

Perszonalizáció és véleményszabadság

A szűrőbuborék hatása az informáltsághoz való jogra

PTE ÁJK

Konzulens:

Dr. Szőke Gergely László
PTE ÁJK Közigazgatási Jogi Tanszék
Informatikai- és Kommunikációs Jogi Csoport
Tudományos segédmunkatárs

Készítette:

Tatay Eszter
7. szemeszter

Tartalomjegyzék

I. Alapvetés.....	4
II. Az információs hatalom.....	5
2.1. Az információs hatalom természete	5
2.2. Nagy Testvér, Kis Testvér	6
III. Mindennapi profilozások.....	7
3.1. A profil létrehozása	7
3.1.1. Módszerek	7
3.1.2. A profil tartalma	10
3.1.3. Az algoritmusok szerepe	11
3.2. A „mindent átható számítástechnika”	12
3.3. A profilok felhasználásának lehetőségei	14
3.4. Viselkedés alapú profilozás.....	15
IV. A szűrőbuborék	16
4.1. „A Napi Jómagam”	16
4.2. A Google háza táján	18
4.3. A buborékban élés.....	20
V. A véleményszabadság és az informáltsághoz való jog.....	22
5.1. Történeti áttekintés	22
5.1.1. A kommunikációs jogok.....	22
5.1.2. A kommunikáció és a kommunikációs alapjogok viszonya.....	23
5.1.3. A véleményszabadság, mint alapjog	25
5.2. A véleménynyilvánítás szabadsága és a demokratikus akaratképzés.....	27
5.2.1. A demokratikus vélemény- és akaratformálás.....	27
5.2.2. A média kapuóreinek lecserélődése	28
5.2.3. A véleményszabadság és a médiapluralizmus viszonya.....	31
5.3. Az informáltsághoz való jog és a szűrőbuborékok kapcsolata.....	33
5.3.1. Az információs önrendelkezési jog, mint általános személyiségi alapjog	33
5.3.2. Az informáltsághoz való jog	34
5.3.3. A személyre szabott tartalmak és az informáltsághoz való jog kapcsolata	36
VI. Összefoglalás és következtetések.....	37
6.1. A dolgozat összefoglalása	37
6.2. A buborékba zárás elleni védelem.....	39

Felhasznált irodalom	41
Felhasznált joganyagok	43

I. Alapvetés

Hogy mit gondolnak rólunk mások, az nem tartozik ránk – szól egy igen népszerű motivációs szállóige. De mi a helyzet akkor, ha a saját számítógépük, egészen konkrétan az azon megjelenített különböző oldalak azok, „akik” nem csak, hogy véleményt alkotnak az őket éppen használóról, de attól függően, hogy milyen beállítottságú és érdeklődésű személyeknek tartanak minket, befolyásolják, hogy a későbbiekben milyen információkkal találkozunk?

Tudomásunkon kívül mindennapi kattintásaink és kereséseink során a különböző weboldalak adatokat gyűjtenek rólunk, próbálnak megismerni bennünket, hogy aztán személyre szabhassák későbbi felhasználói élményünket. Ez a módszer azonban emellett, hogy számos pozitív következménnyel bír, jó néhány negatív vonzattal is jár.

Dolgozatomban azt kívánom vizsgálni, hogy az olyan, a legtöbb ember által rendszeresen használt honlapok, mint a Google vagy a Facebook hogyan és miképpen zárnak minket egy olyan egyénre igazított információs buborékba, amelyben szinte csak a saját véleményünkkel találkozunk, és minden ettől eltérő hang a virtuális falainkon kívül marad. Mindez fontos infokommunikációs és alapjogi kérdéseket vet fel, hiszen a véleményszabadsághoz és az informáltsághoz való jog is veszélyeztetett helyzetbe kerül a perszonalizációs eljárásoknak és folyamatoknak köszönhetően. Kutatásom célja ezeknek a problémáknak a mélyen szántó feltárása és a megoldások keresése, amelynek eredményeként néhány javaslattal is élni kívánok.

Írásomban először az információs hatalommal, annak természetével foglalkozom; a Nagy Testvér hasonlat érintésével jutok el a manapság mindennapossá vált profilozás tevékenységéhez. Sorra veszem a profilok létrehozásának lehetséges módszereit, hogy miképpen történik az adatok gyűjtése, és azok hogyan használhatók fel. Említést teszek az algoritmusok szerepéről a profilozásban, valamint a napjainkban egyre égetőbb „mindent átható számítástechnika” kérdéséről. A dolgozat második felében a szűrőbuborékokkal foglalkozom: a „Daily We” fogalomtól Eli Pariser felvetésein át a közösségi keresés hátrányaiig. Végezetül a kommunikációs jogokat veszem górcső alá, a véleményszabadság és az informáltsághoz való jog kapcsolatát vizsgálom a szűrőbuborékokkal, hogy a személyre szabott tartalmak milyen hatással vannak a tájékozottsághoz való jogra; írásom zárásaként pedig néhány javaslatomat fogalmazom meg.

Szeretném kihangsúlyozni, hogy kutatómunkám a személyre szabott tartalmak és a szűrőbuborék kapcsolatát vizsgálja a véleményszabadsággal és az informáltsághoz való joggal, így a személyiségprofilok és az adatabányászat egyéb alkalmazási területeit, mint például az árdiszkrimináció vagy a viselkedésalapú reklámozás – noha említés szintjén megjelennek a dolgozatban –, nem képezik a kutatás fő tárgyát, így ezekkel és az ezekre vonatkozó jogi szabályozással nem foglalkozom részletesen.

II. Az információs hatalom

2.1. Az információs hatalom természete

Az információ birtoklása az első lépés a politikai és gazdasági hatalomhoz, az információhoz való hozzáférés dönti el, hogy ki mit tehet. Éppen ezért kevés fontosabb kérdés van annál, mint hogy ki mit tudhat és kiről mi tudható.¹ Az információs hatalmi helyzetet az az információs aszimmetria hozza létre, amelynek lényege, hogy míg az egyik pólus kiismerhető, megfigyelhető, átlátható a másik pólus számára, addig az utóbbi kiismerhetetlen és átláthatatlan.²

Az információs hatalom kifejezéssel arra a viszonyrendszerre utalunk, amelyben a hatalmi helyzetben lévők az információk egyenlőtlen elosztása miatt mások bizonyos mértékig ki vannak szolgáltatva. Az aszimmetria abból ered, hogy a hatalmi helyzetben lévő megfigyeli a neki kiszolgáltatottakat, róluk és környezetükről olyan ismereteket gyűjt és kezel, amelyekhez a megfigyelt nem, vagy csak korlátozott mértékben férhet hozzá, ezen kívül pedig nem ismerheti meg a hatalmi helyzetben lévőre vonatkozó információkat sem. Ezáltal a megfigyelt oldalán ismerethiány lép fel, és így alakul ki annak kiszolgáltatott helyzete.³ Ebben az egyenlőtlen viszonyban a kiszolgáltatott fél kettős értelemben is információk hiányától „szenvet”. Egyrészt számára nem látható a megfigyelő helyzetben lévő, így róla nem rendelkezik ismeretekkel, de ugyanakkor azzal sincs tisztában, hogy róla milyen információk állnak rendelkezésre a megfigyelő oldalán. Nem csupán a hatalmi helyzetben lévő kiismerhetetlen számára, hanem azt sem látja át, hogy ő maga miképpen jelenik meg a hatalmi helyzetben lévő előtt.⁴

¹ Szabó Máté Dániel: Az információs hatalom alkotmányos korlátai. Miskolci Egyetem, Miskolc. 2012. 5. o.

² Szabó: i.m. 5. o.

³ Szabó: i.m. 13. o.

⁴ Szabó: i.m. 14. o.

A kiegyenlítetlen információs szituációban az egyén nem tudja pontosan, hogy milyen, az ő életét befolyásoló ismeretek állnak rendelkezésre kommunikációs partnerei számára.⁵ Arról nem is beszélve, hogy esetleg a személy nincs is tisztában azzal, hogy gyakorlatilag kommunikációt folytat, hogy tevékenysége rögzítésre kerül.

2.2. Nagy Testvér, Kis Testvér

Az információs hatalom döntő mértékben a megfigyelésen alapszik: a hatalmi helyzetben lévő figyel, a megfigyelték pedig emiatt neki kiszolgáltatottá válnak. A megfigyelés igazából egyidős az emberi történelemmel, azonban az idők során átalakult, módszeressé és mindennaposá vált. A huszadik század végére a technológia fejlődése ezen a területen is megmutatkozott: a fizikai megfigyelés és a papír alapú nyilvántartás helyett teret nyertek a számítógépes megfigyelő és adatkezelő rendszerek.⁶

A nyilvántartás jelensége tehát egyáltalán nem új keletű dolog: amióta létezik adatkezelés, azóta merülnek fel kérdések az elnyert és rögzített információk felhasználásával kapcsolatban, és azóta születnek technikák is arra vonatkozóan, hogyan is lehetne még előnyösebben rendelkezni mindezekkel.

„A nyilvántartás ugyanolyan régi, mint az írott történelem. Az írásbeliség meg azonos az adatrögzítéssel.”- írja Majtényi László.⁷ Az államok fejlődésével azok működése egyre bonyolultabbá és áttekinthetlenebbé vált. Az emberek egyre nehezebben bírkóztak meg a nyilvántartások útvesztőivel, ez pedig sokakat aggodalommal töltött el. Ebből kifolyólag született meg az információs szabadságjogok azon közös filozófiája, hogy a polgárt átláthatatlanná, az államot pedig átláthatóvá kell tenni.⁸

Az adatvédelemmel foglalkozó munkák többségének már-már elengedhetetlen eleme George Orwell angol íróra és 1984 című művére való hivatkozás. Ebben a negatív utópiában jelenik meg először a mindent látó Nagy Testvér karaktere, akiről tudni lehet, hogy figyel, de testet nem ölt, és talán ez az egyik legijesztőbb benne: hogy ő lát, de ő maga láthatatlan.

⁵ Szabó: i.m. 14. o.

⁶ Szabó: i.m. 15. o.

⁷ Majtényi László: Az információs szabadságjogok: adatvédelem és a közérdekű adatok nyilvánossága. CompLex Kiadó, Budapest. 2006. 25. o.

⁸ Majtényi: i.m. 35. o.

A nemzetközi irodalomban uralkodóvá vált metafora szerint a Nagy Testvér az állam, míg az úgynevezett kis testvérek a piac hatalmasságai.⁹ Előbbi az agyunkban és a szívünkben kutat, hogy az így megszerzett ismeretek segítségével megőrizhesse hatalmát, míg az utóbbiak az üzleti szféra szereplői, akik a minél nagyobb haszon elérésére törekszenek, és ezért gyűjtik az információkat. A két szféra közötti kapcsolat azonban jelenleg szinte teljes mértékben átláthatatlan. Nem egyértelmű ugyanis az, hogy a szolgáltatók egész pontosan milyen adatokat rögzítenek és tartanak nyilván, ezekhez pedig mely államok és azok mely szervei képesek hozzáférni akár legális, akár illegális módon.¹⁰

III. Mindennapi profilozások

Profilozásról¹¹ számos értelemben beszélhetünk kezdve a matematikától a bűnügyi vizsgálatokon át egészen az orvostudományig. Ami közös ezekben a látszólag egymástól meglehetősen távol eső területekben, az az, hogy hatalmas mennyiségű adatból különböző algoritmusokat és egyéb technikákat alkalmazva alkotnak úgynevezett profilokat, hogy így értékes információkhoz jussanak. Ugyanakkor egy konkrét, átfogó definíció megfogalmazása nehéz feladat.

Ami ezen dolgozat szempontjából igazán releváns, az úgynevezett adatbányászat.¹² E folyamat során algoritmusok segítségével jelentős méretű adatbázisokban keresnek összefüggéseket a különböző információk között, az eredmény pedig bizonyos fajta előfeltevés a jövőre nézve korábbi magatartásokra alapozva: ha valami a múltban így történt, van esély rá, hogy a jövőben is hasonlóképp fog.

3.1. A profil létrehozása

3.1.1. Módszerek

Az elmúlt években a tömegtermelést elkezdte kiszorítani a „tömegegyéniesítés”¹³, ami az információs és kommunikációs technológiák által támogatott új trendeknek köszönhető.

⁹ Majtényi: i.m. 47. o.

¹⁰ Szőke Gergely László: Adatvédelem és önszabályozás. Műhelyvita-verzió. Pécs. 2014. 63. o.

¹¹ profiling

¹² data mining

¹³ mass individualisation

Egyre inkább fontosabbá vált a szolgáltatásoknak a vásárlók egyéni igényeire szabása és vágyainak kielégítése.¹⁴

„A személyiségprofil alkotásához szükséges adatok több forrásból gyűjthetők:

- 1) Az adatalany által megadott adatok. Ezek származhatnak például egy regisztrációs űrlap kitöltéséből, vagy online vásárlás kapcsán megadott adatokból.
- 2) Az adatalany megfigyelésével létrejövő adatok. Tipikusan a felhasználók követéséből eredő, pl. böngészési szokásokból (ideértve elvi szinten a meglátogatott weblapokat, a rajtuk eltöltött időt, az oldalon történő egérmozgásokat, az esetlegesen megvásárolt termékeket, stb.), a közösségi oldalon folytatott aktivitásból, levél és üzenetváltásból származó, a felhasználó által létrehozott tartalmakból (posztok, blogok, videók), a fizikai helyzetéből (location tracking), vagy az egyre sokasodó szenzorokból származó adatok.
- 3) Az előbbi adatokból az érintettre vonatkozó következtetések. Ezek kinyerésére egyre fejlettebb adatbányászati technológiák állnak rendelkezésre.
- 4) Más forrásból származó adatokból (pl. hasonló mintázatú személyek adataiból) az érintettre vonatkoztatott következtetések.”¹⁵

A Google például egyes források szerint ötvenhét különböző úgynevezett jelzőt¹⁶ alkalmaz az adatgyűjtésre, mint például a bejelentkezés helye, a használt böngésző, vagy, hogy korábban mikre keresett rá az illető az adott számítógépről.¹⁷ Ugyanakkor ez a szám lehet akár sokkal több is, és egészen pontosan senki sem tudja, hogy mik azok a jelzők, amelyekkel a keresőóriás operál. Néhányat azonban ismerünk: ilyen például az úgynevezett „click signal” vagy „click data”. A Google alapítói, Larry Page és Sergey Brin felismerték, hogy ha valaki a keresési találatok közül mondjuk a másodikra kattint, ez azt az információt rejti magában, hogy a második találatot tarja az adott illető relevánsabbnak. Ezt a jelenséget nevezték el click signalnak.¹⁸

¹⁴ Mireille Hildebrandt & Serge Gutwirth (editors): Profiling the European Citizen: Cross-Disciplinary Perspectives. 2010. p. 112.

