

BUDAPESTI GAZDASÁGI EGYETEM
Külkereskedelmi Kar

AZ INTERNETES TROLLOK ÉS AZOK HATÁSA AZ
ONLINE DISKURZUSRA

Konzulens:
Bancsik György
Mesteroktató

Készítette:
Sárdi Kristóf Gyula
Kommunikáció- és médiatudomány
2024

1. Tartalomjegyzék

1. Tartalomjegyzék.....	3
2. Bevezetés.....	4
3. A közösségi média felhasználók közötti interakciók.....	5
4. A trollok, mint internetes jelenség.....	8
4.1. A trollok eredete és metódusai.....	8
4.2. A trollok motivációi.....	11
4.3. A trollok pszichológiája.....	13
4.4. Ismert trollok.....	15
5. Koordinált trolltámadások.....	18
5.1. A trollok „főhadiszállása”.....	18
5.2. Agile Alliance 2013 szeminárium.....	19
5.3. Hamis Iphone hirdetések.....	23
5.4. Interjú trollokkal.....	28
5.5. A trollok kezelése.....	31
6. A trollok által okozott változások.....	34
6.1. Online diskurzus.....	34
6.2. A trollkodás hatása a cégekre.....	38
6.2.1. Exile Pitbull.....	38
6.2.2. S.O.S. Condoms.....	41
6.3. A márkák közösségi média használatának változásai.....	43
7. Konklúzió.....	49
8. Összefoglalás.....	50
9. Felhasznált irodalom.....	51

2. Bevezetés

Az általam választott téma az internetes trollok ismertetése és az általuk okozott online diskurzus béli változások bemutatására szolgál. A téma választásának indokai az világhálón megtalálható közösséghez kötő szoros kapcsolatom, a trollkodást illető személyes tapasztalatom, és az internetes kollektívák iránt érzett aggodalmam volt. Aggodalmaim közé tartozik, hogy a környezetemben élők és az internetfelhasználók a tájékozatlanságuk miatt áldozatul estek, eshetnek trolltámadásnak, illetve, hogy a trolltámadások és a más negatív online térben előforduló faktorok miatt az internetes diskurzus komoly minőségromláson mehet keresztül, megfosztva ezzel az internetfelhasználókat az online térben való kikapcsolódás örömétől. A dolgozat célja, hogy az internetes trollokról egy átfogó, részletes leírást adhassak, megoldásokat találjak a trollok által generált problémákra, és segítsen a digitális bevándorlókat és bennszülötteket egyaránt, hogy az itt megjelenő információk használatával sikeresen tudjanak védekezni a trollok ellen. Céлом még, hogy kiderítsem, hogy az internetes diskurzusra és az online tartalmakra volt-e hatással a trollok elterjedése, jelenleg mi az emberekben kialakult kép a problémáról és, hogy a jövőben milyen irányt fog venni az online térben folyó interakciók színvonala és tartalma. Ezen célok teljesítése érdekében kvalitatív kutatómunkát végzek interjúk keretein belül, szekunder kutatásaimmal pedig a céloom, hogy a trollokról egy teljes képet alkothassak, illetve ilyen módon szeretnék információt gyűjteni az internetes közösségekről kialakult véleményekkel kapcsolatban. A szakdolgozatom eredményeként levont következtetések azt mutatják, hogy a negatív töltetű tartalmak jelenleg jobban befolyásolják az internetes diskurzust, de az, hogy a jövőben ez továbbra is így marad-e, vagy különböző megoldások keresésével és használatával egy jobb, pozitívabb online tér jöhet létre, még nem egyértelmű.

3. A közösségi média felhasználók közötti interakciók

Nap mint nap használjuk az internetet, legyen az munka, szórakozás, tanulás. Magyarországon 2022-ben a 16-74 éves népesség 89 százaléka használta aktívan a világhálót (KSH 2023). A világon pedig 5.106 milliárd, 2024 áprilisában 5.438 milliárd ember netezett napi gyakorisággal. Az internet talán egyik legmeghatározóbb részét, a közösségi médiát pedig 5,07 milliárd ember használja (datareportal.com 2024¹). Magyarországon ez a szám 2023-ban 7.4 millió, ami az akkori népesség 72.2 százaléka volt (Kemp 2023²). Tehát elmondhatjuk, hogy a világ népességének nem elhanyagolható része érintkezik valamilyen fajta közösségi hálóval nap mint nap.

A közösségi média olyan online felületek és weboldalak, amelyek lehetővé teszik a felhasználók számára a tartalom előállítását és megosztását, a másokkal való kommunikációt és a virtuális közösségekben való részvételt (marketingastro.hu 2023³). A több milliárd felhasználó a legtöbb helyen felosztható két csoportra: tartalomgyártókra és a tartalmak fogyasztóira. A tartalomgyártók, ahogy a nevük is mutatja, tartalmakat gyártanak ezekre a közösségi platformokra, legyen az zene, kisfilmek, videók, képek, cikkek, posztok stb. A fogyasztók ezeket látják és fogyasztják. A többi médiumtól az különíti el a közösségi médiát, hogy a kommunikáció kétirányú, tehát a fogyasztók tudnak reagálni ezekre a gyártott tartalmakra, amit a készítő lát, és ugyanúgy tud rájuk reagálni. A reakciók közül kiemelném a like/dislike, vagyis a tetszik, nem tetszik reakciókat. A legtöbb platformon ez a funkció elérhető, egy szimpla gombnyomás, amik számként jelennek meg csupán az adott tartalmon. Ezzel is kifejezhetik a fogyasztók véleményüket, de ezek csupán a tartalom népszerűségét befolyásolják, vagyis, hogy az algoritmus mennyire ajánlja fel a tartalmat több embernek. Ezt nem csak a pozitív és negatív reakciók mennyisége befolyásolja, számít a posztolástól eltelt idő, megnézések és reakciók számától és még sok mástól (Adisa 2023⁴). Azért emelném ki ezt, mert a többi reakció már mind tartalomgyártóvá teszi az adott fogyasztót.

¹ <https://datareportal.com/global-digital-overview>

² <https://datareportal.com/reports/digital-2023-hungary>

³ [https://www.marketingastro.com/kozossegi-media-marketing/#:~:text=A%20közösségi%20média%20marketing%20\(SMM,közösségi%20média%20alkalmazásokat%20használja%20marketingeszközként.&text=A%20felhasználók%20által%20megosztott%20releváns,abban%2C%20hogya%20növeljék%20az%20expozíciójukat.](https://www.marketingastro.com/kozossegi-media-marketing/#:~:text=A%20közösségi%20média%20marketing%20(SMM,közösségi%20média%20alkalmazásokat%20használja%20marketingeszközként.&text=A%20felhasználók%20által%20megosztott%20releváns,abban%2C%20hogya%20növeljék%20az%20expozíciójukat.)

⁴ <https://sproutsocial.com/insights/social-media-algorithms/#how-algos-work>

A kommentelés lehetősége már 1998-ban elérhetővé vált az Open Diary weboldalon, ami egy publikus napló volt lényegében, ahova bárki leírhatta a gondolatait, amire az olvasók publikusan, vagy privátban tudtak reagálni (inevitablehuman.com 2019⁵). Manapság a kommentelés lehetősége szinte minden közösségi platformon jelen van, sőt, nagyon sok online újság is engedélyezi a válaszokat. Ezekre a kommentekre ugyanúgy lehet reakciókat küldeni, komment vagy like/dislike formájában. Tehát a kommentelő is visszajelzést kap arra, amit készített, ezáltal belőle is tartalomgyártó válik. A megosztás funkció is hasonlóképpen működik. Facebookon, Instagramon és X-en (korábban Twitter) is a megosztott tartalmak a mi személyes oldalunkra, profilunkra kerül ki, amire szintén adott a reakció lehetősége. A kommentelés a legjobb funkció arra, ha az adott fogyasztó pontosan akar véleményt nyilvánítani, hiszen hosszú mondatokban tudja megfogalmazni az egyéni, szubjektív gondolatait a tartalomról. Természetesen egy darab ilyen komment nagyobb közönségbázis mellett teljesen el tud veszni, legyen az pozitív vagy negatív értékelés. Ezek a kommentek, ha elolvasásra kerülnek, mindenképp valamilyen reakciót fognak kiváltani a tartalomgyártóból. Roy Baumeister szerint az emberek a negatív reakciók, élmények sokkal élesebben maradnak meg bennünk, mint a pozitívok, ennek oka pedig egy ősi ösztön azért, hogy egy elszenvedett rossz történés, vagy kellemetlen élmény után ne kövessük el újra ugyanazt a hibát (Griffiths 2022⁶). Baumeister azt is elmondja, hogy az emberben alapvetően benne van, hogy a veszély után kutasson, hogy elkerülje azokat. Ezért lehetséges, hogy egy 8 hónapos csecsemő előbb néz egy kígyó képére, mint egy barátságos békáéra, egy 5 éves pedig előbb figyel fel egy ijesztő arcra, mint egy boldogra (Griffith 2022). Tehát elmondhatjuk, hogy a közösségi médiában egy negatív kommentre akár fogyasztóként, akár tartalomgyártóként előbb felfigyelünk, sőt, jobban meg is jegyezzük azt. Egy-egy negatív vélemény mellett még el tud menni az ember, elengedi azt, ugyanakkor a tömeges ellenszenves, sértő hozzászólások erősen ronthatják a mentális egészséget.

Habár nehéz figyelmen kívül hagyni a felénk irányult negatív hozzászólásokat, érdemes ezeket csoportokra osztani. Az első a panasz. Ezek általában háttérrel rendelkező, elégedetlen fogyasztók által hátrahagyott kommentek. Példának okáért egy általam hallgatott magyar podcast egyik Youtube-on megtalálható része alatt az első 5 kommentből 3 egyértelmű panasz. *„Ezek a vágások teljesen feleslegesek szerintem. Nekem elveszi a HH varázsát, mindig szerettem az elejétől a végéig nézni.” @user-sl2po3ml2e. „Kérem ne legyen vágás!” @ATiborA*

⁵ <https://inevitablehuman.com/the-complicated-history-and-frightful-future-of-the-internet-comment-section/>

⁶ <https://www.bbc.com/future/article/20220624-why-criticism-lasts-longer-than-praise>

„Szerintem nem jó a vágott HH” @TheSzilard77. Ezek a panaszok a videó alatt egyértelműen azt mutatják, hogy egy változás nem tetszett a fogyasztóknak, amit panasz formájában meg is írnak a készítőknak. Ezek a kommentek a legtöbb like reakciót kapták a videó alatt, tehát nagy valószínűséggel eljutottak a tartalomgyártókhoz.

A panaszok legtöbbje jogos, emiatt ezeket figyelmen kívül hagyni nem szabad. A legjobb megoldás ezekre a mielőbbi válasz és a bocsánatkérés (caseiq.com⁷).

Természetesen ez egy többezres internetes kommentszekcióban szinte lehetetlen, így érdemes valamilyen poszt formájában válaszolni a panaszokra, esetleg megmagyarázni az elégedetlenséget kiváltó dolgok okait. A vizsgált videó egy élőben készülő videósorozat része, amelynek korábbi feltöltései vágatlanul kerültek ki a platformra. A készítő úgy érezték, a közönség jobban örülne, ha az unalmas részeket szimplán kiszerezteszteni belőle, és így egy jobban fogyasztható tartalmat tudnának létrehozni. A panaszok azonban nem ezt mutatják, ennek ellenére eddig továbbra is a vágott formátum került csak feltöltésre.

A negatív hozzászólások második csoportjába a rosszhiszemű kommentek tartoznak. Ezeknek rendszerint semmilyen építő jellege nincs. Semmi más célja nincs ezeknek a kommenteknek, mint a feszültség levezetése, a tartalomgyártó bántása. Az utóbbinál előfordulhat, hogy annyira unszimpatikus valaki, hogy a kommentelő képes minden videó alá bántalmazó, sértő kommenteket írni. Ugyanakkor előfordulhat, hogy a negatív kommentek túlzásba, gyűlölködésbe folynak át, aminek eredménye akár öngyilkosság is lehet. Pranshu, egy 16 éves indiai tartalomgyártó, aki sminkeléssel foglalkozott egy Instagram videója alá annyi gyűlölködő és negatív kommentet kapott, hogy végül végzett magával (ndtv.com 2023⁸). Habár ez egy nagyon szélsőséges példa, sajnos nem egyedi eset.

A harmadik, egyben utolsó csoport, a trollok. Ahogy dolgozatom címében már tettem rá utalást, őket vizsgálom részletesen őket vizsgálom részletesen írásomban, A troll kommentek legfőbb célja valamilyen, de legtöbb esetben a negatív reakció kiváltása a többi emberből.

⁷ <https://www.caseiq.com/resources/a-guide-to-complaint-management-social-media/>

⁸ <https://www.ndtv.com/india-news/teen-queer-artist-from-madhya-pradeshs-ujjain-dies-by-suicide-after-hate-comments-on-reel-claims-actor-4604517>

4. A trollok mint internetes jelenségek

4.1. A trollok eredete és metódusai

Definíció szerint a trollok olyan internetes felhasználók, akik rendszerint álnévvel, az internet mögé bújva szándékosan vitát szítanak, vagy agresszív megjegyzéseket tesznek annak érdekében, hogy a többi felhasználót reakcióra kényszerítsék (Domján 2021⁹). A nevük miatt manapság az internetes trollokat egy fikciós, mitológiai lényhez társítják. A trollok az északi nép mondavilágában szereplő hatalmas, irtózatos lények, amik hegyeken, várakban laknak és éjszaka kísértették az embereket. Kiemelendő tulajdonságuk, hogy napfény hatására kővé változtak (britannica.com 2015¹⁰). Természetesen a netes trollok közel sincsenek ezekhez a fikciós fenevadakhoz, személyiségük, életmódjuk nagyban hasonlítanak a mai netes trollokhoz. A netes trollok csak azért használják az internetet, hogy kellemetlenséget, zavargást keltsenek, mindezt álnevekkel és hamis profilokkal teszik, mondhatni, az internet által nyújtott sötétség alatt cselekednek, ugyanúgy, mint ahogy a fikciós trollok is az éjszaka leple alatt merészkednek csak elő. Ugyanakkor a napfény hatására történő kővé dermedés is találó hasonlat, hiszen egy netes troll csak addig tud „működni”, amíg kiléte ismeretlen. Ha a fényre hozzuk kilétüket, megszűnnek létezni, legalábbis legtöbb esetben. Tehát van igazság abban, hogy ezekhez a lényekhez vannak hasonlítva. A troll kifejezés eredete utalhat a mitológiai lényre, de ugyanakkor egy nyelvi félreértésből is eredeztethető, aminek központi eleme a horgászat. A horgászatban van egy úgynevezett „trawl” metódus, tulajdonképpen a hálóval való halászat. Az egyik fajta a tengerfenéken húzott hálóval történő halfogás, a másik pedig egy hosszú damilra fűzött, sok kisebb damil, aminek végén csalival felszerelt kampó van. A trawl szó angolul nagyon hasonlít a troll kiejtéséhez, így elképzelhető, hogy az évek során emiatt terjedt el rosszul, ugyanakkor érdekes, hogy a halászati módszerhez kísértetiesen hasonlítanak a trollok módszerei.

Van egy másik nyelvi elképzelés is, eredhet egy francia szóból, ami vadászatot jelent (Whitman 2015¹¹). Ami közös ezekben a szavakban, hogy mind valamilyen fajta vadászatra utalnak. Az internetes trollok lételeme is a vadászat: vadásznak olyan közösségi médián található közösségekre, témákra, fórumokra, amiken káoszt tudnak kelteni. Amit le kell szögezni, hogy a trollok nagyon kis százaléka tudatlan. Legtöbbjük célzottan, felkészülve támadja a netezőket, ezzel elérve a maximális reakciómennyiséget. A trollok nem csak

⁹ <https://kollektivmagazin.hu/2021/08/24/kik-azok-a-trollok/>

¹⁰ <https://www.britannica.com/topic/troll>

¹¹ <https://www.vocabulary.com/articles/dictionary/youve-been-trolled/>

háttértudással érik el, amit akarnak, vannak elterjedt taktikáik, amik megfigyelhetőek. A forrásként használt írások nagyon jól összegyűjtötték és leírták az általam ismert és ismeretlen troll stratégiákat.

