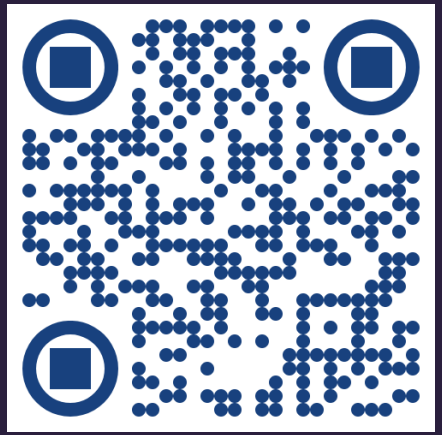
MIELŐTT ELKEZDJÜK · 3 PERC

Kérdés?

...vagy olyan médiaetikai dilemma, amelyet szeretnének megbeszélni?

- a diasorokat és a háttéranyagokat közzéteszem: **szadaikaroly.hu**
- kérem, ne készítsenek kép-, hang- vagy videofelvételt az órán és ne használják a telefonjukat.
- elérhetőség: **szadai.karoly@uni-eszterhazy.hu**



MÉDIAETIKA · NBG_KO141K3 · II. BLOKK

Ki beszél?
Propaganda a közösségi médiában

Hongkong, 2019 – az állam, a platform és azok, akikről a propaganda szól

7 óra · II. blokk: Digitális tartalomgyártás és MI · 2026. november 4. · 90 perc

HÍD A 6. ÓRÁTÓL

Legutóbb azt kérdeztük: mi a tény, mit mond a forrás és mi a riporter következtetése.
A forrás névtelen volt, de igazi: egy magas rangú tisztviselő.

Ma azt kérdezzük: mi a helyzet, ha a forrás nem névtelen, de rejtőzködik?
Ha a „hírportál” vagy a „hongkongi polgár” valójában egy állam megbízásából ír?
És ha a hivatalos forrás nyíltan vállalja, ki ő – hol a határ a meggyőzés és a propaganda között – és ki húzza azt meg?

1 ELŐZMÉNYEK · VIDEÓ

A tüntetések, 2019 nyara

A videófájlt megtalálják a Segédanyagok között *HongKongi tüntetések_magyar_felirattal.mp4* néven

Forrás: CBC News (2022), 0:00–6:02 · PBS NewsHour / ITN, 2019. június 12. · magyar felirat: MI-fordítás, javítva

1 ELŐZMÉNYEK

Hongkong, 2019

1997

Egy ország, két rendszer

Hongkong brit gyarmatból a Kínai Népköztársaság különleges közigazgatási területe lesz, saját jogrendszerrel, szólás- és sajtószabadsággal.

2019 tavasza

A kiadatási törvény

A hongkongi kormány olyan törvényt kezdeményez, amely lehetővé tenné a gyanúsítottak kiadását a szárazföldi Kínának. Sokan ebben az autonómia végét látják.

2019. június–

A tüntetések

Hónapokon át tartó tömegtüntetések kezdődnek. Nyáron a rendőrség többször összecsap a tüntetőkkel. Augusztus 18-án már több, mint egymillió ember vonul békésen.

A szárazföldi Kínában a Twitter (ma már X), a Facebook és a YouTube nem érhető el; Hongkongban igen.

1 NYITÓ ESET · A KÉP

Hogyan néz ki a propaganda?



Az egyik törölt Facebook-oldal bejegyzése, 2019 augusztusa

A kép felirata

- „Tüntetők. ISIS-harcosok. Mi a különbség?”
- Kérdés: ki beszél ezen a képen – és honnan tudhatná ezt az olvasó?

Forrás: Facebook, 2019. augusztus 19.

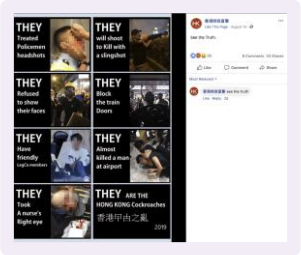
Mit tettek közzé az álcázott oldalak?



„Más a fegyver, de az eredmény ugyanaz!”



