

# HOGYAN ÁLLJUNK KI AZ IGAZSÁGÉRT AZ „ÁLHÍREK” VILÁGÁBAN? KERESZTÉNY BIZONYSÁG A POSZTIGAZSÁG TÁRSADALMÁBAN<sup>1</sup>

TONY WATKINS

„Elveszett az igazság (hűség); kiveszett a szájukból” (Jer 7,28)

A posztigazság („post-truth”) időszakában élünk. Az Oxfordi Szótárt készítő bizottság 2016-ban ezt a szót választotta az év szavának. A meghatározás szerint „olyan körülményekre használjuk, amelyekben az objektív tények kisebb mértékben befolyásolják a közvélekedést mint az emberekre való érzelmi ráhatás”. Ez a leírás tökéletesen illik a 2016-ban az Egyesült Királyságban a „Brexit” szavazáshoz vezető, és ugyanabban az évben az Egyesült Államokban megtartott elnökválasztási kampányokra is.

Casper Grathwohl, az *Oxford Dictionaries* elnöke szerint a kifejezés népszerűségének ugrásszerű növekedéséhez nagyban hozzájárult, hogy „a közösségi médiát sokan hírforrásnak tekintik, ugyanakkor pedig az emberek egyre kevésbé bíznak az intézmény-alapú források által közölt tényekben”. Grathwohl szerint ez a kifejezés „korunk egyik meghatározó fogalmává fog válni”<sup>2</sup>.

Amint azt Grathwohl is kifejti, a „poszt-igazság” fogalma szorosan összefügg az ún. „álhír (fake news)” áradattal. Jonathan Freedland szerint: „Manapság, a poszt-igazság utáni politika korában király lehet a szemrebbenés nélkül hazudozóból. Minél gátlástalanabban hazudik valaki, annál kevésbé aggasztja, hogy rajtakaphatják, és éppen ezért egyre sikeresebb lesz. A betegesen pedánsok pedig, akik még mindig a tényekhez meg a bizonyítékokhoz ragaszkodnak, ott maradnak a porban, a cipőfűzőjüket kötögetve, miközben a hazugság már hegyen-völgyön túl jár”<sup>3</sup>.

## **Változó hírforrások**

Vajon mi az oka annak, hogy az álhírek bozóttűzként terjednek a média legkülönbözőbb területein? Az egyik legfontosabb tényező, amely ezeket a „tüzekeket” táplálja természetesen a politikai napirend. Habár a fake news nem csupán a politikára van hatással, ijesztő, hogy az utóbbi időben milyen mértékben volt jellemző a közéletnek erre a részére. Mindig voltak hazudozó politikusok, akik bármire hajlandóak voltak saját népszerűségük érdekében, a propaganda pedig létfontosságú eszköz a totalitárius rendszerek számára. Ennek ellenére mégis erős az az érzés, hogy – legalábbis a nyugati országokban – valami nagyon megváltozott a politikai szintéren.

Elsősorban két dolog más, mint korábban:

Először is, a közösségi média lehetővé teszi, hogy bárki, bármikor bármit óriási hallgatósággal osszon meg. Ennek egyik példája Donald Trump, aki a 2016-os választási kampánya folyamán egy sor lázító vagy egyértelműen hamis dolgot osztott meg Twitteren, amelyek ennek ellenére célközönségénél szívélyes fogadtatásra találtak.

<sup>1</sup> A tanulmány eredeti angol verziója a Lausanne Global Analysis 2017 júniusi számában jelent meg, és a Lausanne Global Analysis engedélyével kerül publikálásra magyar nyelven. Az eredeti folyóirat kéthavonta megjelenő, és ingyenesen hozzáférhető kiadványáért a [www.lausanne.org/analysis](http://www.lausanne.org/analysis) weboldalra érdemes ellátogatni.

<sup>2</sup> ‘Oxford Dictionaries Word of the Year 2016 is ... Post-truth’, Oxford Dictionaries, 2016. November 16.

<sup>3</sup> Jonathan Freedland (2013. május 13.): Post-truth politicians such as Donald Trump and Boris Johnson are no joke, The Guardian.

