

Papp János Tamás

A szűrőbuborék kipukkasztása – Gondolatok az online szűrőbuborékok és visszhangkamrák koncepciójának újraértelmezéséhez



A tanulmány az online szűrőbuborékok és visszhangkamrák koncepcióival és azok empirikus alátámasztásának hiányával foglalkozik. A mára már szinonimává vált két kifejezés által fémjelzett jelenség arra utal, hogy az online térben a felhasználók kizárólag vagy túlnyomó többségében csak olyan hírekkel vagy információkkal találkozhatnak, amelyek érdeklődési körüket, véleményüket és hiedelmeiket tükrözik, vagyis hogy „visszhangkamrákban” élnek a közösségi médiában. Ezt azonban nem támasztják alá az empirikus kutatások, ugyanis egy nagy választékú médiakörnyezetben csak a lakosság egy nagyon kis része találhatja magát visszhangkamrában. Ennek ellenére a buborékok vagy visszhangkamrák léteznek, társadalmi jelentőségük és az általuk okozott lehetséges társadalmi károk valódiak, azonban az a gondolat, amely az online platformokat hibáztatja ezek kialakulásáért, nem igazolható tudományos kutatásokkal. A napjainkban is egyre inkább tapasztalható társadalmi polarizálódás a hagyományos és az online média kölcsönös együttthatásaként jött létre: az internetnek köszönhetően kialakult figyelemalapú médiakörnyezetben a hagyományos média egyre inkább véleményalapúvá vált, ezáltal megnőtt a személyes perszonalizáció lehetősége, amely folyamatot tovább erősített a közösségi média, aminek következtében a sajtó még inkább a kevésbé minőségi, de nagyobb interakciót eredményező, polarizált tartalom-előállítás irányába mozdult el. Az így létrejött ördögi kör nagyon nehezen kezelhető, a legalkalmasabb eszköz talán a minőségi, objektív újságírói tartalmak előállításának támogatása lehet, amely által nehezebbé válik a párhuzamos nyilvánosságok elkülönítésének fenntartása.

Az online perszonalizáció különböző formái

Talán nem túlzó kijelentés, hogy az online platformok – és azon belül a közösségi média – alapjaiban változtatták meg a nyilvánosság szerkezetét. A 20. század második felétől meghatározó szerepű tömeg tájékoztatást javarészt felváltotta az egyéniesített, személyre szabott tartalomfogyasztás. A tömegkommunikáció korábban csak kevesek számára nyitva álló lehetősége szinte bárki számára elérhetővé vált, ezzel pedig korábban elképzelhetetlen mennyiségű szöveg kerül bele a napi cirkulációba. Csak a YouTube-ra percnként több mint 500 órányi videót töltenek fel,¹ vagyis olyan mennyiségű tartalom keletkezik percnként egy-egy közösségi

¹ Hours of Video Uploaded to YouTube Every Minute. *Statista*, 2022. április 4.

oldalon, hogy amennyiben ezt valamiféle előzetes, a platform által üzemeltetett tartalomrendező elv nélkül próbálná megtekinteni a felhasználó, káoszba fulladna a felhasználói élmény. A közösségi oldalak tehát némiképp a felhasználói élmény javítása érdekében, de mindenképpen a platform érdekeinek megfelelően optimalizálják a tartalomrendező algoritmusait, aminek fő célja, „hogy a felhasználó minél több (hirdetések megnézésére is fordítható) időt töltsön a felületükön, ennek érdekében pedig a korábbi kereséseinek, preferenciáinak megfelelő tartalmakat szűr és tár elé az algoritmus”.²

A platformok által ajánlott tartalom tehát mindenki részére személyre szabott, és az adott felhasználó ismerősi vagy érdeklődési köréhez, valamint az adott platformon, sőt azon kívüli online tevékenységéhez van igazítva.³ A közösségi oldalak viszont a perszonalizáció két különböző megjelenési formáját okozhatják. Először is, a fent említett módon, egy átláthatatlan algoritmus határozza meg, hogy milyen tartalom jelenjen meg a felhasználó hírfolyamában. Másodszor azonban, bár az emberek különféle típusú ismerősökkel (barátokkal, családdal, kollégákkal stb.) lépnek kapcsolatba az ilyen oldalakon, sokan többnyire olyan emberekkel tartják azt fent, akik hasonlítanak rájuk. Ha valakinek az adott platformon kialakított személyes és egyéb érdeklődési hálózata meglehetősen homogén, az azt jelenti, hogy az ismerősök vagy az általa követett oldalak által megosztott tartalom is összhangban van az illető preferenciáival.⁴ A személyre szabott tartalommegjelenítésnek – más szóval perszonalizációnak – tehát két fő típusát különböztetjük meg: a felhasználó által egyénileg beállított perszonalizációt, valamint az algoritmusok és egyéb ajánlórendszerek által kialakított perszonalizációt. Ezeket más néven hívhatjuk önkéntes vagy előzetes személyre szabásnak,⁵ vagy megint másképpen „explicit” vagy „implicit” perszonalizációnak is.⁶

Utóbbi, vagyis az algoritmusok által végzett perszonalizáció régóta képezi az online platformokkal kapcsolatos tudományos vizsgálódások meghatározó fókuszát. Az mára talán mindenki számára egyértelmű, hogy a közösségimédia-platformok nem csupán inaktív szereplőként működnek, hanem aktívan „navigálják a felhasználókat az általuk meghatározott tartalmakhoz”.⁷ A tartalmakkal kapcsolatban ugyanis nem csupán moderálási tevékenységet végeznek, vagyis az illegális tartalmak szűrését, hanem a rengeteg felhasználói tartalom között egyfajta „kurátorként”

² Veszelszki Ágnes: deepFAKEnews: Az információmanipuláció új módszerei. In Balázs László (szerk.): *Digitális kommunikáció és tudatosság*. Budapest, Hungarovox Kiadó, 2021. 96.

³ Birgit Stark et al.: Are Algorithms a Threat to Democracy? The Rise of Intermediaries: A Challenge for Public Discourse. *Algorithm Watch*, 2020. 12.

⁴ Frederik J. Zuiderveen Borgesius et al.: Should We Worry About Filter Bubbles? *Internet Policy Review*, 5. (2016), 1. 7.

⁵ Richard Fletcher: The Truth Behind Filter Bubbles: Bursting Some Myths. *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 2020. január 24.

⁶ Borgesius (2016): i. m. 3.

⁷ Tarleton Gillespie: The Politics of ‘Platforms’. *New Media & Society*, 12. (2010), 3. 348.

tevékenykedve állítják össze a felhasználó egyéni idővonalát.⁸ Ezen két tevékenységet választja külön Sofia Grafanaki, nevezetesen a „tárhely legalitása céljából” történő és a „navigálás érdekében” történő kurátori tevékenységet.⁹ Előbbi annak eldöntését jelenti, hogy a tartalom egyáltalán maradhat-e a platformon, míg az utóbbi arról dönt, hogy mely tartalmakra hívja fel a felhasználók figyelmét, mely tartalmakat soroljon előrébb és hátrébb.¹⁰ Utóbbi tevékenység folytán tehát a felhasználók idővonalai kivétel nélkül valamilyen egyedi összeállítás alapján jönnek létre, vagyis egyediesített módon jelennek meg. Az „egyediesített” pedig Paul Bernal szerint egyet jelent a „manipulálttal”, hiszen akár pénzügyi-gazdasági, akár marketing-, akár politikai célok mentén alakítják ki a felhasználók idővonalát, semmiképp sem nevezhető semleges, befolyástól mentes tartalomszolgáltatásnak.¹¹ 2021. január 11-én Adam Mosseri, az Instagram vezetője írta azt a Twitteren, hogy „nem vagyunk semlegesek. Egyetlen platform sem semleges, mindannyiunknak vannak értékei, és ezek az értékek befolyásolják a döntéseinket.”¹² Egyesek nevet is adtak a jelenségnek, számítógépes propagandának (*computational propaganda*) hívják, amely szerintük a politikai manipuláció új formája, amely az interneten keresztül zajlik, és a közösségimédia-platformok, botok és algoritmusok együttes működésével igyekszik befolyásolni a közvéleményt.¹³

A szűrőbuborékok és visszhangkamrák koncepciója

Ezen perszonalizáció kapcsán gyakran hallunk a szűrőbuborék vagy visszhangkamra kifejezésről, amelyet legfőképpen a platformok által a felhasználókra gyakorolt (káros) befolyás vonatkozásában szoktak emlegetni. A visszhangkamra metaforáját először 2001-ben Cass Sunstein fogalmazta meg, amikor leírta, hogy a csoportdinamikus véleményformálási folyamatok hogyan haladnak a személyre szabott információs környezetekben, amelyek következetesen tükrözik az egyén saját magáról alkotott véleményét, mint a visszhang.¹⁴ Így a visszhangkamra kifejezés a kizárólagosan hasonló véleményeknek való kitettségre utal az online környezetben. Sunstein

⁸ Tarleton Gillespie: The Relevance of Algorithms, in Media Technologies. In Tarleton Gillespie – Pablo J. Boczkowski – Kirsten A. Foot (szerk.): *Media Technologies. Essays on Communication, Materiality, and Society*. Cambridge, MA, The MIT Press, 2014. 167.