Az első ilyen az Ad Hominem féle támadásuk. Rövidítése annak a latin kifejezésnek, hogy *argumentum ad hominem*. Jelentése, a személyhez. Lényege, hogy a troll nem az adott témáról vitázik, hanem személyeskedéssel szakítja meg a diskurzust, legyen az az illető kinézete, motívuma, vagy bármilyen személyes jellemző. Az internetes trollkodás ezen formájának célja, hogy a beszélgetést elterelje a fő témáról. Habár egyszerű ennek a módszernek a használata, még az online trollok szerint is kifinomulatlan és könnyen észrevehető, emiatt nem működik sokáig az átlagembereknél (North 2022¹²).

A következő gyakran használt módszer a „Whataboutism”. Ez egy nem létező kifejezés, az angol „What about...” kifejezésre utal, magyarul a legjobban a „Mert az ... jobb volt?” mondathoz hasonlít a legjobban. Egy példával lehet a legkönnyebben bemutatni ezt a módszert. Tegyük fel, hogy valaki a kommentekben kifejezte nemtetszését a jelenlegi miniszterelnökről, Orbán Viktorról. Ahelyett, hogy a troll valós érveket hozna fel a kijelentés ellen, szimplán csak annyit reagál „Mert a Gyurcsány jobb volt?”. Tehát röviden összefoglalva a „Whatabotism” célja, hogy rendes érvek helyett úgy értékteleníti el a troll az érveket, hogy felhoz egy sokkal rosszabb példát, amit az eredeti vitapartner, a troll szerint, támogat (North 2022). Általában ezek a felhozott példák hamis információkat tartalmaznak, de mivel egy internetes kommentszekcióban a források ellenőrzése nem gyakori, egy tudatlan ember máris a troll mellé áll, elérve azt, hogy a vita tovább folytatódjon nem létező érvek dobálásával.

A harmadik ismert taktika a „Fókázás”. A nevét egy online képregényről kapta, amiben egy tengeri foka egy fókákról megtett megjegyzés után mindenhová követi az embert, hogy támassza alá a megjegyzését, folyamatosan idegesítve őt (Malki 2014¹³). Ahogy azt a képregény is mutatja, a trolloknak ez egy kedvelt támadási formája, hiszen semmi más dolga nincs, mert folyamatosan arra kérik az illetőt, hogy támassza alá, amit mondott. Célja, hogy az áldozatot minél tovább odakösse az internethez és bosszantsa. Ha a trollt felfedik, szimplán csak annyit válaszol, hogy ő csak tanulni akar és meg akarja érteni, meg akar bizonyosodni, hogy ez valóban igaz-e, holott valójában a nyaggatáson kívül más célja nincs ezeknek a kérdéseknek. A fókázást gyakran fontos dolgokkal kapcsolatos tartalmak alatt használják, hogy

¹² <https://samanthanorth.com/internet-trolling-tactics>

¹³ <https://wondermark.com/c/1062>

eltereljék róla a figyelmet, ilyen például a klímaváltozás (North 2022), de lehetne mondani a jelenleg is folyó orosz-ukrán konfliktust is.

Egy igen erős és gyakran jól rejtett metodika a „megszállott vitázó”. Ezek a trollok azt az álcát öltik magukra, hogy ők csak szeretnek vitázni, nekik ez az, ami kell. Habár alapvetően igaz a trollokra, hogy a vitakeltés a lételemük, ez a taktika nem agresszív, és úgy tüntetik fel az egész vitát, mint egy jó és kellemes, informatív időtöltés. Valójában egy véget nem érő interakció az egész, és az időhúzáson kívül más célja nincs. Ha ezt megemlítik, vagy bármi más módon próbálják meg őket elhallgattatni, rendszerint a szólásszabadságot hozzák fel ellenérvnek (North 2022), amire az egyetlen jó válaszreakció, ha nem válaszolunk.

Zoknibábok. Egyszerű de működő hasonlat a következő taktikához. Ez a szisztéma súrolja a kiberháború határait. A gerince az, hogy a troll egyedül, több hamis profilt is működtet egyszerre, mint egy kéz egy zoknibábot (vagy többet, ha kicsik a zoknik). Célja, hogy egy hamis képet kreáljon a publikus véleményről. Ez egy bevált módszer, főként politikai töltetű kiberháborúkban. A zoknibábos taktika volt az egyik kulcseleme annak, hogy Trump hatalomhoz jutott (North 2022).

A „lelkes kutatók” azok a trollok, akik arra építik a támadásukat, hogy valami hamis információt terjesztenek, és amikor forrást kérnek tőlük, az a válaszuk, hogy te nézz utána. A Covid-19 alatt rengeteg volt a hamis információ, de mivel nem volt elegendő forrás a járvány elején, megszorodtak a hamis hírek, mindenféle forrás nélkül. A saját kutatás elvégzése mellett gyakran hívják a velük egyet nem értőket birkáknak, akik csak elhiszik azt, amit mondanak nekik (North 2022). Hozzátenném, hogy egyre nehezebb különbséget tenni az ilyenfajta trollok és a valódi összeesküvés elmélet hívők között. Ugyanis a trollok tőlük vették át ezt a taktikát. A különbség közöttük az, hogy a trollok, pontosan tudják mi az igazság, csupán dühöt és káoszt akarnak kelteni.

A törzsiséget kihasználó gyűlölködők azt az emberi természetbe ágyazott hajlamot használják ki, ami arra készíti őket, hogy tartozzunk valahova. Itt már nem egy-egy személy felbosszantása a cél, hanem teljes csoportok egymásnak esésének kiprovokálása. Természeténél fogva ez legfőképp politikával kapcsolatos kontenteknél működik a legjobban (North 2022), hiszen ahogy egy dél-kaliforniai egyetem által végzett kutatás bizonyítja, az emberi agynak a személyes identitásunkkal kapcsolatos mély érzelmekeket kezelő része kezd el aktívan dolgozni, amikor politikai nézeteinket támadják (cbsnews.com 2017¹⁴). Nem véletlen tehát, hogy az

¹⁴ <https://www.cbsnews.com/losangeles/news/heres-why-people-become-angry-when-their-political-beliefs-are-challenged/>

emberek mindig hevesen reagálnak a politikával kapcsolatban. Emiatt ez a csoportok közti feszültséggenerálás tökéletes egy troll számára.

A „Strawman” kifejezés tükörfordításban nádembert jelent, és lényegében körül is írja ezt a módszert. Egy erős érvet nehezen tud legyőzni egy troll, ezért muszáj neki valami olyat kreálnia belőle, amit könnyedén ellehetetleníthető. A legjobb megoldás az, hogy az eredeti érvet teljesen el kell túlozni, torzítani, hogy könnyebb legyen legyőzni (ahogy egy szalmából készült embert). Erős érzelmeket megmozgató témákhoz kapcsolódó vitáknál alkalmazzák, mint például az abortusz kérdése, és a halálbüntetés (North 2022).

A fentebb felsorolt stratégiák némileg kifinomultak a maguk módján, hiszen néhányat az ember akár valóban használhat, ha győzni akar. Azonban az utolsó formája az internetes trollkodásnak minden, csak nem kifinomult: a gyűlölködés. Azok a trollok, akik ezeket használják, a tiszta düh kiváltásán kívül semmit nem akarnak elérni. Ide tartoznak a rasszista és/vagy a nemi gyűlöletbeszéd, az általános gyűlöletbeszéd és a halálos fenyegetések is.

Ezeket nagyrészt kiszűri a közösségi médiumok által használt algoritmus és elfojtásra kerülnek (North 2022). Összefoglalva a trollok rengeteg eszközzel rendelkeznek, a fent említett taktikák mindegyikét tudják használni az összes közösségi média platformon. Az, hogy mennyire sikeresek, teljesen változó. Attól függ, mennyire tájékozottak az emberek a trollok létezésével és stratégiáikkal kapcsolatban és fel tudják-e ismerni ezeket a folyamatokat.

4.2. A trollok motivációi

A trollok legismertebb támadási technikáinak ismertetése után szeretném kifejteni részletesebben, mi miatt is teszik mindezt. Először is a le kell szögezni, hogy a trollkodások valódi szándéka legtöbbször teljesen értelmetlen, és a legnagyobb felhozható reális magyarázat a trollok saját maguk szórakoztatása, esetleg trolltársaik megnevettetése. Az interneten erre gyakran használt kifejezés a „for the lulz” (Ellefsen 2023, p. 3¹⁵). A „lulz” egy módosított formája a „lols” -nak, ami többes száma a „lol” internetes rövidítésnek, a laughing out loud (Meltzer 2011¹⁶) (hangosan felnevetni). A lulz is a nevetéssel kapcsolatos kifejezés, (nem mozaikszó). olyan esetekben használják, amikor valaki negatív dolgokat tesz a nevetetésért. Az Urban Dictionary weboldalán található példák, mint például „*Why post a giant image of 50*

¹⁵ <https://philarchive.org/archive/ELLCGA-2>

¹⁶ <https://www.theguardian.com/media/2011/sep/06/lol-favourite-abbreviation>

Hitlers? I did it for the lulz” (urbandictionary.com 2007¹⁷), nagyon jól bemutatják a lulz kifejezés használatát. Ez a szó képes motivációként, egy örömforrásként, egy személyes célként funkcionálni, ugyanakkor az is, hogy áldozatait arra készítse, hogy értéktelennek és szomorúnak érezzék magukat. Amikor a trollok sikerrel járnak, extrém mértékű izgatottságot és örömet éreznek. Amint ez elkezd halványulni, azonnal keresik a következő áldozatot. Egy idő után egyre nagyobb és nagyobb impulzus kell, hogy elérjék ugyanezt az állapotot, ezzel sokkal gonoszabb dolgokat tesznek az interneten. Egy idő után a végletekig is képesek elmenni. Ez a folyamat erősen hasonlít a kábítószerfüggők mentalitásához. Ahogy egy heroinfüggő egyre nagyobb dózisokat használ, úgy egy troll is egyre mélyebbre süllyed a gonoszkodás tengerében. Nagyon ritka esetben, de eljuthat ez arra a pontra, hogy áldozatukat öngyilkosságba kergetik (McGraw 2023¹⁸). Ilyen volt egy 2014-ben történt eset, amikor Charlotte Dawson öngyilkosságot követett el az internetes trollok miatt. Charlotte Dawson egy Ausztrál televíziós személyiség volt, akit, főként Twitteren támadtak a trollok. 2012-ben miután felfedezte egy troll személyiség, aki azt írta neki, hogy ölje meg magát, felhívta az illetőt, majd a nő munkahelyén jelentette a troll tetteit. Amikor ezt Charlotte nyilvánosságra hozta, támogatás helyett még nagyobb utálat tárgya lett a trollok körében, és egyre erőszakosabb durvább kijelentéseket tettek róla az interneten, ezúttal azonban, mint egy kampány, az összes felé irányuló bántalmazó poszt el volt látva a #diecharlotte hesteggel. Később abban az évben egy sikertelen öngyilkossági kísérlet után Charlotte nem bírta tovább és véget vetett az életének (Goddart 2014¹⁹). Ez mutatja, hogy a trollok egy részében, semmilyen gátlás nincs, emiatt tekinthetőek valós veszélynek.

Összefoglalva a trollok a saját maguk szórakoztatásán kívül másért nem trollkodnak? Nem egészen. Van, hogy pozitív szándékkal teszik azt. 2019. áprilisában megjelent a Sonic a sündisznó című animációs film első előzetese. Az eredeti trailer azóta törlésre került, az újrafeltöltések alatt pedig zárt a komment szekció, valamint a Twitteren is töröltek mindent, ami az előzeteshez kapcsolódott, így csak internetes cikkekre tudok hivatkozni azzal kapcsolatban, hogy a negatív, illetve trollkodó kommentek hatására a stúdió megváltoztatta a film főszereplőjének kinézetét, hogy jobban reprezentálja az eredeti, videójátékból ismert karaktert, elkerülve egy valószínűleg biztos bukást a mozikasszáknál (Rubin 2020²⁰). Ebből következik,

¹⁷ <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=lulz>

¹⁸ <https://cybernews.com/editorial/psychology-of-internet-trolls-cyberbullying/#:~:text=The%20psychology%20of%20a%20troll,Machiavellianism%2C%20psychopathy%2C%20and%20sadism>

¹⁹ <https://www.cosmopolitan.com/uk/reports/a25443/charlotte-dawson-dead-suicide-trolling/>

²⁰ <https://variety.com/2020/film/news/sonic-box-office-win-character-redesign-1203505411/>

hogy a trollok van, hogy jó indokból cselekednek. Kérdezhetjük tehát, hogy miért teszik ezt radikálisan. Meglátásom szerint azért, mert ők jobban tudják, hogy mivel tudnak reakciót kiváltani az emberekből az interneten, amivel nagyobb médiavisszhangot tudnak kreálni. Feltételezem, hogy a filmet készítő stúdió, a Paramount nem reagált volna pár ezer negatív kommentre. Viszont mivel az emberek fel voltak háborodva, a sok trollok által kreált kontent (mémek, szerkesztett videók, posztok) csak olaj volt a tűzre, ami meglátásom szerint felerősítette a rajongók hangját, ezzel kényszerítve a stúdiót, hogy változást eszközöljenek. Ez csak egy példa a trollkodás pozitív következményeire, viszont a mentalitást, a céltudatot bemutatta, miszerint nem minden troll akar rosszat, csupán a módszerei tűnnek annak. Ugyanakkor igaz az is, hogy vannak azok a módszerek, amik egyértelműen semmilyen pozitív célt nem szolgálnak, a fentebb leírt módszerek közül ilyen az egyértelmű gyűlöletkeltés és a „lelkes kutató” taktikák is. Következtetésként levonható, hogy a trollkodás megítélése függ a kontextusától.

4.3. A trollok pszichológiája

Most, hogy ismertettem a trollok módszereit és általános mentalitásukat, írásom következő része a trollok pszichológiáját vizsgálja. Egy 2014-ben készült kutatás szerint a trollok személyiségjegyeire ráillenek a „Dark Tetrad” nevű személyiségjegy csoportra. Ez a csoport 4 jegyből áll, nárcizmus, machiavellista, pszichopata, és szadista (Buckles, et al., 2014²¹). Egy másik kutatás is, ami 1200 részvevőből állt hasonló eredményt hozott. A részvevőknek személyiségteszteket kellett kitölteni, a kutatók pedig bizonyítékot kerestek a kiberbántalmazás és a „Dark Tetrad” között. Az eredményeken az látszott, hogy mindenki alacsony szintet ért el a Dark Tetrad-ba tartozó jegyekben, kivéve az internetes trollokat, akiknél elképzelhetetlenül magas értékek jöttek ki. A kutatás miatt ezért egyértelmű, hogy az internetes trollok és ezen személyiségjegyek szétválaszthatatlanok (McGraw 2023.) A négy személyiségjegy mind megfigyelhető a trollok körében. A nárcisztikus emberek meg vannak győződve arról, hogy egyediek, kivételesen tehetségesek, ugyanakkor csak magukkal törődnek. Ez a személyiségjegy ugyanakkor nem csak az internetes trolloknál található meg, hozzájuk közel állnak a nemzetközi hekker aktivizmus tagjai is, akiknek muszáj nyíltan és hangosan megmutatni mire képesek (McGraw 2023).

²¹ <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0191886914000324>

A machiavellista emberek elhivatottak, manipulálóak és stratégikusan közelítik meg a helyzeteiket, elérve egy személyes célt, ami általában a trollok esetében mások kihasználása saját szórakoztatásra. A machiavellista emberek egyik mottója a „cél szentesíti az eszközt”, vagyis a cél érdekében bármit meg lehet tenni, nincs határ. Az idézet Niccolò Machiavelli-től származik, akinek a nevéből a személyiségjegy elnevezése származik. Machiavelli értelmezése az, hogy a jó gyakran rosszon keresztül valósul meg. A trollok esetében ez nem igaz, ők csak maguknak akarnak jót és ezt képesek radikális eszközök és megmozdulásokkal elérni.

A pszichopáták egy régóta ismert mentális betegség, az ebben szenvedők antiszociálisak, hirtelen haragúak, manipulálóak és közönyösen állnak mások szenvedéséhez. Az is jellemző rájuk, hogy nem tudják eldönteni, mi jó és mi rossz, a szociális normáknak nem megfelelően viselkednek és nem érdekli őket sem a veszély, sem pedig a felelősség (Lindberg 2022²²). A trollok esetében ez mind megnyilvánul, de csak az online térben láthatjuk. Elképzelhető, hogy a pszichopata trollok ugyanúgy viselkednek a való életben, mint az interneten.

