani egyik vagy másik országban.

Marinov Iván az említett urbanlegends oldal működtetője egyik cikkében David McRaney Rejtett énünk című könyve alapján arról számol be, hogy a helytelen következtetésekhez vezető viselkedésmintázatok (kognitív torzítások), információfeldolgozást felgyorsító rövidítések (heurisztikák) és logikai tévedések befolyásolják cselekedeteinket, abból a szempontból, hogy áldozatul esünk kamuhíreknek, csalásoknak vagy épp tévhiteknek (vö. Marinov 2017b).

A felsorolásból néhányat jómagam is bemutatok, egy-egy példával alátámasztva. A **megerősítő torzítás** során hajlamosak vagyunk arra, hogy csak azokat az információkat fogadjuk el és részesítjük előnybe, amelyek megerősítik meggyőződéseinket. E torzításnak köszönhetően alakulnak ki a korábban már említett „buborékok” valamint félrevezető tartalmak. A **vágyteljesítő gondolkodás** az előzőhöz hasonló tényező, mely arra utal, hogy az emberek leginkább a világgépükkel összhangban lévő információkban hisznek, vagyis azt tekintik valósnak, hitelesnek. Az Eötvös Loránd Tudományegyetem új kutatása a vágyteljesítő politikai álhírek megítélésébe, elfogadásába nyújt betekintést. Míg a korábban készült tanulmányok, melyek elsősorban negatív vagy fenyegető tartalmakat használtak fel

a vizsgálat során, rendszerint arra az eredményre jutottak, hogy a konzervatív beállítottságúak nagyobb valószínűséggel hiszik el az álhíreket, mint a liberálisak. A torzítás elkerülése végett a tudományegyetem kutatócsoportja pozitív, vágyteljesítő álhíreket alkalmazott a kutatás során. Bár a kérdőívben megadott álhírek szalagcímei kivétel nélkül hamisak voltak mégis az eredmények azt mutatták, hogy a kormány támogatói a kormánypárti álhíreket fogadják el hitelesnek, míg az ellenzéki híreket politikai propaganda részének tekintik. Az ellenzéki pártok képviselői pedig ezzel ellentétes válaszokat adtak, ugyanis elutasították a kormánypárti álhíreket, de elfogadták és hitelesnek tartották az ellenzékieket. Tehát ez a kutatás is alátámasztja azt, hogy az emberek hajlamosak azt hinni, hogy reményeiket és kívánságaikat teljesítő hírek hiteles forrásokból származnak és megbízhatóak, míg azokról, amelyek nem egyeznek meg világnézetükkel, úgy gondolják, a politikai propaganda részét képezik (vö. Faragó et al 2020).

A tényezők közül abban az esetben, amikor döntéseinket csupán az általunk elérhető információkra alapozzuk, valamint nagyobb valószínűséggel hisszük el azokat a tényeket, amelyekről hallunk és emlékeket tudunk felidézni, akkor **elérhetőségi heurisztikáról** van szó. Ennek hátránya az, hogy az általunk nehezebben megtalálható információkat figyelmen kívül hagyjuk. Az **érzelmi heurisztika**, ahogy a kifejezés is elárulja a megérzéseinkre alapozva hozzuk meg döntéseinket, alkotunk ítéletet új információkkal kapcsolatban. A **normalitási torzítás** során az emberek nem tudják felmérni a valós veszélyhelyzeteket, amelyek hatással lehetnek az egyén életének változására is (vö. Marinov 2017b). Korunk legnagyobb kihívásának a klímaváltozást tartják, azonban az esetek többségében az emberek teljesen nyugodtan viselkednek ezzel kapcsolatban. Ugyanis ezt a fajta torzítást táplálják az alaptalan pánikkeltések, ami által nehéz megállapítani azokat a tényleges veszélyeket, amikor érdemes félni. Sőt előfordul az is, hogy a probléma aktualitásának az enyhítése érdekében álhíreket tesznek közzé a közösségi hálón.

Greta Thunberg-ről számos álhír és kamukép látott napvilágot, amelyekkel zavarkeltést, a személy befeketítése révén pedig a klímaváltozással kapcsolatos bizonytalanságot növelik az olvasók körében (vö. Marinov 2019c). A 16 éves svéd aktivista élete jól dokumentált a közösségi médiában, ezt kihasználva hoznak létre dezinformációkat és összeesküvés-elméleteket, miszerint az egész Thunberg-jelenség a szülők és egy vállalkozó által tudatosan felépített kampány (vö. Breher 2019). Sőt, szinte a legtöbbet megosztott fotó, melyen Soros Györggyel karöltve szerepel, egy Al Gore-ral készült 2018-as fénykép photoshoppolt változata. Olyan fényképek is léteznek, amelyen az aktivista lány közölni kívánt üzenetét (vö. Eckert 2019) vagy a kép háttérét módosítják (vö. Herper 2019)

a hatás elérése érdekében. Mivel Thunberg álláspontja, melyet az ENSZ klímacsúcsán is elmondott, tudományosan megalapozott, így azon nehéz fogást találni, viszont mindezek hatására, ha sikerül megteveszteni a hallgatóságot nem figyelnek majd a társadalom ügyeire.

Az álhírgyártók egy SMA-val diagnosztizált kisfiú, a kis Zente kezelésére összegyűjtött 700 millió forint kapcsán is kitaláltak megtévesztő információkat, mellyel megpróbálták összezavarni az internetezőket és a gyűjtés résztvevőit. Ugyanis a cikkben azt állították, hogy a pénz egy részét ismeretlen hackerek (szoftverszakértők) tulajdonították el, és ez ügyben a rendőrség „kiberbűnözési osztálya” nyomozást indított. Annak érdekében, hogy ez az információ még inkább megtévesztő legyen, egy nem létező oldal írására alapozták meg állításaikat, és jelölték meg a cikk forrásaként⁵.

A **nem tudás mint érv** szintén befolyásolhatja cselekedeteinket, hiszen abban az esetben, ha bizonytalanok vagyunk egy témával kapcsolatban, akkor nagyobb valószínűséggel fogadunk el furcsa magyarázatokat. Pedig csak azért, mert nem tudjuk bizonyítani valaminek az ellenkezőjét, még nem azt jelenti, hogy amit mondanak vagy hallunk, az helytálló. Esetenként előfordul az az alternatíva is, hogy egy személy (szerző) mondanivalójának igazságtartalmát az alapján értékeljük, hogy egy bizonyos területen tekintélyt szerzett magának, vagy valamikor hibát követett el. Tehát a tartalom helyett a **személy ellen érvelünk** (vö. Marinov 2017b).

Mindezek a kognitív torzítások és logikai hibák egészen biztosan minden embernél előfordulnak eltérő arányban. Ahhoz, hogy ezeket a tényezőket kezelni tudjuk, fontos tisztában lenni velük.

⁵ HVG Tech 2019. Álhírgyárosok most a beteg kisfiúról, Zentéről találtak ki valótlanosságokat, nehogy megossza https://hvg.hu/tudomany/20190927_zente_izomsorvadas_700_millio_alhir?fbclid=IwAR0fWILTac46qoBlbJXjNnHlbgQRs2XK7aiwhQFznnCZGm0SCYROFScTzY [Letöltés időpontja: 2019.10.06.]

IV. A KUTATÁS RÉSZLETES LEÍRÁSA

A két éves kutatómunka a módszereknek megfelelően több szakaszban, valamint más-más időpontban valósult meg. Az online kérdőíves felmérésre 2020 első hónapjaiban (január, február, március) került sor, melyhez igazodva a résztvevő megfigyelést az azt megelőző és azt követő hónapokban végeztem. A szituatív feladatsor pedig 2021 januárjában készült el, melyet a beérkezett eredmények viszonylag egyszerűbb, könnyebb kiértékelése érdekében szintén online kérdőív formájában kaptak meg az adatközlők.

4.1. A résztvevő megfigyelés

A résztvevő megfigyelés arra irányult, hogy objektív adatok alapján, térképezzem fel az adatközlők tényleges viszonyulását az álhírekhez, hoaxokhoz és áltudományos tartalmakhoz. Ebből kifolyólag a megfigyelés, ahogyan már korábban említettem a kérdőíves felmérés előtt és az után zajlott a közösségi oldalon megosztott tartalmak nyomon követése alapján.

Az első alkalommal történő megfigyelésnél a kérdőív kitöltése során szerzett tapasztalatok, vagy az adott témával kapcsolatos tájékozódás nem befolyásolhatta az adatközlők online tevékenységét, mely összesen három: az októberi, novemberi és decemberi hónapokra terjedt ki. Ennek megismétlése, a kérdőíves felmérés után a júliusi, augusztusi és szeptemberi hónapokban valósult meg, mely bizonyos mértékben arról is informál bennünket, hogy változott-e egyáltalán az adatközlők online tevékenysége az álhíreket, áltudományos tartalmakat illetően.

Mindkét alkalommal a személyes adatok védelme betartásával online naplót vezettem. Mégpedig egy Excel táblázatba rögzítettem és rendszereztem a megosztott tartalmak paramétereit, melyek a következők: kamuhírek URL-linkje, a megosztás dátuma, a témával kapcsolatos címszavak, valamint a bejegyzésre érkezett megosztások és likek száma.

A résztvevő megfigyelés mintavétel alapja a hólabda módszer (ismerősöm ismerőse) és a tudatos kiválasztás volt. Ugyanis a közösségi oldalamon ismerősnek jelölt személyek közül, azon felhasználók hírfolyamát figyeltem meg, akik a Beregszászi járásban élnek. De a tudatos kiválasztás mellett egy álhír megosztása során gyakran előfordult, hogy több személy tovább osztotta, vagy likeolta az aktuális tartalmat, így már azok bejegyzéseit is figyelemmel kísértem.

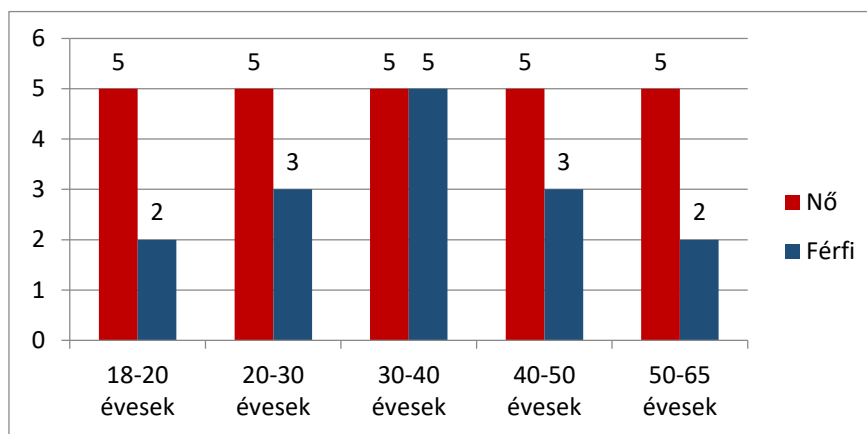
Az eredményeket a megfigyelés két időpontjához mérten külön kívánom bemutatni és magyarázni.

4.1.1. A kérdőív előtt készült online napló kiértékelése

Az I. online napló résztvevői

2019 őszén összesen 40 adatközlő szociális médiában való aktivitását sikerült nyomon követni, melyet korcsoportokra és nemekre lebontva, az alábbi diagram szemléltet.

1. ábra Az I. online napló résztvevői (N=40)



Az adatok jól mutatják, hogy egy kivételével, minden korosztályban a férfi felhasználók száma marad alul a nőkkal szemben. Ez azonban azzal magyarázható, hogy a megfigyelés során, igyekeztem olyan adatközlőket választani, akik valamilyen tartalmat, képet, bejegyzést meg is osztanak a hírfolyamukon. Hiszen csak az ilyen felhasználók szolgálhatnak adatokkal a vizsgálat során. A két nem eltérő aktivitása a közösségi médiában már igazolt a korábbi felmérések alapján. Mégpedig a Fractl tartalommarketing cég eredményei⁶ szerint 5 %-al nagyobb arányban osztanak meg tartalmakat a nők, mint a férfiak. A We Are Social 2019-es statisztikája⁷ alapján pedig a férfiakkal szemben a nők 55 %-al többet posztolnak a Facebookra, sőt még ismerősük száma is meghaladja a férfiakét 8%-al.

Álhírek, áltudományos tartalmak

Összesen 29 álhír került be az online naplóba, melyek olyan hírcikkek, amelyeknek nincs tényszerű alapjuk, azaz megtörténte és igazságértéke megkérdőjelezhető. Mindemelllett a szakirodalmi részben ismertetett nyelvi (túlzó cím, figyelemfelhívó szöveg, hibás terminushasználat, szöveg nyelvi minősége) illetve nem nyelvi (feltűnő képek, az elmondottak szereplőjének megjelenítése, más oldalakat utánzó vagy önmagukat értékelő URL-link) jellegzetességeket hordoznak magukon (vö. Veszelszki 2017: 51-52). Ezek

⁶ Változó posztolási szokások a Facebookon <https://computerworld.hu/tech/valtozo-posztolasi-szokasok-a-facebookon-211260.html> [Letöltés időpontja: 2019.10.20.]

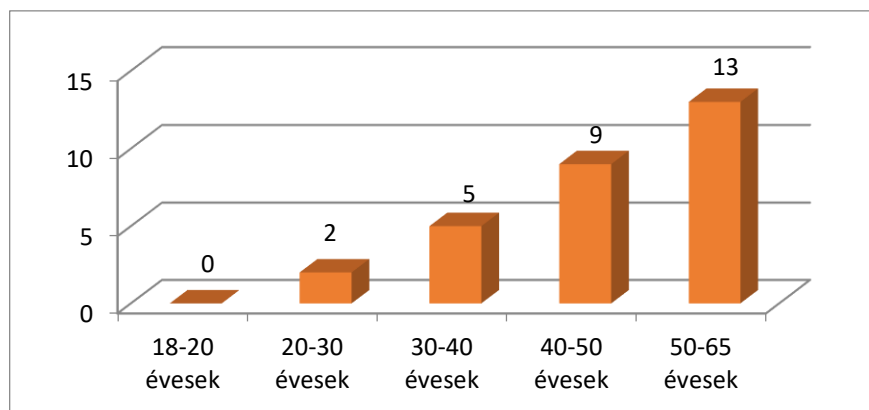
⁷ Mi a helyzet a közösségi médiában? Mit mutatnak a statisztikák? <https://webshark.hu/hirek/kozossegi-media-statisztikak/> [Letöltés időpontja: 2019.10.20.]

megvizsgálása, valamint az összesített álhíroldalak listájának^{8,9} figyelembe vétele alapján bizonyosodtam meg és ellenőriztem jómagam is a megosztott tartalmakat.

Korosztály szerinti csoportosítás

Az álhírek korcsoportokra történő felosztása, az eddigi kutatási eredményekhez részben új, részben pedig azonos adatokat mutat.

2. ábra A felhasználók által megosztott álhírek korcsoportokra való lebontása (N=29)



Az eddigi felmérések¹⁰ ugyanis azt mutatták, hogy a fiatal és az idős korosztály a legvédtelenebb az álhírekkel szemben, ők osztják meg a legtöbb ilyen tartalmat, mely azzal is magyarázható, hogy nekik van a legkevesebb ismeretük a hírek ellenőrzésének módszereiről.

A fenti diagram jól szemlélteti, hogy a 18-20 éveseken kívül lépcsőzetesen növekszik az álhírek száma az életkorral együtt. Csupán a megfigyelés alapján, egyértelműen nem következtethetünk arra, hogy a fiatalok egy tartalom megosztása előtt rendszeresen ellenőrzik annak valóságtartalmát, ugyanis ennek alátámasztása vagy cáfolása, csak a kérdőíves felmérés adatai alapján derülhet majd ki. Ami viszont szembetűnő volt a megfigyelésnél, hogy a fiatalok többnyire képeket, videókat, míg a két idősebb korcsoportéhoz (40-50; 50-65) tartozók pedig sokkal több szöveges tartalmat, hírt, cikket osztanak meg a közösségi oldalukon. Így az is előfordult, hogy ugyanazon felhasználótól minimum kettő, de akár négy álhírt is sikerült kiszűrni a vizsgálati időszakban.

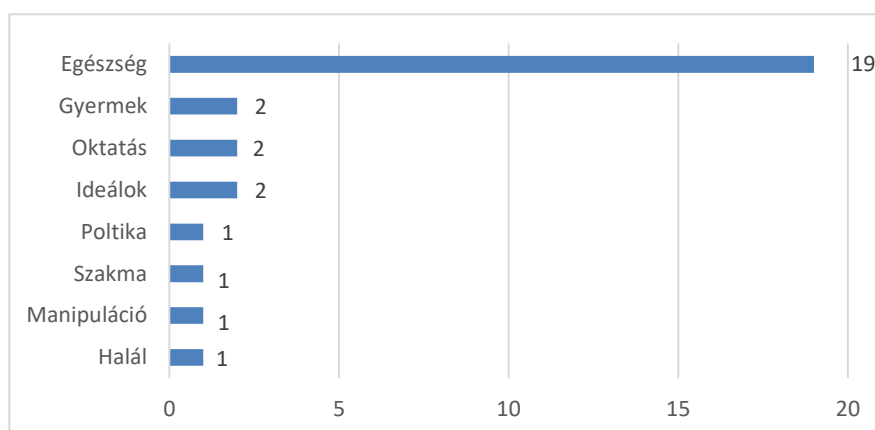
⁸ Marinov Iván 2020. Megtévesztő magyar híroldalak listája <https://www.urbanlegends.hu/2020/01/megteveszto-magyar-hiroldalak-listaja-2020/> [Letöltés időpontja: 2020.02.20.]

⁹ HVG Tech 2020. Itt a nagy átverős lista: weboldalak, melyeknek soha ne higgyen el semmit https://hvg.hu/tudomany/20150119_atveros_weboldalak [Letöltés időpontja: 2019.12.03.]

¹⁰ Ua 7

Címszavak szerinti csoportosítás

3. ábra A megosztott tartalmak címszavai (N=29)



Az összegyűjtött híreket címszavak alapján is csoportosítottam, azzal a céllal, hogy láthatóvá váljon, milyen érdeklődési körhöz tartozó tartalmak azok, amelyek a legmegtévesztőbbek az adatközlők számára.

A fenti diagram alapján láthatjuk, hogy az oktatás, a gyermek, és az ideálok mellett az internetezők túlnyomó többségben az egészséggel kapcsolatos dezinformációs tartalmakat terjesztik a közösségi hálón. Mindez azzal magyarázható, hogy az emberek könnyebben hiszik el valósnak, azokat az állításokat, amelyeket a tudományosság nevében orvosok, professzorok, „szakértők”-nek beállított vagy vélt személyek tesznek közzé, valamint azokat a házi praktikákat, tanácsokat olvassák és küldik tovább, melyeket a hagyományra hivatkozva állítanak be tudományos eredményekként. Így került példának okáért a *Bálint gazda poloskairtó receptje* is az online naplóba, melyet az adatközlő a mindenegyben.co¹¹ álhíroldalon keresztül osztott meg közösségi oldalán. A link mentését követően egy bizonyos idő után észrevettem, hogy ugyanarra a forrásra kattintva már egy teljesen új oldal jelenik meg a korábbi tartalommal. Ez az otpercpihano.com¹² szintén az álhíroldalak egyike, melynek esete azt bizonyítja számunkra, hogy ezek az oldalak nemcsak egymásra hivatkozhatnak, de összeköttetésben is állnak egymással, biztosítva ezáltal működésüket.

¹¹ Pár nap múlva hatalmas poloskainvázio jön! Bálint gazda szerint így kell elbánni velük! - Itt a receptje, ami bizonyítottan működik <https://mindenegyben.co/24479-par-nap-mulva-hatalmas-poloskainvazio-jon-61hxc/> [Letöltés időpontja: 2019.09.23.]

¹² Pár nap múlva hatalmas poloskainvázio jön! Bálint gazda szerint így kell elbánni velük! - Itt a receptje, ami bizonyítottan működik <https://otpercpihano.com/24479-par-nap-mulva-hatalmas-poloskainvazio-jon-balint-gazda-szerint-igy-kell-elbanni-veluk-6n15k/> [Letöltés időpontja: 2020.01.23.]

URL-linkek ellenőrzése, gyakorisága

A szakirodalmi részben már említett urbanlegends oldalon, nemcsak álhírek bemutatásáról olvashatunk, vagy tesztelhetjük magunkat az aktuális hónapra készített hoaxkvízzel, hanem megtévesztő magyar híroldalak listáját¹³ is megtalálhatjuk. További átverős oldalak összesítését tartalmazza még a *hvg.hu*¹⁴, valamint a *startlap.hu*¹⁵ weblap. Természetesen mindezek együttvéve sem adnak egy teljes képet az álhíreket közlő oldalakról, ugyanis folyamatosan jönnek létre újak, ennek ellenére segítségünkre szolgálnak egy tartalom, vagy oldal megítélése során.

Így az elérhető adatbázisok segítségével azt is megvizsgáltam, hogy az ellenőrzött tartalmak tipikus álhíroldalakon jelentek-e meg vagy sem. Összesen 11 weboldal közül 7: *maivilag.hu*, *titokterminal.com*, *titokszigete.hu*, *tudasfaja.com*, *magyarokvagyunk.com*, *ketkes.com*, valamint a *mindenegyben.com* visszakereshető volt a felsorolásban. Ami azt jelenti, hogy az adatközlők bizonyos információk, hírek elérése érdekében tipikus átverős oldalakon is olvasgatnak, nézelődnek, melyeket készségesen osztanak meg ismerőseikkel.

Mindemellett az összegyűjtött URL-linkek gyakorisága is figyelemre méltó, mely visszaüt az internetezők érdeklődésére, ugyanis az *egeszsegter.hu* kilenc alkalommal került lejegyzésre.

Megosztások és likek száma

Az álhírekre érkezett megosztások és likek száma viszont nagyon változatos tendenciát mutatott, ami alapján, nem tudok egységes következtetést levonni. Úgy vélem, ez azért is alakulhatott így, mert mindez függ attól, hogy ki osztotta meg, mikor, az ismerősök milyen gyakorisággal olvassák el egymás posztját, valamint az egyén mennyire tud azonosulni a leírtakkal.

4.1.2. A kérdőív után készült online napló kiértékelése

A II. online napló résztvevői

A kérdőív kitöltését követően második alkalommal 2020 augusztusától szeptember végéig követtem figyelemmel az adatközlők aktivitását, azaz megosztott tartalmaikat, bejegyzéseiket a közösségi oldalon. Az előző megfigyelés személyei itt újra bekerültek az online naplóba, annak ellenőrzése céljából, hogy történt-e bizonyos változás az álhírek

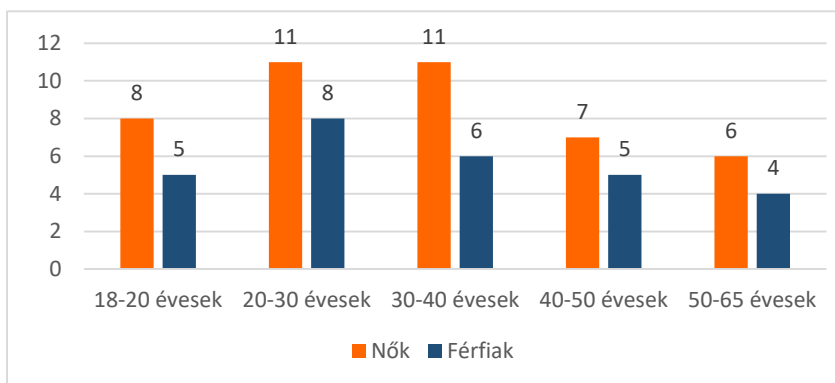
¹³ Ua 8

¹⁴ Ua 9

¹⁵ Startlap 2018. Hasznos: Itt a lista az álhírterjesztő, átverős weboldalokról <https://www.startlap.hu/kiemelt-hirek/hasznos-itt-a-lista-az-alhirterjeszto-atveros-weboldalakrol/> [Letöltés időpontja: 2020.01.20.]

megosztását illetően vagy sem. Mindemellett természetesen más adatközlők tevékenységének a követésére is gondot fordítottam, így összesen 71 felhasználó tevékenységét figyeltem meg. Ez az érték, bár nem egészen a duplája a korábbi online napló személyeinek, viszont 31-el egyértelműen több. Korcsoportokra és nemekre lebontva pedig a következő képpen oszlik meg:

4. ábra Az II. online napló résztvevői (N=71)



Látható, hogy mindegyik korosztályban a nők vannak többségben, mely a korábban bemutatott 1. ábrán is hasonló volt. Mindemellett, ha csak a narancssárga, azaz a nőket mutató oszlopokat vizsgáljuk, akkor az is szembetűnő, hogy míg a 20-30 és a 30-40 évesekhez tartozó személyek vannak a legtöbben, addig az 50-65 éves korosztálybeliek pedig a legkevesebben. Ezek az értékek a férfiak esetében is megmutatkoznak, ugyanis legkevesebben a legidősebb korosztályból, legtöbben a 20-30 évesek köréből vannak.

Álhírek, hoaxok

A személyek számának növekedésével ellentétben, másodjára összesen csak 20 ellenőrzött bejegyzés került be az online naplóba, melyek közül nem mindegyik az álhír kategóriájába sorolandó. Ugyanis a megfigyelés során a 40-50 éves korosztályba tartozók körében két hoax típusú tartalom¹⁶ is megosztásra került, melynek mondanivalójából következtetve valószínűleg azzal a céllal, hogy szerencse kísérje további életüket. Mivel egy női és egy férfi személy tette közzé ezeket a tartalmakat, azt is bizonyítja, hogy nemtől függetlenül hajlamosak az internetezők teljesen megalapozatlan tartalom elfogadására, sőt hinni az indiai Ganesh istenséghez és Buddhái valláshoz kapcsolódó elefánt szerencsehozó erejében még akkor is, ha ők személyesen nem is ahhoz a valláshoz tartoznak.

¹⁶ Szerencsehozó elefánt Osszad meg, és hamarosan szerencse ér! <https://tudasfaja.mindenegyben.co/19075-szerencsehozó-elefant-osszad-meg-es-hamarosan-szerencse-er-qjt7h/> [Letöltés időpontja: 2020.08.06.]

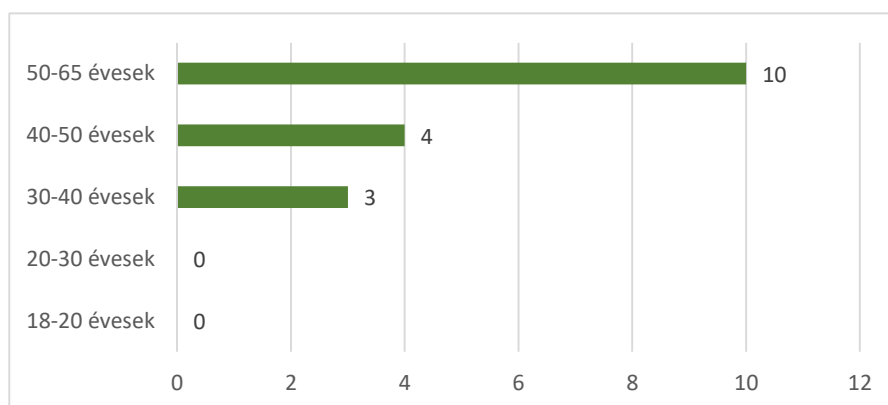
Továbbá egy június 18-ai dátummal megjelent cikk¹⁷ is mentésre került, mely ugyan hiteles információkat tartalmaz, azonban az adatközlő egy hónappal később osztotta meg közösségi oldalán. Vagyis a cikk aktualitását veszítve megtévesztő lehetett azok számára, akik nem informálódtak az ukrán-magyar határátlépés akkori helyzetéről. Ami a tartalmak ellenőrzését jelenti, ez alapján azt mondhatom, hogy a dátum megfigyelése sajnálatos módon nem minden körülmény között a legfontosabb tényező az olvasó számára.

Mindezekon kívül 17 álhír gyűlt össze az internetezők szociális médiában való aktivitása alapján, mely meglepő módon 12-vel kevesebb az előző megfigyeléshez képest.

Korosztály szerinti csoportosítás

Mielőtt az álhírek alacsony számának háttérében húzódó tények vizsgálatára vállalkoznánk, figyeljük meg a következő diagram alapján, hogyan oszlik meg ez az érték korcsoportokra lebontva.

5. ábra A felhasználók által megosztott álhírek korcsoportokra való lebontása (N=17)



Az álhírek korosztályonkénti felosztása a korábbi eredményekhez képest nemcsak a legfiatalabbak, de a 20-30 évesekhez tartozó 18 személy sem osztott meg álhírt a vizsgált hónapokban. A többi korcsoport esetében pedig láthatjuk, hogy még mindig a legidősebbek osztják meg a legtöbb ilyen tartalmat, ennek ellenére mindegyik érték kevesebb, mint ami az előzőnél volt.