⁹ Sofia Grafanaki: Platforms, the First Amendment and Online Speech Regulating the Filters. *Pace Law Review*, 39. (2018), 1. 119.

¹⁰ Grafanaki (2018): i. m. 126.

¹¹ Paul Bernal: *The Internet, Warts and All*. Cambridge, Cambridge University Press, 2018. 92.

¹² Idézi: Seth Oranburg: Social Media and Democracy after the Capitol Riot, or, A Cautionary Tale of the Giant Goldfish. *Mercer Law Review*, 73. (2022), 2. 594.

¹³ Samuel C. Woolley – Philip N. Howard (szerk.): *Computational Propaganda: Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*. New York, Oxford University Press, 2018. 2–5.

¹⁴ Lásd Cass R. Sunstein: *Republic.com*. Princeton, Princeton University Press, 2001.

szerint egy demokratikus társadalomban az embereknek olyan információkkal kell találkozniuk, amelyek eltérnek a saját véleményüktől, annak érdekében, hogy teljes mértékben meg tudják formálni saját álláspontjukat. Ellenkező esetben az emberek beléphetnek az „attitűdök megerősítésének spiráljába”, és szélsőségesebb nézőpontok felé sodródhatnak.¹⁵ Az Európai Unió egy szakértői csoportja által készített jelentés is megemlíti, hogy „egyesek attól tartanak, hogy az internetes szűrőmechanizmusok, tekintettel növekvő személyre szabási lehetőségükre, egyre elszigeteltebb és kevésbé elkötelezett társadalmi közösségeket hozhatnak létre a nagyközönségen belül”.¹⁶ A jelenség tehát arra utal, hogy az emberek kizárólag vagy túlnyomó többségben csak olyan hírekkel találkoznak, amelyek érdeklődési körüket, véleményüket és hiedelmeiket tükrözik, vagyis hogy „visszhangkamrákban” élnek a közösségi médiában.¹⁷ Ezen kutatások szerint azok az emberek, akik ismétlődő módon ki vannak téve részrehajló tartalmaknak, amelyek egy sajátjukhoz közel álló politikai álláspontot részesítenek előnyben, végül szélsőségesebb álláspontot alakítanak ki, és kevésbé lesznek toleránsak az ellenkező nézőpontokkal szemben.¹⁸

A visszhangkamrák melletti másik gyakran elhangzó kifejezés a szűrőbuborék. A szűrőbuborék egy Eli Pariser¹⁹ által alkotott fogalom, amely egyfajta szellemi elszigeteltség állapotát jelenti, amely személyre szabott keresésekből származhat, amikor egy weboldal algoritmusa a felhasználóval kapcsolatos információk (például a tartózkodási hely, a korábbi kattintási viselkedés és a keresési előzmények) alapján kitalálja, hogy milyen információkat szeretne látni. Ennek eredményeként a felhasználók nem, vagy nagyon keveset találkoznak azokkal az információkkal, amelyek nem illeszkednek a látásmódjukba, hatékonyan elszigetelve őket saját kulturális vagy ideológiai buborékjaikban.²⁰ Bizonyos kutatások azt mutatták, hogy a felhasználók inkább azokat a híreket választják, amelyek jó érzésekkel töltik el őket, és megerősítik meglévő véleményüket és elfogultságukat.²¹ A közösségi oldalak működése és az a lehetőségünk, hogy gyorsan és egyszerűen tömegekkel oszthatjuk meg rajtuk keresztül nézeteinket, tovább növeli az egyes társadalmi csoportok megosztottságát, és mindennap újabb és újabb buborékok jönnek létre.²² Egyes szerzők

¹⁵ Cass R. Sunstein: The Law of Group Polarization. *The Journal of Political Philosophy*, 10. (2002), 2. 178.

¹⁶ Vaira Viķe-Freiberga et al.: *A Free and Pluralistic Media to Sustain European Democracy*. The Report of the High Level Group on Media Freedom and Pluralism, 2013. 31.

¹⁷ Katrina Lee: Your Honor, on Social Media: The Judicial Ethics of Bots and Bubbles. *Nevada Law Journal*, 19. (2019), 3. 808.

¹⁸ Borgesius (2016): i. m. 8.

¹⁹ Lásd Eli Pariser: *The Filter Bubble. How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*. New York, Penguin Publishing, 2012.

²⁰ Cass R. Sunstein: *Republic.com 2.0*. Ford. Veres Péter. Budapest, Wolters Kluwer, 2013. 18.

²¹ Cass R. Sunstein: *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton, Princeton University Press, 2017. 104–108.

²² Neill Fitzpatrick: Media Manipulation 2.0: The Impact of Social Media on News, Competition, and Accuracy. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 4. (2018), 1. 56.

szerint ezáltal a szűrőbuborékok létezése magát a demokráciát is fenyegeti.²³ Daniel Maggen három fő megítélást fogalmaz meg a szűrőbuborékokkal kapcsolatban. Kiindulópontként rögzíti, hogy a témával foglalkozó tudósok nagy része pusztán az algoritmusok lehetséges hibáira koncentrálnak, így figyelmen kívül hagyják az algoritmusok átlagos működésében rejlő veszélyeket. Másrészt arra mutat rá, hogy a szűrőbuborékok hatására a politikai döntéshozók is szűkebb körű információkkal rendelkeznek, így sokszor döntéseiket is merőben befolyásolják a szűrőbuborékok. Végül pedig kiemeli, hogy a szűrőbuborékok két fő tevékenysége, vagyis az adott világnézetnek megfelelő tartalmak ajánlása és az azzal ellentétesen ható információk kizárása közül utóbbi a sokkal nagyobb probléma.²⁴ Egyes tanulmányok pedig Maggenhez hasonlóan arra mutatnak rá, hogy az online szűrőbuborékok jelensége még a bírói pártatlanságra is negatív hatással lehet.²⁵

Bár Pariser eredetileg főként a keresőmotorokra vonatkoztatva fogalmazta meg tételeit, az utóbbi időben ő is egyre inkább a közösségi oldalak kapcsán beszél a jelenségről.²⁶ Ebben az új, közösségi médiára összpontosító inkarnációban azonban szerinte a szűrőbuborék-konceptió egyre inkább összefonódik a visszhangkamrák fogalmával. Számos tudományos cikk is ma már lényegében felcserélhető módon használja a két kifejezést.²⁷ Ahogy arra Axel Bruns is rámutat, annak ellenére, hogy meglehetősen sokat írtak róla, Sunstein és Pariser sem határozta meg egyértelműen a szűrőbuborékok és a visszhangkamrák fogalmát, így az azt követő kutatások során vagy szinonimaként, vagy meglehetősen zavaros meghatározásokkal használták a fogalmakat.²⁸ Véleménye szerint ezért „az olyan átgondolatlan metaforákról folytatott viták, mint a visszhangkamrák és a szűrőbuborékok, olyan figyelemelterelés, amelyet már nem engedhetünk meg magunknak, mert megakadályozza, hogy sokkal fontosabb ügyekkel szembesüljünk”.²⁹ Még ha nem is tekintjük teljes mértékben „figyelemelterelésnek” a szűrőbuborékok és visszhangkamrák jelenségét, annyit mindenképpen meg kell jegyeznünk, hogy a két fogalom mára a tudományos és a laikus diskurzusokban is voltaképpen ugyanazt a jelenséget írja le, így jelen tanulmány is szinonimaként kezeli a két kifejezést.

²³ Sara J. Benson: @PublicForum: The Argument for a Public Forum Analysis of Government Officials' Social Media Accounts. *Washington University Jurisprudence Review*, 12. (2019), 1. 109.

