

Gálik Mihály

Visszhangkamrák és szűrőbuborékok

A hírfogyasztásról szóló vita a digitális hálózati média-ökoszisztéma világában¹

Az elmúlt három évtizedben mind a közügyekről szóló hírek előállítására és terjesztésére, mind fogyasztásuk, használatuk számottevően megváltozott. Az ezredfordulót követően az online platformokon, hírportálokon történő személyes hírválogatás, valamint a felhasználók által előállított hír- és információs tartalmak vizsgálata bekerült a kommunikációkutatások főáramlatába. Nagyjából a 2010-es évek elejére, a Web 2.0-s környezetben a téma kiegészült az algoritmikus hírválogatás vizsgálatával. Az a sokak által vélelmezett és még az ezredfordulón megfogalmazott fordulat, miszerint a hírforrások elérhetőségének bővülésével egyidejűleg *de facto* beszűkül az egyének figyelmét megragadó, az általuk kiválasztott hírek és információk köre, a mértékadó kutatási eredmények tanúsága szerint nem következett be. Ugyanakkor a visszhangkamra és a szűrőbuborék elnevezéssel közismertté vált metaforák vagy – ha úgy tetszik – *hype* által leírt jelenség mégiscsak létezik a digitális hálózati hírmédia világában, csak kicsit másként, mint ahogy azt a megfogalmazói előrevetítették.

Kulcsszavak: algoritmikus hírszűrés, hálózati hírmédia, hírbuborék, hírmédia, hype, nyilvános szféra, személyes hírválogatás, szűrőbuborék, visszhangkamra

Bevezetés

A hálózati hírmédia működése kapcsán Nicholas Negroponte (1995) fogalmazta meg először a maga *The Daily Me* metaforájával, hogy a híreket a felhasználók saját elgondolásait követve személyükre szabhatják (*personalization*), majd Cass Sunstein (2001) a visszhangkamra (*echo chamber*) találó szóképével mutatott rá a hírek felhasználók általi személyre szabásának társadalmi veszélyeire. Persze nem kérdés, hogy a közönség válogatása a média hírei között örök jelenség. A hagyományos tömegmédia közönségének választásaiban is jelen volt, és a hírekkel való találkozás módja mindig is összekapcsolódott a hírfogyasztók tudatos és/vagy nem-tudatos preferenciáival (Gálik 2018). Ugyanakkor a digitális média színteréhez képest szerény hírkínálat körülményei között a közönség válogatási lehetősége nagyságrendekkel kisebb volt, a hírmédiával kapcsolatos aggodalmak elsődleges tárgyának pedig a kínálat mennyiségi és szerkezeti elégtelensége számított.

Az új infokommunikációs technológiák (IKT) megjelenése és terjedése nyomán a hírkínálat az 1970-es évektől fokozatosan bővült, de ezt a folyamatot a különböző társadalmi rétegek hírfogyasztásában meglévő különbségek növekedése kísérte (Tichenor et al. 1970), ami új veszélyeket hordozott. Az információkkal bőven ellátottak (*the information rich*) és az információkban szűkölködők (*the information poor*) között kialakuló tudásszakadék (*the knowledge gap*) elsősorú magyarázó változója Philip Tichenor és szerzőtársai korszakos tanulmánya szerint az egyes társadalmi rétegekbe tartozók eltérő képzettségi/iskolázottsági szintje. A tudásszakadék-hipotézis

¹ A tanulmány a Pécsi Tudományegyetem Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszéke és a Nyelv és Kommunikáció Doktori Programja által szervezett (Pécs, 2019. március 22–23.) konferencián tartott, „Híreket mondunk – Töprengések a visszhangkamra (*echo chamber*) és a szűrőbuborék (*filter bubble*) hype relevanciájáról a hírmédiában” című előadás szerkesztett és bővített változata.

vizsgálata a médiaszociológiai kutatások egyik kiemelt témája mindmáig,² ugyanakkor a szóhasználatban a digitális szakadék/digitális megosztottság (*digital divide*) kifejezések kerültek előtérbe.

Az ezredforduló utáni első évtized végén megjelenő, a hírek forgalmát irányító keresőmotorok, valamint az egyre szélesebb tömegeket vonzó közösségi hálózati oldalak (*social network sites, SNSs*) használatának robbanásszerű növekedése arra a jelenségre irányították rá a figyelmet, hogy a platformok üzemeltetőinek algoritmusai nagyban befolyásolják, milyen hírekkel találkozhatnak a felhasználók az interneten. Az algoritmikus hírszűrés tovább erősíti az egyéni hírválogatásból következő hatásokat, és Eli Pariser (2011) azt mutatja be a New York Times bestseller listájára felkerült könyvében, hogy a felhasználók mintegy szűrőbuborékba (*filter bubble*) kerülhetnek.³

A hírek felhasználók általi személyes, illetve a szolgáltatók általi algoritmikus szűrését Negroponte, Sunstein és Pariser említett munkáira támaszkodva mutatom be, hiszen a téma ezek nyomán kapott a szélesebb nyilvánosságban is teret. Minden negatív melléközöngé nélkül használom a hype fogalmát a visszhangkamra, illetve a szűrőbuborék kialakulásáról szóló okfejtésekre, hiszen a szaktudományok szóhasználatában a hype egy olyan érdekes és korszakos jelentőségűnek tűnő felismerésre utal, amely jóllehet tudományos mércével még csak egy halovány hipotézis, de a nyilvánosságban már nagy értéket társítanak hozzá (McQuail 2015).

