



# LÉLEKTANI MŰVELETEK A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁBAN- A #PIZZAGATE TANULSÁGAI

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

---

# Az előadás felépítése

- Információs műveletek
- Lélektani műveletek
- Közösségi média
- Esettanulmány



# Információs környezet megjelenése

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



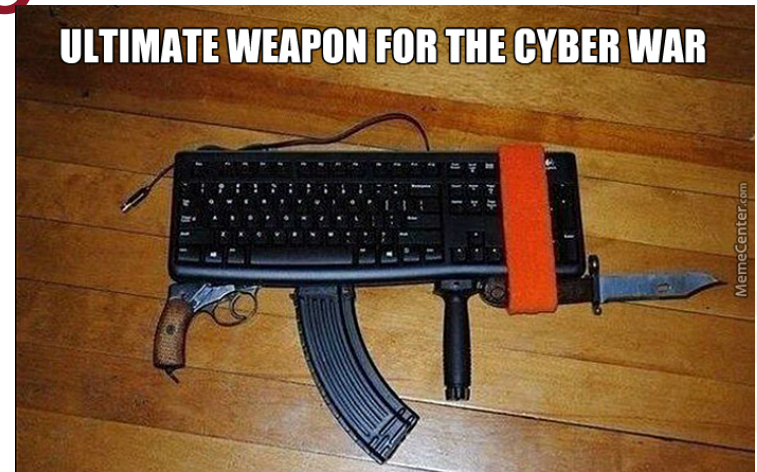
# Fogalma

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



# Tevékenységi köre

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





# Hibrid hadviselés

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

# LÉLEKTANI MŰVELETEK



# Fogalma

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



# Megjelenése

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

# Típusai

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

# Módszerei

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

# Közösségi média...

- Fogalma
- Kialakulása
- Trendjei
- Hatása



# Paradigmaváltás az IKT eszközökben

- Digitális bevándorlók, bennszülöttek
- C- generáció





# From Russia with Love

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



# From Russia with Love

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



# A siker titka?

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



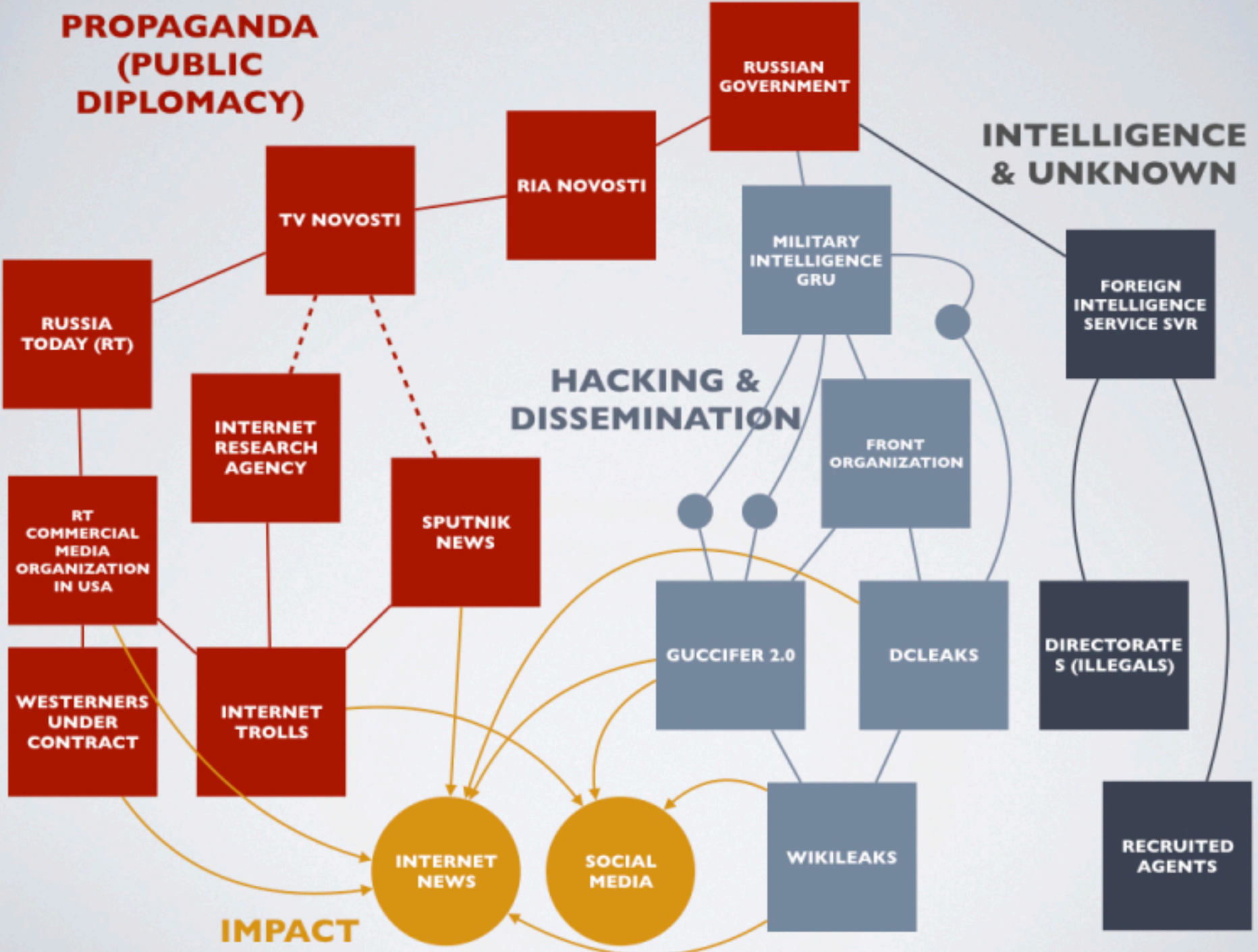
# PROPAGANDA (PUBLIC DIPLOMACY)

