

FILTEREZETT VALÓSÁG

A közösségimédia platformok személyre szabott algoritmusai mint a manipuláció eszközei

KOVÁCS Vivien

1. Bevezetés

A közösségimédia-platformok mára az életünk meghatározó részévé váltak és el sem tudjuk képzelni nélkülük a mindennapjainkat. Természetessé vált, hogy ezen tartjuk a kapcsolatot a barátainkkal, családtagjainkkal, itt keresünk szálalást a nyaralásra és tájékozódunk az aktuális hírekről. A jog rendszerébe már nem illeszkedik ilyen organikusan az így létrejött online tér. Már egy egységes fogalom megalkotása sem egyszerű mert az ide tartozó szolgáltatások rendkívül sokszínűek. A szakirodalmi és uniós dokumentumok kísérletei alapján jellegadó tulajdonságuk, hogy egy internetes felületet biztosítanak az online tér szereplőinek, hogy kapcsolatot teremtsenek egymással és tartalmakat osszanak meg.¹ A felhasználók pár kattintás és személyes adat megadása után egy saját profilt hoznak létre. A regisztráció során általában háromféle szabályzatot kell elfogadniuk: adatkezelési szabályzatot, cookie szabályzatot és a felhasználási feltételeket.² Sokan nem is sejtik, hogy ez utóbbi egy szerződést hoz létre a felek között, mely egy hagyományossal megegyező kötőerővel bír.³ Azonban ezen megállapodás több olyan sajátossággal rendelkezik, mely nem illeszkedik a polgári jog rendszerébe és több problémát is felvet.

¹ BARZÓ Tímea – CZÉKMANN Zsolt – CSÁK Csilla: „Gondolatok közttere” *A közösségi média személyiségvédelemmel összefüggő kihívásai és szabályozása az egyes államokban*. Miskolc, Miskolci Egyetemi Kiadó, 2021. 14.

² PAPP János Tamás: A közösségi oldalak felhasználási feltételeinek jogi természete. In: KOLTAY András – TÖRÖK Bernát (szerk.): *Sajtószabadság és médiajog a 21. század elején 4*. Budapest, Wolters Kluwer, 2017. 190., 187–212.

³ Uo. 189.

Jelen írás keretein belül a személyre szabott algoritmusok segítségével megvalósuló manipuláció különböző formáit mutatom be, melyek veszélyeztetik a polgári magánautonómiát. Először ezen folyamatokat értékelem polgári jogi szemszögből, hiszen felvetődhet mind a jóerkölcsbe ütközés érvénytelenségi oka, mind a jóhiszeműség és tisztesség alapelvének sérelme. Ezután röviden ismertetem az algoritmusok működését és jelentőségét az emberi magatartások befolyásolásában. Ezt követően a manipuláció három fő területét mutatom be: a valóságunk, világról alkotott képünk befolyásolását, az érzelmekre gyakorolt manipulációt és a platform iránti függőség kialakítását. Egy komplex kép kialakítása érdekében ezen fejezetben kitérek az ezekkel szorosan összefüggő problémakörökre, mint a szűrőbuborék jelenség, az álhírek és a *Big Data*.

2. Alapvetések

A Ptk. 6:96. § szerint semmis az a szerződés, amely nyilvánvalóan jóerkölcsbe ütközik.⁴ A törvény csak ezen generálklauzulát tartalmazza és nem nyújt további értelmezési támpontot. A bírói gyakorlatra hárult tehát a feladat, hogy megtöltse tartalommal, meghatározza, hogy mit jelent a jóerkölcs és mikor valósul meg annak megsértése.⁵ A felsőbb bíróságok erre vonatkozó ítéletei szerint a fogalom a társadalom értékítéletét, a magánautonómia társadalmi közmegegyezés által meghatározott korlátait jelenti.⁶ E *metajurisztikus* zsinórmérték megtalálása egy értékválasztás, melynek kiindulópontja a legáltalánosabb etikai elv, hogy az egyénnek túl kell lépnie önmagán.⁷ Megállapításakor nem az egyén érdeksérelmét kell vizsgálni, hanem azt, hogy a jogügylet a társadalom megítélése alapján tisztességtelennek, elfogadhatatlannak minősül-e.⁸ A jóerkölcsbe ütközés kiegészítő jogcím, akkor állapítható meg, ha egyéb törvényben nevesített érvénytelenségi ok nem áll fent.⁹

Írásomban a platformok személyre szabott algoritmusait vizsgálom, melyek lehetővé teszik a fogyasztók manipulálását és ezzel fenyegetést jelentenek a polgári magánautonómiára. Egyes szerzők szerint ez a gyakorlat a Ptk. 6:96. §-a szigorú

⁴ A Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvény (a továbbiakban: Ptk.) 6:96. §.

⁵ MENYHÁRD Attila: *A jóerkölcsbe ütköző szerződések*. Budapest, Gondolat, 2004. 86.