Másodszor pedig, a hírekhez való hozzáférés elsődleges módja ma már a közösségi média; ennek eredményeként pedig a komoly hírforrást jelentő médiavállalkozások bevétele rohamosan csökken. Nagy szükségük van arra, hogy minél többen „klikkeljenek” az általuk feltöltött tartalmakra azért, hogy elegendő jövedelmük lehessen a hirdetésekéből. Katharine Viner, a *The Guardian* főszerkesztője szavaival élve: „az igazság és a minőségi újságírás helyett túl sok hírügynökség mára inkább azt tekinti értékesnek, ami vírusként terjed szét a neten<sup>4</sup>”.

„...Mindnyájan csalárdságot üznenek... hamisságot üznenek.” (Jer 6,13; 8,10)

Az álhíreket is a kapzsiság szülte, és ezeknek a „híreknek” nagy részét a macedóniai Veles városában élő tinédzserek találják ki<sup>5</sup>. Miután felfedezték, hogy szenzációhajhász történetek publikálásával ál-weboldalaknak óriási forgalmat generálhatnak – a reklámpénzekből szépen gazdagodnak. Ezek a tinédzserek a klikkvadász főcímeik gyártásának mesterei lettek. Érdekes módon, a Macedóniából érkező álhírek legtöbbször Trump-párti; a hamis hírek gyártói a legutóbbi amerikai elnökválasztásai kampány idején rájöttek, hogy a Clinton-párti történetek közel sem generáltak akkora forgalmat, mint a Trump-párti sztorik.

De nem Macedónia az egyetlen álhír gyár:

A 2017 októberi csehországi választások előtt a cseh kormány létrehozott egy egységet, amelynek az volt a feladata, hogy szembe szálljon a potenciálisan destabilizáló ál-hírek áradatával. A cseh kormány elmondása szerint a legtöbb hamis hír (melyek java a migránsokról szólt) az orosz kormányhoz közeli weboldalakra vezethető vissza<sup>6</sup>.

Burundi elnökét, Pierre Nkurunzizát azzal vádolják az újságírok hogy álhíreket használt arra, hogy felizzítsa az etnikai feszültségeket, miközben az UNHCR és az EU emberjogi visszaélésekről szóló beszámolóit következetesen semmisnek tekintette<sup>7</sup>.

Mindezek ellenére az álhíreket nem mindig egyértelmű tervvel gyártják. A közösségi médiában gyakran előfordul, hogy egy katasztrófa vagy valamilyen atrocitás után egy szimplán figyelmetlen, pontatlan tudósítás villámgyorsan elterjed. Aki az elmúlt évek során Nyugat-Európában történt terrortámadások után a Twitteren volt, az pontosan tudja, hogy mennyi egymásnak ellentmondó „információ” látott ott napvilágot.

### ***Árad az információ, hézagos a szűrés...***

Származzon bárhonnán, az álhír gyors és széleskörű elterjedését a közösségi média teszi lehetővé. A „Pew Research Center” által 2016-ban készített felmérés szerint akarva vagy akaratlanul, de az USA-ban internetet használó felnőttek 23 %-a megosztott már ilyen hamis hírt<sup>8</sup>. Ahhoz, hogy megértsük, hogy az emberek miért osztanak meg ilyesmit másokkal fontos, hogy megvizsgáljuk ennek a szociológiai és pszichológiai hátterét.

A közösségi média platformjai elsősorban a társadalmi „elismerés” bizonyítékaival győznek meg bennünket arról, hogy valamit megosszunk. Minél többen kedveltek vagy osztottak meg egy posztot, annál nagyobb

4 Katharine Viner (2016. július 12.): How technology disrupted the truth, *The Guardian*.

5 Emma Jane Kirby (2016. december 5.): The City Getting Rich from Fake News, *BBC Magazine*. Samantha Subramanian (2017. február 15.): The Macedonian Teens Who Mastered Fake News, *Wired*.

6 Robert Tait (2016. december 28.): Czech Republic to fight „fake news” with specialist unit, *The Guardian*.

7 Rossalyn Warren (2017. március 4.): „Fake news” fuelled civil war in Burundi. Now it’s being used again, *The Guardian*.