¹⁵ Szőke: i.m. 58-59. o.

¹⁶ signal

¹⁷ Eli Pariser: The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You. The Penguin Press. New York. 2011. p. 2.

¹⁸ Eli Pariser: The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You. The Penguin Press. New York. 2011. p. 32.

„Manapság a Google mindent megfigyel velünk kapcsolatban, amit csak tud. Ennek az adatnak az erejét nem lehet alábecsülni. Ha a Google azt látja, hogy először New Yorkból jelentkezem be, azután San Franciscóból, azután pedig megint New Yorkból, tudni fogja, hogy a két part között utazgatók, és ennek megfelelően fogja igazítani a találati eredményeket. Ha azt nézi, hogy milyen böngészőt használok, következtetéseket vonhat le az életkoromra és esetleg még a politikai meggyőződésemmre vonatkozóan is.” – írja Eli Pariser.¹⁹

A Google által alkalmazott technika lenyűgöző és bonyolult. Azonban van olyan, aki rájött: bizony lehet, hogy annyi is elég, ha konkrétan rákérdeznek, mi is foglalkoztatja az embereket. Mark Zuckerberg, a Facebook atyja a szinte minden emberben meglévő exhibicionizmust aknázza ki, és a felhasználók önként adnak meg minden olyan adatot magukról, amit egyébként még a CIA is csak hosszas kutatómunkával tudna megszerezni. A nevünkhöz profilképet csatolunk, tehát egyértelműen beazonosíthatóvá válunk. Születési helyünk és időnk, esetleg a lakcímünk és a telefonszámunk mind szinte alapelem az adatlapunkon. A kapcsolati státuszok, a fényképeken való bejelölés vagy az aktuális tartózkodási hely megmutatja, kivel és hol voltunk. Az oldalak, amiket kedvelünk, az érdeklődési körünkről árulnak el sokat. Saját magunk személyiségprofilját alkotjuk meg, szinte gondolkodás nélkül.

Maga Zuckerberg így nyilatkozik a Google és a Facebook adatszerzési módszerei közötti különbségekről: „A két cég a skála két vége. Egyfelől van a Google, ami elsősorban úgy szerzi az információt, hogy követi az eseményeket. Ezt portyázásnak hívják: a neten portyáznak, megszerzik az információt és beillesztik a rendszerbe. Térképeket akarnak készíteni, tehát kisbuszokat küldenek, amelyek szó szerint kimennek, és fotókat készítenek a házakról a Street View rendszerhez. Emellett úgy gyűjtik és készítik az emberek profilját a hirdetésekhez, hogy követik, amerre járunk a neten a sütik segítségével, a DoubleClickhez és az AdSense-hez – így jutnak hozzá az érdeklődési körünkhöz. [...] Másfelől mi elkezdtünk egy céget azzal, hogy máshogy is lehet csinálni. Ha lehetővé tesszük az embereknek, hogy megosszák, amit akarnak, és jó eszközöket adunk az ellenőrzéshez, még több információt nyerünk. De gondoljunk mindarra a Facebookon, amit nem osztanánk meg mindenkivel. Ezeket nem szeretnénk, ha becserkésznék vagy indexálnák: például a családi nyaralás képeit, a telefonszámunkat, bármilyen magánüzenetet vagy e-mailt. [...] Feltételezve, hogy a világ a még több információmegosztás felé halad, biztosítani kell, hogy ez alulról felfelé történjen,

¹⁹ Eli Pariser: *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You*. The Penguin Press. New York. 2011. p 34.

úgy, hogy az emberek maguk töltik fel az adatokat és ellenőrzik, hogyan kapcsolódnak azok a rendszerbe, ellentétben egy centralizált módszerrel, ami egyfajta megfigyelőrendszerben követi az információkat.”²⁰

Persze nem annyira fekete-fehér a Google és a Facebook eljárása közötti különbség, mint ahogy azt Zuckerberg lefesti. A közösségi oldal is homályos felhasználási feltételekkel dolgozik, olyan képlékenyen fogalmaz, hogy bármikor élhet változtatásokkal az adatkezelést és az információgyűjtést illetően, mégsem követnek el – „hivatalosan” – jogsértést, mivel az általános szerződési feltételeket mindenki olvasás és átgondolás nélkül elfogadja. Volt már rá precedens a palo alto-i cég történetében, hogy egyik napról a másikra olyan adatokat tettek mindenki számára elérhetővé, amelyekről korábban azt nyilatkozták, hogy nem válnak nyilvánossá a felhasználók engedélye és tudomása nélkül.²¹ A két cég eljárása kapcsán mondhatnánk tehát azt is: egyik kutya, másik eb.

3.1.2. A profil tartalma

Nem túlzás azt állítani, hogy akármilyen adat lehet egy profil alkotóeleme. Ugyanakkor fontos emlékeztetnem arra, hogy egy személy több profillal is rendelkezhet, melyek egymással talán semmilyen viszonyban nincsenek. Ahogy az érdeklődési körrel változnak a látogatott oldalak, úgy módosulnak és jönnek létre újabb és újabb profilok.

Sok helyen szükséges a regisztrációhoz a születési dátum megadása, tehát az életkorunk rögtön ismertté válik. Ezen kívül nem nehéz olyan adatokhoz hozzájutni, amikre egyszerűen rákérdeznek, és mi megadjuk, úgy, mint például a név, iskolai végzettség vagy családi állapot.

Ugyanakkor sok minden kiderülhet a közösségi oldalakon is: ha mi magunk nem is adjuk meg lakó- vagy tartózkodási helyünket, ismerőseink könnyen „elárulhatnak” bennünket: az a település, ahol a legtöbb barátunk él, vagy ahol a legtöbb új ismerős lakik, mind beszédes információ, nem nehéz kikövetkeztetni, hogy mi hova valósiak vagyunk, vagy melyik városban járunk épp.

²⁰ David Kirkpatrick: A Facebook jelenség. Egy bennfentes sztorija a cégről, amely összeköti a világot. GABO Könyvkiadó. Budapest. 2011. 352. o.

²¹ Itt arra az esetre célok, amikor a különböző hírportálokon és egyéb weboldalakon megjelent a Facebook Like-gombja. Kezdetben nem volt nyilvános, hogy kik kedvelték az adott híreket, később azonban egyik napról a másikra Zuckerbergék mégis lehetővé tették, hogy bárki láthassa ezt az információt.

3.1.3. Az algoritmusok szerepe

Az internet számtalan algoritmust használ, melyek célja, hogy maximálisan kielégítsék a felhasználók igényeit. Manapság már szinte elképzelhetetlen az élet algoritmusok nélkül: legyen szó akár a bankkártya adatok megadásáról egy on-line boltban történő vásárláshoz, vagy egy film kikölcsönzéséről a Netflixen – a háttérben algoritmusok dolgoznak megállás nélkül.

„Algoritmusok – Ön a válaszra kíváncsi, nem billiónyi weboldalra. Az algoritmusok olyan számítógépes programok, amelyek nyomokat keresnek, és pontosan azt adják vissza, amit Ön szeretne.” – írja a Google.²² Egy tipikus lekérdezés során akár több millió weboldal is nyújthat valamennyire hasznos információt. Az algoritmusok olyan számítógépes folyamatok, valamint képletek, amelyek figyelembe veszik a kérdéseket, és átalakítják őket válasszá. Ilyen jelek lehetnek a kereső óriás esetében az oldalon lévő kifejezések, a tartalom frissessége, de fontos szerepet játszik a PageRank²³ is.²⁴

A Facebook megoldása a személyre szabott tartalmak szolgáltatására az EdgeRank volt, amely három tényezőn alapult: a viszonyon, a tartalom súlyán és a tartalom időbeliségén²⁵. Minél szorosabb barátságot ápoltunk valamelyik ismerősünkkel – ez abból derült ki, hogy mennyi időt töltöttünk az illetővel való interakcióval, vagy milyen gyakran jártunk az adatlapján –, annál nagyobb volt a valószínűsége, hogy az adott személy tevékenységei helyet kaptak a hírfolyamunkban. Nem azonos súllyal bírtak a különböző tevékenységek sem: a párkapcsolati állapot megváltozása például sokkal fontosabbnak minősült, mint egy sima írásos bejegyzés. A frissebb tartalmak pedig kiszorították a régebben végzett tevékenységeket.²⁶

A cég 2011-ben kezdte nyilatkozataiban kerülni az EdgeRank említését, mivel hozzálátott az áttéréshez egy sokkal összetettebb, gépi tanuláson alapuló algoritmus használatára. A korábbi három tényező mellett más faktorok is fontos szerepet kaptak a felhasználók hírfolyamának

²² <http://www.google.com/intl/hu/insidesearch/howsearchworks/algorithms.html> (utolsó letöltés: 2014.10.29.)

²³ A PageRank a Google szabadalom alatt álló fejlesztése, a keresőmotor egyik legfontosabb eleme. „An objective measure of its citation importance that corresponds well with people's subjective idea of importance.” Sergey Brin, Lawrence Page: The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine. (<http://infolab.stanford.edu/~backrub/google.html>) (utolsó letöltés: 2014.10.29.)

²⁴ <http://www.google.com/intl/hu/insidesearch/howsearchworks/algorithms.html> (utolsó letöltés: 2014.10.29.)

²⁵ Affinity, Weight, Time Decay

²⁶ Eli Pariser: The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You. The Penguin Press. New York. 2011. p. 37-38.

megkonstruálásában. Ilyen például, hogyha valaki jellemzően a fényképekkel kapcsolatban végez tevékenységet – ezekre nyomja meg a „Tetszik” gombot, hozzájuk ír hozzászólást vagy ezeket osztja meg –, a későbbiekben is inkább a fotók lesznek nagyobb arányban prezentálva a hírfolyamában. Ugyanez érvényes a zeneszámok vagy cikkek megosztására is. Az új Facebook algoritmus még azt is figyelembe veszi, hogy milyen eszközt használunk: ha olyan mobiltelefonról jelentkezünk be a közösségi oldalra, amely technológiája nem a legfejlettebb, inkább szövegeket fogunk látni, mivel azokat könnyebben jeleníti meg egy régebbi készülék.²⁷

A Google segít nekünk gondolkodni, a Facebook pedig barátokat talál meg számunkra – nehéz viszont egyértelműen kijelenteni, hogy a számítógépes algoritmusok, amelyeket ezek az eszközök használnak, zsenikké vagy madzagon rángatott bábukká változtatnak-e bennünket. Ha keresünk valamit on-line, a Google algoritmusai megszabadítanak minket attól a tehetől, hogy rengeteg számunkra nem annyira releváns találaton kelljen keresztül rágnunk magunkat. Ugyanakkor könnyedén belekerülhetünk egy olyan világ csapdájába, amelyben a viselkedésalapú adatok és a számítógépes formulák házasításával lehetővé válhat a hirdető és a kormányzati szervek számára, hogy megjósolják vagy befolyásolják, mit is tegyünk, vagy mit vásároljunk.²⁸ Ez pedig már probléma, mind általános, mind jogi értelemben.

3.2. A „mindent átható számítástechnika”

A technika vívmányainak fejlődésével számos új eszköz vált mindennapjaink részévé: a helyhez kötött asztali számítógépeket gyorsan követték a mobilis laptopok, netbookok, aztán az okostelefonok és a tabletek. Ez utóbbiak segítségével egy új személyes adat vált könnyen megismerhetővé: egy meghatározott időpontban aktuális tartózkodási hely.²⁹ Sok alkalmazás kér engedélyt a helymeghatározáshoz szükséges adatokhoz való hozzáférésre, és ezt az engedélyt szinte gondolkodás nélkül meg is adjuk – hiszen használni akarjuk azt az applikációt, szóval csak egy gyors kattintás az „engedélyezés” gombra, és már futhat is a program. Míg korábban csak egy szűk réteg, egy jól szabályozott adatkezelői kör – mint

²⁷ Matt McGee: EdgeRank Is Dead: Facebook’s News Feed Algorithm Now Has Close To 100K Weight Factors (<http://marketingland.com/edgerank-is-dead-facebooks-news-feed-algorithm-now-has-close-to-100k-weight-factors-55908>) (utolsó letöltés: 2014.10.29.)

²⁸ Tom Spring: Algorithms That Rule The Web

(http://www.pcworld.com/article/236226/8_Algorithms_That_Rule_Web.html) (utolsó letöltés: 2014.10.29.)

²⁹ Szöke: i.m. 57. o.

például a hírközlési szolgáltatók – fért hozzá a helymeghatározási adatokhoz, addig ma ez már egy sokkal szélesebb réteg számára lehetséges.³⁰

Azonban nem túlzás kijelenteni, hogy az okostelefonok csak a kezdetet jelentik. A folyamatos kutatások és fejlesztések már elérhető közelségbe helyezik az úgynevezett „mindent átható számítástechnika”³¹ korszakát, mely egyszerre bámulatos és ijesztő kilátás. Míg a virtuális valóság az embereket helyezi egy számítógép-alkotta világba, addig a „mindent átható számítástechnika” arra teszi képessé a gépeket, hogy átlépjenek az emberi világba.³² A lényeg, hogy gyakorlatilag minden ember alkotta tárgy, sőt néhány természetes dolog is hardvert és szoftvert kap: a ruháktól kezdve a szerszámokon át az autókig és a hűtőkig, de még a kávék bögrék is. Egy beépített chip segítségével aztán ezek egy végtelen hálózathoz csatlakoznak.³³ A „dolgok internete”³⁴ kifejezéssel is leírt jelenség során tehát összekapcsolódik a fizikai és a virtuális világ.³⁵

A mindenütt jelenlévő számítástechnika gondolata egyébként Mark Weiser – először 1988-ban publikált – koncepciójára épül, melynek lényege az ember-gép interakció. Weiser egy olyan világ megalkotását remélte, amelyben az egyén úgy lép interakcióba a számítógéppel, és úgy használja azt, hogy ez fel sem tűnik neki; a technológia annyira beleolvadna a mindennapokba, hogy szinte már észrevehetetlenné válna.³⁶ Ez azonban egyelőre utópia – egyesek öröme, mások bánatára. Mindenesetre a dolgok internetének jelensége tovább erősítheti az információs aszimmetriát, mivel lényege a teljes beépülés a mindennapokba, melynek során az egyének számára még nehezebbé válik az adatgyűjtés és adatkezelés átlátása, kontrollja.³⁷

³⁰ Szőke: i.m. 57. o.