Mindez azzal is magyarázható, hogy ugyanazon személyek, akik valamilyen álhír megosztása révén bekerültek az első online naplóba, most vagy a kérdőív hatására vagy más befolyásoló tényező okán jobban odafigyeltek az általuk közzétett tartalmakra. Ugyanis a korábban megfigyelt 11 adatközlő közösségi oldalán jelenleg nem találok álhírekkel,

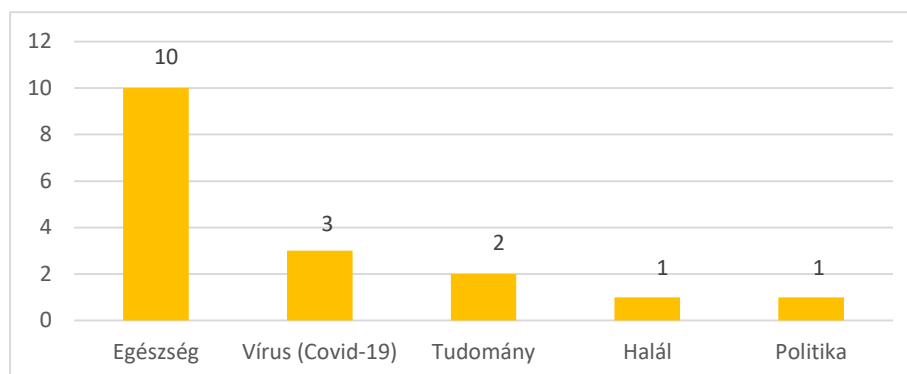
¹⁷ TV 21 Ungvár 2020. Nem kell karanténba vonulniuk az ukrán-magyar határt átlépőknek (videó) http://life.karpat.in.ua/?p=18903&fbclid=IwAR3hTjHeRDC7fwKKY9jNBF2omqrqIddbpr5xc_mJYWRXreKyRoaOgL1Motk&lang=hu [Letöltés időpontja: 2020.08.16.]

azoknál az internetezőknél (3) pedig, akiknél múltkor három vagy négy tartalmat is mentettem, csupán egy vagy két megtévesztő és megalapozatlan cikk fordult elő. Ez az eredmény mindenképpen pozitív visszajelzésnek számít, még akkor is, hogyha privátban továbbra is olvassák az efféle tartalmakat, de már nem osztják meg, terjesztik azokat, olyan nagy számban.

Címszavak szerinti csoportosítás

A címszavak alapján történő csoportosítás ez alkalommal is megtörtént.

6. ábra A megosztott tartalmak címszavai (N=17)



Összesen 5 kategóriába soroltam be az ellenőrzött tartalmakat, melynek értékei megegyeznek a korábbi eredményekkel, mivel másodjára is az egészséggel kapcsolatos cikkek száma lett a legmagasabb. Ide házi praktikákat, tanácsokat tartalmazó cikkeket is soroltam, mint például az *otpercpiheno.com* álhíroldal bejegyzését¹⁸, mely dátum, szerző, forrás, továbbmutató link nélkül jelent meg egy megosztáskéréssel a végén.

Mindemellett maguk a kategóriák is hasonlóak az előző megfigyelés osztályozásához, ugyanis csak a tudomány és a Covid-19 járvány tekinthető újnak. Ami érthető is, hiszen 2020 tavaszától a pandémia meghatározó tényezője lett az emberek életének. Bár alacsony értéke nem igazán azt mutatja, hogy az internetezők leginkább a vírussal kapcsolatos hírek után olvastak és érdeklődtek, vagy legalábbis azokat rendszerességgel osztogatták volna közösségi oldalukon.

URL-linkek ellenőrzése, gyakorisága

Ennél a résztvevő megfigyelésnél is találkozunk tipikus álhíroldalakkal, melyek a következők: *eztnezd.net*, *ketkes.com*, *tudasfaja.com*, *kimondottigazságok.com*, *titkokszigete.hu*, *napitema.blogspot.com*, *hireim.ma*. Ezek mindegyike visszakereshető volt a korábban már említett weblapokon.

¹⁸ Házi köhögés elleni szirup: pár óra alatt eltávolítja a nyákot a tüdőből <https://otpercpiheno.com/23553-hazi-kohoges-elleni-szirup-par-ora-alatt-eltavolitja-a-nyakot-a-tudobol-fos48/> [Letöltés időpontja: 2020.08.28.]

Mindemellett kiderült, hogy az URL-linkek közül legtöbbször (5 alkalommal) előforduló oldal a *tudasfaja.com*, mely nevében ugyan eltér a korábbi *egeszsegter.com*-tól, de tartalmában nem. Ugyanis erről az oldalról szintén egészséggel kapcsolatos cikkeket olvastak és osztottak meg a felhasználók.

Megosztások és likek száma

Az online napló kiértékelésének utolsó részében pedig a megosztások és likek számát illetően vizsgáltam. A korábbi eredményekhez hasonlóan itt is nagyon változatos értékek születtek, ami viszont egységes következtetésként megfogalmazható az az, hogy mindegyik megosztott cikkre érkezett like. Tehát ezeket a tartalmakat valószínűleg nem csak a megosztó személy olvasta el, hanem azok is, akik a tetszik gombra kattintottak.

4.1.3. Az online naplók összegzése

Az online napló eredményeinek összegzése alapján azt mondhatom, hogy az életkorral együtt növekszik a hírek, cikkek megosztásának száma, ami azt jelenti, hogy a 18-20 évesek körében alig találunk képen, videón és idézetten kívül más típusú bejegyzéseket. A 40-50 és az 50-65 korosztálybeliek oldalán pedig átlagosan majdnem minden 5. vagy 6. bejegyzés hír vagy cikk. Így érthető, hogy az idősebbek osztják meg a legtöbb megalapozatlan, gyanús tartalmat, melyek többsége álhírnak minősíthető.

Az álhírek ellenőrzése alapján pedig kiderült, hogy többségében az egészség témakörébe tartoznak és számos korábban már vizsgált álhíroldalon megtalálhatóak. Ebből azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a felhasználók leginkább az egészség iránt érdeklődnek, valamint nem ismerik az álhíroldalakat, vagy azok összesítő listáit. Viszont pozitív eredménynek tudható be, hogy a II. megfigyelés alkalmával, jóval kevesebb lett a megosztott álhírek száma még úgy is, hogy majdnem kétszer több felhasználó tevékenységének nyomon követésére került sor.

4.2. A kérdőívek felvétele és elemzése

A kérdőív felépítése

A résztvevő megfigyelés mellett az online kérdőív módszerét is alkalmaztam a kutatás során, annak érdekében, hogy feltérképezsem a Beregszászi járásban élő 18-65 év közöttiek, információ keresési és szűrési stratégiáit, valamint az álhírek, hoaxok felismerésének képességét, ennek stratégiáit, (ha vannak), valamint, hogy milyen oldalakat követnek, milyen jellegű tartalmakat osztanak meg a közösségi médiában a saját bevallásuk szerint az adatközlők.

A kérdőív összesen 11 nyitott és 34 zárt kérdést tartalmazott, melyek között álhírek rövid összefoglalója, manipulatív képek is megjelentek, melyek kapcsán arról kellett döntenie a válaszadónak, hogy azok valós történésről tudósítanak-e vagy sem. Mindezek nem csupán színesítették a leírtakat, hanem gyakorlatiasabbá is tették az internetezők felé áramló hírek, fotók, bejegyzések megítélését. Az aktualitás szempontjából pedig a sokat emlegetett klímavészhelyzet, korona-vírus témáját is érintettem, mely amellet, hogy tematizálja a közbeszédet, a média által több irányból is áramlik a felhasználókra.

Ami a kérdőív felépítését és a tartalmak kiválasztását jelenti, nagy segítségemre volt a szakirodalmi részben megismert kutatások szempontjai valamint a Marinov Iván által működtetett és a munkámban már sokat emlegetett urbanlegends.hu oldal.

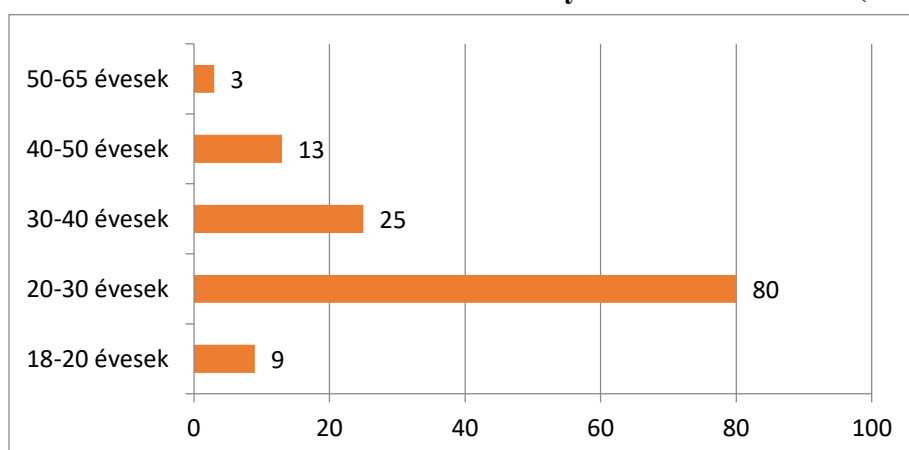
A beérkezett eredményeket szintén diagramok és szakirodalmi ismeretek felhasználásával kívánom szemléltetni és bemutatni. A félreérthetőség elkerülése érdekében, fontosnak vélem megjegyezni, hogy a diagramok adatainál és a szövegben, ha nincs feltüntetve a százalék jele, következetesen darab számokról van szó.

Mintavétel

Az adatközlők kiválasztásánál a hólabda módszert alkalmaztam. Annak érdekében pedig, hogy a célzott járáson belül maradjak, igyekeztem a közösségi oldalamon ismerősnek jelölt olyan személyeknek eljuttatni a kérdőívet, akik ismeretem vagy a profiljukban megadott adatok alapján a Beregszászi járásban élnek.

Összesen 130 adatközlő töltötte ki a kérdőívet, ebből 85 nő és 45 férfi. Korcsoportokra lebontva pedig a következő ábrán látható:

7. ábra. Az online kérdőívet kitöltők korosztályokra való lebontása (N=130)



Szembetűnő, hogy legnagyobb arányban a 20-30 évesekhez tartozók, míg legkevesebben az 50 fölötti életkorúak töltötték ki a kérdőívet. Ez az eredmény, bizonyos mértékben arra is következtetni enged, hogy a velem hasonló korcsoportba tartozó egyének érdeklődnek

leginkább a téma iránt, vagy van ismeretük egyáltalán az álhírekről, az interneten elérhető információdömping megszürésének fontosságáról. De ezt a feltételezést a továbbiakban megpróbáltam ellenőrizni is.

Az adatközlők szociológiai mutatói

Az adatközlők általános adatai kapcsán, fontosnak véltem megtudni mind az iskolai végzettségüket, a szakmájukat és a jelenlegi foglalkozásukat egyaránt. Ugyanis ezek az információk az egyén társadalomban betöltött helyzete mellett hozzájárulnak ahhoz is, hogy képet kapjunk, mennyire lehetnek ezek befolyásoló tényezői az információ keresés-szűrés, vagy az álhírek, hoaxok megítélésében. Hiszen tanulmányaik, vagy munkájuk által bővíthet az internet világában használt módszereik és keresési stratégiáik száma.

Az iskolai végzettséget tekintve az adatközlők többsége (54) egyetemi, főiskolai végzettséggel rendelkezik, ezt követi a szakközépiskolát (41), majd a középiskolát, líceumot és gimnáziumot végzettek összesített száma (32). Általános iskolai végzettsége pedig mindössze csak három adatközlőnek van. Ezen értékarányok alapján feltételezhetjük, hogy a válaszadók túlnyomó többsége az általános tudás és műveltség mellett, elmélyültebb általános műveltséggel és valamilyen területen szaktudással is rendelkezik, mely hatással lehet az információ keresés-szűrés eszközeire és stratégiáira, valamint az álhírek, hoaxok megítélésére.

Előfordulhat, hogy az adatközlők jelenleg is tanulnak valahol, más-más képzési szinten. Ennek kiderítése rövid válaszok formájában valósult meg, melyre összesen 34 visszajelzés érkezett. Legtöbben főiskolán (15), egyetemen (12) valamint szakközépiskolában tanulnak (2), mindemellett van, aki líceumban (1) valamint OKJ tanfolyamon (1) vett részt. A válaszok során továbbá olyan sajátos visszajelzés is érkezett, mint pl: az élet iskolája.

A szakmát és a jelenlegi foglalkozást a fenti kérdéshez hasonlóan rövid válaszok formájában kellett megadnia az adatközlőnek. A szakmát illetően összesen 112 válasz érkezett, amiből 37 személynek nincs, vagy még nem szerezte meg a szakmai végzettséget. Így összegezve 75 válasz szolgált pontos adatokkal, melyek alapján 34 szakma került beírásra. Ezek közül a leggyakoribbak: a tanár (39), a cukrász (3), a turizmus (3), valamint a szakács (3).

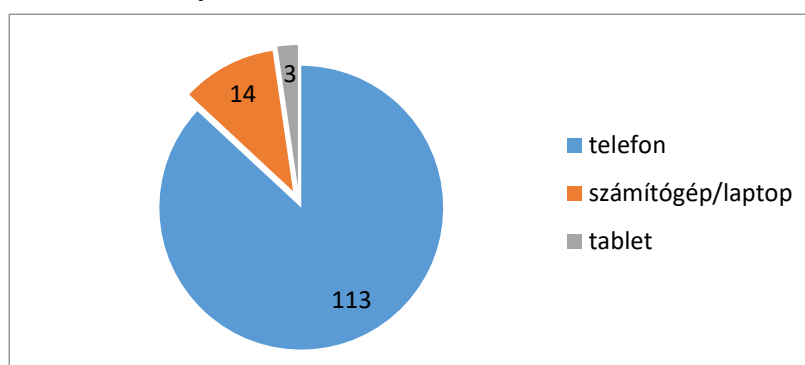
A szakmai végzettség adataihoz képest bizonyos mértékben eltér az adatközlők jelenlegi foglalkozása. Ugyanis a tanári állás (33) itt is a legnagyobb arányban van jelen, viszont kevesebb, mint a végzettségek száma. Mindez azzal is magyarázható, hogy 10 adatközlő családja körében, háztartásbeliként dolgozik.

A Kárpátalján pillanatnyilag is érzékelhető munkanélküliség, és az ebből adódó külföldön dolgozók száma egyaránt megfigyelhető a kérdésre adott válaszokban, mely egy pozitív eredménynek is betudható, hiszen 130 személy közül csak 4 munkanélküli, 3 pedig külföldi munkavállaló. Mindemellett a válaszok között találunk olyan foglalkozást is, mely a végzettséghez viszonyítva újnak számít, ilyen a gyári munkás, a magánvállalkozó, valamint az operátori, koordinátori munkakör.

Kommunikációs eszközök, internethasználat

A kérdőív kitöltése során aziránt is érdeklődtem, hogy milyen kommunikációs eszközön keresztül válaszol az egyén a kérdésekre.

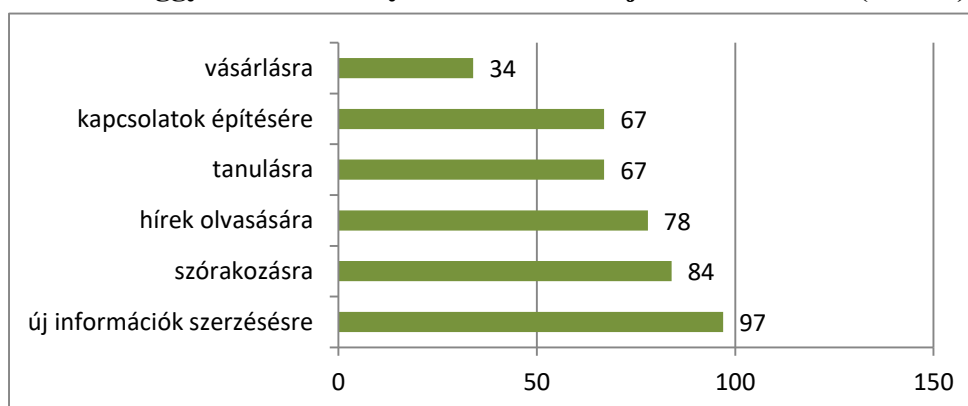
8. ábra Milyen eszközön tölti ki a kérdőívet? (N=130)



Ugyanis az adott eszköz gyakorisága, azzal is párhuzamba állítható, hogy az adatközlő a számára legkényelmesebb, legkézenfekvőbb, leggyorsabb eszközt használja egy kérdőív megválaszolására, de akár a mindennapi internethasználat kapcsán is. Az adatok alapján látható, hogy esetünkben ez az eszköz nem más, mint a telefon, melyet 113 adatközlő alkalmazott.

Az internet rengeteg információt, számtalan szórakozási lehetőséget, munkát, kapcsolatok építését és fenntartását is biztosítja. Az, hogy ezek közül melyiket részesíti előnyben az egyén, az a személyes céljától is függ. Így nagyon eltérő eredményeket mutathat az, hogy milyen céllal használjuk az internetet.

9. ábra Leggyakrabban milyen céllal használja az internetet? (N=130)

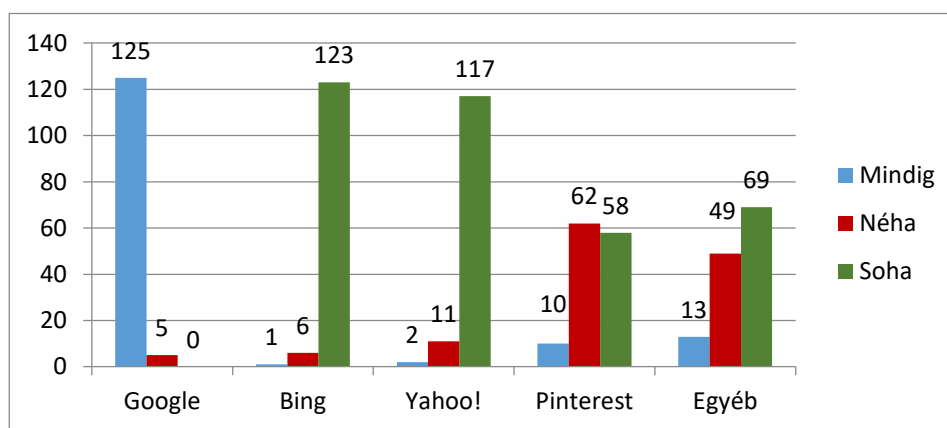


E kérdés megválaszolása érdekében, előre meghatározott célok közül választhattak az adatközlők. Az első három kategóriába az új információk szerzése (97), a szórakozás (84) valamint a hírek olvasása (78) került. A tanulás és a kapcsolatok építése, mely azonos értékekkel (67) rendelkezik, nem mutat, olyan nagymértékű eltérést az előzőkhöz képest, mint a vásárlásra érkezett jelölések száma (34).

Keresőprogramok használata

Számos keresőprogram közül válogathatunk, melyek egy adott téma, kulcsszó beírására különböző tartalmakat jelenítenek meg. A világ legnépszerűbb keresője a Google, de emellett jól ismert a Bing és a Yahoo!¹⁹ is. A Bing kereső a Microsoft által fejlesztett program, melynek jelentős sikere abban rejlik, hogy a Windows operációs rendszerrel rendelkező számítógépeken, valamint a Microsoft (korábban Nokia) okostelefonokon automatikusan ez van beállítva. A Yahoo! keresőprogram, mely 1994-ben indult: a hírek, hirdetések, e-mail és üzenetküldő szolgáltatások terén a legkiemelkedőbb. A Pinterest oldal bár az előzőkhöz képest nem hagyományos kereső, ennek ellenére a felhasználók által épített adatbázisból számos, főleg kép-találatot tár az internetező elé egy kulcsszó beírása során. Így a kérdőívbe ezt a válaszadási lehetőséget is beépítettem.

10. ábra Az adatközlők által használt keresőprogramok gyakorisága (N=130)

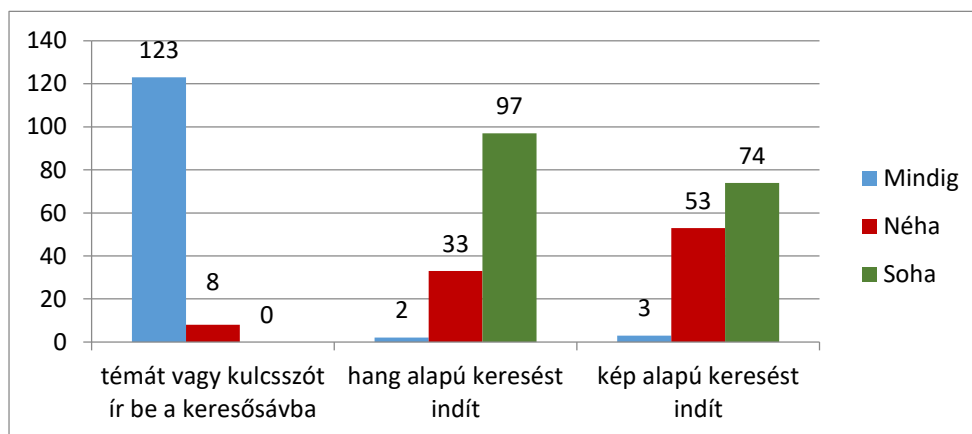


Az elemzett válaszok alapján egyértelmű lett, hogy az esetek többségében a Google keresőprogramot használják az adatközlők. A Bing és a Yahoo! programokra érkezett mindig és néha válaszok aránya elenyésző. Így felmerült annak a kérdése is, hogy talán az adatközlők nagy része nem is ismeri ezeket a programokat. A Pinterest oldal esetében viszont megoszlanak az eredmények, ugyanis majdnem ugyanannyian használják néha, mint akik soha.

¹⁹ The Pitch 2016. Internetes keresők https://thepitch.hu/internetes-keresok/?fbclid=IwAR3LfueHKMrLvj_oVaQTgIuDZ0po9jDzeAIfRQ4sGVbKvHLcbtkiWt1xScI [Letöltés időpontja: 2020.02.06.]

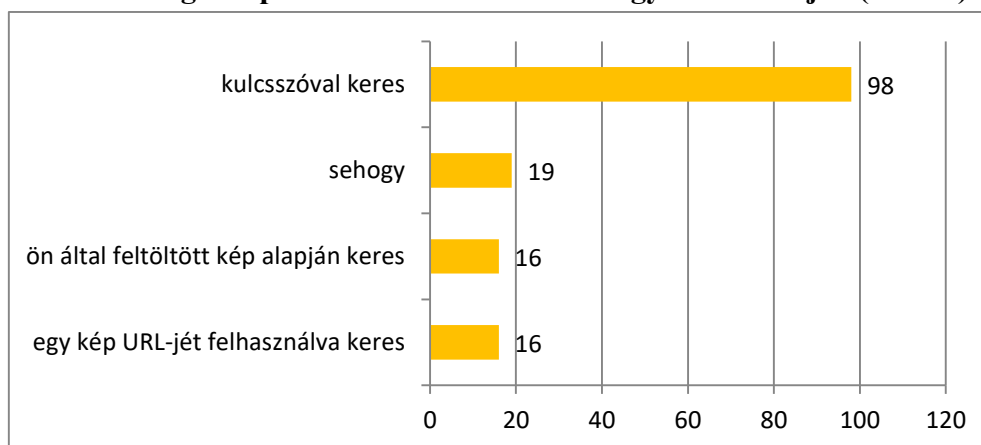
Mivel már a kérdőív összeállításakor feltételeztem a Google keresőprogram gyakoriságát, igyekeztem néhány kérdés keretében körbejárni a program adta lehetőségeket. Ugyanis az internetező, a keresett információ megszerzése érdekében nemcsak témát vagy kulcsszót adhat meg, hanem kép vagy hangalapú keresést is indíthat. A keresési módszerek közül, hogy pontosan melyiket is részesítik előnyben a válaszadók, azt a 11. ábra szemlélteti.

11. ábra Mit tesz, ha rá akar keresni valamire a Google-ban? (N=130)



Látható, hogy az internetezők a lehető legtöbb alkalommal az adott téma vagy kulcsszó beírásával keresnek. Ezzel szemben a hang és kép alapú keresést rendszeresen alig használják, míg az előbbit 2, az utóbbit pedig 3 adatközlő veszi csak igénybe. Bár a „néha” válaszra érkezett jelölések száma, jóval több ennél, mégis alul marad a harmadik (soha) kategóriát illetően.

12. ábra A Google képkereső oldalt általában hogyan használja? (N=130)

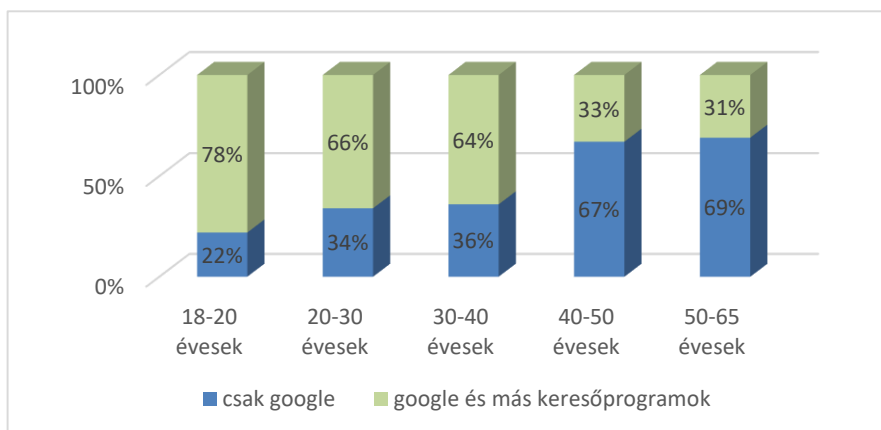


A Google képkereső oldal kapcsán is hasonló eredmények születtek. Ugyanis 98 adatközlő szintén a kulcsszavas keresést alkalmazza egy kép kiválasztása során. A kép URL-linkjének és egy meglévő kép feltöltésének lehetőségét pedig annyian sem veszik igénybe, mint ahányan nem is használják ezt az oldalt. Mindez azért is figyelemre méltó és negatívan értékelhető, mert a link segítségével gyorsan hozzájuthatunk a keresett képhez, egy kép

feltöltésének módszere pedig a legalkalmasabb lenne arra, hogy ellenőrizzük annak forrását, valamint jobb minőségben, más méretben találjuk meg az interneten.

Ezek az eredmények az összes adatközlő információ keresés-szűrés során alkalmazott eszközeit, valamint azok gyakoriságát mutatják be. Ahhoz viszont, hogy megtudjuk, melyik korosztály rendelkezik a legszűkebb eszköztárral további elemzésekre van szükség. Ennek érdekében mindegyik kérdőívet egyesével is áttekintettem, és a beérkezett válaszokat két szempont alapján csoportosítottam: akik csak a Google, valamint a Googlet és más keresőprogramot használnak.

13. ábra Keresőprogramok az adatközlők körében (N=130)

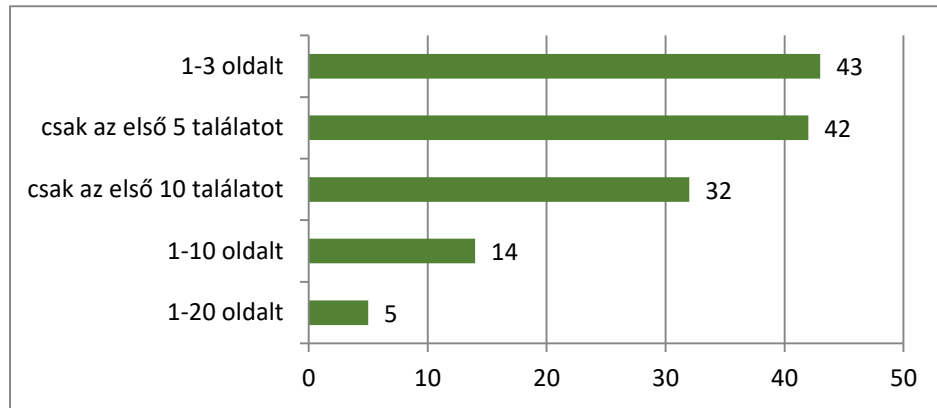


A diagram oszlopain feltüntetett százalékos arányok szerint mindegyik korosztálynál vannak olyanok, akik csak a Googlet alkalmazzák, és valószínűleg csak azt az egyet is ismerik a kategóriák közül. De ami ennél is fontosabb eredménynek számít az az, hogy a Google mellett más keresőprogramok aránya a fiatal korosztálytól haladva az idősebb generáció felé egyre inkább csökken. Ami azt jelenti, hogy a 18-20 évesek rendelkeznek a legszélesebb-, az 50-65 évesek pedig a legszűkebb eszköztárral a keresőprogramok terén.

Információ keresés-szűrés stratégiái

A kereső által megjelenített találatok közötti válogatás sem olyan könnyű feladat, mint azt gondolnánk. Ugyanis a keresőprogram számtalan találatot tár az olvasó elé egy információ megadása során, melyeket oldalakra rendezve jelenít meg. Ezáltal az internetező nem csupán az első oldalon megjelenő találatokat, hanem akár az első 10 oldalt is végig böngészheti.

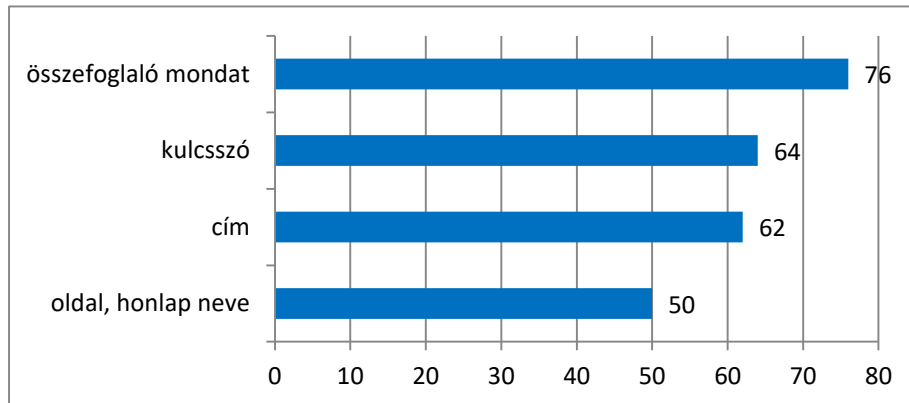
14. ábra Találatok közötti válogatás (N=130)



A kérdőív adatai szerint az adatközlők legnagyobb arányban az 1-3 oldalt, valamint csak az első 5 találatot nyitják meg a keresés során. Ami azt jelenti, összességében igyekeznek szűkíteni a keresést, mindezt azonban más-más szempont alapján teszik. Ugyanis vannak, akik az oldalak-, míg mások a találatok számát szűkítik.