„Csótánykatonák”



„Ők a hongkongi csótányok” (az eredetiben is angolul) · az utolsó kép: „Hongkongi csótánykáosz”



„Amit a sárga média elhallgat: a garázdák összejátszanak a »fekete« újságírókkal. Amit lát, az nem hír!”



„Kérem, ne hagyja futni a garázdákat!” #8-3 #Hongkong

Forrás: Facebook, Removing Coordinated Inauthentic Behavior From China, 2019. augusztus 19. A magyar szöveg a Facebook angol fordításából készült fordítás.

NYITÓ KÉRDÉS · ÖN FELEL A TWITTERNÉL A HAMIS FIÓKOK KISZŰRÉSÉÉRT · 2019. AUGUSZTUS

A csapata szerint több száz fiók, amely „hongkongi polgárként” vagy hírportálként ír a tüntetésekről, összehangoltan működik. A jelek szerint a kínai állam áll mögöttük.

1. Felfüggeszti a fiókokat?

2. Nyilvánosan megnevezi a kínai államot?

IGEN **NEM**

A szavazás után összeszámoljuk, ki milyen érvre hivatkozott: szólásszabadság („az államnak is joga van beszélni”) · megtévesztés („nem az beszél, akinek mondja magát”) · következmény („mi lesz, ha téved”).

1 NYITÓ ESET

Hongkong 2019: a platformok döntése

Három platform, négy nap, négy döntés – és nem ugyanaz a mérce.

aug. 19.

Twitter: a fiókok

936 aktív fiókot függeszt fel és a mögöttük álló, mintegy 200 ezer fiókos hálózatot is, mielőtt az működni kezdene. A Twitter szerint „összehangolt, állami hátterű művelet”, amely „politikai viszályt” akart szítani Hongkongban. Az adatokat nyilvánosságra hozza.

aug. 19.

Twitter: a hirdetések

A Xinhua kínai állami hírügynökség fizetett hirdetésekben erőszakosnak mutatja be a tüntetéseket. A Twitter bejelenti: a továbbiakban nem fogad el hirdetést állami ellenőrzés alatt álló médiumoktól.

aug. 19.

Facebook

A Twitter jelzése alapján töröl 7 oldalt, 3 csoportot és 5 fiókot. Hamis fiókokkal kezeltek hírportálnak álcázott oldalakat. A viselkedésük miatt lép fel, nem a tartalmuk miatt. Az állami média hirdetéseit nem tiltja be.

aug. 22.

YouTube

A Google 210 YouTube-csatornát tilt le, amelyek összehangoltan töltöttek fel videókat a tüntetésekről.

2 FOGALOMTISZTÁZÁS

Mi a propaganda?

EGY MEGHATÁROZÁS · JOWETT ÉS O'DONNELL

A propaganda szándékos és rendszerszerű kísérlet arra, hogy alakítsa az észlelést, manipulálja a gondolkodást és irányítsa a viselkedést, hogy olyan választ érjen el, amely a propagandista szándékát szolgálja.
A meggyőzés ezzel szemben kölcsönös: a meggyőző a másik fél igényeit is figyelembe veszi, nem csak a sajátját.

1 Fehér

A forrás nyíltan vállalja, ki ő. Például egy állami hírügynökség saját nevén közzétett anyaga.

2 Szürke

A forrás nem egyértelmű. Nem tudjuk biztosan, ki áll mögötte.

3 Fekete

A forrás hamis. A „hongkongi polgár" valójában egy állam megbízásából ír.

Az elhatárolás öt kérdése: Vállalja-e a forrását? · Igaz-e, amit állít? · Kinek az érdekében szól? · Érvel, vagy megkerüli a mérlegelést? · Lehet-e válaszolni rá?

Garth S. Jowett – Victoria O'Donnell: Propaganda & Persuasion. 6. kiad. (2015), 7.

2 FOGALOMTISZTÁZÁS

A propaganda útja

1 A gyártó

Az állam vagy a megbízottja. Eldönti, mit mond és vállalja-e a nevét.

2 A terjesztő

A platform. Eldönti, milyen hirdetést és fiókot enged meg, mit terjeszt tovább – és milyen szabály szerint.

