

A pluralizmus érvényesülése a tömegtájékoztatás piacán



Az állampolgárok tömegtájékoztatása kizárólag akkor minősíthető kétséget kizáróan sokszínűnek, ha a társadalmi nyilvánosságban szerepet vállaló médiapiaci szereplők mind a külső pluralizmus, mind a belső pluralizmus követelményének teljesülésére tekintettel vannak. A tájékoztatás piacán megjelenő tartalmak sokszínűsége kétségtelenül a demokratikus közvélemény kialakulásához szükséges egyik legfőbb alapfeltétel.

A tájékoztatási piac struktúrája azonban az internet térhódításával és az ott alkalmazott új technológiákkal (például algoritmusok, szűrőbuborék alkalmazása) radikálisan megváltozott, valamint folyamatosan változik. Az online platformszolgáltatók tevékenységére irányadó „tartalomszabályozás” világszerte gyerekcipőben jár, továbbá felmerültek olyan jogsértések és anomáliák, amelyekre az államok szabályozása és felügyeleti tevékenysége nem tudott időben reagálni, az érintett vállalatok pedig időközben saját önálló normarendszerrel magánszabályozási folyamatot indítottak el. Mindezeket figyelembe véve a jogalkotó számára jelenleg egy hatékonyan működő demokratikus médiarendszeri modell kialakítása kihívást jelent, hiszen az eddig már ismert médiapiacot és sajtót illető általános fogalmak jelentéstartalmai sem egyértelműek. A tájékoztatási piacon jelentkező változásokra tekintettel szükséges tehát újfent megvizsgálni, hogy az Alaptörvényben deklarált demokratikus közvélemény kialakulásához szükséges pluralizmus, mint alapfeltétel, milyen mértékben, milyen feltételekkel érvényesülhet a tartalomterjesztés innovációja következtében.

Bevezetés

Magyarországon a médiaszektorra vonatkozóan az utóbbi évtizedben megalkotott kulcsfontosságú jogszabályok rendelkezései, a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról szóló 2010. évi CLXXXV. törvény (médiatörvény), illetve a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól szóló 2010. évi CIV. törvény (médiaközlöny) kialakítottak egy olyan, törekvő demokratikus médiarendszert, amely az Alaptörvénybe foglalt véleménynyilvánítás szabadságára és a kapcsolódó alapjogok tartalmára tekintettel a médiapiac jellegzetességeire reagált. A hagyományos médiatartalom-szolgáltatásokat tekintve hangsúlyosan lépett elő az a kritérium, hogy az állampolgárok milyen mértékben tájékozódhatnak e tekintetben több forrásból, továbbá ezen források és a média által szolgáltatott tartalmak kapcsán a belső, valamint külső pluralizmus is porondra került. Az előzőek érvényesülése újabb közigazgatási jogintézmények bevezetésével részben követhetővé, „mérhetővé”

vált a médiapiacon, ennek ellenére a tömegtájékoztatásban napjainkban domináns szerepet vállaló platformszolgáltatókról a kritériumok teljesülése tekintetében ez nem mondható el. A magánszabályozást alkalmazó platformszolgáltatók normái a felhasználási feltételeiken és további elenyésző mértékben közzétett dokumentumaikon keresztül felületesen ismerhetők meg, teljes mértékben nem kifürkészhetők, a műveleteket végző algoritmusokba rejtett parancsok – főként a szolgáltatók gazdasági érdekei miatt – nem nyilvánosak.

Az Európai Unió Alapjogi Chartájának 11. cikke specifikusan megjelölt, kötelezett alany hozzárendelése nélkül meghatározza, hogy a tömegtájékoztatás szabadságát és sokszínűségét tiszteletben kell tartani. Ennek megfelelően a tájékoztatási piac sokszínűségének vizsgálata a szolgáltatásnyújtás engedélyezése, korlátozhatósága tekintetében az Európai Unió Bírósága (EUB) előtt is vizsgálendő körülménynek, közérdeken alapuló kényszerítő indoknak minősül. Az EUB a kapcsolódó ügyekben azt elemzi, hogy egy tagállam által alkalmazott intézkedés a tömegtájékoztatás sokszínűségéhez kapcsolódó közérdekű cél megvalósításának biztosítására, avagy korlátozására mennyiben alkalmas, ítélkezési gyakorlata szerint a fórum elfogadja, hogy a tömegtájékoztatás sokszínűségének tiszteletben tartására irányuló cél megvalósítása tekintetében mérlegelési mozgásteret kell biztosítani a tagállamok számára.¹ Ahhoz azonban, hogy bármilyen módon és mértékben követelményként lehessen meghatározni a sokszínűséget minden tömegtájékoztatást megvalósító szolgáltatás tekintetében, feltételezni szükséges, hogy létezik tájékoztatáshoz való jog, hiszen a pluralizmus a tájékoztatási tevékenységhez köthetően a jogalkotásban már minőségi feltételként fogalmazódik meg. Kit illet meg ez a jog? Egy tagállam állampolgárait, az uniós polgárokat? A tájékoztatási piaci szereplőket? Mi a „jogosultság” pontos tartalma, mi több, jelentősége, továbbá ha tagadnánk ezen „jog” létezését, az vajon milyen hatással lenne a demokráciára? Ezen kérdésekre keresem a választ a következőkben.