RUSSIAN  
GOVERNMENT

# INTELLIGENCE & UNKNOWN

# HACKING & DISSEMINATION

# IMPACT





# A háború a politika folytatása, más eszközökkel





# Problémakör

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



# Kik az érintett szereplők

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

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

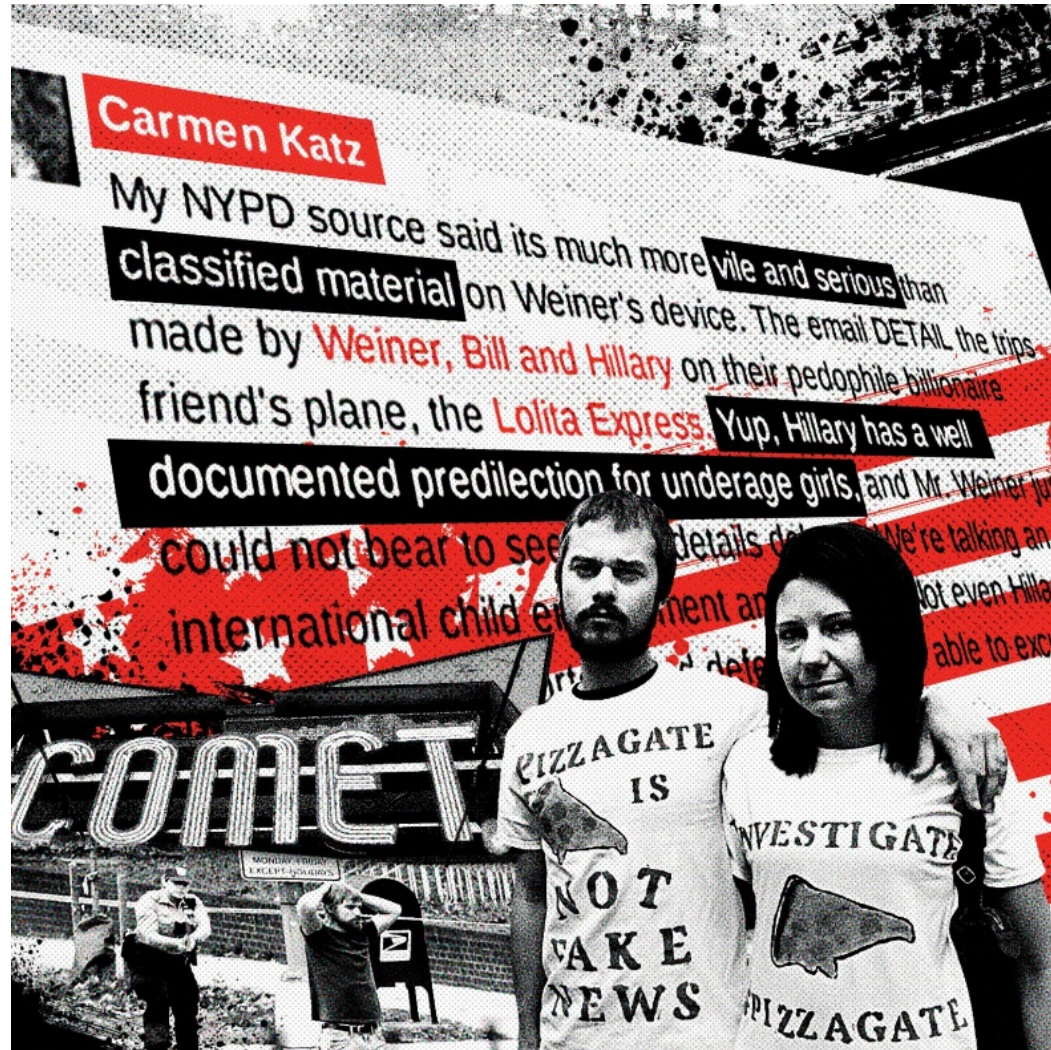
Kormányzati háttérintézmények: milyen témákban várható adatigény, mit kell alátámasztani vagy cáfolni, mivel milyen mélységben célszerű foglalkozni