A hírbuborék lehetőségének felvetése, konceptualizálása, a jelenségről folytatott vita első szakasza

A média digitalizációjának és az internet terjedésének új technológiai környezetéből kiindulva az MIT Media Lab akkori vezetője, Nicholas Negroponte az online WIRED magazin 1994. júniusi számában vázolta fel azt a lehetőséget, hogy a hírfolyamot a felhasználók személyükre szabhatják. Okfejtése először csak az emblemikus szakfolyóirat szűk olvasótáborához jutott el, de miután 1995-ben megjelent a *Being Digital* című gyűjteményes kötetében is, egy csapásra megváltozott a helyzet. A könyv igazi tudományos bestseller lett, megállapításait úton-útfélen idézték a nyilvános kommunikációban; a tudományos publikációkban is számtalanszor hivatkoztak rá, a szerző az 1990-es évek egyik legismertebb médiakutatója lett.

A Negroponte által adott találó, metaforikus újságcím – *The Daily Me* – jól érzékeltette, hogy új korszak kezdődhet el a hírmédiában, de ennél tovább ment, hiszen a médiatartalmak közti személyes válogatás lehetőségét más tartalmakra is kiterjesztette. Úgy vélte, küszöbön áll a paradigmaváltás a média közgazdasági-üzleti modelljében is, és a tartalmakat előállító professzionális médiaszervezetek kínálata által uralt *push* modellt fel fogja váltani a fogyasztó/felhasználó által dominált *pull* modell, a felhasználó pedig majd kedvére válogathat az interneten a digitális formában tárolt és lehívható tartalmak közül.

Az ezredfordulón a neves amerikai alkotmányjogász és társadalomkutató, a deliberatív demokrácia eszméjének ismert népszerűsítője, Cass Sunstein (2001) a korai hálózati hírmédia működését vizsgáló *Republic.com* című könyvében arra hívta fel a figyelmet, hogy a személyre szabott hírválogatás káros társadalmi következményekkel járhat. Megtartva Negroponte *The Daily Me* metaforáját, Sunstein részletesen bemutatta, hogy amennyiben a felhasználók csak a világhálón talált hasonló gondolkodású (*like-minded*) társaikkal kommunikálnak, azzal könnyen bezárhatják magukat egy információs gubóba (*information cocoon*), vagy – a gyorsan népszerűvé vált másik metaforáját idézve, – egy visszhangkamrába (*echo chamber*). Mindez komolyan fenyegeti a nyilvános szférát, ilyenformán a demokráciák egészséges működését. Amennyiben a felhasználók főként csak azokat a hírforrásokat veszik igénybe, amelyekben a világméretűnek megfelelő információkkal, véleményekkel és néze-

2 Gabriel Weimann és szerzőtársai (2014) a digitális szakadékról az ezredforduló után megjelent releváns szakirodalom meta-analízisének eredményeire támaszkodva megállapították, hogy a digitális hálózati média hírbőségének közepette szintén kimutatható egy információs szakadék a közönség társadalmi-gazdasági, közéleti és tudományos kérdésekben való tájékozottsága terén. Az alacsonyabb társadalmi-gazdasági státusú felhasználók ugyan jóval több időt töltenek el a digitális kommunikációs platformokon, mint a magasabb státusúak, mégis kevesebb hírhez/információhoz jutnak el, és ritkábban használják az online információkeresés szofisztikált eszközeit. A használat mintázatának eltérései a különböző státusú csoportok között, valamint az ebből eredő információs szakadék erősítik a „jó öreg” tudásszakadék-hipotézis relevanciáját.

3 A „visszhangkamra” és a „szűrőbuborék” gyűjtőfogalma a szintén gyakran használt „hírbuborék”.

tekkel találkozhatnak, nem alakulhatnak ki bennük azok a közös tapasztalatok, amelyek összetartják a heterogén társadalmakat.

A személyes hírválogatás hálózati platformokon történő vizsgálata az ezredfordulót követően bekerült a kommunikációkutatások fősodrába (Gálik 2018). A következőkben az amerikai hálózati médiára összpontosítva mutatok be néhány gyakran hivatkozott példát. Két pártos irányultságú hírportál összesen 727 látogatójának magatartását elemezve 2005-ben Kelly Garrett (2009) megállapította, hogy az egyes felhasználók politikai/ideológiai beállítottsága befolyásolja ugyan a hírek közti válogatásukat, de a hatás mértéke nem túl jelentős. Garrett arra a következtetésre jutott, hogy az a Sunstein által megfogalmazott és sokak által osztott aggodalom, miszerint az internethasználat az egyre fragmentáltabb társadalom kialakulásához vezet, eltűzöttnek tűnik.

A hírportálok 2009-ben mért látogatottsági adataiból kiindulva Matthew Gentzkow és Jesse Shapiro (2011) a közönség online hírfogyasztását vetette össze a más sztenderd adatbázisokból (olvasottság, hallgatottság, nézettség) számított offline hírfogyasztásával. Kutatásuk eredményei azt mutatták, hogy ritka az olyan felhasználó, aki csak egy-két, szerkesztőségi irányvonalát tekintve karakteres hírportált látogat, és más hírmédiákat nem vesz igénybe.

Kristen Purcell és szerzőtársai (2010) kérdőíves felmérést (*survey*) alkalmazva kutatták az amerikai felnőttek hírfogyasztását 2009-ben. Kimutatták, hogy ez emberek döntő többsége (92 %) egy tipikus/átlagos napon több hírforrásból tájékozódik, és hogy az internetet nagyon gyakran használók az átlagnál kevésbé lojálisak az egyes hírportálokhoz. Szerintük nyilvánvaló, hogy a politikai/közéleti híreknek az a pusztta tömege, amellyel a rendszeres hírfelhasználók szembesülnek, egyúttal azzal a következménnyel is jár, hogy elkerülhetetlenül találkoznak a maguk felfogását keresztező hírekkel.