²⁴ Daniel Maggen: Law In, Law Out: Legalistic Filter Bubbles and the Algorithmic Prevention of Nonconsensual Pornography. *Cardozo Law Review*, 43. (2022), 5. 1751–1753.

²⁵ Lee (2019): i. m. 790.

²⁶ Eli Pariser: Did Facebook's Big Study Kill My Filter Bubble Thesis? *Wired*, 2015. május 7.

²⁷ Axel Bruns: Filter Bubble. *Internet Policy Review*, 8. (2019a), 4.

²⁸ Axel Bruns: *It's Not the Technology, Stupid: How the 'Echo Chamber' and 'Filter Bubble' Metaphors Have Failed Us*. Brisbane, Digital Media Research Centre (QUT), 2019b. 3.

²⁹ Bruns (2019b): i. m. 9.

A koncepció gyakorlati igazolásának hiánya

A szűrőbuborékokkal kapcsolatos tudományos ellentmondás abból fakad, hogy nagyon nehéz empirikus módon vizsgálni a szűrőbuborékok és visszhangkamrák valódi hatását, ezért az ebből levonható következtetések is sokszor vitatottak.³⁰ Egyes kutatók a politikai nézetek mentén magas szintű klaszteresedéstről számolnak be, ami a közösségi média platformjait visszhangkamraként jellemezte, míg mások azt találták, hogy az online ideológiai szegregáció abszolút értelemben alacsony, és az online térre inkább jellemző a nyílt ideológiai eszmecsere és az ideológiai sokféleségnek való kitettség.³¹ Egy kutatás során például internethasználókat kérdeztek arról, hogy hogyan használják a különböző keresőoldalakat, a közösségi médiát és más egyéb médiát politikai információszerzés céljából. Az eredmények azt mutatták, hogy a közösségi oldalak használata vagy az internetes keresés csupán csak egy mozzanata a politikai információszerzésnek, vagyis a politika iránt érdeklődők nincsenek buborékba zárva az online portálok által. Ezzel párhuzamosan a kutatás vezetői a visszhangkamrák jelenségére sem találtak empirikus bizonyítékot, a megkérdezettek többsége ugyanis ellenőrzi a problémás vagy meghökkentő politikai információkat, így különböző nézőpontoknak teszi ki saját magát. Így a kutatók szerint a közösségi oldalakkal és a buborékokkal kapcsolatos bizonyos nézetek nemcsak túlbecsülik a technikai értelemben determináló tényezőket, hanem alábecsülik az internet, a közösségi média és a keresőprogramok tudatos használatának társadalmi elterjedését is.³²

Egy 2015-ben készült tanulmány, amely 3,8 millió Twitter-felhasználó megkérdezésén alapult, arra a következtetésre jutott, hogy túlbecsülték a közösségi médiában jelen lévő „ideológiai szegregációt”. A kutatók kimutatták, hogy a közösségi médiának mint kommunikációs eszköznek az interperszonális hálózatokon belüli használatát nem feltétlenül korlátozzák ideológiai elköteleződések, különösen, ha nem politikai kérdésekről és eseményekről van szó. A kutatás eredményei azt mutatták, hogy bár a liberális beállítottságú felhasználók hajlamosak más liberális felhasználók tweetjeit retweetelni, a konzervatívok pedig különösen nagy valószínűséggel más konzervatívok tweetjeit, a nem politikai témákról, például a bostoni maratoni robbantásról, a 2014-es Super Bowlról vagy a 2014-es téli olimpiáról szóló retweetek azonban mind átlépték az ideológiai határokat.³³ Katrina Lee szerint még ha egy tudományos vizsgálat – amely például csak a Twitter-t vizsgálja – bizonyítékokat

³⁰ Judith Moeller – Natali Helberger: *Beyond the Filter Bubble: Concepts, Myths, Evidence and Issues for Future Debates*. Amsterdam, University of Amsterdam, 2018.

³¹ Pablo Barberá et al.: Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber? *Psychological Science*, 26. (2015), 10. 1532.

³² William H. Dutton et al.: *Social Shaping of the Politics of Internet Search and Networking: Moving Beyond Filter Bubbles, Echo Chambers, and Fake News*. Quello Center Working Paper No. 2944191. 1.

³³ Barberá (2015): i. m. 1537.

is talál a visszhangkamrákra és a politikai polarizációra, ez nem feltétlenül jelenti azt, hogy egy adott felhasználó mindenképp visszhangkamrában él. Rámutat arra, hogy sok tanulmány nem vett figyelembe más információforrásokat, amelyekhez a felhasználó hozzáférhet, például a személyes beszélgetéseket, újságokat vagy a televíziót. Ebből kifolyólag szerinte kijelenthető, hogy a közösségi média kisebb szerepet játszott a politikai polarizációban, mint ahogyan attól a közösségi oldalak kezdeti évei idején tartottak.³⁴

A témával foglalkozó kutatások nagy része mindemellett figyelmen kívül hagyja a korábban említett explicit perszonalizációt, vagyis hogy a közösségi médiában és a való életben az egyének olyan információkkal és perspektívákkal is találkoznak, amelyek akár változatosak is, azonban a megjelenő tartalmak közül ők maguk választják ki, hogy mely információkat olvassák el részletesen, így egy saját visszhangkamrahatást alakíthatnak ki algoritmusok nélkül is. Egy, a Michigani Egyetem által végzett kutatás szintén azt hangsúlyozta, hogy az egyének beállítottságának megfelelő információknak való kitettségét nem az algoritmusok által keltett buborékok, hanem a felhasználók saját döntései okozzák.³⁵ Az implicit személyre szabás hatásait ugyanis más erők is ellensúlyozhatják. Például azok az emberek, akik saját maguk választanak ki tartalmat egyes blogokon, és emellett sok előre kiválasztott tartalommal találkoznak a Facebook-hírfolyamukban, továbbra is lelkes felhasználói lehetnek a nem személyre szabott híroldalaknak is.³⁶ Más szerzők is azon a véleményen vannak, hogy ma, egy nagy választékú médiakörnyezetben valószínűleg csak a lakosság egy nagyon kis része találhatja magát visszhangkamrában, ezért a visszhangkamrákat és szűrőbuborékokat vizsgáló tanulmányok többsége hibás, mivel nem tesztelik az elméletet a nagy választékú médiakörnyezet reális összefüggésében.³⁷

Gálik Mihály cikkében jelen sorok írójánál sokkal részletesebben és mélyrehatóbban veszi sorra a témában készült kutatásokat, és rengeteg releváns tanulmányt elemezve mutatja be, hogy az empirikus kutatások egyáltalán nem támasztják alá az online szűrőbuborékokkal kapcsolatos aggályokat. Arra a következtetésre jut, hogy „a hagyományos, a tömegmédia korából megörökölt hírmédia erős hálózati jelenléte, az online hírmédiában jelen lévő nagyszámú szereplő, valamint az a tény, hogy a közönség jó része több forrásból tájékozódik, hatékonyan állja útját már az online hírmédiában is a visszhangkamrák kialakulásának, nem beszélve a hírmédia egészéről”.³⁸

³⁴ Lee (2019): i. m. 809.

³⁵ Eytan Bakshy et al.: Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook. *Science*, 348. (2015), 6239.

³⁶ Borgesius (2016): i. m. 10.

³⁷ Elizabeth Dubois – Grant Blank: The Echo Chamber Is Overstated: The Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media. *Information, Communication & Society*, 21. (2018), 5. 744.

³⁸ Gálik Mihály: Visszhangkamrák és szűrőbuborékok. A hírfogyasztásról szóló vita a digitális hálózati média-ökoszisztéma világában. *Médiakutató*, 21. (2020), 1. 32.