³¹ az angol nyelvű irodalomban pervasive computing vagy ubiquitous computing

³² <http://www.ubiq.com/weiser/UbiHome.html> (utolsó letöltés: 2014.10.07.)

³³ Vangie Beal: Pervasive Computing (http://www.webopedia.com/TERM/P/pervasive_computing.html) (utolsó letöltés: 2014.10.07.)

³⁴ Internet of Things

³⁵ Szőke: i.m. 57-58. o.

³⁶ <http://www-sul.stanford.edu/weiser/Ubiq.html> (utolsó letöltés: 2014.10.07.)

³⁷ Szőke: i.m. 58. o.

3.3. A profilok felhasználásának lehetőségei

A létrejött profilokat rengeteg módon fel lehet használni. Az egyik legelterjedtebb és adatvédelmi szempontból is sokat elemzett megjelenési forma a viselkedésalapú reklámozás.³⁸

A viselkedésalapú reklám az egyének viselkedésének hosszabb ideig tartó megfigyelésén alapuló hirdetés. A viselkedésalapú reklám célja az, hogy ennek a viselkedésnek a jellemzőit az egyén cselekvésén (mint például honlapok többszöri felkeresése, interakciók, kulcsszavak, online tartalom előállítása stb.) keresztül vizsgálja annak érdekében, hogy egyedi profilt dolgozzon ki, és így az érintettek vélelmezett érdeklődési körének megfelelő hirdetéseket küldjön a számukra. Míg a szövegkörnyezet-alapú reklám³⁹ és a szegmentált reklám⁴⁰ „pillanatfelvételeket” használ arról, hogy az érintettek mit néznek vagy csinálnak egy adott honlapon, vagy pedig a felhasználók ismert jellemzőire épít, addig a viselkedésalapú reklám segítségével a hirdető igen részletes képet kaphat a felhasználó online életéről, hogy milyen oldalakon böngészett, mennyi ideig nézett bizonyos cikkeket vagy tartalmakat, milyen sorrendben tette ezt, stb.⁴¹

A profilok alkalmazásának másik – ám a viselkedésalapú reklámozástól nem túl távol eső – területe a termékajánlás.⁴² Ennek alapja az adott honlapon történő regisztrálás: ahhoz, hogy olyan ajánlatokat kapjunk, amelyek a rendszer szerint minket érdekelhetnek, be kell jelentkeznünk.⁴³ Az Amazon által is használt módszer lényege, hogy a honlapon végzett tevékenység alapján a termékajánlásért felelős motorok⁴⁴ olyan termékeket jelenítenek meg, amelyekre nézve a legnagyobb a valószínűsége, hogy meg fogjuk azt venni. Számít tehát az, hogy milyen termékekre kattintottunk korábban, esetleg vásároltunk-e valamit. Amennyiben pedig összekapcsoljuk valamelyik közösségi oldallal a regisztrációkat, úgy az ismerőseink által végzett tevékenység is hatással lesz arra, hogy számunkra mi jelenik meg, hiszen ami a barátainkat érdekli, élni lehet a gyanúperrel, hogy bennünket is érdekelni fog.

³⁸ Szöke: i.m. 59. o.

³⁹ szövegkörnyezet-alapú reklám: azon alapul, hogy a felhasználó az adott pillanatban milyen tartalmat tekint éppen meg

⁴⁰ szegmentált reklám: olyan adatokon alapul, amelyeket a felhasználó saját maga adott meg a regisztráció során (nem, kor, lakóhely, stb.)

⁴¹ A 29-es számú adatvédelmi munkacsoport 2/2010. számú véleménye a viselkedésalapú online reklámról. http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2010/wp171_hu.pdf (utolsó letöltés: 2014.10.08.)

⁴² product recommendation

⁴³ <http://online-behavior.com/targeting/recommendation-engines> (utolsó letöltés:2014.10.08.)

⁴⁴ product recommendation engines

Felmerülhet az árdiszkrimináció lehetősége is, ha a profilok felhasználása kerül szóba. Árdiszkrimináció alatt azt a jelenséget értjük, amikor különböző emberek vagy csoportok számára ugyanaz a termék, esetleg szolgáltatás nem azonos áron érhető el.⁴⁵ Ilyenek lehetnek például a diákkedvezmények vagy a törzsvásárlói árak. A differenciált árazás online alkalmazása akkor válik igazán érdekes kérdéssé, ha a személyiségprofil alapján gazdagabbnak vélt személy magasabb árat lát a webshopban, míg a szegényebbnek gondolt alacsonyabbat, ugyanazért a termékért.⁴⁶

3.4. Viselkedés alapú profilozás

Napjaink társadalmi közösségében a viselkedésünk egyre nagyobb mértékben kerül megfigyelésre, rögzítésre, tárolásra, használatra és elemzésre abból a célból, hogy emberekről szóló tudássá váljon, legyen szó akár szokásokról, akár a közösségben mutatott identitásról. Az adatbányászat és a „mindent átható számítástechnika” az egyéb alkalmazások mellett olyan környezetet hoznak létre, amelyben az adatbázisok, érzékelők és különböző rendszerek sokasága spontán vizsgálja a mindennapi tevékenységeinket információszerzés céljából, hogy aztán ezek felhasználásával bármilyen szituációban segítséget nyújthassanak nekünk.⁴⁷

A társadalom és a közösségek bonyolultsága folyamatos kihívás elé állítja az embereket, mivel sokszor kell gyors döntéseket hozni, vagy következtetéseket levonni. Az ilyen helyzeteket könnyítheti meg a bizonyos szituációkban megbúvó összefüggések felismerése.⁴⁸

Az internet-felhasználók által végzett online tevékenység alapján történő csoportok létrehozását nevezzük viselkedés alapú profilozásnak⁴⁹. Ennek során azon kívül, hogy rögzítésre kerül a netes ténykedés, a rendelkezésre álló adatokból modellezik a tipikus viselkedést, ez alapján pedig a „normálistól” való eltérések tetten érhetővé tétele is lehetővé válik.

Egyre jellemzőbb az, hogy az adott egyén sorsát nagyobb mértékben határozza meg az, hogy milyen adatokat tartanak róla nyilván, és milyen a róla kialakított személyiségprofil, mint a

⁴⁵ http://www.economicsonline.co.uk/Business_economics/Price_discrimination.html (utolsó letöltés: 2014.10.08.)

⁴⁶ Szöke: i.m. 61. o.

⁴⁷ Mireille Hildebrandt & Serge Gutwirth (editors): *Profiling the European Citizen: Cross-Disciplinary Perspectives*. 2010. p. 111.

⁴⁸ Mireille Hildebrandt & Serge Gutwirth (editors): *Profiling the European Citizen: Cross-Disciplinary Perspectives*. 2010. p. 47-48.

⁴⁹ behavioural profiling

fizikai valóság, pedig ez a kettő sok esetben nem is egyezik.⁵⁰ Ez az eltérés viszont természetes és szükségszerű, mivel egy adott személynek több különböző virtuális profilja is lehet, attól függően, hogy az adott oldalon milyen adatokat kérnek tőle vagy gyűjtenek róla, illetve időbeli változások is bekövetkezhetnek, hiszen az ember érdeklődési köre folyamatosan változik.⁵¹

Mivel manapság már az emberek többsége internet-felhasználó – akár számítógépen, akár okostelefonon böngészik –, feltehetően mindannyiukról készül is profil. Erről a legtöbben nem tudnak, vagy csak legyintenek, mondván úgyszincs takargatni valójuk. Ugyanakkor az mindenképpen okot adhatna az aggodalomra, hogy a személyes adataik felhasználásáról nem tudnak szinte semmit. Amikor sokan már azon felháborodnak, ha egy rosszul sikerült fotón bejelölik őket a hozzájárulásuk nélkül valamelyik közösségi oldalon, akkor miért nem foglalkoztatja őket, hogy mi történik mindazzal az információval, amit önként megadnak magukról bármelyik internetes regisztráció során? Pedig tudomásunkon kívül egy olyan online buborékba kerülhetünk – és kerülünk is –, amely a rólunk szerzett adatok alapján jön létre, és fontos szerepet játszik abban, hogy miképpen jutnak el hozzánk a külvilág információi. Ezzel foglalkozom dolgozatom további fejezeteiben.

IV. A szűrőbuborék

4.1. „A Napi Jómagam”

Olyan világban élünk, ahol minden napunk gyakorlatilag egy információs cunami hullámainak meglovagolásával telik. A televízió, a rádió és főleg az internet csak úgy ontja magából a különböző tartalmakat, és az átlagember sokszor úgy érezheti, hogy képtelen keresztülverekedni magát a sok, számára teljesen irreleváns információval. Egy minket érdeklő műsorra tíz olyan jut, amelyet soha nem tekintenénk meg, és a nyomtatott sajtóban is néha teljes oldalakat lapozunk át közönyösen.

Az internet fejlődésével és az egyéb technológiai innovációknak köszönhetően azonban egyre többen választják a „személyre szabást”, amely által az őket nem érdeklő témák és vélemények rejtve maradnak. Az egyén szelektálhat, hogy mi az, ami érdekli, és mi az, ami

⁵⁰ Szabó: i.m. 16. o.

⁵¹ Szőke: i.m. 58. o.

nem. Ezek a fejlesztések sokféleképpen tehetik kényelmesebbé a mindennapokat, hiszen mindannyian szívesen szűrjük ki a felesleges „zajokat”.⁵²

Nicholas Negroponte már az 1990-es években olyan jövőt képzelt el, amelyben elektronikus magazinokat forgatunk, amelyek szerkesztése során a mi érdeklődési körünk esik nagyobb súllyal a latba, és nem azt fogjuk olvasni, aminek mások szerint hírértéke van. „Képzeld el, hogy a jövőben saját interfész-ágensünk minden hírcsatornát, s a bolygó összes televízió- és rádióadását követve készíti el a személyünkre szabott összegzést. Az ilyen újság egyetlen példányban jelenik majd meg.” „Mi lenne, ha a kiadó a teljes stábot a rendelkezésünkre bocsátaná, s egy személyünkre szabott számot állítana össze? A címloldalra kínáló híreket kevésbé fontos sztorikkal fűszerezné, amelyek ismeretségi körünkkel vagy azokkal az emberekkel kapcsolatosak, akikkel holnap találkozunk, olyan helyekkel, ahonnan éppen megérkeztünk, vagy amelyet úti célul tűztünk ki. Beszámolna az általunk ismert cégekről. [...] Nevezzük az újságot Napi Jómagamnak⁵³.”⁵⁴

Amiről Negroponte még csak álmodozott, az mára már valóság. Mike Klaas és Ali Davar 2005-ben alapították meg Worio nevű cégüket, melynek általuk megfogalmazott küldetése az volt, hogy segítséget nyújtson az embereknek olyan információkhoz való hozzájutásban, amelyekhez barátaik, a közösségi oldalak vagy egyszerű keresés által esetleg nem férhetnének hozzá. Egy kifinomult keresőmotort kívántak a felhasználók szolgálatába állítani, amely a tanulási technikáinak köszönhetően képes az egyént és a tartalmat is megérteni.⁵⁵ Ezen ötletük mentén adták ki 2011-ben iPad-re és iPhone-ra, kicsivel később pedig Android platformra is Zite nevű applikációjukat, amelynek lényege, hogy egyfajta személyre szabott újságként működik: a használat során „megtanulja”, mi is érdekli igazán a felhasználót. Ha valaki az asztrológia iránt érdeklődik, és ezzel kapcsolatban keres, a továbbiakban ilyen jellegű tartalmakat lát majd a virtuális magazinjában. Ha pedig mondjuk az olajszökítés témájában szeretne nagyobb tudásra szert tenni, az alkalmazás segít neki. A lényeg, hogy direkt⁵⁶ és indirekt jelzések alapján kialakul egy olyan felület, amelyen csak és kizárólag minket érdeklő

⁵² Cass Sunstein: The Daily We. Is the Internet really a blessing for democracy? (<http://bostonreview.net/cass-sunstein-internet-democracy-daily-we>) (utolsó letöltés: 2014.10.19.)

⁵³ „Daily Me” – Nicholas Negroponte kifejezése

⁵⁴ Nicholas Negroponte: Digitális létezés. 1995. Typotex. 2002. 121-122. o.

⁵⁵ Mike Klaas: Zite is Flipping out. (<http://blog.zite.com/2014/03/05/zite-is-flipping-out/>) (utolsó letöltés: 2014.10.20.)

⁵⁶ például egyes cikkek kifejezett elismerése (thumbs up) vagy leminősítése (thumbs down)

cikkek szerepelnek. „Az elképzelésünk nem a hírek szűrése volt, hanem hogy megértsük az embereket annyira, hogy megtaláljuk azt az egy bejegyzést valamilyen ismeretlen bloggertől a középkori kötésről, amiről [a felhasználó] nem is tudta, hogy létezik, és egyébként meg sem találta volna, de igazából pontosan ezt kereste.” – írja Mike Klaas a Zite létrehozása mögött meghúzódó gondolatról.⁵⁷

2014 márciusában jelentették be a Zite összevonását a Flipboard nevű alkalmazással. A két applikáció nagyon hasonló működési elveken alapul, így a közösen folytatni kívánt jövő valószínűleg jól átgondolt üzleti és gazdasági érvek győzedelmeskedése, mintsem technológiai előrelépés. A lényeg a Flipboardnál is ugyanaz: a felhasználó által megjelölt érdeklődési- és témakörök alapján egy saját magazin jön létre, tele olyan cikkekkel, anyagokkal, amelyek az adott személyt érdekelhetik. „A Flipboard az Ön személyes magazinja. Ez a legnépszerűbb módja annak, hogy megtudja a legfrissebb híreket, történeteket olvasson a világ bármely pontjáról, és a barátai által megosztott cikkek, videók és fényképek között böngésszen. Kezdeként csupán válasszon ki néhány érdeklődésének megfelelő témakört, hogy megkezdhesse személyes magazinjának lapozgatását.” – áll a Flipboard hivatalos Facebook oldalán az alkalmazás bemutatásában.⁵⁸

A lényeg tehát ugyanaz a fentebb bemutatott két termékben: az egyénre szabottság. Az adott pillanatban érdekel bennünket valami, és rákattintunk egy konkrét témakörre. De idővel, főleg a huszonötödik „Vajon van-e élet a Földön kívül?” témában elolvasott cikk után valószínűleg már vágyunk a változatosságra. Persze sarkosan fogalmazok: nyilván több tárgykörben is tájékozódunk, más témájú tartalmak is megjelennek a képernyőn, de a lényeg: nem ér bennünket külső inger, hanem mi magunk választjuk meg, hogy mit is szeretnénk látni. Hogy mindez milyen kapcsolatban is áll a demokratikus társadalmakkal és a véleményszabadság érvényesülésével, a dolgozat a későbbi fejezetekben részletesen is kifejti.