Eszter Hargittai és szerzőtársai (2012) a digitális médiában kialakuló információs túlterhelést vizsgálták szintén 2009-ben. Hét fókuszcsoporthoz állítottak fel egyenként 9–12 résztvevővel; az országos átlaghoz viszonyítva a résztvevők összességükben fiatalabbak és képzetesebbek voltak. A beszélgetések résztvevői kifejezetten pozitívan értékelték azt a lehetőséget, hogy az interneten sokkal szélesebb hírkínálatból válogathatnak, mint a hagyományos hírmédiában, a tájékozódási lehetőségeik bővülését látták benne. Arra a felvetésre, hogy vajon a személyes preferenciáik érvényesítése nem fenyeget-e azzal, hogy ők maguk „visszahúzódnak egy pártos szekértáborba, a napi én (*daily me*) egyoldalú információiba” a résztvevők jellemzően nemmel válaszoltak, és jelezték, érdekli őket az is, hogy „a másik oldal” mit gondol az általuk kiválasztott hírekről.

A hivatkozott kvantitatív és kvalitatív kutatások eredményei egyaránt azt sejtetik, hogy az amerikai hírmédia színterén, az internethasználók körében a Web 1.0-es környezetben nem vált uralkodóvá a szűk személyes érdeklődés, az egyéni preferenciák szerinti következetes, tudatos felhasználói hírválogatás (*personalization*) gyakorlata, ellentétben Negroponte előrejelzésével és Sunstein aggodalmaival.

Hírbuborék-vita a 2010-es években

Az internetaktivistaként jól ismert, de sem Negroponte, sem Sunstein tudományos hírnevéhez nem mérhető Eli Parizer (2011) a szűrőbuborék (*filter bubble*) kifejezést használta a hálózati platformokon történő hírfogyasztást vizsgáló könyvében. Ő arra helyezte a hangsúlyt, hogy a különböző hálózati platformokon az online hírhazsnálat mintázatait jól ismerő algoritmusok szűrik a felhasználók elé kerülő híreket, és úgy látta, hogy a rejtett algoritmikus szűrés működése tovább súlyosbítja az egyéni online hírhazsnálat felhasználók általi személyre szabásából fakadó ismert problémákat.

Solomon Messing és Sean Westwood (2014) a közösségi média oldalain a felhasználók által megosztott és értékelt/kommentált híreket vizsgálva arra hívta fel a figyelmet, hogy az így megjelenő ajánlások szerepe erősebb lehet a felhasználók hírválasztásában, mint a pártokhoz való saját kötődésüké, amelyre a közösségi hálózati oldalakon alkalmazott algoritmikus szűrés épül.⁴

4 Nem bocsátkozva a részletekbe, itt csak megjegyezzük, hogy Johannes Kaiser és szerzőtársai (2018) összegzése szerint a tárgyban folytatott tengernyi kutatás eredményei meglehetősen ellentmondásosak.

Seth Flaxman és szerzőtársai (2016) nagyjából 50 000 olyan amerikai felhasználó adatait elemezték, akik rendszeres látogatói az amerikai híroldaloknak/hírportáloknak. Az adatfelvétel 2013 tavaszán történt. A nagymintás, reprezentatív felmérés adatait elemezve a kutatók úgy találták, hogy a felhasználók saját preferenciáik érvényesítése mellett jellemzően még a fősodorba tartozó hírmédia további hálózati felületeit is látogatják, és vizsgálatuk nem mutatott ki érdemi visszhangkamrahatást. Noha az amerikai hírmédia ideológiai polarizálódása már az 1990-es évek elejétől fokozatosan erősödött (Iyengar & Hahn 2009, Gentzkow & Shapiro 2011), a *mainstream* hírmédia kínálatában mégis sok olyan közös elem található, amely gyengíti a visszhangkamrahatást.

Frederik Zuiderveen Borgesius és öt szerzőtársa (2016) terjedelmes áttekintő tanulmányában összesen 66 forrást dolgozott fel a hírbuborékok kialakulásának témakörében, és részletesen ismerteti a visszhangkamrák, illetve a szűrőbuborékok káros hatásaival kapcsolatos, széles körben vélelmezett aggodalmakat. Kettéválasztották a híreknek a felhasználók, valamint az algoritmusok általi személyre szabását, majd arra a következtetésre jutottak, hogy a hírek személyre szabása kapcsán gyakran hangoztatott aggályokat jelenleg nem támasztja alá empirikus bizonyíték. Ugyanakkor hangsúlyozták, hogy a digitális média színterén nagyon gyors a változások üteme, ami önmagában is hamar elavulttá teheti a kutatási eredményeket. Továbbá, mivel a kutatások többsége az amerikai kétpárti politikai rendszer környezetében történt, az eredmények relevanciája más demokráciák többpárti rendszereiben nem magától értetődő. Mindez óvatosságra int a hírbuborékok kezelésére szolgáló szakpolitikák kialakítása során.

E helyütt érdemes röviden utalni két olyan kutatásra, amelynek eredményei – bár az amerikaiaktól igencsak eltérő médiaszíntéren készültek – mégis erősítik azt a 2010-es évek második felére kialakuló álláspontot, hogy a hírbuborékhatás érvényesülése távol van attól a népszerű hype-tól, amelyet először Sunstein (2001), majd később Parizer (2011) fogalmazott meg.