⁶ EBH2003. 956.

⁷ LÁBADY Tamás: *A magyar magánjog (polgári jog) általános része*. Budapest–Pécs, Dialóg Campus, 2010. 197.

⁸ BDT2007. 1585.

⁹ EBH2012. P.17.

értelmezése révén megalapozza a fentebb ismertetett semmisségi okot.¹⁰ Úgy vélem ezen minősítés megállapítása a gyakorlatban több nehézségbe is ütközhet. A bírói gyakorlat ugyanis a jóerölcsbe ütközés megállapíthatóságát kifejezetten szűken értelmezi, hogy a szerződési szabadság elve minél inkább megvalósuljon.¹¹ A semmisségi ok a szerződéshez kötődik és abban kell megnyilvánulnia, „nem alkalmazható sem a szerződés megkötésének, sem teljesítésének, sem pedig a követelések érvényesítésének létszakaszára”.¹² Úgy vélem a közösségi oldalak esetében az erkölcsi aggályok a megállapodás teljesítéséhez kötődnek, ezért célszerűbb lehet a jóhíszeműség és tisztesség követelményének megsértését megállapítani, mely bármely szerződéses létszakhoz kötődhet és ugyanúgy az előbbieken ismertetett erkölcsi követelményrendszer és értékrendet tükrözi.¹³

2.1. Az algoritmusok ereje

A platformok lelkét jelentő kódok az algoritmusok egyre jelentősebb szerepet töltenek be az emberek életében. Zódi Zsolt szerint nemcsak magatartás-irányító eszközök, hanem a valóságunkat konstituáló és folyamatosan újratertető erők.¹⁴ Ez a jelenség több veszélyt rejt magában. A kód ugyanis egy igen hatékony eszköze az emberi magatartás irányításának és szerepe a technológia fejlődésével egyre nő. Ezzel szemben maga az algoritmus nem irányítható, nem képes erkölcsi elveket betartani.¹⁵ A másik jelentős probléma, hogy a kódok mögött a platformot üzemeltető vállalatok állnak, melyek legfőbb célja a profitszerzés.¹⁶ A nyereség elérése érdekében a közösségi oldalak lényegében az emberek figyelmét monetizálják,¹⁷ minél több időt töltenek a felhasználók az

¹⁰ NÉMETH Gabriella: A platform általános szerződési feltételek átláthatóságának és érthetőségének néhány aktuális európai magánjogi kérdése. *Gazdaság és Jog*, 2021/5.

¹¹ VÉKÁS Lajos – GÁRDOS Péter: *Nagykommentár a Polgári Törvénykönyvről szóló 2013. évi V. törvényhez*. 2. k. Budapest, Wolters Kluwer, 2020. 1599.

¹² MENYHÁRD (2004) i. m. 254.

¹³ Uo. 254–255.

¹⁴ ZÓDI Zsolt: A jog és a kód. In: POLYÁK Gábor (szerk.): *Algoritmusok, keresők, közösségi oldalak és a jog- A forgalomirányító szolgáltatások szabályozása*, Budapest, HVG-ORAC, 2020. 19., 15–35.

¹⁵ Uo. 23.

¹⁶ Uo. 24.

¹⁷ ZÓDI Zsolt: Algoritmikus koordináció a platformuniverzumban. In: TÖRÖK Bernát – ZÓDI Zsolt (szerk.) *A mesterséges intelligencia szabályozási kihívásai*. Budapest, Ludovika Egyetemi Kiadó, 2021. 501.

oldalon annál nagyobb lesz a hirdetések elérése és a hirdetőik nagyobb díjat fizetnek.¹⁸

A közösségi oldalak tehát a figyelem minél nagyobb lekötésére törekszenek, melynek alapvető feltétele a felhasználók minél nagyobb fokú ismerete. Ennek érdekében a platformok a felhasználók minden rezdülését adattá alakítják át.¹⁹ Az algoritmusok ezen adathalmazok elemzésével azonos tulajdonságokkal rendelkező kategóriákat hoznak létre. Az összerendezett csoportokon túl a tevékenység során az adataira vonatkoztatott személyiségprofil is létrejön és a felhasználó sok tekintetben nyitott könyvvé válik a közösségi oldal számára.²⁰ Harari szerint eljutottunk odáig, hogy a platformszolgáltatók jobban ismerik az embereket, mint ők saját magukat.²¹ Az állítást igazolni látszik a Cambridge és Stanford Egyetem közös kutatása. Az eredményekből kiderül, hogy a számítógépes modellek pontosabban tudják megtippelni a személyiség egyes aspektusait, mint a vizsgálati alany. Ezek után nem meglepő, hogy a technológia a Facebook ismerősöket szinte minden tekintetben, könnyűszerrel túlszárnyalta.²² Ezek a pontosan meghatározott személyiségprofilok személyre szabott tartalmak közlése révén kiválóan használhatóak az érdeklődés fenntartására.²³ Az algoritmus meg tudja jósolni, hogy a felhasználókat milyen tartalmak érdekelhetik és ezeket jeleníti meg a platformon.²⁴ A Facebook esetében ez a 2006-ban bevezetett hírfolyamon történik,²⁵ mely naprakészen tartalmazza az ismerősök által megosztott posztokat, az általuk lájkolt cikkeket, közzétett fényképeket, fizetett hirdetéseket és egyéb relevánsnak ítélet híreket. Ez a személyre szabott lista az elvithatatlan előnyök mellett, több negatív hatást is eredményez.