Mindezekben belül, hogy a legfrissebb, a leghitelesebb információkat tudjuk kiválasztani bizonyos kulcselemeket is felhasználunk, mely lehet akár egy cím, kulcsszó, összefoglaló mondat stb., melyek nem csupán megkönnyítik, de meg is gyorsítják munkánkat.

15. ábra Mi alapján választja ki a megnyitandó oldalt, a megfelelő találatot? (N=130)

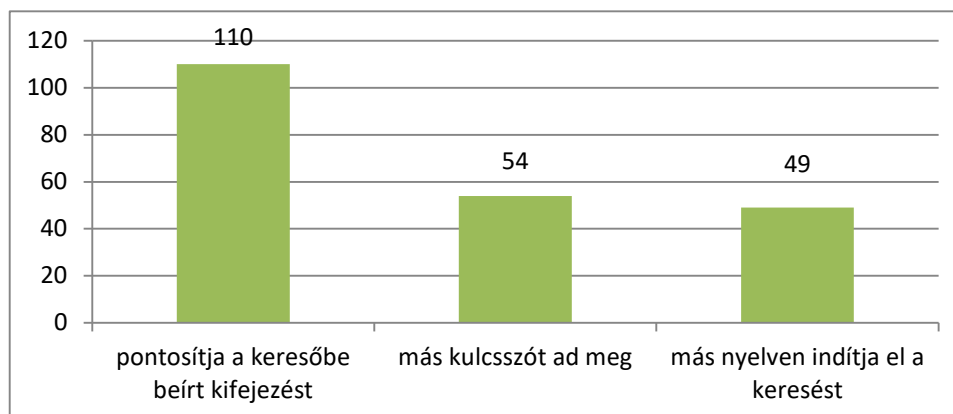


Az előre megadott négy kategória közül, legnagyobb arányban az összefoglaló mondat (76), majd a kulcsszó (64) és a cím (62) segíti az adatközlők választását. Az utóbbival kapcsolatban ismeretes, hogy minél hosszabb a cím annál inkább sejteti a hamis üzenetet. Bár az oldal, honlap nevét a legkevesebben (50) veszik figyelembe, nem jelenti azt, hogy ez ne lenne olyan fontos, mint az előző három. Sőt, a kamu oldalak árulkodó jegyeihez sorolandó az oldal, honlap neve is.

Esetenként az is előfordul, hogy nem megfelelőek a keresési találatok. Ennek megoldása érdekében igyekszünk módosítani a megadott információkat.

16. ábra Ha nem megfelelőek a keresési találatok, akkor hogyan keres tovább?

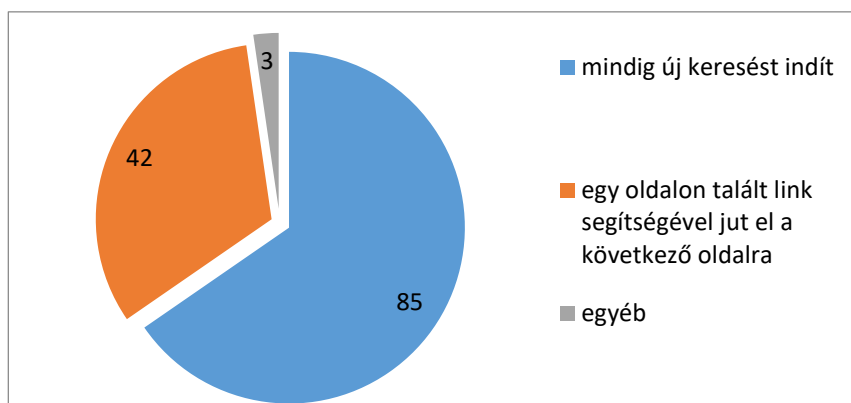
(N=130)



Az adatközlők ilyen helyzetben leggyakrabban a keresőbe beírt kifejezést (110) pontosítják, majd ezt követi számottevő különbséggel egy új kulcsszó megadása (54) valamint egy másik nyelv (49) alkalmazása.

Mindemellett az internetező új keresés indításával, hiperhivatkozás segítségével is tovább haladhat a keresésben.

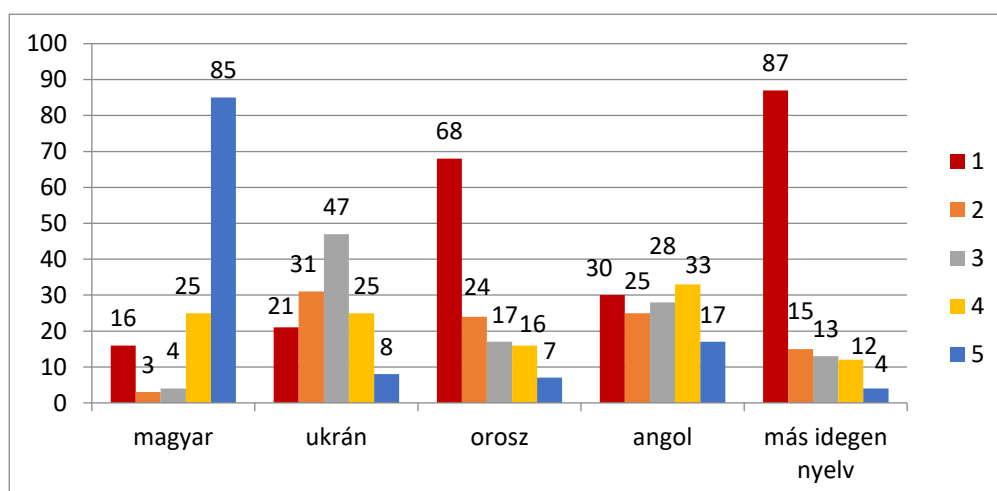
17. ábra Általában hogyan halad tovább a keresésben? (N=130)



A beérkezett válaszok szerint az adatközlők többsége (85) viszont rendszeresen új keresést indít, az aktuális oldalon található hiperhivatkozást pedig 42 személy veszi igénybe. Ebben az esetben nem a találatok közötti válogatás a feladat, hanem a linkre kattintás által megjelent oldalon található információk közötti eligazodás, azok aktualitásának és hitelességének ellenőrzése.

A keresés módosításánál megjelölt másik nyelv alkalmazása utal a 18. ábrán található adatokra, melyben a válaszadónak 1–5-ig terjedő skálán kellett pontoznia, mely nyelveket használja az internetes keresés közben. Míg az 1– a legritkébbat, az 5– a leggyakoribbat jelölte.

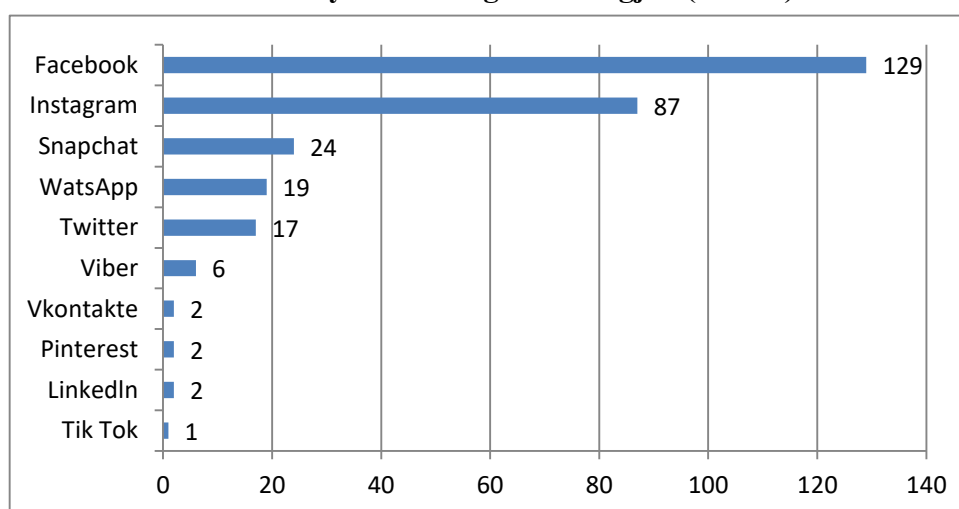
18. ábra Milyen nyelveket használ internetes keresés közben? (N=130)



A felsorolt nyelvek közül, legtöbben és leggyakrabban a magyar nyelvet használják (85) az adatközlők saját bevallásuk szerint. Ezt követi, csökkenő sorrendben az angol (17), az ukrán (8), az orosz (7) és más idegen nyelv (4) használata. Ez az eredmény valószínűleg az adatközlők nyelvtudását is tükrözi, hiszen aki több nyelvet ismer, annál több irányból tudja megközelíteni a keresett információt vagy ellenőrizni azok hitelességét. Sőt előfordul, hogy a keresőprogram ugyanazon információ beírására, eltérő számú találati listát jelenít meg nyelvtől függően. Ebből kifolyólag a magyar mellett gyakrabban alkalmazna más nyelveket is az adatközlő.

Közösségi oldalak

19. ábra Melyik közösségi oldal tagja? (N=130)

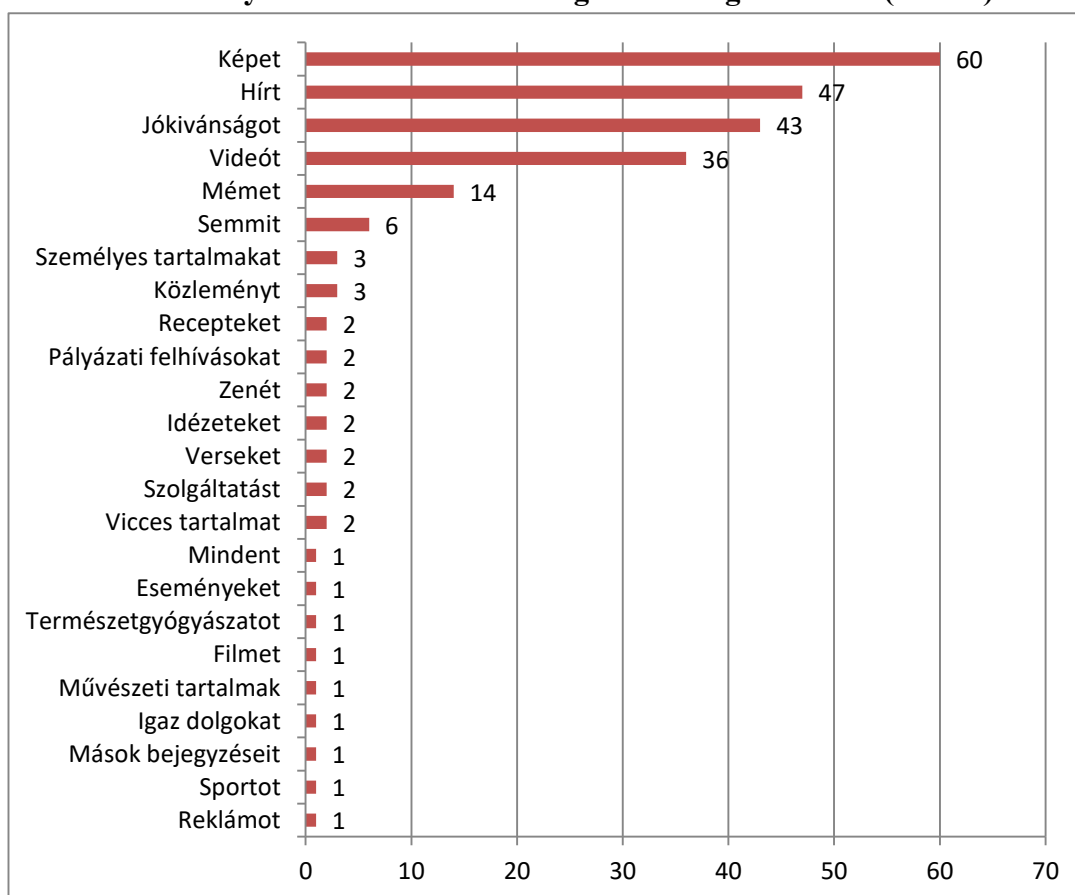


Az internet világa olyannyira meghatározza életünket, hogy szinte már elképzelhetetlennek is tűnik, ha valaki nincs fent egy közösségi oldalon, nem oszt meg ismerőseivel nap, mint nap egy képet, videót, hírt vagy bármilyen más információt.

Mindezt alapul véve fontosnak véltem megtudni, hogy az online kérdőív résztvevői milyen közösségi oldalak tagjai és használói. Amint, azt a 19. ábrán láthatjuk, legtöbben a facebook (129) és az instagram (87) oldalak felhasználói, de emellett számos más oldalon is jelen vannak, mint a Snapchat (24), a WatsApp (19), a Twitter (17), melynek listáját ők maguk is bővítették az egyéb kategória lehetőségével. Ezáltal ukrán közösségi oldal is említésre került, amely azért is figyelemre méltó, mert bizonyára ott nem magyar, hanem ukrán híreket, bejegyzéseket követnek és tesznek közzé az adatközlők.

Egy közösségi oldalon számos álhír, áltudományos tartalom, kamu kép és videó tud elterjedni a felhasználók által továbbosztott bejegyzések által. Pontosan, hogy milyen tartalmakat osztanak meg az adatközlők saját bevallásuk szerint, azt a 20. ábra szemlélteti.

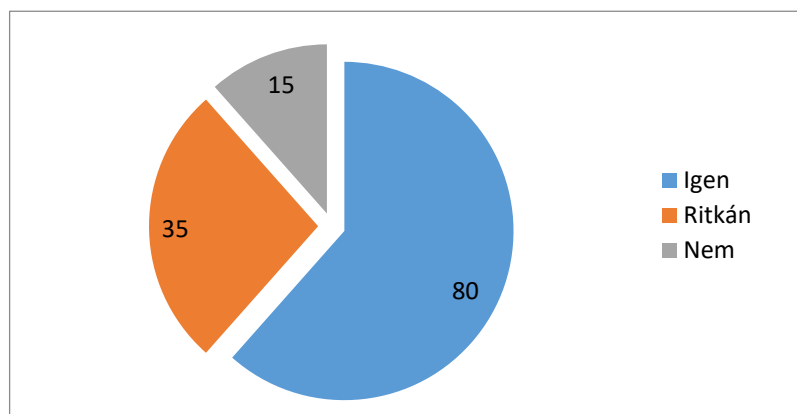
20. ábra Milyen tartalmakat oszt meg a közösségi oldalán? (N=130)



A válaszok alapján összegyűlt 24 kategória közül legtöbben képet (60), hírt (47), jókívánságot (43) és videót (36) osztanak meg. Hat adatközlő szerint semmit, míg egy személy pedig mások bejegyzéseit teszi közzé. Ez a válasz is azt bizonyítja, hogy valóban felelőségekkel jár az, hogy mit likeolunk vagy osztunk meg az oldalunkon.

A felsorolt tartalmak megosztása előtt nagyon fontos, hogy ellenőrizzük azok hitelességét. Ugyanis nemcsak hamis információkat tudunk terjeszteni, de akár pánikkeltést, félelmet is kiválthatunk az emberek körében.

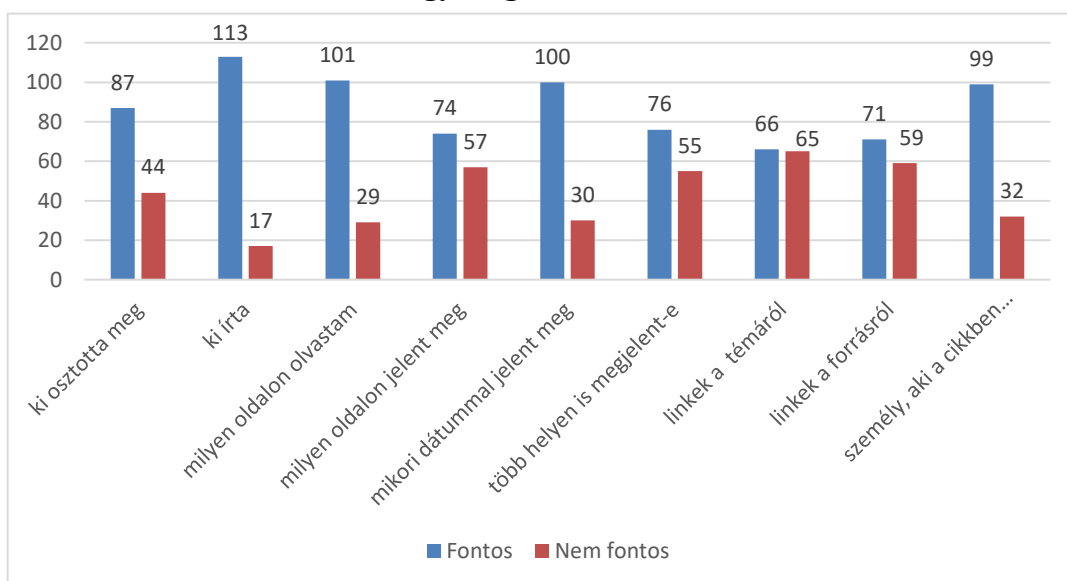
21. ábra Amennyiben megoszt bizonyos tartalmakat, mindig ellenőrzi azok hitelességét? (N=130)



A válaszok szerint, az adatközlők többsége (80) mindig ellenőrzi az általa közzétett tartalmakat, ami bizonyos mértékben megnyugtató is lehet számunkra. Azonban az, hogy 35-en csak ritkán, 15-en pedig nem is fordítanak erre figyelmet, meglátásom szerint súlyosabb adatnak tekinthető, mint a pozitív eredmény.

Az ellenőrzéssel kapcsolatban arról is szó esett, hogy pontosan melyek azok az elemek, információk, személyek az internetezők számára, amelyek valóban segítik a meggyőződést vagy tájékozódást a kamu és valós bejegyzések között.

22. ábra Mitől lesz hiteles egy megosztott hír az Ön számára? (N=130)



A kategóriák között megtalálható a *milyen oldalon olvastam* illetve a *milyen oldalon jelent meg először* szempontok is. A félreértés elkerülése érdekében fontos tisztázni a kettő közötti

különbséget, mely abból ered, hogy az adott hír eredeti megjelenéséről van szó, vagy sem. Ugyanis gyakran előfordul, hogy egyik portál átvesz a másiktól egy hírt, így az olvasó, ha nem néz utána az elsődleges forrásnak, akkor csak a másodlagosnak hisz, és az alapján tájékozódik. Ez azzal a problémával járhat együtt, hogy a kamu oldalak szerzői hiteles információkat, kutatási eredményeket, bizonyos személyek megnyilatkozásait elferdítve építik be a szövegbe a kívánt hatás elérése érdekében.

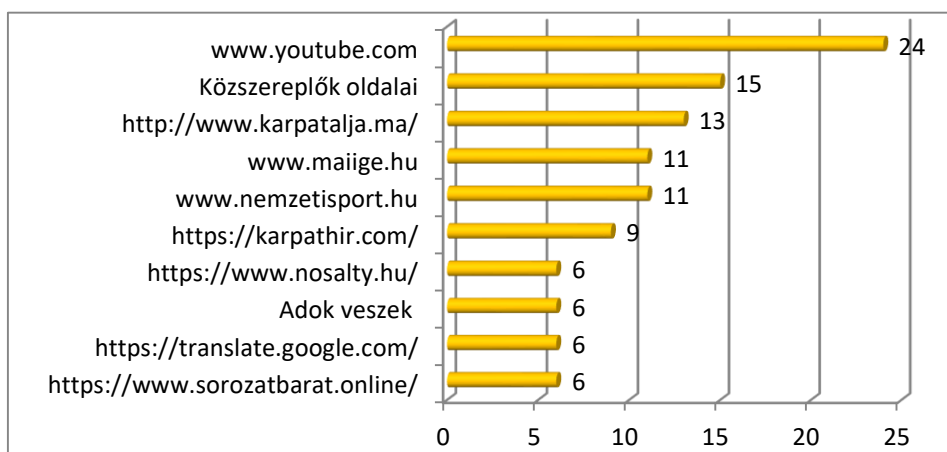
A válaszadók szerint a legfontosabb tényezőkhöz tartozik, hogy ki írta (113), milyen oldalon található (101), mikori dátummal jelent meg (100) és kicsoda az a személy, aki a cikkben mond valamit (99). Ezek ellenőrzésével, valóban közelebb lehet jutni ahhoz, hogy hiteles-e az adott cikk vagy sem. Ami viszont leginkább nem fontos az internetözők számára az az, hogy vannak-e további linkek a cikkben a témáról (65), a forrásról (59) valamint, hogy milyen oldalon jelent meg (57). Veszelszki Ágnes és Falyuna Nóra kutatásai során összeállított kérdéslistában ezek a tényezők olyannyira fontosnak bizonyulnak egy dezinformációs tartalom feltárásánál, mint az összes többi (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 47 o.). Ezeket tudva, fontos lenne az adatközlők ismereteit e téren megerősíteni és bővíteni.

Internetes oldalak, amelyeket az adatközlők látogatnak

A felmérés során az adatközlők gyakran látogatott internetes oldalait is megvizsgáltam, melyek olyan információkról tájékoztatnak bennünket, mint az adott személy családi állapota, foglalkozása, érdeklődési köre stb. Tehát mindezek bizonyos mértékben alátámasztják az adatközlő válaszait.

A nyitott kérdésre kapott válaszok alapján összesen 232 oldal neve, URL-linkje lett lejegyezve, melyek között találunk a közösségi oldalakon belül létrehozott csoportokat is. Mindezek közül a leggyakoribbaknak számító weblapok, a következők:

23. ábra Leggyakoribb internetes oldalak az adatközlők körében (N=130)



Természetesen a diagramon feltüntetett oldalakat sem mindenki ugyanolyan rendszerességgel használja, ami megmutatkozik az értékek különbözőségében is. Ebből a szempontból legmagasabb arányú a *youtube.com* (24), a közszereplők oldalai (15) és a *karpatalja.ma* (13). A lista négy utolsó oldalainak pedig a *nosalty.hu*, az Adok veszek csoport, a *translate.google.com*, és a *sorozatbarat.online* számít, melyek mindegyikét azonos számban követik.

Abban az esetben, ha összesítve nézzük ezeket az oldalakat, akkor láthatjuk, hogy amennyire a 130 adatközlő különböző korcsoportokhoz tartozik, olyannyira változatos témájúak az oldalak is. Vannak közöttük, inkább a férfiak (*nemzetisport.hu*, *adok-veszek*) és a nők (*nosalty.hu*) érdeklődési köréhez tartozók. De találunk a fiatalabb korosztályhoz (*sorozatbarat.online*, *youtube.com*), valláshoz kapcsolódó (*maiige.hu*), valamint nemtől és korosztálytól független (*karpatalja.ma*, *youtube.com*, *karpahir.com*, *translate.google.com*) oldalakat is. Nyilvánvalóan egy oldal nem csak egy kategóriába sorolható, hanem akár többre is, ahogyan példaként szemléltettem a *youtube.com*-ot.

Az adatközlők olvasási szokásai

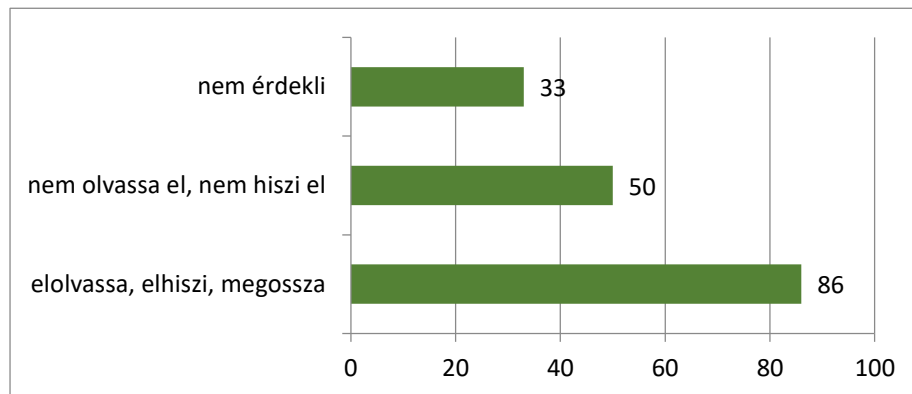
A kérdőívbe bekerült teszt-kérdések valóságtartalmát, valamint a megfigyelés során megosztott tartalmak eredetiségét magam is ellenőriztem Veszelszki Ágnes és Falyuna Nóra kutatásai alapján összeállított többlépcsős kérdéslista alapján (vö. Veszelszki-Falyuna 2019: 47 o.).

Mivel az online felmérés előtt készített megfigyelési napló adatai azt mutatták, hogy az adatközlők főként az egészséggel kapcsolatos híreket, bejegyzéseket kísérik figyelemmel és teszik közzé a közösségi oldalon. Így egy előre ellenőrzött „Ennek a közismert növénynek a gyökere hatékonyabb a kemoterápiánál” című álhír fotóját használtam fel annak érdekében, hogy megtudjam mitévők az adatközlők egy ilyen vagy hasonló cikk láttán.

1. kép A közösségi oldalon megosztott hír fényképe



**24. ábra Önt érdeklik az ilyen témájú cikkek? Mit tesz,
ha ilyen cikkeket lát? (N=130)**

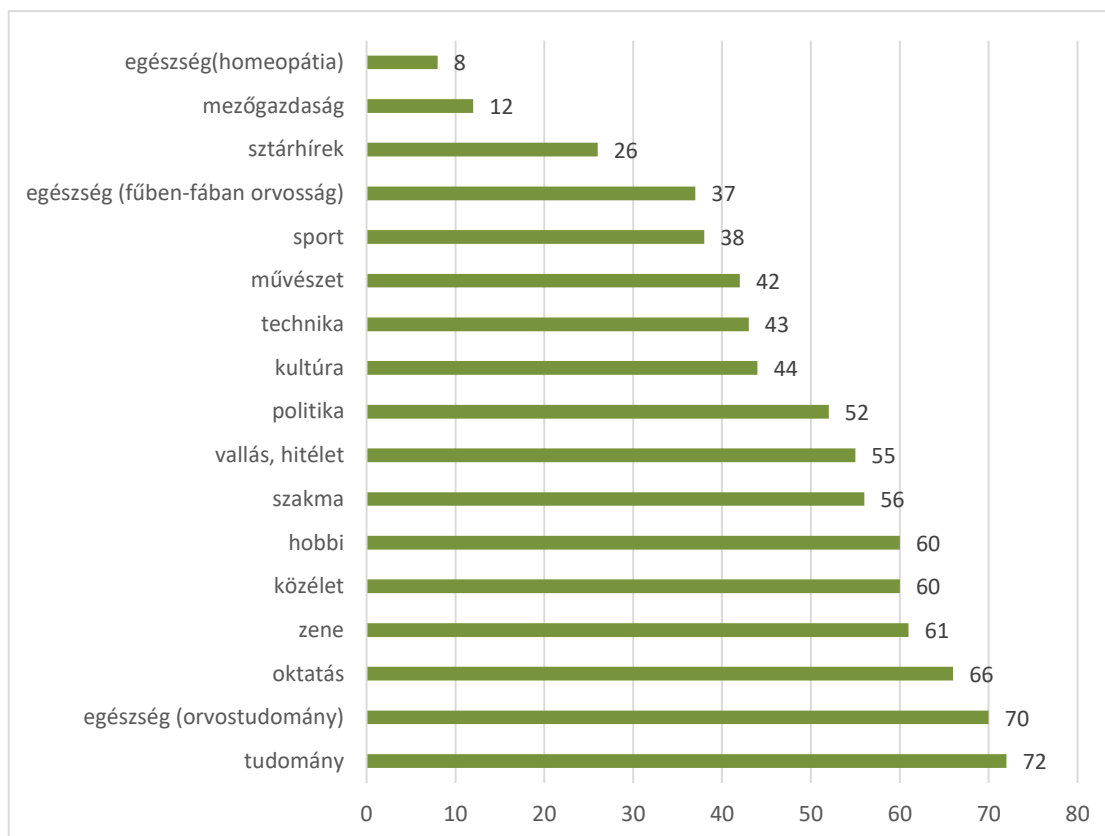


Az eredmények szerint az adatközlők többségét (86) érdeklik az ilyen tartalmú cikkek, ami által elolvassák, elhiszik annak ellenére, hogy már a hosszú cím is sejteti a hamis üzenetet, valamint megosztják ismerőseikkel, annak reményében, hogy ez mások számára is hasznos lehet. 50 adatközlő válaszáda szerint nem olvassa el és nem is hiszi el, ami bizonyos értelemben a nem érdekli kategóriához számolható, ugyanis, ha érdekelné a személyt, akkor biztosan el is olvasná azt. Ez alapján mindössze csak 3 személlyel vannak többen azok, akik elolvassák, elhiszik és megosztják másokkal az ilyen vagy hasonló témájú cikkeket. Így hát az egészséggel kapcsolatos tartalmak bár előnyt élveznek a válaszadók érdeklődési körét viszonyítva, az eredmény mégis azt mutatja, hogy ez nem feltétlenül jár azzal, hogy mindenki elhiszi és megosztja az olvasottakat.