Emberi jogok, alapvető jogok, tájékoztatáshoz való jog

Az alkotmányos emberi jogok tekintetében kijelenthető, jelen társadalmunkat és annak fejlődési irányát alapjaiban változtatta meg, hogy elődeink felismerték azok létjogosultságát, valamint megformálták tartalmuk fő körvonalait, hangsúlyozták jelentőségüket. Mégis fontos megjegyezni, hogy rendeltetésük betöltése szempontjából deklarációjuk, alkotmányos szintre emelésük sajnos nem elegendő. Alapjogi minőségükben főként csak szigorú irányt mutatnak a jogalkotó, jogalkalmazó

¹ Lásd például: A C-250/06. sz. United Pan-Europe Communications Belgium SA és társai kontra belga állam ügyben 2007. december 13-án hozott ítélet; A C-555/19. sz. a Fussl Modestraße Mayr GmbH kontra SevenOne Media GmbH és társai ügyben 2021. február 3-án hozott ítélet.

számára tevékenységük gyakorlása során, az egyén számára pedig viszonyítási pontot jelentenek a társadalmi együttélés alapvetései tekintetében, továbbá egyértelművé teszik számukra, hogy milyen jogosultságok illetik őket meg hivatalos fórumok előtt, és egymás közötti viszonyaikban mire hivatkozhatnak. Az emberi jogoknak azonban a közigazgatásban, annak szabályozásában, mindennapi működésében is jelen kell lenniük ahhoz, hogy tartalmuk, funkciójuk ténylegesen érvényt szerezzen a társadalomban. Ez utóbbi értelmezés gyakorlatorientált megközelítést szorgalmaz; azt mutatja meg, hogy deklarációjuk kevés – a természetjogi szemléletet igazolva a tartalmuk iránti igény egy demokratikus szférában anélkül is fellépne –, a technológia fejlődésével inkább már jogrendszerekben való alkalmazásuk, és érvényesülésük intézkedésekkel történő elősegítése a lényegesebb, vizsgálandó szempont. Az Alkotmánybíróság – bár más tárgykörben, azonfelül az Alaptörvényt megelőző Magyar Köztársaság Alkotmányának értelmezése során hozott határozatában, de a mai napig releváns, alapjogok vonatkozásában tett indokolásában – megállapította: az állam kötelessége az egyéni alapvető jogokkal kapcsolatban nem merülhet ki abban, hogy a megsértésüktől tartózkodik, hanem magában foglalja azt is, hogy gondoskodnia kell az érvényesülésükhöz szükséges feltételekről.² Hazánkban a jogalkotó ezen kötelezettségének tett eleget, amikor az Alaptörvény IX. cikk (2) bekezdésébe foglalta, hogy Magyarország elismeri és védi a sajtó szabadságát, sokszínűségét, valamint biztosítja a demokratikus közvélemény kialakulásához szükséges szabad tájékoztatás feltételeit. Az Alkotmánybíróság szintén egy korábbi ítéletében azt is megállapította, hogy három, egymással szorosan összefüggő, egymást feltételező tényező sorolható a véleménynyilvánítás szabadságának az alkotmányos védelmi körébe; az egyéni véleménynyilvánítás lehetősége, a saját törvényei szerint kialakuló közvélemény, továbbá a minél szélesebb tájékozottságra épülő egyéni véleményalkotás lehetősége.³ Minden olyan tartalom ugyanis, amely a véleménynyilvánítás hatálya alá sorolható, relevanciával rendelkezik a demokratikus közvélemény alakulása szempontjából, és közös halmazt alkot.⁴

Egy képvisleti demokráciában a közvetlen népuralmi hatalomgyakorláshoz közeledés szándékaként, és így az intézmény egyes hiányosságait kiküszöbölve az egyik legfőbb alkalmazott korrekciós eszköz a plurális tömegtájékoztatás.⁵ Utóbbi demokratikus funkciójának a biztosítója, hogy működése a sokszínűség elvén alapul, attól függetlenül, hogy a tájékoztatási jellegű információ előállítására, közzétételére, megosztására a szolgáltató milyen módozatot vagy eszközt választ. Az alkotmányos szintre emelt emberi jogok és a pluralizmus érvényesülése tekintetében azonban

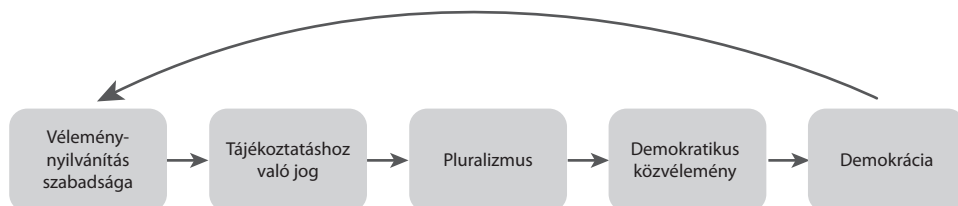
² A Magyar Köztársaság Alkotmánya (1949. évi XX. törvény); 32/1992. (V. 29.) AB határozat.

³ 30/1992. (V. 26.) AB határozat.

⁴ Török Bernát: *Szabadon szólni, demokráciában. A szólásszabadság magyar doktrínája az amerikai jogirodalom tükrében*. Budapest, HVG-ORAC, 2018. 43–48.

⁵ Bihari Mihály – Pokol Béla: *Politológia*. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, 2009.

nemcsak az államnak van felelőssége, hanem az üzleti, vállalati szférának is. Ez az elmélet az emberi jogok felett az üzleti vállalkozások azon képességét veszi figyelembe, hogy vállalati hatalomként az egyének emberi jogainak megvalósulására, avagy visszafejlődésére szintén nagymértékű befolyással rendelkeznek.⁶



1. ábra: A tömegtájékoztatásra irányadó fő jogok és kötelezettségek, valamint a demokratikus hatalomgyakorlás összefüggései

Forrás: a szerző szerkesztése

Az előző okfejtést követve a fenti ábra azt ismerteti, hogy a véleménynyilvánítás szabadsága és említett alkotmányos védelmi köre, továbbá egy olyan, teljes körű, fikciós tájékoztatáshoz való jog, amelynek minden tájékoztatási tevékenységet végző piaci szereplő a kötelezettje és fogyasztó alany a jogosultja, illetve mindezek mellett a sokszínűség kötelezettségének teljesítésére törekvés mint feltételek fennállásának köszönhetően hogyan alakulhat ki a demokratikus közvélemény és a demokrácia. Ezen feltételként megjelenő jogosultsági elemek egyenként minden, az érvényesülési folyamatban részt vevő elemre hatással vannak, ugyanis abban az esetben, ha valamelyik felsorolt elem sérülne, kiesik, avagy nem teljes körű, a folytonosság és az érvényesülés láncolata megszakadhat, ezzel arányosan a demokratikus hatalomgyakorlás legitimitása bizonytalanabb, vitathatóbb lesz. *Ahol azonban demokratikus rezsim uralkodik, ott az emberi jogok tartalma is fejlődik, jobban kirajzolódik, létük pedig általánossá válik.*⁷ Az összefüggés egy legitim demokrácia és a tájékoztatáshoz való jog szükségessége között tagadhatatlan, még ha utóbbi jog egy fikciós tartalmú intézményt is vázol fel.