Mindezek ellenére annyi azonban legalább biztosan kijelenthető, hogy az algoritmusok útján való információrendezés mindenképpen hatással lehet a felhasználókra, és ezáltal a demokratikus nyilvánosságra. Az empirikus kutatásokkal is igazolható, hogy a közösségi oldalakon megjelenő tartalmak az egyének szempontjából sokkal kevésbé sokszínűek és kiegyensúlyozottak,³⁹ ennek pedig egyik eredménye, hogy nagyon hatékonyan polarizálják a társadalmat.⁴⁰ Veszelszki Ágnes is azon az állásponton van, hogy bár a szűrőbuborék jelenségét empirikus adatok alapján egyes kutatások megkérdőjelezzik, annyi mindenképpen állítható, hogy az online felületek mögött működő algoritmusok befolyással bírnak arra, milyen információkkal találkozik a böngésző személy az interneten. Szerinte még ha nem is fogadjuk el a szűrőbuborék-jelenség meglétét, abban az esetben is működik az úgynevezett ismétlési hatás, vagyis ha ugyanazzal az információval többször, akár ugyanolyan forrásból, redundáns módon találkozunk a felhasználó, az az ismétlés révén sokkal meggyőzőbb lesz számára.⁴¹

Azt láthatjuk tehát, hogy a szűrőbuborékok jelensége bár teoretikus szempontból logikusnak tűnik, gyakorlati jelenléte a valóságban mégsem igazolható. Ennek egyik oka a felhasználó saját autonóm szűrőtevékenysége (vagyis az explicit perszonalizáció), másik oka pedig a tájékozódás céljából széles körben rendelkezésre álló diverz médiakörnyezet. Persze sokak szerint önmagában már az is vitatott kérdés lehet, hogy a politikai döntések tekintetében vajon mekkora befolyásoló ereje van ténylegesen az egyes médiumoknak – köztük a közösségi médiának is. Bajomi-Lázár Péter szerint például annak, hogy a média csak korlátozott mértékben és áttételesen képes befolyásolni a közönséget, az az oka, hogy a média csak egy az embereket befolyásoló számos tényező között: ott van mellette egyebek között a család, a kortárs csoport, az iskola, az egyház és – nem utolsósorban – a személyes tapasztalás.⁴²

A média és az online platformok polarizáló hatása

Ha viszont a személyes tapasztalás leszűkül a közösségi médiára, annak befolyásolási képessége jóval nagyobb lesz. Ha a felhasználó a társadalmi életének jelentős részét a közösségi oldalakon keresztül éli meg, vagyis itt tartja a kapcsolatot a barátaival, családtagjaival, innen tájékozódik, itt fogyaszt szórakoztató tartalmakat, akkor a közösségi oldal befolyásoló ereje is vélhetően sokkal nagyobb. Ez a jelenség pedig már úgy tűnik, kibontakozóban van, ugyanis az online platformok egyre inkább

³⁹ Giovanni Luca Ciampaglia – Filippo Menczer: Misinformation and Biases Infect Social Media, Both Intentionally and Accidentally. *The Conversation*, 2018. június 20.

⁴⁰ Political Bias on Social Media Emerges from Users, Not Platform, IU Study Says. *Indiana University*.

⁴¹ Veszelszki (2021): i. m. 96.

⁴² Bajomi-Lázár Péter: Manipulál-e a média? *Médiakutató*, 18. (2017), 4. 74.

a hírolvasás elsődleges színtereivé válnak.⁴³ Egy 2019 végén végzett kutatásból az olvasható ki, hogy a hazai „facebookozó” lakosság háromnegyede legalább heti rendszerességgel használja hírfogyasztásra a szolgáltatást, és főként az elé kerülő hírekből tájékozódik.⁴⁴ Ebből pedig egyenesen következik, hogy az online platformok átalakítják a hír- és az információáramlás módját, közvetlen hatást gyakorolva az újságírássra és a tömegtájékoztatásra, meghatározva ezzel azok működési gyakorlatát.⁴⁵ Bár sokan úgy gondolnak a platformok által alkalmazott algoritmusokra, mint egyszerű matematikai műveleteken alapuló, elfogulatlan rendezőeszközökre, ezek mögött emberi tényezők vannak, alkotók, akik így tevékenységükkel komolyan befolyásolják az újságírást, vagyis a nyilvánosság számára egyfajta „kidobóként” szolgálnak, akik saját döntéseik alapján döntenek el, hogy milyen információ juthat be a „közösségi házibuliba”. Mike Ananny és Kate Crawford ezt a jelenséget úgy írja le, hogy a platformok és az algoritmusok tervezői egyfajta „küszöbön álló sajtóként” (*liminal press*) működnek.⁴⁶

Ahogy az információs kapuőr szerepe kezd átkerülni a hírügynökségek újságíróiról a kódolókra és a tervezőkre, a sajtó és az általa készített hírek természete is megváltozik.⁴⁷ Ahogyan a televízió sem közvetlenül, direkt módon befolyásolja a nézők tevékenységét, hanem hosszú távon, sokkal finomabb módon,⁴⁸ így az algoritmusok sem azonnal fejtik ki hatásukat. Lam Tuy Vo ezen a téren három új trendet azonosít az online platformok tevékenységének következményeként: (1) információs szegregáció, vagyis hogy az információk nem azonosan jutnak el mindenkihez, minden felhasználóhoz csupán egy személyre szabott, szűkített kör jut; (2) az információfogyasztás politikai megnyilvánulássá vált, mert a platform annak megfelelően alakítja ki a profilunkat, ahogyan fogyasztjuk az információkat, vagy ahogy reagálunk rá, így minden egyes reakció (vagy annak hiánya) a politikai véleményünket közvetíti a platform irányába; (3) mindezek következményeként a felhasználók közötti párhuzamos valóságok kialakulása.⁴⁹

Napjainkra a hírekkel kapcsolatos sajtó és a kábeltelevíziók is egyre inkább véleményalapúvá váltak, vagyis a hagyományos médiában is megfigyelhető a polarizáció

⁴³ Erin C. Carroll: Making News: Balancing Newsworthiness and Privacy in the Age of Algorithms. *Georgetown Law Journal*, 106. (2017), 1. 82.

⁴⁴ Török Bernát – Rab Árpád – Szikora Tamás: *Internetes attitűdök – Régióink és a világháló*. Budapest, NKE Információs Társadalom Kutatóintézet, 2020.

⁴⁵ Carroll (2017): i. m. 86.

⁴⁶ Mike Ananny – Kate Crawford: A Liminal Press: Situating News App Designers within a Field of Networked News Production. *Digital Journalism*, 3. (2015), 2. 192–208.

⁴⁷ Carroll (2017): i. m. 71.

⁴⁸ Kimberlianne Podlas: Reconsidering the Nomos in Today's Media Environment. *Touro Law Review*, 37. (2022), 4. 2219–2220.

⁴⁹ Lam Thuy Vo: How the Internet Created Multiple Publics. *Georgetown Law Technology Review*, 4. (2020), 2. 412.

jelensége.⁵⁰ A sajtóban mindig is jelen volt, a televíziózás világában pedig a kábel-televíziók térnyerése óta megvan a lehetőség az explicit perszonalizációra. A nézők saját döntéseik alapján tudják kiválasztani azokat a tartalmakat, amelyeket nézni vagy olvasni szeretnének, és elkerülni azokat a csatornákat vagy fórumokat, amelyek az övékével ellentétes véleményeket fogalmaznak meg.⁵¹ A kutatások pedig alátámasztják, hogy a nézők élnek is ezzel a lehetőséggel, és sokkal inkább a saját nézeteiknek megfelelő csatornákat néznek.⁵²

A felelősség tehát nem csak az online platformokat terheli. Ahhoz, hogy a felhasználók politikailag vagy ideológiailag elfogult tartalmak buborékjába kerüljenek, ezeket a tartalmakat valakinek elő is kell állítani. Az internet térnyerése egyelőre nem jelentette a televíziós és sajtón keresztüli hírfogyasztás végét, a kutatások azt mutatják, hogy a közösségi oldalakon és az interneten keresztül történő hírfogyasztás nem váltotta fel, csupán kiegészíti a televíziós hírfogyasztást.⁵³ Ennek következtében ma több hírt fogyasztunk, mint bármikor korábban, azonban sokkal kevesebb és kevésbé változatos forrásból.⁵⁴ A felhasználók ezért úgy gondolják, hogy mivel ők rengeteg hírt olvasnak, ezért jól informáltak, ez pedig a gondolatok piacának illúzióját kelti bennük.⁵⁵ A kutatások alapján a felhasználók túlnyomó többsége felismeri az elfogultságot egy-egy hír vagy hírforrás kapcsán, és annak figyelembevételével kezeli az így megszerzett információkat, vagyis következetesen „szelektív” hírmegosztásban vesznek részt a közösségi oldalakon. Ez azt jelenti, hogy gyakrabban olvasnak és osztanak meg olyan híreket, amelyek saját ideológiájuknak kedveznek, vagyis nem igaz a „naiv hírolvasók” mintaképe, akik minden újtjukba kerülő információt megosztanak.⁵⁶ Ezáltal a közösségi média társadalmi polarizáltságra gyakorolt lehetséges negatív hatásai főként akkor mutatkoznak meg, ha maga a kérdéses hír(forrás) is elfogult.⁵⁷

A helyzet tehát az, hogy nem csupán az internetes vagy a közösségi oldalakon történő hírfogyasztás lesz polarizált, hanem az egész „hírmédia” is átalakul, a televíziós csatornák, a sajtótermékek és az online sajtó is ideológiák által meghatározott módon működnek.⁵⁸ Ez azonban nem menti fel az online platformokat a felelősség alól, a közösségi médiában található robotok és buborékok ugyanis olyan potenciálisan példátlan kockázatokat jelentenek, amelyekkel más típusú médiában – televízióban

⁵⁰ Podlas (2022): i. m. 2240.