Az online kérdőív keretében aziránt is érdeklődtem, hogy az egészség mellett milyen más témájú tartalmakat olvasnak szívesen az adatközlők.

Összesen 17 téma került megjelölésre, melynek listáját az adatközlők maguk is bővítették. Az eredmények szerint az első három kategóriához a tudomány (72), az egészség, mint orvostudomány (70) valamint az oktatás (66) tartozik. Ezeket figyelembe véve az áltudományos tartalmak felismerése és megszürése is elengedhetetlenül fontos az adatközlők körében. Ugyanis éppen azon dezinformációs tartalmak sajátosságaihoz tartozik az, hogy a tudományra hivatkozva fogalmaznak meg bizonyos állításokat, eredményeiket tudományosnak minősítik, valamint a tudományra jellemző szakkifejezéseket használnak.

25. ábra Milyen témájú tartalmakat olvas szívesen az interneten? (N=130)



Mindemellett észrevehető, hogy az adatközlők szívesen olvassák a közélet (66) és a hobbi (66) témába tartozó cikkeket és oldalakat, de a politikához és valláshoz tartozó tartalmak nem a legfőbb kategóriái érdeklődésüknek. Ugyanis míg az előbbit 52, az utóbbit 55 személy jelölte meg.

Kamu hírek felismerése

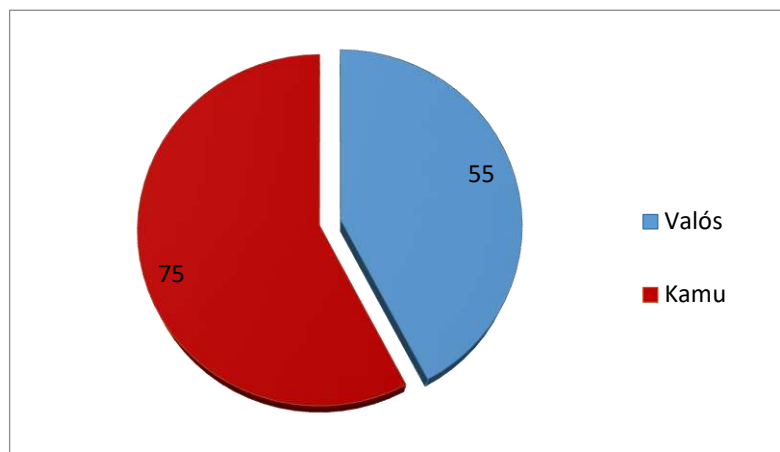
A kérdőívben valós és kamu hírek, cikkek, posztok rövid összefoglalóját is olvashatták az adatközlők, melyeket az urbanlegends oldal havonta összesített álhír kvíz kérdései közül választottam ki. Mindezekről saját meggyőződésük vagy korábbi ismereteik alapján kellett dönteniük, hogy azok valósak-e vagy sem.

Az egyik cikk Maurizio Cattelan képzőművész 2019-es Art Basel rendezvényen falra ragasztott alkotásáról szólt, amely megdöbbentő módon egy hétköznapi banán volt, melyet 120 ezer dollárért értékesített²⁰.

Az adatközlők többsége (75) ezt a hírt, viszont kamunak ítélte meg. Feltehetően ez az eredmény az alkotás miatt alakulhatott így, mely a megszokottól túlságosan rendkívülinek számított.

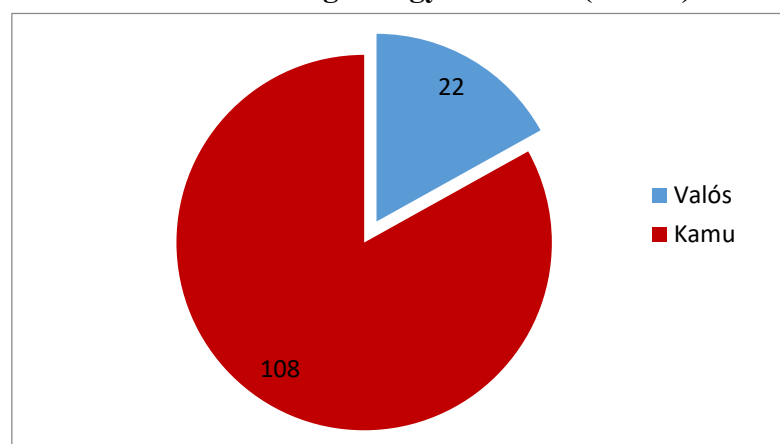
²⁰ Ez a falra ragasztott banán 36 millió forintért kelt el az Art Basel Miamin 2019. <https://contextus.hu/falra-ragasztott-banan-art-basel-2019/> [Letöltés időpontja: 2020.01.30.]

26. ábra Maurizio Cattelan képzőművész alkotása (N=130)



Ezt követően a napjainkban sokat emlegetett klíma-vészhelyzettel kapcsolatos kamuhírek egyikéről szerezhettek ismeretet, mely szerint Dubaiban 2019 júniusában olyan meleg volt, hogy a 63 fokos hőségben a fák maguktól gyulladtak ki.

27. ábra A hőségtől kigyulladt fák (N=130)



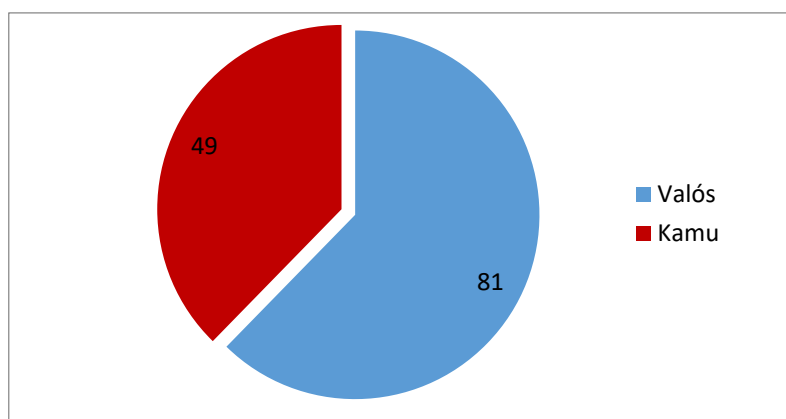
Az adatközlők szerint ez a hír nem valós, mely igaz is, ugyanis a világhálón terjedő videó²¹ nem Dubaiban készült, és a lángoló fák nem a hőségtől gyulladtak ki, hanem egy villámcsapástól. Azonban 2019 júniusában, amikor ez a videó elterjedt, a sajtó világszerte a rekordhőségekről beszélt, így könnyen megtéveszthető is lehetett az internetezők számára.

Harmadikként az FBI portlandi irodája által közétett figyelmeztetést²² kellett megítélniük, mely arról szólt, hogy az okostévék gyártói, illetve bizonyos hackerek megfigyelik a tulajdonosokat.

²¹ <https://www.youtube.com/watch?v=CJFsVYV3wzg> [Letöltés időpontja: 2020.01.05.]

²² Bethania Palma 2019. Did the FBI Warn That Smart TVs Might Spy on You? <https://www.snopes.com/fact-check/fbi-smart-tv/> [Letöltés időpontja: 2020.01.16.]

28. ábra FBI figyelmeztetése (N=130)

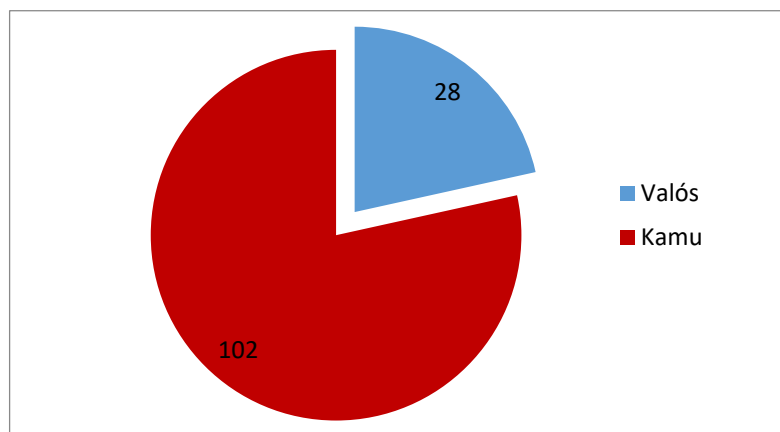


A hír valóságtartalmát 81 adatközlő helyesen ítélte meg, mely értelmezhető az internetezők tájékozottságaként vagy épp az FBI név hírértékeként. Ugyanis meglátásom szerint a média, tv műsorok által az FBI legtöbbször hiteles információk, források kapcsán kerül bemutatásra, mely befolyásoló tényező lehet egy hír megítélése során is.

Az eddig bemutatott hírek, cikkek rövid összefoglalója mellett, rákos sejtek elpusztítására vonatkozó hír is szerepelt a kérdőívben, melyet kiegészítettem a cikkben található gyógyító italt és annak feltalálóját ábrázoló fényképpel (vö. Melléklet: 26. kérdés). Ugyanis a hír²³ tartalma és üzenete szerint 42 nap leforgása alatt 45 ezer ember gyógyult meg az osztrák orvos italától, mely rendszeres fogyasztása elpusztította a rákos sejteket.

Talán nem túlzás azt mondanom, hogy napjaink egyik leggyakoribb és legszörnyűbb betegsége a rák, mely minden adatközlőt kíváncsivá tesz és érdekel, aminek következtében nagyon fontos, hogy megfelelően tudjunk mérlegelni és dönteni a betegséggel kapcsolatos hiteles és kamu információk között.

29. ábra A rákos sejtek gyógyításáról szóló hír (N=130)

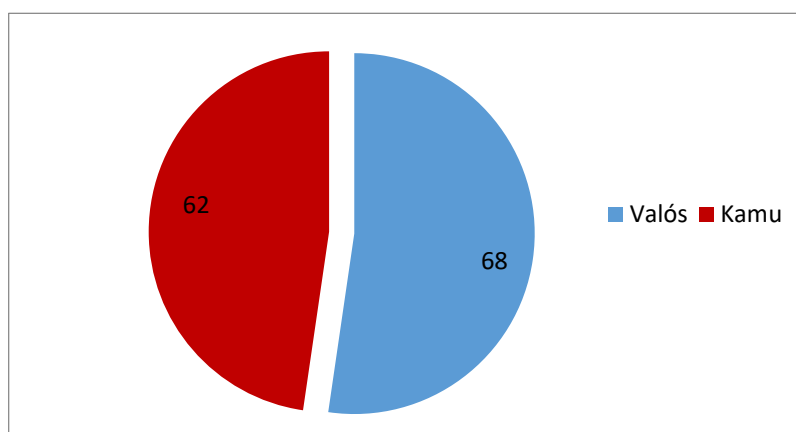


²³ 42 nap alatt megölte a rákos sejteket: ennek a híres osztráknak az itala 45 ezer embert gyógyított meg http://blogmania.hu/42-nap-alatt-megolte-a-rakos-sejteket-ennek-a-hires-osztraknak-az-itala-45-ezer-embert-gyogytott-meg/?fbclid=IwAR37t2L1U76OP3wqgIsggiu_Khx2Q62ulCaccvCGdyZYzw2LMuWOO5Of-Vw [Letöltés időpontja: 2020.02.18.]

Ebből a szempontból a beérkezett válaszokat pozitív eredménynek tekinthetjük, mivel sem a kattintásvadász oldalakra jellemző hosszú cím, sem pedig a tudósnak beállított idős ember fotója nem tévesztette meg az adatközlők többségét, azaz 102-en kamunak minősítették a közzétett információt.

Végül pedig a magyar Országos Mentőszolgálat közösségi oldalán²⁴ közzétett hírről kellett dönteniük a válaszadóknak, mely szerint „egy Pest megyei idős nő mentőt hívott sérült csuklója miatt, de arra kérte őket, várjanak a kérésükkel a Dallas sorozat végéig”.

30. ábra Pest megyei idős nő telefonhívása (N=130)



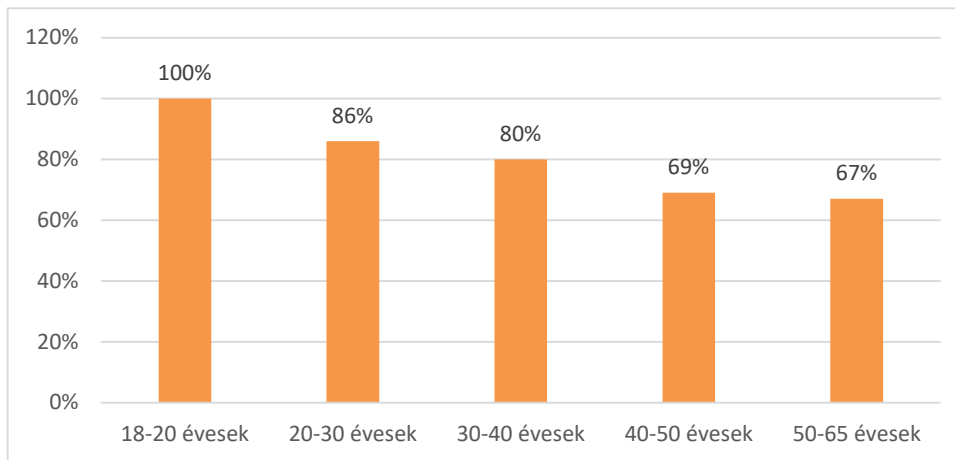
Bár az adatközlők többsége szerint ez a hír valós, ami igaz is, viszont csak 6 személy válaszával több ez az eredmény a kamu válaszhoz képest. Ami alapján arra következtethetünk, hogy a válaszadók nem voltak egyértelműen biztosak sem az egyik, sem a másik válaszlehetőségben.

A fenti eredményeket összevetve, véleményem szerint az adatközlők többnyire aszerint döntöttek egy hír vagy cikk megítélése kapcsán, hogy mennyire állt az a valósághoz közel, ugyanis abban az esetben, ha a tartalom nem számított túlzottan rendkívülinek megoszlottak a vélemények, ahogyan az utolsó hírre érkezett adatoknál is láthattuk. Ha pedig túlságosan egyedi, nem mindennapi alkotásról, hírről volt szó, akkor azt többségében álhírnek minősítették.

A felmérés résztvevőinek tehát 5 hírről kellett dönteniük a kérdőív kitöltése során, melyek közül három az álhír kategóriájába tartozott. Az azokra érkezett válaszokat ismertettem egyesével, de ezenkívül fontosnak vélem megvizsgálni, hogy korosztályokra lebontva hogyan oszlanak meg ezek az eredmények.

²⁴ Országos Mentőszolgálat 2019. Jockey még a fájdalmat is csillapítja? <https://www.facebook.com/orszagosmentok/photos/a.752971921380529/2804789019532132/?type=3&theater> [Letöltés időpontja: 2019.11.19.]

31. ábra Az álhírek elfogadására érkezett összesített válaszok aránya korosztályonként (N=130)



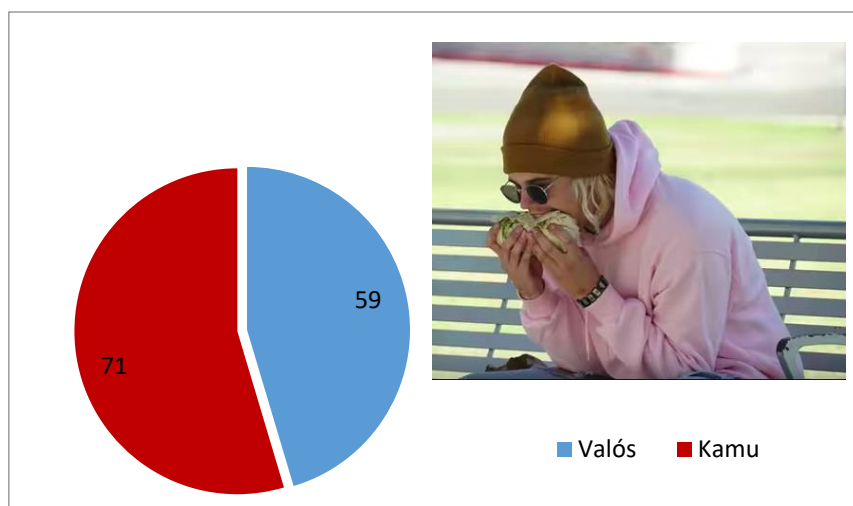
Az értékek itt százalékban vannak feltüntetve annak érdekében, hogy jobban áttekinthetővé és láthatóvá váljon a különbség a korosztályok között, ugyanis nem mindegyikből ugyanannyian vettek részt a felmérésben. Tehát ez az arány azt mutatja, hogy az adott korosztályhoz tartozó válaszadók közül mennyien hittek az álhíreknek, nem ismerve fel azok megtévesztő, megalapozatlan voltát.

Korábbi kutatások (vö. Hanula 2015) szerint a legfiatalabbak és a facebookon keresztül internetező idősebb generáció tagjai azok, akik a leginkább nem rendelkeznek azokkal az ismeretekkel, melyek segítségével képesek lennének megszűrni mindazokat a tartalmakat, melyekkel találkoznak az internethasználat közben (vö. Veszelszki 2017). A résztvevő megfigyelés alkalmával ez az álláspont körvonalazódott ki a legidősebb korosztály kapcsán, viszont a kérdőívben szereplő álhírek felismerésénél a két legidősebb korosztály adatközlői számítottak a legkritikusabbaknak. Ugyanis többségében ők ismerték fel mindhárom hír valótlanosságát.

A cikkek szerzői gyakran alkalmaznak képeket is a tartalom kiegészítése szempontjából, melyek nem csupán a vizualitást szolgálják, hanem a bejegyzés valóságosságáról, hitelességéről is tudnak informálni bennünket. Sőt az is előfordulhat, hogy nem egy hír, cikk mellé keresnek bizonyos képet, hanem egy lencsevégre kapott fotó által terjed el egy hír. Hasonló képen történt ez Justin Bieberrel is, aki a fotó alapján az emberek nagy meglepetésére keresztbe eszi a buritót. Azonban a kép ellenőrzése során kiderül, hogy a fotón nem a valódi, hanem egy ál Justin Bieber szerepel, aki a YouTube-csatorna felkérésére játszott el néhány jelenetet, melyről egy leleplező videó²⁵ is felkerült a világhálóra. Mindezeket tudva az énekesről állított hír is elveszti hitelességét.

²⁵ <https://www.youtube.com/watch?v=Vs6In7UtyXY> [Letöltés időpontja: 2020.01.26.]

32. ábra Justin Bieber és a burrito (N=130)



A fénykép készítői az ismertség, milliós nézettség mellett azzal a mögöttes szándékkal készítették el a videót, hogy megmutassák, milyen könnyen hisznek el dolgokat az emberek. Jelen esetben azt láthatjuk, hogy az adatközlők többsége (71) nem hitt a képnek és a hozzá kapcsolódó híreknek, viszont ez az eredmény nem tekinthető egyértelműen pozitívnak, ugyanis elég sokakat (59) megtévesztett ez a kérdés.

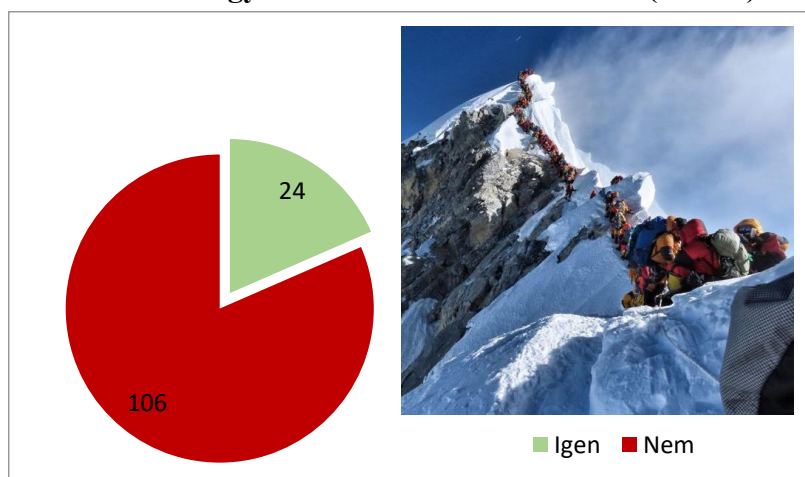
Kamu vagy valós képek kiválasztása

Az álhírek képei mellett, találkozhatunk olyanokkal is, melyeket a legprofibb photoshop alkalmazás segítségével változtatnak meg a kívánt hatás elérése érdekében. Mivel a közösségi oldalakon megjelent képek is hírértéket közvetítenek, nagyon fontos, hogy felismerjük és megválasszuk azok közül a valós és manipulatív felvételeket.

Ebből a szempontból került be néhány fotó a kérdőívbe, melyek kapcsán arról kellett döntenie az adatközlőnek, hogy az valóban megtörtént-e vagy csak kamu.

Az első kép, a Mount Everestnél sorban álló hegymászókról készült, melyet az adatközlők többsége hamisnak ítélte meg.

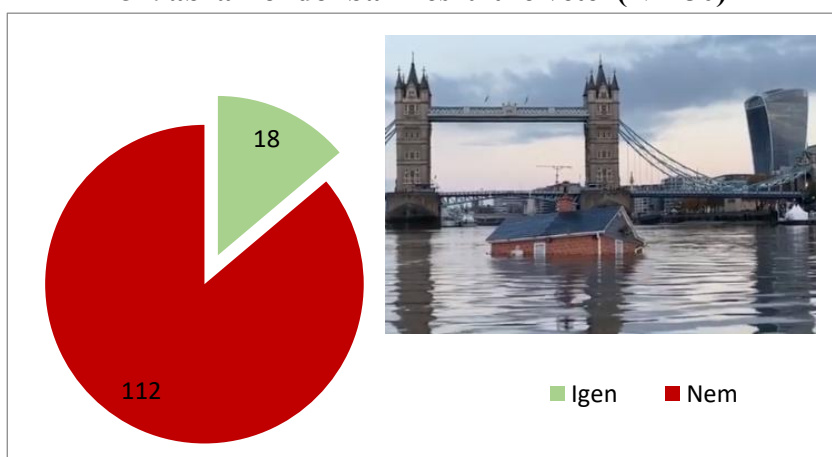
33. ábra Hegymászók a Mount Everestnél (N=130)



Azonban a felvételt Nirmal Purja készítette 2019 májusában, amikor is több mint 300-an álltak sorban a Mount Everestnél. A BBC szerint nem is annyira ritka alkalom az, hogy tömegek torlódnak fel a csúcs felé közelítve²⁶.

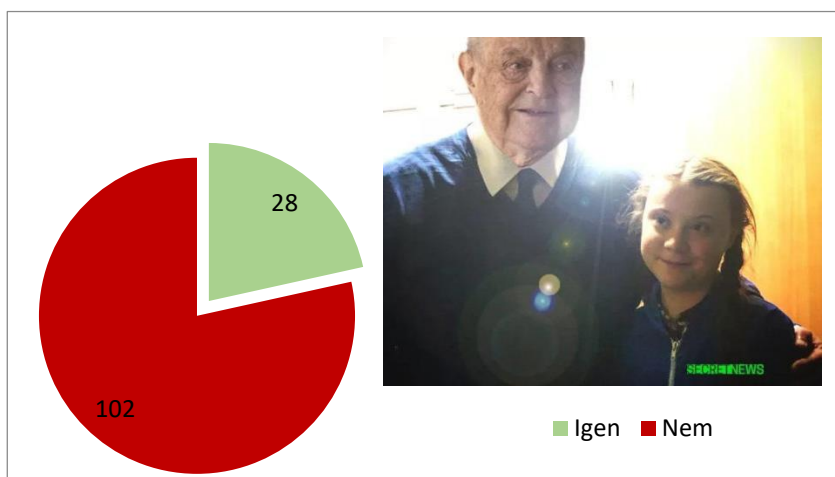
A következő kép egy félig elsüllyedt házat ábrázolt a Temze folyóban²⁷, melyet az adatközlők többsége photoshoppolt fotóként értelmezett (34. ábra). Azonban ez a felvétel is igaz, ugyanis a klímátüntetők egy tipikus brit vörös téglás kertvárosi ház modelljét úsztatták és süllyesztették el a Temze londoni belvárosi szakaszán azzal a céllal, hogy a politikusok törvénybe iktassák a klímaváltozás elleni küzdelmet.

34. ábra Londonban készült felvétel (N=130)



Ahol a klíma-vészhelyzetről van szó, ott biztosan felmerül Greta Thunberg aktivista neve is, akiről már számos álhír és manipulált fénykép készült a megtévesztés és figyelemelvonás céljából.

35. ábra Greta Thunberg és Soros György (N=130)



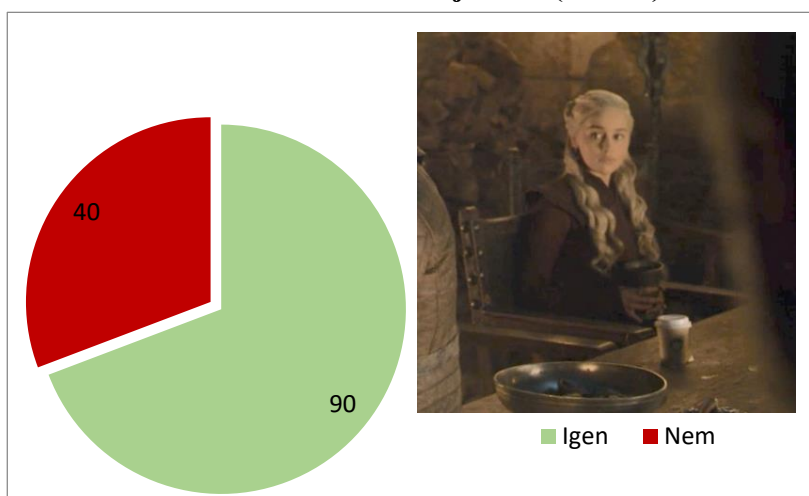
²⁶ Helier Cheung 2019. Mount Everest: Why the summit can get so crowded <https://www.bbc.com/news/world-asia-48401491> [Letöltés időpontja: 2019.12.28.]

²⁷ Kertvárosi családi ház modelljét süllyesztették el a temzében a klímátüntetők 2019. <https://qubit.hu/2019/11/11/kertvarosi-csaladi-haz-modelljet-sullyesztettek-el-a-temzeben-a-klimatuntetok> [Letöltés időpontja: 2019.11.20.]

Ezek egyike a Soros Györggyel karöltve készített fénykép, melyet 102 adatközlő a profi szerkesztő munka ellenére is felismert. Ennek eredeti változatán²⁸ Al Gore szerepel a kislány mellett.

Továbbá olyan esetek is előfordulnak, hogy a fényképeken látott furcsaságok nem valótlán, megszerkesztett részletei azoknak. Ilyen a Trónok harca egyik filmbeli jelenete is, melyet a fiatalok körében gyakori sorozat kedvelők számára adtam hozzá a kérdőívhez, egy kis érdekességként. Ezt a képet, ha jól megfigyeljük, akkor egy műanyag kávéspohár is feltűnik a szereplő mellett.

36. ábra Trónok harca jelenet (N=130)



A kérdésre érkezett válaszok viszont azt a nézetet támasztják alá, hogy amelynek igazságáról a személy valóban meg van győződve, és jártas az adott témában, azt nem téveszthetik meg bármilyen elbizonytalanító kérdéssel, ugyanis a válaszadók közül 90 személy igaznak minősítette a képet. Ami igaz is, ugyanis valóban ott maradt egy műanyag kávéspohár az asztalon, mely által az amerikai kávélánc körülbelül 2,3 milliárd dollárnyi ingyen reklámot kapott²⁹.

Hoaxok

Az álhírek, manipulatív fényképek mellett úgynevezett hoaxok is terjednek a közösségi oldalakon. Ezek a megtévesztések, beugratások, ahogy már a szakirodalom összefoglalójában is érintettem, elsősorban az emberi hiszékenységet kihasználva veszik rá az olvasót a tartalom továbbküldésére, megosztására. Az emberek pusztán segítségnyújtás, vagy valamilyen rossz ómen elkerülése érdekében tett cselekedeteik, növelik az adott oldal

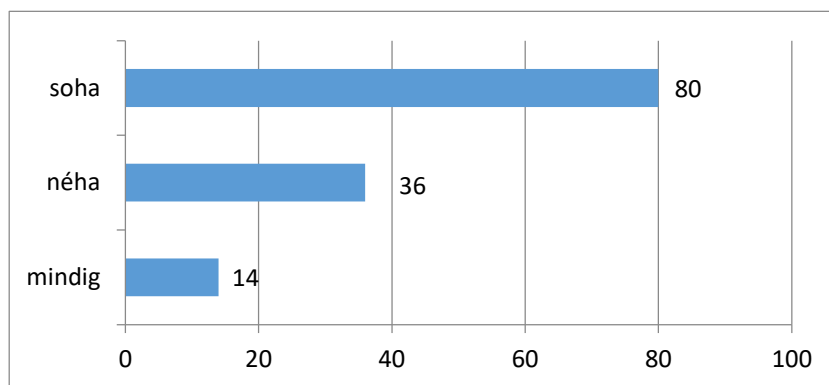
²⁸ Dan MacGuill 2019. Do Photos Show Greta Thunberg with George Soros, ISIS, and the ‘Antifa Terrorist Organization’? <https://www.snopes.com/fact-check/greta-thunberg-soros-isis-antifa/> [Letöltés időpontja: 2020.01.20.]