3 A közönség

Az olvasó és a néző. Megkülönbözteti-e a hírt a propagandától, ha nem tudja, ki beszél?

És a negyedik, aki nem dönt: azok, akikről a propaganda szól, a történet főszereplői.

2 FOGALOMTISZTÁZÁS

Mi alapján dönt a platform?

1 A tartalom

Miről szól?
Igaz-e, megbotránkoztató-e, veszélyes-e? A kockázat: a platform dönti el, mi igaz egy politikai vitában.

2 A forrás

Ki mondja?
Az állam ellenőrzése alatt áll-e, ki fizet a hirdetésért? A kockázat: a platform dönti el, ki állami és ki független.

3 A viselkedés

Hogyan mondja?
Valódi-e a fiók, összehangoltan működik-e? A Facebook a viselkedésük, nem a tartalmuk alapján lépett fel. A kockázat: a nyíltan, a saját nevén hirdető állam átjut a szűrőn.

Négy eszköz: törlés · a hirdetés tiltása · címke („állami média”) · a terjedés lassítása.
Melyik mit véd – és mit veszélyeztet?

3 KÉT NORMATÍV KERET

Ugyanaz a döntés, két normatív keret

A döntés: tiltsa-e a platform az állami médiumok hirdetéseit? Mindkét normatív keretből lehet a tiltás mellett és ellene is érvelni.

	ÉRV A TILTÁS MELLETT	ÉRV A TILTÁS ELLEN
Kötelességetika *a szabály*	Egy politikai vitában a platform ne tegye pénzért láthatóbbá az állam üzenetét, ha a másik fél ezt nem tudja megfizetni.	A Xinhua hirdetésén látszik, ki a forrása. A nyílt beszédet nem szabad ugyanúgy kezelni, mint az álcázottat.
Következményetika *a következmények*	A tiltás csökkenti az állami üzenet elérését és jelzi a felhasználóknak, hogy nem mindegy, ki a forrás.	Az állam a hirdetés helyett álcázott fiókokkal terjesztheti ugyanazt. Azt pedig nehezebb észrevenni és ellenőrizni.

3 A KONTRASZT

Ki számít állami médiának?

Twitter, 2019

a hirdetési tilalom

- Állami médium: amely „pénzügyileg vagy szerkesztőileg az állam ellenőrzése alatt áll”.
- Kivétel: a közpénzből működő független közszolgálati műsorszolgáltató.

Twitter, 2020

a címke

- Az „államhoz kötődő média” címkét kapják azok, amelyek szerkesztését az állam ellenőrzi. Ezeket a fiókokat a Twitter nem jeleníti meg az ajánlásokban. Kivétel: a szerkesztőileg független, állami finanszírozású média, a Twitter szerint például a BBC és az NPR.

Ki dönti el, hogy egy közmédia független-e: a platform, az állam vagy a közönség?

4 AZ ESET ELEMZÉSE · ELEMZŐLAP, EGY KÖR

A Xinhua hirdetése, 2019. augusztus

Az eset

- A Xinhua kínai állami hírügynökség fizetett hirdetésekben erőszakosnak mutatja be a tüntetéseket. A Facebookon is hirdet.
- A Twitter augusztus 19-én betiltja az állami médiumok hirdetéseit. A Facebook ugyanaznap álcázott oldalakat töröl, a hirdetéseket viszont nem tiltja be.
- Mérlegelendő: kell-e tiltás, ha a hirdető vállalja a nevét és a hirdetés a tartalmi szabályok alapján is eltávolítható?
- Kína a Facebook második legnagyobb hirdetési piaca.
- Másnap reggel a sajtó azt kérdezi a Facebooktól: és Önök?