A perszonalizáció hatására a felhasználóknak egyre kevesebb esélyük van a sajátjuktól eltérő tartalmú információk elérésére. Minden felhasználó körül egy személyes preferenciáinak megfelelő szűrőbuborék jön létre, mely egyoldalú va-

¹⁸ SANG Ah Kim: Social Media Algorithms: Why you see what you see. *Georgetown Law Technology Review*, vol. 2., no.1. (2017) 147–148.

¹⁹ ZÓDI (2021) i. m. 500.

²⁰ PATAKI Gábor – SZÓKE Gergely László: Az online személyiségprofilok jelentősége. In: POLYÁK Gábor (szerk.): *Algoritmusok, keresők, közösségi oldalak és a jog- A forgalomirányító szolgáltatások szabályozása*. Budapest, HVG-ORAC, 2020. 75., 74–88.

²¹ Yuval Noah HARRARI: *21 lecke a 21. századra*. Budapest, Animus, 2018. 55–56.

²² Wu YOUYOU – Michal KOSINSKI – David STILLWELL: Computer-based personality judgments are more accurate than those made by humans. *PNAS*, vol. 112., no. 4. (2015) 1036.

²³ PATAKI–SZÓKE (2020) i. m. 79.

²⁴ SANG (2017) i. m. 150.

²⁵ Victor LUCKERSON: Here's How Facebook's News Feed Actually Works. *TIME*, 2015. <https://tinyurl.hu/jTTC/>

lóságérzékeléshez vezet.²⁶ A jelenség kialakulásához hozzájárul az emberekben lévő belső szelektív rendszer. Az agy az új információkat igyekszik struktúrákba, sémákba beilleszteni. Kognitív pszichológiai tanulmányok támasztják alá, hogy az ezekbe nem illeszthető információkat hajlamosak vagyunk figyelmen kívül hagyni.²⁷ A egyoldalúságot növeli, hogy a felhasználók egyre nagyobb része a közösségi oldalakat használja elsődleges hírforrásnak.²⁸ Mindezen egymást erősítő folyamatok társadalmi megosztottsághoz vezetnek és kiszolgáltatottá teszik az egyént a manipuláció különböző formáival szemben.

A manipuláció egy másik ember döntéshozatali mechanizmusának rejtett befolyásolása. Ide tartozik a hiedelmek, vágyak, érzelmek szokások vagy cselekedetek megváltoztatása, melyet a manipulálni kívánt személy nem észlel. Az online térben megvalósuló formájára jellemző a személyiségprofilok által felfedezett kognitív, érzelmi vagy egyéb döntéshozatali gyengeségek kihasználása.²⁹

2.2. Veszélyben a demokrácia?

Először a hiedelmek, valóságról alkotott képünk megváltoztatása révén megvalósuló manipulációt vizsgálom. Ez akkor valósul meg, ha az algoritmusok a tartalmakat nem az érdeklődési körünk, hanem politikai érdekek alapján szűrik meg. Itt először is visszatérnék Zódi Zsolt azon megállapítására, hogy a kód egy valóságformáló erő, melynek egyik példjaként a *Big Data* jelenséget hozza fel.³⁰ Ez egyfelől a felhasználókra vonatkozó adatárdatot jelenti, másfelől a tagság felé közvetített információkat, tudást és összefüggéseket. Mivel az életünk legnagyobb része az online térben zajlik és a valóság nagy része adatokként jelenik meg számunkra, ezek keletkezése, feldolgozása meghatározza a valóságról alkotott képünket.³¹ Egy Közép-Kelet európai kutatás eredményei szerint

²⁶ POLYÁK Gábor: A frekvenciaszűkösségtől a szűrőbuborékig. In: TÓTH András (szerk.): *Technológiai jog: Új globális technológiák jogi kihívásai*. Budapest, Károli Gáspár Református Egyetem Állam- és Jogtudományi Kar, 2016. 129., 116–140.

²⁷ Peter COE: (Re)embracing social responsibility theory as a basis for media speech: shifting the normative paradigm for a modern media. *Northern Ireland Legal Quarterly*, vol. 69., no.4. (2018) 415.