Az előző három személyiségjegy is magas értékeket mutatott a kutatásokban, ugyanakkor a szadista személyiségjegynek volt a legnagyobb az értéke. Le kell szögezni, hogy itt az úgynevezett mindennapi szadizmusra utalok. Tehát nem máson elkövetett fizikai fájdalomból következő boldogságot értem a kifejezés alatt, hanem szimplán örömszerzés más szenvedéséből. A trollok ezt azzal érik el, hogy online okoznak rossz érzéseket, kellemetlenséget stb. Ezek a trollok nem fizikailag szadisták, hanem mentálisan. Az egyik szerző úgy fogalmazott: „*A szadisták csak jól akarják érezni magukat ... és az internet a játszóterük*” (McGraw 2023).

Tovább haladva a pszichológiai vonalon, a trollok nem csak mentális deformációk miatt léteznek. Előfordul ugyanis, hogy az idők során alakul ki olyan probléma a troll mentális egészségében, ami miatt az internetes zavarkeltésben keresi a megoldást. Ilyen az alacsony önértékelés. Ez a felvetés abból eredt, hogy mindennapi életünket körbehálózza a közösségi média és ez egyre csak növekszik (Dolan 2023²³).

Ugyanúgy nagy faktor a trollok esetében, hogy az internetes viselkedésük anonim, ami egy úgynevezett „online gátlástalansági effektus” -hoz vezet. Vagyis online sokkal jobban meg merjük azt tenni, amit normál esetben nem tennénk meg, hiszen egy pajzs mögött tesszük, amit

²² <https://www.healthline.com/health/psychopath#Psychopathy>

²³ <https://www.psypost.org/low-self-esteem-and-high-fomo-are-psychological-mechanisms-that-play-an-important-role-in-trolling-study-suggests/>

teszünk (Saleem 2022²⁴). A trollok egy kutatás szerint azért is választják a trollkodást, mert azzal, hogy elrontják mások jókedvét és örömét, kicsit jobban érzik magukat, nem utálják magukat annyira, hiszen másokat utálnak éppen (Santos, et al., 2023²⁵).

Emellett származhat a trollkodás a FOMO (Fear Of Missing Out) jelenségből. Ennek a jelenségnek a magyarázata, hogy az emberek félnek attól, hogy kimaradnak. A trollok ebben az esetben azért élcelődnek, hogy felhívják magukra a figyelmet ezzel elérve, hogy úgy érezzék, részei az online diskurzusnak, nem maradtak ki semmiből, még akkor is, ha ezt úgy teszik, hogy másoknak okoznak kellemetlenséget. (Dolan 2023).

4.4. Ismert trollok

Vannak azok a trollok, akik egy személyben képesek voltak, csupán az internetre posztolt zavaró kommentek írásával halhatatlanná válni. Ha megpróbáljuk kideríteni, hogy ki a legismertebb troll, kivétel nélkül Ken M. személyébe botlunk. A Matt Silverman által róla írt cikk jól elmeséli Ken M történetét és munkásságát. Kiderül belőle, hogy Ken M, teljes nevén Ken McCarthy volt az internet olyan trollja, aki valóban csak nevetetni akart, ezért is olyan népszerű és ismert a mai napig is. Ken taktikája egy idézet alapján mondható el a legjobban, miszerint „Úgy dicsérj meg valakit, hogy ne tudja, hogy dicséred.” Kivéve, hogy ez Ken esetében inkább „Úgy trollkodj valakivel, hogy ne tudja, hogy trollkodsz vele.” Hiszen, ha valaki észreveszi, hogy mit csinálsz valójában, akkor nem fogják folytatni. Ken M troll karaktere a „jóhiszemű idióta” volt, aki mintha el se olvasta volna azokat a dolgokat, amik alá kommentelt. Ken kifejezetten olyan oldalakat célozott meg, ahol a felhasználókról köztudott volt, hogy rossz hozzáállással bírnak a buta emberek felé. Ken egyes trollokkal szemben sose személyeskedett, és sose volt gyűlölködő, nem véletlen örvendhet több tízezres rajongótábornak a saját Reddit oldalán. Ken karaktere minden témában ostoba volt és ezzel kihozta az emberekből, hogy mindig kijavítsák felháborodásuk közben, amire általában valami még nagyobb sületlenség volt a válasz. Ken nem csak cikkek alatt volt mestere az emberi reakciók kiszámításában, ugyanúgy támadott nagy márkákat is, ahol kihasználta a márkák közösségi média oldalát. Ugyanis ezek az oldalak ugyanúgy működtek, mint egy ügyfélszolgálat, az emberek panaszait, kérdéseit kezelték. Ken ezért olyan kérdéseket kreált, amik elég abszurdak, de válaszra érdekesek voltak. Ken álprofiljának felépítése is megtervezett

²⁴ <https://www.dawn.com/news/1706022>

²⁵ <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00332941231183136>

volt, a profilképen egy idősebb úr volt, egy olyan generáció tagja, akiről köztudott volt, hogy fura kérdéseket tesznek fel az ilyen platformokon, hiszen nem értettek hozzá. Miután ezek a trollkodások működtek, Ken egyre nagyobb márkaneveket célzott meg ártalmatlan, bolondos kérdéseivel és válaszaival. Emiatt az emberek elkezdtek felismerni és megosztani munkásságát más platformokon, mint például Redditen, legendává téve. Ken az a fajta troll volt, akinek, ha nem is nyíltan, de örülhettek a marketing csapatok, hiszen az ő munkássága nem volt más, mint ingyen reklám (Silverman 2021²⁶). Tudjuk, hogy a fiatalok a legértékesebb réteg a marketing szempontjából (Medien 2023²⁷) és Ken interakciói viccesek és szórakoztatóak és a megosztások miatt a fiatalokhoz eljutott a márka segítőkészsége és odafigyelése is a szórakoztató kommentek mellett.

A következő troll nem örvend olyan hosszú karriernek, hiszen még a nevét sem ismerjük, így nem tudjuk, volt-e más munkássága, de kétségkívül az, hogy valaki képes egy televíziós csatornát, illetve egy állami céget átverni és rávenni arra, hogy lejárassa magát, igazán figyelemre méltó. 2013-ben az Asiana Airlines egyik gépe egy félresikerült landolás következtében balesetet szenvedett és kigyulladt, három halálos áldozatot hagyva maga után. A baleset szakértők szerint annak tudható be, hogy a pilóták túl alacsonyan próbáltak landolni, ami miatt a gép hátsó része földnek ütközött és emiatt elvesztették az irányítást a gép felett (theguardian.com 2014²⁸). Tehát elmondható, hogy a pilóták voltak a bűnösök. Habár a hír bejelentésekért konkrét információ nem volt, egy troll úgy gondolta, kihasználja a helyzetet. Az amerikai közlekedési biztonsági hivatal (NTSB) egyik nyáron dolgozó gyakornoka azt hazudta feletteseinek, hogy kiderültek a pilóták nevei. Ezt a négy hamis nevet az NTSB azonnal továbbította a médiának (nbc.com 2013²⁹) és a legkorábbi televíziós csatorna, ami egy San Francisco-i tv csatorna, azonnal leadta a 4 álnevet élő adásban. A négy álnév mind kínai nevekre hasonlító, angolul viccesnek hangzó nevek voltak: Sum Ting Wong (Something wrong) Wi Tu Lo, Ho lee Fuk (Holy fuck) és Bang Ding Ow. Később az adás napján mind a két csatorna elnézést kért a hibájáért, ugyanakkor a mai napig az egyik legsikeresebb trollkodásnak tudható be, még akkor is, ha nem az interneten történt (nbc.com 2013).

²⁶ <https://www.dailydot.com/unclick/ken-m-comments-2-girls-1-podcast/> !!

²⁷ <https://medium.com/checkstep/the-evolution-of-content-moderation-rules-throughout-the-years-bccc9859cb31>

²⁸ <https://www.theguardian.com/world/2014/jun/24/asiana-crash-san-francisco-controls-investigation-pilot>

²⁹ <https://www.nbcnews.com/news/us-news/ntsb-says-intern-mistakenly-confirmed-racially-offensive-fake-names-asiana-flna6c10624585>

Az interneten talán a legjobban elfogadott tény, hogy a legprominensebb, koordinált trolltámadások, majdnem teljes egésze a 4chan nevezetű weboldalról indult. A 4chan egy olyan közösségi média platform, ami különböző „táblákra” van osztva, amik általában egy témát ölelnek fel. Ezek a boardok szerkeszthetők és több kisebb beszélgetésekre, „thread-ekre” bomlanak szét. Van politikával, filmekkel, barkácsolással és videó játékokkal foglalkozó táblája is. Az oldal majdnem teljesen moderálatlan, így csak nagyon zavaró és illegális posztokat törölnek a moderátorok. Emiatt ez az oldal egy nagyon szabadnyelvű, bárminek helyt és teret adó közösségi platform és a trollok kedvelt gyűjtő helye, egyfajta főhadiszállásként használ.

5. Koordinált trolltámadások

5.1. A trollok „főhadiszállása”

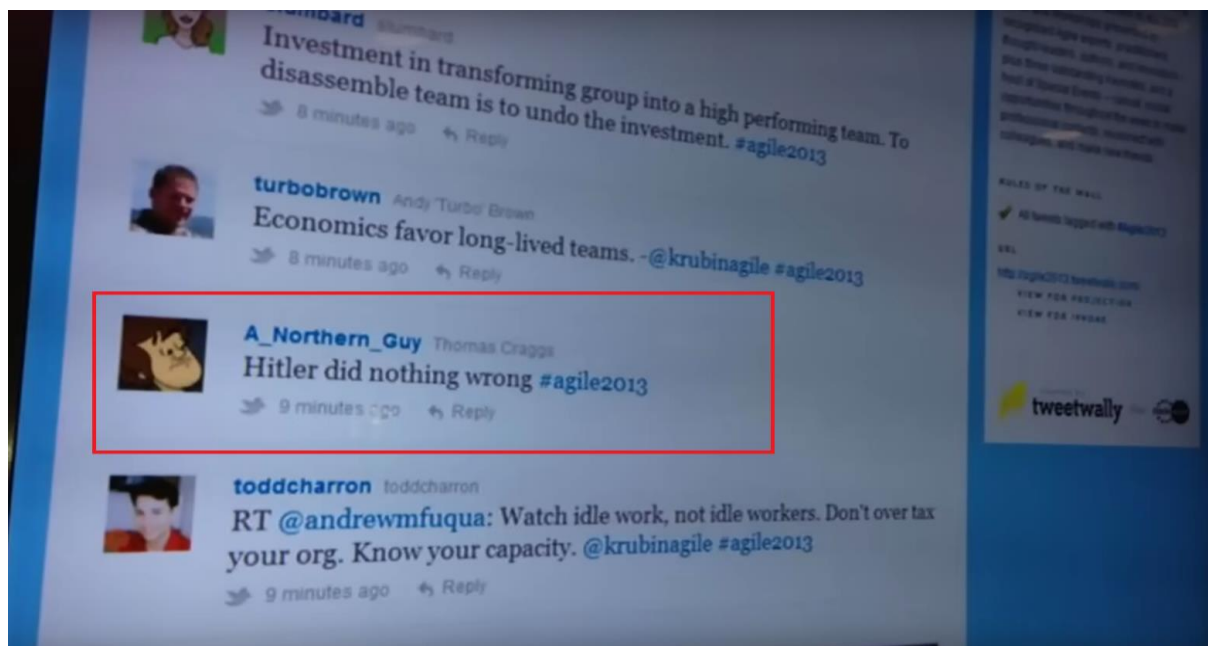
A trolltámadások majdnem teljes egésze viszont a /b/ tábláról eredeztethető, vagyis az „unatkozom” (bored) tábláról. Ezt a részét a weboldalnak arra használják, amire tervezték, de nem elképzeléseink szerint. Ide csak olyan dolgok kerülnek ki, amit az unatkozó felhasználók ki akarnak posztolni, de nem lehet máshová. Magam is felmerészkedtem erre a weboldalra és a kérdezz felelek típusú posztoktól kezdve a beszélgetéseken át egészen a felnőtt tartalmakig mindent lehet találni.

Ugyanakkor nem csak trollkodásra használják a 4chan oldalt. Mint már mondtam, vannak olyan táblák, amik komoly témákat dolgoznak fel. 2016 tavaszán a politikával foglalkozó táblán elkészült egy olyan altábla, ami az akkori szíriai konfliktusról számolt be folyamatos frissítésekkel. Amikor azonban az egyik fegyveres csoport kipoztolt egy videót magukról a Youtube-ra a 4chan felhasználók egy nagyon részletes nyomozás után (bokrok, villanypóznák stb. betájolásával) képesek voltak a videó helyszínét pontosan meghatározni. Ezután az egyik felhasználó kapcsolatba lépett Twitteren egy Ivan Sidorenko nevű emberrel, aki az információt megosztotta az Orosz haderővel. Az információ hitelesnek bizonyult, ugyanis egy légicsapás érkezett a megadott pontra elpusztítva a fegyveres szervezet felszereléseit és állományát. A légicsapásról készült videót az eredeti poszt másnap reggelén tették közzé. Habár ez az egyetlen hiteles 4chan által elrendelt légicsapás, a felhasználók szerint hónapokkal ez előtt már elrendeltek kettőt, amik szintén sikeresnek bizonyultak (dumayu.com 2023³⁰). Habár ez egy pozitív végkimenetelű történet volt, hiszen egy terrorista csoportot támadtak, a 4chan felhasználók nem erről híresek. Sokkal inkább az ésszerűtlen, ugyanakkor túpontosan végrehajtott trollkampányaikról. Néhány példát szeretnék csak megemlíteni, amiket később, a korábban leírtak alapján tanulmányozni is fogom. A történések részleteit egy jól összeállított, Youtube-ra feltöltött videóesszéből nyertem ki.

³⁰ <https://dumayu.com/4chan-calls-airstrike-syria/>

5.2. Agile Alliance szeminárium 2013

2013. augusztus 16-án az Agile nevű cég megrendezett egy szemináriumot (Internet Historian 2019³¹). A cég egy nonprofit szervezet, ami egy globális kapcsolati háló kiépítésével foglalkozik, aminek tagjai segíthetik egymást, vagy magukat különböző céges projektek lebonyolításában (Beedle 2014³²). Ez a szeminárium nem az első volt a cégnek, viszont ebben az évben egy forradalmi újítást hoztak. Öt darab interaktív kijelzőt helyeztek el a szemináriumnak helyet adó épületben, amiken egy élőben frissített Twitter oldalt nézhettek a jelenlévők. Aki szerette volna, hogy megjelenjen a képernyőkön a posztja annak a #agile2013 hesteget kellett használnia. Az egyik látogató a szeminárium megnyitása után 87 perccel ezt az információt megosztotta a 4chan /b/ tábláján és arra kérte a felhasználókat, hogy posztoljanak borzasztó profilképekkel undorító dolgokat. Egy ízlésesnek nem mondható poszttal (1.ábra) pedig bizonyosságot nyert, hogy a terv működött. Ezután az üzenet után tömegével érkeztek a



1. ábra1. ábra: Az első poszt, ami megjelent

Forrás: Very Serious Business, 2019. alapján saját szerkesztés

moderálatlan üzenetek. Voltak, amiket csak szimplán viccesnek tartottak és azért posztolták ki őket, de egy idő után teljes káoszba fulladt a szeminárium. Előfordultak olyan üzenetek, amikben szexuális üzleteket ajánlottak, illetve hamis információkat terjesztettek arról, hogy a mosdókban kimondhatatlan dolgok történnek. Minden ilyen üzenet kikerült a kijelzőkre. A

³¹ <https://www.youtube.com/watch?v=ROaj3bCpZEM>

³² <https://wiki.c2.com/?AgileAlliance>

szervezők erre fel is figyeltek és meg is osztották, hogy a cég nem engedélyezi a hesteg nem céljára szánt használatát, és jelezték, hogy dolgoznak a probléma elhárításán (Internet Historian 2019³³).