Rune Karlsen és szerzőtársai Norvégiában lefolytatott online kérdőíves felmérésének eredményei azt mutatták, hogy az online vitafórumok résztvevői közül a legaktívabbak gyakran kommunikálnak az ellenkező nézeteket valló felhasználókkal is, tehát nem zárják magukat visszhangkamrába. A 2014-ben elvégzett felmérés 5677 felhasználóra terjedt ki, s a panel az internetet használó népesség tekintetében reprezentatív volt. A különböző online platformokat együtt számítva a válaszadók közel 40 százaléka vett részt a vitákban. Azon felhasználók több mint fele (53 %), akik gyakran vitáltak meg kérdéseket hasonló gondolkodású (*like minded*) társaikkal, a válaszok tanúsága szerint gyakran olyanokkal is folytatott vitát, akik a sajátjuktól eltérő, azokkal ellentétes értékeket vallottak. A politikai és közéleti kérdésekről zajló viták résztvevőinek nagyjából harmada (31 %) úgy válaszolt, hogy a vele teljesen ellentétes véleményű felhasználókkal is kommunikál, nagyjából negyedük (24 %) viszont elzárkózik az ellentétes véleményen lévőkkel folytatott eszmecsere-től. Ahogyan a szerzők fogalmazzák, az online vitafórumokat a lövészárk-hadviselés dinamikája (*trench warfare dynamics*) jellemzi: a résztvevők jellemzően elbeszélnek egymás mellett, és az ellenkező felfogásúakkal folytatott vitáik általában inkább megerősítik, semmint megingatják a saját nézeteiket, ami egyfajta ellenkezési torzítás (*disconfirmation bias*).⁵

Babarczy Eszter (2018) egy menekülteket befogadó kisebb magyarországi program Őcsényben bekövetkezett kudarcát vizsgálta oly módon, hogy a széles nyilvánosságot kapott esetről a Facebookon 2017 szeptemberében kibontakozott vitát tartalomelemzésnek vetette alá. Konkrétan három-három, egymással szögesen ellentétes irányvonalú hírportál Facebook oldalaira feltett, összesen 1224 hozzászólást tekintett át. Előzetesen azt feltételezte, hogy a kormánypártinak nevezhető hírportálokon (Pesti Srácok, 888, Blogstar) a programot elutasító helyi lakosok, illetve a vitában megszólaló miniszterelnök őket támogató álláspontját tükröző hozzászólások lesznek majd elsősorban többségben, a kormánykritikusnak minősíthető hírportálokon (Index, MNO, Kettős Mércse) pedig majd a program mellett érvelők nyilvánítanak véleményt. Az eredmények azonban jóval árnyaltabb képet mutatnak. A helyi lakosok/a helyi önkormányzat elutasító döntését és Orbán Viktor miniszterelnöknek az Őcsényben

5 Beszédes ebből a szempontból Sunstein (2017: 181) azon példája is, amely az amerikaiakat megosztó egyik fontos kérdés, az abortusz legalizálása körüli feszültséget illusztrálja. Az abortusz pártján álló egyik nőgyógyászt lelőtték 2009-ben, ám Sunstein értékelése szerint ez a tragikus, megrendítő esemény sem volt elegendő ahhoz, hogy a vita résztvevői főszabályként túllépjenek az ideológiai kereteken. Amint írja: „A különböző nézőpontú emberek nagyobb valószínűséggel beszéltek el egymás fölött és mellett, semmint lényegi eszmecserebe bocsátkozzanak.” Ez a példa – talán Sunstein szándéka ellenére – nem a visszhangkamrába való bezárkózást illusztrálja, hanem a szélsőségesen polarizált álláspontokat képviselők közti párbeszéd korlátait.

lakók döntésével egyetértő nyilatkozatát a kormánypárti hírportálok a kommentelők közel egynegyede bírálta, a kormánykritikus hírportálokon megjelenő véleményeknek pedig közel 30 százaléka támogatta. Idézve a szerző megfogalmazását: „Ez arra vall, hogy *legalább a kommentelők körében van átjárás a kormánykritikus és a kormánypárti média között*” (Babarczy 2018: 69; kiemelés az eredetiben).

Visszatérve az amerikai médiaszínterre vonatkozó, hírbuborék tárgyú tudományos közleményekre, ki kell emelnünk Jacob Nelson és James Webster (2017) tanulmányát, amelyben egy 2014-ben folytatott, az amerikai közéleti/politikai híreket vizsgáló kutatásuk eredményeit összegzik. A fejlett adat- és hálózatelemzési technikákat alkalmazva két kérdésre keresték a választ:

1. A különböző politikai-ideológiai háttérű hálózati közösségek miként fogyasztják a politikai híreket?
2. A közösségi hálózati oldalak milyen szerepet játszanak a hálózaton megjelenő (online) politikai hírek fogyasztásában?

Elemzésükből egyértelműen kiderül, hogy a jól ismert, a piacon márkának számító amerikai hírportálok látogatottságát bemutató görbe ugyanazt a balról jobbra lejtő hiperbolát formázza, amelyet Chris Anderson (2007) nevezetes *long tail* görbéje: néhány hírportál látogatottsága kiugróan magas, a többségé viszont ennek csak töredéke. A felhasználók adatainak elemzése továbbá arra következtetésre vezetett, hogy a látogatottságot tekintve vezető hírportálok közössége ideológiai alapon meglehetősen homogén, nagy eltérés csupán a szélsőségesnek minősíthető, amúgy alacsony látogatottságú portálok esetében mutatható ki. A második kérdésre adott válasz summázata az, hogy a hálózati közösségek a legnagyobb valószínűséggel a Facebookról jutnak el/navigálnak a hálózati hírportálokra, jóval megelőzve a hírportálok közvetlenül felkereső látogatókat vagy éppen a Google keresőmotor közvetítésével érkezőket. Mindebből Nelson és Webster (2017: 9) találóan állapítja meg: „A Facebook de facto a hálózati hírek közösségeinek nyitóoldala lett.” A két szerző álláspontja szerint kutatásuk eredményei is azt bizonyítják, hogy a *filter bubble/echo chamber* jelenség érvényesülése csupán mítosz, amelyet az amerikai társadalom szélsőséges politikai megosztottsága tart életben.