4.2. A Google háza táján

Valahogy mindig is magától értetődőnek tűnt az, hogy a Google egységes: ha ugyanarra a kifejezésre keresnek rá, mindenki ugyanazokat a találatokat látja. A valóság azonban az, hogy szó sincsen „egyen-Google”-ről.

⁵⁷ ⁵⁷ Mike Klaas: Zite is Flipping out. (<http://blog.zite.com/2014/03/05/zite-is-flipping-out/>) (utolsó letöltés: 2014.10.20.)

⁵⁸ https://www.facebook.com/flipboard/info?ref=page_internal (utolsó letöltés: 2014.10.20.)

2009. december 4-e óta él a keresőóriás személyre szabott keresés funkciója. Összesen ötvenhét különböző jelző használatával von le következtetéseket arra nézve, hogy kicsoda ön és vajon milyen oldalak nyernék el a tetszését.⁵⁹

A Google személyre szabott keresőjének működési alapelve meglehetősen egyszerű. Ha rákeresünk valamire, ez a tevékenység rögzítésre kerül. Ahogy a későbbiek folyamán ugyanarról a számítógépről újabb és újabb kereséseket indítunk, egyfajta profil alakul ki rólunk a keresési múltunk alapján. Ennek a profilnak, és az ebben rejlő tudásnak köszönhetően a keresővállalat egyre több információval fog rendelkezni arról, hogy minket mi érdekel, és ehhez igazítva kapunk találatokat.⁶⁰

Sokakban támaszt kételyeket ez a fajta kiismerhetőség. Elviekben csak számok vagyunk a nagy adatbázisokban, tehát azon kívül, hogy a profilunk tartalmazza gyakorlatilag az összes olyan dolgot, ami valaha is érdekelt bennünket, igazából ezek az információk nem társulnak egy konkrét névhez vagy archoz. De tegyük fel, hogy engedünk a kísértésnek, és rákeresünk a saját nevünkre.⁶¹ Mindenkit izgat, vajon mi található róla az interneten. Viszont ha már konkrét neveket gépelünk be, egyre jobban szűkül a kör, egyre inkább beazonosíthatóvá válunk. Tehát vajon valóban ismeretlenek maradunk egy számkód és töménytelen mennyiségű adat mögött?

2012. január 10-én aztán újabb blog bejegyzés érkezett a kaliforniai vállalat háza tájáról, amellyel még a korábbinál is messzebbre vitték a személyre szabott keresőfunkciót a Google+ segítségével. „A keresés még mindig olyan weboldalak univerzumára korlátozódik, amelyet többnyire olyan emberek hoztak létre, akikkel soha sem találkozott. A mai napon mindezt megváltoztatjuk azzal, hogy az ön saját-emberekkel és információkkal teli – világát tesszük a keresés színterévé.”⁶² „Egy olyan keresőmotorra alakítjuk a Google-t, amely nem csak a tartalmat, hanem az embereket és a kapcsolatokat is képes megérteni.”⁶³ A bejegyzésben felvázolt Search Plus Your World lényege, hogy ahelyett, hogy „személytelen” találatok

⁵⁹ Eli Pariser: *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You*. The Penguin Press. New York. 2011. p. 2.

⁶⁰ Scott Buresh: *Google Personalized Search – All’s Well or Orwell?* (<http://www.mediumblue.com/newsletters/personalized-search.html>) (utolsó letöltés: 2014.09.30.)

⁶¹ Az angol nyelv találó módon az ”ego surf” kifejezést használja.

⁶² ”Search is still limited to a universe of webpages created publicly, mostly by people you’ve never met. Today, we’re changing that by bringing your world, rich with people and information, into search.”

⁶³ ”We’re transforming Google into a search engine that understands not only content, but also people and relationships.”

kerülnének a képernyőnkre, ismerőseink tapasztalatait, képeit, linkjeit kapjuk meg eredményként. Ehhez persze szükséges a Google+ szolgáltatás használata, ennek segítségével láthatjuk, hogy barátaink korábbi tevékenysége alapján melyek a releváns találatok számunkra. Elvileg ez jó dolog, hiszen nem vadidegenek honlapjait „kell” olvasgatnunk, hanem olyan emberek véleményével, információival találkozhatunk, akikben – mivel személyesen is ismerjük őket – megbízunk.⁶⁴

Ha tehát például az ismerőseink Google+-on kedvelnek egy bizonyos éttermet, valószínű, hogy az a találati listán feljebb kerül. Hogyha pedig rákeresünk egy konkrét illetőre, és annak a személynek van Google profilja, bizonyosan az fog eredményként felbukkani.⁶⁵ De a való életben sem hallgatunk mindig a barátainkra. „Ha ő a kútba ugrik, te is utána ugrasz?” – cseng fülünkbe édesanyánk szidalmazó hangja. Éppen ezért nem az ismerőseink véleményének kellene az egyik legfőbb befolyásoló tényezőnek lennie, ha keresésről van szó. Hasznos lehet, hogy tudjuk, valaki tapasztalatból beszél, de nagyon fontos, hogy más információkkal is találkozzunk, kilépjünk a saját világunkból. Ezáltal fejlődik az ember: hogy a maga útját járja, és olyasmikkel találkozik, amelyek nem illenek a mindennapi, megszokott életébe. Az új információ előre haladást, többé válást jelent.

4.3. A buborékban élés

A közösségi kereséssel és a személyre szabott találatokkal az a legnagyobb baj, hogy a saját és barátaink véleményére alapozva torzítja az eredményeket.⁶⁶ Mindannyian rendelkezünk kialakult világnézettel, látásmóddal, különböző érdeklődési körökkel. Ahhoz, hogy ezekre szert tegyünk szükséges, hogy rengeteg információval találkozzunk nap mint nap, hogy aztán a sokaságból kiszűrve egyes elemeket, beépítsünk azokat a saját gondolatvilágunkba. Ezáltal fejlődünk: megismerkedünk az ismeretlennel, meghökkenünk a meghökkentőn, és néha érdekessé válnak az érdektelennek tűnő dolgok is. Hányszor fordul elő az, hogy véletlenül kattintunk egy linkre, csak mert hirtelen megragadja a tekintetünket egy figyelemkeltő cím mondjuk a buddhizmussal kapcsolatban, holott római katolikus keresztények vagyunk, vagy

⁶⁴ <http://googleblog.blogspot.hu/2012/01/search-plus-your-world.html> (utolsó letöltés: 2014.09.30.)

⁶⁵ Larry Magid: How (and why) To Turn Off Google’s Personalized Search Results (<http://www.forbes.com/sites/larrymagid/2012/01/13/how-and-why-to-turn-off-googles-personalized-search-results/>) (utolsó letöltés: 2014.09.30.)

⁶⁶ Larry Magid: How (and why) To Turn Off Google’s Personalized Search Results (<http://www.forbes.com/sites/larrymagid/2012/01/13/how-and-why-to-turn-off-googles-personalized-search-results/>) (utolsó letöltés: 2014.09.30.)

végigolvassuk egy maratonfutó versenybeszámolóját, pedig mi magunk a busz után sem szeretünk rohanni.

A tartalmak, adatok és információk perszonalizálódását elősegítő fejlesztések mellett, hogy számos előnnyel bírnak, és sok esetben megkönnyíthetik a felhasználó életét, több szempontból problémásak is. A dolgozatom szempontjából leginkább releváns dilemmát az az információs univerzum⁶⁷ jelenti, amelyet Eli Pariser szűrőbuboréknak⁶⁸ nevez, és amely alapjaiban változtatja meg annak módját, ahogyan az elképzelésekkel és információkkal mindennapi életünk és internethasználatunk során találkozunk.⁶⁹

Természetesen valamilyen szinten mindig is az ízlésünknek leginkább megfelelő médiatartalmakat fogyasztottuk, és figyelmen kívül hagytuk a többit. A szűrőbuborék azonban három olyan új jelenséget is előtérbe állít, amivel korábban nem kellett megbirkóznunk. Először is: a szűrőbuborékban egyedül vagyunk. Másodszor: a buborék láthatatlan. Harmadszor pedig: nem mi választjuk, hogy bele akarunk-e kerülni vagy sem.⁷⁰

Ha a kezünkbe vesszük egy nyomtatott sajtóterméket, vagy egy adott televízió csatornára kapcsolunk, nem vagyunk egyedül: rajtunk kívül akár több ezer ember is olvassa ugyanazt a lapot, vagy nézi ugyanazt a műsort. Az internettel azonban más a helyzet: azáltal, hogy rögzítésre kerül mindaz, amire rákeresünk vagy kattintunk, egyre jobban különválasztódnak a többi embertől. Biztosan van két olyan személy, akinek a kedvenc filmje az Álom luxuskivitelben, de emellett szeret paintballozni, és sokszor keres rá az ókori görög mitológia szereplőinek élettörténetére. De minél több ilyen keresési adat vagy érdeklődési kör rögzül, annál inkább egyedül maradunk. Csak mi és az algoritmusok által számunkra tökéletesnek tartott információk.

A szűrőbuborék lényege tehát az, hogy az alapján, amit az internet gondol rólunk és arról, vajon mi érdekel bennünket, egyre nagyobb mennyiségű személyre szabott tartalommal fogunk találkozni. Nem ugyanazt fogjuk látni a képernyőn, mint bármelyik ismerősünk a saját számítógépén, hiszen mindenki saját buborékkal rendelkezik. A perszonalizáció ezen ágának

⁶⁷ universe of information - Eli Pariser: The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You. The Penguin Press. New York. 2011. p. 9.

⁶⁸ filter bubble

⁶⁹ Eli Pariser: The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You. The Penguin Press. New York. 2011. p. 9.

⁷⁰ Eli Pariser: The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You. The Penguin Press. New York. 2011. p. 9-10.

növekvő térnyerése és mindinkább hangsúlyossá váló jelenléte pedig jogi szempontból is érdekes kérdéseket vet fel, melyek vizsgálatával a következő fejezetben fogok foglalkozni.

V. A vélemény szabadság és az informáltsághoz való jog

A korábbi fejezetekben áttekintettem, hogyan is kerül rögzítésre egy átlagos internethasználó számos adata, és ezáltal hogyan kerül bele egy személyre szabott szűrőbuborékba. A profilok készítése és felhasználása a jog irányából megközelítve is forró témának tekinthető, tehát olyasvalaminek, amivel mindenképpen kell és érdemes is foglalkozni, hiszen szinte mindenkit érint, sok esetben a tudtuk nélkül. Ahhoz azonban, hogy jogi relevancia szempontjából is megvizsgálhassam a problémát, fontosnak tartom, hogy a kommunikációs jogok tág körétől indítva a vélemény szabadság és a médiapluralizmus tárgyalásán keresztül jussak el az egyén informáltsághoz való jogáig, ezáltal tisztázva a profilok és szűrőbuborékok létezésében megbúvó veszélyeket.

5.1. Történeti áttekintés

5.1.1. A kommunikációs jogok

A kommunikáció – a gondolatok és vélemények közlése másokkal – szinte egyidős az emberiséggel. A közvetítő eszközök megjelenése, és azon túl elérhetővé válása azonban sokáig váratott magára: a kinyilatkoztatott gondolatok többnyire csak a jelenlevő közönséghez juthattak el, a kézi másolás és a rögzítés egyéb formái hosszú időn keresztül az egyház privilégiumai voltak, a befogadás pedig az olvasáskészség meglétét igényelte.⁷¹

A vélemény szabadság vizsgálatához vezető kihagyhatatlan lépés a kommunikációs jogok történeti és fogalmi fejlődésének nyomon követése.⁷² A nyilvánossághoz vezető hosszú úton az első mérföldkő minden kétséget kizáróan a könyvnyomtatás feltalálása volt a kora újkorban. Ezt tekinthetjük a médiumok differenciálódásának kezdetének, amely jelentősen segítette az információáramlást a társadalmakon belül. Következő állomásként a politikai nyilvánosság kialakulását említhetjük, mely a 18. század közepére tehető, és az írott sajtó jelentőségének megnövekedésével lehet jellemezni. Ebben az időszakban nem is annyira az egyéni vélemény nyilvánítás, mint inkább a sajtó szabadsága állt a jogi szabályozás

⁷¹ Halmai Gábor: A vélemény szabadság határai. Atlantisz Könyvkiadó. Budapest. 1994. 21. o.

⁷² Halmai Gábor: A vélemény szabadság határai. Atlantisz Könyvkiadó. Budapest. 1994. 19. o.

középpontjában. A 20. század közepére aztán az elektronikus tömegkommunikációs eszközök – elsősorban a rádió és televízió – elterjedésével véget ért a nyomtatott tartalom szinte kizárólagos uralma, és radikális változások következtek be nem csupán a nyilvánosság szerkezetében és a hagyományos sajtó funkcióiban, de a kifejezés szabadságának jogi szabályozásának vonatkozásában is megválaszolásra váró új kérdéseket vetődtek fel.⁷³ A 2000-es években pedig olyan hihetetlen sebességgel kezdett teret hódítani magának az internet, hogy a jog csak jelentős lemaradással tudja – vagy inkább kísérli meg – szabályozni az életviszonyokat.