Itt szeretnék a történetben egy kicsit megállni és feldolgozni az eddigi történéseket. Az eredeti kérés, ami a 4chanra érkezett egy egyértelmű felhívás volt arra, hogy kipróbálják meddig mehetnek el. Véleményem szerint az első poszt azért volt csak az a bizonyos üzenet, mert külalakja miatt elvegyül a többi között, de egy olyannak, aki tudja, mit keressen azonnal feltűnik. Benne van az, hogy mert ő volt a leggyorsabb posztoló, de ugyanakkor posztolhatott volna képet is, hiszen a szemináriumon az is megengedett volt. Amint kiderült, hogy a trollkodás nem ütközött semmilyen akadályba, a többi posztoló azonnal ráugrott. A trollok motivációja eddig a pontig az volt, hogy tönkre tegyenek egy olyan eseményt, aminek semmi köze hozzájuk, tehát előnyt nem szereznek belőle. Korábban említettem, hogy a trollok elsősorban azért csinálják, amit csinálnak, mert nekik vicces. Ebben az esetben is jól látszik ez. Ha nem lett volna vicces az, hogy egy formális rendezvényen ellepik a kijelzőket az egyre visszataszítóbb üzenetek és képek, el se kezdték volna, vagy legalábbis nem használták volna ki ennyien a helyzetet. Ha jobban megfigyeljük az eseményt, a legnagyobb hiba a felkészületlenség miatt volt. Az nem volt elvárható, hogy a rendezvényen belül maradjon az információ, semmilyen tiltás nem volt feltüntetve. Érthető azonban, hogy akkoriban nem voltak ennyire összevont trolltámadások, így egy főként nem internettel és közösségi médiával foglalkozó cég nem tudhatta, hogy történhet ilyen. Amivel viszont megakadályozhattak volna ezt az egészet az a moderáció. Az élő Twitter oldal egy nagyon jó ötlet volt, de nem véletlen, hogy azóta nemigen volt hasonló sehhol. Ha lett volna pár ember arra, hogy moderálja a posztokat, és csak olyanok jelenhessenek meg a kijelzőkön, amik a rendezvényhez kapcsolódnak, akkor kordában lehetett volna tartani. Itt lehetne vitatkozni, hogy ha trolltámadásra nem készültek akkor miért lett volna moderáció? Véleményem szerint azért, mert ostobaságot bárki írhatott volna, vagy egy félrement üzenet is kikerülhetett volna. Egy professzionális környezetben, amilyen ez a rendezvény is volt. Tovább valaki, vagy valakik kezelték ezt a fiókot, amin megjelentek a posztok, ugyanis ahogy írtam, a Twitter fiók, amin megjelentek az üzenetek is posztolt a támadások alatt. Szimplán csak nem volt figyelve, mert nem gondoltak bele, hogy valaki nem úgy használja az ötletüket, ahogy szeretnék. Érdemes tehát megtanulni, hogy ha másra nem, az emberi gonoszságra minden helyzetben fel kell készülni. Metodushasználatnak ahhoz, ami itt történt a legközelebb a szimpla gyűlölködés áll.

³³ <https://www.youtube.com/watch?v=ROaj3bCpZEM&t=517s>

Itt nem volt cél az ellenfél ellehetetlenítése, sem a meggyőzése. Itt a töméntelen mennyiségű ostobaság és ízléstelenség volt az irány. Ami hibát viszont kétségtelenül elkövettek a szervezők, hogy reagáltak ezekre a troll posztokra. A trollok elleni elsődleges szabály az, hogy ne etessük őket.

A rendezvényen ezután elszabadult a pokol. A trollok elkezdtek egyre durvább és durvább üzeneteket posztolni. Bombafenyegetettséget, lövöldözést, gyilkosságot és egyéb borzalmas dolgokat. Pár jelenlévő megpróbálta ezt hártani azzal, hogy jelentette őket és blokkolta a fiókokat, de a trollok használták a zoknibáb taktikát és folyamatosan újabb és újabb profilokat gyártottak. Továbbá elkezdtek személyesen is támadni azokat a jelenlévőket (2.ábra) és alkalmazottakat (3. ábra), akik a Twitteren hangot adtak a problémának (Internet Historian 2019).



2. ábra: Egy jelenlévőt támadó poszt

Forrás: Very Serious Business, 2019.



3. ábra: Egy szervezőről készült kép

Forrás: Very Serious Business, 2019. alapján saját szerkesztés

Miután a szervezők se tudtak mit kezdeni a helyzettel, a leállították az #agile2013 hesteget, így azzal nem tudtak tovább posztolni a kijelzőkre. Azonban a 4chan felhasználók találtak egy másik működő #agile2 hesteget ami ugyanúgy megjelent a képernyőkön, így folytatták tovább amíg az is lekapcsolásra került. Ezután még a szervezők főoldalát is megtalálták és oda is kimondhatatlan dolgokat posztoltak, míg végül az is törlésre került (Internet Historian 2019). A trollok nyertek.

Ez az eset jól mutatja a trollok elleni harcban elkövethető legnagyobb hibát. Ahogy már említettem, ha nem reagáltak volna rá egyre többen, talán egy idő után megunták volna és abbahagyják. Az én nézőpontom alapján, azért durvultak el ennyire a kirakott posztok, mert egy idő után lehetetlen volt a posztok normális követése és mindenki legendává akart válni, ezért képesek voltak bármilyen szörnyűséget közzé tenni. Itt megjelenik mind a machiavellizmus és a kimaradástól való félelem is. A trollok úgy érezték, az én meglátásomban, hogy ha nem posztolnak elég durva dolgokat, akkor nem fognak emlékezni rájuk, hogy ők sokkal jobban

kiborították az embereket, mint a többiek. Ennél az esetnél a következő konklúziók vonhatóak le. Egy koordinált trolltámadás tönkre tud tenni bármit, és ha nem készülünk fel rájuk és úgymond etetjük őket, csak rosszabb lesz, mivel őket hajtja a pszichológiai deformáltságuk és az elfeledettség gondolata. Azt is meg kell jegyezni, hogy itt látszik, hogy egy troll mindig megkapja, amit akar. Ugyan nekik csak az egyik működő hesteg volt elmondva, tesztelés és kutatás után rájöttek, hogy tudnak még az első győzelmük után még jobban tovább menni.

5.3. Hamis Iphone hirdetések

2013-ban megjelent az Iphone operációs rendszerének új változata az iOS7 (Iphone Operatin System) ami rengeteg változást hozott a telefon működésében. Ismételten, a 4chan /b/ tábláján egy felhasználó arra kérte a közösséget, hogy találjanak ki valami olyat, amivel el lehet hitetni azt, hogy a telefon vízálló. Hozzátette, hogy csináljanak hivatalosnak tűnő poszttereket, amiket aztán tegyenek közzé releváns közösségi platformokon. A posztterek (4.ábra) kísértetiesen hasonlítottak az Apple akkori marketinges sémájához, a magyarázat a működési elvhez az volt, hogy nagyon jól fejlesztett és finomhangolt algoritmussal érik el, hogy a telefon érzékelje, ha víz éri és lecsatlakoztassa az akkumulátorról. A trollok munkásságát ezeken kívül az is segítette, hogy valaki egy hamis profilt készített Tim Cook névvel és akkor használt profilképével, aki a cég vezérigazgatója. A terv bevált és emberek tömegesével tesztelték le, hogy ez nem igaz. Százaival érkeztek a panaszok az Apple-höz, hogy tönkrement a telefonjuk, miközben nem kellett volna. A hírsatornák figyelmeztették az embereket az esetek után, hogy ez egy átverés és vallójában nem lett egyik telefon se vízálló. Viszont ekkorra már késő volt, a károk már megtörténtek, és rengetegen veszítették el a telefonjukat emiatt. Egy évvel később megjelent az iOS8 és a 4chan nem tétlenkedett. Az új ötlet az volt, hogy ugyanúgy az algoritmosos szöveget fogják alkalmazni, de ezúttal nem vízálló lesz a telefon, hanem mikrohullámú sütőben lehet tölteni. A hamis posztterek (5. ábra) posztolása után hamis profilokkal hitették el az emberekkel, hogy ez valójában működik. Ismét megjelentek a panaszok, mind az Apple oldalán, mind a közösségi médián.

A hírsatornák ismét csak felhívták a figyelmet a hazugságra, viszont így is voltak olyan készülékek, amikor már késő volt. Habár sokkal kevesebben hitték el ezt az egy évvel korábbi trollkodás után, ez a támadás is sikeres volt. A következő támadás csupán pár nappal később kezdődött és a menete is más volt. Az Apple elkezdte az új telefonjukat alumíniumból gyártani, ami miatt könnyen hajlottak. Itt még a trollok nem tettek semmit. Egyre több panasz jelent meg

a közösségi médiában. Annak fényében, hogy ezeket a panaszokat különösebb keresgélés nélkül lehessen olvasni, az emberek elkezdtek a #bendgate hesteggel ellátni a posztjaikat. Ezek egyre gyakoribbak lettek, és más cégek felkapták ezt és közösségi média oldalaikon keresztül úgy kezdtek hivatkozni a készülékeiket, hogy az Iphone-al szemben az ő készülékeik nem hajlanak el. A közösségi médiát ezek mellett elárasztotta az a vicc, hogy emellé az Iphone mellé a legjobb kiegészítő egy sodrófa vagy egy vasaló. Ekkor csatlakozott be a 4chan trollokból álló tömege, akik, megint csak hamis posztokkal és poszterekkel (6. ábra) azt hitették el az emberekkel, hogy ez nem hiba, hanem fejlesztés, vagyis ezek a telefonok azért hajlanak el, mert úgy lettek megtervezve, hogy bármeddig lehessen őket hajlítani. És az emberek el is hajlították a telefonjukat (Internet Historian 2018³⁴).



4. ábra: Hamis poszter a vízálló fejlesztésről

Forrás: 4chan's fake iOS7 ads convince users to dunk phones in water, 2021.

³⁴ <https://www.youtube.com/watch?v=ROaj3bCpZEM&t=517s>

Introducing the Next Big Thing....

Wave

an iOS8 exclusive



What is Wave?

Wave is our latest and greatest addition to iOS8. Wave allows your device to be charged wirelessly through microwave frequencies. Wave can be used to quickly charge your device's battery using any standard household microwave.

How to use Wave

Wave will become automatically activated when you update to iOS8. You can now Wave-charge your device by placing it within a household microwave for a minute and a half. See below for details.

How Wave Works

iOS8 contains new drivers that interface with your device's radio-baseband allowing it to synchronize with microwave frequencies and use them to recharge your battery.

5. ábra: Hamis poszter a töltésről

Forrás: Putting your iPhone in the microwave will COOK it, not charge it: Apple urges users not to fall for convincing internet hoax... too late for many, 2014



6. ábra: Hamis poszter a telefon hajlíthatóságáról.

Forrás: Don't be fooled by Apple ads that tell you to bend your iPhone 6, 2014.

Ezek a trolltámadások már egy komplett hadjáratnak minősülhetnének. Itt is érdemes megvizsgálni mi volt a motiváció, a felhasznált taktikák és a hibák, amiknek következtében mindezt végre tudták hajtani. Az első és legfontosabb a motiváció. Véleményem szerint itt is főelemet játszott az, hogy a végkimenetel vicces lesz, de itt már megjelent a korábban említett szadizmus is. A trollok tudták, hogy ha sikerrel járnak, akkor akár több száz ember is elvesztheti az igen drága telefonjukat. A cél az volt, hogy ezeknek az embereknek a szerencsétlenségén és kárán nevessenek. Ez jelen van mind a 3 esetben, ugyanakkor az utolsó esetben megjelenhet az, hogy valamilyen változtatást akartak elérni. Az ára az új telefonoknak nem változtak, viszont

az alumínium, amiből készültek sokkal olcsóbb alapanyag, mint a régebben használt anyagok. Emiatt elképzelhető, hogy a trollok azt akarták, hogy az Apple veszítsen a népszerűségéből. A köznépfelháborodottságát lovagolták meg és cselekedtek úgy, hogy vicces is legyen és talán üzenetet is küldjenek. Utóbbi, ha tervezve is volt sikertelennek bizonyult mert az iPhone 6 szériába tartozó telefonok végig alumíniumból készültek. A taktikák, amiket használtak mesterien voltak kezelve. A hamis információk, amiket terjesztettek körültekintően és mesteri pontossággal voltak kivitelezve. Utána néztek az eredeti posztok kinézetének és lemásolták azokat, hogy minél hitelesebbnek tűnjenek, illetve a vezérigazgatóval létrehozott zoknibábozati profil is elég hiteles volt ahhoz, hogy el lehessen hinni. Ezeknél a trollkodásoknál a trollok sokkal kifinomultabban voltak, mivel az áldozatokra kellett szabniuk a módszereiket. Körüljártak mindent és aszerint csaptak le. Itt látszik, hogy a netes trollok nem mindegyike buta, ugyanolyan intelligens emberek, mint azok, akikkel trollkodnak, ha nem okosabbak. A hiba, amit az áldozatok elkövettek az a kritikus gondolkodás hiánya és az általános témával kapcsolatos tájékozatlanság volt. A kritikus gondolkodás ott mutatkozik meg, hogy azonnal elhitték ezeket a hamis hirdetéseket. Egy pár perces utánanézésel megtudhatták volna, hogy ezek nem igazi posztok, ugyanis a cég hivatalos médiumain, illetve más technológiával foglalkozó médiumok nem írtak és hirdettek semmilyen ezekhez hasonló funkciókat és fejlesztéseket. A másik probléma szorosan összekapcsolódik az előzővel, aki jártas a technológiában, hogy a vízállós trollkodás esetében, egy programozói nyelven íródott szoftver képtelen arra, hogy víz érzékelésére leválassza az akkumulátort úgy, hogy a telefon működjön. Szeretném megjegyezni, hogy rendszeresen olvasok és nézek technológiai tartalmakat, így azt is tudom, hogy víz esetén nem csak az akkumulátor romlik el, hanem a telefonok többi elektronikája is rövidzárlatos lesz, de csak abban az esetben, ha áram alatt vannak, amire megoldást kínál az akkumulátoros hamis megoldás. Ugyanakkor ahhoz, hogy a telefon továbbra is működjön, ahhoz áram kell, amit a trollok által leírt fejlesztés esetében nem lett volna elérhető, létre hozva egy olyan ördögi kört, ami végig gondolás után egyértelműen lehetetlenné teszi, hogy a telefon működjön, és hogy igaz legyen ez az ostobaság. A mikrohullámú sütős hoax³⁵ esetében szintén a tudatlanság a probléma, ugyanakkor az emberi butaság is megjelenik, mint faktor. A telefonok fémből készültek, így alapvetően nem lehetett volna lehetséges ez a megoldás. A hajlítógáz árhírekkel és posztokkal véleményem szerint sokkal nagyobb problémát okozott a tudatlanság. Ugyanis az gerince annak a trolltámadásnak az volt, hogy az embereket zavarta, hogy elhajlik a telefonjuk és mivel ez egy olyan forradalmi újítás lett volna,

³⁵ Hamis hírekre használt kifejezés

ami megváltoztatta volna az egész ipart, ez biztosan nagy hír lett volna a sajtóban is. Ezt bizonyítja a Samsung cég Fold szériájának 2019-es bejelentése, amikor napvilágra hozták az első, valóban hajlítható okostelefonokat (Haselton 2019³⁶). Erről nagyon sok külföldi és hazai hírcsatorna is cikkezett. Konklúzióként azt vonnám le az Iphone cég elleni trollkampányból, hogy az embereknek sokkal jobban meg kéne bizonyosodniuk arról, amit elhisznek. A trollokkal kapcsolatban pedig azt látom, hogy a trollok kezében minden fegyver megvan ahhoz, hogy bármit tönkre tehessenek, legyen az hamis profil készítése, grafikai munka, videószerkesztés és médiamanipuláció.

5.4. Interjú trollokkal

Habár a fentebb említett eseményeket tüzetesen átvizsgálva dolgoztam fel, még se kaptam teljeskörű képet a benne szereplő trollok működéséről, hiszen a motiváció és pszichológiai kérdésben legfeljebb következtetéseket lehet levonni. A Reddit nevű közösségi platformon keresztül azonban sikerült kapcsolatba lépnem két trollal, aki beleegyeztek egy interjúba. Az interjú lebonyolítása szövegesen történt, az alanyok pedig teljes anonimitást kértek. Figyelmeztettek, hogy valószínűleg nem fognak teljes komolysággal válaszolni, de igyekeznek felnőtt módjára hozzáállni a kérdésekhez. Az interjúalanyok azért keltették fel a figyelmemet, mert elmondták, hogy egy magyar online újsággal, az Indexel trollkodtak addig a pontig, hogy a Velvet című rovatukon letiltották a kommentelés lehetőségét. A kérdések előre meg voltak írva, sablonosan. A célom az, hogy válaszaik alapján megérthessük, hogy egy troll, hogyan is gondolkodik tettei közben, illetve, hogy van-e kapcsolat az eddig leírtak és a valóság között. Fontos megjegyezni, hogy az interjúalanyok semmit nem kérdeztek a szakdolgozat részleteiről, még a címét se, így úgy gondolom, hogy a teljes őszinteséggel válaszoltak minden kérdésemre. Az következőben leírt interjú érthetősége miatt meg kell említem, hogy a Velvet magazin az index oldalán megjelenő, főként celebekkel foglalkozó hírekről számolt be, bulvár stílusban. A két interjúalanyt stílusuk miatt külön fogom elemezni kérdésről kérdésre haladva, majd egyenkénti értékelés és következtetés után egy összehasonlítással zárom az interjúk kidolgozását.