Ön a Facebook hirdetési vezetője · 15 perc

A kérdés: betiltja-e az állami médiumok hirdetéseit – és ha igen, ki számít állami médiának?
1. Melyik döntésről van szó? Nem arról, hogy kinek van igaza Hongkongban.
2. Nevezzenek meg két értéket (ne területet, szereplőt vagy érdeket).
3–4. Kik az érintettek, kinek tartozik felelősséggel a platform? A tüntetőket mindenképpen vegyék fel: róluk szól a hirdetés.
5. Legalább két normatív keret szerint érveljenek. A mércét a következő diáról idézzék.
6. „A döntésem: … Így indokolnám (nevezzék meg, kinek): …”

4 A MÉRCE

A platformok szabálya és a szakirodalom

TWITTER · HIRDETÉSI IRÁNYELV, 2019. AUGUSZTUS 19. (MI FORDÍTÁS)

„Nem fogadunk el hirdetést állami ellenőrzés alatt álló médiumoktól. […] Az irányelv azokra a médiumokra vonatkozik, amelyek pénzügyileg vagy szerkesztőileg az állam ellenőrzése alatt állnak. Nem vonatkozik a közpénzből működő szervezetekre, köztük a független közszolgálati műsorszolgáltatókra.”

FACEBOOK · KÖZLEMÉNY, 2019. AUGUSZTUS 19. (MI FORDÍTÁS)

Az oldalakat, csoportokat és fiókokat „a viselkedésük, nem a tartalmuk alapján” távolította el: üzemeltetőik összehangoltan dolgoztak és hamis fiókokkal leplezték kilétüket (tartalmi összefoglalás).

KROKOVAY ZSOLT: MÉDIAETIKA (2003), 9. FEJEZET, 13. §

„Az azonban fontos különbség, hogy valami hivatalos személy mondanivalója […] állami hírügynökség közleményében jelent-e meg, illetve állami rádióban vagy televízióban hangzott-e el, avagy a valódi sajtó tette-e közzé.”

Az 5. lépésben idézzék azt a mondatot, amely az esetre vonatkozik – ne csak a forrást nevezzék meg.

4 AZ ELEMZÉS MEGBESZÉLÉSE

A forrás vagy a viselkedés?

Twitter

a forrás alapján dönt

- Aki az állam ellenőrzése alatt áll, nem hirdethet – bármit mond.
- A kérdés: ki állami és ki független?

Facebook

a viselkedés alapján dönt

- Aki álcázza magát, azt törli. Aki nyíltan, a saját nevén hirdet, az hirdethet.
- A kérdés: elfogadható-e, ha egy állam nyíltan hirdet?

Melyik döntés védi jobban azokat, akikről a propaganda szól – és melyik a közönséget? Ugyanígy döntene a platform, ha az álcázott fiókok egy nyugati kormányhoz kötődnének?

5 MAGYAR ÉS EURÓPAI PÁRHUZAM

Ahol a kódex véget ér

A SZAKMAI KÓDEX

A MÚOSZ-kódex az újságírók szakmai kódexe. A platform nem szerkesztőség: a hirdetésről és a fiókokról a saját szabályai szerint dönt.
Kérdés: kinek tartozik számadással a platform a döntéséért?

AZ EURÓPAI ÖNSZABÁLYOZÁS

A dezinformációról szóló uniós gyakorlati kódex (2018): a platformok önként vállalták, hogy átláthatóvá teszik a politikai hirdetéseket és fellépnek a hamis fiókok ellen (tartalmi összefoglalás).
Kérdés: elég-e, ha a platform önként vállalja?

A 11. órán ugyanezt a kérdést a 2016-os amerikai választás és az uniós jog példáján vizsgáljuk tovább.

6 VITAKÉRDÉS

Ha a platform dönti el, ki rejti el a kilétét és ki számít állami médiának, ki ellenőrzi a platformot?

A Twitter 2019 októberében minden fizetett politikai hirdetést betiltott, a Facebook nem. Kezelheti-e egy platform ugyanúgy a Xinhua hirdetését és egy kampányhirdetést? Hol a határ a meggyőzés és a propaganda között?

A KÖVETKEZŐ HÉT

November 11., 8. óra: manipulált kép, mélyhamisítás (deepfake). Ma az volt a kérdés, ki beszél. Jövő héten az lesz, hogy mi a helyzet, ha maga a kép hamis (retusált, összeillesztett vagy mesterséges intelligenciával előállított) és ki felel a hitelességéért. Az eset: a walesi hercegné fotója (2024).