

Áldokumentumok, hatáskeltés, manipuláció

HÍREK



18/1

Tudatalatti üzenetek

Szemelvény

A hatvanas évek Amerikájában James Vicary komoly vitákat kavart kísérletsorozatával, amelyben gyanútlan mozilátogatókat vett rá, hogy pattogatott kukoricát meg kólát vegyenek. A módszer meglehetősen egyszerű volt. Egy moziteremben felállított vetítővel ötmásodpercenként olyan 1/3000 másodperces feliratokat vetített a filmbe, mint: „Igyál Coca Colát!”, meg: „Éhes vagy? Vegyél pattogatott kukoricát!” S bár az 1/3000 másodperces idő sokkal kevesebb, mint ami a tudatos feldolgozáshoz kell, a büfében 18,1 százalékkal megnőtt a kólaeladás, a pattogatott kukoricát meg vitték, mint a cukrot.

Aztán amikor megismételték a kísérletet, és nem ment, megkérdezték újra, hogy lehet ez. Nagyjából azt mondta: úgy, hogy hazudott.

A szellem azonban már kiszabadult a palackból. Akkora volt a felzúdulás, hogy a fél világ törvényben tiltotta be a tudatalatti reklámot. Aki például Amerikában ilyen klipet enged a csatornájára, könnyen elveszítheti műsorszórási engedélyét. Eközben természetesen senki nem engedett ilyet, mert senki se kérte, hiszen a dolog nem működött – hiába tűntek fel Vicary újabb és újabb követői.

A kutatói ösztöndíjakért valamivel foglalkozni is kell, így az egyre-másra ismételt kísérletek végül eredményt hoztak. A New Scientist közlése alapján, egy kutatás összeállítói arra kérték kísérleti alanyaikat, hogy hajtsanak végre egy értelmetlen feladatot: számolják meg a nagy B-k között fel-felvillanó kis b betűket. Eközben néhol felvillantottak egy-egy üzenetet, 23 milliszekundum erejéig, ami bőven kívül van a tudatosan felfogható tartományon. A felvillanó üzenet Lipton Ice volt, a kontrollcsoport pedig a Nipeic Tol feliratot szemlélhette. Ezek után egy másik kísérletben megkérdezték a résztvevőket, hogy melyik márkát választanák. A Lipton Ice-t vagy a Spa Roodot (egy, a megkérdezettek körében a Lipton Ice-ével azonos ismertségű ásványvizet). Másik kérdésük az volt, hogy mennyire szomjasak, amit egy skálán kellett értékelniük. Az eredmény a vizsgálati csoportban: minél szomjasabb valaki, annál valószínűbb, hogy a Liptont választja. A Nipeic Tollal „befolyásolt” kontrollcsoport eközben nagyjából azonos arányban választotta a két italt, függetlenül a szomjúságtól. (Journal of Experimental Social Psychology; DOI: 10. 1016/j.jesp.2005.12.2005)

Aztán a kísérletet megismételték. A résztvevők sós édességet majsoltak el a kísérlet előtt, majd ugyanezen a soron mentek végig. Az eredmény még hatásosabb: a szomjas csoport 80 százaléka választotta a Liptont, szemben a kontrollcsoport 20 százalékos eredményével.

Vagyis úgy látszik, hogy hat ránk a tudatalatti reklám, amennyiben releváns adatokat tartalmaz a felvillanó üzenet. Igaz, nem vesz rá semmire akaratumkon kívül, de preferenciáinkat befolyásolhatja, amennyiben döntés előtt álltunk. A kísérletsorozat folytatásában arra próbálnak rájönni, hogy milyen hosszan hat a döntéseinkre a tudatalatti reklám.

(Forrás: <http://www.urbanlegends.hu/2006/09/18/tudatalatti-uzenetek-a-moziban/>)

18/2

Hoaxgyűjtemény

Szemelvények

Az alábbi szövegek e-mailben terjedtek a közelmúltban. Az a közös bennük, hogy sokan hitelt adtak (vagy adnak) nekik, pedig a mindegyik cáfolható.

A) Küldd el 10 embernek

>

>EGYEDÜL OLVASD EL... KÜLÖNÖSEN AZ UTOLSÓ RÉSZT

> 1. ESET:

> Kelly Sedey kívánsága az volt, hogy David Marsden, aki három éve volt a barátja, kérje meg a kezét. Aztán, amikor egyszer együtt vacsoráztak, David megkérte a kezét! Ő elfogadta, de ezután el kellett mennie, mert 20 perc múlva egy megbeszélés kezdődött. Amikor beért az irodájába, e-mail-eket talált a számítógépén. Megnézte, a szokásos dolgok voltak a barátaitól, de aztán észrevett egyet, amelyet még sohasem kapott. Ez a levél volt. Egyszerűen elolvasás nélkül törölte. NAGY HIBA VOLT! Ugyanaznap este a rendőrség telefonált. DAVID-ről volt szó! Elütötte egy targonca. Nem élte túl.