8 Michael Barthel, Amy Mitchell, Jesse Holcomb (2016. december 15.): Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion, *Pew Research Centre*.

az esélye, hogy mi magunk is kedvelni fogjuk és megosztjuk. Így terjed aztán egy-egy „hír” egyre szélesebb körben és halmoz fel egyre több „lájkolást” és megosztást. Nem sok kell ahhoz, hogy kialakuljon egy „információfolyam”.

Olyan dolgokat is megosztunk, amelyek az érzelmeinkre hatnak: ha valami megnevettet, könnyekre fakaszt vagy feldühít: megosztjuk másokkal. Olyasmint is megosztunk időnként, aminek a címe vagy képe az agyunk élvezet-központját stimulálta – annak ellenére, hogy a tartalmat nem néztük át tüzetesen. Amennyiben a későbbikben rájövünk, hogy valami, amit megosztottunk hamis, ez kevésbé van ránk hatással. Egy cáfolat nem ingerli az agy élvezet-központját, ezért nem osztjuk meg. Más szóval: a közösségi médián látott legtöbb dologra való reakciónk nem a racionalitásból hanem az ösztöneinkből fakad.

Aztán ott van a megerősítéssel kapcsolatos részrehajlás. Mindannyiunkban él az az erős pszichológiai hajlam, hogy belekapaszkodjunk az olyan információkba, amelyek megerősítik/alátámasztják a véleményünket. Ezzel párhuzamosan kerüljük és elutasítjuk az olyan dolgokat, amelyek a véleményünkkel ellentétesek vagy kihívást jelentenek arra nézve. Vagyis készpénznek veszünk mindent, ami összhangban van a már meglévő világnézetünkkel és értékrendünkkel, ugyanakkor pedig elutasítunk minden olyasmint, ami azt veszélyezteti. A közösségi média sajnos mindezek a tényezők nélkül is szűrőként működne. Amikor „lájkolunk” vagy megnyitunk valamit a Facebook hírfolyamában, akkor az ő algoritmusuk még több olyan típusú dolgot hoz majd fel, amire reagáltunk, és kevesebbet az olyan típusúakból amilyenekre nem reagáltunk. A hírfolyamunk napról napra egyre inkább olyan dolgokkal telik meg, amelyek a mi látásmódunkat támasztják alá – függetlenül attól, hogy azok a dolgok igazak, vagy sem.

### **„Elesik az igazság a tereken”**

Bajban van az a kultúra, amelyben az igazság helyét elfoglalják az alternatív tények. Katharine Viner szerint „Ez nem azt jelenti, hogy nincs igazság. Csupán azt jelzi, ... hogy nem értünk egyet abban, hogy mi az. Amikor pedig nincs egyetértés abban, hogy mi az igazság és hogyan érzük azt el, akkor rövidesen minden a káoszba torkollik.”<sup>9</sup>

Sokkolóan aktuálisak Ézsaiás saját társadalmáról írt sorai: „Eltávozik a jogosság, és távol áll az igazság, elesik a hűség a tereken, és az egyenesség nem juthat be. Hiányzik a hűség (igazság), és aki kerüli a gonoszt, prédává lesz.” (Ézs 59,14–15; ld. még: Jer 9,3–6).

Ami ebből az egyház számára következik, az kijózanító. Sokkal nehezebb az evangélium igaz mivolta mellett érvelni egy olyan társadalomban, amelyben a nyilvános vita olyan nézőpontokról folyik, amelyek mindegyike „ténynek” állítja be önmagát. Bigottnak tartják, és nem figyelnek az üzenetére annak, aki kitart amellett, hogy létezik valódi igazság. A Biblia tekintélyére való hivatkozás esetén ősrégi álhírnek nevezik a Szentírást, és félre söprik a mondandónkat.