NKE hallgatói: döntéstámogatók, döntéshozók

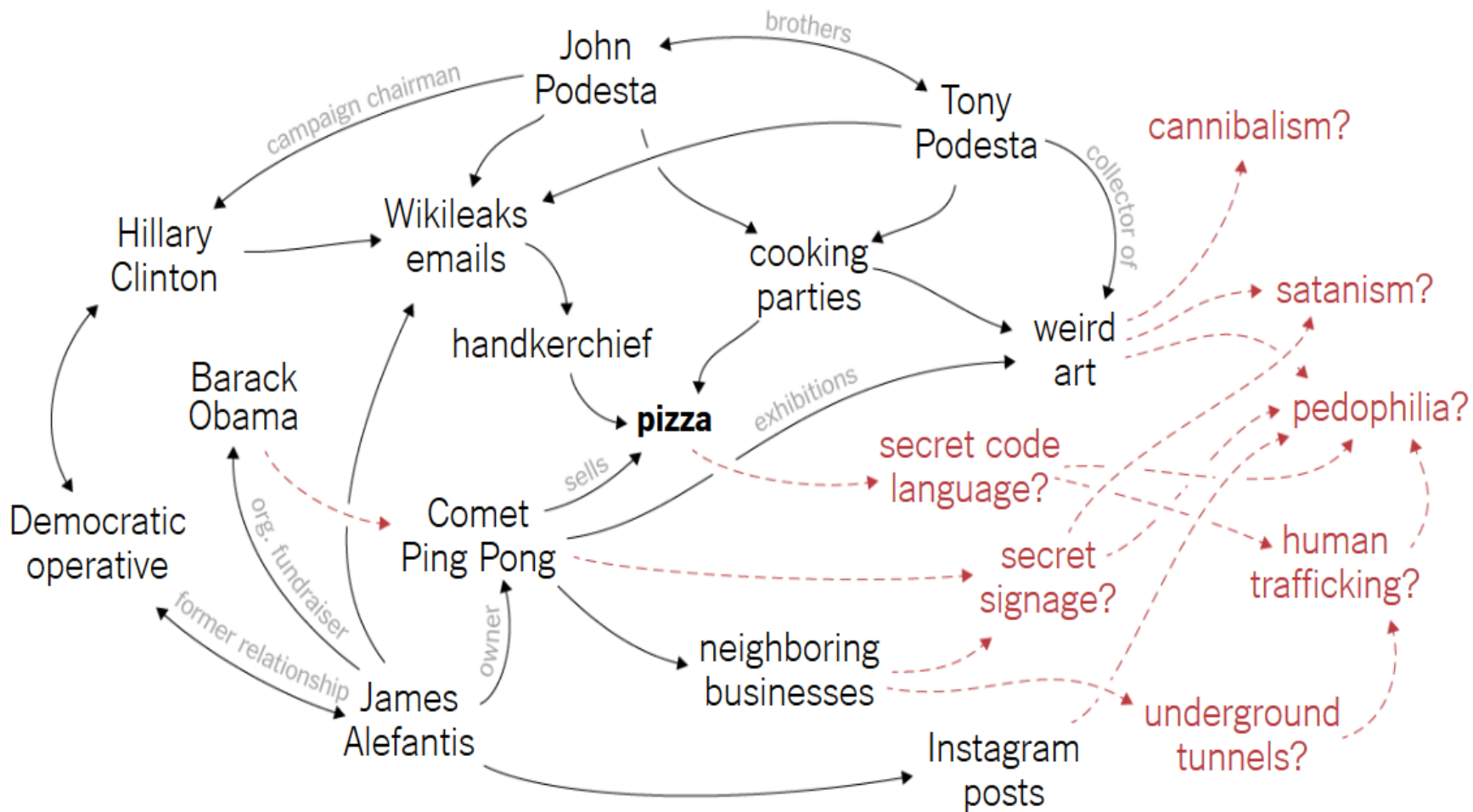
Mindenki: álhíreket generálni sokkal nagyobb ütemben lehet, mint ezeket megcáfolni, értékelni