²⁸ SZŰTS Zoltán: *Az internetes kommunikáció és média története, elmélete és jelenségei*. (online) Budapest, Wolters Kluwer, 2018. 436.

²⁹ Daniel SUSSER – Beate ROESSLER –Helen NISSENBAUM: Online Manipulation: Hidden Influences in a Digital World. *Georgia Law Technology Review*, vol. 4, no. 1. (2019) 26.

³⁰ ZÓDI (2020) i. m. 19–20.

³¹ Uo. 20.

66-74% közé tehető azok száma, akik valamilyen rendszerességgel a közösségi médiát (elsősorban a Facebook-ot) használják a hírekről való értesülésre.³² Így meghatározó szerepet töltenek be annak ellenőrzésében, hogy ki, mit, kinek publikál, melynek végső soron véleményformáló hatása van.³³ Ehhez nagyban hozzájárul a felhasználók passzív magatartása, akik jellemzően csak az eléjük kerülő hírekből tájékozódnak és különösen a fiatalabb korosztály nem keres utána az információknak.³⁴ Ez a jelentős hatalom visszaélésekhez is vezethet, különösen a társadalmi szempontból kiemelt jelentőséggel bíró közéleti, politikai hírek megjelenítésénél, ha az algoritmusok kialakításánál figyelmen kívül hagyják a demokratikus nyilvánosság elveit. A kód így akár politikai szándékok megvalósításának eszköze is lehet.³⁵ Frances Haugen volt Facebook munkavállaló a Szenátus előtti meghallgatásán szintén a közösségi oldal demokráciára gyakorolt káros hatásaira hívta fel a figyelmet. Szerinte ez leginkább arra vezethető vissza, hogy a cég a profitot helyezi előtérbe a biztonsággal szemben.³⁶

A platformok szerepe a választási kampányok során különösen megnő és ezen időszakokban érhető tetten leginkább a véleménybefolyásolás és ennek következményei.³⁷ Ékes példája a Facebook 2016-os elnökválasztással kapcsolatos botrányosorozata az Egyesült Államokban, melyben támadások keresztüztü-zebe került többek között a platform trending funkciója. A trending személyre szabottan tartalmazta a legnépszerűbb híreket, melyek a felhasználók szerint a baloldalt részesítették előnyben. A cég tagadta a vádakat, de az események hatására újra tervezte a funkciót.³⁸ Szintén a 2016-os elnökválasztáshoz kötődik a Cambridge Analytica botrány. A brit cég több tízmillió felhasználó személyes adatait szerezte meg egy Facebookon közzétett személyiségkvíz segítségével, melyeket később Donald Trump kampányában használtak fel.³⁹ A vállalat az összegyűjtött információk segítségével pszichográfiai profilokat alkotott, melyekkel az egyesült államokbeli választókat próbálták befolyásolni. Céljuk eléréséhez változatos technikákat, többek között álhíreket, pletykákat és

³² SZIKORA Tamás: A közösségi oldalak algoritmusának véleménybefolyásoló ereje. *In Medias Res*, 2021/1. 147–148.

³³ POLYÁK (2016) i. m. 126.

³⁴ SZIKORA (2021) i. m. 148.

³⁵ Uo. 127.

³⁶ Facebook Whistleblower Frances Haugen Testifies on Children & Social Media Use: Full Senate Hearing Transcript. *Rev*, 2021. <https://tinyurl.hu/IoIR/>

³⁷ SZIKORA (2021) i. m. 146.

³⁸ SANG (2017) i. m. 151–152.

³⁹ Douglas GUILBEAULT: Digital Marketing into the disinformation age. *Journal of International Affairs*, vol. 71, no. 1.5., (2018) 36.

dezinformációkat terjesztettek.⁴⁰ A cég előszeretettel hangoztatta, hogy döntő szerepet játszott Donald Trump választási győzelmében, de erre nincsenek egyértelmű bizonyítékok, az viszont vitathatatlan, hogy az előbb ismertetett technikák valamilyen szinten befolyásolták a választókat.⁴¹ Az eset kapcsán felmerült a Facebook felelőssége és Mark Zuckerbergnek az USA Szenátusa előtt kellett tisztáznia a vállalat nevét. A meghallgatás során a vezérigazgató elismerte, hogy a platform hibát követett el mikor nem tiltotta el a Cambridge Analyticát a tevékenységétől.⁴² Az ügy végére a Szövetségi Kereskedelmi Bizottság (FTC) Facebookkal szembeni rekordbüntetése tett pontot, amiért megfosztotta a felhasználókat a személyes adataik feletti rendelkezéstől.⁴³