A kommunikációt szolgáló jogok játsszák az egyik legfontosabb szerepet a nyilvános akaratképzésben, főleg, ha az egyének és azok közösségei számára teszik lehetővé a közügyekben való tájékozódást. Ennek az igénynek köszönhetően vált az információs szabadság is önálló alapjoggá. Ugyanakkor a passzív, megismerési oldal mellett jelen van az aktív is, amennyiben a kommunikációs jogok eszközként szolgálnak az egyén számára a politikai folyamatok tevékeny befolyásolására. Míg előbbinek az informáltsághoz való jog, addig utóbbinak a véleménynyilvánítás szabadsága felel meg leginkább. Mivel mindkét jog dolgozatom alaptémája, ezért a mostani megemlékezést a későbbiekben bővebb kifejtés követi majd.

5.1.2. A kommunikáció és a kommunikációs alapjogok viszonya

A kommunikációra vonatkozó modellek közül a jog szempontjából két séma emelkedik ki: a tranzaktív és az interaktív kommunikáció. Előbbi lényege, hogy az információ egyik helyről a másikra áramlik, tehát a feladó által végzett tevékenység játszik központi szerepet abban, hogy az információ eljusson a címzethez. Az interaktív kommunikációban a két fél közösen, együtt dolgozik azon, hogy a másikkal valamit megértsenek, illetve hogy közös nézetet alakítsanak ki az adott témáról.⁷⁴ Az emberi kommunikáció tranzaktív felfogása feleltethető meg a véleménynyilvánítás szabadságának az egyéni szabadságjogot megvalósító jellemzőjével, míg az interaktív kommunikációval valósul meg a demokratikus akaratképzés.⁷⁵

⁷³ Halmai Gábor: Kommunikációs jogok. Új Mandátum Könyvkiadó. Budapest. 2002. 31-32. o.

⁷⁴ Drinóczi Tímea: A kommunikációs jogok áttekintése (<http://rmjk.adatbank.transindex.ro/pdf/06.Drinoczi.pdf>) (utolsó letöltés: 2014.10.25.)

⁷⁵ Drinóczi Tímea: A kommunikációs jogok áttekintése (<http://rmjk.adatbank.transindex.ro/pdf/06.Drinoczi.pdf>) (utolsó letöltés: 2014.10.26.)

A kommunikációhoz való jognak Halmai Gábor megközelítésében kétféle igazolása lehetséges. Az egyik az instrumentális igazolás vagy más megfogalmazásban demokratikus elmélet, amely egyfajta eszközként tekint e jogra, amely a társadalom egészének azon érdekét szolgálja, hogy valamennyi vélemény és gondolat – ami csak képes hozzájárulni a problémák megoldásához, vagy akár az igazság kiderítéséhez – az felszínre kerülhessen. A másik, libertáriánus igazolás szerint viszont a kommunikációhoz való jog az önkifejezéshez fűződő individuális jog. Eszerint azt nem csak a következményei támasztják alá, hanem az a mindenkit megillető morális jog, hogy belátása szerint azt mond, amit akar. Ez a „szabadságmodell” a demokratikus elmélettel szemben nem a közjó érdekeit szolgáló vélemények piacát védi, hanem inkább az individuális szabadság körét a bárminemű kormányzati beavatkozással szemben.⁷⁶

A kommunikáció és a kommunikációs alapjogok kapcsolata legegyszerűbben úgy fogalmazható meg, hogy minden ilyen alapjog kommunikációnak minősül, de nem minden kommunikáció jelenti egyben alapjog gyakorlását. Ahhoz, hogy ez utóbbiról lehessen szó, bizonyos alapjogi jellegben és funkcióban megnyilvánuló feltételnek kell együttesen fennállni. Előbbi azt takarja, hogy az alapjogot egyénnek kell gyakorolnia, méghozzá az állammal szemben. A funkcionális feltétel pedig abban ölt testet, hogy a kommunikációnak mindig valamilyen ismeret, információ, vagy akár benyomás, érzés továbbítását szükséges szolgálnia úgy, hogy az a vevőhöz eljusson. Ha azonban ezen jellemzők nincsenek meg, a kommunikációs folyamat kapcsán nem lehet kommunikációs jogról beszélni.⁷⁷

A fentebb vázoltak szerint tehát alapjogról csak abban az esetben beszélhetünk, ha az egyik oldalon az állam áll, akivel szemben az adott jog érvényesítendő. Véleményem szerint azonban ez a kitétel a kommunikációs alapjogok kapcsán mára már meghaladottá vált, hiszen míg a 20. század végéig a legfőbb hatalom az állam kezében volt, és az információáramlását könnyű szerrel szabályozhatta, addig napjainkban az internet nem elsősorban az állam által kerül korlátozásra⁷⁸, hanem olyan tényezők által⁷⁹, amelyek tevékenysége egyelőre csak nagy körvonalakban látható át. Ez azonban nem eredményezheti azt, hogy bár végső soron alapjogok sérülnek, ezt mégsem lehet kijelenteni, mert az egyén érdekei nem az állam

⁷⁶ Halmai Gábor: Kommunikációs jogok. Új Mandátum Könyvkiadó. Budapest. 2002. 26. o.

⁷⁷ Drinóczi Tímea: A kommunikációs jogok áttekintése (<http://rmjk.adatbank.transindex.ro/pdf/06.Drinoczi.pdf>) (utolsó letöltés: 2014.10.25.)

⁷⁸ Természetesen erre is akad példa, elég csak Kínára vagy Észak-Koreára gondolni.

⁷⁹ legyen szó akár szolgáltatókról, akár a látogatott weboldalakról

korlátozó tevékenységei által kerülnek veszélybe. Egy alapos revízió megvalósítását már nem lehet sokáig halogatni.

5.1.3. A véleményszabadság, mint alapjog

A véleményszabadság mind a nemzetközi, mind a nemzeti médiaszabályozás garanciális feltétele, annak megkerülhetetlen kereteit határozza meg. Az emberi jogok – ahogy azt már korábban is említettem, és részben meg is kérdőjeleztem a technológiai fejlődés jelentette változások miatt – az egyén és az állam közötti viszony tényezői. Egyik legfőbb feladatuk kifejezni azt, hogy minden ember egyenlő mértékben rendelkezik olyan veleszületett, elidegeníthetetlen és sérthetetlen jogosultságokkal, amelyek tekintetében az állam nem mint a jogok adományozójaként tűnik fel, hanem csupán elismeri és tiszteletben tartja azokat. Az alapjogok katalógusát az országok alkotmányai, alaptörvényei, valamint nemzetközi emberi jogi egyezmények deklarálják, ezzel kikényszeríthetőségüket is biztosítva.⁸⁰

Az 1789-ben született Ember és Polgár Jogainak Nyilatkozata 11. cikkelyében az ember egyik legbecsesebb jogának nevezi az egyén azon jogát, hogy gondolatait és véleményét szabadon kinyilváníthatja. Ezért minden polgár számára lehetővé teszi, hogy írásban, szóban vagy nyomtatásban szabadon nyilatkozhasson, azonban mindenki felelős azért, ha visszaél szabadságával.⁸¹ Hasonlóan fogalmaz az 1950 novemberében Rómában kelt Emberi Jogok Európai Egyezményének 10. cikke is: „1. Mindenkinek joga van a véleménynyilvánítás szabadságához. Ez a jog magába foglalja a véleményalkotás szabadságát és az információk, eszmék megismerésének és közlésének szabadságát országhatárokon tekintet nélkül és anélkül, hogy ebbe hatósági szerv beavatkozhasson.”⁸² Ugyanakkor meghatározott feltételek megvalósulása esetén – mint például a demokratikus társadalomban a nemzetbiztonság, a területi sértetlenség, a közbiztonság, a zavargás vagy bűnözés megelőzése – az említett szabadságok gyakorlása törvényben meghatározott korlátozásoknak vagy akár szankcióknak alávetethők.⁸³

Magyarország Alaptörvényének IX. cikkében az áll:

⁸⁰ Gálik Mihály – Polyák Gábor: Médiaszabályozás. KJK-Kerszöv. Budapest. 2005. 48. o.

⁸¹ Gálik – Polyák: i. m. 54. o.

⁸² 1950. évi római Egyezmény az emberi jogok és alapvető szabadságok védelméről (utolsó letöltés: 2014.10.26.)

⁸³ 1950. évi római Egyezmény az emberi jogok és alapvető szabadságok védelméről (utolsó letöltés: 2014.10.26.)

„(1) Mindenkinnek joga van a véleménynyilvánítás szabadságához.

(2) Magyarország elismeri és védi a sajtó szabadságát és sokszínűségét, biztosítja a demokratikus közvélemény kialakulásához szükséges szabad tájékoztatás feltételeit.”⁸⁴

A véleményszabadság, mint anyajog, a kommunikációs jogok centrumában áll, és azok gyakorlásának alapfeltételét adja. Ugyanakkor tágabb értelmet is nyerhet, mivel az mindenféle gondolat, vélemény, állásfoglalás kifejtését, kifejezését magában foglalja. A véleménynyilvánítás szabadsága, ha a legtágabb értelmében vizsgáljuk, általában véve a mások irányába intézett mindenféle közlés szabadságát felöleli, függetlenül a közlés módjától, vagy a közlemény erkölcsi minőségétől, értékétől.⁸⁵ Mint politikai alapjog ugyanakkor az állami közhatalom ellenőrzésének egyik eszköze is, így a legerősebb védelmet a politikai támadásokkal szemben kell kapnia.⁸⁶

Mint ahogyan arra az 5.1.2-es alfejezetben is utaltam, véleményszabadsággal foglalkozó jogi és filozófiai irodalom egyetért abban, hogy e jognak két fő igazolása lehet. Az egyik a kifejezés szabadságát egyfajta eszköznek tekinti, amely a társadalom egészének azon érdekét szolgálja, hogy mindaz a vélemény, gondolat, amely csak képes lehet a problémák megoldásához hozzájárulni, felszínre kerülhessen. Ugyanakkor nem elegendő az, hogy a véleménynyilvánítás mindenkinnek morális joga, hanem szükséges, hogy olyasmi kerüljön kifejezésre, ami hozzájárul az előrelépéshez és fejlődéshez. Ehhez kapcsolódik a másik igazolás lényege, a kifejezéshez fűződő individuális jog, amely szerint az emberi szabadságok, és azokon belül a kifejezés szabadságának fundamentuma az autonómia. Az autonómiát végső értéként kezelő, egyébként Immanuel Kant morálfilozófiáján alapuló megközelítést szokás konstitutív igazolásnak nevezni.⁸⁷

Az Alkotmánybíróság 1994-es állásfoglalása szerint a véleményszabadság alapvető célja annak biztosítása az egyén számára, hogy mások véleményét formálja, meggyőzzön másokat a saját álláspontjáról. Ebből kifolyólag a véleménynyilvánítás szabadsága mindenféle közlés szabadságát felöleli, függetlenül a közlés módjától és értékétől, erkölcsi minőségétől, de

⁸⁴ Magyarország Alaptörvénye (2014.10.26.)

⁸⁵ Halmai Gábor: A véleménynyilvánítás szabadsága

(http://alkotmanyjog.jogiforum.hu/curriculum/chapter/1346/heading/1348,1352,1388/level2/1352,1388#1388_12) (utolsó letöltés: 2014.10.27.)

⁸⁶ Balogh-Békesi Nóra – Balogh Zsolt: Alapvető politikai jogok és szabadságok. In: Cserny Ákos (szerk.): Alkotmányjog. Nemzeti Közszerkesztési és Tankönyv Kiadó Zrt. Budapest. 2013. 207. o.

⁸⁷ Halmai Gábor: A véleményszabadság határai. Atlantisz Könyvkiadó. Budapest. 1994. 307. o.

többszörre még a valóságtartalmától is.⁸⁸ Ebben a megközelítésben tehát nem követelmény az előrelépés és a fejlődés a nyilvánított vélemény által, amivel egyet értek, hiszen nem várható el minden állásfoglalástól, hogy jobbá tegye a világot. Ugyanakkor minden hozzászólásnak lehetőséget kell biztosítani, nem lehet különbséget tenni vélemény és vélemény között olyan tekintetben, hogy míg az egyik védendő, a másik nem, csak mert egy szubjektív értékelés alapján valamelyik által fejlődik a társadalom. Nem gondolom, hogy lehetséges volna objektíven határozni arról, hogy mi hajt előre egy közösséget, és mi nem.

5.2. A véleménynyilvánítás szabadsága és a demokratikus akaratképzés

5.2.1. A demokratikus vélemény- és akaratformálás

A számos demokráciafelfogás közül Robert A. Dahl által kiemelt megközelítés a demokráciát olyan eszményi vagy elméleti rendszernek tekinti, amely az emberi lehetőségek határait közelíti meg, illetve azokat akár túl is lépi. E felfogás a demokratikus eljárás egyik elmaradhatatlan elemeként említi a véleményalkotáshoz szükséges tájékozottságot: minden polgárnak megfelelő és egyenlő lehetőségekkel kell bírniuk ahhoz, hogy megfontolt ítéletet hozhassanak, hogy ezáltal a lehető legkívánatosabb végeredmény válhasson elérhetővé.⁸⁹

Egy 2004-es Alkotmánybírósági határozat így fogalmazott: „A sokszínű nézetek jelenléte a plurális, demokratikus társadalom lényege. A változatos hangok lehetőséget nyújtanak az autonóm egyén számára a választásra, az egymással versengő érvek felvonultatása pedig hozzájárul a felmerülő társadalmi probléma mielőbbi megoldásához.”⁹⁰

A „demokratikus közvélemény” a társadalmi nyilvánosság azon állapota, amely lehetővé teszi az egyén számára a megalapozott véleménynyilvánítást és a közügyekben való felelős részvételt azáltal, hogy felszínre hozza az adott kérdésben felmerült összes releváns, vonatkozó álláspontot.⁹¹ A Halmai által idézett John Stuart Mill és az ő „vélemények piaca” felfogása is azt mondja ki, hogy az igazság napfényre kerülésének legbiztosabb módja a gondolatok szabad áramlása.⁹²

Halmai Gábor kissé utópikus gondolatait osztja meg, amikor könyvében arról ír, hogy a demokratikus berendezkedések arról ismerszenek meg, hogy elviselik még a számukra

⁸⁸ 36/1994. (VI. 24.) AB határozat (2014.10.27.)

⁸⁹ Robert A. Dahl: A pluralista demokrácia dilemmái. Osiris Kiadó. Budapest. 1996. 13-14. o.

⁹⁰ 18/2004. (V. 25.) AB határozat (idézi: Gálik – Polyák: i. m. 56. o.)

⁹¹ Gálik – Polyák: i. m. 58. o.

