

Dr. Tárnok Gabriella (ORCID: 0009-0009-7772-9741)
ELTE ÁJK Polgári Jogi Tanszék
Témavezető: Dr. Darázs Lénárd, egyetemi tanár

DOI: <https://doi.org/10.55052/themis.2026.1.162>

Az információs magánszféra kérdései, különös tekintettel a közösségi médiaoldalak felhasználóira

(Issues concerning informational privacy, with particular regard to users of social media platforms)

Absztrakt

A magánélet védelméhez fűződő jog és annak értelmezése kapcsán a digitális tér használatának elterjedése új értelmezési módot adott. A felhasználók az internetes platformokon nemcsak kapcsolatot tartanak egymással, hanem megosztják személyes adataikat, döntéseket hoznak, álláspontokat alakítanak ki. Mindezen túl a digitális eszközök használata a munkavégzés mellett a szórakozás és a tájékozódás színterévé fejlődött. Ezzel együtt azonban egyre inkább elhalványul a határ a személyes tér, az önálló döntések és a digitális tér adta lehetőségek között.

Kulcsszavak: magánélet védelme, információs magánszféra, adatkezelés, digitális platformok, algoritmus, mesterséges intelligencia, automatizált döntéshozatal, átláthatóság, hozzájárulás, GDPR

Abstract

The widespread use of the digital environment has given rise to new interpretative approaches to the right to respect for private life and its legal construction. On online platforms, users not only maintain social relationships, but also disclose personal data, make decisions, and form opinions. Moreover, beyond its role in the performance of work, the use of digital technologies has evolved into a primary sphere of entertainment and access to information. At the same time, however, the boundary between the private sphere, autonomous decision-making, and the opportunities afforded by the digital environment is becoming increasingly blurred.

Keywords: *right to privacy, informational privacy, data processing, digital platforms, algorithm, artificial intelligence, automated decision-making, transparency, consent, GDPR.*

1. Bevezető gondolatok

A közösségi média mára az egyik legfontosabb színterévé vált az információáramlásnak és a társadalmi interakciónak. Az itt megjelenített tartalom és tudás azonban részben a felhasználó adatainak felhasználásával személyre szabott információhalmaz, ezek alapján pedig az algoritmusok egyre fejlettebben képesek nemcsak előre jelezni, hanem formálni is az egyének viselkedését.¹

A magánélet védelmének érvényesülése ezeken a közösségi platformokon kiemelt jelentőségű. Az online térben felhalmozódott adatok jelentős részét maguk a felhasználók hozzák létre tevékenységük során. Az így hátrahagyott adatokat pedig a platformok arra használják fel, hogy minél inkább személyre szabott felhasználói élmény mellett, minél többet használják a felhasználók az oldalakat.

Talán a legtöbbször az hangzik el az új technológiákkal (algoritmusok, mesterséges intelligencia) kapcsolatban, hogy átveszik az irányítást a döntéseink felett. A döntéseink befolyásolása korábban is létező jelenség volt, de más formában. Hatással vannak ránk a társadalom által alkotott szokások, az erkölcs, a különböző emberi magatartások szabályokkal való orientálása. Az általános és különös kötőerővel bíró szabályok megteremtése általánosan a törvények és így a jogalkotó feladata. Viszont napjainkban elkezdődött az a folyamat, amelyben megfigyelhető, hogy a társadalmi együttélés szabályainak kialakításában az erkölcsön és a jogszabályokon túl megjelenik még egy tényező: a technológiai fejlődés, azon belül pedig az online térben elérhető online platformok, hiszen az életünk bizonyos, régi vagy új részei ide helyeződtek át.

E gondolat mentén szeretném feltérképezni az online platformok világát. A legfontosabb kérdés ebben a körben pedig az, hogy a jogszabályokból következő kötelező normák – amelyek például vonatkozhatnak a személyes adatok felhasználására, az online platformokra, a mesterséges intelligenciára –, megfelelő garanciákkal szolgálnak-e személyes terünk és a magánéletünk védelmére. Ez a kérdés persze nem egyszerű, hiszen ellentét áll fenn a közösségi média gazdasági érdekei és a felhasználói érdekek között. Azonban kiemelkedően fontos annak vizsgálata, hogy a

¹ Saldanha et al. 2025. 2.

közösségi média algoritmus-alapú működése (a profilalkotás, a terelés/nudging és a „manipuláció”) hogyan hat a döntési szabadságra, és az érintettek saját adataik felett való rendelkezésére.²

2. Az emberi magatartásokra való hatásgyakorlás módjai

Ha arra gondolunk, melyek azok a tényezők, amelyek befolyásolják az emberi viselkedést, akkor valószínűleg több dolgot is fel tudunk sorolni. Ilyen például az általunk látott és tanult minták, a pszichés állapot, a belső erkölcsi iránytűnk. Ezeken kívül pedig ott vannak a jogszabályok, amiket sokszor észre sem veszünk, de mégis lefektetik a mindennapjaink alapvető kereteit és szabályait, meghatározzák a társadalom létének alapvető pilléreit. Viszont a fent említett változások következtében magának a társadalmi együttélés szabályainak kialakításában az erkölcsi és a jogi szabályozások mellett megjelenik még egy új tényező: a technológiai fejlődés nyomán az online tér.