A médiaalkotmány 10. §-a a tájékoztatáshoz való jogot követelményként deklarálja a médiarendszer egésze tekintetében, tartalma azonban a fentebb felvázolt fikciós jogtól eltérő és önmagában nehezen megragadható. A rendelkezés szerint mindenkinek joga van arra, hogy megfelelően tájékoztassák a helyi, az országos és az európai közélet ügyeiről, emellett a Magyarország polgárai, a magyar nemzet tagjai számára jelentőséggel bíró eseményekről. A jogalkotó az értelmezési

⁶ David Birchall: Corporate Power over Human Rights: An Analytical Framework. *Business and Human Rights Journal*, 6. (2021), 1. 42–66.

⁷ Lásd Samuel P. Huntington: *A civilizációk összecsapása és a világrend átalakulása*. Ford. Gázsity Mila – Gecsényi Györgyi – Pusztai Dóra. Budapest, Európa Könyvkiadó, 2019. 316–319.

rendelkezőkben azt nem határozza meg, hogy mi minősül közéleti ügynek, sem azt, hogy mi minősülhet jelentőséggel bíró eseménynek, a médiarendszer egészére támaszkodva a piaci és közszolgálati szereplőkre, alkalmazott munkatársaik etikai és szakmai megítélésére bízva ezek tartalmi körét. Maga a (tömeg)tájékoztatáshoz való jog tartalmában azért érdekes a magyar jogrendszerben, mert bár jogosultságot sugall, inkább kötelezettséget testesít meg a médiatartalom-szolgáltatók felé. A kötelezettek köre mégsem fedi le a médiarendszer összes tájékoztatási tevékenységet nyújtó médiatartalom-szolgáltatóját.⁸

A tájékoztatáshoz való jog tehát nem általános alkotmányos emberi jog, hanem inkább a magyar médiaszabályozásban meghatározott olyan követelmény, amely az Alaptörvényben foglaltak szerinti demokratikus közvélemény kialakulását segíti elő. Ezt a funkciót közelebbről megvizsgálva főként politikai és szakmai értéket közvetít, ennek megfelelően a választópolgárok döntéshozatalában tölt be fontosabb szerepet. Voltaképpen minél több releváns, hírértékű információt közvetít a szakma, annál megalapozottabb lehet a választói döntés maga, amellyel arányban egy demokrácia legitimitása is erőteljesebb, ezenkívül a kötelezettség természetesen a fogyasztói kör magánérdekeit érintő, magánéletben hozott választásaira is hatványozottan pozitív hatással van. Nélkülözhetetlen kiemelni tehát a szakma felelősségét a Médiaalkotmányba foglalt rendelkezés vonatkozásában a tömegtájékoztatási rendszerben, hiszen a „hírérték” nem elhanyagolható körülmény a deklarált tájékoztatáshoz való jog, így a demokratikus közvélemény kialakulása szempontjából. A megfelelő tájékoztatás műfaji besoroláson és a hiteles forrásfeltárásban is rejlik, amely feladat ellátása, ellenőrzése a médiapiaci szolgáltatók belső strukturális, szakmai etikai kötelezettsége. A vélemények tényként való bemutatása a publicisztikai műfaj nem rendeltetésszerű használatakor félretájékoztatáshoz, álhírek terjesztéséhez is vezethet, nem véletlen, hogy utóbbi azonosításánál elsősorban azt kell megvizsgálni, hogy az adott tartalom tényt vagy véleményt közvetít.⁹ Érdekesség és megfigyelhető tendencia, hogy a hírek, közlemények mint szakmai műfajok alkalmazása a médiatartalom-szolgáltatások nyújtáskor sajnos egyre kevésbé népszerű.

A technológiai innováció következtében azonban előlépett egy, a médiapiacnál bővebb, többszereplős tömegtájékoztatási piac, ahol a médiaspecifikus intézmények már nem alkalmazhatóak. *A médiapiaci szereplők által megvalósított „tájékoztatási monopólium” már nem kizárólagos, az online platformszolgáltatók felületei bár a médiatartalom-szolgáltató kifejezést önmagukra tekintve nem tartják irányadónak, a felhasználóknak fogyasztható információkat közvetítenek, még hozzá legtöbbször személyes adatokat felhasználva, egyénhez rendelve. Az online platformok saját bevallásuk szerint a tartalmakat nem előállítják, csak közvetítik, ezért nem végeznek olyan tájékoztatási*

⁸ A médiaalkotmány 2. § (1a) bekezdése szerint az adott rendelkezés a Magyarország területén letelepedett médiatartalom-szolgáltató által kiadott sajtótermékek tekintetében nem alkalmazandó.

⁹ Lásd Koltay András: A közügyek vitáinak szabadsága és a személyiségi jogok védelme. *Pázmány Law Working Papers*, (2019), 4. 12–16.

típusú tevékenységet, amely a médiapiaci szereplőkéhez hasonló többletkötelezett-ségek vállalását eredményezné számukra. A tájékoztatási piac struktúrája tehát radikálisan megváltozott és folyamatosan változik, azt is problémás meghatározni, pontosan mely szolgáltató végez az online térben valóban ilyen tevékenységet, továbbá utóbbinak ilyen körülmények mellett mi is a pontos tartalma. Mégis, a minőségi tájékoztatás érdekében felállított mércék fenntartása okán is, de szükséges kijelenteni, hogy az a tájékoztatási piaci (nem fogyasztói) szereplő, amely közvetve vagy közvetlenül a szolgáltatásával a közélet eseményeiről informál, és arra befolyásolási képességgel is rendelkezik, nem hivatkozhat arra, hogy ő a szolgáltatását csupán a fogyasztó felé ellenértékért – avagy közvetetten ingyenesen – kínáló gazdasági tevékenységet folytató vállalkozás, ez utóbbi szemlélet a tájékoztatási tevékenységet szinte egyfajta szórakoztatási tevékenységgé degradálja, kifejezetten figyelmen kívül hagyva a tájékoztatás valódi, politikai értéként is fellépő szerepkörét.