Első kérdésemmel azt akartam kideríteni, hogy a troll, akire a következőkben A.K.-ként fogok hivatkozni, mióta használja a kommentelés lehetőségét trollkodás céljából.

³⁶ <https://www.cnbc.com/2019/02/20/samsung-galaxy-fold-release-date-price-specs.html>

Válasza szerint 1997-óta használja az internetet és emlékei szerint azóta alkalmazza trollkodás céljára is. Ebből azt a következtetést vonom le, hogy mivel több mint 25 éve trollkodik, van tapasztalata és tudja, hogy céljának megfelelően milyen trollkodási eszközzel, módszerrel kell élni.

A következő kérdéssel az volt a célom, hogy megtudjam, hogy trollkodásaik mögött volt-e komolyabb szándék, vagy csak kialakult ez a fajta szórakozási lehetőség.

A.K. felelete azt tartalmazta, hogy mindig is tudatosan szemétkedtek az interneten. Hozzátette, hogy személyiségét tekintve olyan embernek tartja magát, akinek lételeme a vita. Kifejtette, hogy ha ostoba dolgokon kell vitáznia akkor nem elégszik meg azzal, hogy elmondja, hogy ez ostobaság, úgy teszi, hogy idézem „*az írója fájdalmasan érezte, hogy mit tett*” és rávegye, hogy soha többet ne kövessen el hasonlót.

Ez a válasz megerősítette eddigi kutatásom egyes pontjait, miszerint a trolloknak lételeme, hogy vitázhassanak, hogy port kavarjanak. Az is bizonyosságot nyert a válasz alapján, hogy A.K. személyiségében megtalálható a trollokra jellemző „Dark Triad” személyiségjegyek egyike, a nárcizmus. Válaszában érződik a felsőbbrendűség, és kiderül, hogy ennek rendszeresen hangot is ad, olyannyira, hogy vitapartnerét ne csak meggyőzze a saját igazáról, de rosszul is érezze magát, ami pedig az általános szadizmus jelenlétét igazolja.

A harmadik kérdésem a munkásságukra irányult, szerettem volna megtudni, mit tart a legnagyobb teljesítményének. Válaszában a Velvet magazin népszerűségének és az emberekhez való eljutásának a csökkentését emelte ki. „*Kinyírtuk a Velvetet*”. Hozzátette, hogy retrospektív szemszögből ez a történet úgy hangzik, mint valamilyen igazságszolgáltató szuperhősi cselekedet, de A.K.-t irritálta a Velvet, és hozzátett az is, miszerint sokat unatkozott a munkahelyén.

A Velvet kicsinálása alatt arra utalt, hogy a folyamatos trollkodás hatására az Index.hu eltörölte a kommentelés lehetőségét a Velvet magazin hírei alatt. Ennél a válasznál megjelenik az a felfogás, miszerint azzal, hogy tönkre tett valamit, ő jót cselekedett. Habár korábban említettem közösségi szempontból pozitív kimenetelű trollkodást, akárhogyan nézem, ez egyedül a trolloknak volt jó. Ez a hamis küldetéstudat is utal a nárcizmusra és véleményem szerint a trollok machiavellista világnézetét vizsgáló kutatásokat is igazolja. Abból, hogy az unatkozást csak megemlítette, illetve abból, hogy korábban egy válaszában azt írta, hogy mindig is vitázott arra következtetek, hogy emiatt gyakoribbak voltak A.K. trolltámadásai. Az igazságtevő komplexusa miatt alapvetően megtette volna, amit tett, csak nem ilyen magnitúddal.

Az utolsó kérdésem az aktivitásuk felé irányult. A.K. elmondása szerint jelenleg nem trollkodik sokszor, de néha muszáj. Példának felhozta, hogy a Megafon Facebook oldalát kellene támadni, viszont szerinte annak nincs értéke és annyi munkába telne, hogy nem lenne szórakoztató.

Ebből látszik, hogy A.K.-nak a trollkodás nem csak szórakozás, hanem lételem a mai napig is. Egy belső mozgató rugó, ami néha cselekvésre kényszeríti. Itt megjelenik egy alacsony szintű függőséghez hasonlító helyzet, de korábban már említettem, hogy a trollok sikeres támadásaikkor egy nagyon erős euforikus érzést élnek át, ami addiktív. Ugyanakkor nem annyira erős ez a függés, hogy nagy mennyiségű energiát fektessen bele, ahogy ez a Megafonnal kapcsolatos megjegyzése mutatja.

Az utolsó kérdésemet azért tettem fel, mert kíváncsi voltam, hogy szerintük mi volt a motiváció a Velvet magazin károkozásának. A.K. elmondása szerint az embereket butító pletykaoldal feldühítése volt. Ezt azzal érték el, hogy kifigurázták a cikkeket és a kommentekben elvonták az emberek figyelmét az igénytelen tartalmakról, és a figyelmet átirányítsák a „*gúnyos parasztságra*”. Ezt a választ jobban megvizsgálva arra jutottam, miszerint A.K. tettei nem a közt szolgálták, csupán csak az ő felsőbbrendűségét, narcisztikus és szadista személyének akart eleget tenni. A hamis indokok csupán magyarázatként szolgáltak arra az estere, ha kérdőre vonják, mint ahogy én tettem. Összességében A.K. habár nem egy nagy tömegeket megmozgató troll, de elég jó ahhoz, hogy kellő kárt tudjon okozni.

A.K. egyik trolltársa volt a másik interjúalanyom, akire a következőkben N.I.-ként fogok hivatkozni. A kérdések ugyan azok voltak, mint a másik interjúban, válaszai azonban kicsit sem hasonlítottak társa válaszhhoz. N.I. válaszainak karakterisztikája miatt az elemzés sokkal több spekulációt fog tartalmazni.

A kérdések előtt már meglátszott N.I. hozzáállása az interjúhoz. A kérdések elküldése után N.I. legelső üzenete idézem „*Kifejtős faszomat.*”. majd hozzátette, hogy egy feleltválasztós kérdéssor jobban tetszett volna neki. Már itt meglétszik, hogy ha olyan helyzet elé áll, ami neki a legkisebb kellemetlenségnek is hangot ad, még hozzá elég obszcén stílusban. Emiatt ő úgy határozott, hogy habár nem feleltválasztós kérdéseket tettem fel, ő mégis úgy fogja megválaszolni őket.

Első kérdésekre válaszként 15 évet írt. Tehát nagyjából 10 évvel kevesebb tapasztalata van az internetes trollkodás terén, mint A.K.-nak. Második kérdésemnél szimplán csak egy tudatosan szóval válaszolt, tehát csak úgy, mint A.K.-nál, mindig is tudatosan bosszantotta az emberek az interneten. Legnagyobb teljesítményként ugyanúgy a Velvet Magazin szabotálását írta, erről részletesebben nem beszélt. A.K.-val ellentétben N.I. továbbra is aktívan trollkodik.

Arra a kérdésre, hogy mi motiválta azt válaszolta, hogy „*Utálok a semmitmondó, teljesítmény nélküli szar embereket.*”. Itt láthatjuk, hogy N.I. egy sokkal erősebb troll személyiséggel bír.

Az, hogy elmondása szerint ez a legfőbb motivációja, egyértelmű nárcizmusra, machiavellizmusra utal. A válaszaiból nem derül ki, hogy hordozza-e a szadizmus jeleit, ugyanakkor a rövid, már-már odalökött válaszaiból azt a következtetést vonom le, hogy a pszichopata jellemvonást hordozza. Véleményem szerint mivel nem segítőkészen, kifejtve válaszol, ezért csak egyfajta kötelezettségként tekint az egész interjúra, nem érdekli, ha használhatatlan válaszokat ad. Valószínűsítem, hogy ez trollkodásai terén is így működött, megtette, amit megakart, zavart keltett és nem érdekelték a következményei. A válaszadás végén azt mondta, ha körítést szeretnék hozzá, akkor találjak ki hozzá én, ami ismét a lustaságra és a követelmények iránti érdektelenségre enged következtetni. Utolsó üzeneteként a következőt küldte „*És kussolj lécci nagyon gyorsan természetesen.*” Ez az üzenet volt az, ami megerősítette bennem, hogy N.I. sokkal inkább troll, mint A.K. Az alapvető hozzáállásuk közti különbség mutatja, hogy nagy különbség van troll és troll között, általánosítani lehetséges, de nem célravezető. Minden trollt más hajt, máshogy épülnek fel, mert végsősoron ők is emberek, akiknek megvan a saját életük története.

Az interjúk konklúziója a következő. Már két, egymáshoz relatív közel álló, közös múlttal rendelkező troll között is óriási különbség figyelhető meg, pusztán pár kérdésre adott válaszból. Segítségükkel jobban meg tudtam erősíteni eddigi kutatómunkám különböző pontjait és remélhetőleg a jövőben sokkal könnyebben és tudatosabban tudom felismerni a trollok tevékenységeit.

5.5. A trollok kezelése

Szakedolgozatomnak ezt a részét azoknak szánom, akiket ért már valamilyen trolltámadás vagy szeretne felkészülni, hogy ne lehessen trollkodás áldozata. A most következő különböző reakciók használatához elsősorban tudnunk kell, valóban trollok vannak-e a posztjaink alatt. A legkönnyebben ezt úgy tehetjük meg, hogy jobban megvizsgáljuk a troll profilját. Itt egyértelmű jelei vannak annak, hogy valóban trollyal van dolgunk. A legtöbb troll álprofil használásával trollkodik, amit kizárólag ilyen céllal hozott létre.

Ha egy közösségi média a közelmúltban lett létrehozva és semmilyen tartalom nem található rajta, de kommentszekciókban igen aktív, akkor nagy eséllyel trollyal van dolgunk

(mediawijs.be 2023³⁷). Ugyanúgy árulkodó jel a követők és követések száma. Ha mindez nem érvényesül, de továbbra is úgy érezzük, hogy trollkodás áldozatai vagyunk érdemes a troll aktivitásán áttekinteni. Ha a régebbi aktivitása trollkodás, vagy a nagy része az, akkor a helyzet egyértelmű. Ne felejtjük el, hogy nem minden troll akar zűrzavart kelteni, van, akinek csak az időhúzás a célja, ezért ez sem egy teljes mértékben működő módszer. A hamis profilt még fel lehet ismerni a profilkép alapján is. Ha a profilkép egy személy, akkor a fordított kereséssel ki lehet deríteni, hogy a profilon látható személy áll-e valójában a profil mögött (mediawijs.be 2023). Ha megállapítottuk, hogy valóban trollal van dolgunk, akkor a következő lépés a troll ellehetetlenítése. A legfontosabb szabály, amit nem győzők nyomtatékosítani, hogy ne etessük a trollokat. Amint reagálunk egy troll hozzászólásához, már veszítettünk, beleestünk a csapdába. A troll már elérte, amit akart, mert képes volt felhívni magára a figyelmet és reakciót kiváltani. Ha ignoráljuk őket ez a probléma nem áll fenn, automatikusan vesztett a troll. Ez a legefektívebb módja annak, hogy ne legyünk trolltámadás áldozatai. A figyelmen kívül hagyás után, amit még tehetünk, hogy lenémítjük a profiljukat, és jelentjük őket a közösségi média felé (Arora 2024³⁸). A blokkolás is egy megoldás, ugyanakkor véleményem szerint ezzel azt érzük el, hogy egy másik profillal fogja folytatni a trollkodást. A legjobban úgy lehet elfolytani a trollkodást, ha lehetőséget se adunk rá. Erre létezik az a megoldás, hogy teljesen letiltjuk a kommentelés és a privát üzenetek lehetőségét. Ezzel teljesen megszűnik a felénk irányuló kommunikáció, amivel együtt megszűnik a trollok által használt csatorna. Ennek a hátránya, hogy a kommentek letiltásával semmilyen kommunikáció nem jut el hozzánk, így a pozitív töltetűek sem. Valamit az algoritmus, egy közösségi média esetében, nem fogja annyira ajánlani a posztjainkat, ugyanis nincs interakció a poszttal kapcsolatban. Ami még elpusztítja a trollt, az az, hogy ha elveszük tőlük az internet nyújtotta anonimitásukat. Ez egy nagyon nehéz feladata, és rengeteg tudást igényel, de ha a troll nevét kiderítjük, esetleg megtaláljuk a valódi profilját, akkor a saját maga védelme érdekében nem fogja tovább folytatni a túrhetetlen viselkedését, és előfordulhat a korábbi aktivitásainak törlése is. Ha mindenképp válaszolunk egy trollnak, tegyük felkészülten. Ha a trollnak az a célja, hogy vitázzon, akkor tegyünk eleget a kérésének, de úgy, hogy saját magát tegye nevetés tárgyává. Kérjük meg, hogy értelmesen, érvekkel alátámasztott válaszai legyenek.

Ebben az esetben lehet, hogy megteszi és valóban egy értelmes vita fog kialakulni, vagy agresszívan reagál, illetve hamis forrásokkal próbálja igazolni magát. A végén az a cél, hogy a

³⁷ <https://www.mediawijs.be/en/article-overview/how-recognise-trolls-or-fake-accounts>

³⁸ <https://www.sprinklr.com/blog/social-media-trolling/>

troll lejárassa magát nyilvánosan. Egy másik válaszóással kapcsolatos megoldás, ha nem engedünk az érzelmeinknek és kedvesen, humorosan válaszolunk, ezzel meglepjük a trollt, mert olyan reakciót kap, amire nem számít. Ha ezek közül semmi sem segít, és mégis folyamatosan trolltámadásnak vagyunk kitéve, vagy esetleg fenyegetve érezzük magunkat a kapott kommentek miatt, forduljunk jogi segítséghez. Van, hogy ennek a megoldásnak az említése is segít és a troll félelmében abbahagyja, amit csinál, ha nem, akkor jogi úton lehet harcba szállni velük zaklatás vagy esetleg fenyegetés vádjával (Sid 2021³⁹). Végérvényesen elmondható, hogy a trollok ellen rengeteg fegyver van, amik között a kapcsolat, hogy semmilyen körülmény között ne adjuk meg amit akarnak. Ha felismerjük a jeleket, a taktikáikat, kerüljük a konfrontációt és pusztítsuk el őket a fent leírt módszerek valamelyikével, vagy akár mindent együtt használva.

³⁹ <https://afluencer.com/how-to-handle-internet-trolls/>

6. A trollok által okozott változások

6.1. Az online diskurzus

Kutatásom eddigi fejezeteiben igyekeztem teljes képet adni a trollokról, körbejárva minden témát, ami velük kapcsolatos. Legyen az a pszichológiai hátterük, az eredetük, híresebb alakjai, motivációik, stratégiáik, nagyobb teljesítményeik, illetve az ellenük megtehető óvintézkedések és védekezések. Dolgozatom második összefüggő fejezeteiben szeretném kideríteni, hogy a trollok okoztak-e bármilyen változást az online térben. Az általam felállított hipotézisem szerint, a trollok okoztak szignifikáns változásokat. Az egyik ilyen, amit személyesen tapasztaltam, hogy az emberek igyekeznek sokkal körültekintőbben, tájékozottabban kommentelni, vagy válaszolni online feltett kérdésekre. Ennek a háttere úgy gondolom, hogy egy egyfajta félelem miatt történik ez, mert az interneten sokkal többen látják, miket írunk és senki sem szeretni, hogy felterjedjen róla, hogy buta, vagy akár csak szimplán félreértett valamit. A cégek is igyekeznek olyan kampányokat vagy online eseményeket csinálni, amik minél kevésbé támadhatóak a trollok által. Utóbbit ismét esettanulmányokon keresztül, az online szavazások veszélyeivel fogom bemutatni.