---

# Esettanulmány: #pizzagate



# A szereplők





## Result summary

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



678045

TOTAL

43687

POSITIVE

100071

NEGATIVE

↑ 17919%

UP

↑ 8318%

UP

↑ 24308%

UP

### SOURCES BREAKDOWN

21754

FORUMS

154225

TWITTER

143514

FACEBOOK

46

REVIEWS

3421

GOOGLE+

207771

VIDEO

5187

BLOGS

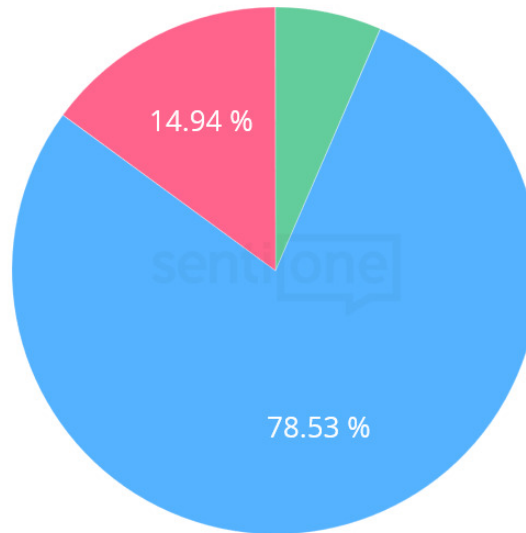
62548

PORTALS

79579

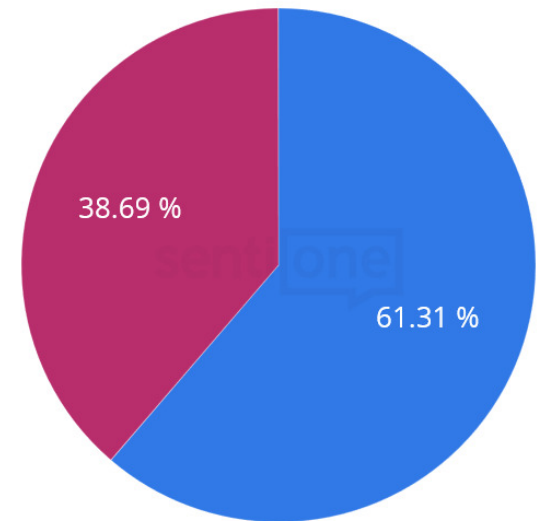
INSTAGRAM

Sentiment share



● Positive ● Neutral ● Negative

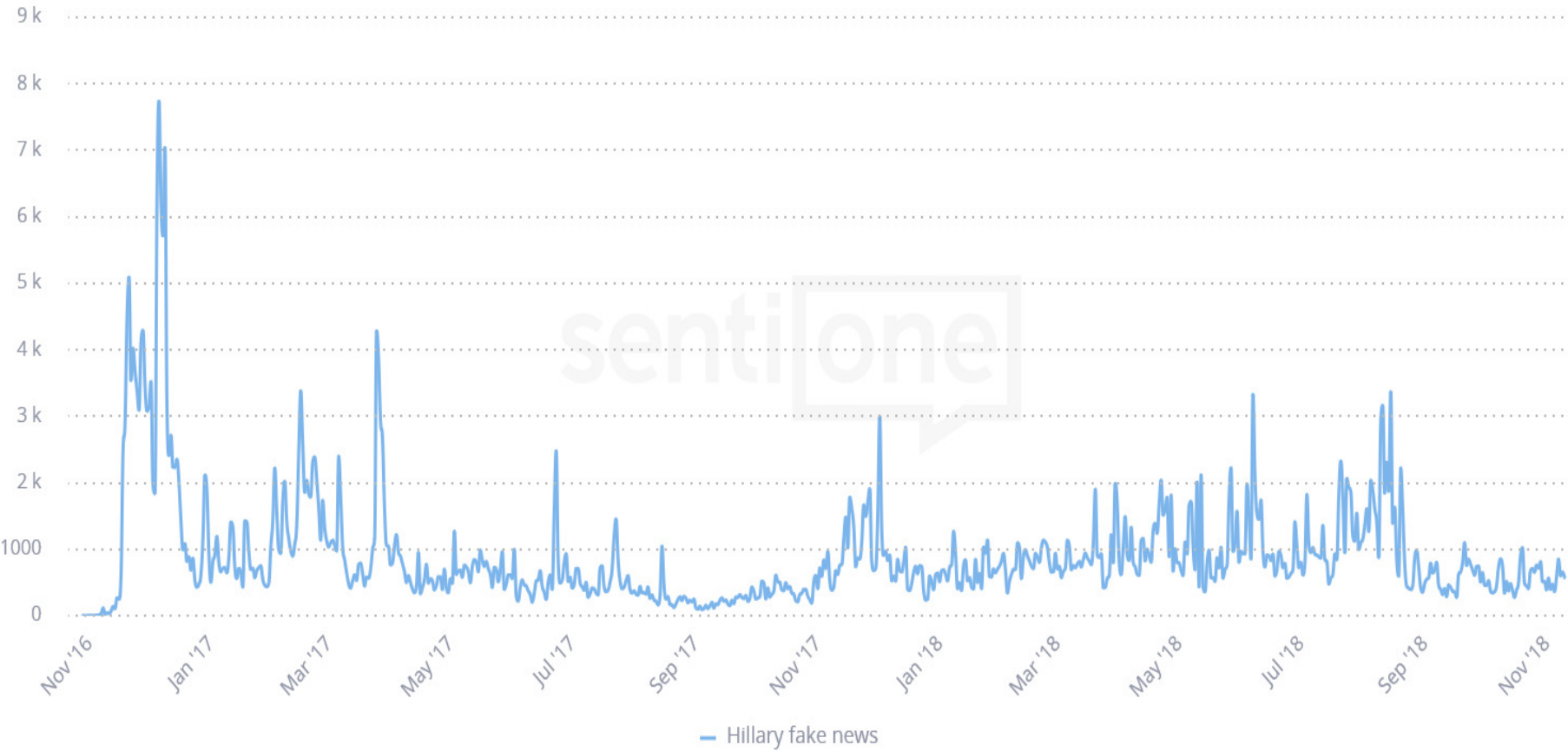
Gender share



● Male ● Female



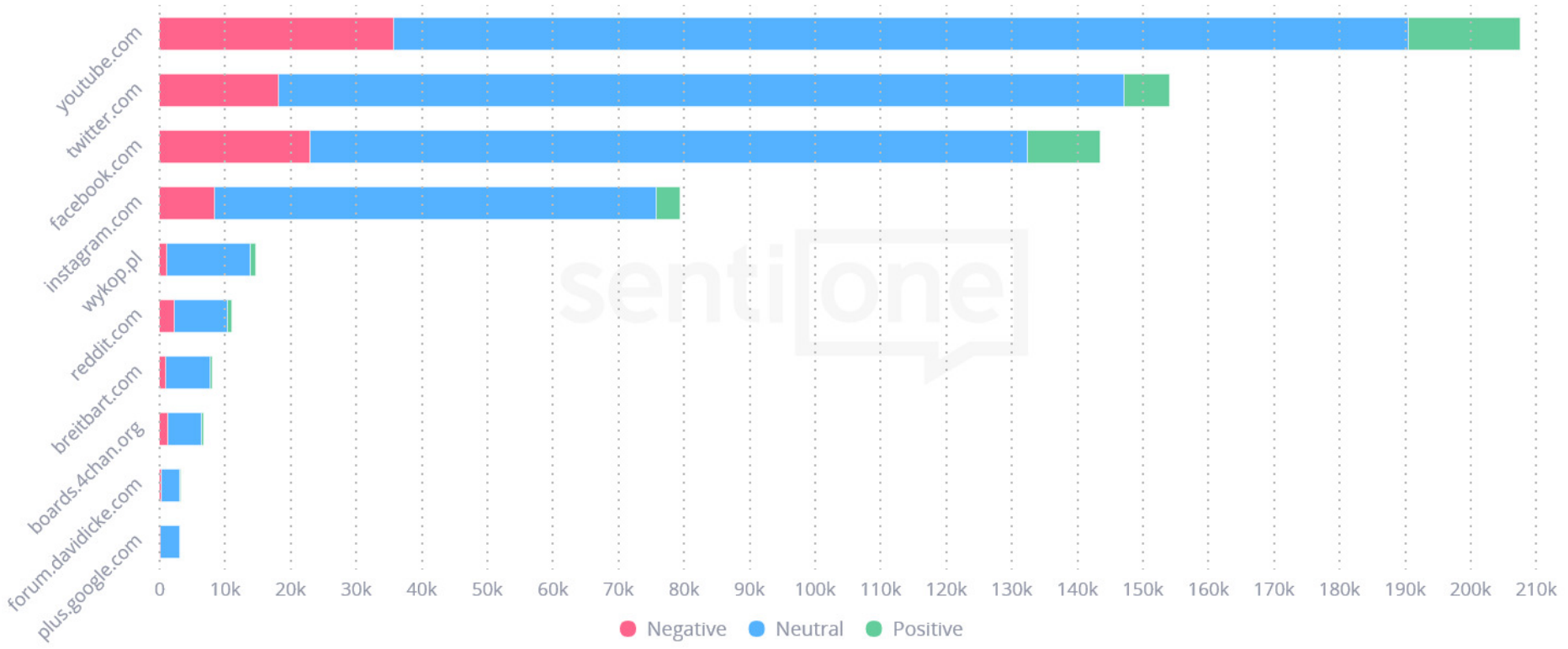
### Mentions in time



senti one

— Hillary fake news

### Top sources



● Negative ● Neutral ● Positive