²⁹ Sándor Krisztián 2019. Egy hollywoodi marketinges kiszámolta, mennyit ért a Trónok harcában felejtett kávéspohár a Starbucksnak <https://forbes.hu/uzlet/egy-hollywoodi-marketinges-kiszamolta-mennyit-ert-a-tronok-harcaban-felejtett-kaves-pohar-a-starbucksnak/> [Letöltés időpontja: 2020.02.15.]

kedveléseinek vagy megosztásainak számát. Sőt az is előfordul, hogy ismerősök küldik el egymásnak személyes üzenet formájában. A közösségi oldalak előtt ilyen körüzeneteket e-mailben, Powerpointban (ppt formátumú) szerkesztett multimédiás (kép, zene, szöveg, animáció) csatolmányokkal kiegészítve küldözgettek egymásnak a felhasználók.

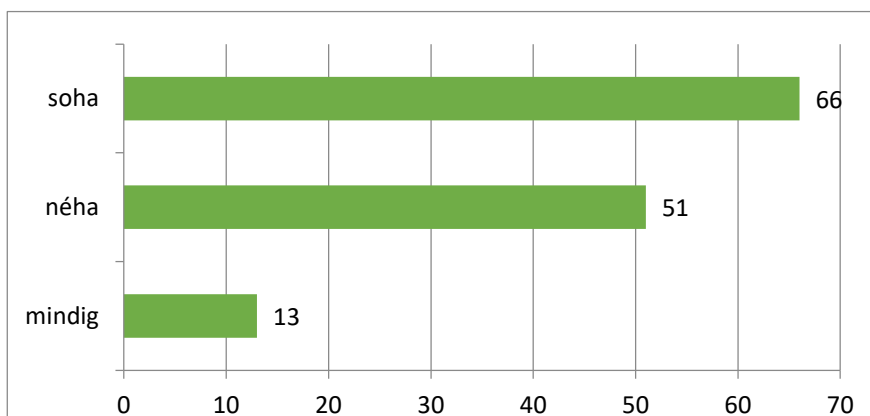
A hoaxok felismerésének stratégiáit, azok továbbküldésének és megosztásának gyakoriságát két kérdés keretében vizsgáltam az online résztvevők között. Az egyik az internetmarketing hoaxok közül a láncleveles típusú volt, mely az igaz szerelem megtalálására vonatkozott. Itt, *ha az illető 25 embernek elküldi az üzenetet, valami jó fog történni vele, azonban ha megszakítja azt, 10 éven keresztül problémái lesznek a kapcsolataiban*. Az erre érkezett válaszok több mint a fele soha nem küldi tovább az ilyen vagy ehhez hasonló üzenetet.

37. ábra Ma este rád talál az igazi szerelmed (N=130)



A másik hoax, egy édesanya szívből jövő kérése volt 19 éves lánya térdműtétére. Ugyanis a beavatkozás hatalmas költségekkel jár, melyet a család nem tud finanszírozni, ezért arra kéri az olvasót segítse őket egy megosztással. Fontosnak vélem megjegyezni, hogy a hoaxok nem tévesztőek össze a valós segítségadással, ahol ezzel ellentétben teljes név, hiteles forrás, bankszámlaszám szerepel az üzenet mellett, amely ellenőrizhető más forrásból, más médiumban is.

38. ábra Segítségnyújtás egy megosztással (N=130)

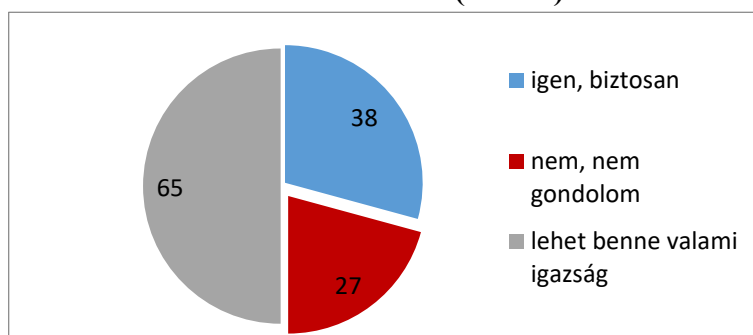


A 38. diagram adatai alapján látható, hogy egy segítségkérés alkalmával meginog az adatközlő válasza, ugyanis az előző hoaxszal ellentétben itt csak 66 személy az, aki soha nem osztja meg az ilyen tartalmat. Azaz 14 személy jóindulatának köszönhetően, biztosan hisz egy ilyen típusú üzenetnek, melyet tovább terjeszt megosztásával.

Személyes adatok védelme

Az online biztonság kérdése is a digitális kompetenciák közé tartozik. Az internetező számos fotót, személyes adatot, címet ad meg a közösségi oldalán. Felmerülhet bennünk a kérdés, hogy ezek az információk valóban biztonságban vannak-e, nem adják el vagy használják fel azokat más célokra. Az adatközlők ezzel kapcsolatos meglátását az alábbi diagram szemlélteti:

39. ábra Ön szerint a facebook elmenti, esetleg eladja az ott megosztott személyes információinkat? (N=130)



A kérdés megválaszolásában három válaszadási lehetőség állt az adatközlők rendelkezésére: *igen, biztosan*; *nem, nem gondolom* és *lehet benne valami igazság*. 38 válaszadó szerint a facebook biztosan elmenti, eladja az ott megosztott személyes információinkat. Viszont a *lehet benne valami igazság* válaszlehetőséget nem a döntés elkerülése érdekében alkalmaztam, hanem szintén igennek tekintem, ugyanis van, aki egyetért ezzel, de nem akarja bevallani. Ennek értelmében az adatközlők többsége (103) a fenti nézetet támogatja alá. Ami helytálló is, ugyanis a New York Times cikke³⁰ hiteles tényekkel bizonyítja, hogy az amerikai Clearview AI startup arcfelismerő alkalmazása több mint hárommilliárd fotóból álló adatbázisból dolgozik, melyeket több millió internetes oldalról gyűjt össze, köztük a Facebookról, YouTube-ról, Venmóról. Sőt egy ismeretlen ember képét feltöltve, nemcsak átfésüli és kiválasztja a lehetséges választ, hanem megmondja az adott személy nevét, akár címét is. A New York Times forrásai alapján az eszközt több mint 600 hatóság használja, beleértve a FBI-t is, ugyanis a program fejlettsége miatt a rossz minőségű, térfügylő kamerák által készített fotókat is felismeri, melyek nagyban segítik a bűnözők megtalálását.

³⁰ A Clearview AI az eddigi legdurvább arcfelismerő rendszer 2020.
<http://life.karpat.in.ua/?p=6317&fbclid=IwAR2S9wXSKqP4reRTJwXGvFsR-EU47AXjVIyqGfZueQ4c34J-m765tyaX6jUo&lang=hu> [Letöltés időpontja: 2020.02.28.]

Mivel a közösségi oldalak szabályzatát sértik a tömeges adatgyűjtéssel, ezért a lap felkereste az említett cégeket, beleértve a facebookot is, amely jelenleg is vizsgálja az ügyet, s közben folyamatosan építi alkalmazásába az adatvédelem többlépcsős rendszereit a felhasználók számára. A kérdés már csak az, a felhasználók élnek-e a folyamatosan beépülő lehetőségekkel adataik védelme érdekében, megtanítja-e valaki őket arra, hogyan védjék meg saját maguk és szeretteik privát adatait a visszaélésektől.

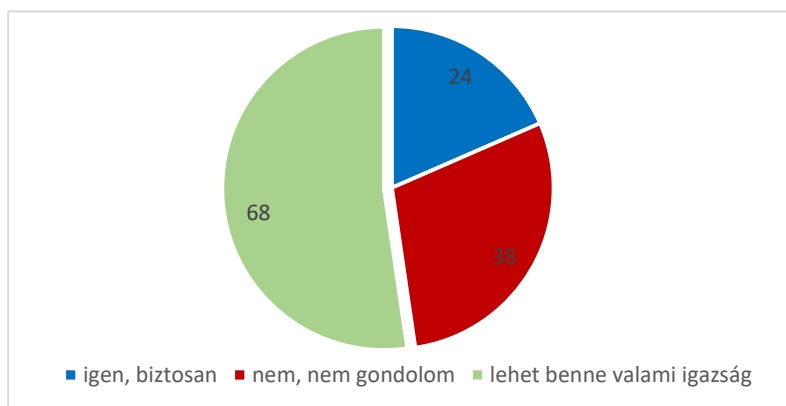
Aktuális tévhitek, álhírek

Napjainkban (2021 tavasza) minden média- és kommunikációs eszközön keresztül értesülünk a koronavírus fertőzés folyamatáról, az érintettek és a halálozások számáról. A hírrel kapcsolatban számos álhír és tévhit jelent meg, valamint tisztázatlan, homályos történetek terjednek az emberek között. Nagy kérdés az is a közbeszédben, hogy a vírust szándékosan hozták-e létre laboratóriumi körülmények között vagy sem. Ennek alátámasztásaként egy 2015-ös The Scientist cikket³¹ vesznek alapul, melynek szerzője koronavírusok laboratóriumi előállításával kapcsolatos vitákról ír. Ezzel szemben az amerikai járványügyi központ (CDC) január közepi ismeretei alapján tisztázta, hogy a Covid-19 egy vuhani állatpiacról indult el, és igazolta, hogy a 2015-ös cikkben említett kísérletre nincsenek bizonyított tények, amelyek szerint valóban köze lenne a jelenlegi járványhoz³².

Mindezeket tudva érdekes lehet megfigyelni, hogy mit is gondolnak erről az online kérdőív résztvevői. *Valóban szándékos a koronavírus-fertőzés vagy mindez csak tévhit?*

40. ábra Ön szerint szándékosan indították el Kínából a koronavírus-fertőzést?

(N=130)



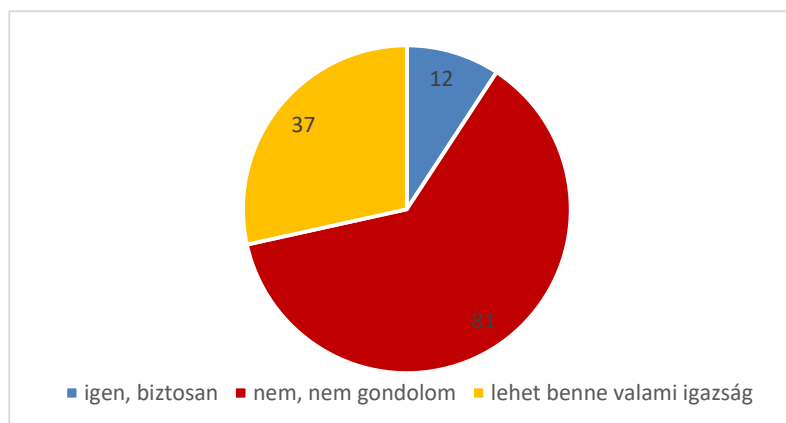
³¹ Jef Akst 2015. Lab-Made Coronavirus Triggers Debate https://www.the-scientist.com/news-opinion/lab-made-coronavirus-triggers-debate-34502?archived_content=9BmGYHLCH6vLGNdd9YzYFAqV8S3Xw3-L5 [Letöltés időpontja: 2020.02.03.]

³² Marinov Iván 2020. Ezek az álhírek és konteók terjednek a koronavírussal kapcsolatban https://www.urbanlegends.hu/2020/01/koronavirus-alhitek-konteok-kamukepek-hoaxok/?fbclid=IwAR1GC-wqwo-KV9kLWQ4CEt85c7ZzP11_bBYU5m5tK0cJDm2TmwJbZbPGQfN4 [Letöltés időpontja: 2020.01.28.]

A válaszadók többsége szerint lehet benne valami, ami az előző kérdéshez hasonlóan, bizonyos értelemben igennek értendő (benne van a kétely, hogy igaz lehet), ugyanis ha ennek ellenkezőjével értene egyet az adatközlő, a *nem, nem gondolom választ* jelölné. Tehát a koronavírus megjelenését most is sokan a fent említett cikkel hozzák párhuzamba, igazolva ezzel szándékos terjesztését. Ehhez hasonló tévhitnek számít az is, hogy a kemoterápiás kezeléssel nem a gyógyulást segítik elő, hanem szándékosan rontják a rákos betegek állapotát.

Erről pontosan, hogy milyen véleménnyel és meglátással is vannak az adatközlők, a 41. diagram alapján tudunk következtetni, mely eléggé egyértelmű, világos eredményeket mutat számunkra.

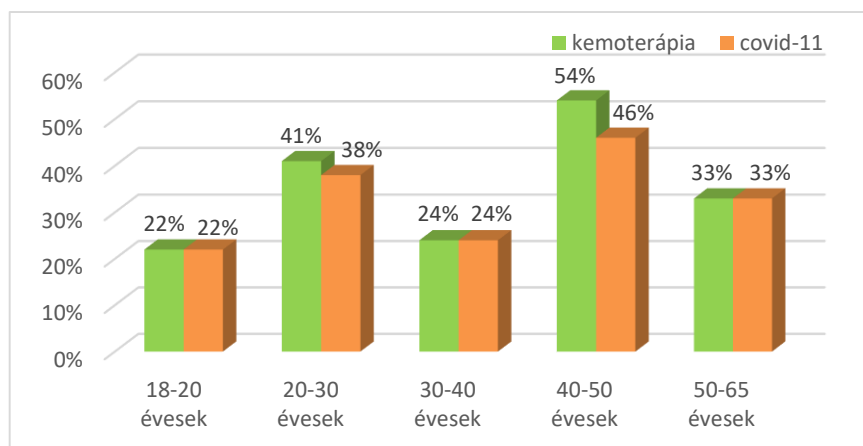
41. ábra Ön szerint a kemoterápiával szándékosan rontják a rákos betegek állapotát? (N=130)



Hiszen látható, hogy 81-en, ami a válaszadók több mint a fele nem gondolja szándékosnak a kezelés káros hatásait. Ami értelmezhető úgy is, hogy többségében nem hisznek, tulajdonítanak jelentőséget ennek a téveszmének.

A másik két válaszlehetőségre érkezett jelölések számát (49) összehasonlító elemzés szempontjából vettem alapul. Ugyanis fontosnak véltem megvizsgálni és feltárni az egyes kérdések közötti kapcsolatokat, összefüggéseket. Először arra kerestem a választ, hogy azok az adatközlők, akik a kemoterápiás állítást biztosan vagy kétellyel, de igaznak vélték, azok a koronavírus terjedésével kapcsolatos tévhitet is elfogadták-e vagy sem.

42. ábra A kemoterápiás és a koronavírusos kérdés közötti összefüggések (N=130)

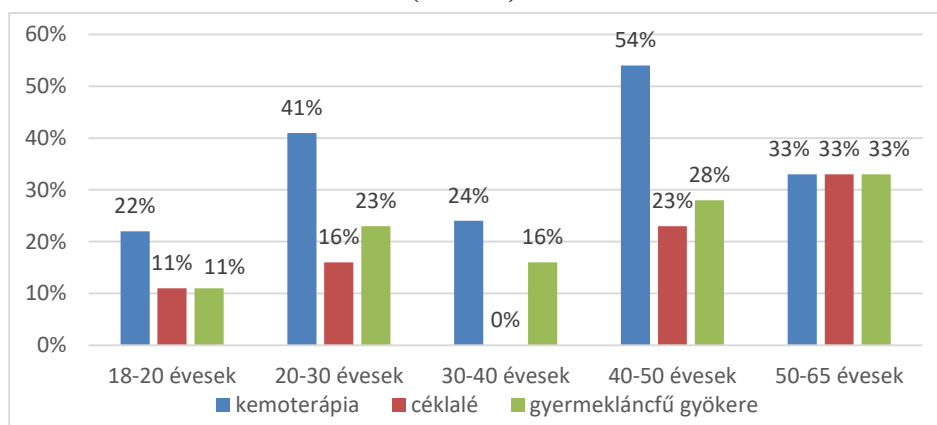


Az eredményeket korosztályok szerint jegyeztem fel, melynek értékei többek között arról is informálnak bennünket, hogy korcsoportonként az adatközlők hány százaléka jelölte igaznak egyik vagy másik állítást. Meglepő módon nem a két szélső korosztály válaszadói, hanem a 40-50 évesek azok, akik a legnagyobb arányban értenek egyet ezekkel a megalapozatlan kijelentésekkel. Ugyanis a kemoterápiás kérdésre 54 %, a koronavírusosra pedig 46 % megerősítő válasz érkezett.

A két terület közötti kapcsolatra pedig az értékek hasonlósága mutat rá, ugyanis a 18-20, 30-40 és az 50-65 életkorhoz tartozóak esetében azonos százalékok figyelhetők meg. Tehát ennél a három korosztálynál azok az adatközlők, akik a kemoterápiával kapcsolatos kérdésnél az igen biztosan, valamint lehet benne valami igazság válasszal éltek, ugyanolyan arányban vélték igaznak a koronavírusosot is.

Ezt követően a kemoterápiás kezelésre kapott válaszokat, a gyógyító céklalé és gyermekláncfű gyökeréről szóló álhírekkel hasonlítottam össze. Itt mindegyik kérdés ugyanazon témakörbe tartozik, így nagy valószínűséggel gondoltam azt, hogy hasonló eredmények is születnek mindhárom esetben.

43. ábra A kemoterápia, céklalé és gyermekláncfű álhírek közötti összefüggések (N=130)



Az adatok viszont azt mutatják, hogy csak a legidősebbek jelölték igaznak mindhárom kérdést, azaz egy témán belül csak ők vélekedtek és döntettek ugyanúgy. A többi korcsoportnál bár kevesebb arányban, de megfigyelhető a gyermekláncfű álhír is. Ami igazán érdekes és figyelemre méltó az az, hogy a 30-40 éves adatközlők, akik egyetértettek ugyan a kemoterápiával és hittek a gyermekláncfű gyökerének gyógyító hatásában, addig a rákos sejteket pusztító céklalét mindannyian álhírnak minősítették. Összesítve tehát, azt a következtetést vonhatjuk le, hogy ugyanazon témához tartozó tartalmakat a legidősebb korosztályon kívül az adatközlők többsége nem feltétlenül minősít egyformán. Ami egy pozitív visszajelzésnek is tekinthető, hiszen nem azért kell elfogadnunk egy hírt, cikket, fényképet vagy bármilyen más információt, mert az egy bizonyos kérdéskörhöz tartozik, hanem azért mert meggyőződünk annak hitelességéről.

4.3. Szituatív feladatok kiértékelése

Szituatív feladatsor felépítése

A pandémia következtében a szituatív feladatokat nem személyes jelenlétben tölthették ki az adatközlők, mint ahogyan korábban terveztem, hanem online kérdőíves űrlapon keresztül. Így az általános tudnivalókon kívül három szakaszra osztva a kérdőívet, három különböző feladat megoldására kértem az internetezőket.

Az első egy malinformationnak nevezett hír ellenőrzése volt a Margisztiúton talált kullancssal kapcsolatban, melyben tényszerű információkat összeszámolva, más sorrendben közzétéve, helytelen következtetést fogalmaznak meg (vö. Melléklet: I. feladat 4. kérdése).

A másik feladat arra vonatkozott, hogy megtudjuk a kalciumos pezsgőtabletta használata rovarcsípést követő allergiás reakciók leküzdésére alkalmas-e olyannyira, hogy az egyén jóhiszeműen tanácsolja azt egyik vagy másik ismerősének. A témában szerzett jártasságukat, véleményüket és javaslatuk alátámasztását mindkét esetben néhány tartalom URL-linkjének bemásolásával igazolták az adatközlők (vö. Melléklet: I, II feladat 3. kérdései).

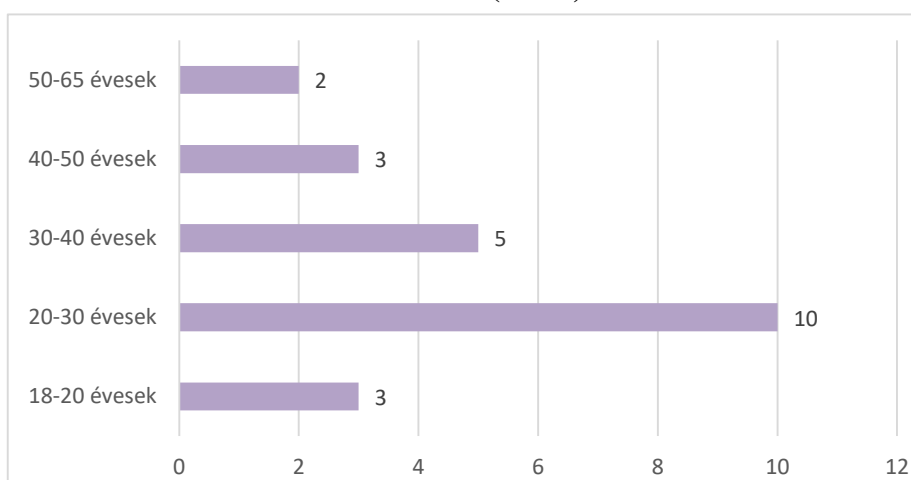
A harmadik pedig egy családi kiránduláshoz szükséges útvonalterv készítését foglalta magába, melyet a Google térkép segítségével kellett, hogy elvégezzenek. Bár ezt a feladat szövegében konkrétan nem neveztem meg, hogy ezzel se befolyásoljam az adatközlők munkáját, valamint láthatóvá váljon, hogy melyik korosztály résztvevői veszik igénybe a Google térkép alkalmazását egy ilyen szituációs helyzet megoldásában (vö. Melléklet: III. feladat).

A feladatokat amellet, hogy lépcsőzetesen építettem fel, hogy minél inkább gördülékenyebb és érthető legyen a résztvevők számára, valamint, hogy ne csak egy bizonyos részét végezzék el a kitöltés során, arra is odafigyeltem, hogy az egyszerűtől haladjak a nehezebb gyakorlattípusok felé. Ugyanis először egy konkrét hírről kell keresniük az interneten, ami azért jóval inkább szűkíti a találatok számát, ellentétben azzal, amikor már egy nagyobb témáról, magáról a calcium felhasználásáról és hatékonyságáról kell tájékozódniuk. Míg végül pedig egy alkalmazás segítségével kell megtalálniuk azokat az állomásokat, helyeket, amelyek egyértelműen megfelelnek a szempontoknak. Mindemellet ezek a feladatok különböző digitális kompetenciákra épülnek, tehát szükség van megoldásukhoz a technikai képességekre, az információ szűrés és keresés során használt stratégiákra, eszközökre, valamint a kritikai gondolkodás és szövegértés kompetenciájára is.

Általános tudnivalók az adatközlőkről

A szituatív feladatsort összesen 24 személy, ebből 20 nő és 4 férfi töltötte ki, akiket a kutatás korábbi részénél alkalmazott korosztályok szerint is csoportosítottam.

44. ábra A szituatív feladatsor adatközlőinek korosztályok szerinti lebontása (N=24)



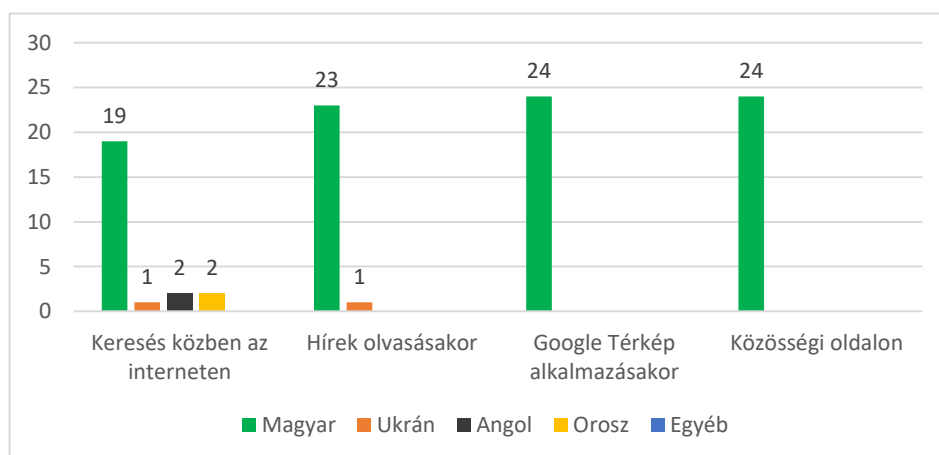
Az arányok hasonlóak, mint a 7. ábrán, mely a kérdőíves felmérésben résztvevők korcsoportonkénti felosztását szemlélteti. Ugyanis a legtöbben újra a 20-30 évesekhez, míg legkevesebben pedig az 50-65 évesekhez tartoznak. Viszont ezáltal, ha nem is egyformán, de minden korosztályból láthatunk megoldásokat és megközelítéseket a feladatokra, melynek elemzése alapján talán még a digitális kompetenciák közötti különbségekre is láthatunk példát. Ugyanis az űrlap szétküldését követően a két legidősebb korosztályhoz tartozók közül többen is visszajelezték, hogy telefonon keresztül nem tudják megoldani a feladatokat, mivel a keresés során már nem tudnak visszatérni a félbehagyott kérdőívhez. Ez viszont nem szerkesztési vagy beállítási probléma volt, mivel jómagam telefonon és laptopon keresztül is teszteltem, hanem

abból adódott, hogy a lappal ellentétben a telefonon nem külön fülként jelenik meg a belinkelt tartalom, valamint történik a keresés, hanem egy teljesen új oldalon keresztül. Így azok a személyek, akik ismeret hiányából nem tudták, hogyan lehet telefonon egyik oldalról, alkalmazásról a másikra lépni anélkül, hogy azt véglegesen bezárnák mások segítségével, valamint más eszköz használatára volt szükségük.

Az adatközlők általános tudnivalójukkal kapcsolatban a legmagasabb iskolai végzettségük és jelenlegi foglalkozásuk felől érdeklődtem. A beérkezett válaszok szerint többségében szakközépiskolai (11), ezt követően egyetemi, főiskolai (8) és legkevesebben pedig középiskolai végzettséggel rendelkeznek (4), akik jelenleg is tanulnak. Mindemellett kiderült, hogy főként tanárként (6), háztartásbeliként (4) és eladóként (2) dolgoznak. De vannak, akik állás hiányában jelenleg munkanélküliként (2) élik mindennapjaikat.

A feladatok ismertetése előtt fontosnak véltem megtudni, hogy az internettel kapcsolatos tevékenységek, alkalmazások során leggyakrabban milyen nyelveket használnak az adatközlők. Hiszen azok is segítségükre vannak az internetes keresés közben.

45. ábra Leggyakrabban milyen nyelvet használsz...? (N=24)



A diagram adatai is ezt mutatják, ugyanis a magyaron kívül csak a keresés során alkalmaznak még plusz három nyelvet (ukrán, angol, orosz) az adatközlők. Ami viszont meglepő, hogy a kereséssel ellentétben a híreket csupán egy ember olvassa magyarul és ukránul. A Google Térkép és közösségi oldal esetében pedig mindenki az anyanyelvét használja útiterv készítésekor vagy egy oldal alapértelmezett nyelveként.

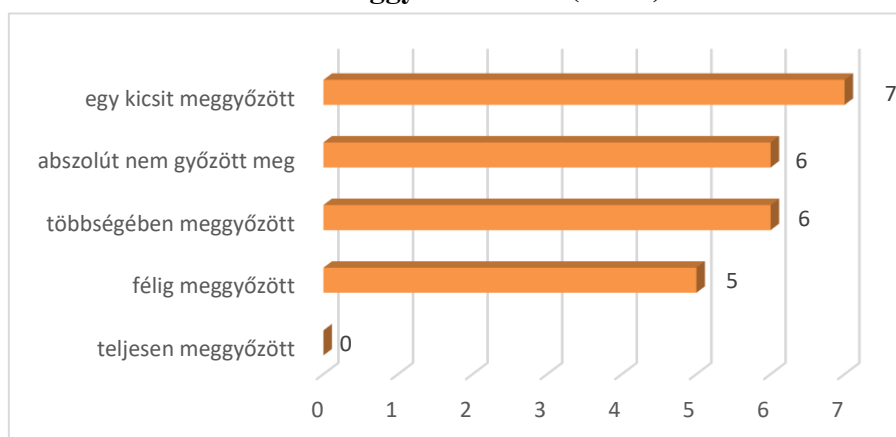
Az első szituatív feladat kiértékelése

Ahogy korábban már említettem az első feladat, a 168.hu³³ oldalon megjelent tartalom ellenőrzése volt, mely egy egészen új és megdöbbentő hírről tájékoztatja az olvasókat. Mégpedig arról, hogy a Pécsi Tudományegyetem kutatói egy krími-kongói vérzésekész-vírust azonosítottak be egy Margit-szigeten talált kullancsban, melynek tényét Kapiller Zoltán István a Magyar Kullancsszövetség elnöke erősítette meg az M1 műsorában adott interjújában.

A cím kivételével, mely az álhírekre jellemző szenzációhajhász, hosszú terjedelmű, a lényegét összefoglaló mondat, könnyen tekinthető tudományosan megalapozott, hiteles forrásból származó cikknek. Ugyanis a szerző a közismert személy nevének említésével és szavainak szó szerinti kiemelésével igazolja az elmondottakat és oszlatja el bennünk a kételkedés érzését.

Mindazt figyelembe véve, hogy a kérdőív adatkezelői szerint egy hír hitelességének legfontosabb tényezőihez tartozik az a személy is, aki a cikkben mond valamit a témáról, fontosnak véltem megtudni, hogy az első olvasatot követően milyen mértékben volt ez meggyőző a kitöltők számára.