> 2. ESET:

> Vegyük Katie Robbenson esetét. Megkapta ezt a levelet, és mivel hitt benne, továbbküldte néhány barátjának, de nem volt elég e-mail címe, hogy 10 helyre elküldje. Három nappal később, Katie egy álarcosbálra ment. Az éjszaka folyamán, amikor az autójához ment, hogy hazainduljon, egy részegautós elütötte.

> 3. ESET:

> Richard S. Willis elolvasta ezt a levelet, és 5 percen belül továbbküldte. Nem egészen 4 órával később, amikor új munkahelyére, egy igen nagy céghez ment interjúra, az utcán összefutott Cynthia Bell-lel, aki titkos szerelme volt. Cynthia odament hozzá, és elmondta neki, hogy szenvedélyesen szereti.

- > Három nappal később megkérte a kezét és összeházasodtak. Cynthia és Richard
- > még most is házasok, három gyermekükkel boldogabbak nem is lehetnének!
- > Íme a levél:
- > A szomszéd utcában van egy barátom, ebben a nagy és végtelen városban, de a
- > napok múlnak, és a hetek szaladnak, és mielőtt észrevenném, eltelik egy év.
- > És soha nem látom régi barátom arcát, mert az élet egy gyors és rettenetes
- > versenyfutás, ő tudja, hogy most is éppúgy kedvelem, mint akkoriban, amikor
- > még becsengettem hozzá.
- > És ő hozzám. Akkor fiatalabbak voltunk, most pedig elfoglalt, fáradt férfi.
- > Belefáradva az ostoba játékba, abba, hogy nevet szerezzünk magunknak.
- > „Holnap” mondom, „felhívom Jimet”. Csak azért, hogy tudja, gondolkodom még rá.”
- > De eljön és elmegy a holnap, és a távolság köztünk csak egyre nő. A szomszéd
- > utcában! - mégis mérföldekre. Táviratot kaptam, „Jim ma meghalt.” És ez az,
- > amit végül kapunk és megérdemlünk. Egy eltűnt barát a szomszéd utcában.
- > Mindig azt mondd, amire gondolsz.
- > Ha szeretsz valakit, mondd meg neki.
- > Ne félj kifejezni önmagad.
- > Nyújtsd ki a kezéd, és mondd meg a másinak, hogy mit jelent a számodra.
- > Mert mire eldöntöd, hogy melyik a megfelelő időpont, már túl késő lehet.
- > Ragadd meg a napot. Soha ne sajnálkozz. És ami a legfontosabb, maradj közel
- > barátaidhoz és családodhoz, mert ők segítettek abban, hogy azzá légy, ami ma
- > vagy.
- > Ezt a levelet elolvasás után 3 órán belül küldd el 10 különböző embernek. Ha
- > így teszel, hihetetlenül nagy szerencséd lesz a szerelemben. Az, akihez a
- > legjobban vonzódsz, hamarosan viszonzza érzelmeidet. Ha nem így teszel, a
- > balszerencse feléd fordítja ocsmány fejét. EZ NEM TRÉFA! Elolvastad a
- > figyelmeztetéseket, olvastad a három esetet, tudod a következményeket.
- > Tovább KELL küldened ezt a levelet, másképp félelmetes szerencsétlenséggel
- > kell szembenézned.
- > MEGJEGYZÉS* Minél több embernek küldöd el ezt a levelet, annál nagyobb
- > szerencse fog érni.
- >

(Forrás: http://lifeforce.hu/w/Hoax/EGYED%C3%9CL_OLVASD_EL)

B) Nincs szíved, ha nem küldöd tovább?

Ezzel az e-mail-lel támogathatod 35Ft-tal a Rákos Gyermek Alapítványt, ami most egy gépre gyűjt, amivel sokkal könnyebb a rákot gyógyítani és nem olyan fájdalmas.

Ha van szíved, küldd tovább legalább 3 embernek!

Köszönjük!!!

Bocsi, ha valakit zavar, de szerintem ilyen helyekre is el kell, hogy jusson.

Ki kell ábrándítanunk minden jó szándékú embert, aki azt hiszi, hogy egy e-mail továbbításával pénzt utalhat bárkinek.

Az egyik legtipikusabb őshoax, ami számtalan változatban köröz a hálón, kihasználva a küldők jó szándékát és együttlétét.

A körülbelül egy éve terjedő, a Rákos Gyermek Alapítvány gépre gyűjtő változatot most különösen sokan továbbítják, annak ellenére, hogy a Rákos Gyermek Alapítvány nem is létezik.