Az interneten, főleg a közösségi médiában akkor következtek be jelentős változások a közösségi irányelveket tekintve, amikor valamilyen nagyon negatív eset történt. Ilyen eset volt 2014-ben amikor a közösségi média felületeken egyre több az ISIS terrorszervezettel kapcsolatos tartalom jelent meg, illetve több országban is problémát okozott az online radikalizálódás (Medien 2021⁴⁰). Ezek miatt a negatív történések miatt még ebben az évben megváltoztatták a közösségi irányelveiket, és megerősítették a veszélyes csoportok kiszűrésére szánt eszközeiket. Ugyanilyen változás volt a COVID-19 nevű vírusjárvány alatt, amikor a hamis információk terjedését próbálták a közösségi médiumok szabályozni (Perez 2021⁴¹). A közösségi média szabályait és kereteit a negatív események befolyásolják. Ilyen negatívnak mondható esemény bármilyen troll aktivitás. 2016-ban elkészült egy kutatás, ahol azt akarták kideríteni, hogy az elkövetkezendő évtizedben a publikus online diskurzust többé vagy kevésbé fogják-e meghatározni a negatív tényezők, zaklatások, trollok és az általános panaszkodás, kételkedés és undor. A kutatásban technológiai szakértők, tudósok, üzleti hivatást gyakorló emberek és kormányzati vezetők vettek részt. A kutatás eredménye szerint a megkérdezettek

⁴⁰ <https://medium.com/checkstep/the-evolution-of-content-moderation-rules-throughout-the-years-bccc9859cb31>

⁴¹ <https://techcrunch.com/2021/03/17/in-expanded-crackdown-facebook-increases-penalties-for-rule-breaking-groups-and-their-members/?guccounter=1>

majdnem fele szerint semmilyen nagyobb változás nem várható, 39%-uk szerint jobban megfogja határozni az online diskurzust a negatív tényezők. A harmadik és egyben legkisebb része a válaszolóknak állított azt, hogy a negatív faktorok kevésbé lesznek meghatározóak. Akik azt válaszolták, hogy a negatív hatások határozzák meg az internetes beszélgetéseket, azt a nézetet vallják, miszerint ez továbbra is így fog maradni, vagy rosszabb lesz. A válaszok központjában az emberi természet és az internetes kommunikáció különleges karakterisztikája állt. Szerintük az interneten az elsődleges rossz közösségi aktorai a trollok. A válaszaikban különböző ötletekkel szolgáltak, miért van ez. *Trollkodni emberi dolog, az anonimitás elősegíti az antiszociális viselkedést, a méltánytalanság hatására lazulnak a párbeszéddek, az internetes diskurzus növekvő léptéke és összetettsége miatt ezt nehéz legyőzni.* Szerintük az emberi természetben ezek a negatív attitűdök, a trollok személyiségjegyei 2000 évvel ezelőtt is megvoltak és nem fog változni 10 év múlva se. A válaszadók azt is hozzátették, hogy nem létezik olyan metódus, amivel meglehetne nézni a pozitív diskurzus nagyságát a negatívhoz képest, de elképzelhető, hogy a társadalmilag előnyös nyilatkozatok és beszélgetések valóban felülmúlják azokat, amik előnytelenek. Ettől függetlenül a negatív hozzáállásuk oka az, hogy a negatív aktorok és a propagandaterjesztőket az motiválja, hogy a főszerepet irányítsák, erre vágnak és meg is kapják, mivel tetteik félelmet, bizalmatlanságot, polarizációt, haragot és elzárkózást idézhetnek elő. Ezek a következmények pedig jelentős kárral vannak az internetes diskurzus minőségére. A megkérdezettek azt figyelték meg, hogy a szurkálódó és manipulatív viselkedés az emberi természet alapvető részét képezi, ennek oka pedig a csoportidentifikáció és az interkulturális konfliktus. Hozzátették még, hogy az internet által nyújtott különleges lehetőségei teszik ennyire erőssé az online trollkodást. Az egyik résztvevő, David Krieger, a svájci Kommunikációs és Vezetési Intézet (IKF) igazgatója szerint a trollok szolgálnak hasznos célokat is, miszerint az általuk előállított kihívásokkal javítják a szociális immunrendszert. A nagyobb átláthatóság és hitelesség iránti nyomás, amely a növekvő online kapcsolódás és információáramlásból származik, megnehezíti a trollok életét. Amire szükségünk van, az egy nyilvános hálózati irányítás és nem piaci individualizmus és bürokratikus hierarchia (Rainie, Anderson 2017⁴²). Való igaz, hogy mint minden betegség hatására, amit legyőz szervezetünk, erősebb lesz az immunrendszerünk, a trollok által megtett károkból is tanulunk, így kevésbé esünk nekik áldozatul és pozitív változások tudnak ennek hatására bekövetkezni az online térben. *„Online az identitásunk testetlen, csak szimulációja annak, amit mások fizikai*

⁴² <https://www.pewresearch.org/internet/2017/03/29/the-future-of-free-speech-trolls-anonymity-and-fake-news-online/>

jelenlétében teszünk; hiányzik mozgó arcunk, az álarc, amely a világgal találkozik – és szembeszáll vele.” Barry Chudakov, a kutatás egyik résztvevője a trollokkal kapcsolatos megjegyzésében. Ryan Sweeny szerint a technológiai fejlődés túlszárnyalta a civil diskurzus fejlődését. Reményei szerint egy idő után utolérhetjük. Hozzátette, hogy jelenleg meghatározó időket élünk. A kutatás válaszai közt megtalálható egy olyan vélemény, miszerint az internetes beszélgetés mértéke és komplexitása folyamatosan nő és emiatt egyre nehezebb a problémás tartalmakkal és tartalomgyártokkal való bánás. A válaszadók közül sokan érveltek még azzal, hogy az internetes „visszhangkamrákban” pénzt és hírnevet lehet és kell szerezni (Rainie, Anderson 2017). A közösségi médiában azt nevezzük visszhangkamrának, amikor az ember elfogult, személyre szabott médiaélményt tapasztal, amely kiküszöböli az ellentétes nézőpontokat. Ilyen visszhangkamrákat hoznak létre a különböző algoritmusok, amik a közösségi médián személyre szabott tartalmakat nyújtanak nekünk és biztosítják, hogy csak a preferenciáinknak megfelelő médiát lássuk, kényelmes, önmegerősítő hír folyamatosan találjuk magunkat (Cabiana, et al., 2020⁴³). Egy 2023-as kutatás szerint ezeket a visszhangkamrákat, főleg a rövid videó témájú platformokon. A vizsgált oldalak a Douyin, Bilibili és a TikTok voltak. A kutatás eredménye szerint a szignifikáns visszhangkamra effektust alakítottak ki a felhasználókon, aminek eredményeként megváltozott a kommenteléseik viselkedése a Douyin és Bilibili platformon. Ugyanakkor a TikTok esetében nem volt számottevő változás. A kutatás azt is megmutatta, hogy a különböző visszhangkamrák tagjai aszerint cselekednek, hogy felkeltsék társaik figyelmét, illetve, hogy a kulturális különbségek hátráltatják a visszhangkamrák növekedését (Gao, et al., 2023⁴⁴).

A Lee Rainie és Janna Anderson által készített kutatásban a negatív jövőt látó résztvevők másik nagy érve, hogy a kézzelfogható és immateriális gazdasági és politikai ösztönzők támogatják a trollkodást és emiatt maradnak vagy lesznek rosszabbak a jövőben az internetes interakciók. Ezeknek az aktorok számára ugyanis a dühvel, szorongással és haraggal hajtott részvétel hatalmat és profitot biztosít. A probléma, hogy ezt emiatt a közösségi média platformok és a központi média támogatja és még promotálja ezt a fajta viselkedést. Amit még problémának látnak, az az, hogy a technológiai cégeknek nagyon kevés ösztönzése van annak érdekében, hogy megfékezze a civilizálatlan online diskurzust, illetve, hogy a hagyományos hírszervezeteknek, akik régebben formálták a vitakultúrát, csökkent a fontosságuk (Rainie, Anderson 2017). Összességében ebből a kutatásból azt a következtetést vontam le, hogy az

⁴³ <https://advertising.utexas.edu/news/what-social-media-echo-chamber>

⁴⁴ <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10111082/>

internet helyzete aggasztó, mivel a közösségi oldalak, a hirdetőik és minden olyan személy és cég csak hatalmat és pénzt nyer abból, ha az interneten ellehetetlenítik a civilizált diskurzust. Ebben segítség, ha a közösségi oldalak nem moderálják, hanem promotálják az olyan tartalmakat, legyen az komment vagy kipoztolt bármilyen médiumú kontent, amik a legtöbb forgalmat hozzák nekik. És sajnos ezek azok a tartalmak, amik negatívak, provokatívak és összességében az ember negatív dolgokra való ösztönös reagálását aknázzák ki.

Ugyanakkor érdemes a másik oldal érveit is megnézni, egy ilyen kutatás minden részlete változtathat a végérvényes konklúzió. Azok, akik úgy gondolják, hogy az internetes diskurzust nem befolyásolják a negatív faktorok és az internetes közösség helyzete jobbra fordul. A válaszaik alapján azt remélik, hogy technológiai és emberi megoldások születhetnek majd, ahogy az online világ mesterséges intelligencia segítségével szegmentált, ellenőrzött társadalmi zónákra szakad. Egy névtelen válaszoló szerint még ebben segíthet az, hogy a zaklatás ellenesség egy megoldható technológiai probléma. Ahogy ezek az eszközök fejlődnek, az online zaklatóknak megszűnik a hangjuk, és az általános hangsúly is jobbra fordul majd. Habár ezek a válaszolók is kifejezték aggodalmaikat, mégis abban bíznak, hogy az elkövetkezendő évtizedben több mozgalom lesz a biztonságosabb szolgáltatások, applikációk, platformok irányába. Ennek megoldásaiként felhozták a jobb megbízhatósági rendszerek fejlesztését és szigorúbb felhasználó ellenőrző szabályok bevezetését is. Azt is remélik, hogy az online tér nagyobb szegmentálódása egy sokkal jobban moderálhatóbb, biztonságosabb hely lesz az internetfelhasználók számára. Jim Hendle a Rensselaer Politechnikai Intézet professzora az írta, *„A technológiák fejlődni, adaptálódni/adaptálódni fognak, hogy a felhasználók jobban kontrollálhassák és elkerülhessék a trollkodást. Nem fog teljesen eltűnni, de valószínű, hogy redukálódni fog a technológiai megoldásoknak hála.”* Az AI technológiába vetett hittük szerint ezek a mesterséges intelligenciák képesek lesznek észre venni a nem megfelelő viselkedés és emiatt rengeteg troll fog fennakadni ezen a hálón. Ha emellé még lesznek emberi moderátorok is, akkor azok, akik kikerülték ezt az észlelést ugyanúgy ki lesznek szűrve. Természetesen tudják a válaszadók, hogy a trollok mindig fognak utat találni arra, hogy ezeket kikerüljék és egy egyfajta verseny fog kialakulni a trollok és az ellenük irányuló technológiák között. A probléma az emberi természettel van. Az ilyen mértékű moderálás egyeseket zavarhat és úgy érezhetik, hogy a szólásszabadságuk forog kockán. Azok a válaszolók, akiket ez zavar összefoglalva úgy nyilatkoztak, hogy a megnőtt megfigyelés, szabályozás és végrehajtás olyannyira meg fogja formálni a tartalmakat, hogy a nyilvánosság nem lesz képes hozzájutni fontos információkhoz és elveszthetik a szólásszabadsághoz való jogukat (Rainie, Anderson

2017). Elmondhatjuk, hogy azok, akik szerint az internetes diskurzust a jövőben nem fogják befolyásolni a negatív tartalmak, azok nem azért gondolják így, mert az emberi természet meg fog változni, hanem mert olyan mértékben fognak változni a szabályozások és a technológia, hogy majdnem teljesen ki fogják szűrni a zavaró és negatív tényezőket. Ez ugyanakkor jelentheti azt is, hogy a trollok nem fognak megszűnni, hanem csak kevesebben lesznek, de sokkal ügyesebben fogják megkerülni az adott szűrő eszközt, amit a különböző oldalak használnak, illetve attól is tartanak, hogy a túlzott mértékű moderáció a szólásszabadság elvesztését fogja jelenteni.

Ebből a kutatásból azt a következményt vonom le, hogy az interneten mindenképp érezhető lesz valamilyen változás, ugyanakkor a többség szerint ez nem egy pozitív változás lesz. Véleményem szerint kisebb-nagyobb változás jelenhet meg az online diskurzus jobbá tételében, de a trollok mennyisége és az emberi természet, a technológiai fejletlenség miatt az internetes médiumokat és tartalmakat a negatív kommunikáció fogja mozgatni. A konklúzióm továbbá az, hogy ennek okai a profitorientált közösségi média platformok, akiknek az interakciók mennyisége sokkal fontosabb, mint a minősége. Ezek pedig továbbra is a negatív, gúnyolódó, káros tartalmak.

6.2. A trollkodás hatása a cégekre

6.2.1 Exile Pitbull

A cégek egyik létfontosságú platformja az internet. A hirdetéseiken keresztül egyenesen, egyértelműen érik el azt a célközönséget amelyiket szeretnék. Ugyanakkor, a cégek internetes kampányaik az utóbbi években megfogyatkoztak. Kutatásom ennek a részében két esettanulmány segítségével szeretnék rávilágítani, hogy ez miért és hogyan történt.

Hipotézisem az, hogy a trollok képesek voltak úgy befolyásolni online kampányokat, hogy azok érvénytelenné váljanak, és a bele fektetett munka feleslegesnek bizonyuljon.

Az első ilyen eset egy előadóval történt 2012-ben, akinek egy koncertjét akarták tönkre tenni a netes trollok. Armando Perez, ismertebb nevén Pitbull elindított egy kampányt egy amerikai bevásárlóközpont óriás céggel, a Walmart-al együttműködve, hogy promotálják a céget. A kampány lényege az volt, hogy a művész ahhoz az amerikai üzlethez megy el koncertet adni, amelyiknek a hivatalos Facebook oldalán a legtöbb like gyűlik össze (Clarke 2012⁴⁵). A 4chan, ahogy korábban írtam, egy egyfajta főhadiszállásként funkcionál a trollok számára, így

⁴⁵ <https://abcnews.go.com/blogs/entertainment/2012/07/internet-votes-to-send-rapper-pitbull-to-alaska-walmart>

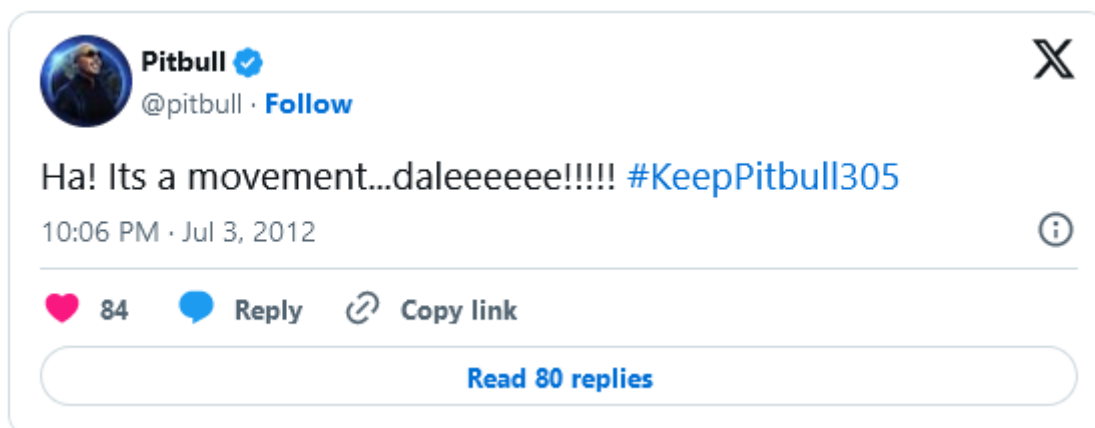
nem meglepő, hogy ezzel kapcsolatban is elindult egy mozgalom (Internet Historian 2018⁴⁶). A cél az volt, hogy a művészt a lehető legelszigeteltebb üzlethez küldjék, ezzel megfosztva rengeteg rajongót attól, hogy a közelükben lépjen fel. Ez a mozgalom az ExilePitbull nevet kapta és a Twitteren is ezzel a #exilepitbull hesteggel jelentek meg a róla szóló posztok (7.ábra) (Clarke 2012). A keresés eredménye az alaszakai Kodiak városa lett, ami egy akkoriban körülbelül 6000 lakóból álló kisváros volt. A választás azért esett erre a helyre, mert az Egyesült Államokon belül ez a legelszigeteltebb Walmart üzlet volt, hiszen a jeges Alaszkában található. A trollok azonnal munkához láttak és elkezdték terjeszteni, hogy aki szeretné minél messzire küldeni az előadót, az melyik Facebook oldalon szavazzon (Internet Historian 2018). A tervre felfigyelt maga Pitbull is, aki egy posztjában ki is fejezte, hogy észrevette a mozgalmat, de a rajongók által elindítottak is, ami a #KeepPitbull305 hesteggel indított ellenmozgalmat is, amit ő is megosztott (8. ábra) (knowyourmeme.com 2012⁴⁷). Végül a szavazás győztese Kodiak lett, a trollok mégsem érték el teljesen, amit szerettek volna, mivel Pitbull és a Walmart is úgy döntött, hogy megtartják a koncertet, amit az előadó egy Tweet formájában (9.ábra) be is jelentett, az ő ellen irányult mozgalom hestegével. A bevásárlóközpont látogatása jól és sikeresen telt, és mellé egy jó pontot is kapott a hírnevén Pitbull az eset mellé (Internet Historian 2018).