**46. ábra Magyarországon azonosított Krími-kongói vérzésekész-vírus
álmeggyőző hatása (N=24)**



Az adatokat elemezve láthatjuk, hogy a fentiekől függetlenül egyetlen személy számára sem volt ez a cikk teljes mértékben meggyőző. Sőt a legtöbb személy számára is csak kicsit volt az, melynek eredménye azért is nagyon fontos, mert a belinkelt tartalom összerosott, téves állítások mellett tartalmaz valós információkat is. Ugyanis a kutatók valóban találtak *Hyalomma marginatum* nevű kullancsot a szigeten, ami pedig fő vektora a megnevezett

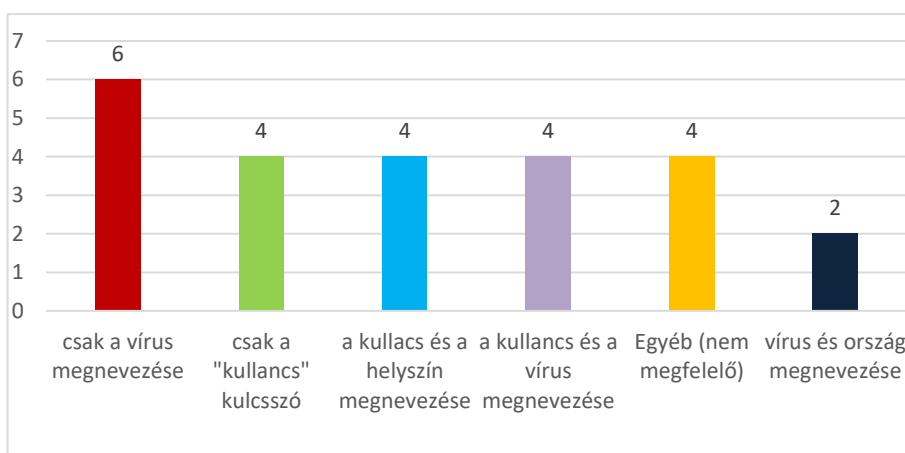
³³ MTI 2020. Nem hiányzott: Kongói vérzésekész-vírust találtak egy Margit-szigeti kullancsban <https://168.hu/itthon/kullancs-virus-verzeseslaz-margitsziget-182501> [Letöltés időpontja: 2020.12.10.]

vírusnak, de egyelőre bizonyítékok hiányában, szó sincs a vírus magyarországi jelenlétéről³⁴. Tehát a Kapiller Zoltán által tett kijelentés cáfolandó.

Mindemellett kiemelendő az abszolút nem és a többségében meggyőzött válaszlehetőségek, melyek a kutatás során azonos értékűek lettek. Ami azt jelenti, hogy a korábbi felméréshez hasonlóan továbbra is meghatározó tényezőnek számít az, hogy egy ismert személy jelenik meg a cikkben és nyilatkozik a témával kapcsolatban, viszont ez nem vonható le általános következtetésként. Mivel ettől függetlenül ugyanannyian vélték abszolút nem meggyőzőnek az aktuális tartalmat.

Az ellenőrzés sikerességét nagyban segíti, hogy pontosan milyen kulcsszót alkalmazunk a keresés során, hiszen ezáltal más-más keresési találatok kerülnek előtérbe.

47. ábra A cikk ellenőrzése során használt kulcsszavak (N=24)



A beérkezett válaszokat 6 kategóriába csoportosítottam, ahogyan a 46. ábrán is látható. Ezek közül a leggyakoribb a „*csak a vírus megnevezését*” tartalmazó kulcsszó használata volt, mely nem tekinthető a legeredményesebb változatnak. Ugyanis a Krími-kongói vérzések vírus beírását követően többségében a vírussal kapcsolatos általános információk, leírások között böngészhetünk. Hasonló eredményhez juthatunk, ha csak a „*kullancs*” szót, vagy „*a kullancs és vírus*” megnevezését vesszük alapul. Ami viszont biztosan közelebb visz a tartalom ellenőrzéséhez az a „*kullancs és a helyszín*” megnevezése, valamint „*a vírus és az ország*” kombinációja. Így leszűkítve a találatokat, már konkrétan azokról az információkról tájékozódhatunk, amelyeket a cikkben is olvashattunk.

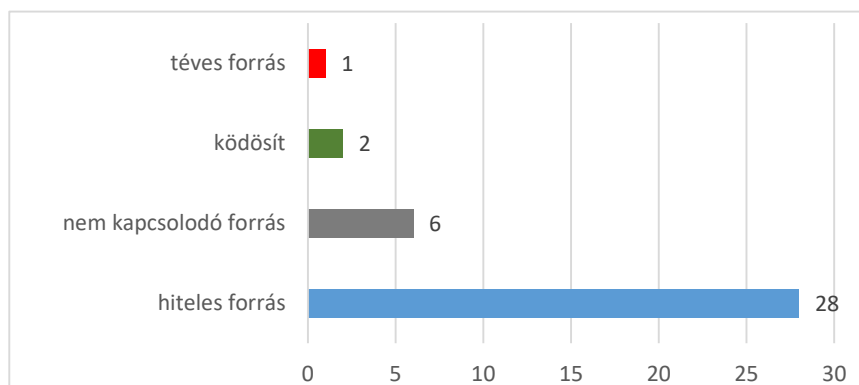
Mindezek mellett 3 nem megfelelő kulcsszó („internet”, „Kárpáthír”, „passz”) is beérkezett a vizsgálat során, melyek a kategóriákon kívül még a témához sem kapcsolódtak. Ezekből következtetve három adatközlő biztosan nem végezte el az ellenőrzést, csak saját

³⁴ HVG Tech 2020. Mégsem találtak veszélyes vírust a margitszigeti kullancsban https://hvg.hu/tudomany/20200303_enyhe_tel_kullancs [Letöltés időpontja: 2020.12.10.]

meglátása alapján válaszolt a kérdésekre. Továbbá arra is láthatunk példát, hogy az egyik személy az „*Igaz-e a kongói vérzések vírus hír?*” mondattal böngészett az interneten. A fentiekből kifolyólag mondhatnánk azt, hogy mivel nincs megnevezve a helyszín, valamint az ország, nem is visz közelebb célhoz. Azonban ez nem így van, ugyanis az *igaz-e* és a *hír* szavak kiegészítésével a keresőprogram leginkább olyan híreket, bejegyzéseket tár az olvasó elé, amelyekben a kongói vérzések vírusáról esik szó. Tehát nagy valószínűséggel jelenik meg azok között az eredeti tartalom és a hozzá kapcsolódó írások.

Miután az adatközlők kellőképpen tájékozódtak a hírről, arra kértem őket, hogy maximum 3 legfontosabb oldal URL-linkjét másolják be a válaszok közé. Ezáltal visszakövethetővé válik az, hogy pontosan miről is olvastak és mi alapján döntenek majd Kapiller Zoltán állításának validitásáról.

48. ábra Az adatközlők által továbbított oldalak kategóriák alapján (N=36)



Összesen 36 linket továbbítottak az adatközlők, melyeket közös szempont alapján csoportosítottam. Ahogyan a 47. ábra is mutatja az adatközlők többsége hiteles forrásokat vett alapul a hír ellenőrzése céljából, ami azt jelenti, hogy az információ keresés és szűrés során felmerülő nehézségek közepette is jól elboldogultak. A témához nem kapcsolódó források (6) viszont abból a problémából eredtek, hogy az internetezők nem megfelelő kulcsszót használtak a keresés során. Ugyanis ehhez a kategóriához kapcsolódó oldalak a *webbeteg.hu*³⁵, *patikaplus.hu*³⁶ voltak, amelyeken a kullancsok fajtáiról, csípéseik okozta betegségekről olvashatunk.

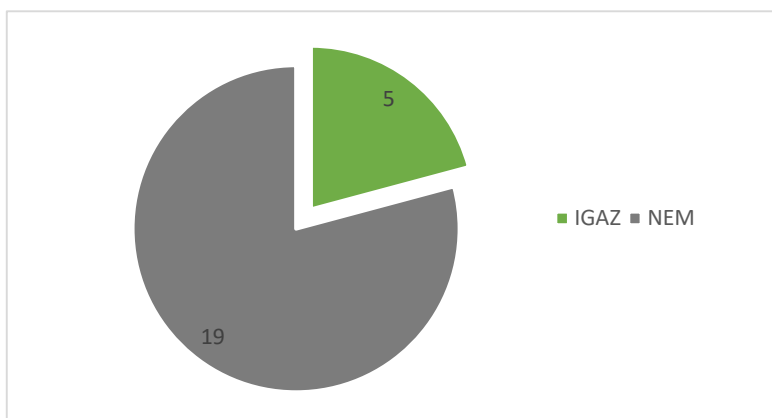
³⁵ Dr. Csiszár Miklós 2018. Kullancs okozta kórok - Figyelje a tüneteket! <https://www.webbeteg.hu/cikkek/eloskodok/9209/kullancs-elleni-vedekezes> [Letöltés időpontja: 2021.03.22.]

³⁶ Tudta, hogy áprilistól a legaktívabb a kullancs? <http://www.patikaplus.hu/hirek/aktualis/tudta-hogy-aprilistol-a-legaktivabb-a-kullancs.html> [Letöltés időpontja: 2021.03.22.]

Mindemellett megfigyelhető volt, hogy a hiteles forrásoknak minősített oldalakon megjelenő tartalmak közül az adatközlők egymástól függetlenül ugyanazokat másolták be. Így az *index.hu*³⁷ cikke 7-szer, a *24.hu*³⁸ pedig 5-ször fordult elő.

A feladat utolsó részében az összes információt felhasználva arról kellett döntenie az adatközlőnek, hogy az eredeti tartalomban olvasható állítás, miszerint „a krími-kongói vérzések-láz-vírust is beazonosították egy Margit-szigeten talált kullancsban” igaz-e vagy sem.

49. ábra Kapiller Zoltán állítása az adatközlők szerint (N=24)



Az eredmény, mely a kördiagramon is látható, nem olyan meglepő, hiszen az ellenőrzés során is azok az oldalak voltak többségben, ahol kifejtik és alátámasztják, hogy a Kullancsszövetség elnöke ezzel a kijelentésével különböző információkat vont össze és téves következtetést fogalmazott meg.

Az 5 igaz válasz a sikertelen ellenőrzés eredménye, melyről a kérdőívek egyesével történő áttekintése alapján győződtem meg. Ugyanis két 40 éves adatközlőt abszolút nem győzött meg a hír, de mivel azt nem tudta más forrásból ellenőrizni igaznak minősítette a fenti állítást. Hasonlóan járt el az a 30 éves kitöltő, akit félig győzött meg az eredeti cikk és kamu forrás alapján tájékozódott, valamint az az 50 éves pedagógus, aki a kérdőív linkjét csatolta a válaszok közé, nem indítva keresést a témában. Ez viszont nem csak a közép és idősebb korosztály résztvevőire volt jellemző, hanem a fiatalokra is. Hiszen egy 22 éves diák, akit abszolút nem győzött meg a hír, ellenőrzést követően az igen választ jelölte. Viszont az általa belinkelt tartalmakból nem is lehetne tényszerűen megállapítani, hogy Kapiller Zoltán valóban helytálló kijelentést tett, vagy sem, ugyanis a csatolt oldalak még a témához sem kapcsolódtak.

³⁷ Juhász Edina 2020. Nem igaz, hogy krími-kongói vérzések lázat mutattak ki magyarországi kullancsokban <https://index.hu/tech/hoax/2020/03/04/nem-igaz-hogy-krimi-kongoi-verzeses-lazat-mutattak-ki-magyarorszagi-kullancsokban/> [Letöltés időpontja: 2021.03.24.]

³⁸ Álhír volt, hogy Magyarországon azonosították a krími-kongói vérzések-láz vírust 2020. <https://24.hu/tudomany/2020/03/05/krimi-kongoi-verzeses-laz-magyarorszag/> [Letöltés időpontja: 2021.03.24.]

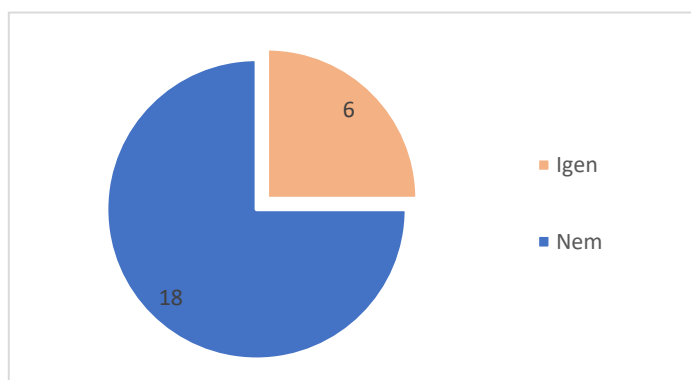
A második szituatív feladat kiértékelése

Ennél a feladatnál is az információ keresés, szűrés stratégiáit és eszközeit veszik igénybe az adatközlők, azzal a különbséggel, hogy ezúttal egy sokkal tágabb témakörrel kapcsolatban kell tájékozódniuk. Mégpedig egy rovarcsípést követő allergiás reakciók leküzdésére alkalmas eljárásról. Ahhoz viszont, hogy annak eredményességéről érdemben tudjanak nyilatkozni és akár más módszert is javasoljanak, nagyon fontos az azt megelőző hiteles, tudományosan megalapozott források áttekintése.

Az allergia ellen használt kalcium és pezsgőtabletta nem újszerű gyógymód az emberek körében. Vannak, akik ma is erre esküsznek és bátran tanácsolják másoknak. Sőt még sürgősségi betegellátásban dolgozó orvosoknál is előfordul, hogy súlyos allergiás reakciók vagy kórképek esetén kalciumot adnak a betegnek. Eredményessége viszont megcáfolható, amint azt Dr. Gáspár Krisztina is ismertet a tudomany.hu³⁹ cikksorozat egyik részében. Ugyanis a kalcium allergia esetén nem csak, hogy nem használ, de akár káros is lehet. Mivel hamis biztonságérzetet ad a betegnek és az őt ápolónak, így sokkal később kapja meg az antihisztaminos kezelést, ami életveszélyes állapot kialakulásához is vezethet.

Mindezek ismeretében különösen érdekelt, hányan tartják ezt a módszert olyannyira alkalmasnak, hogy jószívvvel tanácsolnák embertársuknak.

50. ábra Tanácsolná allergiára a kalciumos pezsgőtablettát? (N=24)



A beérkezett válaszok szerint, amint azt a diagram adatai is mutatják, az adatközlők többsége nem javasolná a kalciumos pezsgőtabletta használatát. Természetesen ez nem azt jelenti, hogy maga a kalcium nem hasznos, sőt számos élettani folyamatban elengedhetetlen, viszont allergia esetén való javasolt használatára hazai és nemzetközi szakirodalmakban sem fedezhetünk fel egyértelmű utalást⁴⁰. Mindemellett az eredmények arról is árulkodnak, hogy milyen jól tájékozottak az adatközlők ebben a témában, ami nem olyan meglepő, ha az online

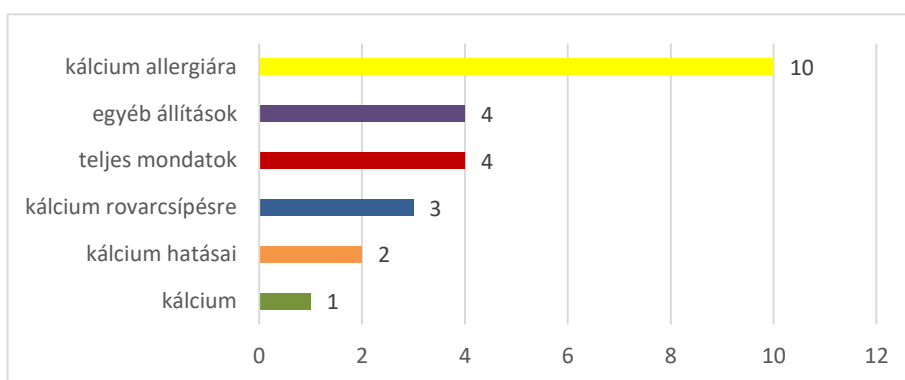
³⁹ Gáspár Krisztina 2020. Tévhitek a kalciumterápiáról <https://tudomany.hu/cikkek/tevhitek-a-kalciumterapiarol-110685> [Letöltés időpontja: 2021.03.25.]

⁴⁰ Ua 39

megfigyelés során ellenőrzött tartalmakat vesszük figyelembe, amelyek számottevő része az egészséggel volt kapcsolatos. Ennek ellenére mégis indokoltnak vélem a témában való tájékozódást, hiszen, ha kevesen is, de hatan biztosan alkalmaznák és javasolnák ezt a módszert, amely a tévhitek egyike.

A hasznosítható információk eléréshez azonban, ahogyan az előző feladatnál is láthattuk, rendkívül fontos a megfelelő kulcsszavak kiválasztása. Hiszen árnyalatnyi eltérés esetén is más keresési találok közül válogathatunk, amelyek előrébb vihetnek, vagy épp megtéveszthetnek bennünket.

51. ábra Az adatközlők által megadott kulcsszavak a keresés során (N=24)



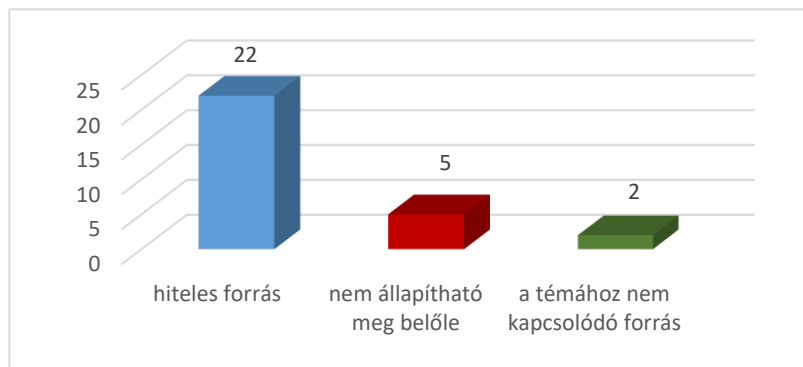
Az adatközlők összességében többféle variációt is felhasználtak a keresés során, de a leggyakoribb egyértelműen a „kalcium allergiára” válasz volt, melyhez hasonlóan a „kalcium rovarcsípésre” változat is egy hatékony és célravezető kulcsszónak tekinthető. Ugyanis a kalciumról és annak hatásairól nem önmagában szeretne ezáltal többet tudni az illető, hanem egy bizonyos szituációnak megfelelő felhasználásának az eredményességéről. Erre utalnak az allergia és a rovarcsípés kiegészítő szavak is a kalcium mellett.

A diagramon továbbá teljes mondatok kategóriáját is olvashatjuk, mivel a válaszadók nem csak kulcsszót, hanem 3 kérdő és 1 tagadó mondatot is alkalmaztak a keresés során. Míg a kérdő mondat által, mint például „A kalcium hatásos az allergiás reakciók ellen?”, a pozitív és a negatív álláspontoknak is teret engedünk, addig egy tagadó mondat, saját véleményünkkel megegyező irányba szűkítjük a találatokat. Ilyen esetben az internetező sokkal inkább megerősítést végez ahelyett, hogy arról informálódna, a kalcium valóban hatékony-e vagy sem allergiás tünetek kezelésére.

Mindemellett az is előfordult, hogy néhány személy nem indított keresést a téma kapcsán, melyeket az egyéb állításokhoz sorolt „nem írtam semmit”, „nem vagyok benne biztos, hogy igen” válaszok bizonyítanak. Azonban meglátásom szerint mindezt nem érdektelenségből hagyták ki az adatközlők, hanem alacsony digitális kompetenciájuk következtében. Ugyanis az említett visszajelzések egy 43 és egy 52 éves nőtől származnak.

Azok által, akik elvégezték a feladatot és a téma kapcsán is jártasságot szereztek összesen 29 URL-link lett rögzítve. Mindezeket egyesével áttekintve három kategóriába csoportosítottam, amint azt az 52. ábra is szemlélteti.

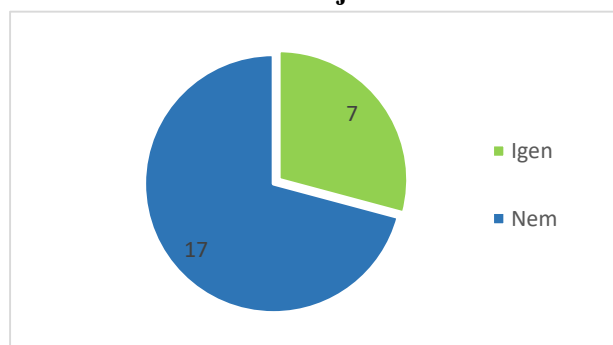
52. ábra Az adatközlők által továbbított oldalak kategóriák alapján (N=29)



Az adatok alapján összességében azt mondhatjuk, hogy nem jelentett nehézséget és problémát az információ keresése és szűrése, ugyanis 22 hiteles forrás gyűlt össze a vizsgálat során, melyek kétségtelenül a legpontosabb tudnivalókat tartalmazták. A leggyakoribb oldalak ezek közül az *egészségkalauz.hu* és a *novakunor.hu* voltak, melyeket megegyező sorrendben 7 és 4 alkalommal továbbítottak. A válaszok között mindezek mellett találni olyan tartalmakat is, mint a *webbeteg.hu* cikke⁴¹, mely ugyan a rovarcsípést követő allergia kezelési eljárásait és teendőit kívánja bemutatni és ismertetni, nem közöl releváns információt a kalciumos pezsgőtabletta allergiára javasolt vagy épp káros használatáról. Az úgynevezett Parajdi párologtató sőről szóló tartalom⁴² pedig, azon kívül, hogy jótékony hatásai közé sorolja az allergia csökkentését, nem is kapcsolódik a témához.

A tájékozódás viszont elérte a célját, ugyanis az 53. ábra adatai szerint, az adatközlők válasza megváltozott.

53. ábra Változott a válasza a tájékozódást követően? (N=24)



⁴¹ Dr. Brugós László 2017. Mi a teendő rovarcsípés-allergia esetén?
<https://www.webbeteg.hu/cikkek/allergia/107/rovarcsipes-allergia> [Letöltés időpontja: 2021.03.25.]

⁴² https://parajdisokincsek.hu/egeszseges-natur-biobolt/parajdiso-termeszetes-gyogyhatasu/parologtatoso-/?gclid=CjwKCAiAxp-ABhALEiwAXm6IydBczhO6g0jFjjF7eooMBYQROEWwWYJ9Yvhks95Zf9-0sn2qsD5G0BoCND4QAvD_BwE [Letöltés időpontja: 2021.03.25.]

Ami azt jelenti, hogy nemcsak az a 6 személy győződött meg kellőképpen a kalciumos pezsgőtabletta allergiára való használatának hatástalanságáról, akik korábban még jóhiszeműen tanácsolták, hanem plusz egy adatközlő is.

Bár ez az eljárás mód nem tanácsos, vannak és lehetnek is más módszerek, amelyek segíthetnek bennünket egy ilyen szituációs helyzet megoldásában. Ezzel kapcsolatosan 15 válasz érkezett az adatközlőktől, akik az olvasottak alapján főként azt javasolják, hogy az egyén forduljon orvoshoz (8), antihisztamin tartalmú gyógyszert (2) vagy csalan teát (2) fogyasszon.

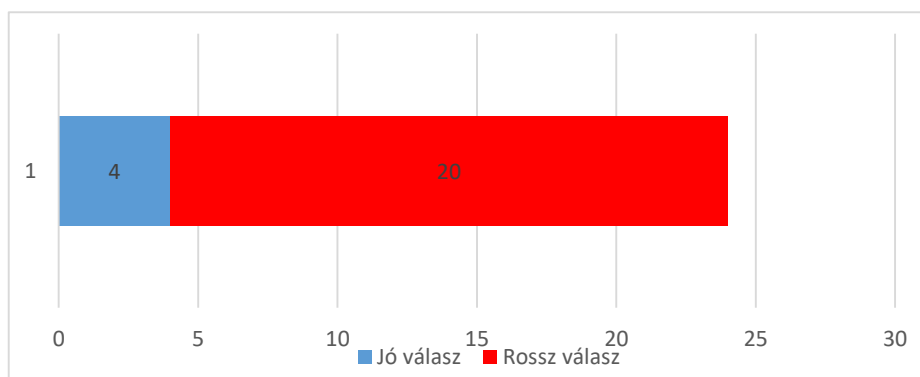
A kutatás elején az első két szituatív feladat megoldásával kapcsolatban az volt a feltételezésem, hogy mindegyik korosztályhoz tartozó adatközlő sikeresen elvégzi a cikk ellenőrzését, mely téves információkat tartalmaz, viszont abban az esetben több álhíroldal linkjét adják majd meg, ha nekik kell keresniük egy állítás megerősítése vagy cáfolása során. Az eredmények viszont azt mutatták, hogy 24 adatközlő közül 5-en téves következtetést vontak le a hírrel kapcsolatban, azaz sikertelenül oldották meg a feladatot, sőt, volt, aki keresést sem indított az ellenőrzés céljából. Az álhír oldalak száma második alkalommal, amikor az allergiára javasolt eljárás után tájékoztak, sem lett magasabb. Így feltételezésem mindezekkel kapcsolatban nem igazolódott be.

A harmadik szituatív feladat kiértékelése

A harmadik és egyben az utolsó feladat egy családi kirándulás útvonalának a megtervezése volt, Beregszászból a Nyíregyházi Állatparkig. Az útvonalterv ellenőrzése céljából arra kértem az adatközlőket, hogy adják meg a pontos időt és a főbb állomásokat, valamint egy étterem és szállás kijelölésével pedig egészítsék ki az utazást. Mindezt a Google Térkép alkalmazásával lehetett és kellett, hogy elvégezzék annak érdekében, hogy pontos és jó megoldások szülessenek. Viszont a feladat szövegében, az előzőkhöz hasonlóan csak az internet igénybevétele volt megnevezve. Azzal a céllal, hogy az adatközlők azokat a keresőprogramokat, oldalakat és alkalmazásokat vegyék alapul, amelyeket ismernek és használnak.

Autóval eljutni Beregszászból a célig kétféle útvonal mentén lehetséges a Google Térkép alapján, melyek közül az egyik 1 óra 26 percet, a másik pedig 1 óra 29 percet vesz igénybe. Így ezt a kettőt és a közöttük lévő intervallumot fogadtam el helyesnek a válaszok kiértékelése során.

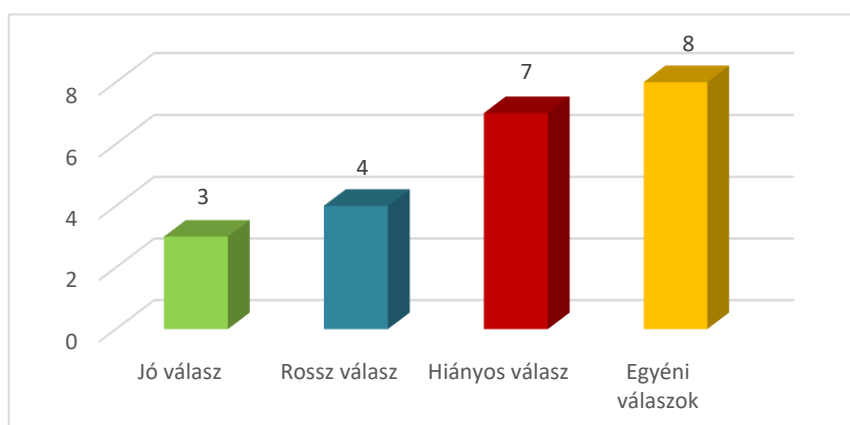
54. ábra Beregszász és a Nyíregyházi Állatpark útvonalának időtartama (N=24)



Ez egy viszonylag könnyű és egyszerű kérdés, ennek ellenére az adatközlők összességében nem tudták sikeresen megválaszolni. Ugyanis a sávdiaqramon feltüntetett értékek szerint, 24 válaszból 20 rossz válasz és mindössze 4 jó válasz érkezett. A helytelen visszajelzések viszont arra engednek következtetni, hogy a személyek nem az alkalmazás segítségével határozták meg az időt, hanem saját tapasztalatuk, emlékezetük alapján. De az is előfordult, hogy nem a digitális kompetencia bizonyos részének hiányából adódott a probléma, hanem az anyanyelvi szövegértés kompetenciájából. Ugyanis a Google Térképet használva nem Beregszász, hanem Tiszaújlak – Nyíregyházi Állatpark közötti útvonalat számította ki az egyén, figyelmen kívül hagyva a feladat szövegében olvasható kiindulás helyszínét.

Főbb állomások a kijelölt utakon a következők voltak: Beregszász – Asztély – Beregsurány-határátkelő – Vásárosnamény – Nyíregyháza – Nyíregyházi Állatpark, valamint Beregszász – Asztély – Beregsurány-határátkelő – Vásárosnamény – Nyíregyháza –Nyíregyházi Állatpark.

55. ábra Az adatközlők válasza az útvonalak főbb állomásaira (N=22)



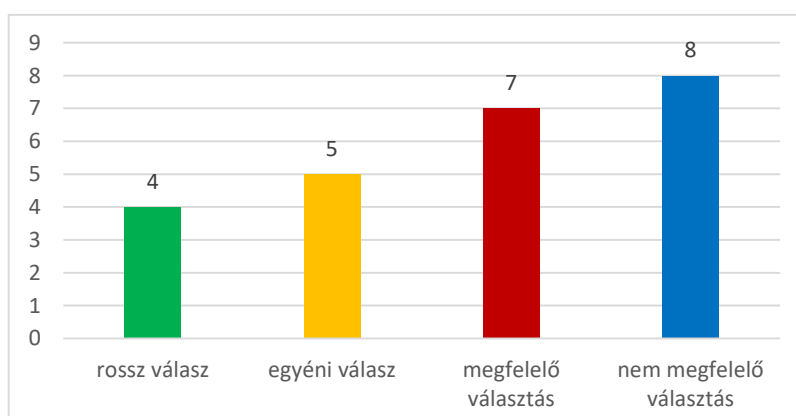
Az ezzel kapcsolatosan beérkezett 22 válasz, az előző kérdéshez hasonló eredményeket mutat. Ugyanis mindössze csak 3 adatközlő adta meg pontosan az útvonal főbb állomásait. A hiányos válaszok tartalmazták ugyan azok valamelyikét, de nem maradéktalanul. Valószínűleg ők már nem a térkép, hanem meglévő tudásuk alapján nevezték meg az

állomásokat. A rossz válaszok kategóriájába pedig azok tartoznak, amelyek helyszínei eltérnek a kijelölt útvonaltól.

