

Az én valóságom és a te valóságod, avagy hogyan alakítják életünket az internetes szűrők?

Eli Pariser, amerikai internet-aktivista, és a MoveOn kampányszervező oldal ügyvezető igazgatója egy napon arra lett figyelmes, hogy jó néhány ismerőse már hosszú ideje nem jelent meg a Facebookon a hírfolyamban. Rájött, hogy ha leegyszerűsítve liberális és konzervatív csoportba sorolja az ismerőseit, a hiányzó személyek mind a konzervatívok közül kerültek ki. Rövid nyomozás után kiderítette, hogy a Facebook nyilvántartja, hogy a megosztott linkek közül melyekre kattintunk rá, és kiszűri azokat az ismerősöket, akiknek a linkjeit ritkábban, vagy soha nem nézzük meg.

Ahogy vizsgálni kezdte a szűrők működését, érdekes megfigyeléseket tett. A Gmail levelezőrendszer az adott levél tartalmához igazítja a mellette megjelenő hirdetéseket. A YouTube megjegyzi, hogy milyen videókat néztünk meg korábban, és a nyitóoldalon kedvenceink új videóit ajánlja. A Yahoo News, a legnagyobb internetes híroldal személyre szabott híreket kínál az olvasóknak.

Kísérletképpen megkérte két ismerősét (két New York-i, fehérbőrű férfit), hogy ugyanabban a percben írják be a Google keresőjébe az Egyiptom szót. A két keresés eredménye nem is lehetett volna eltérőbb! Míg egyikük különböző híroldalokon az akkoriban éppen zajló válságról és tüntetésekről kapott hírt, másikuknál a Google utazási információkat és turisztikai oldalakat, valamint a CIA honlapján található adatokat dobta ki. Talán itt rajzolódott ki legélesebben a szűrők valóságot torzító szerepe, hiszen nem mindegy, hogy egy adott ország vonzó turisztikai célpontként, vagy egy véres lázadás helyszínékként jelenik meg a képernyőnkön és a tudatunkban.

Pariser a *The Filter Bubble* (Információs buborék) című könyvében foglalta össze mindazt, amit az internetes oldalak szűrőiről, illetve azok hatásáról megtudott. Mint írja, az internetes szűrőknek elvileg az a célja, hogy egyszerűbbé és személyesebbé tegyék az internethasználatot, és ezáltal otthonosabban érezzük magunkat a virtuális térben. Mindez azonban két komoly hátránnyal jár! Egyrészt az internetes oldalakon összegyűjtött személyes információk (beleértve a Facebookon „lájkkolt” oldalakat is) adathalász cégek birtokába kerülnek, akik marketing célokra árusítják a profilokat.

Másfelől a szűrők jelentősen torzítják a valóságról kialakított képünket! Korábbi választásainkat és preferenciáinkat alapul véve csak azt engedik be „személyes univerzumunkba”, amiről azt feltételezik, hogy látni szeretnénk, így viszont kevés tér marad az újdonságoknak, a felkavaró

híreknek, az inspiráló gondolatoknak. Ha egy híroldalon olvashatunk az Oscar-díj átadóról és az afrikai éhezésről, többségünk az előző cikket választja majd. Mivel azonban a szűrők azt figyelik, hogy mire kattintunk először (vagyis mi kelti fel inkább az érdeklődésünket), a jövőben is a hasonló, könnyedebb témákat ajánlják majd, így pedig egyre inkább felborul az egyensúly.

Marshall McLuhan, a kanadai médiatudós már az 1960-as évek elején azt jósolta, hogy az elektronikus kommunikációs technológiák fejlődésével teljesen átalakulnak az emberi kapcsolatok és a kommunikáció is. A „globális faluban” drámaian lecsökken a köztünk lévő távolság, és a világ szinte bármely eseményéről gyorsan értesülhetünk. Az internet megszületésével és rohamos terjedésével mindez valósággá vált, sőt új értelmet nyert. Míg a rádió és a televízió korában még létezett a „hírérték” objektívnek mondható fogalma, amely szerkesztő elvként meghatározta, hogy mely hírek és események járják be a világsajtót, az internet korában már szó szerint bármilyen esemény, gondolat és vélemény hírértéket kaphat és eljuthat a világ bármely pontjára.