Az elnökválasztás legnagyobb botrányának az oroszok beavatkozása tekinthető, melynek célja Donald Trump győzelmének elősegítése és a demokráciába vetett hit meggyengítése volt. Az orosz titkosszolgálat egy egész propaganda gépezetet működtetett, mely álhírekkel próbálta lejáratni Hillary Clintont, és kétségeket ébreszteni a szavazókban a választás tisztaságát illetően.⁴⁴ A művelet, nemcsak nemzetközi jogi kérdéseket vet fel, hanem a közösségi oldallal szembeni aggályokat is. A hackerek ugyanis nem a technológia felkészültségüknek köszönhetően a sikert, hanem annak a tömegek befolyásolására alkalmas fegyvernek, melyet a Facebook minden hirdetőjének biztosít: a személyre szabott hirdetéseknek. Ennek segítségével tudták üzeneteiket az arra legfogékonyabb etnikumú, politikai és szexuális irányultságú csoportokhoz eljuttatni.⁴⁵ Ennek fényében nem meglepő, hogy Zuckerberg a szenátusi meghallgatásán karrierje egyik legnagyobb hibájának titulálta, hogy nem vették észre elég gyorsan a hackertámadást.⁴⁶

A tech óriás nemcsak a választások tisztaságának befolyásolásával veszélyezteti a demokratikus rendet, hanem erőszakos cselekmények népszerűsítésével is. Ez történt Mianmarban, ahol a Facebook kulcsszerepet töltött be a

⁴⁰ Patrick DAY: Cambridge Analytica and Voter Privacy. *Georgetown Law Technology Review*, vol. 4., no. 2. (2020) 585–586.

⁴¹ SUSER–ROESSLER–NISSENBAUM (2019) i. m. 12.

⁴² Chloe WATSON: The key moments from Mark Zuckerberg’s testimony to Congress. *The Guardian*, 2018. <https://tinyurl.hu/pAUX/>

⁴³ FTC Imposes \$5 Billion Penalty and Sweeping New Privacy Restrictions on Facebook. Federal Trade Commission, 2019. <https://tinyurl.hu/YFxU/>

⁴⁴ Intelligence Community Assessment: Assessing Russian Activities and Intentions in Recent US Election. National Intelligence Council, 2017. <https://tinyurl.hu/QxI4/>

⁴⁵ GUILBEAULT (2018) i. m. 36.

⁴⁶ Chloe WATSON: The key moments from Mark Zuckerberg’s testimony to Congress. *The Guardian*, 2018. https://tinyurl.hu/pAUX

gyűlöletkeltő tartalmak és álhírek terjesztésében, hozzájárulva ezzel a rohingya muszlim kisebbség ellen elkövetett támadásokhoz.⁴⁷ A vállalat ebben is elismerte a felelősségét, és egy külső kutatást is kezdeményezett, mely kimutatta a gyűlöletkeltés eszközüvé vált posztok kapcsolatát a tragikus eseményekkel. Erre tekintettel az áldozatok az USA-ban és az Egyesült Királyságban is keresetet nyújtottak be, melyben több mint 150 milliárd font kártérítést követlenek a közösségi oldaltól.⁴⁸

Úgy vélem, már a fentebb ismertettek is komoly erkölcsi aggályokat vetnek fel, de ami igazán kivívja a társadalom negatív értékítéletét az a mianmari destruktív magatartások folytatása. Miután a katonaság 2021. február 1-én egy puccsal átvette a hatalmat és bebörtönözte az ország demokratikusan megválasztott vezetőit, a Facebook ígéretet tett, hogy mindent megtesz felhasználói biztonságáért. A *global witness* kutatásai azonban megállapították, hogy egy hónappal a tömeges mézszárlások után a platform algoritmusai a saját közösségi elveit is sértő gyűlöletkeltő tartalmakat és álhíreket ajánl fel.⁴⁹

Az esetek a közösségi oldalak egyik legnagyobb árnyoldalára is rávilágít: az álhírekre. Ez egy rendkívül összetett problémakör, melynek részletes ismeretése túlmutat jelen mű keretein ezért csak egyes releváns részeire térek ki. Az orosz propagandarendszer és a koronavírusjárvány során terjedő pánik-keltő, félrevezető álhírek jól szemléltetik, mennyire káros jelenséggel állunk szemben.⁵⁰ Nemcsak a demokráciába, hanem az egész tájékoztatásba vetett bizalmat megrendíti és táptalajt biztosít az összeesküvés elméleteknek.⁵¹ Mivel a Facebook algoritmusai jelentősen hozzájárulnak a téves információk gyors terjedéséhez felmerül az igény, hogy a jóhiszeműség és tisztesség elvével összhangban megpróbáljon megoldást találni és megvédeni a felhasználóit. Habár már bevezetésre kerültek ezzel kapcsolatos intézkedések, Frances Haugen vallomása ismeretében komoly kétségek merülnek fel azzal kapcsolatban, hogy a platform esetlegesen üzleti érdekeivel ellentétesen valós megoldást találjon. Az álhírek ugyanis sokkal jobban lekötik a felhasználók figyelmét és így több hirdetés tudnak megjeleníteni számukra az algoritmusok.