A diagram értékeit figyelembe véve különösen érdekes, hogy épp az egyéni válaszok, mint például a „Nem állunk meg sehol”, „Az állatkert után még meglátogatni a kalandparkot”, „Decantlon plaza, Cinema City” vannak a legnagyobb arányban. Viszont mindezeket nem lehet csak egy korosztályhoz kapcsolni, ugyanis a legidősebb, középkorú és a legfiatalabb adatközlők között is találni olyat, aki a konkrét választ kikerülve alkalmazta ezt az opciót.

Arra hivatkozva, hogy az ebéd fontos része az étkezésnek, egy étterem kijelölését kértem az adatközlőktől, amely az Állatparkhoz viszonyítva a legközelebb található. Mivel pontosan nem határoztam meg, hogy gyalog vagy járművel megközelíthető helyről lehet szó, ezért azokat a válaszokat is elfogadtam, amelyek 5 percre vannak autóval.

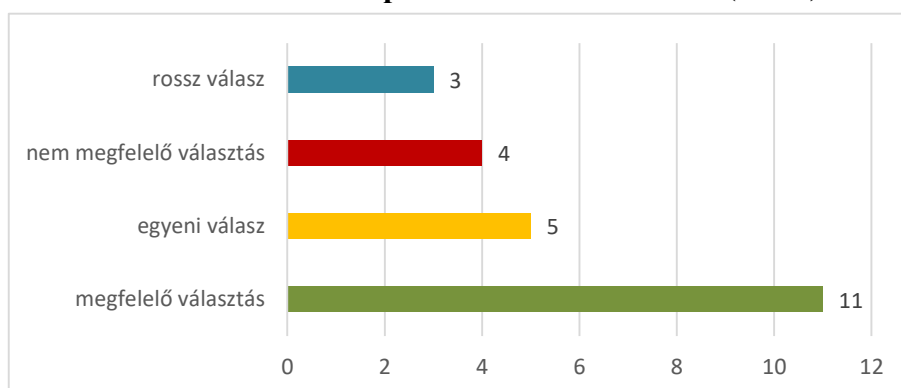
56. ábra Az éttermek kapcsán beérkező válaszok (N=24)



Bár eggyel alul marad a megfelelő választás kategóriája (7) a nem megfelelő válaszokhoz képest, mégis több a jó visszajelzések száma, mint a rossz (4). Ugyanis az utóbbiakhoz tartozók nem csak negyed vagy fél órával vannak messzebb a helyszíntől, hanem Nyíregyházán kívül találhatóak, mint például a Vásárosnaményi Pizza Sarok. Az 5 egyéni válasz, amelyek célja szintén a kitérés, csak a legidősebb korosztályhoz sorolható. Ezek közül az egyik „Az éttermet menet közben fogjuk kiválasztani /nem ismerem a lehetőségeket/.” válasz arra is rámutat, hogy az internet adta lehetőségeket sem ismeri teljes egészében az adatközlő. Hiszen, ha digitális kompetenciájának része lenne a Google keresőprogram térkép opciójának használata, egy távoli ország éttermei közül is tudna válogatni.

Végül egy közelben lévő legalább 4 csillagos, közepes árkategóriába tartozó szálláshelyet kellett kiválasztaniuk az adatközlőknek, melyet összesen 23-an válaszoltak meg.

57. ábra A szállás kapcsán beérkező válaszok (N=23)



A diagramon látható eredmények kimagaslóan pozitívak az előző kérdések válaszaikhoz képest. Hiszen az általam megadott kritériumok betartásával 11 jó válasz született, azaz megfelelően választottak a kínálkozó lehetőségek közül. A kérdőívek egyesével történő elemzése alapján pedig az is megfigyelhető volt, hogy az egyéni válaszokat ugyan még mindig a legidősebbek adták, de a másik három kategóriába vegyes korosztálybeliek válaszai kerültek.

Ezek a szituatív feladatok aktivizálták az adatközlők digitális kompetenciájának bizonyos részeit, de rámutattak azon belül tapasztalható hiányosságokra is. Hiszen a legidősebbek számára nem csupán a Google Térkép használata volt ismeretlen, hanem problémát okozott az internetes keresés, az eszköz adta lehetőségek, ugyanis telefonon keresztül nem tudták végrehajtani a feladatokat. De emellett mindegyik korosztály számára szükséges volna bővíteni és fejleszteni ismereteiket, kompetenciájukat.

V. ÖSSZEFOGLALÁS

Diplomamunkám keretében megvalósult kutatás egy kiindulási kísérletnek, próbakutatásnak tudható be, amely során napjainkban egy különösen fontos témával, Kárpátaljai viszonylatban pedig egy hiánypótló kutatási területtel foglalkozom. Ugyanis a kutatás tárgyát a digitális kompetenciákon belül a digitális szövegértési készségeknek egy kis szelete képezte, mégpedig az információ keresés-szűrés kérdéseire, valamint az általános hírek, a hoaxok felismerésére, kezelésére vonatkozó kérdéseket jártam körbe a beregszászi járás internetezői körében.

Célom ezzel a kutatással az volt, hogy feltérképezsem a kárpátaljai internetezők milyen stratégiákat, eszközöket alkalmaznak az információ keresésére, és szűrésére, illetve hogyan haladnak tovább a keresésben, milyen szempontok alapján ellenőrzik a közösségi oldalon megjelent hírt és cikket, valamint hogyan szűrik meg a kamu, általános tartalmakat, manipulatív képeket. Hozzájárulva ezáltal ahhoz, hogy az anyanyelvi szövegértésről készült tudományos munkák mellett ismereteket szerezzünk a digitális szövegértés bizonyos szegmensének aktuális helyzetéről.

A kutatómunka során kvantitatív (kérdőív, szituatív feladatok) és kvalitatív (résztevő megfigyelés) módszereket is alkalmaztam, melyek számszerűen ellenőrizhető, objektív adatokról és az adatközlők tényleges viselkedéséről, tevékenységéről biztosítanak információt. Mindezek számos témakört érintenek a válaszadók internetes tevékenységei kapcsán, ugyanis a főbb kutatási kérdések mellett többek között a közösségi oldalokról, azokon megosztott tartalmak típusáról, témájáról, a leggyakrabban látogatott weblapokról, a megosztott tartalmak ellenőrzésének legfontosabb tényezőiről, sőt a közbeszédet képező aktuális tévhitek megítéléséről is szólnak.

Az eredményeket ezúttal a munkám elején megfogalmazott hipotézisek igazolásaként, vagy épp cáfolásaként kívánom összegezni. Az információ keresés-szűrés eszközei és stratégiái kapcsán elmondható, hogy az internetezők többsége, akik egyetemi és felsőfokú végzettséggel rendelkeznek leginkább csak a Google keresőprogramot alkalmazzák. Vannak ugyan kivételek, akik, ha nem is rendszerességgel, de más programot is ismernek és használnak, viszont azok száma a fiatal korosztálytól haladva fölfelé egyre inkább csökken. Ez a tendencia jellemző akkor is, ha egy szituációs helyzet megoldása érdekében egyéb alkalmazást, programot kell igénybe venni és megfelelően alkalmazni. Tehát míg a legfiatalabbak, akik jelenleg is tanulnak és bővítik tudásukat a legszélesebb, addig legidősebbek, ismeret hiányából, a legszűkebb eszköztárral rendelkeznek.

Ami a stratégiákat illeti, az online kérdőív adatai alapján minden korosztályt érintő általános megállapítások születtek. Többek között az, hogy a keresési módszerek közül csak a kereső sávba beírt téma vagy kulcsszó alapján keresnek. A találatok közötti válogatást leginkább egy összefoglaló mondat, kulcsszó és cím segíti. Abban az esetben, ha nem megfelelőek a kiadott találatok, akkor a keresőbe beírt kulcsszó pontosításával, nem pedig más keresési stratégiák alkalmazásával hárítják el a problémát. A szituatív feladatsor sikertelen megoldásai viszont arra is rámutattak, hogy a legfiatalabb és idősebb generáció tagjai rendelkeznek a legszűkebb keresési és szűrési stratégiákkal. Ugyanis a hír ellenőrzése során ők voltak azok, akik keresést indítva sem jutottak hiteles, tudományosan megalapozott forrásokhoz. Mindezek alapján a 2. hipotézisem, miszerint a két legszélső korosztály rendelkezik majd a legszűkebb eszköztárral és stratégiával az információ keresése és szűrése terén, csak a stratégiákat illetően igazolódott.

Az álhírek megosztásával, felismerésével és ellenőrzésével kapcsolatban a kutatás módszerei szerint változatos eredmények kerültek felszínre. Mivel a résztvevő megfigyelés során a legtöbb álhírt a legidősebb korosztály adatközlői osztották meg, viszont a kérdőívben szereplő téves információkat ők ismerték fel a legnagyobb arányban. A hamis állítást tartalmazó szituatív feladat ellenőrzésénél pedig a legidősebbek és a legfiatalabbak ütköztek akadályokba. Bár úgy vélem, az online kérdőívben felismert álhírek magas százaléka abból adódott, hogy az 50-65 évesek közé tartozók vettek részt a legkevesebben a vizsgálatban. Így már két jó válasz eltalálásával is pozitív érték jött ki. Ebből kifolyólag arra a következtetésre jutottam, hogy a legidősebbek a legvédtelenebbek az álhírekkel szemben, ők osztják meg a legtöbb ilyen tartalmat, valamint nekik és a legfiatalabbakban van a legkevesebb ismeretük a hírek ellenőrzésének módszereiről (1. hipotézis).

A résztvevő megfigyelés eredményei továbbá igazolták azt a feltételezésem, hogy a kérdőív előtt és után végzett vizsgálat adatai az álhírek gyakoriságát tekintve eltérő lesz. Mégpedig a későbbi megfigyelés alkalmával kevesebb álhír kerül majd rögzítésre, ugyanannyi adatközlő nyomon követése alapján. A vizsgálat alkalmával viszont nem csak megegyező, de majdnem kétszer több személy megfigyelése során is kevesebb lett a hamis tartalmak száma (3. hipotézis).

A szituatív feladatsor kapcsán megfogalmazott hipotézisem viszont az eredmények alapján nem igazolódott be. Ugyanis a feltételezett álhíroldalak megnövekedése nem történt meg, ahogyan a cikk ellenőrzését sem oldotta meg mindenki sikeresen. Annak ellenére sem, hogy az utóbbi kapcsán a konkrét tartalom ismerete által egy szűkebb téma után indíthattak

keresést, ami azért viszonylag könnyebbé teszi és segíti a találatok közötti válogatást (4. hipotézis).

Mindezek mellett megfigyelhetővé vált, hogy az álhírek és manipulatív fényképek megítélésében, valamint a hoaxok felismerésében vagy elfogadásában, a válaszadók többnyire az érzelmi heurisztika valamint a megerősítő torzítás alapján döntenek. Amely által hajlamosak érzelmi alapon mérlegelni, vagy olyan információkat elhinni és előnyben részesíteni, amelyek megerősítik meggyőződéseiket, vagy a dolgok valóságos képéhez állnak közelebb. Ezért célszerű lenne bővíteni az adatközlők tudását az ellenőrzés néhány lépésének ismertetésével, amellet, hogy minden korosztály számára fontos volna a digitális szövegértés kompetenciájának, beleértve a keresés során alkalmazott eszközök és stratégiák fejlesztése. Erre egyrészt az iskola kell, hogy teret biztosítson, de természetesen nem csak intézményes keretek között kell és lehet rá lehetőségünk, hanem életfogytig tartó tanulás keretében a hétköznapiakban is, ha megvan rá az igényünk.

VI. РЕЗЮМЕ

Дослідження, проведені в рамках моєї дипломної роботи, можна віднести до початкового експерименту, пілотного дослідження, в ході якого я займаюся особливо важливою темою в наш час, а у випадку Закарпаття з дослідницьким напрямком, що заповнює прогалини. А саме, предметом дослідження був невеликий фрагмент навичок цифрового розуміння в межах цифрових компетенцій, а саме питання пошуку та фільтрації інформації, а також питання, пов'язані з розпізнаванням та обробкою псевдонаукових новин та підступів серед користувачів Інтернету у Березівському районі.

Метою цього дослідження було скласти план стратегій та інструментів, які застосовують користувачі Інтернету на Закарпатті для пошуку та фільтрування інформації, і як вони продовжують пошук, за якими критеріями перевіряють новини та статті, опубліковані на соціальному сайті, і як відфільтрувати фальшивий, псевдонауковий вміст, маніпулятивні зображення. Таким чином, окрім наукових праць із розуміння рідної мови, ми сприяємо отриманню знань про сучасну ситуацію певного сегмента цифрового розуміння.

Під час дослідження я також використовувала кількісні (анкетування, ситуативні завдання) та якісні (спостереження за учасниками) методи, які надають чисельну інформацію про об'єктивні дані та фактичну поведінку та діяльність інформаторів. Все це стосується низки тем, пов'язаних з онлайнвою діяльністю респондентів, таких як соціальні дослідження, тип та зміст вмісту, які вони поширюють, веб-сторінки, які найчастіше відвідують, найважливіші фактори контролю спільного вмісту та навіть актуальні помилкові уявлення про публічний дискурс.

Цього разу я хочу узагальнити результати як підтвердження або спростування гіпотез, сформульованих на початку моєї роботи. Щодо інструментів та стратегій фільтрації пошуку інформації, можна сказати, що більшість користувачів Інтернету, які мають університет або вищу освіту, здебільшого використовують лише пошукову систему Google. Є винятки, хоча вони знають і використовують інші програми, хоча і не регулярно, але їх кількість зменшується з молодого віку вгору. Ця тенденція характерна навіть тоді, коли інші програми та додатки повинні бути використані та застосовані належним чином для вирішення ситуації. Отож, хоча наймолодші, які ще навчаються та розширюють свої знання, є найширшими, найстарші через брак знань мають найвужчий набір інструментів.

Що стосується стратегій, загальні висновки для будь-якого віку були зроблені на основі даних Інтернет-анкети. Одним із способів пошуку є пошук лише за темою або ключовим словом, яке ви вводите в рядок пошуку. Вибір між результатами здебільшого допомагає коротке речення, ключове слово та заголовок. Якщо результати, які ви вводите, не є релевантними, вони вирішують проблему шляхом уточнення ключового слова, яке ви ввели в пошукову систему, а не за допомогою інших стратегій пошуку. Однак невдалі рішення ситуаційної послідовності завдань також вказували на те, що представники наймолодшого та старшого покоління мають найвужчі стратегії пошуку та фільтрації. А саме, під час перевірки новин вони не отримали достовірних науково обґрунтованих джерел навіть під час початку пошуку. Виходячи з усього цього, моя 2 гіпотеза про те, що дві найвіддаленіші вікові групи матимуть найвужчий набір інструментів та стратегій пошуку та фільтрації інформації, була підтверджена лише з точки зору стратегій.

Різні результати отримані з методів дослідження щодо обміну, розпізнавання та контролю фальшивих новин. Оскільки більшістю псевдо-новин ділились респонденти найстаршої вікової групи під час спостереження за учасниками, вони визнали помилкову інформацію в анкеті у найбільшій кількості. І під час перевірки ситуаційного завдання, що містить хибне твердження, найстарший і наймолодший учасники стикалися з перешкодами. Хоча я вважаю, що високий відсоток фейкових новин, виявлених в онлайнівій анкеті, був пов'язаний з тим, що найменше брали участь у дослідженні особи у віці 50–65 років. Таким чином, навіть натиснувши дві хороші відповіді, вийшло позитивне значення. У результаті я дійшла висновку, що найстарші люди найбільш вразливі до фейкових новин, вони діляться більшою частиною цього вмісту, вони та наймолодші учасники мають найменше знань про методи управління новинами (Гіпотеза 1).

Результати спостереження за учасниками додатково підтвердили мою гіпотезу про те, що дані дослідження до та після анкетування будуть різними з точки зору частоти неправдивих новин. А саме, менше псевдо-новин буде зафіксовано під час подальшого спостереження на основі подальшої роботи з такою ж кількістю інформаторів. З іншого боку, кількість фальшивого вмісту зменшилася менше, ніж у випадку не тільки тих самих, але майже вдвічі більше людей (гіпотеза 3).

Однак моя гіпотеза, сформульована у зв'язку із ситуаційним рядом завдань, не підтвердилася на основі результатів. Це тому, що не збільшилося кількість передбачуваних фальшивих сторінок новин, так само як не всі успішно вирішили

контроль над статтею. Незважаючи на те, що останні можна було використовувати для пошуку більш вузької теми, знаючи конкретний зміст, що робить порівняно простішим та легшим сортування результатів (Гіпотеза 4).

Крім того, стало помітно, що при оцінці неправдивих новин та маніпулятивних фотографій, а також при визнанні чи прийнятті підступних речей респонденти в основному приймають рішення на основі емоційної евристики, а також підтверджуючої упередженості. За допомогою якого вони схильні зважувати на емоційній основі, або вірити і віддавати перевагу інформації, яка підкріплює їхні переконання або наближається до реалістичної картини речей. Тому було б корисно розширити знання інформаторів, описуючи деякі етапи використання інтернет-платформ, на додачу до важливості для всіх віків розвитку компетенцій цифрової грамотності, включаючи інструменти та стратегії пошуку. З одного боку, школа повинна забезпечити для цього простір для навчання та правильної фільтрації інформації, але, звичайно, ми маємо потребу і можемо мати можливість не лише в інституційних рамках, але й в рамках навчання впродовж життя у повсякденному житті, якщо ми маємо в цьому потребу.

VII. FELHASZNÁLT IRODALOM JEGYZÉKE

- Aczél Petra – Veszelszki Ágnes 2018. Egy új tudománykommunikációs modell szükségességéről. A sciXcom-modell. JEL-KÉP. Kommunikáció, közvélemény, média 2018/4. sz., 4-18.
- https://www.researchgate.net/publication/331313249_Egy_uj_tudomanykommunikacios_modell_szuksegessegerol_A_sciXcom-modell [Letöltés időpontja: 2020.01.20.]
- Aczél Petra 2014. Médiaműveltség. In: Médiatudatosság az oktatásban – konferencia. Oktatókutatató és Fejlesztő Intézet, Budapest, 39-44.
- Ala-Mutka, Kirsti 2011. Mapping Digital Competence: Towards a Conceptual Understanding. European Commission Joint Research Centre Luxembourg.
- Alcott, Hunt – Gentzkow, Matthew 2017: Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives* 31/2, 211-236.
- Arató László 2006. Szövegértés, szövegalkotás a magyarórán. In: Sipos Lajos (szerk.), *Irodalomtanítás a harmadik évezredben*. Budapest, Krónika Nova Kiadó, 144–160.
- Bajomi-Lázár Péter 2017. Manipulál-e a média? *Médiakutató*, 18. évf. 4. sz., 61–79.
- Balázi Ildikó – Ostorics László 2011. PISA2009. Digitális szövegértés. Olvasás a világhálón. Oktatási Hivatal, Budapest.
- Balázi Ildikó, Ostorics László, Szalay Balázs, Szepesi Ildikó és Vadász Csaba 2013. PISA2012. Összefoglaló jelentés. Oktatási Hivatal, Budapest.
- Barabási Albert-László 2013. *Behálózva - A hálózatok új tudománya*. Budapest, Helikon Kiadó.
- Bárdos Jenő 2003. *Az idegen nyelvek tanításának elméleti alapjai és gyakorlata*. Nemzeti Tankönyvkiadó. Budapest.
- Benedek András szerk. 2008. *Digitális pedagógia. Tanulás IKT környezetben*. Typotex, Budapest.
- Berényi László 2012. Digitális kompetencia helyzetkép a szervezeti kompetenciafejlesztés szempontjából. In: *Gazdaságtudományi Közlemények*, 6. kötet, 1. sz., 5–19.
- Berthele, Raphael 2019. Policy recommendations for language learning: Linguists' contributions between scholarly debates and pseudoscience. *Journal of the European Second Language Association*, vol. 3, 1–11.
- Boronkai Dóra 2017. „Média-szöveg-értés”. Újmédia az anyanyelvtanításban. *Anyanyelv-pedagógia* 2. <http://anyanyelv-pedagogia.hu/cikkek.php?id=681> [Letöltés időpontja: 2020. 02 14.]

- Braten Ivar et al. 2011. Reading Multiple and Non-Traditional Texts: New Opportunities and New Challenges. In. E. B. Moje – P. Afflerbach – P. Enciso – N. K. Lesaux eds. Handbook of Reading Research (V.) Routledge, New York.
- Casti, John L. 1990. Verlust der Wahrheit. Streitfragen der Naturwissenschaften. München, Droemer/Knaur.
- Emily K. Vraga – Leticia Bode 2017. I do not believe you: how providing a source corrects health misperceptions across social media platforms, *Information, Communication & Society*, vol. 21, no. 10, 1-17.
- Esser, Frank 1999. Tabloidization of News. A Comparative Analysis of Anglo-American and German Press Journalism. *European Journal of Communication* 14/3: 291–324.
- Falyuna Nóra 2017. Az áltudományos szövegek pragmatikai vizsgálata. Esettanulmány a lúgosító diéta példáján. *Századvég* 84, 85–107.
- Faragó, L., Kende, A., & Krekó, P. (in press) 2020. We only believe in news that we doctored ourselves: The connection between partisanship and political fake news. *Social Psychology*. <https://www.elte.hu/content/senki-sem-vedett-a-teves-informaciokkal-szemben.t.19572?fbclid=IwAR0Uooo2Wsq9hC4SUNs6XCgUIAbIq1WdaWjFtMhZGU0tQFHGPDSkt3LW7GE> [Letöltés időpontja: 2019. 10. 02.]
- Fehér Péter 2014. A netgeneráció és az e-learning – a netgeneráció elektronikus tanulási szokásainak elemzése. In. Buda András szerk.: *Oktatás és nevelés - gyakorlat és tudomány*. ONK. Debreceni Egyetem Neveléstudományok Intézete, Debrecen.
- Fenyő D. György 2010. Hogyan olvasnak a mai fiatalok? *Fordulópont* 52: 13–35.
- Fenyvesi Judit 2016. Az álhírek innovációja az idő és a technológia változásával. In. Balázs Géza – Veszelszki Ágnes szerk. *Generációk nyelve*. Tanulmánykötet. Budapest, Mai Magyar Nyelvi Tanszék – Inter – Magyar Szemiotikai Társaság, 445–452.
- Ferenc Viktória 2014. Ami a nemzetközi mérésekben nem látszik: tanulói kompetenciák Kárpátalján. *Kisebbségkutatás*. 4. sz., 188–221.
- Flaherty, Dennis K. 2011. The vaccine-autism connection: a public health crisis caused by unethical medical practices and fraudulent science. *The Annals of Pharmacotherapy*, vol. 45, no. 10, 1302–1304.
- Gelfert, Axel 2018. Fake News: A Definition. *Informal Logic*, vol. 38, no. 1, 84–117.
- Gilster, Paul 1997. Digital literacy. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Gonda Zsuzsa 2014. Digitális szövegek olvasására jellemző stratégiák és mintázatok. <http://www.c3.hu/~nyelvor/period/1384/138405.pdf> [Letöltés időpontja: 2019. 08. 13.]

- Gonda Zsuzsa 2015. Digitális szövegek olvasásának típusai és stratégiái. Bölcsész- és Művészetpedagógiai Kiadványok 7. ELTE, Budapest. http://metodika.btk.elte.hu/file/TAMOP_BTK_BMK_7.pdf [Letöltés időpontja: 2019. 08 13.]
- Gonda Zsuzsa 2018. Digitális szövegfeldolgozás. Anyanyelv-pedagógia XI. évf., 2. sz. http://www.anyanyelv-pedagogia.hu/img/keptar/2018_1/Anyv_XI_2018_2_5.pdf?fbclid=IwAR0ar0i02BqMIwVd1yw2nvoywCEApNdH7xzVwxDmnjz_OQc99jCgbTg1MHM [Letöltés időpontja: 2019. 08 16.]
- Grabe, Maria Elizabeth – Bucy, Erik Page 2009. Image Bite Politics. News and the visual framing of elections. Oxford University Press.
- Gyarmathy Éva 2020. Az infokommunikációs társadalom generációi. OFOE. https://osztalyfonok.hu/konyvesbolt/konyvek/GyarmathyEva_Az_infokommunikacios_tarsadalom_generacioi.pdf [Letöltés időpontja: 2020. 02 25.]
- Hanula Zsolt 2015. Nem a gyerekeket kell féltetni az internettől, hanem a nyugdíjasokat https://index.hu/tech/2015/09/10/nem_a_gyerekeket_kell_feltetni_az_internettol_hanem_a_nyugdijasokat/ [Letöltés időpontja: 2021.02.08.]
- Heyd, Theresa 2013. Email hoaxes. In. Herring, C. S. – Stein, D. – Virtanen, T. szerk. Pragmatics of Computer-Mediated Communication. Berlin, De Gruyter, 387–409.
- Hinrichsen, Juliet – Coombs, Antony 2013. The five resources of critical digital literacy: a framework for curriculum integration. In. Research in Learning Technology 21. Educational Development Unit, University of Greenwich, London. https://journal.alt.ac.uk/index.php/rlt/article/view/1433/pdf_1 [Letöltés időpontja: 2019. 09. 20.]
- Hódi Ágnes, Adamikné Jászó Anna, Józsa Krisztián, Ostorics László és Zs. Sejtes Györgyi 2015. Az olvasás-szövegértés alkalmazási dimenziójának online diagnosztikus értékelése. In: Csapó Benő, Steklács János és Molnár Gyöngyvér szerk. *Az olvasás-szövegértés online diagnosztikus értékelésének tartalmi keretei*. Oktatókutató és Fejlesztő Intézet, Budapest, 105–191.
- Juhász Tímea 2020. Digitális kompetencia a mindennapjainkban. In. Új munkaügyi szemle I. évf. 3. sz., 44-53.
- Koltay Tibor 2011. Kérdések és válaszok az írástudás új formáiról. Anyanyelv-pedagógia 3. <http://anyanyelv-pedagogia.hu/cikkek.php?id=329> [Letöltés időpontja: 2019. 10. 10.]
- Kontra Miklós 2010. Hasznos nyelvészet. Fórum Kisebbségkutató Intézet, Somorja.

- Kovács Alexandra Kitti 2019. Szövegértési kompetenciavizsgálat az Ungvári Nemzeti Egyetem Ukrán–Magyar Oktatási-Tudományos Intézete hallgatóinak körében. Magiszteri dolgozat, Beregszász.
- Kurucz Andrienn 2020. Ébresztő, emberek, nem a terminátor az ellenség! – megnéztük a netflix dokumentumfilmjét, a társadalmi dilemmát <https://wmn.hu/ugy/53573-ebreszto-emberek-nem-a-terminator-az-ellenseg--megneztuk-a-netflix-dokumentum-filmjet-a-tarsadalmi-dilemmat> [Letöltés időpontja: 2020.11.22.]
- Lannert Judit 2014. A magyar tanulók digitális írástudása a 2012-es PISA adatok alapján. In. Ollé János és Lévai Dóra szerk. *Oktatás-Informatika*. 2014/4. sz., ELTE Eötvös Kiadó, 5-18. http://www.eltereader.hu/media/2014/11/Okt_inf_DPK_READER.pdf [Letöltés időpontja: 2019.10.29.]
- Lawless, Kimberly A. – Schrader, P. G. 2008. Where do we go now? Understanding research navigation in complex digital environments. In. J. Coiro – M. Knobel – C. Lankshear – D. J. Leu eds. *Handbook of research on new literacies*. Routledge, New York, 267-296.
- Marinov Iván 2017a. Checkology, avagy hogyan tanítsuk az álhírek felismerését az iskolában?
http://www.urbanlegends.hu/2017/06/kamuhirek-iskolai-oktatasa/?fbclid=IwAR2N-DVsh3AoOV5FPIZh9KcGpCj9FRm4g9tnW0vsAhPa1fb58sM_7olwdAz8 [Letöltés időpontja: 2019.10.29.]
- Marinov Iván 2017b. Hogyan csap be minket az agyunk nap mint nap?
http://www.urbanlegends.hu/2017/10/hogyan-csap-be-minket-az-agyunk-nap-mint-nap/?fbclid=IwAR3C6ypBuc14BnQiVhADYBoagT84jEMDN2XhqYhK-EFFwT-5qNzKMqHEI2_s [Letöltés időpontja: 2019.11.06.]
- Marinov Iván 2019a. Hogyan ellenőrizzünk egy információt a neten?
http://www.urbanlegends.hu/2019/10/hogyan-ellenorizzunk-egy-informaciot-aneten-/?fbclid=IwAR0kVPw2DuA-GdAXkaFb9SoWDpQLHLJUgdUdUW_hHzNguOS--LZvThfpLsc [Letöltés időpontja: 2019.10.21.]
- Marinov Iván 2019b. Megtevesztő magyar híroldalak listája
<http://www.urbanlegends.hu/2019/01/megteveszto-magyar-hiroldalak-listaja2019/?fbclid=IwAR1CCQ2HPvzbuDND-l0qg6RVUhH9OmKKWz1Cwm9qbf9YJy5t5A-CHq8S3Sc> [Letöltés időpontja: 2019.11.03.]