⁹² Halmai Gábor: A véleményszabadság határai. Atlantisz Könyvkiadó. Budapest. 1994. 310. o.

kellemetlen vélemények szabad terjesztését is, már csak abból kifolyólag is, mert ez a legjobb módszer a hatalom ellenőrzésére. Az igazi demokraták félnek saját ellenőrizetlen hatalmuktól is, és ezért megosztják azt az – itt Halmai a német filozófus-szociológus, Jürgen Habermas szavait használja – „okoskodó” nyilvánossággal. Ez által válik a modern democráciákban a szabad kifejezések alkotta nyilvánosság önálló hatalmi tényezővé, mert hatalmat csak másik hatalommal lehetséges korlátozni.⁹³

A 2010-es médiatörvényünk is alapvetően szinten fogalmazza meg, hogy a közszolgálati médiaszolgáltatás a demokratikus társadalmi rend megfelelő működésének elengedhetetlen feltétele.⁹⁴ Ahogyan azt a 37/1992. számú AB határozat deklarálja, a média a véleményalkotáshoz szükséges információszerzésnek és véleményformálásnak kiemelt jelentőségű eszköze, emellett pedig véleményalkotás feltételét jelentő tájékoztatásban és tájékozódásban is elengedhetetlen kellék.⁹⁵

Az, hogy különböző véleményekkel – akár a sajátunkkal egyezővel, akár azzal szöges ellentétben állóval – találkozunk, azért fontos, mert a szerzett információk hatással vannak ránk, arra, hogy mit gondolunk, hogyan látjuk a lényeges kérdéseket. A másoktól való tanulás az emberiség fejlődésének legalapvetőbb eleme: a kisgyermek születésétől kezdve tanulnak szüleiktől, testvéreiktől, aztán később tanáraiktól, iskolatársaiktól. A média, mivel részt vesz az információátadásban, egyértelmű, hogy befolyással bír az emberek gondolkodásmódjára és ismeretanyagára is. Éppen ezért szükséges, hogy megvalósuljon a széleskörű tájékoztatás, hiszen a döntések meghozatalához ismeretek kellene, amire alapozva válik lehetővé a társadalmak előre menetele. Ezért is kell különös figyelmet szentelni annak, hogy a véleményszabadság biztosítva legyen, mert a demokratikus akaratformálás kulcsfontosságú eleme az egyenlő esélyek biztosítása az információátadásban és az információszerzésben. Nem elhanyagolható az információk minősége sem: ha az egyén torz ismeretekhez jut, torz döntéseket fog hozni. Garantálni kell tehát, hogy minden hang megszólalhasson, és mindenkinek lehetősége legyen azokat választása szerint meghallgatni.

5.2.2. A média kapuóreinek lecserélődése

A demokrácia egyik lényeges jellemzője, hogy benne a polgárok megismerik a lehetőségeket, és a megszerzett tudás alapján hozzák meg a döntéseiket. A média megjelenése óta központi

⁹³ Halmai Gábor: A véleményszabadság határai. Atlantisz Könyvkiadó. Budapest. 1994. 235. o.

⁹⁴ 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról (2014.10.29.)

⁹⁵ 37/1992. (VI. 10.) AB határozat (2014.10.27.)

kérdés, hogyan is tájékozódnak az emberek, de ami talán még fontosabb, hogy hogyan tájékoztatják őket. Sok kutató foglalkozott már azzal, miképpen változhat meg az üzenet a különböző média-fogások által.

A tájékoztatást érintő manipuláció egyik legelterjedtebb és napi szinten alkalmazott eljárása a különböző médiatermékek szerkesztőségei által végzett szelektálás, melynek során számos tényező alapján összeválogatásra kerül, mi szerepeljen a hírek között, és mi maradjon ki az adott sajtótermékből. A 20. század első felében bukkant fel a szakirodalomban a média kapuőreinek fogalma. Elsőként Kurt Lewin használta a „kapuőr” kifejezést a II. világháborúban végzett megfigyeléseinek leírásában, ő azonban nem a médiával, hanem a háztartásokban megjelenő mindennapos döntéshelyzetek elemzésével kapcsolatban alkalmazta azt. 1950-ben a bostoni egyetem professzora, David Manning White publikálta tanulmányát, melyben a tömegmédiában megjelenő kapuőröknek szentelte figyelmét. Egy amerikai kisváros sajtószerkesztőségének munkáját követte nyomon, egész pontosan azt a folyamatot, ahogyan a sajtóügynökség az anyagokat szelektálta. Mind White, mind az őt követő kutatók azt vizsgálták, hogy hol és miként, milyen mechanizmusokon keresztül konstruálódik a tömegmédiában bemutatott valóság. A szerkesztők nem pusztán közvetítik a tényeket, hanem előzetesen különböző szempontok alapján szelektálnak.⁹⁶ Ez egy – a média világában – természetes és ésszerű eljárás. Ahhoz, hogy kialakuljon egy közönségbázis, az igényeknek és az arculatnak megfelelő tartalmakat kell közvetíteni, mert az emberek olyasmit kívánnak fogyasztani, ami valamilyen szempontból érdekes számukra. Az, hogy mi kerüljön bele például egy napilapba, számtalan tényezőtől függ az aktualitástól kezdve a relevancián át egészen az üzleti szempontokig. Az pedig már a fogyasztókon múlik, hogy mely lapokat emelik le az újságosstandok polcairól, vagy melyik csatornára kapcsolnak; a döntés az ő kezükben van, hogy meghatározzák, milyen jellegű információkhoz kívánnak hozzájutni. Ha dokumentumfilmeket szeretnének nézni, akkor ismeretterjesztő adókat néznek, ha a sztárvilág hírei érdeklük őket, akkor pedig pletykalapokat vásárolnak. Szerkesztett tartalommal találkoznak, de ennek teljes mértékig tudatában vannak.

Az internet felemelkedésének korszakában a kapuőrök kiléte megváltozni látszik. A páratlan információforrást jelentő világhálón többé nem szerkesztők befolyásolják, hogy milyen hírekhez jutunk hozzá, hanem a Google, a Facebook, vagy akár a Twitter, a Youtube

⁹⁶Jenei Ágnes: Miből lesz a hír? A televíziós hírgyártás szervezetszociológiai vizsgálata (http://www.mediakutato.hu/cikk/2001_02_nyar/02_mibol_lesz_a_hir) (utolsó letöltés: 2014.10.29.)

algoritmusai. Ugyanakkor ezek az algoritmusok szinte megfoghatatlanok, és ami még fontosabb, hogy gyakorlatilag a felelősségre vonásuk is lehetetlen. Amíg egy főszerkesztő teljes felelősséggel bír az irányítása alá tartozó médiumért, addig az algoritmusok kis túlzással kontroll nélkül dönthetnek arról, kihez milyen információ juthat el, hiszen „ők” csak az alapján járnak el, ahogyan programozták őket. Az algoritmusok nem gondolkodnak, nem mérlegelnek, egyszerűen teszik a dolgukat, amitől nincs lehetőség eltérni.

A Google-t érte már támadás azon eljárása miatt, amiért az esetlegesen szerzői jogokat sértő tartalmakat – mint például torrent oldalakat – nem jeleníti meg. Elmondásuk szerint azért, hogy ezzel is segítsék a harcot a „kalózkodással” szemben. Ugyanakkor ezt az eljárást sokan nem tekintik cenzúrának, mivel ha kicsit hosszabb úton is, de ugyan úgy elérhetőek ezek a tartalmak, akár még a Google használatával is. Az Apple hangvezérelt keresőasszisztense, Siri pedig elutasítja a felhasználókat, amennyiben abortuszklinikák keresésére szólítják őt fel.⁹⁷

Nyilván nem kötelező ezeket az eszközöket használni – ahogy korábban is mindenki maga dönthette el, hogy milyen újságot olvasott. Ha valaki megvett egy jobboldali vagy baloldali irányultságú lapot, természetesen olyan információkhoz jutott, amelyek annak a politikai felfogásnak jobban megfelelt. De más a helyzet a modern technológiákkal, mert itt láthatatlanul történik a tartalmak cenzúrázása, tudunkon kívül esünk el bizonyos találatoktól. Nem vagyunk tisztában azzal, hogy nem minden lehetőséget látunk, vagy, hogy nem egyezik meg a mi találati listánk, vagy a hírfolyamunk más felhasználókéval.

Ami különösen izgatja a médiakutatókat, az az, hogy meglátásuk szerint csak a tájékozott és autonóm állampolgárok képesek megfontolt politikai döntéseket hozni. A tájékozódás gyakorlatilag a népszuverenitás előfeltétele, és ha a média képes manipulálni a fogyasztókat, az végső soron a demokráciát sodorhatja veszélybe.⁹⁸ A kérdés tehát az, hogy milyen eredménnyel informálódnak az emberek a médiából, a tudás, amire a fogyasztás által szert tesznek, mennyire torzított, egyoldalú, vagy a valóság sokszínűségének milyen mértékben megfelelő.

⁹⁷ Mathew Ingram: The rise of the new information gatekeepers (<https://gigaom.com/2011/12/01/the-rise-of-the-new-information-gatekeepers/>) (utolsó letöltés: 2014.10.29.)

⁹⁸ Bajomi-Lázár Péter: Manipulál-e a média? (http://www.mediakutato.hu/cikk/2006_02_nyar/04_manipulal-e_a_media/) (utolsó letöltés: 2014.10.27.)

5.2.3. A véleményszabadság és a médiapluralizmus viszonya

A 2000-es évekig a média elsősorban a nyomtatott sajtót, a rádiót és a televíziót jelentette, mára viszont – és a jövőre vonatkozóan is – elsősorban az internetet kell górcső alá venni és a fókuszba állítani. Mint az már az előbbieken kifejtésre került, ahhoz, hogy az egyén megalapozott döntést hozhasson, a lehető legteljesebb körű tájékoztatásban kell részesülnie. Ennek biztosítására szolgál a véleményszabadság, melynek egyik alapvető funkciója a különböző gondolatok és nézőpontok szabad megismerésének és a saját álláspontok másokkal való megismertetésének lehetővé tétele.

A véleményszabadság garantálja a hétköznapi emberek számára, hogy – szinte – korlátozásoktól mentesen vehessenek részt a gondolatok áramlásában, és mindannyian szerepet játszhatnak politikai, gazdasági, kulturális döntések befolyásolásában és meghozatalában.⁹⁹ Ugyanakkor a véleményszabadság alapjogának biztosítására szolgál a sajtószabadság intézménye is, mely célzottan a médiatermékek széleskörű és változatos jelenlétének biztosítására irányul.

A médiatartalmakhoz való hozzáférés egyik legfontosabb célkitűzése a pluralizmus megvalósulása. Az a fajta sokszínűség, amelyet a média pluralizmusának igazából konkrét definícióval nem rendelkező jelensége alatt értünk, magába foglalja a társadalmi csoportok arányos megjelenését a médiaszerkezetben és –tartalomban, ezen kívül az egyenlő hozzáférési lehetőségeket a különböző társadalmi és kulturális kisebbségek számára, a médiának a különböző érdekek és vélemények fórumaként való funkcióját, továbbá a széles tartalomkínálatot és választékot. A média sokszínűsége fontos szerepet játszik a társadalmi változások elősegítésében, javítja az egymással szemben álló társadalmi csoportok közötti párbeszédet, és növeli a kulturális és társadalmi élet diverzitását is. A média pluralizmusa a médiakínálat azon változatosságát jelenti, amelyben minden álláspont, nézet, kulturális érték lehetőséget kap a megjelenésre. A német alkotmánybírói gyakorlat szerint a pluralizmus a véleményszabadság érvényesülésének egyik alappillére, amely egyúttal megalapozza az állam aktív beavatkozását ezen alapjog-gyakorlás kereteinek felállításában: ahhoz, hogy az emberek kialakíthassák saját álláspontjukat, meg kell ismerniük a többi releváns véleményt is, az

⁹⁹ Jack M. Balkin: Digital speech and democratic culture: A theory of freedom of expression for the informational society. In: Koltay András (szerk.): Butterfly upon a Wheel? Budapest. 2013. p. 95.

államnak pedig kötelessége, hogy a plurális médiakínálat kialakításához szükséges szabályozásokat garantálja.¹⁰⁰

Nem ok nélkül hangsúlyozom ennyire annak az összefüggésnek a fontosságát, amely szerint a demokratikus társadalom létének elengedhetetlen feltétele a megfelelő tájékozottság. A média- és sajtószabályozások egyik kardinális pontja annak biztosítása, hogy minél szélesebb réteg váljék az információk birtokosává, és a lehető legkevesebb legyen azok száma, akik esetleg akaraton kívül nem juthatnak hozzá bizonyos tudáshoz. Ugyanakkor az utóbbi években egyre növekvő tendencia, a személyre szabott tartalmak és a szűrőbuborékok megjelenése és viharos térnyerése új megvilágításba helyezi a szabályozásra való törekvéseket. Hiába kívánja a törvényhozó biztosítani a különböző sajtótermékek tartalmi sokszínűségét, ha ennek a pluralizmusnak az internet fénykorában végső soron maguk a felhasználók a legnagyobb gátjai – még ha tudtukon kívül is. Komoly ellentmondás húzódik itt. Míg a nyomtatott sajtó és a televízió csak szerkesztők által átválogatott és kiválasztott információkat közvetítettek, addig a világháló maga a korlátlan és cenzúrázatlan tudástár. Itt lépnek be az algoritmusok: adott a hatalmas információs halmaz, amiben ezek a számítástechnikai eszközök ragadják meg virtuálisan az egyén kezét, nehogy elveszen az adatrengetegben. Viszont nem mindegy, hogy hogyan és milyen mértékben, mennyire tolakodóan történik meg ez a fajta segítségnyújtás.

Nem vitatom, hogy számos előnye van a perszonalizációnak, hiszen kapaszkodót próbál nyújtani, hogy az információtengerben könnyebben megtalálhassuk, ami érdekel bennünket. Azonban a szűrőbuborékba kerülve könnyen válhat az áldás átokká: rejtve maradhat mindaz, ami érdekelhetne minket, csak még nem találkoztunk a témával, és így az online profilunkban sem szerepel. Nem is tudjuk, hogy mi az, amit nem tudunk, de tudhatnánk. Annyi vélemény, ismeret, tudás van az interneten, és mégis a saját nézőpontunk rabjává válunk. Hiába küzd hát az internet a sokszínűségért és az ismeretekhez való hozzáférés egyenjogúságáért, ha a másik oldalon algoritmusok tevékenykednek a felhasználói élmény „jobbá tételéért”. A végeredmény az, hogy sérül az alapjog, csak éppen egy eddig kevésbé ismert jelenség által.