A visszhangkamra metafora megalkotója, Sunstein a 2010-es évek második felében is – immár mintegy az ár ellen úszva – kitartott véleménye mellett. A közösségi média kora (*the age of social media*) és a demokrácia megosztottsága közötti kapcsolatot vizsgáló új könyvében (Sunstein 2017) hangsúlyozza, hogy a visszhangkamrák kialakulása a közösségi médiában is fenyegető veszély. Ráadásul a felhasználónak ehhez már szinte semmit sem kell tennie, a hírek személyre szabását elvégzik helyette a politikai profilját jól ismerő szolgáltatók algoritmusai, anélkül, hogy ennek tudatában lenne. Miközben példák sokaságát hozza fel, nem rejti véka alá azt sem, hogy legfontosabb állításai nem szisztematikus empirikus alapon nyugszanak, hanem azokra az egyéni és társadalmi ideákra támaszkodnak, amelyek „egy olyan kultúráról szólnak, amely a legjobban illeszkedik a jól működő demokráciához” (Sunstein 2017: 6).

Elizabeth Dubois és Grant Blank (2018) kutatási eredményei azt mutatják, hogy az egyének (*individuals*) politika iránti érdeklődésének magas szintje, valamint az elérhető hírforrások bősége gátolja a visszhangkamrák kialakulását. A hírek kínálata a hálózati (online) forrásokat tekintve a közösségi médiától a kereső szoftveken át a hírportálokig terjed, és mellettük még ott találjuk a hagyományos (offline) hírmédiát, azaz a hírlapokat, a rádió- és televízió-műsor-szolgáltatást és egyebeket. A szerzők hangsúlyozzák, hogy az elemzések során a közönség médiahasználatának teljes tartományát kell figyelembe vennünk, egy-egy médium kiragadása ugyanis téves következtetésekhez vezethet. Kiemelik, hogy az egyének politikai/közéleti témák iránti érdeklődésének hőfoka, intenzitása nagymértékben befolyásolja, hogy mennyire élnek a hírbőség teremtette lehetőségekkel. Igaz, úgy is dönthetnek, hogy csak egy-két forrást használnak, ám a hírbőség környezetében ez csupán néhány százalékukra jellemző.

Pablo Boczkowski és szerzőtársai (2018: 3524) Argentínában a mélyinterjú módszerét alkalmazva vizsgálták az online hírfogyasztást a fiatal felnőtt (18–29 éves) korcsoportban 2016-ban, és arra a következtetésre jutottak, hogy: „A közösségi médiában a véletlenszerű hírfogyasztás a perifériálistól elmozdult a központ irányába az online hírfogyasztás jelenlegi repertoárjában, legalábbis a fiatal felnőttek körében.”

Következtetések, vitakérdések

A klasszikus felfogás szerint a hírmédia főként a közönség kognitív szükségleteinek igyekszik megfelelni, kínálata elsősorban a dolgok/az események megismeréséhez és az információk megszerzéséhez járul hozzá. A hírek, valamint a hírmédia működését vizsgáló, a különböző szaktudományokban évszázados múltra visszatekintő kutatások eredményei azt mutatják (Gálik 2018), hogy a közönség – a kivételes helyzetektől eltekintve – előtérbe helyezi a mindennapos életvitellel és a szabadidő eltöltéssel kapcsolatos, valamint a könnyedebb, szórakoztató jellegű híreket a közügyekről tudósítókkal szemben. Ez az emberi természetből fakadó jelenség egyfajta hírszakadék (*news gap*) kialakulásához vezet, amely a korábbiakhoz képest kiszélesedik a hálózati hírmédia platformjain (Boczkowski & Mitchelstein, 2013).

Az egyének hajlamosak a hírek kínálatából kimazsolázni azokat, amelyek érdekesek és fontosak számukra, amelyek összhangban vannak ismereteikkel és attitűdjeikkel, mi több, megerősítik a maguk nézeteit/hiedelmeit, és nem kényszerítik őket mentális erőfeszítésekre (Kahneman 2013). A nyilvános politikai kommunikációt vizsgálva, Russel Neuman és szerzőtársai (2018) sarkosan úgy fogalmazznak, hogy az emberek többsége csupán a nyilvánosságra kerülő események, vitatott kérdések szűk körét méltatja figyelemre, nevezetesen azokat, amelyeket érdekesnek talál, és amelyek érzelmileg megérintik őket. Ugyanők rámutatnak, hogy az affektív/érzelmi/indulati tényezők – mint a lelkesedés, a düh/averzió és az aggodalom –, jelentősen befolyásolják a hírek iránti figyelem alakulását.