Mindezek mellett azt is szükséges kiemelni, hogy a tájékoztató jellegű tartalmakat már nem kizárólag a médiaszektorban alkalmazott szakemberek, hanem az online platformok felhasználói is előállíthatják, akik ilyen módon egyszerre jelennek meg a felületen fogyasztói és tartalom-előállítói szerepben. Ezen személyi körben a műfaji kritériumok tudatos használata nem elvárható. A felhasználó állampolgárok hiába avansáltak a tartalmak előállítása és közzététele révén a társadalmi nyilvánosság olyan aktív szereplőivé, akik a közügyekhez kapcsolódó diszkussziót irányítani tudják, a sokszínűséget hitelt érdemlően támogatni nem tudják, mert nem rendelkeznek olyan erőforrásokkal, se nem kiterjedt közönséggel, mint egy tájékoztatási tevékenységet végző vállalat.¹⁰ Hátrány továbbá ezen tartalmak megítélését illetően, hogy a későbbiekben kifejtett szűrőbuborék típusú tájékoztatás hatására a felhasználók pontos tájékozottsága külön megkérdőjelezhető lett.

A fentiek tekintetében az online platformok szolgáltatásainak szabályozása világszerte alapvető és sarkalatos kérdés mind felelősségi körök, mind a pluralizmus érvényesülésének témakörében, ugyanakkor kifejezetten a tájékoztatási piacra, a demokratikus közvéleményre való hatására is tekintettel, és a felhasználók védelme szempontjából. Az Európai Unióban a platformok szabályozásának harmonizálása folyamatban van, az Európai Bizottság a közelmúltban két kapcsolódó jogalkotási kezdeményezést javasolt: a digitális szolgáltatások egységes piacáról szóló rendelet (DSA), illetve a digitális ágazat vonatkozásában a megtámadható és méltányos piacokról szóló rendelet (DMA) megalkotását. A Bizottság 2020 decemberében tette meg a javaslatát, 2022 márciusában és áprilisában ezzel együtt politikai megállapodás született azok tartalmát illetően. Egyes rendelkezések kivételével a DMA rendelet 2023 májusától, a DSA rendelet 2024 februárjától minősül közvetlenül alkalmazandónak. Ezen normákhoz kapcsolódóan szükséges még megemlíteni, hogy a tömegtájékoztatást érintve az Európai Bizottság új, előremutatóbb

¹⁰ Peter Coe: *Media Freedom in the Age of Citizen Journalism*. Cheltenham, Elgar, 2021. 2.

szabályozást javasolt a médiapluralizmus és a függetlenség védelme céljából is.¹¹ Az EU-tagállamok azonban egymást megelőzve már korábban és különállóan megkezdték az online platformok szabályozásának kialakítását a rendeletek hatálybalépésére tekintet nélkül, ami szintén jelzi, hogy a kapcsolódó problémák megoldása, a jelentkező szabályozási anomáliák kiküszöbölése nem várhat. A dán vagy akár a német állam jogalkotói a közelmúltban az előzőre tettek kísérletet, ahol az online platformokra vonatkozó jogszabályok, rendelkezések megalkotása során az értelmező rendelkezésekben elsősorban megpróbálták definícióval lefedni és megragadni azt a szolgáltatói jogalanyi kört, amely érintettnek minősül, így például „kommunikációs platformnak”, avagy „médiaközvetítőnek” aposztrofálják az online platformszolgáltatókat. Egy kialakított szabályozási rendszer csak akkor lehet megfelelő és hatékony, ha azon tárgykör fogalmával együtt jellege, amelyre irányul, pontosan meghatározott, ezeknek a körülményeknek mind a dán, mind a német jogalkotó ismeretében volt. A dán jogszabály egyértelműen kizárja a hatálya alól azon tömegtájékoztatásra irányadó médiatartalmakat, amelyek szolgáltatóira a médiafelelősségi törvény telepít kötelezettségeket, a német jogalkotó azonban pont fordítva gondolkodott: a médiáról szóló államszerződésbe, ezzel pedig a médiajogi rendszerbe helyezte bele az online platformszolgáltatókat, avagy azok egy meghatározott csoportját.¹² A szabályozási kísérletekkel egy az üzenet: a tartalmak közvetítése a felhasználók felé a fogyasztóvédelemhez kapcsolódó felelősség mértékét tekintve többletkötelezettségek vállalása nélkül nem lehet megengedett.

A DSA rendeletben foglaltak alapján a jogellenes online tartalmak bejelentése esetén a szolgáltató tartalommoderálást végezhet, amelynek megfelelően majd azok elérhetőségét, láthatóságát, hozzáférhetőségét érintő intézkedéseket hozhat. Dario La Nasa, a Twitter mint közösségi platform alkalmazottjának nyilatkozata szerint a rendelet hatálybalépése esetén a jogsértő tartalmakat a közösségi oldal felületén automatizált művelettel tudják majd a felhasználók jelenteni a szolgáltató felé, mégis azokat kizárólag a Twitter munkatársai, és nem algoritmusokban foglalt parancsoknak megfelelően fogják vizsgálni. A rendelet azonban a kivizsgálás időtartamára tekintettel egzakt határidőt nem szab meg, La Nasa sem tudott nyilatkozni arról, hogy egy-egy ügy áttekintését és a döntés meghozatalát milyen időintervallumban hajthatják majd végre.¹³

¹¹ European Media Freedom Act.

¹² 2022/126/DK számú notifikációs bejelentés: Social Media Regulation Act. 2022/126/DK (Denmark), (2022. szeptember 12.) 1. fejezet, 2. pont; Medienstaatsvertrag (MStV) in der Fassung des zweiten Staatsvertrags zur Änderung medienrechtlicher Staatsverträge (Zweiter Medienänderungsstaatsvertrag), 91. § Medienintermediäre.