⁴⁶ <https://www.youtube.com/watch?v=HiTqlyx6tBU>

⁴⁷ <https://knowyourmeme.com/memes/events/exilepitbull>



7. ábra: Egy poszt arról, hogy hova fogják Pitbull-t küldeni
Forrás: #ExilePitbull, 2012



8. ábra: Pitbull posztja az ellenmozgalom hestegével
Forrás: #ExilePitbull, 2012



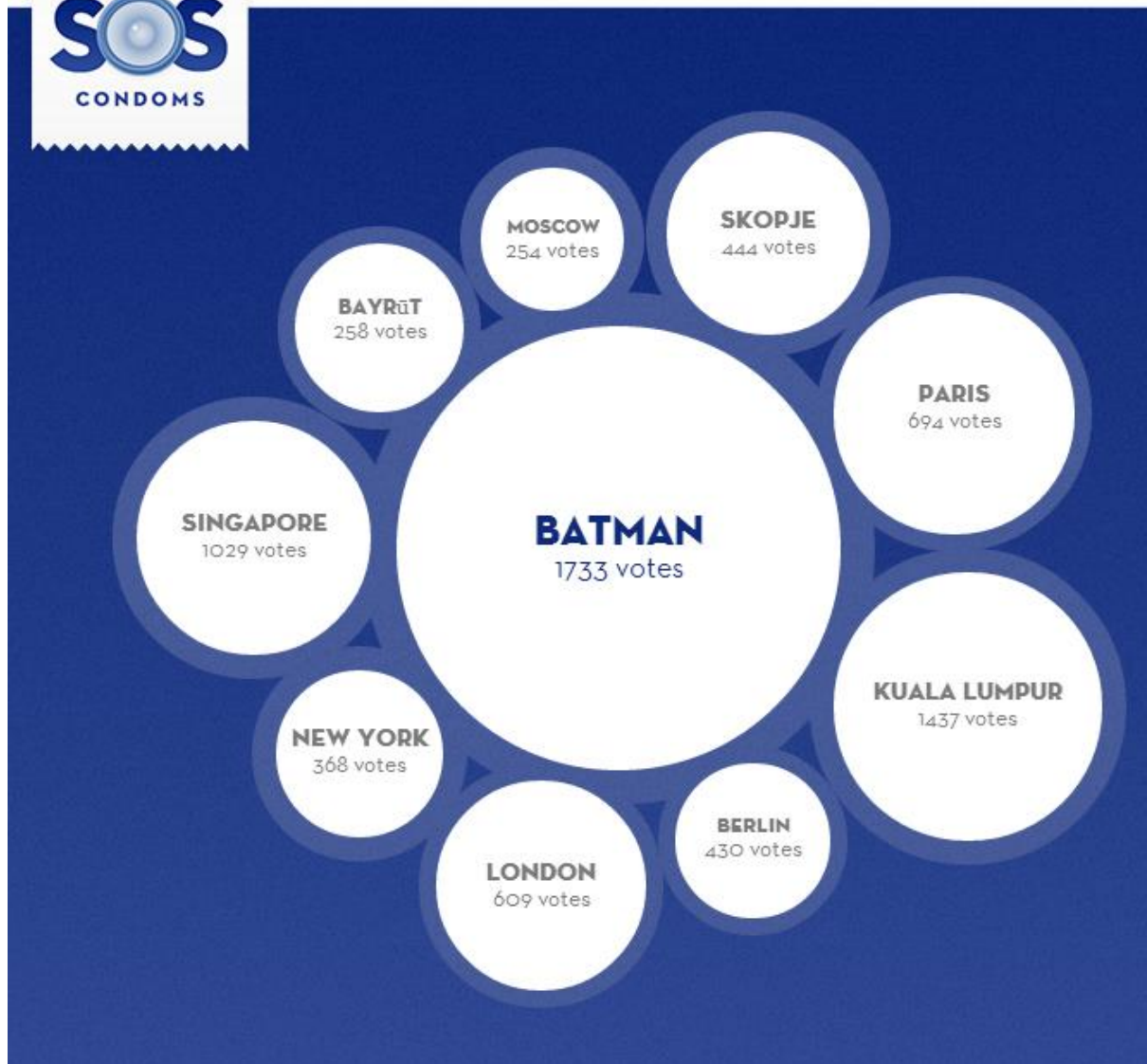
9. ábra: Pitbull posztja a szavazás lezárása után
Forrás: #ExilePitbull, 2012.

Ennek a trollkodásnak a lényege az volt, hogy az előadót nem kedvelők rosszat tegyenek a rajongóknak, vagy csak mert vicces volt. Ugyanakkor fenn állt a veszélye, hogy a cég is kárt szenved belőle, mivel a like számok nyilvánosak voltak, úgy gondolom, hogy nem volt megoldás az, hogy másik várost választanak. Ha viszont törlik a szavazást, akkor pedig az egész értelmetlen lett volna és a rajongók, úgy gondolom, elárasztották volna a közösségi média platformokon a negatív hozzászólásaikat. Habár végül a helyzet pozitívan zárult és a trollok csak félig tettek tönkre valamit mégis végig fenn állt az esélye, hogy komoly anyagi kár keletkezzen ebből az esetből.

6.2.2. S.O.S. Condoms

Ugyanakkor a másik eset teljes katasztrófába fulladt. A Durex óvszergyártó cég 2013 elején elindított egy olyan szolgáltatást, aminek célja az volt, hogy „sürgős esetben” észrevétlenül tudjunk óvszerhez jutni. A szolgáltatás az S.O.S. Condoms névre hallgatott. Aki használatba vette az egy alkalmazáson keresztül tudott hívni egy pizza futárnak, rendőrnek, vagy turistának beöltözött embert, aki egy órán belül a megadott címre ment és feltűnésmentesen átadta az óvszert. A szolgáltatást először Dubai-ban indították el, ahol működött is, viszont a kormány leállította a szolgáltatást, mert szerintük promiszkuitást hirdetett. Ezután a cég nem tudta, hogy hol indítsák el a szolgáltatást újra. Ezért egy online szavazás keretein belül meghirdették, hogy a legtöbb szavazatot elérő városban indítják el először. A szavazás elkezdődött és olyan városok kerültek az élmezőnybe, mint Párizs, Szingapúr, Kuala Lumpur és London. De egyik város sem tudott annyi szavazatot elérni, mint egy Török település (10. ábra). A település neve Batman, ami egy kis konzervatív muszlim város volt. A szavazás eredményét a Durex a Facebook oldalukon jelentette be, ahol a kommentekben is kaptak pár vicces hozzászólást (11. ábra). A szolgáltatás végül nem indult el a kiválasztott városban, sőt, sehol máshol. A szolgáltatást a cég megszüntette és minden hozzá tartozó oldalt töröltek (Internet Historian 2019⁴⁸)

⁴⁸ <https://www.youtube.com/watch?v=ROaj3bCpZEM&t=517s>



10. ábra: A szavazás végeredménye

Forrás: Durex SOS Condoms go flaccid over Batman, 2013



11. ábra: A szavazás utáni poszt néhány kommenttel.

Forrás: Durex « SOS CONDOMS », or how to save your date in any situations, 2013.

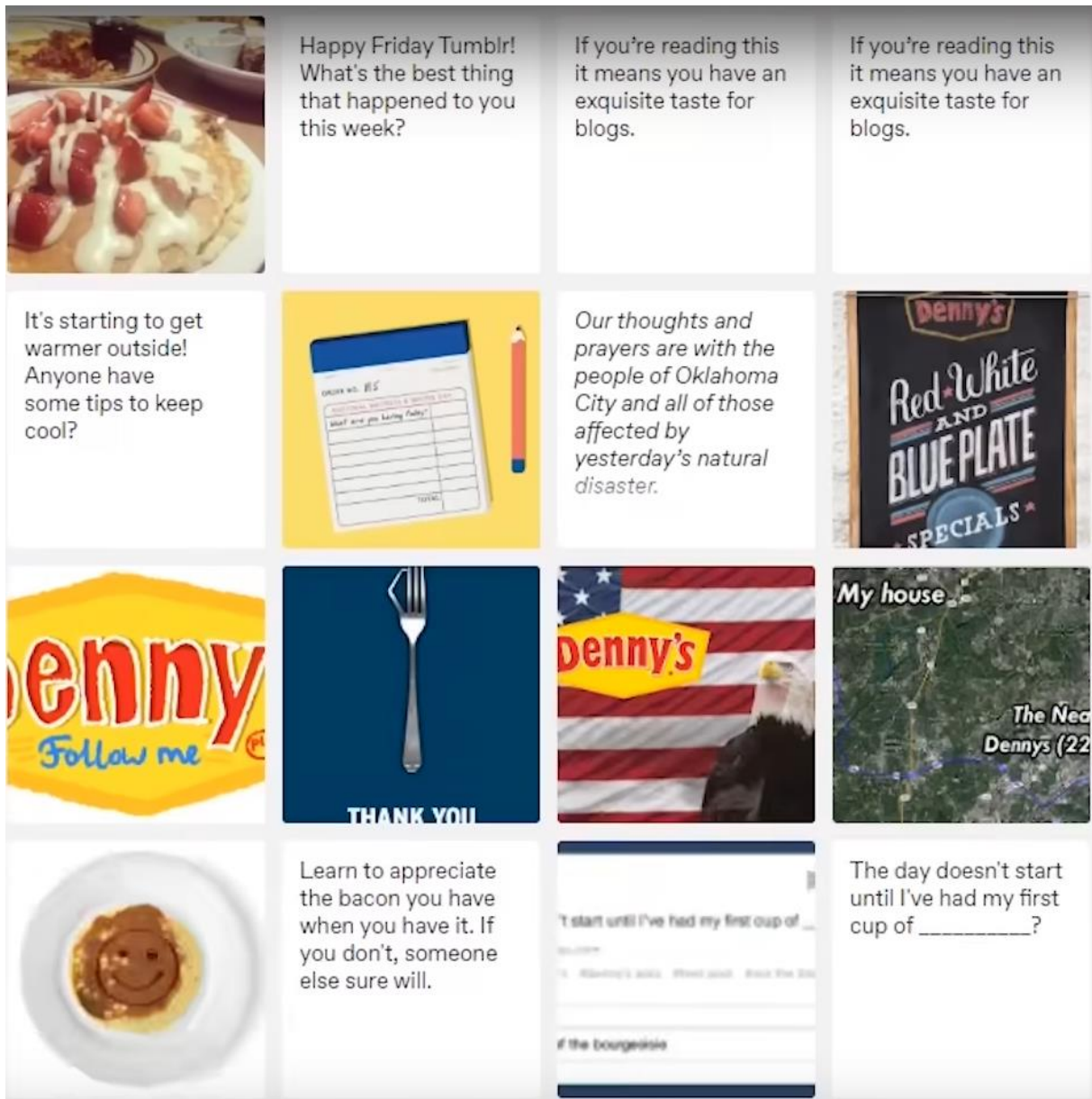
Ez a trollkodás is bizonyította, hogy az online szavazások eredménye nem csak, hogy pontatlan, de könnyen befolyásolható. Valószínűnek tartom, hogy a városra a neve miatt esett a választás, de nem elhanyagolható az sem, hogy a település egy konzervatív, muzlim város, akik hitük és politikai nézőpontjuk miatt valószínűleg nem nézték volna jó szemmel, ha ilyen szolgáltatás indul közösségükben. A trollkodás itt teljes sikerrel zárult. Egy viccesnek hangzó várost választottak, aminek nézetei is eltértek a szolgáltatás identitásától, de mellé egy komplett nagyvállalatnak okoztak anyagi kárt. Ez az eset is jól mutatja, hogy az internetes nép nem áll készen arra, hogy ilyesfajta hatalom kerüljön a kezébe.

6.3. A márkák közösségi média használatának változásai

Az utolsó eset arról szól, hogy maga az internet népe hogyan tud elhallgattatni komplett cégeket, ha úgy érzik, hogy túlzásba estek. 2010 elején a nagyobb márkák elkezdtek használni a közösségi médiát, hogy jobban tudjanak kapcsolatot létesíteni a vásárlóikkal. Az elején nem tudták, hogy kell ezt csinálni, így semmitmondó egyszerű szöveges posztok születtek. A probléma velük az volt, hogy az internethez képest túl formálisak és nem szórakoztató tartalmakat gyártottak. Egészen addig amíg a Denny's névre hallgató étteremlánc nem készített egy Tumblr oldalt (12.ábra), aminek célja inkább a szórakoztató tartalmak készítése volt. Ez

felkeltette a fiatal generációt és egyre többen fedezték fel az oldalukat, ami jót tett a márkájuknak. Hamarosan a többi nagy név is elkezdte használni a közösségi médiát, ahogy azt a fiatalok tették. Mémeket posztoltak, volt olyan márka, ami zenét csinált, és elindult egy véget nem érő vita konkurens márkák között. Ezek a viták inkább voltak oda-vissza stílusú vicces megjegyzések, mint valódi viták. A késői 2010-es években odáig jutottak ezek a márka profilok, hogy úgy érezték az emberek kezdenek átesni a ló túloldalára (13.ábra). A legnagyobb ilyen „túltolás” a „relatable” mémek gyártása volt. Egyre több olyan poszt készült, aminek célja az volt, hogy minél szimpatikusabb legyen. És ez a Z-generációsoknak, illetve a mém közösségnek nem tetszett, mert tudták, hogy olcsó marketing akar lenni, nem pedig valódi szórakoztatás. Amikor betelt a pohár elkészült egy olyan mém, ami egy fegyverként működött. A mém leírása a következő. Egy óriás japán rákot ábrázolt, lézerszemekkel, Arial betűtípussal, 32-es betűmérettel, fehér színnel fekete háttérre írt „silence, brand” (csendet, márka) felirattal ellátott kép volt (14.ábra). Amint az emberek felkapták ezt a képet és elkészült pár alternatív verzó is, elkezdtek tömegesen posztolni őket olyan posztok alá, amik nem tetszettek neki. Lényegében, ha bármilyen poszt alatt megjelent ez a kép azonnal tovább görgettek az emberek, mivel tudták, hogy ez nekik nem fog tetszeni. Voltak olyan márkák, akik elkészítették a saját verziójukat (15.ábra), hogy jó képet alakítsanak ki magukról és megszüntessék ezeket a kommenteket és voltak, akik valóban sikerrel jártak. Ez a mém egy egyfajta minőség ellenőrzésként működött, főleg a Twitteren (Internet Historian 2019⁴⁹).

⁴⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=ROaj3bCpZEM&t=517s>



12. ábra: A Denny's Tumblr oldala

Forrás: Very Serious Business, 2019. alapján saját szerkesztés



Fox News ✓
@FoxAndFriends

Chick-fil-A is officially America's favorite fast food restaurant



Chick-fil-A Inc ✓
@ChickfilA

@~~XXXXXXXXXX~~

Imagine if we opened on Sunday's. Had to give everyone else (like Wendy's) a chance to make money 💰💰



Wendy's ✓
@Wendys

Your mom is a hoe

13. ábra: Egy alkalom amikor a Wendy's túlzásba esett

Forrás: Very Serious Business, 2019. alapján saját szerkesztés



14. ábra: A Silence Brand mém alkalmazás közben

Forrás: Very Serious Business, 2019. alapján saját szerkesztés



15. ábra: A McDonald's saját készítésű mémje

Forrás: Very Serious Business, 2019. alapján saját szerkesztés

Ennél az esetnél nem a trollok voltak központi szerepben, inkább az általános felhasználók. A közösségi médiát leginkább a milleniális és Z-generáció használja (Zote 2024⁵⁰). Ők a fiatal és vagy a fiatal felnőtt korosztály, akiket ezek a cégek próbálnak megfogni. Ugyanakkor ezek a fiatalok már a közösségi médiával együtt nőttek fel, így ők érzik a legjobban a lüktetését. A cégek eleinte nem értették, hogyan kell használni a közösségi médiát, de a kommentek segítségével és más posztok által sikerült megfejtetni a titok nyitját. Csak legyen szórakoztató. Amikor viszont már erőltetetten akartak azok lenni, a közösségi média felhasználók azonnal hangot adtak ennek. Ezzel az esettel tehát azt akartam bemutatni, hogy nem csak a trolloknak, de az egyszerű felhasználóknak is van hatalma ahhoz, hogy megváltoztassa a cégek hozzáállását és működésüket.