Noha az eredeti értelemben vett – és Negroponte nevéhez kötődő –, kifejezetten az online hírmédia felületein értelmezett felhasználói személyre szabás a digitális hálózati média színterein létező gyakorlat, kétség nem fér ahhoz, hogy távolról sem ez a hírekhez való hozzáférés kizárólagos formája. Az amerikai média színterén pedig egyenesen az a tapasztalat (Piore 2019), hogy a hagyományos (*offline*) hírmédia kínálatának protagonistái, így a számos beszélgetős rádió (*talk radio*) – amelyek, tegyük hozzá, a maguk országosan hallgatott, a konzervatív nézőpontok szószólóiként ismert sztárjaival milliós hallgatótáborhoz jutnak el (Sweeting 2015) –, a helyi hírek és az országos elérésű Fox News hírtévé (amelyet Grant Blank ironikusan az internet előtti szűrőbuboréknak titulál) véleményformáló ereje a közönség jelentős részében vetekszik a digitális hálózati hírmédia népszerű platformjainak befolyásával.

Annak, hogy a kutatási eredmények túlnyomó többsége szerint a demokráciákban nem alakultak ki a hírmédia egészét átfogó visszhangkamrák vagy szűrőbuborékok, talán az a fő oka, hogy a tömegmédia – rációval Negroponte előrejelzésére – nem omlott össze (Gálik 2005, Weimann et al. 2014, McQuail 2015). A hagyományos hírmédia (*legacy news media*) az összes nehézség ellenére is ott van a színtéren, a tévék és a rádiók hír- és információs műsorainak közönsége sem tűnt el, és a nyomtatott hírmédia néhány erős szervezete is a felszínen maradt, az offline hírmédia legerősebb márkái (*brands*) pedig jellemzően a hírportálok világában is megtalálták a helyüket, látogatottságuk a demokráciák többségében kifejezetten az élbolyba tartozik. A hagyományos, a tömegmédia korából megörökölt hírmédia erős hálózati jelenléte, az online hírmédiában jelen lévő nagyszámú szereplő, valamint az a tény, hogy a közönség jó része több forrásból tájékozódik, hatékonyan állja útját a már az online hírmédiában is visszhangkamrák kialakulásának, nem beszélve a hírmédia egészéről, amelynek az offline hírmédia szintén integráns része. Mindezeket tetézi, hogy a politikusok a közösségi hálózati platformok nyújtotta lehetőségekkel élve a hírmédiát kikerülve kezdtek kommunikálni a közönséggel (önmediatizáció), hogy a hírek áradatában a saját személyükre és/vagy az általuk képviselt ügyekre tereljék az emberek figyelmét (Merkovity 2016).

Ugyan nem zárható ki, hogy a saját preferenciáit következetesen érvényesítő hírfelhasználó a hálózati platformokon tudatosan bezárja magát egy hírbuborékba, bár a mai hírbőség korában az ilyen magatartás konceptualizálása nem igazán meggyőző, sőt a 2010-es évekre éppen a médiatartalmak közti választás tudatosságának megkérdőjelezése került előtérbe (Knobloch-Westerwick 2015, Kósa 2019). Amennyiben leválasztjuk a hírek felhasználó általi személyre szabásának jelenségét Negroponte hype-járól, valamint Sunstein és Pariser visszhangkamra és szűrőbuborék fogalmának eredeti értelmezéséről, azaz túllépünk a hírfogyasztás hálózati hírmédiára való leszűkítésén, akkor újra lehet értelmezni a jelenséget.

Ilyen közelítést alkalmazott például Győri Adél és Timár János (2017), aki a magyar hírmédiában az online hírfogyasztás mellett az offline hírmédiában is vizsgálta a hírfogyasztást egy, a politikai tájékozódás forrásait vizsgáló kérdőíves reprezentatív felmérés adatbázisának másodlagos feldolgozásával. A hagyományos tömegmédia

használatára is kiterjesztett értelmezésű hírbuborékok ugyan csak szellemi rokonságban vannak a visszhangkamra és a szűrőbuborék „klasszikus” – értsd: a Sunstein és Pariser által bevezetett – kategóriáival, de felvetik, hogy a hírmédia használatának vizsgálata során új értelmezést is lehet adni a hírbuborék fogalmának. Hozzátehetjük, hogy a magyar szakirodalomban a szerzők túlnyomó többsége szabadon használja a nevezett szakkifejezéseket, nem sokat törődve azok eredeti jelentésével, így náluk a fogalmak átértelmezése *de facto* meg is történt.

Az sem vitás, hogy a 2010-es években kialakult hírmédia hibrid színterének szerves képződményei a közösségi-hálózati oldalakon spontán létrejövő hírközösségek, afféle tematikus nyilvánosságok, amelyek a közösségi média felhasználóit, tehát az egyes hírek/információk terjesztőit, értelmezőit és kommentelőit kapcsolják össze (Vincze 2019). A nyilvánosság-tér ilyen felszabdalása persze veszélyeket is hordoz magában (Vike-Freiberga et al. 2013), amint erre korábban Sunstein (2001) is felhívta a figyelmet, hisz az egymás mellett létező résznyilvánosságok kialakulása gátolhatja az egészében értelmezett társadalmi nyilvánosság hatékony működését. Polyák Gábor (2016) megfogalmazásával élve: a személyre szabott információs ökoszisztéma kialakulása aligha fér össze a demokratikus nyilvánosság ideájával, amivel nem nehéz egyetérteni még akkor sem, ha az általa használt szűrőbuborék-fogalom értelmezése is lazább, mint a klasszikus meghatározás.