- Marinov Iván 2019c. Miért van ennyi álhír Greta Thunbergről?
http://www.urbanlegends.hu/2019/10/greta-thunberg-alhirek-kamukepek/?fbclid=Iw-AR0gPyp7H0vUd7LindGtmS_VmvralerDoPvEIa7BUYFryqdOm1z6Uui7pEQ
 [Letöltés időpontja: 2019.10.03.]
- Márku Anita – Bartha Csilla 2019. Multimodalitás és transzlingvális gyakorlatok a kárpátaljai internetezők nyelvhasználatában. In. Csernicskó István és Márku Anita szerk., *A nyelvészet műhelyeiből. Tanulmányok a Hodinka Antal Nyelvészeti Kutatóközpont kutatásaiból V.*, Autdor-Shark Ungvár, 13-28.
- Márku Anita 2017. A kárpátaljai magyarok internetes nyelvhasználata: identitás és digitális identitás. In. Márku Anita és Tóth Enikő szerk., *Többszínűség, regionalitás, nyelvoktatás. Tanulmányok a Hodinka Antal Nyelvészeti Kutatóközpont kutatásaiból III.*, Ungvár, „RIK-U”, 137–153.
- Martin, Allen 2005. A European Framework for Digital Literacy, DigEuLit Project. *Journal of eLiteraci* Vol. 2
- Nagy Krisztina – Timár János 2018. A kritikai médiaműveltség fejlesztése. In. Dombi Judit – Farkas Judit – Gúti Erika szerk., *Aszimmetrikus kommunikáció – aszimmetrikus viszonyok*. Szak Kiadó
- Nina Breher 2019. Greta Thunberg: Keine Belege für systematische PR-Kampagne der Eltern und eines Unternehmers
<https://correctiv.org/faktencheck/gesellschaft/2019/06/13/greta-thunberg-keinebelege-fuer-systematische-pr-kampagne-der-eltern-und-eines-unternehmers>
 [Letöltés időpontja: 2019.10.03.]
- Ostorics László – Szalay Balázs – Szepesi Ildikó – Vadász Csaba 2016. PISA 2015. Összefoglaló jelentés. Oktatási Hivatal. Budapest.
- Paul Herper 2019. Fury over fake photo of Greta Thunberg eating lunch in front of poor children <https://metro.co.uk/2019/09/27/fury-over-fake-photo-of-greta-thunberg-eating-lunch-in-front-of-poor-children-10818352/> [Letöltés időpontja: 2019.10.04.]
- Pegrum, Mark 2011. Modified, multiplied and (re-)mixed: Social media and digital literacies. In. M. Thomas (Ed.), *Digital education: Opportunities for social collaboration*. New York: Palgrave MacMillan, 9-35.
- Pigliucci, Massimo 2010. *Nonsense on Stilts. How to Tell Science from Bunk*. Chicago et al., University of Chicago Press.

- Sperber Dan, Fabrice Clement, Christophe Heintz, Olivier Mascaro, Hugo Mercier, Gloria Origgi and Deirdre Wilson 2010. Epistemic vigilance. *Mind Language*, vol. 25, no. 4, 359-393.
- Szabó Marianna Csilla 2019. Áthidalható-e a szakadék az oktatásban a digitális bennszülöttek és a digitális bevándorlók között? In. *A kommunikáció oktatása 11. Generációs kérdések a kommunikációs készségfejlesztésben*. Hungarovox Kiadó, 9-22.
- Szanyi Km Gábor 2019. A kárpátaljai magyar anyanyelvi oktatás hatékonyságának vizsgálata a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola diákjai körében. Magiszteri dolgozat, Beregszász.
- Thorson, Emily 2016. Belief Echoes: The Persistent Effects of Corrected Misinformation. *Political Communication*, vol. 33, no. 3, 460–480.
- Till Eckert 2019. Manipuliertes Foto von Greta Thunberg wird zehntausendfach geteilt <https://correctiv.org/faktencheck/gesellschaft/2019/08/13/manipuliertes-foto-vongre-ta-thunberg-wird-zehntausendfach-geteilt> [Letöltés időpontja: 2019.10.04.]
- Tolcsvai Nagy Gábor 2001. A magyar nyelv szövegtana. Budapest: Nemzeti Tankönyvkiadó.
- Tóth János 2017. Az 5-9. Osztályos tanulók szövegértése Kárpátalja magyar tannyelvű iskoláiban egy empirikus vizsgálat adatai alapján. Szakdolgozat, Beregszász.
- Tóth-Mózer Szilvia – Kárpáti Andrea 2016. A digitális kompetencia kognitív dimenziója és összefüggésrendszere egy empirikus kutatás tükrében. *Magyar Pedagógia* 116. évf. 2. sz., 121-150.
- Tóth-Mózer Szilvia – Mисley Helga 2019. Digitális eszközök integrálása az oktatásba Jó gyakorlatokkal, tantárgyi példákkal, modern eszközlistával. Eötvös Loránd Tudományegyetem, Budapest.
- Veszelszki Ágnes – Falyuna Nóra 2019. Az áltudományosság leleplezése érveléstechnikai-nyelvészeti eszközökkel. *Médiakutató XX évf. 3. sz.*, 39-51.
https://www.academia.edu/40806147/Veszelszki_%C3%81gnes_Falyuna_N%C3%B3ra_2019_Az_%C3%A1ltudom%C3%A1nyoss%C3%A1g_leleplez%C3%A9se_%C3%A9vel%C3%A9stechnikai_nyelv%C3%A9szeti_eszk%C3%B6z%C3%B6kkel_M%C3%A9diakutat%C3%B3_2019_3_39_51 [Letöltés időpontja: 2019. 11. 26.]
- Veszelszki Ágnes 2017. Az álhírek extra- és intralingvális jellemzői. In. *Századvég. Új folyam* 84. 2017/2. sz., Századvég Kiadó, 51-82.
- Wardle, Claire – Hossein Derakhshan. 2017. “Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making”, Council of Europe.

Wardle, Claire 2016. 6 types of misinformation circulated this election season. Columbia Journalism Review 18, 11.

Нуш: Ключові Компетентості 2017. <https://nus.org.ua/media/nush-klyuchovi-kompetentosti/> [Letöltés időpontja: 2019.10.29.]

VIII. MELLÉKLET

8.1. Online kérdőív egy kitöltött példánya

A válaszok nem szerkeszthetők.

Kamu vagy nem?

Kiss Krisztinának hívnak, a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola magyar nyelv és irodalom szakos, MA képzés I. évfolyamos hallgatója vagyok.

Olyan világban élünk, amelyet nagymértékben befolyásolnak a digitális eszközök, hiszen gondoljunk csak bele, egy nap sem telik el úgy, hogy ne használnánk a telefont, a tabletet vagy a számítógépet. Sokszor csak szórakozásból böngészünk, vagy fontos információkat, híreket keresünk az interneten. Egy kattintás, és máris információk tömege tárulkozik eléink, sőt mi magunk is közzétehetünk, megoszthatunk, továbbíthatunk megannyi információt, tartalmakat. Valóban ilyen könnyű és kockázatmentes a digitális világban való mozgás? Minden forrás megbízható? Milyen stratégiák, eszközök segítenek nap mint nap a keresésben? - ilyen, és ehhez hasonló kérdéseket kívánok körbejárni a kutatásom során.
A kérdőív kitöltése kb. 10-15 percet vesz igénybe. Kérem, lehetőleg minden kérdésre válaszoljon!

Nagyon köszönöm, hogy őszinte válaszaival segíti munkámat. Az eredményekről a kutatás zárása után (áprilistól) szívesen tájékoztatom, csak egy e-mailjébe kerül! Elérhetőségem: kriszti.kiss23@gmail.com.

***Kötelező**

1. Neme *

Nő

Férfi

2. Melyik évben született? *

1987

3. Milyen eszközön tölti ki a kérdőívet? *

telefon

számítógép/laptop

tablet

4. Leggyakrabban milyen céllal használja az internetet? (Jelölje az önre jellemzőt, akár többet is!) *

új információk szerzésére

hírek olvasására

szórakozásra

tanulásra

vásárlásra

kapcsolatok építésére

5. Milyen keresőprogramot használ? Jelölje annak gyakoriságát! *

	Mindig	Néha	Soha
Google	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bing	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Yahoo!	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Pinterest	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Egyéb:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

6. Mit tesz, ha rá akar keresni valamire a Google-ban? Jelölje a keresési módszer gyakoriságát! *

	Mindig	Néha	Soha
témát vagy kulcsszót ír be a keresősávba	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
hang alapú keresést indít	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
kép alapú kereséssel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
egyéb:	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

7. A Google képkereső oldalt általában hogyan használja? (Jelölje az önre jellemzőt, akár többet is!)*

- kulcsszóval keres
- egy kép URL-jét felhasználva keres
- ön által feltöltött kép alapján keres
- sehogy

8. A keresőprogram által feldobott találatok közül hány oldalt, találatot néz végig? *

- csak az első 5 találatot
- csak az első 10 találatot
- 1-3 oldalt
- 1-10 oldalt
- 1-20 oldalt

9. Mi alapján választja ki a megnyitandó oldalt, a megfelelő találatot? (Több válasz is lehetséges). *

- kulcsszó
- összefoglaló mondat
- cím
- oldal, honlap neve
- Egyéb:

10. Ha nem megfelelőek a keresési találatok, akkor hogyan keres tovább? (Több válasz is lehetséges). *

- pontosítja a keresőbe beírt kifejezést új szavak hozzáadásával
- más kulcsszót ad meg
- más nyelven indítja el a keresést (pl. ukránul/oroszul, cirill betűvel)

11. Általában hogyan halad tovább a keresésben? *

- mindig új keresést indít
- egy oldalon talált link segítségével jut el a következő oldalra
- Egyéb:

12. Milyen nyelveket használ internetes keresés közben? Értékelje 1-5-ig skálán (5 leginkább, leggyakrabban, 1 legkevésbé). *

	1	2	3	4	5
magyar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ukrán	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
orosz	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
angol	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
más idegen nyelv	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Tagja valamelyik közösségi oldalnak? Jelölje, amelyeknek tagja, akár többet is. *

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Snapchat
- WhatsApp
- LinkedIn
- Nem vagyok tagja semmilyen közösségi oldalnak
- Egyéb:

14. Milyen tartalmakat oszt meg a közösségi oldalán (pl. videót, hirt, memet, jókívánságot stb.)? *

A közösségi oldalamon leggyakrabban rövid híreket, pályázati felhívásokat, az érdeklődési területeimhez vagy a munkámhoz kapcsolódó, gyakran szöveggel kiegészített képeket, valamint videókat szoktam megosztani, bár az utóbbi időben egyre gyakrabban osztok meg memeket is. Természetesen jókívánságokat is szoktam küldeni az ismerőseimnek vagy az általam követett közszereplőknek.

15. Milyen témájú tartalmakat olvas szívesen az interneten? (Több választ is megjelölhet). *

- sztárhírek
- egészség (orvostudomány)
- egészség (fűben-fában orvosság)
- egészség (homeopátia)
- tudomány
- politika
- közélet
- művészet
- zene
- sport
- kultúra
- oktatás
- szakma
- hobbi
- mezőgazdaság
- technika
- vallás, hitélet
- Egyéb:

16. Milyen témájú tartalmakat oszt meg gyakran? Soroljon fel néhányat, amit akár másoknak, nekem is ajánl olvasásra! *

Általában az érdeklődési területeimhez, a munkámhoz, a szülőföldemhez, ritkábban a saját életem eseményeihez kapcsolódó tartalmakat osztok meg.

Néhány tartalom, amelyet szívesen ajánlok másoknak, így a kérdőív készítőjének is olvasásra:

Ímafelhívás Vuhanból

<http://www.karpatalja.ma/karpatalja/hitelet/imafelhivas-vuhanbol/>

fbclid=IwAR1xZxpNf_zQvMJgkcHyc0Sw9nvxODfDdm9f3Pky2_BHpcKuZADdwajsFLY

Tisztújító közgyűlést tartott a KRISZ

http://www.karpatalja.ma/karpatalja/hitelet/tisztujito-kozgyulest-tartott-a-krisz/?fbclid=IwAR3X1ULfcpo-77JpO5bt5_nspn3wldudc98tEknwtYNFE4uZgEsNefHdTjg

Dracsó Béla: „... ahhoz, hogy valami változzon, meg kell mondani az igazat”

<https://kiszo.net/2020/02/09/dracsko-bela-ahhoz-hogy-valami-valtozzon-meg-kell-mondani-az-igazat/>

Belső út – Ifj. Hidi Endre egyéni tárlata a Forrás Galériában

<http://www.karpatalja.ma/karpatalja/kultura/belso-ut-ifj-hidi-endre-egyeni-tarlata-a-forras-galeriaban/>

fbclid=IwAR1YVy278jf6_TlIxZFtMtUc9Ihg6JoQvUPjDcOReV19pGE5GSXzJVHK0H8

Könyvről Könyvért – Recenzió-felhívás

http://ujkor.hu/content/konyvroi-konyvert-recenzio-felhivas?fbclid=IwAR30pr0g307z0jVwj5JicQzRC11LR_a-qwHbxSJ-T1h5opZzQr_Y1V5yUGl

Marcsák Gergely: "A mi üdvünk a változás..."

http://www.karpatalja.ma/a-nap-verse/marcsak-gergely-a-mi-udvunk-a-valtozas/?fbclid=IwAR1OKllsnzBoxcA-7svLJ808wbb10aY_OlzMRhd1CoiPcC0k4JW1IGZyKSO

Különleges magyar versek - felismeritek a szerzőit?

http://eduline.hu/campus_life.kviz/20200214_teszt?

fbclid=IwAR0DdHpWBUjeekz5VUKsVu4ZMc2Bfk6VCCr4jbNjdcSIJmep-kXBBBrzVGQ

Menő dolog a jövőt építeni – interjú Margitics Jánossal, a FRIGY lelkipásztorával

http://www.karpatalja.ma/karpatalja/hitelet/meno-dolog-a-jovot-epiteni-interju-margitics-janossal-a-frigy-lelkipasztoraval/?fbclid=IwAR1ICZGKR2WBV9ISUwIfEcWFIgkL_Z5N8VKkckkYbtWuej8_QNzhtolWRBY

27. Magyarságismereti Mozgótábor – Pályázati Felhívás

<https://www.rakoczialapitvany.hu/27-magyarsagismereti-mozgotabor-palyazati-felhivas/>

fbclid=IwAR1TOWCXIOM3aWG_8kRcLItSV1oNnKEdDI2CSwWzImoRyyMxle7kQ2QjTa4

Honismereti pályázati felhívás diákoknak 2020

<https://honismeret.hu/hirek/honismereti-palyazati-felhivas-diakoknak-2020?>

fbclid=IwAR0kjdpAcWWfsboPFV1sAnjuoFeop6XvXtY_seM2aG0y7yZgCipO_r8MBZo

A Magyar Széppróza Napja Kárpátalján: Vári Fábián László a Rákóczi-főiskolán

http://www.karpatalja.ma/karpatalja/kultura/a-magyar-szepproza-napja-karpataljan-vari-fabian-laszlo-a-rakoczi-foiskolan/?fbclid=IwAR3OojWw2Z4ufclnWUXil9b91KryuoG_qEltPEySFFXcNX9fjHtkita035M

17. Önt érdeklik az ilyen témájú cikkek? Mit tesz, ha ilyen cikkeket lát? (Több válasz is lehetséges). *



NAPVALASZTEK.NET

Ennek a közismert növénynek a gyökere hatékonyabb a kemoterápiánál



Tetszik



Hozzászólás



Megosztás

- elolvasom
- elhiszem, amit írnak
- megosztom, hátha másnak is hasznos
- nem olvasom el
- nem érdekelnek
- nem hiszem el

18. Amennyiben megoszt bizonyos tartalmakat, mindig ellenőrzi azok hitelességét? *

- Igen
 Ritkán
 Nem

19. Mitől lesz hiteles egy megosztott hír az Ön számára? Jelölje azokat, amelyek Ön szerint fontosak lehetnek! *

	fontos	nem fontos
ki osztotta meg	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
ki írta	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
milyen oldalon olvastam	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
milyen oldalon jelent meg először	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
mikori dátummal jelent meg	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
több helyen is megjelent-e	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vannak-e további linkek a cikkben a témáról	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
vannak-e további linkek a cikkben a forrásról	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kicsoda az, aki a cikkben mond valamit valamiről	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

20. Ha megnyitja a böngészőjét vagy közösségi oldalát, akkor milyen oldalakat követ rendszeresen? (Most nyugodtan puskázhat!) Kérem, soroljon fel vagy írjon ki a megnyitott keresőoldalaról vagy facebook-oldaláról 5-10 gyakran látogatott oldalt! *

<https://nbri.com.ua/>
<http://www.nemzetisport.hu/>
<https://www.youtube.com/>
<http://www.karpatalja.ma/>
<https://karpataljalap.net/>
<https://www.karpatinfo.net/>
<https://kiszto.net/>
<http://eduline.hu/>
<http://kvit.hu/>
<https://www.rakocziszovetseg.org/>

Az elmúlt hónapokban megjelent hírek, cikkek, posztok rövid összefoglalóját olvashatja a következő pontokban.

21. "Maurizio Cattelan képzőművész a 2019-es Art Basel rendezvényen egy falra ragasztott banánt állított ki, amelyet 120 ezer dollárért értékesítettek". Jelölje a helyes állítást! Ön szerint a hír: *

- valós
 kamu

22. "Ha furcsa dolgokról van szó, Justin Biebernek nem kell a szomszédba mennie. Jól bizonyítja ezt, egy róla készült fotó is, melyen Justin keresztben eszi a buritót". Jelölje a helyes állítást! Ön szerint a hír: *



- valós
 kamu

23. "Az FBI portlandi irodája által minap kiadott figyelmeztetés szerint, akár a tévé gyártója, akár az arra telepített alkalmazások fejlesztői megfigyelhetik a tulajdonosokat". Jelölje a helyes állítást! Ön szerint a hír: *

- valós
 kamu

24. "A klímaváltozás világ minden részén érzékelhető. Dubaiban 2019 júniusában olyan meleg volt, hogy a 63 fokos hőségben a fák maguktól gyulladtak ki". Jelölje a helyes állítást! Ön szerint a hír: *



valós

kamu

25. "Egy Pest megyei idős nő mentőt hívott sérült csuklója miatt, majd arra kérte az Országos Mentőszolgálatot, várjanak a kiérkezéssel a Dallas sorozat végéig". Jelölje a helyes állítást! Ön szerint a hír: *

valós

kamu

26. Mit gondol? Ön szerint a hír: *

42 NAP ALATT MEGŐLTE A
RÁKOS SEJTEKET: ENNEK A
HÍRES OSZTRÁKNAK AZ
ITALA 45 EZER EMBERT
GYÓGYÍTOTT MEG



valós

kamu

A hírek, bejegyzések mellett olyan képek is megjelennek a közösségi oldalakon, amelyek egyaránt hírértéket közvetítenek. Tekintsen meg ezek közül néhányat!

27. Ön szerint valódi-e ez a fotó a Mount Everestnél sorban álló hegymászókról? *



de. 10:00 · 2019. máj. 23. · [Twitter Web Client](#)

137 Retweet 297 kedvelés

Igen

Nem

28. Ön szerint valódi-e ez a fotó, amely Greta Thunberget ábrázolja Soros Györggyel? *



Igen

Nem

29. Ön szerint valódi-e ez a Londonban készült felvétel? *



Igen

Nem

30. A Trónok harca egyik jelenetében Ön szerint tényleg feltűnt egy műanyag kávéspohár? *



Igen

Nem

31. Kapott már ilyen vagy ehhez hasonló üzenetet a közösségi oldalán? „Ma este éjfélkor az igazi szerelmed észreveszi, hogy szeret. 1 és 4 óra között történik valami. Ha nem szakítod meg ezt a láncot, akkor holnap legyél felkészülve életed legnagyobb sokkjára. Ha megszakítod 10 éven keresztül problémád lesz a kapcsolatokkal. Küldd el ezt 25 embernek!” Milyen gyakran küldi tovább ismerőseinek, az ilyen típusú üzeneteket? *

- mindig
- néha
- soha

32. "Kérek segítsétek egy megosztással! Családunk most a segítségeteket kéri. A lányom 19 éves, világbajnok ex sportoló. Pár éve volt egy mountain bike balesete, a bal térd súlyosan sérült. Sürgősen szüksége van egy műtétre, mivel a lába folyamatosan romlik. Kérünk titeket, hogy egy megosztást legyetek szívesek lenyomni, nektek egy kattintás nekünk egy újabb pislákoló fény a reményre!" Milyen gyakran osztja meg az ilyen típusú bejegyzéseket annak reményében, hogy ezzel segíthet? *

- mindig
- néha
- soha

33. Ön szerint a facebook elmenti, esetleg eladja az ott megosztott személyes információinkat? *

- igen, biztosan
- nem, nem gondolom
- lehet benne valami igazság

34. Ön szerint szándékosan indították el Kínából a koronavírus-fertőzést? *

- igen, biztosan
- nem, nem gondolom
- lehet benne valami igazság

35. Ön szerint a kemoterápiával szándékosan rontják a rákos betegek állapotát? *

- igen, biztosan
- nem, nem gondolom
- lehet benne valami igazság

40. Mi a jelenlegi foglalkozása? *

Pedagógus

41. Mi a végzettsége, szakmája? (ha van)

Magyar nyelv és irodalom szakos tanár, filológus

42. Mi a legmagasabb iskolai végzettsége? *

főiskola, egyetem (MA) ▼

43. Ha jelenleg tanul, melyik intézményben vagy milyen képzési szinten?

Jelenleg nem tanulok

44. Ha bármelyik kérdéshez, vagy kérdésekhez észrevétele, megjegyzése vagy ötlete támadt, kérem, ne habozzon megosztani velem itt:

.....

45. Értékelje a kérdőívet (jelölhet többet is): *

érdekes

tanultam belőle

unalmas

túl nehéz

hosszú

Egyéb:

8.2. Szituatív feladatsor egy kitöltött példánya

A válaszok nem szerkeszthetők

Kedves Internetező!

Kiss Krisztinának hívnak, a II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola magyar nyelv és irodalom szakos, MA képzés II. évfolyamos hallgatója vagyok.

Bizonyára nem mondok újat azzal, hogy az internet számtalan lehetőséget biztosít mindannyiunk számára. Hiszen gondoljunk csak arra, milyen hatalmas információ tárház áll a rendelkezésünkre, amelyeket többnyire ingyen és hihetetlenül gyorsan érhetünk el, adhatunk tovább másoknak. Sőt mára már a távolság kérdésének a megoldása is egyszerű és gyors, ami lehetőséget teremt a kapcsolattartásra, a távoli munkavégzésre vagy akár útiterv tervezésére, anélkül, hogy a helyszínen lennénk. Azonban felmerülhet bennünk a következő kérdés: „Élek ezekkel a lehetőségekkel?” és ha igen, akkor „Jól?”

A kérdőívben szereplő feladatok mindegyike más-más szituációhoz kapcsolódik, melyeket mindannyian másképpen közelítünk és oldunk meg az internet segítségével.

Arra kérem Önt, hogy végezze el a feladatokat segítve ezáltal munkámat, mely a Digitális kompetenciákon belül az információszűrés és az hírekhez való viszonyulás kérdéseire irányul.

Előre is köszönöm a kérdőív kitöltésére fordított idejét és őszinte válaszait. Az eredményekről a kutatás zárása után (áprilistól) szívesen tájékoztatom, csak egy e-mailjébe kerül! Elérhetőségem: kriszti.kiss23@gmail.com

***Kötelező**

Általános kérdések:

Hány éves Ön? *

33

Mi a végzettsége? *

filológus, magyar nyelv és irodalom szakos pedagógus

Mi a jelenlegi foglalkozása? *

tanár

Leggyakrabban milyen nyelvet használ az alábbiak során? *

	Magyar	Ukrán	Angol	Orosz	Egyéb
Keresés közben az interneten	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hírek olvasásakor	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Google Térkép alkalmazásakor	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Közösségi oldalalon	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

I. feladat

A 2020-as évünket nagyban meghatározta a Covid-19 nevű világjárvány, melynek akutális helyzetéről való tájékozódás érdekében valószínűleg gyakran kerestünk és olvastunk utána az interneten. De a pandémia mellett más váratlan esemény is történt 2020-ban.

Olvassa el az alábbi cikket:

<https://168ora.hu/itthon/kullancs-virus-verzeses-laz-margitsziget-182501>

Értékelje 1-5-ig terjedő skálán, hogy Önt milyen mértékben győzte meg a cikk? *

- 1 - abszolút nem
- 2 - egy kicsit meggyőzött
- 3 - félig meggyőzött
- 4 - többségében meggyőzött
- 5 - teljesen meggyőzött

Győződjön meg most Ön személyesen a cikk valóságtartalmáról, hogy igaz-e vagy sem, más források, oldalak alapján! Adja meg, milyen kulcsszót írt be a keresősávba? *

krími-kongói vérzések láz

Másolja be azoknak az oldalaknak a linkjét (maximum 3-at), amelyek alapján tájékozódott a cikk hitelességéről! *

<https://qubit.hu/2019/07/04/a-krimi-kongoi-verzeses-laz-potencialis-terjesztojet-talaltak-meg-a-margitszigeten>

https://index.hu/tech/hoax/2020/03/04/nem_igaz_hogy_krimi-kongoi_verzeses_lazat_mutattak_ki_magyarorszag_i_kullancsokban/

<https://24.hu/tudomany/2020/03/05/krimi-kongoi-verzeses-laz-magyarorszag/>

Az ellenőrzést követően ön szerint Kapiller Zoltán által megfogalmazott üzenet, miszerint „a krími-kongói vérzések-láz-vírust is beazonosították egy Margit-szigeten talált kullancsban, : Igaz vagy Nem? *

- Igaz
- Nem

II. feladat

Képzelve el, hogy az egyik ismerőse felhívja telefonon és arról számol be, hogy egy rovarcsípést követően allergiás reakciói lettek.

Tanácsolná azt neki, hogy az allergiás reakció leküzdésére igyon meg egy kalciumos pezsgótablettát? *

- Igen
- Nem

Azt kívánom, ne legyen rá alkalom, bár nem tudjuk, milyen váratlan helyzetekbe is kerülhetünk. Kérem, tájékozódjon most arról, hogy a Calcium valóban segít-e allergiás reakciónál, és hasznos tanács volna az Ön részéről, vagy nem. Adja meg, milyen kulcsszót írt be a keresősávba? *

kalcium rovarcsípésre

Véleménye alátámasztásaként másolja be azoknak az oldalaknak a linkjét (maximum 3-at), amelyek alapján tájékozódott! *

https://www.hazipatika.com/eletmod/veszelyben/cikkek/nem_jo_a_kalcium_darazscsipesre/20170619121606

<https://szabadfold.hu/orszag-vilag/tevedes-hogy-kalcium-kell-kis-szurasbol-nagy-baj-261826/>

<https://qubit.hu/2018/09/19/nyugaton-80-eve-nem-hasznaljak-a-calcium-sandozt-mert-hatastalan-nalunk-most-mertek-ra-a-vegso-csapast>

Változott a válasza a témával kapcsolatos tájékozódást követően? *

- Igen
- Nem

Ha igen, milyen más szert javasolna allergiás reakcióra vagy milyen tanácsot adna?

Használjon valamilyen antihisztamin tartalmú, allergia elleni szert, tablettát vagy kenőcsöt!

III. feladat

Képzesse el, hogy családjával/gyerekeivel a Nyíregyházi Állatparkba készülnek. Az Ön feladata az, hogy megtervezze az egész napot.

Írja meg a határon töltött várakozáson kívül mennyi időbe telik autóval eljutni a helyszínig, ha Beregszászból indulnak? *

1 óra 27 perc

Írja le a főbb állomásokat az útvonalán!

Beregszász – Asztély–Beregsurány-határátkelő – Vásárosnamény – Nyíregyháza – Nyíregyházi Állatpark

Az ebéd fontos része a napi étkezésnek. Jelölje ki a legközelebbi éttermet, ahol ebédelni fognak! Írja meg a választott étterem nevét, valamint azt, hogy milyen értékelésű! *

Irány Colorado Steakhouse; 4,7 csillagos 1867 vélemény alapján

Továbbá válasszon ki a közelben egy 4 csillagos, közepes árkategóriába tartozó szálláshelyet, melynek írja meg a nevét! *

Aventinus Hotel

Mi a véleménye a kutatásról? Van-e valamilyen megjegyzése?

Hasznosnak és izgalmasnak tartom a kutatást. A kérdőív mindegyik feladata érdekes volt számomra.

Ім'я користувача:
Моца Андрій Андрійович

ID перевірки:
1007641979

Дата перевірки:
30.04.2021 23:17:27 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet

Дата звіту:
01.05.2021 06:20:35 EEST

ID користувача:
100006701

Назва документа: Kiss Krisztina_Magyar szak_Magiszteri munka_2021

Кількість сторінок: 138 Кількість слів: 28725 Кількість символів: 222233 Розмір файлу: 2.66 MB ID файлу: 1007752618

6.35% Схожість

Найбільша схожість: 1.58% з Інтернет-джерелом (https://mediakutato.hu/cikk/2019_03_osz/03_az_altudomanyossag_lele..)

6.35% Джерела з Інтернету

697

Сторінка 140

Пошук збігів з Бібліотекою не проводився

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

4