¹⁰⁰ Polyák Gábor: A médiapiac szabályozásának változó eszközei.
(http://econ.core.hu/file/download/vesz2010/04_mediapiac.pdf) (utolsó letöltés: 2014.10.29.)

5.3. Az informáltsághoz való jog és a szűrőbuborékok kapcsolata

5.3.1. Az információs önrendelkezési jog, mint általános személyiségi alapjog

A személyiséget a jog számos aspektusból közelíti meg és ragadja meg, ebből kifolyólag pedig a védelmét is egymástól eltérő természetű alapjogokkal igyekszik garantálni. A generális értelemben vett önrendelkezési jog az egyén döntési szabadságra vonatkozó igényének érvényesülését hivatott biztosítani, mint általános személyiségi jog. A lényeg annak biztosítása, hogy mindenki saját belátása szerint döntsön és cselekedjen a saját személyét, testét érintő kérdésekben. Az identitás kifejezésre juttatásával kapcsolatos szabadságjogok arra szolgálnak, hogy az egyén ezekhez mind szavakban, mind tettekben hű maradjon. Ehhez olyan védelem biztosítása szükséges, amely lehetővé teszi, hogy az ember bírjon egy olyan kizárólagos magánszférával, amellyel csakis ő rendelkezhet, amely felett ő uralkodik, és amelyen belül biztonságban van, mivel a külvilág egyáltalán nem, vagy csak korlátozott mértékben férkőzhet be.¹⁰¹

Az információs önrendelkezési jog esetében az alapjog egy szűkebb tárgyra irányul: hogy az egyén saját maga dönthesse személyes adatainak kiszolgáltatásáról és felhasználásáról. Az információs önrendelkezési jog alapján rendelkezik az érintett saját adatairól, valamint ezek esetleges továbbításáról is.¹⁰² A koncepció – mely egyébként a német alkotmánybíróság 1983-as népszámlálás-ítéletéhez köthető – egyik lényeges eleme, hogy az érintettnek át kell látnia az adatait érintő kezelés teljes folyamatát, mert csak így képes megalapozott döntést hozni személyes adatainak kiszolgáltatásáról.¹⁰³ Az Alkotmánybíróság 15/1991-es határozatában megfogalmazta: személyes adatot felvenni és felhasználni a kivételes esetektől eltekintve kizárólag az érintett beleegyezésével szabad, és mindenkinek joga van tudni, hogy ki, hol, mikor, milyen célra használja fel a róla megszerzett adatokat.¹⁰⁴

A német alkotmánybíróság ítéletén alapuló, klasszikusnak tekinthető információs önrendelkezési jog-felfogást Szabó Máté Dániel a modern kor technológiai vívmányaira, köztük az internetnek a mindennapi életben való egyre jelentősebb térnyerésére való tekintettel új megvilágításba helyezi. Azt már korábban felismerték a témával foglalkozó szerzők, hogy a virtualizálódó egyén magánszférája egyre nyitottabbá válik; amint

¹⁰¹ Szabó: i. m. 30. o.

¹⁰² Balogh-Békesi Nóra – Balogh Zsolt: Alapvető személyi jogok és szabadságok. In: Cserny Ákos (szerk.): Alkotmányjog. Nemzeti Közszerkesztési és Tankönyv Kiadó Zrt. Budapest. 2013. 198. o.

¹⁰³ Szőke: i. m. 39. o.

¹⁰⁴ 15/1991. (IV. 13.) AB határozat (2014.10.27.)

bekapcsoljuk a számítógépünket és csatlakozunk az internetre, nem is csak ablakot, de ajtót nyitunk az önrendelkezési jogunk által jelentett bástyán.

A személyiségeket egyre inkább adatok és egyéb ismeretek fejezik ki. A magánszférához tartozó információk rengeteg nyitott csapon keresztül folynak ki az ember életéből, elég csak az elektronikus ügyintézés terjedésére gondolni. Ugyanakkor megjelenik egy másik tendencia is, ez pedig az, hogy a személyek egyre inkább magukba zárkoznak, a kapcsolatok elszemélytelenednek. Bővülnek a kommunikációs lehetőségek, és mégis egyre inkább magunkba fordulunk. Ennek a két folyamatnak pedig egy harmadik lesz az eredménye: az információs társadalomban egyre inkább az egyén jellemzői, a róla elmondható és elmondott, de sok esetben a valóságnak nem is teljes mértékben megfelelő információk és adatok határozzák meg magát az egyént, és nem fordítva, nem az egyén határozza meg az adatokat.¹⁰⁵

Szabó úgy vélekedik, hogy az önrendelkezési jog az egyén arra vonatkozó döntési jogát jelenti, hogy hol jelöli ki az önmaga és a külvilág között húzódó határt, és hogy a személyes szférájába mennyire engedi be a külvilágot. Ugyanakkor nem csak arról a kontrollról van szó, amit a személyek gyakorolhatnak az önmagukról a külvilágba áramló információk felett, hanem arról is, hogy a külvilágból milyen ismeretek érkezhetnek be a privát szférába. A hivatkozott szerző állásfoglalása szerint az információs önrendelkezési jog biztosítja az egyén számára, hogy mindenféle információ-átvitel felett felügyeletet gyakorolhasson, ami közte és a külvilág között történik, legyen szó annak pozitív vagy negatív értelméről.¹⁰⁶

Jómagam egyetértek Szabó Máté Dániel koncepciójával. Ha az egyén rendelkezhet a róla szerzett, tehát kifelé menő információkkal, akkor a visszája is igaz lehet, tehát joga van ahhoz is, hogy a külvilágból felé érkező adatokat felügyelje és tisztában legyen azok esetleges szűrésével vagy bármiféle torzításával. Ahogy jogunkba ütközik az, ha a személyes adatainkhoz engedélyünk nélkül nyúlnak, úgy a felénk érkező információk áramlásába való „belepiszkálás” is sértheti az információs önrendelkezési jogot.

5.3.2. Az informáltsághoz való jog

Ahogy az már a korábbiakban kifejtésre került, az internetes oldalak által végzett profilozás és a szűrőbuborék jelensége következtében a felhasználók nem ugyanazokat a tartalmakat látják,

¹⁰⁵ Szabó: i. m. 31. o.

¹⁰⁶ Szabó: i. m. 37-38. o.

hanem személyre szabott találatokat és ajánlatokat, attól függően, hogy a róluk kiállított profil alapján milyen érdeklődési körű személynek tűnnek, vagy az őket körülvevő buborék milyen információkat tart érdekesnek, és enged át a buborék falain. Emellett az előző pontban tárgyaltak alapján kiderült, és Szabó Máté Dániel újtó nézete általam elfogadottá is vált, miszerint az információs önrendelkezés azon kívül, hogy az egyének a rá vonatkozó ismeretek feletti rendelkezéshez való jogát takarja, de a külvilágra vonatkozó ismeretek feletti ellenőrzés gyakorlását is magába foglalhatja. Az egyén jogosultsága kiterjed arra, hogy az információk eljussanak hozzá, tehát joga van a tájékozottsághoz.

Fontos elhatárolni egymástól az információs szabadság és az informáltsághoz való jog fogalmát. Az információs szabadság a választott népképviselői testületek, a népképviselői szervek, a végrehajtó hatalom, valamint a közigazgatás tevékenységének ellenőrzésére szolgáló alkotmányos biztosíték. A nyilvánosság azt hivatott elősegíteni, hogy e szervek demokratikusan működjenek. Az információs szabadságot, mint a közérdekű információk megszerzésére irányuló informálódási, részvételi és kommunikációs jogot célszerű felfogni, amelynek célja, hogy minden ember azonos információk birtokában legyen, és így egyenlő feltételekkel vehessen részt az állam közügyeinek intézésében.¹⁰⁷ A polgárok csak megfelelő tájékoztatás és tájékozottság mellett képesek részt venni a közéletben, a választójog alapfeltétele – elvileg – a szükséges információk biztosítása, és az azokkal való rendelkezés.¹⁰⁸

„A kommunikációt szolgáló jogok játsszák az egyik legfontosabb szerepet a nyilvános akaratképzésben, amennyiben az egyéneknek, illetve a közösségeiknek lehetővé teszik a közügyekben való tájékozódást. Ez az igény tette az információs szabadságot önálló alapjoggá.” – írja Halmai.¹⁰⁹

Az informáltsághoz való jog az egyének általános tájékozódáshoz, tájékozottsághoz és tájékoztatottsághoz való jogát jelenti, és tájékozódási szabadság megnevezéssel is szokás illetni. Minden ember igényt tarthat arra, hogy megfelelő tájékoztatásban részesüljön, és ne szenvedjen hátrányt más állampolgárokkal szemben. Az Európai Parlament jelentéstervezete, mely az Uniónak a tömegtájékoztatás szabadságára vonatkozó irányadó szabályozáshoz

¹⁰⁷ Drinóczi Tímea: Az információs szabadság elhelyezkedése az alapjogi rendszerben, különös tekintettel a más alapjogokkal való kapcsolatára. In: Infokommunikáció és jog, I. évfolyam 3. szám (2004). 79-84. o.

¹⁰⁸ <http://tasz.hu/informacioszabadsag> (utolsó letöltés: 2014.10.29.)

¹⁰⁹ Halmai Gábor: Kommunikációs jogok. Új Mandátum Könyvkiadó. Budapest. 2002. 35. o.

kapcsolódott, a tájékozódáshoz való alapvető jogot a tömegtájékoztatás szabadságában és sokszínűségében látta biztosítottnak, amely által a média gyakorolni képes az állampolgárok közérdekű döntésekről és eseményekről való tájékoztatásával kapcsolatos jogát és kötelezettségét.¹¹⁰ Az egyén informáltsághoz való jogát nem torzíthatja vagy sértheti semmiféle politikai, vallási vagy gazdasági érdek. Elvileg az internet minden korábbi médiumnál hatékonyabban teszi lehetővé a felhasználók számára az információszerzést, ám amint az az eddigiekben dolgozatomból már kiderült, a hatékonyság foka hagy némi kifogásolni valót maga után.

5.3.3. A személyre szabott tartalmak és az informáltsághoz való jog kapcsolata

Nem nehéz meglátni az összefüggést a szűrőbuborékok és az informáltsághoz való jog között. Számptalan módja van annak, ahogyan torzítni lehet, hogy egy személy miképpen látja, milyennek látja az őt körülvevő világot. A szűrőbuborékok kiváló példái ennek.¹¹¹ Fontos észlelni a jelenség globális jellegét: az informáltsághoz való jog nem csupán azt jelenti, hogy jogunk van tisztában lenni azzal, hogy mi zajlik az országunkban, hanem mindenfajta információra kiterjedő igényt testesít meg. Tehát ha például az ember rákeres a Google-ben mondjuk Tunéziára, akkor nem elég csak az érme egyik oldalával tisztában lenni. Ha a találati listán az egyik felhasználónak csak a homokos tengerpartot ábrázoló képek és egyéb turizmussal kapcsolatos találatok bukkannak fel, míg a másik számítógépen az eltérő profil miatt az arab tavasz eseményeivel kapcsolatos hírek is, akkor egyértelműen kiderül, hogy a két egyén nem ugyanazokat az információkat kapja meg, holott ehhez minden joguk megvolna.

A szűrőbuborék gyakran olyan dolgokat zár ki, amelyek a társadalmunk számára fontosak ugyan, de túlságosan összetettek és kellemetlenek.¹¹² Ahhoz, hogy megalapozott és jó

¹¹⁰ 2011/2246(INI) Jelentéstervezet az EU Alapjogi Chartájáról: a tömegtájékoztatás szabadságára vonatkozó irányadó szabályozás az EU-ban (http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/libe/pr/914/914699/914699hu.pdf) (utolsó letöltés: 2014.10.29.)

¹¹¹ Eli Pariser: *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You*. The Penguin Press. New York. 2011. p. 13-14.

¹¹² Eli Pariser: *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You*. The Penguin Press. New York. 2011. p. 151.

döntéseket hozhassunk, szükséges, hogy minél szélesebb perspektívában lássuk a körülményeket – a szűrőbuborék azonban jelentősen csökkenti ennek lehetőségét.¹¹³

A személyre szabott tartalmak megváltoztatják azt, hogyan gondolkodunk a világról, mivel befolyásolják, hogyan jutnak el hozzánk az információk. Ha csak egy olyan oldalt szemlélünk, ami a mi nézeteinknek felel meg, természetesen azt fogjuk gondolni, hogy a mi álláspontunk a helyes, és sokkal kevésbé leszünk toleránsak az esetleges ellenvéleményekkel szemben. Ellenvélemények pedig igenis vannak, ez természetes, és nem is baj; ahhoz, hogy egy ember értékes tagja lehessen egy társadalomnak, szüksége van arra a fajta „kihívásra”, amit a nézőpontok ütköztetése jelent. Így csiszolódunk, formálódunk, és hajtjuk egymást előre. Tehát ajánlott kilépni abból a komfortzónából, amelyet a már megszerzett ismereteink nyújtanak, és ha az internet az, ami ebben akadályozni próbál bennünket – még ha esetleg segítő szándékkal is –, akkor ez ellen tenni kell valamit.

VI. Összefoglalás és következtetések

6.1. A dolgozat összefoglalása

Dolgozatomat az információs hatalom vizsgálatával indítottam. Az információs hatalmi helyzet azon a viszonyrendszeren alapul, amelyben az egyik fél az információs aszimmetriának köszönhetően a másikkal kiszolgáltatottá válik. Míg az egyik oldal megfigyeli a másikat, ismereteket gyűjt, addig ő maga láthatatlan marad, és így róla semmi sem tudható meg. Ehhez kapcsolódik a szakirodalomban előszeretettel használt Nagy Testvér metafora is, melyben a megfigyelőről semmi mást nem lehet tudni, csak azt, hogy figyel és mindent lát.

A profilozás is történhet – és sok esetben történik is – hasonló módon. Az egyén adatai tudtán kívül rögzítésre kerülhetnek, ezáltal pedig egy személyiségprofil létrehozása is lehetségessé válik, amelynek felhasználási lehetőségeivel és esetleges tartalmi elemeivel írásom második fejezetében foglalkoztam. Külön kiemeltem az algoritmusok szerepét, amelyek a profilozás leglényegesebb eszközei. Általuk válik lehetővé, hogy a létrejött profilokat viselkedés alapú reklámokra vagy személyre szabott tartalmak szolgáltatására használhassák fel.