## Kitűzhető célok

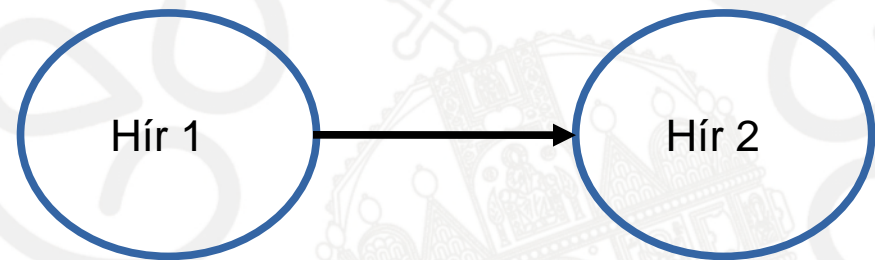
- terjedési folyamat felkutatása
- több lépésből álló kapcsolatok feltérképezése
- nagy léptéken befolyásos szereplők (közvetett hatás is)
- lokálisan kis hatású, de globálisan kulcs-pozíciónak számító helyek (pl. hidak azonosítása)



# Hálózatos módszertan kiinduló pontja

Hogyan definiáljunk hálózatot?

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



Vagy: userek hálózata

# Portálokon átívelő terjedés?

Nincsenek egyértelmű azonosítók, API-k

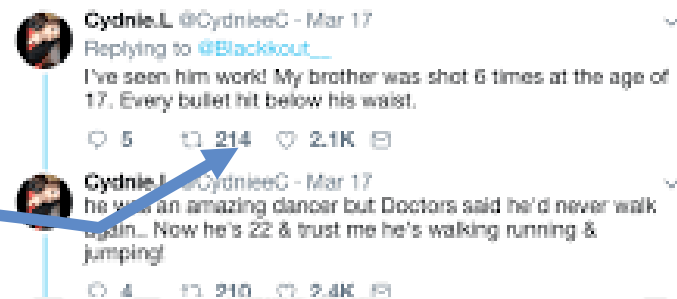
Userek hálózata:  
az álnevek/usernevek  
keverednek





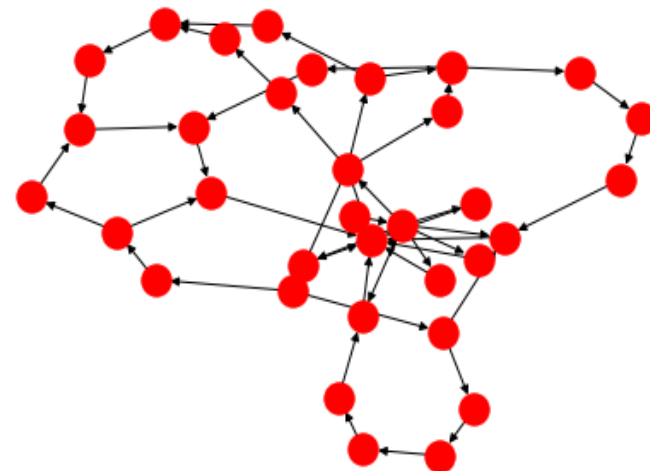
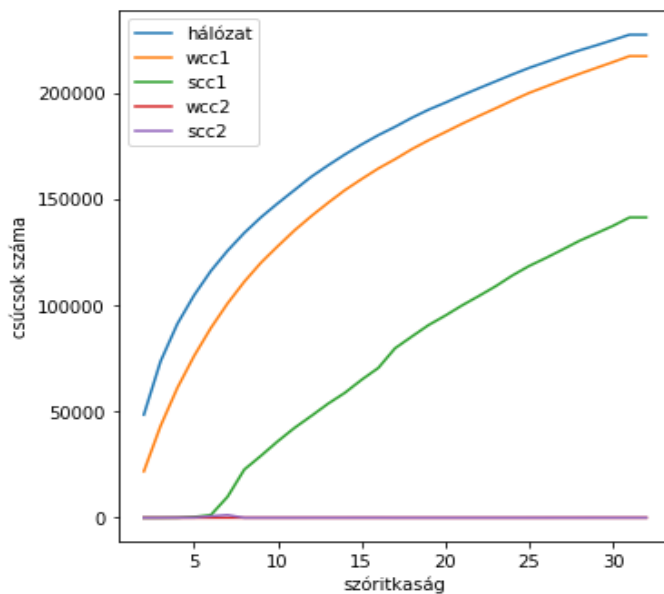
# Portálokon átívelő terjedés?