¹³ A European Gaming and Betting Association (EGBA) által rendezett webinar-panelbeszélgetés: „Online consumer protection: How to promote a safer internet” in the EU címmel. 2022. október 20. European Safer Gambling Week. 2022. október 17–23.

Személyes adatok – a nudge-elmélet megjelenése az algoritmusokban

A tömegtájékoztatás online piacon való térnyerése, valamint emellett az internetes online platformok által kínált, szolgáltatási körben nyújtott információ hatalmas mennyisége a demokratikus közvélemény kialakulását egyszerre erősítik fel, azonkívül egyszerre gyengítik, továbbá a szolgáltatók által alkalmazott, új technológia által lehetővé tett eszközök (például szűrőbuborék, algoritmusok) alkalmazásával további anomáliák jelennek meg a tömegtájékoztatás rendszerében. Elengedhetetlen tehát a hagyományos médiatartalom-szolgáltatásokat kiegészítően az online térben kialakult hírpiac „beszámításával”, gyakorlati példákkal szemlélve újragondolni a vonatkozó emberi jogok és a pluralizmus érvényesülését.

Az online platformszolgáltatók tömegtájékoztatási piacát „figyelempiac” elnevezéssel illeti Tóth András, a Versenytanács elnöke, amely az emberi figyelem és adatok felhasználásával felületet kínál az online térben hirdetőknak, valamint adatokat a felhasználók szokásait is megérteni kívánó harmadik feleknek, függetlenül attól, hogy az emberek figyelmét nem közvetlen díjazással kínált szolgáltatás-nyújtással szerzik.¹⁴ A figyelempiaci szolgáltatókban a felületek biztosítása, továbbá a zéróáras üzleti modell alkalmazása a közös jellemző, piacuk viszont úgynevezett nem tranzakciós piacként pontosan olyan elven működik, mint a hirdetésekből profitáló médiatartalom-szolgáltatók piaca. Mindkét esetben a szolgáltatás tárgya a tartalom, amellyel a felhasználóknak szórakoztatást, tájékoztatást ígérnek, a hirdetőket önmaguk finanszírozására szervezik, felületeik és felhasználóik kiárusításával egyszerre jutnak tehát adathoz, amely értéket képvisel, és emellett szintén fizetett reklámokhoz is. A platformok profitorientált tájékoztatási modellje tehát a médiapiaci modell továbbfejlesztett verziója, mindebben ezen alkalommal is a fogyasztó az, aki sérül, és akinek közvetítéssel teljesített tájékoztatása a szolgáltató által nem a demokratikus közvélemény kialakulását tekinti fő, elérendő céljának. Az egyébként a médiapiacon is megjelenő utóbbi problémakört tovább mélyíti jelen esetben a személyes adatok védelmének biztosítása is, a fogyasztó már több fronton szenvedhet sérelmet.

A közösségi média jeles képviselője, a Meta Platforms a felhasználási feltételeiben tájékoztat arról, hogy szolgáltatása bár díjmentes, azonban a vállalkozások, szervezetek, egyéb személyek fizetnek részére azért, hogy termékeiket, szolgáltatásaikat felületén reklámozza.¹⁵ A szolgáltató a személyes adatok alapján felhasználóit „célcsoportokba” sorolja, és ennek megfelelően számukra olyan információkat tesz személyre szabott hirdetésekben közzé, amelyek „relevánsak lehetnek a felhasználó és érdeklődési köre szempontjából”. A feltételek 2. pontjának rendelkezései azt is megfogalmazzák, hogy „a személyes adatokat a szolgáltató arra is használja,

¹⁴ Ilyen típusú online platformszolgáltató felület például: a Twitter, a Facebook, a YouTube, a Google stb.

¹⁵ Felhasználási feltételek. *Facebook*.

hogyan meghatározza, egyénre szabottan mely hirdetéseket jelenítse meg”. A figyelemre méltóan az a vállalkozás rendelkezik nagyobb értékkel, amely minél pontosabban behatárolt, személyes adatokkal előállított „fogyasztásicélközönség-csomagot” tud összeállítani hirdetői számára. Hatványozottan jelentkeznek továbbá a médiapiacra megfigyelt hirdetésszervezési gyakorlatok is, ugyanis a platformok a közzétett reklámok esetében sokszor nem olyan tartalmakat biztosítanak, amelyeket a felhasználó szeretne – hanem inkább olyan tartalmakat, amelyeknek fizetési hajlandóságon mért értéke nagyobb, mint amennyibe kerülnek.¹⁶ A felállított üzleti modell tehát gátat szab annak, hogy a felhasználó igazi fogyasztói és tájékoztatási igényei maradéktalanul teljesítve legyenek.

Ehhez kapcsolódóan, a gondolatmenetet folytatva szükséges a nudge-elméletet bemutatni, amelyet először Cass R. Sunstein és Richard H. Thaler vázoltak fel közösen a 2008-as évben kiadott könyvükben, az akkoriban bekövetkező gazdasági válságra is reagálva.¹⁷ A mű fejezeteiben a szerzők azt fejtegetik, hogyan lehet apróbb változtatásokkal jól hatni a társadalomra, annak és a benne élőknek a jóléte érdekében. Utóbbi állítás alátámasztására több esetet tanulmányoznak, ismertetnek, ilyen az a példa is, hogy a köznevelési intézmények büféiben érdemes a gyümölcsöket, zöldségeket a tanulók szemmagasságába helyezni a mindennapi, egészségesebb táplálkozás okán. Az elmélet szerint az állampolgárok választási szabadsága finoman terelhető lehet úgy, hogy saját életükre jó hatást gyakorló döntéseket hozzanak, emellett pedig a döntési szabadságuk is megmaradjon. A szerzők szerint téves feltevés az, hogy minden ember minden alkalommal olyan döntéseket hoz, amelyek önnön érdekeit szolgálják, vagy legalábbis jobban, mint azok a döntések, amelyeket valaki más hozott volna meg helyettük. A választási helyzeteket megkomponáló alanyokat „választási mérnököknek” nevezik a mű során, akiknek mind a fennálló életszituációról, mind azok alanyairól elegendő információval, adattal kell rendelkezniük ahhoz, hogy megfelelő döntést hozzanak, és pozitív hatást gyakorolhassanak. A platformok által használt algoritmusok tartalmáról meglehetősen keveset tudunk, ennek ellenére a nudge-elmélet szemüvegén keresztül megállapítható: minden szükséges adat és információ rendelkezésre áll az online platformszolgáltatóknak ahhoz, hogy ezen elmélet eszközét, az „enyhe ösztökélést” azok parancsaiba foglalja a hirdetőinek szánt termékcsomag tökéletesítése szempontjából. Az algoritmusok jellemzője, hogy nagy adatmennyiséget kezelnek automatizált döntéshozatal és profilalkotás céljából, utóbbi tevékenységek pedig jelentős kockázattal járhatnak az érintett személyek emberi jogaira. Az online platformok, köztük például a Meta Platforms is, a nudge-elméletet üzleti modelljük kiépítésekor ugyan felhasználhatták, azonban a felhasználókat termékként kezelve a fogyasztó, valamint az adatvédelem tekintetében az életükre tett jó hatást