⁵¹ Podlas (2022): i. m. 2232.

⁵² Podlas (2022): i. m. 2241.

⁵³ Podlas (2022): i. m. 2238.

⁵⁴ Podlas (2022): i. m. 2247.

⁵⁵ Madhura Bhandarkar: Legality of Social Media Algorithms: How They Shape Our Minds and Democracy. *International Journal of Law Management & Humanities*, 4. (2021), 1. 1919.

⁵⁶ Kirill Pogorelskiy – Matthew Shum: *News We Like to Share: How News Sharing on Social Networks Influences Voting Outcomes*. 2019. 3.

⁵⁷ Pogorelskiy – Shum (2019): i. m. 5.

⁵⁸ Podlas (2022): i. m. 2243.

vagy rádióban – nem találkozhatunk. Ezek a megnövekedett kockázatok abból adódnak, hogy a közösségimédia-hálózatok milyen sebességgel és gyakorisággal képesek terjeszteni és felerősíteni a rossz minőségű tartalmakat és pontatlan információkat.⁵⁹ A Facebook, a Twitter és más platformok rangsorolásának, moderálásának, szűrésének, eltávolításának és monetizálási politikájának mértéke egyértelműen szerkesztői felelősséghez kezd hasonlítani, ennek eredményeként pedig a hírek egyre inkább polarizáltak, mivel a meghökkentő, sokkoló hírek és az ezek által létrejött interakciók az online platformokon tartják az embereket.⁶⁰ Az újságíróknak ma már inkább az az érdekük, hogy minél több interakció legyen egy cikkhez kapcsolódóan, nem az, hogy az a cikk minőségi újságírás terméke legyen.⁶¹ A legtöbb interakció, komment azonban a legtöbbször a hatásvadász, sokszor pontatlan cikkekre érkezik, amelyek pont úgy vannak megfogalmazva, hogy heves érzelmi reakciókat váltsanak ki.⁶² Mindezek mellett pedig az is egyértelműen azonosítható, hogy az emberek médiába vetett bizalma folyamatosan csökken, köszönhetően annak, hogy ma már voltaképpen bárki lehet újságíró,⁶³ ennek kapcsán pedig vannak olyan újságírók, akik szerint egyenesen az van veszélyben, hogy valaha beszélhetünk-e még tényszerűen tájékoztatható közönségről.⁶⁴

Mit tehetünk a buborékok ellen?

Viszonylag széles körben elterjedt nézet, hogy az internet párhuzamos nyilvánosságokat hozott létre.⁶⁵ Ennek egyik eredménye, hogy a felhasználók különböző csoportjai merőben eltérő tartalmakat látnak, ezáltal egyre kevesebb a megjelenő információk közötti átfedés, és egyre kevesebb lesz a közös társadalmi tapasztalat. Ezek nélkül pedig egy heterogén társadalomnak sokkal nehezebb dolga lesz a társadalmi problémák kezelésében. Az emberek egymást különbözőnek, idegennek, sőt akár ellenségnek is tekinthetik emiatt, ezáltal pedig még mélyebb szakadék alakulhat ki a társadalmon belül.⁶⁶

Még ha a fent kifejtettek alapján nem is teljesen igaz, hogy mindez az online platformoknak köszönhető – hiszen nem csupán az internet hozta létre a párhuzamos nyilvánosságokat –, az semmiképp sem jelenthető ki, hogy az internet és az online

⁵⁹ Lee (2019): i. m. 791.

⁶⁰ Oranburg (2022): i. m. 610.

⁶¹ Carroll (2017): i. m. 70.

⁶² Vo (2020): i. m. 405.

⁶³ Carol Pauli: The “End” Of Neutrality: Tumultuous Times Require a Deeper Value. *Cardozo Journal of Conflict Resolution*, 23. (2022), 3. 566.

⁶⁴ Pauli (2022): i. m. 557.

⁶⁵ Vo (2020): i. m. 400.

⁶⁶ Cass Sunstein: Is Social Media Good or Bad for Democracy? *International Journal on Human Rights*, 15. (2018), 27.

platformok pusztán tétlen és ártatlan szemtanúi lettek volna ennek a folyamatnak. Az online platformok ugyanis, még ha nem is maguk hozták létre, mélyítik és fenn tartják a társadalmi polarizálódás folyamatát, és jogosan elvárható, hogy a rendelkezésükre álló eszközökkel fellépjenek ez ellen. Az online platformok és a közösségi média szabályozásának kérdése komplex, összetett kérdés,⁶⁷ ezen a helyen pusztán a szűrőbuborékok és visszhangkamrák folyamata elleni fellépésről kívánok írni.

A közösségi oldalak, mint új városközpontok, amelyeken minden egyes felhasználónak saját kis szónoki emelvénye (az amerikai szóhasználatban „szappanos doboza”) van,⁶⁸ merőben új szabályozást és felfogást igényelnek. Tekintettel arra, hogy globálisan működő platformok, a hatékony szabályozást – főként, de nem kizárólag – országokon átívelő formában kell keresni. Az Európai Unió az utóbbi években felismerte az online platformok jelentette veszélyeket, és különböző eszközökkel igyekszik orvosolni a problémát. Ezek között az eszközök között találunk önszabályozó kódexeket,⁶⁹ irányelveket⁷⁰ és rendeleteket⁷¹ is, de a legjelentősebb változást a digitális szolgáltatásokról szóló rendelet⁷² jelenti. A jogszabály különböző átláthatósági és garanciális szabályok bevezetésével számos ponton jelent előrelépést a jelenlegi helyzethez képest, és mindenképp üdvözlendő erőfeszítésnek tekinthető.

A DSA szövege nem tartalmazza a szűrőbuborék vagy visszhangkamra kifejezéseket, azonban azonosítja és bizonyos mértékben szabályozza az online platformok tartalomajánló rendszereit. A rendelet értelmében ajánlórendszernek minősül minden „teljes mértékben vagy részben automatizált rendszer, amelyet az online platform arra használ, hogy az online interfészén konkrét információkat javasoljon vagy ezeket az információkat rangsorolja a szolgáltatás igénybe vevője számára, többek között a szolgáltatás igénybe vevője által indított keresés alapján vagy egyéb módon meghatározva a megjelenített információk relatív sorrendjét vagy elsőbbségét”.⁷³ Mindezek alapján tehát a felhasználókat buborékba záró algoritmusok ilyen

⁶⁷ Erről lásd részletesen: Papp János Tamás: *A közösségi média szabályozása a demokratikus nyilvánosság védelmében*. Budapest, Wolters Kluwer, 2022.

⁶⁸ Rachel Casey: John Stuart Mill and Social Media: Evaluating the Ethics of De-Platforming. *University of Central Florida Department of Legal Studies Law Journal*, 4. (2021). 33.

⁶⁹ Például Európai Bizottság: *A dezinformáció visszaszorítását célzó uniós gyakorlati kódex megerősítése*.

⁷⁰ Például Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2017/541 irányelve (2017. március 15.) a terrorizmus elleni küzdelemről, a 2002/475/IB tanácsi kerethatározat felváltásáról, valamint a 2005/671/IB tanácsi határozat módosításáról. L 88/6. (2017. március 31.); Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/790 irányelve (2019. április 17.) a digitális egységes piacon a szerzői és szomszédos jogokról, valamint a 96/9/EK és a 2001/29/EK irányelv módosításáról. L 130/92. (2019. május 17.).

⁷¹ Például P2B–Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/1150 rendelete (2019. június 20.) az online közvetítő szolgáltatások üzleti felhasználói tekintetében alkalmazandó tisztességes és átlátható feltételek előmozdításáról. L 186/57. (2019. július 11.).