### **Hogyan tovább?**

Pál apostol Ézsaiással együtt azt állítja, hogy az igazság elnyomása Isten haragját vonja maga után (Róm 1,18). Vajon „átenged-e” bennünket Isten az igazság keresése helyett az érzelmeinket előnyben részesítő hozzáállásnak? Ebben az esetben a fejlett országok a fejük tetejére állnának és teljes káoszba fordulna minden. Vagy ehelyett elfogadjuk még egyszer az igazságot és a bölcsességet, és hátat fordítunk a relativista felfordulásnak, amely felé rohamosan száguldunk? Imádkoznunk kell azért, hogy a fejlett világ ez utóbbi opció mellett döntsön, és hogy a világ többi részét ne fertőzze meg a posztigazság betegsége.

<sup>9</sup> Katharine Viner (2016. július 12.): How technology disrupted the truth, The Guardian.

Vannak jó irányba mutató jelek, vannak akiket – egyes média vállalkozásokat is beleértve – egyre inkább aggaszt a társadalmunk jelenlegi állapota. Mark Zuckerberg például kijelentette, hogy a Facebook szembe megy az álhírek terjesztésével<sup>10</sup>, a *The New York Times* pedig megígérte hogy „újult erővel összpontosít az igazságra és az átláthatóságra”<sup>11</sup>. Úgy tűnik, hogy egyesek kezdenek ráébredni hogy milyen fontos az igazság a társadalomra nézve. Vagy talán csak ideiglenesen lelassult a pusztulás? Mindebben döntő szerepük lehet az egyes társadalmakban élő keresztényeknek.

### ***Hogyan reagáljunk az álhírekre?***

Nekünk, keresztényeknek szenvedélyesnek kell lennünk az igazsággal kapcsolatban, hiszen akit követünk, az maga Az Igazság (Jn 14,6). Ez viszont sajnos nem mindig kényelmes, ráadásul csökkenti a népszerűségünket, és bátorság is szükségeltetik hozzá. Ennek ellenére nem szabad feladnunk! Ez nem csupán azt jelenti, hogy intellektuálisan ragaszkodunk az igazsághoz, hanem azt is, hogy nap mint nap eszerint éljünk.

*„Utálatos az Úr szemében a hazug ajak, de a hűségesebben gyönyörködik.” (Péld 12,21)*

Minden bizonnyal nagy a kísértés hogy a közösségi médiában megosszunk olyasmit, ami kényelmesen passzol a nézeteinkhez még akkor is, ha nem vagyunk biztosak az igazságtartalmában. Óvakodnunk kell attól, hogy olyanokká váljunk, akiktől Pál apostol óva intett, amikor azt írta: „...saját kívánságaik szerint gyűjtenek maguknak tanítókat, mert visket a fülük.” (2Tim 4,3). Ehelyett küzdjük le az arra való vágyunkat, hogy mindenáron alátámasszuk a véleményünket, és kérdőjelezzük meg azokat az állításokat, amelyekkel a közösségi médiában összetalálkozunk. Ne gondoljuk azt, hogy valami attól lesz igaz, hogy sokan „lájktolták”. Határozzuk el, hogy utánajárunk az igazságnak, és ebbe az is beletartozik, hogy leellenőrizzük a felénk áramló információk forrását.

Az igazság melletti kiállás viszont nem csupán azt jelenti, hogy beszámolunk az igaz dolgokról, és megosztjuk azokat másokkal. Készen kell állnunk arra, hogy megkérdőjelezzük a hamis állításokat és hogy más nézőpontokat mutassunk be, friss szemszögből rávilágítva a dolgokra. Ahhoz, hogy az egyház prófétai szerepet töltsön be a társadalomban, elég bátrak kell, hogy legyünk ahhoz, hogy kimondjuk azokat a bibliai igazságokat, amelyek a leginkább kihívás elé állítják a társadalmat, és amelyek a leginkább megbolygatják az emberek kényelmét (Jer 7,27–28; Jn 16,7–11).

Imádkozzuk azért, hogy legyen elég bátorságunk ehhez!

---

10 Mark Zuckenberg, Facebook note, 2016. November 13.

11 Minda Smiley (2017. március 12.): „We are preparing for the story of a generation.” New York Times executive editor Dean Baquet discusses covering President Trump, The Drum.