¹⁶ Lásd Edwin C. Baker: *Media, Markets and Democracy*. Cambridge, Cambridge University Press, 2002. 1. fejezet, 4. rész: The market as a measure of preferences.

¹⁷ Richard H. Thaler – Cass R. Sunstein: *Nudge*. London, Penguin Books, 2009.

garantálni nem tudják, hiszen azok nem a szolgáltató jóléti érdekeit képviselik. A *Társadalmi dilemma* című dokumentumfilmben javaslatként azt fogalmazza meg az online platformok káros hatásainak megelőzésével kapcsolatban a témakörben érintett gazdasági társaságok foglalkoztatottjai és a nyilatkoztatott szakértők, hogy segíthet, ha a felhasználók semmilyen körülmények között nem kattintanak a felugró, hirdetésben javasolt tartalmakra.¹⁸ A platformok ugyanis a kattintás – tehát döntéshozatal – vonatkozásában új, vélelmezhető személyes adatcsomagot gyűjtenek a felhasználóról, amelyet eladnak a hirdetőiknek.

Az említett körülményeket mérlegelve, komplex képet vázol fel a figyelempiaci szolgáltatók tevékenysége tekintetében Yuval Noah Harari, aki korunk egyik legolvasottabb filozófusa, történésze. *21 lecke a 21. századra* című művében azt fejtegeti, hogy az adatóriások az információhalmazból kinyerhető tudással már nemcsak döntéseket hoznak helyettünk, és manipulálni próbálnak minket, de a mesterséges intelligencia fejlesztésében is segítheti őket a felhasználóktól szerzett, felhalmozott személyesadat-halmaz.¹⁹ Véleménye szerint, még ha most az adatok értékesítése nehezebbnek tűnik is, érdemes azokat birtokolni, hiszen kulccsal szolgálhatnak a jövő és az élet formálásához, ezt pedig a piac szem előtt tartja. Mindazonáltal a szerző kijelenti, hogy az adatok birtoklásának szabályozásához nehéz hozzáfogni, mert bár az ember például az ingatlanhoz kapcsolódó tulajdonjogi viszonyok rendezését nagyjából már kialakította, az adat nehezebb tárgykörnek bizonyul ilyen szempontból, mert az ingatlantól eltérően természetéből fakadóan egyszerre van jelen mindenhol és sehol, rendkívül gyorsan továbbítható, valamint másolni is korlátlanul lehetséges. A fent említett koncepciók és tények fényében egyre kevésbé érthetők a Fővárosi Törvényszék mint elsőfokú bíróság, majd a Kúria mint felülvizsgálati bíróság által a Gazdasági Versenyhivatal Facebook Ireland Ltd.-vel szemben meghozott, 1,2 milliárd forint bírság kiszabását elrendelő, a fogyasztók megtevesztését megállapító határozatát megsemmisítő ítéletekben foglalt megállapítások.²⁰ A Kúria szerint a Facebook nem követett el jogsértést akkor, amikor ingyenesként tüntette fel nyújtott szolgáltatását, a magyar igazságszolgáltatás fórumain tehát következőképpen nem ismerték el azt a mások által már tényként kezelt körülményt, hogy a személyes adatok vagyoni értékkel bírnak, így a magyar joggyakorlat ellenkező, a köznapi felismeréssel és gyakorlattal ellentétes irányba forduló, nehezen megfogható értelmezési pályára terelődött.

Az Európai Unióban az általános adatvédelmi rendelet szolgál némi iránymutatással, mégis egyelőre csekély védelmet nyújt az online platformok által kezelt személyes adatok tekintetében, az egyéni ügyek esetében sokszor van szükség azok

¹⁸ *The Social Dilemma*. Rend. Jeff Orlowski. Exposure Labs – Argent Pictures – The Space Program, 2020.

¹⁹ Yuval Noah Harari: *21 lessons for the 21 century*. London, Penguin Books, 2019. 95.

²⁰ A Kúria Kfv.II.37.243/2021/11. számú ítélete.

külön értelmezésére.²¹ Az előbbi megállapítást támasztja alá az EUB előtt jelenleg is folyamatban lévő ügy, amelyben az előzetes döntéshozatal iránti kérelemben foglaltak szerint a Bundeskartellamt (német szövetségi versenyhatóság) eljárást indított a Meta Platforms (korábban Facebook Inc.) ellen, és a vitatott határozatában megtiltotta számára a felhasználási feltételeinek megfelelő adatkezelést, valamint e feltételek végrehajtását, továbbá intézkedéseket írt elő a szolgáltató számára a tevékenységek megszüntetésére irányulóan.²² A német versenyhatóság a meghozott döntését különösen azzal indokolta, hogy a szóban forgó adatkezeléssel a gazdasági társaság a hatályos német versenytörvény 19. §-a értelmében visszaélészerűen kihasználta a németországi magánfelhasználóknak szánt közösségi hálózatok piacán fennálló erőfölényét.²³ A Meta Platforms a német versenyhatósággal szemben keresetet nyújtott be a düsseldorfi regionális felsőbírósághoz, azonkívül megfogalmazta kétségeit afelől, hogy egyrészt a nemzeti versenyhatóságok ellenőrizhetik-e azt, hogy az adatkezelés megfelel-e az általános adatvédelmi rendeletben megfogalmazott követelményeknek, illetve versenyhatósági minőségükben megállapíthatják és szankcionálhatják-e a rendelet rendelkezéseinek megsértését. A regionális felsőbíróság az eljárást felfüggesztette, és az Európai Unió Bíróságához fordult értelmezési kérdésekben. Mindez alátámasztja, hogy az általános adatvédelmi rendeletben meghatározottak jelentéstartalma a jogalkalmazók számára sem egyértelmű, azok vizsgálata miatt gyakorta fordulnak a tagállami fórumok az EUB felé. Az online magánélet hatékony védelmét nem lehet csupán fogalmakban körülírni, a jogi kereteknek való megfelelést a gyakorlatban is biztosítani kell technológiai eszközökkel, így például annak védelmét javító technológiákkal, beépített adatvédelemmel.²⁴