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



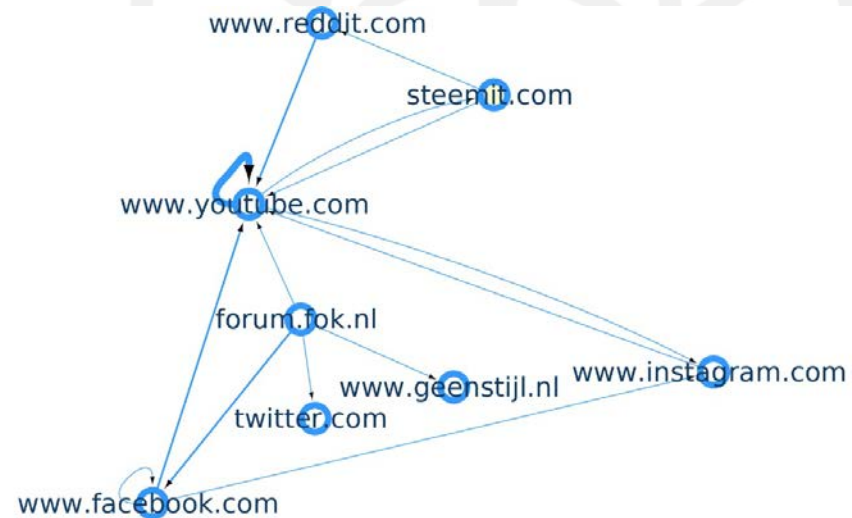
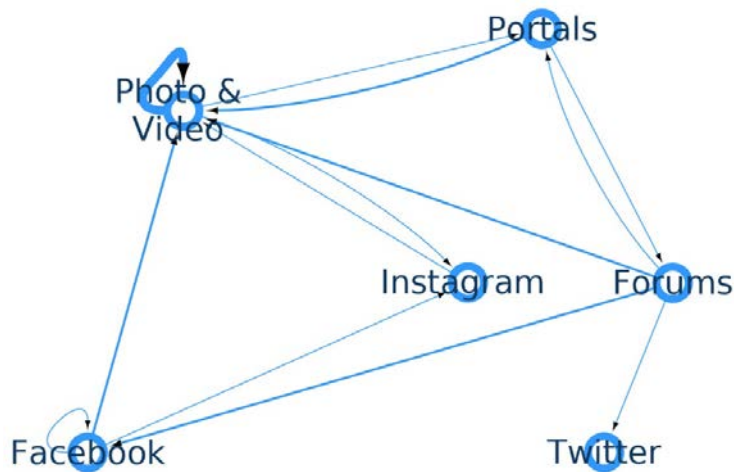
# Mennyire terjedt el: a pizzagate botrány

Mérése: összefüggő komponens mérete  
óriás-komponens



# Milyen oldalakon keresztül terjed?

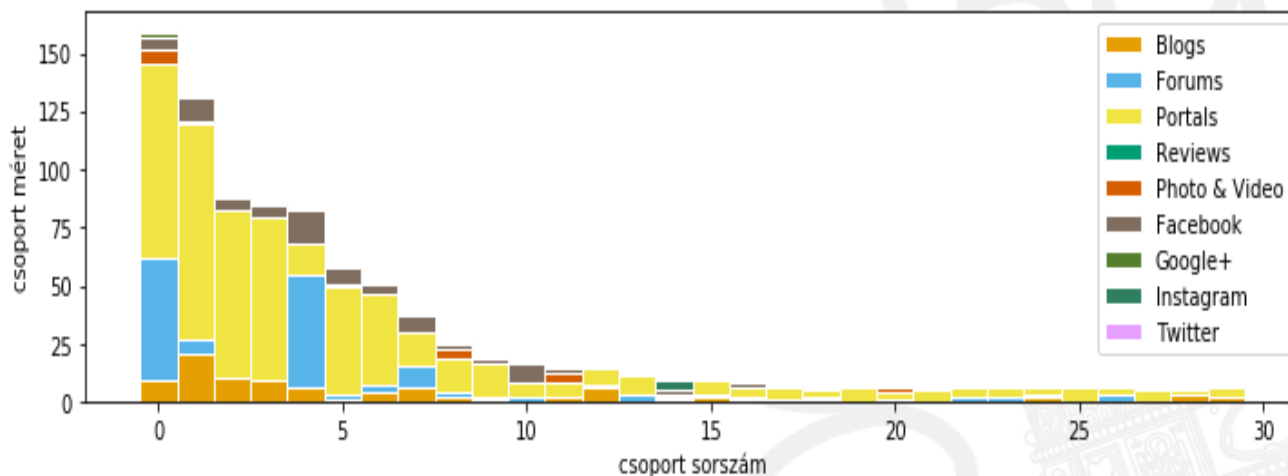
Nagy léptékű terjedés térképe:  
médiák közötti terjedés hálózata