¹¹³ Eli Pariser: *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You*. The Penguin Press. New York. 2011. p. 143.

Ezt követően rátértem a szűrőbuborék jelenségére, amelynek lényege, hogy annak alapján, amit az internet gondol rólunk – a létrejött személyiségprofilunkból levont következtetések által – és arról, vajon mi érdekel bennünket, egyre nagyobb mennyiségű személyre szabott tartalommal fogunk találkozni. Nem ugyanazt fogjuk látni a képernyőn, mint bármelyik ismerősünk a saját számítógépén, hiszen mindenki saját buborékkal rendelkezik, amelyben kizárólag ő helyezkedik el, és amelynek falán csak az olyan információk szűrődhetnek át, amelyek az adott személy érdeklődési körébe vágnak. Ez viszont komoly jogi kérdéseket vet fel, így a kutatásomat azzal folytattam, hogy a szűrőbuborék kapcsolatát vizsgáltam a véleményszabadság alapjogával. A történeti áttekintés általi témamegalapozást követően, melyben kitértem a kommunikációs jogok fejlődésére és a véleményszabadság, mint alapjog megszilárdulására, a demokratikus akaratformálást vettem górcső alá.

A sokszínű nézetek megjelenése a demokratikus társadalmak alapja. Ahhoz, hogy a polgárok megalapozott és kellően megfontolt döntést hozzanak, szükséges a megfelelő tájékoztatásuk és az, hogy az adott problémára a lehető összes megoldási javaslatot megismerhessék. Míg korábban az állam jelentette a fő veszélyforrást az információ szabad áramlására, addig ez mára megváltozni látszik, ennek pedig a média kapuóréinek lecserelődésében is nyilvánvaló jelét láthatjuk. Már nem szerkesztőségekben döntenek arról, hogy milyen ismeretek kerüljenek terjesztésre és ezáltal jussanak el a fogyasztókhoz, hanem az elvileg korlátlan és korlátozatlan interneten alkalmazásba lépett algoritmusok szűrik meg az információkat, még ha elsősorban abból a célból is, hogy jobbá tegyék a felhasználói élményt.

A Szabó Máté Dániel megfogalmazott információs önrendelkezési jog-felfogás kiválóan rámutat, mi is a probléma az algoritmusokkal. Az információs önrendelkezés – Szabó megközelítésében – nem csak az egyénről a külvilág felé áramló adatokkal való rendelkezést és az azok felett gyakorolt felügyeletet jelenti, hanem a fordított irányt is, hogy az egyén felé milyen információk és hogyan jutnak el. Az algoritmusok láthatatlan tevékenysége pedig sérelmet okoz a jogon, hiszen megfelelő tájékoztatás hiányában nincs tudomásunk arról, hogy bármilyen formában korlátozásra kerül az az ismeretanyag, amit megszerezni kívánunk.

Ebből a gondolatmenetből jutottam el végül a szűrőbuborékok és az informáltsághoz való jog kapcsolatához: személyre szabott buborékunk virtuális falain csak olyan ismeret jut át, amely a profilunkba illik, emiatt pedig a profil nem képes a bővülésre, és egyre inkább beszűkül. Az

informáltsághoz való jognak pedig épp az a lényege, hogy minden embernek joga van a harmadik fél által gyakorolt torzítás- és korlátozásmentes információszerzéshez.

6.2. A buborékba zárás elleni védelem

Meglehetősen lényeges kérdés, hogyan is lehetséges kikerülni a minket körülvevő szűrőbuborékból, amelyekben már gyakorlatilag mindannyian benne vagyunk, így megelőzésről szó sem lehet. Viszont az igazán nagy probléma az, hogy jelenleg nincs válasz arra, hogyan lehetne hatékonyan küzdeni a személyre szabott tartalmak ellen.

Ha pusztán a Google+ szolgáltatást nézzük, elsőre azt hihetnénk, hogy elég kijelentkezni a fiókunkból, és máris nem a barátaink által ajánlott éttermeket látjuk, ha ilyen kulcsszóra keresünk rá. A helyzet azonban sajnos ennél jóval bonyolultabb, és a legnagyobb fejtörést éppen azért okozza a profilozás által jelentett probléma, mert szinte semmit sem tudunk az algoritmusokról, azok működési elveiről. Rendkívül bonyolult találmányokról van szó, ráadásul jelentős üzleti érdekek és szabadalmak is védik ezeket a titkokat.

A jogalkotóknak figyelembe kellene venniük a felgyorsult és digitalizálódó világ által jelentett új kihívásokat. A véleményszabadság és az informáltsághoz való jog már nem olyan jogosultságok, amelyek fő veszélyforrásaként az állam jelenik meg. Az internet, a különböző weboldalak, és a háttérben futó algoritmusok azok, amelyek fontos alapjogaink gyakorlásának Achilles-sarkát jelentik. Véleményem szerint a felhasználók tájékoztatása a legfontosabb, hiszen a legtöbben nincsenek tisztában a személyre szabott tartalmak jelenségével. Igaz ugyan, hogy a Google lehetőséget biztosít a keresési tevékenység alapján történő személyre szabás letiltására, ám hogyan is várható el bárkitől, hogy megforduljon a fejében a tiltás beállítása, ha nem is hallott még arról korábban, hogy egyáltalán létezik olyasmi, hogy perszonalizált keresési eredmény. Ráadásul sokan úgy gondolják, hogy netes tevékenységük csak akkor kerül rögzítésre, ha be vannak jelentkezve Google vagy Facebook fiókjukba. Pedig, amint az a kutatásomból kiderült, az adatgyűjtés ennél jóval bonyolultabb, és kijelentkezés esetén is lehetséges, csak éppen más módszerekkel. Egy bécsi egyetemista például hosszas hadviselést folytatott a Facebookkal annak kapcsán, hogy a véleménye szerint

a közösségi oldal számos információt és személyes adatot úgy tartott nyilván a felhasználókról, hogy azoknak erről fogalma sem volt.¹¹⁴

A tájékoztatás mellett, ehhez kapcsolódóan pedig könnyen elérhetővé kellene tenni a felhasználó számára, hogy megismerhesse a róla nyilvántartott adatokat, és ha úgy látja jónak, egyszerűen „kikapcsolhassa” az adatait rögzítő algoritmusok tevékenységét. Az Európai Bizottság már 2012-ben megfogalmazta egy adatvédelmi szabályozásra vonatkozó reform szükségességét, és noha javaslatok már születtek, de a mai napig várat magára egy új, átfogó eredmény. A XXI. század által hozott új tendenciákat figyelembe véve kellene kötelezni a fejlesztőket, hogy tegyék lehetővé a személyre szabás egyszerű kikapcsolását, ha valaki nem kíván élni azzal a kényelmi funkcióval, hogy szinte csak olyan tartalmakat lát, amelyek neki tetszhetnek. Mindehhez azonban legelőször is a technikai hátteret lenne célszerű átlátni – amíg azonban ez várat magára, az ellenintézkedéseket is alig ha lehetséges megtenni.

¹¹⁴Kevin J. O'Brien: Austrian Law Student Faces Down Facebook
(http://www.nytimes.com/2012/02/06/technology/06iht-rawdata06.html?pagewanted=all&_r=0) (utolsó letöltés: 2014.10.28.)

Felhasznált irodalom

1. Bajomi-Lázár Péter: Manipulál-e a média?
(http://www.mediakutato.hu/cikk/2006_02_nyar/04_manipulal-e_a_media/)
(2014.10.27.)
2. Balkin, Jack M.: Digital speech and democratic culture: A theory of freedom of expression for the informational society. In: Koltay András (szerk.): Butterfly upon a Wheel? Budapest. 2013
3. Balogh-Békesi Nóra – Balogh Zsolt: Alapvető politikai jogok és szabadságok. In: Cserny Ákos (szerk.): Alkotmányjog. Nemzeti Közszerzői és Tankönyv Kiadó Zrt. Budapest. 2013
4. Balogh-Békesi Nóra – Balogh Zsolt: Alapvető személyi jogok és szabadságok. In: Cserny Ákos (szerk.): Alkotmányjog. Nemzeti Közszerzői és Tankönyv Kiadó Zrt. Budapest. 2013
5. Beal, Vangie: Pervasive Computing
(http://www.webopedia.com/TERM/P/pervasive_computing.html) (2014.10.07.)
6. Brin, Sergey & Page, Lawrence: The Anatomy of a Large-Scale Hypertextual Web Search Engine (<http://infolab.stanford.edu/~backrub/google.html>) (2014.10.29.)
7. Buress, Scott: Google Personalized Search – All’s Well or Orwell?
(<http://www.mediumblue.com/newsletters/personalized-search.html>) (2014.09.30.)
8. Drinóczi Tímea: A kommunikációs jogok áttekintése
(<http://rmjk.adatbank.transindex.ro/pdf/06.Drinoczi.pdf>) (utolsó letöltés: 2014.10.25.)
9. Drinóczi Tímea: Az információszabadság elhelyezkedése az alapjogi rendszerben, különös tekintettel a más alapjogokkal való kapcsolatára. In: Infokommunikáció és jog, I. évfolyam 3. szám (2004)
10. Gálik Mihály – Polyák Gábor: Médiaszabályozás. KJK-Kerszöv. Budapest. 2005
11. Halmai Gábor: A véleménynyilvánítás szabadsága
(<http://alkotmanyjog.jogiforum.hu/curriculum/chapter/1346/heading/1348,1352#1352>)
(2014.10.27.)
12. Halmai Gábor: A vélemény szabadság határai. Atlantisz Könyvkiadó. Budapest. 1994
13. Halmai Gábor: Kommunikációs jogok. Új Mandátum Könyvkiadó. Budapest. 2002

14. Hildebrandt, Mireille & Gutwirth, Serge (editors): Profiling the European Citizen: Cross-Disciplinary Perspectives. 2010
15. Ingram, Mathew: The rise of the new information gatekeepers
(<https://gigaom.com/2011/12/01/the-rise-of-the-new-information-gatekeepers/>)
(2014.10.29.)
16. Jenei Ágnes: Miből lesz a hír? A televíziós hírgyártás szervezetszociológiai vizsgálata
(http://www.mediakutato.hu/cikk/2001_02_nyar/02_mibol_lesz_a_hir) (2014.10.29.)
17. Kirkpatrick, David: A Facebook jelenség. Egy bennfentes sztorija a cégről, amely összeköti a világot. GABO Könyvkiadó. Budapest. 2011
18. Klaas, Mike: Zite is Flipping out. (<http://blog.zite.com/2014/03/05/zite-is-flipping-out/>)
(2014.10.20.)
19. Magid, Larry: How (and why) To Turn Off Google's Personalized Search Results
(<http://www.forbes.com/sites/larrymagid/2012/01/13/how-and-why-to-turn-off-googles-personalized-search-results/>) (2014.09.30.)
20. Majtényi László: Az információs szabadságjogok: adatvédelem és a közérdekű adatok nyilvánossága. CompLex Kiadó, Budapest. 2006
21. McGee, Matt: EdgeRank Is Dead: Facebook's News Feed Algorithm Now Has Close To 100K Weight Factors (<http://marketingland.com/edgerank-is-dead-facebooks-news-feed-algorithm-now-has-close-to-100k-weight-factors-55908>) (2014.10.29.)
22. Negroponte, Nicholas: Digitális létezés. 1995 . Typotex. 2002
23. O'Brien, Kevin J.: Austrian Law Student Faces Down Facebook
(http://www.nytimes.com/2012/02/06/technology/06iht-rawdata06.html?pagewanted=all&_r=0) (2014.10.28.)
24. Pariser, Eli: The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding From You. The Penguin Press. New York. 2011
25. Polyák Gábor: A médiapiac szabályozásának változó eszközei.
(http://econ.core.hu/file/download/vesz2010/04_mediapiac.pdf) (2014.10.29.)
26. Spring, Tom: Algorithms That Rule The Web
(http://www.pcworld.com/article/236226/8_Algorithms_That_Rule_Web.html)
(2014.10.29.)
27. Sunstein, Cass: The Daily We. Is the Internet really a blessing for democracy?
(<http://bostonreview.net/cass-sunstein-internet-democracy-daily-we>) (2014.10.19.)

28. Szabó Máté Dániel: Az információs hatalom alkotmányos korlátai. Miskolci Egyetem, Miskolc. 2012
29. Szőke Gergely László: Adatvédelem és önszabályozás. Műhelyvita-verzió. Pécs. 2014
30. <http://www.google.com/intl/hu/insidesearch/howsearchworks/algorithms.html>
(2014.10.29.)
31. <http://googleblog.blogspot.hu/2012/01/search-plus-your-world.html> (2014.09.30.)
32. <http://online-behavior.com/targeting/recommendation-engines> (2014.10.08.)
33. <http://tasz.hu/informacioszabadsag> (2014.10.29.)
34. http://www.economicsonline.co.uk/Business_economics/Price_discrimination.html
(2014.10.08.)
35. <http://www-sul.stanford.edu/weiser/Ubiq.html> (2014.10.07.)
36. <http://www.ubiq.com/weiser/UbiHome.html> (2014.10.07.)
37. https://www.facebook.com/flipboard/info?ref=page_internal (2014.10.20.)

Felhasznált joganyagok

1. 1950. évi római Egyezmény az emberi jogok és alapvető szabadságok védelméről
(2014.10.26.)
2. A 29-es számú adatvédelmi munkacsoport 2/2010. számú véleménye a viselkedésalapú online reklámról.
http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2010/wp171_hu.pdf
(2014.10.08.)
3. 2011/2246(INI) Jelentéstervezet az EU Alapjogi Chartájáról: a tömegtájékoztatás szabadságára vonatkozó irányadó szabályozás az EU-ban (2014.10.29.)
4. Magyarország Alaptörvénye (2014.10.26.)
5. 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról
(2014.10.29.)
6. 15/1991. (IV. 13.) AB határozat (2014. 10.27.)
7. 37/1992. (VI. 10.) AB határozat (2014.10.27.)

8. 36/1994. (VI. 24.) AB határozat (2014.10.27.)

9. 18/2004. (V. 25.) AB határozat (2014.10.29.)