⁷² Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete (2022. október 19.) a digitális szolgáltatások egységes piacról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (digitális szolgáltatásokról szóló rendelet). L 277/1. (2022. október 27.) (DSA).

⁷³ DSA 3. cikk s) pont.

ajánlórendszernek minősülnek, akár keresési találatokról, akár konkrét tartalmak kiajánlásáról, akár csak bármilyen tartalom megjelenítésének relatív sorrendjéről van szó. Az ilyen ajánlórendszerek paramétereit világosan és minden felhasználó számára érthetően meg kell határozni a felhasználási feltételekben,⁷⁴ ha pedig több ilyen ajánlási módszert is alkalmaz a platform, biztosítani kell a felhasználó számára a választási lehetőséget.⁷⁵ Vagyis a felhasználók rendelkezésére kell bocsátani azokat az információkat, amelyek magyarázatot adnak arra, hogy miért az adott információt ajánlják számára, azaz hogy mik azok a kritériumok, amelyek az ajánlások szempontjából a legjelentősebbek.⁷⁶ Az online óriásplatformot üzemeltető szolgáltatóknak pedig mindezekon felül biztosítaniuk kell egy olyan opciót is, amely mindenféle profilkészítés és tartalomrendezési folyamat nélkül közvetíti az információkat a felhasználóknak.⁷⁷ Mindezekon kívül a platformoknak biztosítaniuk kell az algoritmusaik⁷⁸ és hirdetési rendszereik átláthatóságát,⁷⁹ valamint bizonyos akkreditált kutatóknak hozzáférést kell adniuk további adatokhoz az ajánlórendszerekkel (is) kapcsolatban.⁸⁰ Mindezek közvetlen hatást nem tudnak gyakorolni, ezáltal nem is jelenthetnek egyértelmű megoldást a buborékhatások jelenségére, mégis hozzájárulhatnak a tudatos, tájékozott felhasználók hatékonyabb információfogyasztásához, valamint a kutatók számára a különböző ajánlási folyamatok megismeréséhez.

A DSA azonban más módon is igyekszik garantálni a kevésbé tudatos felhasználók tartalomfogyasztási lehetőségeit. Külön kikötés, hogy az online platformot üzemeltető szolgáltatók nem alakíthatják ki vagy üzemeltethetik felületeiket oly módon, amely „megtéveszti vagy manipulálja a szolgáltatásaikat igénybe vevőket, vagy más módon lényegesen torzítja vagy gyengíti a szolgáltatásaikat igénybe vevők szabad és tájékozott döntéshozatalra való képességét”.⁸¹ Az online óriásplatformoknak észszerű, arányos és hatékony kockázatcsökkentési intézkedéseket kell bevezetniük az általuk azonosított rendszerszintű kockázatok kezelése érdekében,⁸² amelyekbe beletartozhat akár a társadalmi polarizáltság vagy radikalizálódás esete is.

Mindezek mellett különösen érdekesek a DSA azon rendelkezései is, amelyek az óriásplatformok tömegtájékoztatásra vonatkozó szerepével kapcsolatosak. Az online óriásplatformot üzemeltető szolgáltatóknak például „különösen kellő figyelmet kell fordítaniuk a véleménynyilvánítás és a tájékozódás szabadságára, beleértve

⁷⁴ DSA 27. cikk (1) bekezdés.

⁷⁵ DSA 27. cikk (3) bekezdés.

⁷⁶ DSA 27. cikk (2) bekezdés.

⁷⁷ DSA 38. cikk.

⁷⁸ DSA 69. cikk.

⁷⁹ DSA 26. cikk.

⁸⁰ DSA 40. cikk.

⁸¹ DSA 25. cikk.

⁸² DSA 35. cikk.

a tömegtájékoztatás szabadságát és sokszínűségét is”,⁸³ valamint kockázatelemzéseik során „azonosítani kell és fel kell lépni a tömegtájékoztatás szabadságát és sokszínűségét veszélyeztető körülmények ellen” is.⁸⁴ Ezen rendelkezések tehát a tömegtájékoztatás sokszínűségének megőrzését és garantálását követelik meg a platformoktól, biztosítva ezzel többek között a kiegyensúlyozott tömegtájékoztatás eléréséhez szükséges eszközöket. Ez a megoldási javaslat azon az elven nyugszik, amely szerint sokszínű tartalmakkal csökkenthető a polarizáció.⁸⁵ Sok e témával foglalkozó kutató azon az állásponton van, hogy az egyéni szűrőbuborék „kipukkasztása” szükségszerűen javítja a társadalom helyzetét azáltal, hogy informatívabb egyéni döntéseket tesz lehetővé. A hagyományos média elfogultságát is figyelembe véve azonban az összkép bonyolultabbá válik, és a fenti következtetés nem biztos, hogy megállja a helyét. Ez ugyanis figyelmen kívül hagyja az úgynevezett ellenséges hírrel szembeni elfogultság (*hostile news bias*) jelenségét, amely alapján hiába létezik az elképzelés, mely szerint a szűrőbuborékokat úgy lehet semlegesíteni, hogy bejuttatunk beléjük másfajta híreket, a kutatások szerint a felhasználók azokat az egyébként semleges, objektív információkat, amelyek ellentmondanak a világnézetüknek, ellenségesnek tekintik, és elutasítják azokat.⁸⁶

Kiindulópontként a legalapvetőbb előírás az lehet, ha a platformoknak tartózkodniuk kell a nyilvánosság algoritmusok útján történő befolyásolásától. Ezáltal némiest csökkenthető az implicit perszonalizáció az online térben, kérdéses azonban, hogy mit lehet kezdeni az explicit perszonalizáció jelenségével. Elvárható-e, hogy egy online platform akár a felhasználó saját preferenciái és beállításai ellenére is sokszínű tartalmat ajánljon fel a felhasználónak? A sokszínű tájékoztatás kérdése a hagyományos média kapcsán is rendszeres viták alapját képezi, az online térben pedig meghatározódnak az ehhez kapcsolódó gyakorlati jellegű problémák. Mi alapján mérhető a sokszínűség? Melyek azok az indikátorok, amelyek egy online platform kapcsán segítenek eldönteni azt a kérdést, hogy vajon az általa nyújtott szolgáltatás megfelel-e a sokszínű tömegtájékoztatás feltételeinek? Egyáltalán mit jelent pontosan a sokszínű tömegtájékoztatás az online térben? Nyilvánvaló, hogy lehetetlen elvárás egy online platformmal szemben, hogy patikamérlegben egyensúlyozza ki az egyes felhasználók elé tárt tartalmakat politikai elfogultság mentén, de akkor az előbb említett semlegességen túl mik azok a pozitív kívánalmak, amelyeket elvárhatunk a platformoktól? Mindezek mellett pedig ott van a következő nagy kérdés: a meghozott intézkedések ellenőrizhetősége is. Az online szolgáltatók és hirdetőik ugyanis olyan mértékben integrálták a személyre szabott technológiákat a felhasználói élménybe, hogy elveszítettük a számukra megjelenített információk

⁸³ DSA (47) preambulumbekkezdés.

⁸⁴ DSA 34. cikk.

⁸⁵ Katona Zsolt – Ron Berman: *Curation Algorithms and Filter Bubbles in Social Networks*. NET Institute Working Paper No. 16–08. 2016. 34.