Már a web 1.0-es környezetben, még jóval a közösségi média használatának tömegesedése előtt Sunstein (2001) rámutatott, hogy a hálózati média megadja a lehetőséget az addig elszórtan működő, extrém álláspontokat képviselő csoportoknak, hogy „hangos kisebbségekké” fejlődjenek. Vincze Hanna Orsolya (2019) szintén megállapítja, hogy a közösségi médiában kialakuló hírközösségek felerősíthetik a maguk által képviselt álláspontok, nézetek ismertségét, hisz erre a hálózati infrastruktúra megteremti a lehetőséget. Ezek nyilvánvaló tények, de tévedés lenne őket kizárólag a személyes hírválogatás és a hírek algoritmikus szűrése gyakorlatához kötni. Az internet folyamatos terjeszkedése, a hírek különböző hálózati platformjainak civil/állampolgári/érdekcsoportok általi aktív használata, a horizontális kommunikáció kiszélesedése egy új nyilvánosságszférát hozott létre, és egyben tovább élte a demokrácia intézményrendszerében kialakult válságjelenségeket.

Az 1990-es évektől kezdődően a liberális demokráciákban világosan érvényesülő tendencia a közönség növekvő megosztottsága a közügyekről szóló vitákban és a politika törzsiesedése (*political tribalism*); ezek alapjaiban rombolják a demokratikus intézmények működését (Bennett & Livingston, 2018). E fejlemények természetesen nem függetlenek a médiába vetett bizalom megrendülésétől és a társadalmi egyenlőtlenségek látványos növekedésétől, amire az internetgazdaság térhódítása kifejezetten ráerősített az ezredfordulót követően (Noam, 2015). Joggal vethető fel, hogy a politikai kommunikációban egy új korszak van kialakulóban (Blumler 2015), amelyben szétszakadnak a média, a nyilvánosság és a politikai intézmények között korábban kialakult kapcsolatok (Bennett & Pfetsch 2018), és ha úgy tetszik, megfogalmazható egy szerkesztetlen nyilvánosság hipotézise is (Gil de Zúñiga & Chen 2019). Úgy vélem, mindezek jóval túlmutatnak a hírbuborékok meglétének és értelmezésének vitáján.

Irodalom

Anderson, Chris (2007): *Hosszú farok. A végtelen választék átírja az üzleti élet szabályait*. Budapest: HVG Kiadó Zrt.

Babarczy Eszter (2018): Őcsény a Facebookon: a viták tartalomelemzése. *Médiakutató*, 19. évf. 1. sz. 67–75. o.

Bennett, W. Lance & Barbara Pfetsch (2018): Rethinking Political Communication in a Time of Disrupted Public Spheres. *Journal of Communication*, vol. 68, no. 2, pp. 243–253.

Blumler, Jay G. (2015): Core Theories of Political Communication: Foundational and Freshly Minted. *Communication Theory*, vol. 25, no. 4, pp. 426–438.

Bennett, W. Lance & Steven Livingston (2018): The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, vol. 33, no. 2, pp. 122–139.

Boczkowski, Pablo. J. & Eugenia Mitchelstein (2013): *The News Gap. When the Information of the Media and the Public Diverge*. Cambridge, MA: MIT Press.

- Boczkowski, Pablo J., Eugenia Mitchelstein & Mora Matassi, (2018): "News comes across when I'm in a moment of leisure": Understanding the practices of incidental news consumption on social media. *New Media & Society*, vol. 20, no. 10, pp. 3523–3539.
- Dubois, Elizabeth & Grant Blank (2018): The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media. *Information, Communication & Society*, vol. 25, no. 5, pp. 729–745.
- Flaxman, Seth, Sharad Goel & Justin M. Rao (2016): Filter bubbles, echo chambers, and online news consumption. *Public Opinion Quarterly*, vol. 80, Special Issue, pp. 298–320.
- Garrett, R. Kelly (2009): Echo chambers online? Politically motivated selective exposure among Internet news users. *Journal of Computer-Mediated Communication*, vol. 14, no. 2, pp. 265–285.
- Gálik Mihály (2005): A média átváltozásai – visszatekintés és jövőkép. *Jel-Kép*, 4. sz. 41–52. o.
- Gálik Mihály (2018): A hírmédia változásai – egy áttekintés. *Magyar Tudomány*, 179. évf. 2. sz. 176–194. o.
- Gentzkow, Matthew & Jesse M. Shapiro, (2011): Ideological segregation online and offline. *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 126, no. 4, pp. 1799–1839.
- Gil de Zúñiga, Homero & Hsuang-Tin Chen (2019): Digital Media and Politics: Effects of the Great Information and Communication Divides. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 63, no. 3, pp. 365–373
- Györi Adél & Timár János (2017): Adatok az online hírfogyasztásról. *Mérték Médiaelemző Műhely*, http://mertek.eu/wp-content/uploads/2018/02/online_hirfogyasztas.pdf.
- Hargittai, Eszter, W. Russel Neuman & Olivia Curry (2012): Taming the Information Tide: Perceptions of Information Overload in the American Home. *The Information Society*, vol. 28, pp. 161–173.
- Iyengar, Shanto & Kyu S. Hahn (2009): Red Media, Blue Media: Evidence of Ideological Selectivity in Media Use. *Journal of Communication*, vol. 59, pp. 19–39.
- Kahneman, Daniel (2013): *Gyors és lassú gondolkodás*. Budapest: HVG Kiadó Zrt.
- Kaiser, Johannes, Tobias R. Keller & Katharina Kleinen-von Königsław (2018): Incidental news exposure on Facebook as a social experience: The influence of recommendation and media cues on news selection. *Communication Research*, Research article, <https://doi.org/10.1177/0093650218803529>.
- Karlsen, Rune, Kari Steen-Johnsen, Dag Wolleabæk & Bernard Enjolras (2017): Echo Chamber and Trench Warfare Dynamics in Online Debates. *European Journal of Communication*, vol. 32, no. 3, pp. 257–273.
- Knobloch-Westerwick, Silvia (2015): *Choice and Preference in Media Use. Advances in Selective Exposure Theory and Research*. New York & London: Routledge
- Kósa István (2019): Mikor válunk nyitottá politikai ellenfeleink üzeneteire? A szelektív kitettség aktuális kérdései a médiakutatásban, különös tekintettel a politikai kommunikációra. *Médiakutató*, 20. évf. 1. sz. 61–72. o.
- McQuail, Denis (2015): *A tömegkommunikáció elmélete*. Budapest: Wolters Kluwer Kft.
- Merkovity Norbert (2016): A figyelemalapú politika és Donald Trump. *Médiakutató*, 17. évf. 3–4. sz. 7–16. o.
- Messing, Solomon & Sean J. Westwood (2014): Selective exposure in the age of social media: Endorsements trump partisan source affiliation when selecting news online. *Communication Research*, vol. 41, no. 8, pp. 1042–1063.
- Negroponte, Nicholas (1995): *Being Digital*. London: Hodder & Stoughton
- Nelson, Jacob L. & James G. Webster (2017): The Myth of Partisan Selective Exposure: A Portrait of the Online Political News Audience. *SM+S*, pp. 1–13.
- Neuman, W. Russel, George E. Marcus & Michael B. MacKuen (2018): Hardwired for News: Affective Intelligence and Political Attention. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, vol. 62, no. 4, pp. 614–635.
- Noam, Eli M. (2015): Why the Internet Economy Raises Inequality – Implications for Media Managers. In: Mónica Herrero & Steve Wildman (eds.): *The Business of Media: Change and Challenges*, pp. 21–37. Porto: Formalpress.
- Pariser, Eli (2011): *What the Internet is Hiding from You*. New York: Penguin Press.
- Polyák Gábor (2016): A frekvenciaszűkösségtől a szűrőbuborékig. In: Tóth András (szerk.): *Technológia és jog – Új globális technológiák jogi kihívásai*, 116–140. o. Budapest: Károli Gáspár Református Egyetem.
- Purcell, Kristen, Lee Rainie, Amy Mitchell & Tom Rosenstiel (2010): *Understanding the participatory news consumer: How Internet and cell phone users have turned news into a social experience*. Washington DC: The Pew Internet & American Life Project. <http://www.pewinternet.org/2010/03/01/understanding-the-participatory-news-consumer/>.