# Egymást erősítő hírek

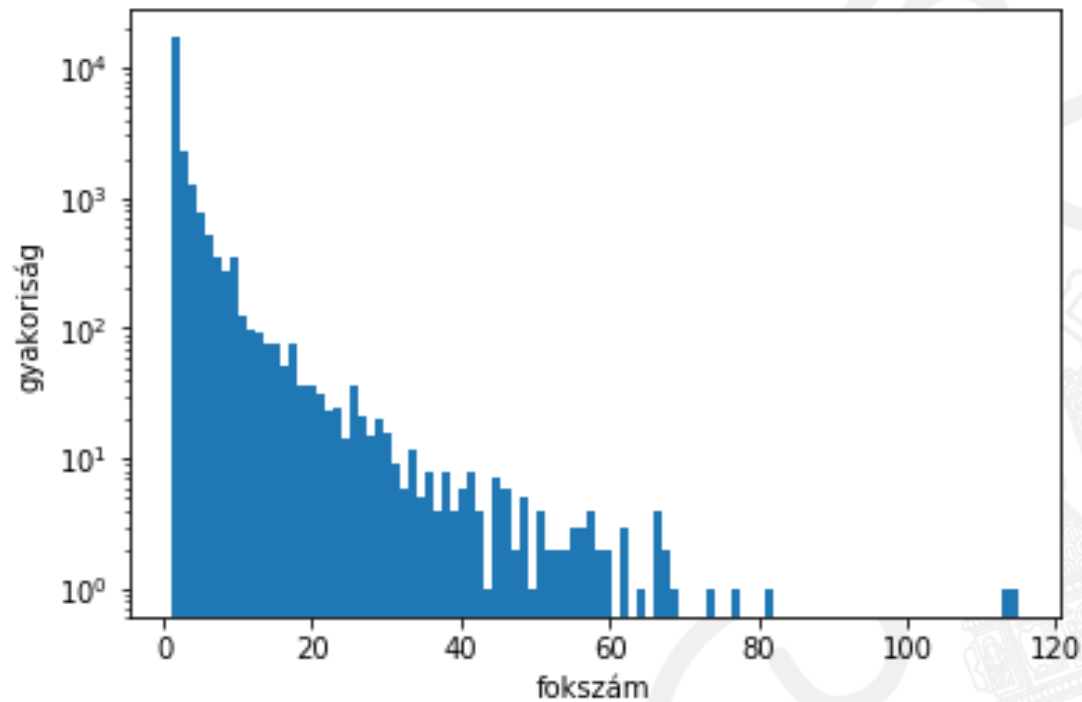
Egymást erősítő/igazoló hírek keresése:  
a hálózat sűrű magjai, csoportjai

Cfinder-csoportokban a média-arányok



# Legbefolyásosabb szereplők

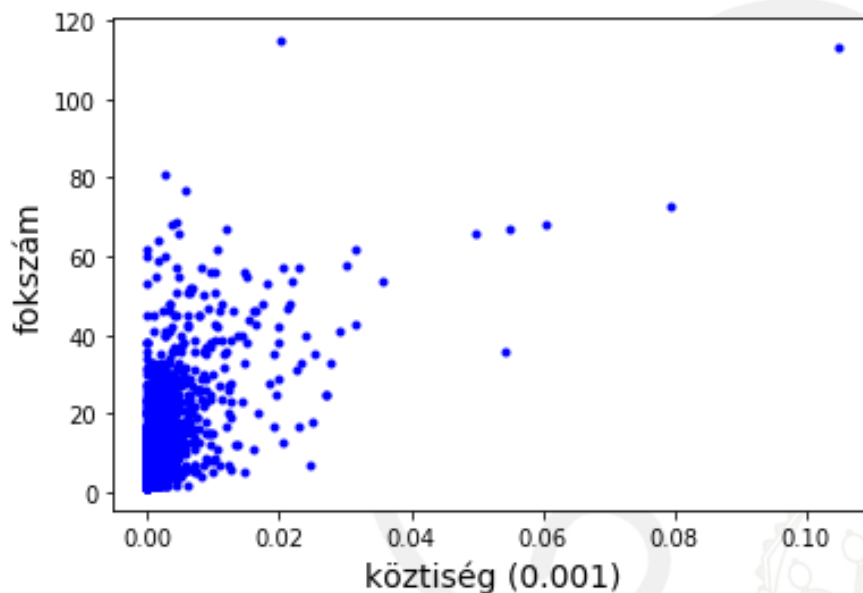
Legnagyobb fokszám: közvetlen befolyás





# Legbefolyásosabb szereplők

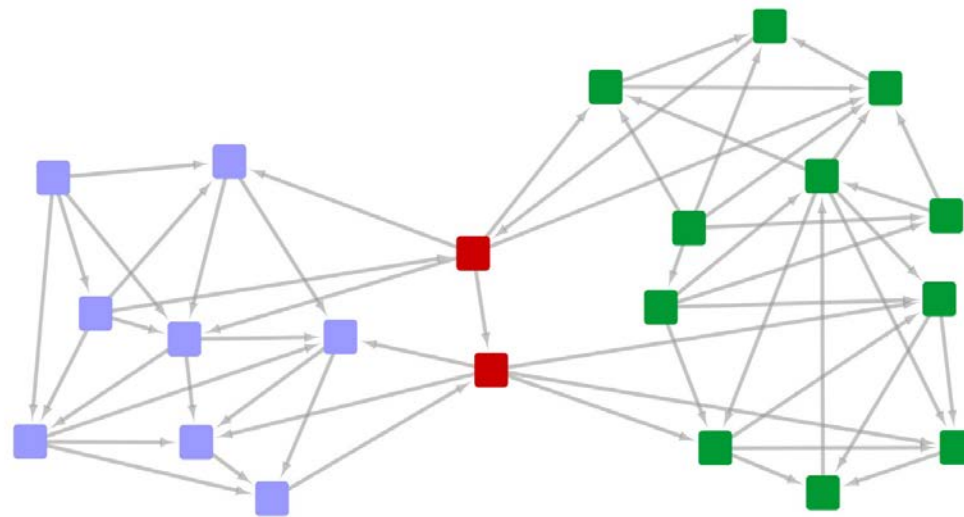
köztiség – fokszám kapcsolat: globális – lokális befolyás



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

# Legbefolyásosabb szereplők

Csoportok átfedései: erős csoportokat összekötő hidak



# Milyen hozzáadott értéket kapunk?

Melyek a legbefolyásosabb hírek?