⁴⁷ Libby HOGAN – Michael SAFI: Revealed: Facebook hate speech exploded in Myanmar during Rohingya crisis. *The Guardian*, 2018. <https://tinyurl.hu/Dnc0/>

⁴⁸ Dan MILMO: Rohingya sue Facebook for £150bn over Myanmar genocide. *The Guardian*, <https://tinyurl.hu/C1FF/>

⁴⁹ Algorithm of harm: Facebook amplified Myanmar military propaganda following coup. *Global witness*, June 23, 2021. <https://tinyurl.hu/SUjs/>

⁵⁰ Peter COE: The Good, The Bad and The Ugly of Social Media during the Coronavirus pandemic. Information Law and Policy Centre, 2020. <https://tinyurl.hu/FEVD/>

⁵¹ SZŰTS (2018) i. m. 436.

2.3. Érzelmi manipuláció

A platformok nemcsak a valóságról alkotott képünket, hanem az érzelmeinket is manipulálhatják. A Facebook már 2012-ben végzett kísérletet a témában, mely alátámasztotta a hírfolyam érzelmekre gyakorolt hatását. Ha a negatív posztok voltak többségben az érintettek hangulata is negatív irányba változott, míg a pozitív hangételű posztok ezzel ellentétes hatást fejtettek ki.⁵² A vizsgálat óta sokkal kifinomultabb technológia áll rendelkezésre: az érzelem felismerésére és intimitásra képes mesterséges intelligencia.⁵³ A nagy technológiai és marketing cégek azért is foglalkoznak kiemelten a területtel, mert az érzelmek jelentősen befolyásolják az emberi döntéshozatalt, tudatot, világról alkotott tapasztalatokat és cselekedeteket.⁵⁴

A mesterséges intelligencia az érzelmekre gyakorolt hatását *nudge* és azok fejlettebb változatain, úgynevezett *hypernudge* technikákon keresztül valósítja meg.⁵⁵ Cass R. Sunstein meghatározása szerint a *nudge* egy olyan beavatkozás, mely a választás szabadságát meghagyva, egy meghatározott irányba tereli a döntéshozatalt.⁵⁶ A fogalom egy nagyon széles kört foglal magában és hasonlít a manipulációra.⁵⁷ Ugyanúgy a döntéshozatal erőszak nélküli befolyásolására törekszik, de előbbi szolgálhat hasznos célokat, amennyiben transzparensen az emberi gyengeség korrekciójára törekszik, ugyanakkor manipulatív jellegű is lehet, ha rejtett és éppen ezt használja ki.⁵⁸ Ezen két ismérv jellemző a *hypernudgera*, a *nudge* fejlettebb, *Big Datán* alapuló változatára, melyre jellemző még a dinamikus és személyre szabott jelleg. Az adatalanyról gyűjtött folyamatosan frissülő információk lehetővé teszik, hogy az algoritmus a lehető legbefolyásolóbb döntéshozatali környezetet hozza létre.⁵⁹ Így használható ki

⁵² Sam FRIEZEL: Facebook Totally Screwed With a Bunch of People in the Name of Science YourFacebook News Feed Can Make You Happy or Sad. *Time*, 2014. <https://tinyurl.hu/nUIt/>

⁵³ PUSZTAHELYI Réka: Az érzelmes „MI” felhasználás az online marketing világában. In: TÖRÖK Bernát – ZÓDI Zsolt (szerk.) *A mesterséges intelligencia szabályozási kihívásai*. Ludovika Egyetemi Kiadó, Budapest, 2021. 439., 439–464.

⁵⁴ Andrew McSTAY: Empathic media and advertising: Industry, policy, legal and citizen perspectives. *Big Data & Society*, vol. 3., no. 2. (2016) 4.

⁵⁵ PUSZTAHELYI (2021) i. m. 450.

⁵⁶ Cass R. SUNSTEIN: The Ethics of Nudging. *Yale Journal on Regulation*, vol. 32. no. 2. (2015) 417.

⁵⁷ PUSZTAHELYI (2021) i. m. 451.

⁵⁸ SUSSER–ROESSLER–NISSENBAUM (2019) i. m. 23–25.