Sweeting, Andrew (2015): Radio. In: Simon Anderson, Joel Waldfogel & David Strömberg (eds.): *Handbook of Media Economics*, pp. 341–396. Amsterdam: North-Holland, Volume 1A.

Sunstein, Cass R. (2001): *Republic.com* Princeton NJ: Princeton University Press.

Sunstein, Cass R. (2017): *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton NJ & Oxford: Princeton University Press.

Tichenor, Philip J., George A. Donohue & Clarice N. Olien (1970/2007) : A tömegmédiá áramlása és a tudás egyenetlen növekedése. In : Angelusz Róbert, Tardos Róbert & Terestyéni Tamás (szerk.) : *Média, nyilvánosság, közvélemény – Szöveggyűjtemény*, 297–307. o. Budapest: Gondolat Kiadó.

Vike-Freiberga, Vaira, Herta Däubler-Gamelin, Ben Hammersley & Luís M. Poiars Pessoa Maduro (2013): *A free and pluralistic media to sustain European democracy*, <http://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/HLG%20Final%20Report.pdf>.

Vincze Hanna Orsolya (2019): Hírközösségek és véleménybuborékok. [ME.DOK] – *Média-Történet-Kommunikáció*, 14. évf. 2. sz. 5–17. o. <http://www.medok.ro/sites/medok/files/publications/pdfs/ME.dok-2019-2.pdf>.

Weimann, Gabriel, Nirit Weiss-Blatt, Germaw Mengistu, Maya Mazor Tregerman & Ravid Oren, R. (2014): Reevaluating “The End of Mass Communication?” *Mass Communication and Society*, vol. 17, no. 6, pp. 803–829.

Zuiderveen Borgesius, Frederik J., Damian Trilling, Judith Möller, Balázs Bodó, Claes H de Vrees & Natali Helberger (2016): Should we worry about filter bubbles? *Internet Policy Review*, vol. 5, no. 1, pp. 1–16.

Abstract in English

Echo chambers and filter bubbles: Discussing online news consumption in the contemporary digital media ecosystem

In the past three decades, both the production of news/information on public matters and the distribution of these to the audience have undergone major changes. The online distribution of news and information has enabled users to personalise their news consumption on the one hand, and allowed for user generated content on the other hand. These two practices have become the recurring topics of mainstream communication research after the millennium. Around the early 2010s and in the Web 2.0 environment, the role of algorithmic filtering introduced by online news platform providers has become another mainstream research topic. Leading academics have also voiced the paradox that the personalisation of online news consumption may reduce the scope and diversity of news consumed by the audiences, the abundance of available news on many online platforms notwithstanding. Yet the findings of most relevant research projects suggest that this concern is highly overstated. Although there are echo chambers and filter bubbles in the contemporary digital networked media scene, these are highly different from the ones outlined by their visionaries.

Keywords: algorithmic filtering, echo chamber, filter bubble, hype, news bubble, news media, online news media, personalization

Gálik Mihály médiakutató, a Budapesti Corvinus Egyetem (BCE) professzor emeritusa, a BCE Társadalmi Kommunikáció Doktori Iskolájának első vezetője (a 2012. április 1-je és 2015. szeptember 30-a közötti időszakban). Email: galik@uni-corvinus.hu