Szűrőbuborék alkalmazása és a tájékoztatás sokszínűségének érvényesülése

A Meta Platforms felhasználási feltételeinek rendelkezései, továbbá a *Társadalmi dilemma* című dokumentumfilm által és a személyes használat során mind többen meggyőződnek arról, hogy hirdetésekén keresztül, a személyes adataik felhasználásával tájékoztatják őket az online platformok, kérdés azonban a mai napig, hogy pontosan milyen módon és milyen értékválasztás mentén. Feltehető az a kérdés is,

²¹ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2016/679 rendelete (2016. április 27.) a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról, valamint a 95/46/EK rendelet hatályon kívül helyezéséről (általános adatvédelmi rendelet). L 119/1 (2016. május 4.).

²² C-252/21. sz. Facebook Inc. és társai kontra Bundeskartellamt ügyben 2021. április 22-én benyújtott előzetes döntéshozatal iránti kérelem.

²³ Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB).

²⁴ Adamantia Rachovitsa: Engineering and Lawyering Privacy by Design: Understanding Online Privacy Both as a Technical and an International Human Rights Issue. *International Journal of Law and Information Technology*, 24. (2016), 4. 374–399.

hogy a profilozás következtében alkalmazott személyre szabott információválasztás mennyiben minősülhet szerkesztői tevékenységnek, hiszen az algoritmusok a felhasználókra nézve ilyen módon teremtenek információs szűrőbuborékokat az online platformszolgáltatók felületein. Példaként említve szűrőbuborékkal – más néven információs „visszhangkamrákkal” – működik a Facebook idővonala, továbbá hirdetési metódusa, valamint a Google is személyekre, illetve földrajzi elhelyezkedésre vonatkozó jellemzők szerint jeleníti meg a találatait. Az egyes felhasználók nem ugyanazon tartalmakkal szembesülnek, hanem a róluk kialakított digitális profiltérkép alapján válogathatnak a számukra megjelenő információk között – így egyénenként alternatív valóságokat létrehozva. A szűrőbuborék tehát olyan egyénre szabott, mesterséges virtuális információs térnek minősül, amelynek hatására a felhasználók valóságérzékelése eltorzulhat.²⁵ A Meta Platforms felhasználási feltételeit, de akár más platform feltételeit is újfent felidézhetném, ott, ahol már értékválasztás történik – hiszen a felhasználó által preferált, relevánsnak ítélt tartalmakat jelenítenek meg –, véleményem szerint egyfajta automatizált szerkesztési tevékenység is megvalósul. Megfigyelhető továbbá a szűrőbuborékok alkalmazása és a félretájékoztatás között egyfajta párhuzam, hiszen a buborékban közzétett szűrt tartalommal a szolgáltató a felhasználó előítéleteit nagy eséllyel megerősíti, aki így elfogultsága következtében kifordítva értékelheti és tárhatja a nyilvánosság elé véleményét, rosszabb esetben nem pontosan a tényeket. Amennyiben egy adott előítéletet egy esemény konfirmál, akkor az alany azt nagyobb eséllyel általánosan reprezentatívnak tűntetheti fel, ha viszont annak valami ellentmond, akkor azt nagyobb valószínűséggel izolált eseménynek minősítheti. A sokszínű tömegtájékoztatásra tehát a „visszhangkamra” kifejezetten veszélyes, hiszen a szolgáltató az általa preferált kényelmi és hirdetésszervezési szempontok figyelembevételével hozza létre az egyéni információs tereket, és nem széles körű tájékozódásra neveli felhasználóit. Ezen okból nemcsak hogy csökkenhet a társadalmi viták száma, de kritikus gondolkodásra sincs a célközönség kényszerítve, a felhasználók érdeklődési köreik mentén egyre jobban szeparálódnak, a társadalom polarizáltsága pedig nő, ami az együttélés során tartósan több feszültséget generálhat.

Összegzés

Ismereteink függvényében nem vonható le más következtetés, mint hogy az állampolgárok csak a megfelelő, plurális tájékoztatásuk esetén tudnak a közéletben teljes értékű véleménynyilvánítással, döntésekkel részt venni, jelen lenni, de a szűrőbuborékok alkalmazása egyértelműen káros befolyással van a sokszínűség érvényesülésére,

²⁵ Klein Tamás: A web 2.0 egyes szabályozási kérdései – különös tekintettel az alkotmányjogi vonatkozásokra. In Klein Tamás (szerk.): *Tanulmányok a technológia- és cyberjog néhány aktuális kérdéséről*. Budapest, Médiatudományi Intézet, 2018. 46.