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

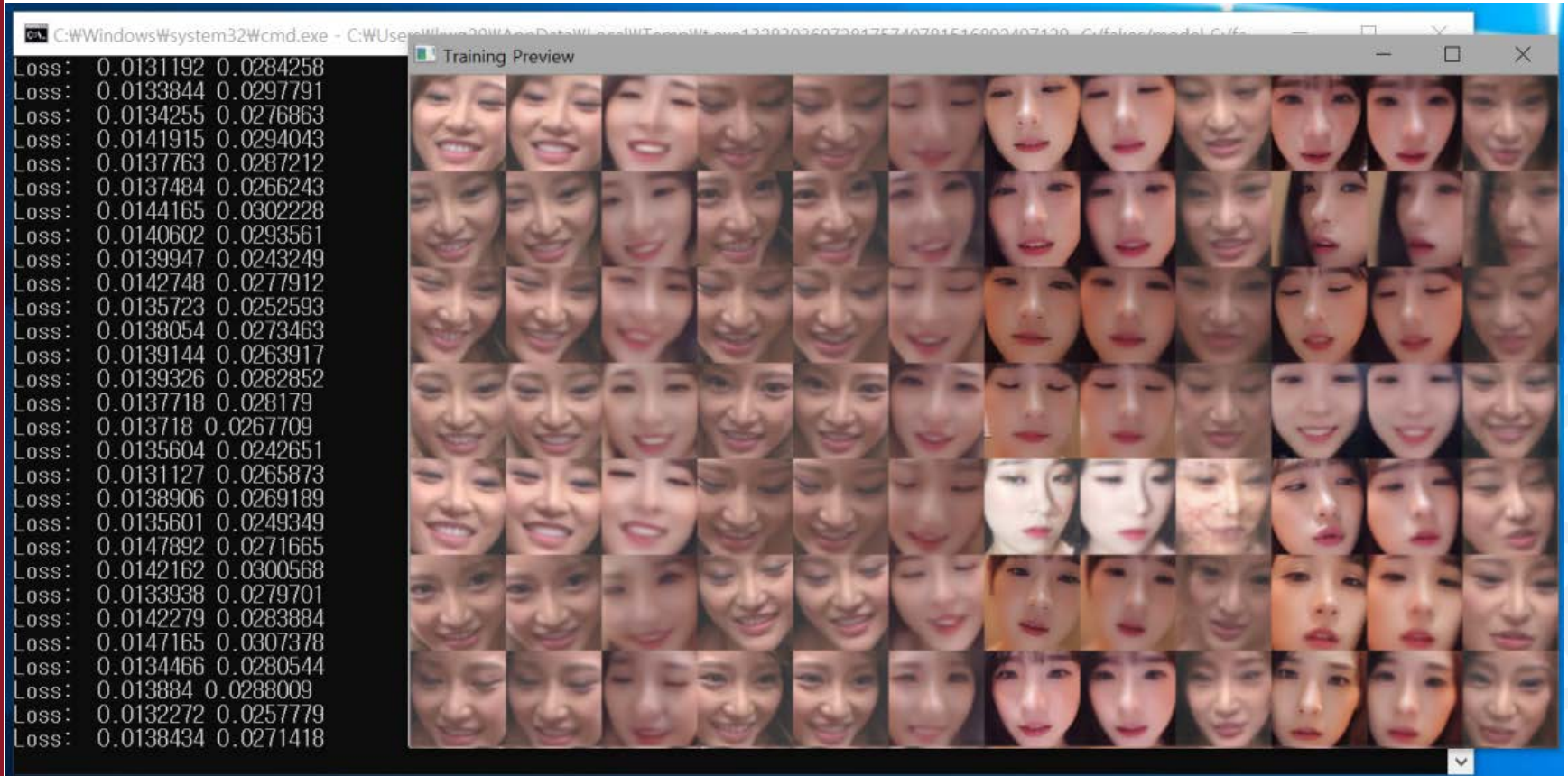
Milyen médiákon és milyen felhasználói csoportokban kell a valós információt megjeleníteni?

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

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



# (deep)fake news



The image shows a Windows command prompt window with a list of loss values and a 'Training Preview' window displaying a grid of generated faces. The loss values are as follows:

Loss:	0.0131192	0.0284258
Loss:	0.0133844	0.0297791
Loss:	0.0134255	0.0276863
Loss:	0.0141915	0.0294043
Loss:	0.0137763	0.0287212
Loss:	0.0137484	0.0266243
Loss:	0.0144165	0.0302228
Loss:	0.0140602	0.0293561
Loss:	0.0139947	0.0243249
Loss:	0.0142748	0.0277912
Loss:	0.0135723	0.0252593
Loss:	0.0138054	0.0273463
Loss:	0.0139144	0.0263917
Loss:	0.0139326	0.0282852
Loss:	0.0137718	0.028179
Loss:	0.013718	0.0267709
Loss:	0.0135604	0.0242651
Loss:	0.0131127	0.0265873
Loss:	0.0138906	0.0269189
Loss:	0.0135601	0.0249349
Loss:	0.0147892	0.0271665
Loss:	0.0142162	0.0300568
Loss:	0.0133938	0.0279701
Loss:	0.0142279	0.0283884
Loss:	0.0147165	0.0307378
Loss:	0.0134466	0.0280544
Loss:	0.013884	0.0288009
Loss:	0.0132272	0.0257779
Loss:	0.0138434	0.0271418

The 'Training Preview' window shows a 10x10 grid of 100 generated faces. The faces exhibit a variety of expressions and features, demonstrating the model's ability to generate diverse human-like faces. The faces are arranged in a grid, with some showing more pronounced features like eyes, nose, and mouth.

# KÖSZÖNÖM A MEGTISZTELŐ FIGYELMET!

KÉRDÉS?

Dr. Bányász Péter

([banyasz.peter@uni-nke.hu](mailto:banyasz.peter@uni-nke.hu))