Összefoglalva a három esetet és a kutatásokat a szakdolgozatom ezen részén azt a konklúziót vonom le, hogy az internetes trollok hatalmas mozgatóerővel bírnak és nem csak bizonyos szituációkat és kampányokat tudnak a fejük tetejére állítani, de képesek a teljes internetes diskurzust és az arról kialakult véleményt befolyásolni. Az internet közössége az egyszerű felhasználóktól, a tartalomgyártókon át a trollokig egy olyan közösség, ami jelenleg,

⁵⁰ <https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics/>

2024-ben hatalmas befolyásoló erővel bírnak, ha tudnak róla, ha nem. én személyesen is járultam már hozzá ehhez, hiszen nap mint nap használom az internet által nyújtott lehetőségeket. Habár a vélemények megoszlanak azon, mire is képes az internet közössége, én bátran állítom, hogy hamarosan az internet felhasználók kezében nagyobb hatalom lesz, mint azt hinnénk.

7. Konklúziók

Kutatómunkám konklúziója a részletes és mélyre menő kutatómunka végével, hogy a trollok egy olyan internetes réteg, akiket különböző motivációk és érzelmek hajtanak afelé, hogy az interneten káoszt keltsenek és zavarják az interneten folyó híráramlást, interakciókat. Ezek között a motivációk között megtalálható az unalom, a nevetetés, az egyéni örömszerzés és a pozitív változás elérése. Elméjüket mozgató erő a különböző mértékű nárcizmus, machiavellizmus, pszichopata és szadista mentális deformáltságok. A trollok cselekedetei meghatározhatók jó és rossz tettekként, azt figyeltem meg, hogy a szitokszavak, negatív interakciók mögött egy erősen összetartó, az internet árnyékát kihasználó közösség lakozik. Tevékenységükkel képesek voltak nagy és meghatározó pozitív és negatív változásokat elérni és a jövőben módszereikkel és növekvő számukkal, tanultságukkal képesek lesznek még jobban formálni az online diskurzust.

8. Összefoglalás

Szakedolgozatomban próbáltam minél teljesebb képet adni az internetes trollokról. Megvizsgáltam benne a trollok múltját, jelenjét és jövőjét. Feltártam elméjük működését, tetteik végrehajtásának összetettségét. Elmerültem az interneten lefolytatott legsikeresebb trollkodásainak történeteiben és igyekeztem ezeket a bemutatott leírason keresztül elemezni. Törekedtem arra, hogy az összegyűjtött információkkal és tanácsokkal az interneten fellelhető trollok ellen mindenki eredményesen védekezhessen. Megvizsgáltam az internetes diskurzust övező problémákat és kutatásom során kerestem ezekre a már meglévő, vagy jövőben lehetséges megoldásokat egyaránt. Véleményem szerint ez a kutatás egy irányt mutathat és később sokkal részletesebben, célzottabban kutathatunk az internetes negatív tér megszüntetése érdekében, ezzel egy sokkal élvezhetőbb online teret biztosítva akár nekünk, akár a jövő generációi számára.

9. Felhasznált irodalom

Adisa D. (2023. 10. 30.). *Everything you need to know about social media algorithms*. Forrás: Sprout Social: <https://sproutsocial.com/insights/social-media-algorithms/#how-algos-work> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

Alfonso F. a (2021. 09. 24.). *4chan's fake iOS 7 ads convince users to dunk phones in water*. Forrás: www.Dailydot.com: <https://www.dailydot.com/unclick/4chan-hoax-ios-7-waterproof-iphone/> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

Alfonso F. b (2021. 05. 30.). *Don't be fooled by Apple ads that tell you to bend your iPhone 6*. Forrás: www.dailydot.com: <https://www.dailydot.com/upstream/4chan-iphone-6-bend-prank/> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

Arora K.(2024. 01. 03.). *7 practical tips to deal with social media trolls*. Forrás: www.sprinklr.com: <https://www.sprinklr.com/blog/social-media-trolling/> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

Beedle M. (2014. 02 17.) *Agile Alliane*. Forrás: www.wiki.c2.com: <https://wiki.c2.com/?AgileAlliance>

britannica.com. (2015. 07. 15.). *Troll*. Forrás: www.britannica.com: <https://www.britannica.com/topic/troll> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

Brown E. (2013. 06. 10.). *Durex SOS Condoms go flaccid over Batman* . Forrás: www.zdnet.com: <https://www.zdnet.com/article/durex-sos-condoms-go-flaccid-over-batman/> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

Buckles E.E., Trapnell D.P., Paulhus L.D. (2014. 02. 08.). *Trolls jut want to have fun*. Forrás: www.sciencedirect.com: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0191886914000324> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

Cabiana P., Hammond P., Gutierrez M. (2020. 11. 18.). *What is a Social Media echo Chamber?*
Forrás: Texas Moody: <https://advertising.utexas.edu/news/what-social-media-echo-chamber> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

caseiq.com. *A Guide to Complaint Management & Social Media* Forrás: www.caseiq.com:
<https://www.caseiq.com/resources/a-guide-to-complaint-management-social-media/>

cbsnews.com. (2017. 02. 15.). *Here's why people become angry when their political beliefs are challenged.* Forrás: CBS News: <https://www.cbsnews.com/losangeles/news/heres-why-people-become-angry-when-their-political-beliefs-are-challenged/> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

Clarke S. (2012. 07. 18.). *Internet Votes to Send Rapper Pitbull to Alaska Walmart.* Forrás: ABCNews: <https://abcnews.go.com/blogs/entertainment/2012/07/internet-votes-to-send-rapper-pitbull-to-alaska-walmart> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

datareportal.com. (2024. 04.). *Digital Around the World.* Forrás: Datareportal:
<https://datareportal.com/global-digital-overview> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

Dolan W.E. (2023. 08. 11.). *Low self-esteem and high FOMO are psychological mechanisms that play an important role in trolling, study suggests.* Forrás: Psypost.org:
<https://www.psypost.org/low-self-esteem-and-high-fomo-are-psychological-mechanisms-that-play-an-important-role-in-trolling-study-suggests/> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

Domján J. (2021. 08. 24.). *Kik azok a trollok, és mégis mit keresnek a kommentszekcióban.*
Forrás: www.kollektivmagazin.hu: <https://kollektivmagazin.hu/2021/08/24/kik-azok-a-trollok/> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

dumayu.com. (2023.09.08). *How 4chan found a Syria rebel base and called in a Russian airstrike.* Forrás: www.dumayu.com: <https://dumayu.com/4chan-calls-airstrike-syria/>

- Ellefson G. (2023. 05. 15.). *Conversational Goals and Internet Trolls*. Forrás: www.philarchive.com: <https://philarchive.org/archive/ELLCGA-2> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.] oldalszám
- Gao Y., Gao L., Fengmin L. (2023. 04. 18.). *Echo chamber effect on short video platforms*. Forrás: www.ncbi.nlm.nih.gov: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10111082/> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- Goddart S. (2014. 02. 24.). *Charlotte Dawson commits suicide following extreme trolling*. Forrás: Cosmopolitan.com: <https://www.cosmopolitan.com/uk/reports/a25443/charlotte-dawson-dead-suicide-trolling/> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- Griffiths S. (2022. 06. 27.). *Why criticism lasts longer than praise*. Forrás: British Broadcast Company: <https://www.bbc.com/future/article/20220624-why-criticism-lasts-longer-than-praise> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- Haselton T. (2019. 02. 20.). Samsung just announced the first foldable phone you can buy and it will cost \$1,198. Forrás: www.cnn.com: <https://www.cnn.com/2019/02/20/samsung-galaxy-fold-release-date-price-specs.html>
- H.Z, E.G. (2013). *Durex « SOS CONDOMS », or how to save your date in any situations*. Forrás: www.wordpress.com: <https://brunettesandblondinettes.wordpress.com/durex-sos-condoms-or-how-to-save-your-date-in-any-situations/> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- inevitablehuman.com. (2019. 02. 22.). *The complicated history and frightful future of the Internet comment section*. Forrás: Inevitable/Human: <https://inevitablehuman.com/the-complicated-history-and-frightful-future-of-the-internet-comment-section/> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- Internet Historian. (2018. 03. 09.). *Any Poll's a Goal*. Forrás: www.youtube.com: <https://www.youtube.com/watch?v=HiTqIyx6tBU> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

- Internet Historian. (2019. 09. 28.). *Very Serious Business*. Forrás: [www.youtube.com: https://www.youtube.com/watch?v=ROaj3bCpZEM&t=517s](https://www.youtube.com/watch?v=ROaj3bCpZEM&t=517s) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- Santos S. L. I., Lima N. C. D., Dias A. V. E., Pessoa G. E. T., Paiva T. T., Pimentel E. C. (2023. 07. 10.). *Low Self-Esteem, High FOMO? The Other Side of the Internet Troll*. Forrás: [journals.sagepub.com: https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00332941231183136](https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/00332941231183136) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- Kemp S. (2023. 02. 13.). *Digital 2023: Hungary*. Forrás: [www.datareportal.com: https://datareportal.com/reports/digital-2023-hungary](https://datareportal.com/reports/digital-2023-hungary) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- knowyourmeme.com. (2012.). *#ExilePitbull*. Forrás: [www.knowyourmeme.com: https://knowyourmeme.com/memes/events/exilepitbull](https://knowyourmeme.com/memes/events/exilepitbull) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- ksh.hu. (2023. 09. 26.). *Internetfelhasználók aránya [a 16-74 éves népesség százalékában]*. Forrás: Központi Statisztikai Hivatal: https://www.ksh.hu/stadat_files/ikt/hu/ikt0029.html [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- Lindberg, S. (2022. 07. 01.). *What is a Psychopath?* Forrás: [www.healthline.com: https://www.healthline.com/health/psychopath#Psychopathy](https://www.healthline.com/health/psychopath#Psychopathy) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- Malki, D. (2014. 09. 19.). *Wondermark*. Forrás: [www.wondermark.com: https://wondermark.com/c/1062](https://wondermark.com/c/1062) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- McGraw, J. W. (2023. 12. 10.). *The psychology of internet trolls*. Forrás: [www.cybernews.com: https://cybernews.com/editorial/psychology-of-internet-trolls-cyberbullying/#:~:text=The%20psychology%20of%20a%20troll,Machiavellianism%2C%20psychopathy%2C%20and%20sadism](https://cybernews.com/editorial/psychology-of-internet-trolls-cyberbullying/#:~:text=The%20psychology%20of%20a%20troll,Machiavellianism%2C%20psychopathy%2C%20and%20sadism). [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- mediawijs.be. (2023. 10. 19.). *How to recognise trolls or fake accounts*. Forrás: [Mediawijs.be: https://www.mediawijs.be/en/article-overview/how-recognise-trolls-or-fake-accounts](https://www.mediawijs.be/en/article-overview/how-recognise-trolls-or-fake-accounts) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

Medien, A. (2021. 04. 02.). *The Evolution of Content Moderation Rules Throughout The Years*. Forrás: [www.medium.com: https://medium.com/checkstep/the-evolution-of-content-moderation-rules-throughout-the-years-bccc9859cb31](https://medium.com/checkstep/the-evolution-of-content-moderation-rules-throughout-the-years-bccc9859cb31) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

Meltzer, T. (2011. 09. 06.). *What "lol" doesnt mean-but could*. Forrás: [www.theguardian.com: https://www.theguardian.com/media/2011/sep/06/lol-favourite-abbreviation](https://www.theguardian.com/media/2011/sep/06/lol-favourite-abbreviation) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

nbcnews.com (2013. 07.13.). *NTSB says intern mistakenly confirmed racially offensive fake names of Asiana pilots*. Forrás: www.nbcnews.com: <https://www.nbcnews.com/news/us-news/ntsb-says-intern-mistakenly-confirmed-racially-offensive-fake-names-asiana-flna6c10624585>

ndtv.com. (2023. 11. 25.). *Teen Queer Artist Dies By Suicide After Hate Comments On Instagram Reel* . Forrás: NDTV: <https://www.ndtv.com/india-news/teen-queer-artist-from-madhya-pradeshs-ujjain-dies-by-suicide-after-hate-comments-on-reel-claims-actor-4604517> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

North, S. (2022. 09. 25.). *Social Media Research*. Forrás: [www.samanthanorth.com](https://samanthanorth.com): <https://samanthanorth.com/internet-trolling-tactics> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

Raine L., Anderson. J. (2017. 03. 29.). *The Future of Free Speech, Trolls, Anonymity and Fake News Online*. Forrás: www.pewresearch.org: <https://www.pewresearch.org/internet/2017/03/29/the-future-of-free-speech-trolls-anonymity-and-fake-news-online/> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

Perez, S. (2021. 03. 17.). *In expanded crackdown, Facebook increases penalties for rule-breaking groups and their members*. Forrás: [www.techcrunch.com](https://techcrunch.com): <https://techcrunch.com/2021/03/17/in-expanded-crackdown-facebook-increases-penalties-for-rule-breaking-groups-and-their-members/?guccounter=1> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

- Radulova, L. (2014. 09. 26.). *Putting your iPhone in the microwave will COOK it, not charge it: Apple urges users not to fall for convincing internet hoax... too late for many.* Forrás: [www.dailymail.co.uk: https://www.dailymail.co.uk/news/article-2768976/Emergency-services-forced-step-iPhone-users-fall-internet-prank-explains-use-microwave-charge-phone.html](https://www.dailymail.co.uk/news/article-2768976/Emergency-services-forced-step-iPhone-users-fall-internet-prank-explains-use-microwave-charge-phone.html) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- Rubin, R. (2020. 02. 17.). *How Internet Backlash Helped 'Sonic the Hedgehog' Avoid Box Office Disaster.* Forrás: [www.variety.com: https://variety.com/2020/film/news/sonic-box-office-win-character-redesign-1203505411/](https://variety.com/2020/film/news/sonic-box-office-win-character-redesign-1203505411/) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- Saleem, R. (2022. 08. 21.). *Psychology: The psychology of trolling.* Forrás: [www.dawn.com: https://www.dawn.com/news/1706022](https://www.dawn.com/news/1706022) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- Sid, M. (2021. 10. 23.). *How to Handle Internet Trolls.* Forrás: [www.afluencer.com: https://afluencer.com/how-to-handle-internet-trolls/](https://afluencer.com/how-to-handle-internet-trolls/) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- theguardian.com (2014. 07. 24.) *Asiana airlines crash caused by pilot error and confusion, investigators say* Forrás: [www.theguardian.com: https://www.theguardian.com/world/2014/jun/24/asiana-crash-san-francisco-controls-investigation-pilot](https://www.theguardian.com/world/2014/jun/24/asiana-crash-san-francisco-controls-investigation-pilot)
- urbandictionary.com. (2007. 03. 18.). -. Forrás: Urban Dictionary: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=lulz> [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- Whitman, N. (2015. 01. 19.). *You've been trolled.* Forrás: [www.vocabulary.com: https://www.vocabulary.com/articles/dictionary/youve-been-trolled/](https://www.vocabulary.com/articles/dictionary/youve-been-trolled/) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]
- Zote, J. (2024. 02. 14.). *Social media demographics to inform your 2024 strategy.* Forrás: [www.sproutsocial.com: https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics/](https://sproutsocial.com/insights/new-social-media-demographics/) [Legutolsó letöltés: 2024.05.05.]

NYILATKOZAT

Alulírott Sárdi Kristóf Gyula büntetőjogi felelősségem tudatában nyilatkozom, hogy a szakdolgozatomban foglalt tények és adatok a valóságnak megfelelnek, és az abban leírtak a saját, önálló munkám eredményei.

A szakdolgozatban felhasznált adatokat a szerzői jogvédelem figyelembevételével alkalmaztam.

Ezen szakdolgozat semmilyen része nem került felhasználásra korábban oktatási intézmény más képzésén diplomaszerzés során.

Tudomásul veszem, hogy a szakdolgozatomat az intézmény plágiumellenőrzésnek veti alá.

Budapest, 2024. év Május hónap 6. nap

Sárdi Kristóf Gyula

hallgató aláírása