továbbá fikciós tájékoztatási joguk is sérül, mert a tartalmak közvetítésekor nem a fogyasztói jólétüket tartja a szolgáltató szem előtt. Ennek megfelelően azonban a tagállamokban a demokratikus közvélemény biztosítása és a regnáló demokratikus rezsimek is kihívás elé kerülnek. A szolgáltatók által alkalmazott üzleti modell, a technológia gyors ütemben történő fejlődése és a tömegtájékoztatási piac sajátosságai okán kizárólag egy jogág vonatkozó rendelkezései nem tudnak a sokszínű tájékoztatás, a demokratikus közvélemény kialakulásának megvalósításában segíteni, ahhoz több jogág alkalmazása, kapcsolódó szabályozási rendszere, továbbá a tudományterületek között híd megteremtésével lehet megoldásokat keresni. Egyre jobban kirajzolódik, hogy a tömegtájékoztatás megfelelő minősége mellett a személyes adatok védelmért folyó küzdelem ugyanolyan, ha nem erőteljesebb figyelmet igényel a tárgykör szempontjából, hiszen jelenleg az általános adatvédelmi rendelet egyértelműen nem tud teljes körű védelmet nyújtani az online platformszolgáltatók felhasználói számára. Vannak kétségek afelől is, hogy a teljes körű védelem abszolválható-e, avagy elfogadjuk, hogy lesznek szolgáltatások, amelyekért pénz helyett nagyobb rizikót vállalva a személyes adatainkkal fizetünk, és beletörődünk azok feldolgozásának körülményeibe. Mivel a médiapiac tekintetében is felmerült az igény a profitorientáltság lehető legnagyobb fokú mellőzésére a minőségi tömegtájékoztatás javára, kétlem, hogy személyes adataink kezelése tekintetében nem törekednénk arra, hogy az érintetti jólétet, biztonságot megteremtsük. Harari megállapításait vizsgálva azonban utóbbi óriási kihívást fog jelenteni, ennek érdekében többet kell megtudnunk a technológia szabályozási eszközeiről, az algoritmusokról, valamint azok tervezéséről és működéséről is.

Az Európai Unió által harmonizálási célból megalkotott jogszabálysomagban szereplő digitális szolgáltatások egységes piacról szóló rendelet (DSA) és a digitális ágazat vonatkozásában a megtámadható és méltányos piacokról szóló rendelet (DMA) tartalmi egy rendkívül határozott, de egyelőre kis lépés megtételét jelentik afelé, hogy a közvetített tartalmakkal kivitelezett tömegtájékoztatás minőségét és sokszínűségét védeni lehessen. Amíg nincs teljes meggyőződés arról, hogy az online platformszolgáltatók szerkesztői felelősséggel rendelkeznek a maguk felületére vetítve annak sajátosságaival együtt, addig félő, hogy igazán eredményes szabályozási fejlesztés nem fog megvalósulni az ágazatban. A demokrácia legitimitása ellenben nem válogat, bármilyen eszközön keresztül is érnek el az információk a fogyasztók felé, valójában a tájékoztatási tárgykörben releváns érvényesülési feltételek ugyanazok maradnak; a mindenkit megillető véleménynyilvánítás szabadsága, valamint a tájékozódáshoz való joggal együtt a sokszínű tájékoztatás és a demokratikus közvélemény jelenléte a társadalomban. A magyar szabályozás tekintetében ezen közlemény szerzője még reménykedik abban, hogy valamikor a médiaalkotmányban deklarált tájékoztatáshoz való jog minden szolgáltató vonatkozásában egy objektív szempontrendszer szerint felállított, az állampolgárok által követhetően számon kérhető intézménnyé válik. Utóbbi megoldási eszköze a jogalkotáson kívül azonban inkább a fogyasztók és a szakma képviselői tudatosságának növelésében gyökerezhet.

Felhasznált irodalom

- Baker, Edwin C.: *Media, Markets and Democracy*. Cambridge, Cambridge University Press, 2002.
- Bihari Mihály – Pokol Béla: *Politológia*. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, 2009.
- Birchall, David: Corporate Power over Human Rights: An Analytical Framework. *Business and Human Rights Journal*, 6. (2021), 1. 42–66.
- Coe, Peter: *Media Freedom in the Age of Citizen Journalism*. Cheltenham, Elgar, 2021.
- Harari, Yuval Noah: *21 lessons for the 21 century*. London, Penguin Books, 2019.
- Huntington, Samuel P.: *A civilizációk összecsapása és a világrend átalakulása*. Ford. Gázsity Mila – Gecsényi Györgyi – Pusztai Dóra. Budapest, Európa Könyvkiadó, 2019.
- Klein Tamás: A web 2.0 egyes szabályozási kérdései – különös tekintettel az alkotmányjogi vonatkozásokra. In Klein Tamás (szerk.): *Tanulmányok a technológia- és cyberjog néhány aktuális kérdéséről*. Budapest, Média tudományi Intézet, 2018. 41–49. Online: <http://mek.oszk.hu/18100/18192/18192.pdf>
- Koltay András: A közügyek vitáinak szabadsága és a személyiségi jogok védelme. *Pázmány Law Working Papers*, (2019), 4. 1–23.
- Rachovitsa, Adamantia: Engineering and Lawyering Privacy by Design: Understanding Online Privacy Both as a Technical and an International Human Rights Issue. *International Journal of Law and Information Technology*, 24. (2016), 4. 374–399.
- Thaler, Richard H. – Cass R. Sunstein: *Nudge*. London, Penguin Books, 2009.
- The Social Dilemma*. Rend. Jeff Orlowski. Exposure Labs – Argent Pictures – The Space Program, 2020.
- Török Bernát: *Szabadon szólni, demokráciában. A szólásszabadság magyar doktrínája az amerikai jogirodalom tükrében*. Budapest, HVG-ORAC, 2018.

Jogszabályok

2010. évi CIV. törvény a sajtószabadságról és a médiatartalmak alapvető szabályairól
2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról
- Social Media Regulation Act. 2022/126/DK (Denmark) (2022. szeptember 12.). Online: <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/tris/hu/search/?trisaction=search.detail&year=2022&num=126>
- Medienstaatsvertrag (MStV) in der Fassung des zweiten Staatsvertrags zur Änderung medienrechtlicher Staatsverträge (Zweiter Medienänderungsstaatsvertrag). Online: www.die-medienanstalten.de/fileadmin/user_upload/Rechtsgrundlagen/Gesetze_Staatsvertraege/Medienstaatsvertrag_MStV.pdf
- Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen (GWB). Online: www.gesetze-im-internet.de/gwb/
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2016/679 rendelete (2016. április 27.) a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról, valamint a 95/46/EK rendelet hatályon kívül helyezéséről (általános adatvédelmi rendelet). L 119/1 (2016. május 4.)