⁸⁶ Podlas (2022): i. m. 2244.

objektív ellenőrzésének lehetőségét.⁸⁷ Míg egy hagyományos médiafolyam esetén mindenki ugyanazt látja – beleértve adott esetben a területet felügyelő hatóságokat is –, a közösségi médiában megjelenő tartalmak összetétele minden felhasználó esetében más, így voltaképpen lehetetlen központi, mindenhol általánosan érvényes tartalomfelügyeletet alkalmazni. Mára beléptünk a „hálózatalapú információs gazdaság” korába, ahol az információt általában decentralizáltan a felhasználók állítják elő, és mivel ez voltaképp ingyenesen megtehető, ezért nagyon nagy számban élnek is ezzel a lehetőséggel, ezáltal szinte ellenőrizhetetlen, hogy mi és hogyan jelenik meg minden egyes felhasználó esetén.⁸⁸

Látható, hogy a kérdés nem pusztán technológiai vagy jogi probléma, hanem mindkét szempontból megoldást igényel. A technológia ellen nem lehet pusztán korlátozásokkal vagy előírásokkal küzdeni, mivel növekedése elkerülhetetlen, a korlátozás pedig hamar irreálissá válhat.⁸⁹ A perszonalizáció, szűrőbuborék és visszhangkamrák kérdése nagyon szorosan érinti az egyéni felelősség kérdését is. Egy lehetséges jogi szabályozás esetében a jogalkotó által megválasztandó értékvalasztás valójában annak a felelősségi kérdésnek a visszhangja, amelyet minden állampolgárnak, a civil társadalom tagjának fel kell tennie magának.⁹⁰ A társadalomnak el kell tudnia dönteni, hogy hol húzható meg a határ az egyéni felelősség és az állami szabályozás által nyújtott védelem között. Sztítás Péter szerint is hiba a közösségi médiát minden rossz eredőjeként kezelni, hiszen ezzel végső soron levesszük a felelősséget az egyén válláról. Azt azonban ő is hozzáteszi, hogy végső soron a szűrőbuborékok jelensége növeli a társadalmi polarizációt, és ez nem marad hatás nélkül a demokráciák működésére sem.⁹¹ Vannak, akik szerint nem is a platformok oldaláról kellene kezelni a kérdést, hanem az újságírók felelősségét kell kihangsúlyozni, hiszen ma már, az algoritmusok korában megváltozott a sajtó szerepe, és egyre ritkább esetben szolgálnak a valódi, elfogulatlan tájékoztatás eszközeként.⁹² Stacy Strong szerint erőteljes interdiszciplináris folyamatra lesz szükség ahhoz, hogy visszafordítsák azokat a „pszichológiai, neurológiai és társadalmi folyamatokat”, amelyek miatt ennyire lecsökkent a médiába vetett bizalom.⁹³ Ehhez kapcsolódóan pedig Sue Robinson úgy érvel, hogy az előbb említett bizalomvesztés ellenére a sajtó megfelelő terepe lehet annak, hogy a több, párhuzamos valóságon

⁸⁷ Thomas Beretich: *How Online Tracking and the Filter Bubble Have Come to Define Who We Are*. 2013. 14.

⁸⁸ Giovanni Pitruzzella – Oreste Pollicino: *Disinformation and Hate Speech. A European Constitutional Perspective*. Milano, Bocconi University Press, 2020. 7.

⁸⁹ Bhandarkar (2021): i. m. 1923.

⁹⁰ Krzysztof Jankowski: *Living in the Filter Bubble. Is What We Lose Something We Need to Preserve?* Ottawa, University of Ottawa, Faculty of Law, 2014. 26.

⁹¹ Sztítás Péter: Filter buborékba zárva? *Barankovics Alapítvány*.

⁹² Carroll (2017): i. m. 73.

⁹³ S. I. Strong: Alternative Facts and the Post-Truth Society: Meeting the Challenge. *University of Pennsylvania Law Review*, 165. (2017), 1. 145.

keresztülnyúlva újra közös pontokat hozzanak létre az újságírók, és közös értékekre építve teremtsenek hidakat a különböző buborékok között.⁹⁴

Összefoglalásként elmondható, hogy bár a buborékok vagy visszhangkamrák léteznek, társadalmi jelentőségük és az általuk okozott lehetséges társadalmi károk valódiak, azonban az a gondolat, amely az online platformokat hibáztatja ezek kialakulásáért, nem igazolható tudományos kutatásokkal. A napjainkban is tapasztalható fokozódó társadalmi polarizálódás a hagyományos és az online média kölcsönös együttthatásaként alakult ki: az internetnek köszönhetően létrejött figyelemalapú médiakörnyezetben a hagyományos média egyre inkább véleményalapúvá vált, ezáltal megnőtt a személyes perszonalizáció lehetősége, amely folyamatot tovább erősített a közösségi média, aminek következtében a sajtó még inkább a kevésbé minőségi, de nagyobb interakciót eredményező, polarizált tartalom-előállítás irányába mozdult el. Az így létrejött ördögi kör nagyon nehezen kezelhető, a legalkalmasabb eszköz talán a minőségi, objektív újságírói tartalmak előállításának támogatása lehet, ami által nehezebbé válik a párhuzamos nyilvánosságok elkülönítésének fenntartása. A minőségi tartalmak előállítása és terjesztése talán az egyén által alkalmazott, explicit perszonalizáció lehetőségét is csökkentheti, hiszen kiegyensúlyozott és hiteles információk közül nehezebb személyre szabottan válogatni. Ezáltal talán a médiába vetett bizalom is növelhető lenne, és esetleg újra lehetségessé válna a kizárólag véleményen és meggyőződésen alapuló társadalmi diskurzusoktól inkább a tényeken alapuló demokratikus viták felé tenni pár lépést.

Felhasznált irodalom

- Ananny, Mike – Kate Crawford: A Liminal Press. Situating News App Designers within a Field of Networked News Production. *Digital Journalism*, 3. (2015), 2. 192–208. Online: <https://doi.org/10.1080/21670811.2014.922322>
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2017/541 irányelve (2017. március 15.) a terrorizmus elleni küzdelemről, a 2002/475/IB tanácsi kerethatározat felváltásáról, valamint a 2005/671/IB tanácsi határozat módosításáról. L 88/6. (2017. március 31.)
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/1150 rendelete (2019. június 20.) az online közvetítő szolgáltatások üzleti felhasználói tekintetében alkalmazandó tisztességes és átlátható feltételek előmozdításáról. L 186/57. (2019. július 11.)
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2019/790 irányelve (2019. április 17.) a digitális egységes piacon a szerzői és szomszédos jogokról, valamint a 96/9/EK és a 2001/29/EK irányelv módosításáról. L 130/92. (2019. május 17.)
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete (2022. október 19.) a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (digitális szolgáltatásokról szóló rendelet). L 277/1. (2022. október 27.)

⁹⁴ Sue Robinson: Crisis of Shared Public Discourses: Journalism and How It All Begins and Ends with Trust. *Journalism*, 20. (2018), 1. 58.

- Bajomi-Lázár Péter: Manipulál-e a média? *Médiakutató*, 18. (2017), 4. 61–79.
- Bakshy, Eytan – Solomon Messing – Lada A. Adamic: Exposure to Ideologically Diverse News and Opinion on Facebook. *Science*, 348. (2015), 6239. 1130–1132. Online: www.science.org/doi/10.1126/science.aaa1160
- Barberá, Pablo – John T. Jost – Jonathan Nagler – Joshua A. Tucker – Richard Bonneau: Tweeting From Left to Right: Is Online Political Communication More Than an Echo Chamber? *Psychological Science*, 26. (2015), 10. 1531–1542.
- Benson, Sara J.: @PublicForum: The Argument for a Public Forum Analysis of Government Officials' Social Media Accounts. *Washington University Jurisprudence Review*, 12. (2019), 1. 85–114. Online: https://openscholarship.wustl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1207&context=law_jurisprudence
- Beretich, Thomas: *How Online Tracking and the Filter Bubble Have Come to Define Who We Are*. 2013. Online: <https://ssrn.com/abstract=2878750>
- Bernal, Paul: *The Internet, Warts and All*. Cambridge, Cambridge University Press, 2018.
- Bhandarkar, Madhura: Legality of Social Media Algorithms: How They Shape Our Minds and Democracy. *International Journal of Law Management & Humanities*, 4. (2021), 1. 1912–1924. Online: <http://doi.org/10.1732/IJLMH.25952>
- Bruns, Axel: Filter Bubble. *Internet Policy Review*, 8. (2019a), 4. Online: <https://doi.org/10.14763/2019.4.1426>
- Bruns, Axel: *It's Not the Technology, Stupid: How the 'Echo Chamber' and 'Filter Bubble' Metaphors Have Failed Us*. Brisbane, Digital Media Research Centre (QUT), 2019b. Online: <http://snurb.info/files/2019/It's%20Not%20the%20Technology%2C%20Stupid.pdf>
- Carroll, Erin C.: Making News: Balancing Newsworthiness and Privacy in the Age of Algorithms. *Georgetown Law Journal*, 106. (2017), 1. 69–114.
- Casey, Rachel: John Stuart Mill and Social Media: Evaluating the Ethics of De-Platforming. *University of Central Florida Department of Legal Studies Law Journal*, 4. (2021). 15–34.
- Ciampaglia, Giovanni Luca – Filippo Menczer: Misinformation and Biases Infect Social Media, Both Intentionally and Accidentally. *The Conversation*, 2018. június 20. Online: <https://theconversation.com/misinformation-and-biases-infect-social-media-both-intentionally-and-accidentally-97148>
- Dubois, Elizabeth – Grant Blank: The Echo Chamber Is Overstated: The Moderating Effect of Political Interest and Diverse Media. *Information, Communication & Society*, 21. (2018). 5. 729–745. Online: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2018.1428656>
- Dutto, William H. – Bianca Reisdorf – Elizabeth Dubois – Grant Blank: *Social Shaping of the Politics of Internet Search and Networking: Moving Beyond Filter Bubbles, Echo Chambers, and Fake News*. Quello Center Working Paper No. 2944191. Online: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2944191>
- Európai Bizottság: *A dezinformáció visszaszorítását célzó uniós gyakorlati kódex megerősítése*. Online: https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/european-democracy-action-plan/strengthened-eu-code-practice-disinformation_hu
- Fitzpatrick, Neill: Media Manipulation 2.0: The Impact of Social Media on News, Competition, and Accuracy. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 4. (2018), 1. 45–62. Online: <https://doi.org/10.30958/ajmmc.4.1.3>
- Fletcher, Richard: The Truth Behind Filter Bubbles: Bursting Some Myths. *Reuters Institute for the Study of Journalism*, 2020. január 24. Online: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/news/truth-behind-filter-bubbles-bursting-some-myths>
- Gálik Mihály: Visszhangkamrák és szűrőbuborékok. A hírfogyasztásról szóló vita a digitális hálózati média-ökoszisztéma világában. *Médiakutató*, 21. (2020), 1. 27–35.