⁵⁹ Karen YOUNG: ‘Hypernudge’: Big Data as a mode of regulation by design. *Information, Communication & Society*, vol. 20., no. 1. (2016) 121.

egy emocionálisan kiszolgáltatott fogyasztó egy megfelelően személyre szabott reklámmal.⁶⁰ A közösségi médiát használó tinédzserek különösen érzékenyek erre a marketing stratégiára, mely káros a mentális egészségükre és jólétükre, többek között frusztrációhoz, csalódottsághoz és gyermek-szülő konfliktusokhoz vezethet. Kitétségük fő oka, hogy nem rendelkeznek elegendő tapasztalattal az információ és hirdetés közötti különbségtételhez az online térben.⁶¹

A Facebook éppen emiatt keveredett egy botrányorozatba. 2017-ben kiszivárgott céges dokumentumok szerint a vállalat lehetővé tette a hirdetőinek, hogy kiszolgáltatott helyzetben lévő fiatal felhasználókat vehessenek célba a reklámjaikkal. Több mint 6,4 millió felhasználót érintett az incidens, akik közül többen 14 év alattiak voltak. A potenciális hirdetőknél készült tájékoztató kihangsúlyozta, hogy olyan tinédzsereket érhetnek el, akik az önbizalmuk megerősítésére vágnak. A vállalat közleményt adott ki, mely szerint a riport félrevezető volt és csak azt magyarázták el az ügyfeleknek, hogy hogyan fejezik ki magukat az emberek a Facebookon.⁶²

2021-ben a Facebook ígéretet tett, hogy megváltoztatja a hirdetési rendszerét a fiatal felhasználók védelme érdekében. A cég közleménye szerint a 18 év alatti felhasználókat csak az életkoruk, nemük és földrajzi helyzetük alapján célozhatják meg a hirdetők.⁶³ Úgy tűnik ezen vállalkozás végül nem valósult meg. Egy ausztráliai szervezetek által végzett kutatás szerint a vállalat még mindig rengeteg személyes adatot gyűjt a fiatal felhasználóiról és ezeket még mindig célzott hirdetésekhez használja fel, csak az változott, hogy a hirdetők helyett a mesterséges intelligencia választja ki a célpontokat.⁶⁴ Az eredmények hatására egy nemzetközi jogvédő szervezetekből álló koalíció nyílt levélben követelte a Facebooktól, hogy fedje fel a tinédzsereknek megjelenített személyre szabott hirdetések folyamatát és azonnal fejezze be ezen gyakorlatát. A tech óriás ismét minden tagadott, de arra nem tudott kielégítő választ adni, hogy miért gyűjt ennyi személyes adatot a 18 éven aluli felhasználókról, ha azokat nem használja fel a hirdetések optimalizálására.⁶⁵

⁶⁰ PUSZTAHELYI (2021) i. m. 459.

⁶¹ Elena YI-CHING – Ho-Rys FARTHING: How Facebook still targets surveillance ads to teens. *Fairplay*, 2021. 4. <https://tinyurl.hu/mrFs/>

⁶² Nitasha TIKU: Get Ready for the Next Big Privacy Backlash Against Facebook. *Wired*, 2017. <https://tinyurl.hu/807C/>

⁶³ Announcement: Giving Young People a Safer, More Private Experience. *Meta*, 2021. <https://tinyurl.hu/T3No/>

⁶⁴ YI-CHING–FARTHINGi. m. 5–6. <https://tinyurl.hu/mrFs/>

⁶⁵ Natasha LOMAS: Facebook accused of continuing to surveil teens for ad targeting. *Techcrunch*, 2021 <https://tinyurl.hu/L2kf/>

2.4. Függőség

Az előbbiekben ismertetett érzelmi manipuláció mellett a tech cégek az emberi elme működésének egy másik gyengeségét is kihasználják: az addikcióra való hajlamot. Függőség nemcsak különböző szerek, hanem tevékenységek iránt is kialakulhat. Az internet, azon belül a Facebook függőség is ebbe a kategóriába tartozik. A platform túlzott mértékű használata olyan pszichológiai és szociális problémákat okozhat, mint a depresszió, magány és a valóságban kialakított szociális kapcsolatok romlása.⁶⁶ Úgy vélem komoly erkölcsi aggályokat vet fel, hogy a Facebook felületét már eleve úgy tervezték meg, hogy függőséget okozzon.⁶⁷

A tech óriás erkölcsi megítélését jelentősen rontja, hogy ebben az esetben is kihasználja fiatal felhasználói kiszolgáltatottságát ahelyett, hogy megvédené őket. Frances Haugen a szenátusi meghallgatásán többször is kihangsúlyozta, hogy a platform káros a gyermekekre nézve és félrevezette a nyilvánosságot az erre vonatkozó adatok eltitkolásával. A Facebook saját kutatási eredményei megállapították, hogy az Instagramot használó fiúk 40%-a, a lányoknak pedig a 66%-a tapasztalt negatív társadalmi összehasonlítást. Az érintett fiatal lányok 52%-a szerint ezt a platformon megosztott szépséggel kapcsolatos képek okozták.⁶⁸ Ez pedig önértékelési problémákat okozhat és hozzájárulhat különböző testképzavarok kialakulásához, mint az anorexia.⁶⁹ Szélsőséges esetekben pedig depresszióhoz és öngyilkossághoz is vezethet.