Mindez felveti a kérdést, hogy vajon fel tudjuk-e dolgozni ezt az információmennyiséget? Valóban otthon érezzük-e magunkat a világméretűvé nőtt „faluban”? Az információs technológia fejlődésével együtt jelent meg az igény is, hogy személyesebbé tegyük tárgyi- és virtuális környezetünket. Egyedi külsőt adunk a telefonunknak (csengőhang, háttérkép, védőtok) és a számítógépünknek, az interneten megjelöljük kedvenc oldalainkat, a közösségi oldalakon pedig fényképekkel, hozzászólásokkal, megosztott gondolatokkal, érdeklődési területeink meghatározásával építjük fel profilunkat.

A személyes történetek és kapcsolatok is kulcsfontosságúak lettek az internet használata során. A közösségi oldalak, a blogok mind azt az igényünket hivatottak kielégíteni, hogy kapcsolatokat építsünk ki a virtuális térben. A blogok népszerűsége a szeptember 11-i terrortámadás után nőtt meg ugrásszerűen, amikor a világ figyelme az objektivitásra törekvő hírcsatornáktól a túlélők és az áldozatok hozzátartozóinak személyes történetei felé fordult. Az igény tehát érthető, bár kétségtelenül magában rejti azt a veszélyt, hogy saját kis valóságunkból egyre nehezebben tekintünk ki a világ nagyobb horderejű eseményeire. Amikor Mark Zuckerberget, a Facebook alapítóját megkérdezték, hogy miért olyan fontos a hírfolyam a közösségi oldalon, a következő választ adta: *„Az ajtód előtt elpusztult mókus érdekesebb lehet számodra, mint az a tény, hogy emberek halnak meg Afrikában.”*

Egy pszichológiai kísérletben megfigyelték, hogy a vásárlók csak akkor próbálták ki egy újfajta gabonapelyhet, ha erőteljesek és jó hangulatúak voltak. Amikor biztonságra és megerősítésre volt

szükségük, a már ismert, jól bevált terméket választották. Természetes, hogy az internet végtelenjében kapaszkodókat keresünk és igyekszünk kialakítani saját személyes terünket. Az egyetlen probléma az, amikor nem mi határozzuk meg, hogy milyen információk érhetnek el hozzánk, hanem a különböző oldalak intelligens szűrői.

Mit tehetünk ez ellen? Eli Pariser 10 tanácsot tett közzé honlapján (www.thefilterbubble.com), melyeket megfogadva csökkenthetjük az internetes szűrők valóságtorzító hatását. Hogy csak a legfontosabbakat említsük:

1. Töröljük a cookie-kat, vagyis azokat az információs fájlokat, melyek megőrzik az egyes oldalakon használt beállításokat és preferenciákat!
2. Töröljük az internetes előzményeket! A Google találatokat nagyban befolyásolja, hogy korábban milyen oldalakra látogattunk el a Google-n keresztül.
3. Ügyeljünk a Facebookon közzétett adatok nyilvánosságára! Az adatvédelmi beállításoknál megadhatjuk, hogy adatainkat csak ismerőseink láthassák, de bizonyos információkat jobb egyáltalán nem szerepeltetni. A „lájkolt” oldalak listája kötelezően nyilvános, ezt az információt pedig marketing célra is felhasználhatják.
4. Ha elkerülhető, ne adjuk meg születésünk időpontját! Az adatahalászok gyakran a név és születési időpont egyeztetésével tudják összekapcsolni a különböző internetes oldalakról összegyűjtött adatokat.
5. Válasszunk olyan böngészőt, amely lehetővé teszi a hirdetések kikapcsolását!