Felhívtuk a levélben szereplő szervezethez hasonló nevű Gyermekrák Alapítványt, ahol elmondták, ismerik a levelet, mert sokan érdeklődnek náluk az e-mailes támogatás lehetőségéről. Honlapjukon közleményt jelentettek meg a szaporodó megkeresések miatt: „Sajnos egyre több megkeresést kaptunk a napokban, hogy szélhámosok visszaélnék a Gyermekrák Alapítvány nevével, mit sem törődve azzal, hogy ezen tevékenységükkel esetleg megrendíthetik a bizalmat egy olyan alapítványban, amely megkérdőjelezhetetlenül felelősségteljes feladatot lát el ebben az országban. Alapítványunk semmiféle SMS, e-mailes körlevelet, telefonos megkeresést soha nem indított el, munkatársaink soha, semmikor – az Alapítvány fennállása óta – nem csengettek be lakásokba, hogy így gyűjtsenek adományt. A közeljövőben sem áll szándékunkban ilyen irányú tevékenységeket folytatni.”

A „küldje tovább a levelet, és gazdagítja a szegény szenvedőt” hoax 1997-ben jelent meg először a hétéves, „rendkívül ritka” rákbetegségben szenvedő Jessica Mydek nevében. Az ősváltozatban az orvosok szerint Jessicának már csak hat hónap van hátra, utolsó kívánságként egy levélláncot indít, amellyel az amerikai rákellenes társaság (American Cancer Society) számára gyűjt. A szöveg szerint minden – az acs@aol.com címre – továbbított levél három centtel gazdagítja a rákkutató társaságot, ezért arra kéri a felhasználókat, hogy minél több ismerősnek juttassák tovább az információt.

Aki valóban támogatni szeretné a rákos gyerekeket, ahelyett, hogy e-maileket továbbítana, kattintson a *Gyermekrák Alapítvány*, a *Remény a Leukémiás Gyermekekért Alapítvány* vagy az *Együtt a Daganatos Gyermekekért Alapítvány* honlapjára, és ott keresse a támogatási lehetőségeket.

Forrás: http://index.hu/tech/hoax/2005/12/21/nincs_szived_ha_nem_kuldod_tovabb/

C) Veszélyes sugárzás

Ezt most kaptam egy ismerősömtől, aki a hírzárlat miatt kérte, hogy töröljem az adatait.

Sziasztok!

Szedjete jódtablettát, mert állítólag az elmúlt hét közepén magasabb fokú sugárzást mértek, mint 1986-ban. Egy ismerősöm, akinek kapcsolatai vannak egy meghatározó katonai alakulatnál, csütörtökön figyelmeztetett, hogy újra sugárzást észleltek a csernobili atomerőműnél. Csütörtökön bemondtuk a rádióban, azóta lehozta a Hír Tv is, a román tévé pedig cáfolta. Teljes hírzárlatot rendeltek el, a BBC és a CNN is hallgat róla, de azóta a kórházak és a katonai alakulatok megkapták a faxot arról, hogy nagyfokú sugárzásnak vagyunk kitéve. A főnököm ma már nem engedte, hogy bemondjuk a rádióban – a hírzárlat miatt. Keveset tartózkodjatok a napon/esőben, és szedjete jódtablettát. Fontos, és akkor sem árt, ha csak kacsza a hír. Ja, és a holnapi Krónikában állítólag lesz vmi erről.

Ez a levél rosszindulatú SPAM (hoax). Az elmúlt napokban többször eljutott hozzám, és úgy látom, egyre terjed.

Nagyon jellemző, hogy nincs aláírva, és olyan homályos utalásokat tartalmaz, amiknek nincsen értelme. Tipikus hazugságok a levélben:

– „Csütörtökön bemondtuk a rádióban” – Milyen rádióban? A sajtófigyelésben egyetlen ilyen rádióhírt sem találtunk.

– „azóta lehozta a Hír Tv is” – a Hír TV sajtófigyelésében sem látni ilyen hírt. Én ott voltam a Hír TV-ben a csernobili tanulmányutunkkal kapcsolatban egy interjún, 2005. június 13-án, de erről nem kérdeztek. Ha bemondtak volna ilyen hírt, nyilván megkérdeztek volna róla a riportban.

– „Teljes hírzárlatot rendeltek el, a BBC és a CNN is hallgat róla” – ez is nyilván képtelen hazugság. Ugyan mivel lehetne rávenni a BBC-t vagy a CNN-t, hogy Csernobil ügyében hallgasson? Ennél kisebb, szenzációgyanús ügyről is azonnal beszámolnak a médiumok. [...]

– „Keveset tartózkodjatok a napon/esőben, és szedjete jódtablettát. Fontos, és akkor sem árt, ha csak kacsza a hír.” – Ez a legveszélyesebb része ennek a hazug levélnek. A jódtabletta bizonyos embereknél nagyon heves pajzsmirigy reakciót válthat ki, ami szélsőséges helyzetben súlyos egészségkárosodáshoz vezethet. Aki indokolatlanul jódtabletta bevételre buzdít nagy tömegeket, bűncselekményt követ el...

Dr. Aszódi Attila,
igazgató,
Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Nukleáris Technikai Intézet

(Forrás: <http://nukinfo.reak.bme.hu/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=950&mode=thread&order=0&thold=0>)