Egy egyesült államokbeli édesanya a fentebb ismertetett okok miatt 2021 januárjában pert indított a Meta és a Snapchat ellen. Keresetében azt kéri a bíróságtól, hogy állapítsa meg a vállalatok felelősségét 11 éves lánya, Selena Rodriguez öngyilkosságáért, melyet a platformok hanyagsága, termékeik hibás kialakítása és veszélyes funkcióik okoztak. A képviselőt ellátó Social Media Victims Law Center közleménye szerint Selena komoly Instagram és Snapchat függőségben szenvedett. Mindkét platformon külső nyomásra szexuális tartalmakat osztott meg magáról, melyek kiszivárogtak és az iskolatársai

⁶⁶ Umme Kulsuma RASHID: Relationship between Need for Belongingness and Facebook Addiction: Mediating Role of Number of Friends on Facebook. *International Journal of Social Science Studies*, vol. 7, no. 2. (2019) 37.

⁶⁷ Olivia SOLON: Ex-Facebook president Sean Parker: site made to exploit human 'vulnerability'. *The Guardian*, 2017. <https://tinyurl.hu/RD4q/>

⁶⁸ Facebook Whistleblower Frances Haugen Testifies on Children & Social Media Use: Full Senate Hearing Transcript. *Rev.*, 2021. <https://tinyurl.hu/IoIR/>

⁶⁹ KELEMEN Linda: Facebook v. erkölcs. *Médiatudományi Intézet Blog*, 2021. <https://tinyurl.hu/4ktA/>

támadásainak céltáblája lett. Ezek hozzájárultak a tinédzser egyre súlyosabb depressziójához, evészavarához és végső soron öngyilkosságához.⁷⁰

3. Összegzés

A közösségi média platformok a felhasználókkal kötött szerződés teljesítése során a platformok megsértik a jóhiszeműség és tisztesség elvét, mellyel komoly társadalmi károkat okoznak. Ennek oka az ezen felületeket üzemeltető vállalatok üzleti stratégiájában keresendő, melyben a profitszerzés szorosan összekapcsolódik a felhasználók figyelmének fenntartásával. A társadalom negatív erkölcsi megítélését nem a hirdetések eladása, hanem a cél eléréséhez alkalmazott manipulációs technikák vívják ki. A platformok lelkét képező algoritmusok, a rendelkezésre álló adatmennyiség elemzése révén, hatékony eszközei az emberi magatartás kontrolljának. Nemcsak a felhasználók érzelmeit, hanem a valóságról alkotott képüket is befolyásolják, komoly veszélybe sorolva ezzel a magánautonómiát, a demokráciát és a kiszolgáltatott helyzetben lévő fiatalok mentális egészségét. A helyzet jogalkotói beavatkozást kíván, mert a jelenlegi szabályok nem tudják kezelni a technológia fejlődésével járó kihívásokat és megfelelő védelmet biztosítani a fogyasztóknak. Az Európai Unió élen jár ezen a téren és több kötelező aktust is elfogadott, melyek a problémák komplex jellegét felismerve több jogterületet is érintenek. Előnyükre szól, hogy igyekeznek rábírní a platformokat a szorosabb együttműködésre az állami hatóságokkal és a kutatókkal, illetve kiemelt hangsúlyt fordítanak az átláthatóság fokozására. Ezen intézkedések jó kezdetet jelentenek, de a megfelelő szabályozási rezsim kialakításához még hosszú út vezet.

Úgy vélem, fontos még a fogyasztók tudatosságának és tájékozottságának növelése, a kiszolgáltatottságuk csökkentése érdekében. Ebben a körben kiemelten fontos a passzív társadalmi attitűd megváltoztatása, hiszen már olyan kisebb erőfeszítések is csökkenthetik a destruktív hatásokat, mint a változatos és megbízható hírforrások használata, vagy az értesítések kikapcsolása.⁷¹ Az erre való felhívás történhet egyfelől felnőtteknek szóló edukációs kampányokkal, másfelől megfelelő digitális ismeretek és készségek beillesztésével az iskolai tantervekbe. Az egyre gyorsuló digitalizáció miatt a jövő nemzedékei,

⁷⁰ Jason YSAIS: Meta Platforms, Inc. and Snap, Inc. Face Wrongful Death Lawsuit for Causing the Suicide of 11-year-old Selena Rodriguez. Social Media Victims Center, 2021. <https://tinyurl.hu/wP81/>

⁷¹ Take Control, Center for Humane Technology. <https://tinyurl.hu/3RcK/>

ahogy életük egyre nagyobb részét töltik majd online, úgy kell egyre több ezzel kapcsolatos kihívással szembenézniük, melyhez megfelelő eszköztárat kell biztosítani. Ebbe a technológiai ismereteken túl a megfelelő önismeret is beletartozik, mely szintén csökkenti a manipulációnak való kitettséget.