- Gillespie, Tarleton: The Politics of 'Platforms'. *New Media & Society*, 12. (2010), 3. 347–364. Online: <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- Gillespie, Tarleton: The Relevance of Algorithms. In Tarleton Gillespie – Pablo J. Boczkowski – Kirsten A. Foot (szerk.): *Media Technologies. Essays on Communication, Materiality, and Society*. Cambridge, MA, The MIT Press, 2014. Online: <https://doi.org/10.7551/mitpress/9780262525374.003.0009>
- Grafanaki, Sofia: Platforms, the First Amendment and Online Speech: Regulating the Filters. *Pace Law Review*, 39. (2018), 1. 111–162. Online: <https://doi.org/10.58948/2331-3528.1987>
- Hours of Video Uploaded to YouTube Every Minute. *Statista*, 2022. április 4. Online: www.statista.com/statistics/259477/hours-of-video-uploaded-to-youtube-every-minute/
- Jankowski, Krzysztof: *Living in the Filter Bubble: Is What We Lose Something We Need to Preserve?* Ottawa, University of Ottawa, Faculty of Law, 2014. Online: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2982025>
- Katona, Zsolt – Ron Berman: *Curation Algorithms and Filter Bubbles in Social Networks*. NET Institute Working Paper No. 16-08. 2016. Online: <https://ssrn.com/abstract=2848526>
- Lee, Katrina: Your Honor, on Social Media: The Judicial Ethics of Bots and Bubbles. *Nevada Law Journal*, 19. (2019), 3. Online: <https://scholars.law.unlv.edu/nlj/vol19/iss3/4>
- Maggen, Daniel: Law In, Law Out: Legalistic Filter Bubbles and the Algorithmic Prevention of Nonconsensual Pornography. *Cardozo Law Review*, 43. (2022), 5. 1747–1805.
- Moeller, Judith – Natali Helberger: *Beyond the Filter Bubble: Concepts, Myths, Evidence and Issues for Future Debates*. Amsterdam, University of Amsterdam, 2018. Online: https://pure.uva.nl/ws/files/29285427/beyond_the_filter_bubble_concepts_myths_evidence_and_issues_for_future_debates_1_.pdf
- Oranburg, Seth: Social Media and Democracy after the Capitol Riot, or, A Cautionary Tale of the Giant Goldfish. *Mercer Law Review*, 73. (2022), 2. 591–613.
- Papp János Tamás: *A közösségi média szabályozása a demokratikus nyilvánosság védelmében*. Budapest, Wolters Kluwer, 2022.
- Pariser, Eli: *The Filter Bubble. How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think*. New York, Penguin Publishing, 2012.
- Pariser, Eli: Did Facebook's Big Study Kill My Filter Bubble Thesis? *Wired*, 2015. május 7. Online: www.wired.com/2015/05/did-facebooks-big-study-kill-my-filter-bubble-thesis
- Pauli, Carol: The "End" of Neutrality: Tumultuous Times Require a Deeper Value. *Cardozo Journal of Conflict Resolution*, 23. (2022), 3. 557–571.
- Pitruzzella, Giovanni – Oreste Pollicino: *Disinformation and Hate Speech. A European Constitutional Perspective*. Milano, Bocconi University Press, 2020.
- Podlas, Kimberlianne: Reconsidering the Nomos in Today's Media Environment. *Touro Law Review*, 37. (2022), 4. 2211–2252.
- Pogorelskiy, Kirill – Matthew Shum: *News We Like to Share: How News Sharing on Social Networks Influences Voting Outcomes*. 2019. Online: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2972231>
- Political Bias on Social Media Emerges from Users, Not Platform, IU Study Says. *Indiana University*. Online: <https://research.impact.iu.edu/key-areas/social-sciences/stories/social-media-platform-bias.html>
- Robinson, Sue: Crisis of Shared Public Discourses: Journalism and How It All Begins and Ends with Trust. *Journalism*, 20. (2018), 1. 56–59. Online: <https://doi.org/10.1177/1464884918808958>
- Stark, Birgit – Daniel Stegmann – Melanie Magin – Pascal Jürgens: *Are Algorithms a Threat to Democracy? The Rise of Intermediaries: A Challenge for Public Discourse*. Algorithm Watch, 2020.

- Online: <https://algorithmwatch.org/en/wp-content/uploads/2020/05/Governing-Platforms-communications-study-Stark-May-2020-AlgorithmWatch.pdf>
- Strong, S. I.: Alternative Facts and the Post-Truth Society: Meeting the Challenge. *University of Pennsylvania Law Review*, 165. (2017), 1. 137–146.
- Sunstein, Cass R.: *Republic.com*. Princeton, Princeton University Press, 2001.
- Sunstein, Cass R.: The Law of Group Polarization. *The Journal of Political Philosophy*, 10. (2002), 2. 175–195.
- Sunstein, Cass R.: *Republic.com 2.0*. Ford. Veres Péter. Budapest, Wolters Kluwer, 2013.
- Sunstein, Cass R.: *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton, Princeton University Press, 2017.
- Sunstein, Cass: Is Social Media Good or Bad for Democracy? *International Journal on Human Rights*, 15. (2018), 27. Online: <https://sur.conectas.org/en/is-social-media-good-or-bad-for-democracy/>
- Szítás Péter: Filter buborékba zárva? *Barankovics Alapítvány*. Online: <https://barankovics.hu/filter-buborekba-zarva/>
- Török Bernát – Rab Árpád – Szikora Tamás: *Internetes attitűdök – Régióink és a világháló*. Budapest, NKE Információs Társadalom Kutatóintézet, 2020. Online: www.ludovika.hu/wp-content/uploads/2020/12/EJJK_ITKI_Kozep-Europa_kutatasi_jelentes_v.pdf
- Veszelszki Ágnes: deepFAKEnews: Az információmanipuláció új módszerei. In Balázs László (szerk.): *Digitális kommunikáció és tudatosság*. Budapest, Hungarovox Kiadó, 2021. 93–105.
- Vikje-Freiberg, Vaira – Herta Däubler-Gmelin – Ben Hammersley – Luís Miguel Póiares Pessoa Maduro: *A Free and Pluralistic Media to Sustain European Democracy*. The Report of the High Level Group on Media Freedom and Pluralism, 2013.
- Vo, Lam Thuy: How the Internet Created Multiple Publics. *Georgetown Law Technology Review*, 4. (2020), 2. 399–412.
- Woolley, Samuel C. – Philip N. Howard (szerk.): *Computational Propaganda. Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media*. New York, Oxford University Press, 2018.
- Zuiderveen Borgesius, Frederik J. – Damian Trilling – Judith Moeller – Balázs Bodo – Claes de Vreese – Natali Helberger: Should We Worry About Filter Bubbles? *Internet Policy Review*, 5. (2016), 1. Online: <https://doi.org/10.14763/2016.1.401>