A technológiai fejlődés, mint befolyásoló tényező már azóta bírt ezzel a „képességgel”, amióta csak elkezdődött a digitalizáció,³ mára pedig bizonyos szakmákhoz, munkánk, sőt személyes ügyeink intézéséhez is elképzelhetetlen lenne nem számítógépet, internetet vagy valamilyen okos eszközt alkalmazni, leginkább a gyorsaság és a hatékonyság miatt.⁴ A közösségi média napjainkra olyan erejűvé vált, amely világszerte befolyásolja a kulturális dinamikákat, valamint a kapcsolatteremtés, az élmények megosztásának, az informálódásnak, a szórakozásnak és a társadalmi interakcióknak a módjait⁵. A Facebook, az X, az Instagram és a TikTok megjelenésével érték el a platformok azt a hatást, amellyel alapvetően az egész világ életét és életmódját átalakították. Jól látható, hogy a „társasági élet” újabb és tágabb fogalmát hozták létre a közösségi média platformok.

Egy 2025 októberében készült statisztika⁶ szerint az elérhető médiatípusok közül a legelső helyen a közösségi oldalak állnak. A közösségi média hajnalán, a 2000-es évek közepén, amikor a Facebook még csak Harvard Egyetemen e-mail címmel rendelkező hallgatók számára volt elérhető,⁷ senki sem gondolta volna, hogy néhány év múlva ekkora

² Ebers 2019. 25.

³ Makhortykh – Wijermars 2023. 1599.

⁴ Bán 2021. 49.

⁵ Balogun – Arouture 2024. 1.

⁶ Datareportal: Global Digital Overview 2024. <https://datareportal.com/global-digital-overview> (2026.01.09.)

⁷ Harvard Gazette: Facebook 10 years after. <https://news.harvard.edu/gazette/story/2014/02/facebook-10-years-after> (2026.01.10.)

méreteket ölt majd, és ekkora jelentősége lesz emberek milliárdjainak az életében. Persze a Facebookon túl megjelentek más közösségi oldalak is, mint például az Instagram, az X, a Snapchat, a TikTok és még sorolhatnánk. A statisztikai adatok szerint a Facebooknak 2025 októberében ötmilliárd felhasználói fiókja volt, ami a Föld népességének 70%-át jelenti⁸. (Ha azonban figyelembe vesszük az álprofilokat, akkor valamelyest csökken ez a szám, de ettől függetlenül ez még így is óriási). Valójában a nagyszámú felhasználó és az a mechanizmus, amely a figyelmet a tartalmak között elosztja és irányítja, okozza az ellentétet a közösségi média és a személyes tér között, ezt az ellentétet pedig tovább növeli a technológiai fejlődés, a közösségi médiafelületeken a felhasználók által elérhető új funkciók, és a háttérben működő folyamatok.

A közösségi oldalak így ma már olyan környezetet képeznek körülöttünk, amelyek befolyásolhatják, hogy hogyan viselkedünk, online és offline egyaránt. Tekintettel arra, hogy az életünk bizonyos szegmensei már inkább az online térbe tartoznak, ellentét feszül az offline világ jogi keretei és a rohamosan fejlődő technológia között. Míg a jogszabályok külső korlátokat állítanak a magatartásokkal szemben, addig a technológia, az algoritmusok, a mesterséges intelligencia már inkább belülről, magának a döntéseinknek és cselekvéseinknek a kiindulópontjait próbálják befolyásolni. Bizonyos esetekben még talán úgy is fogalmazhatunk, hogy egyenesen a gondolatainkra vannak hatással. Valójában ez a megállapítás is helyes: az elérhető online platformok, a közösségi médiaoldalak, online hírportálok, webshopok azok a helyek, ahol az emberek a szabadidejük jelentős részét töltik, szórakoznak, informálódnak.

Továbbá már nem csak a nagy tartalomszolgáltatók, hanem a platformok felhasználói is tartalmakat hozhatnak létre. Az algoritmusok és a mesterséges intelligencia ennek az online térnek az eszközei, amelyeknek egyre nagyobb szerep jut az adatok elemzésében és feldolgozásában. Az itt elérhető bejegyzések megjelenésének sorrendje és tartalma algoritmusok által szűrt és elrendezett. Tehát az algoritmusok, a prediktív analitikai megoldások képesek rejtett mintákat, trendeket megfigyelni a felhasználók tevékenységében.⁹

Ennek az oka az, hogy a közösségi médiaplatformok mindegyike adatokat gyűjt felhasználóiról, elsődlegesen azért, hogy minél kényelmesebbé, személyesebbé tegyék ezeknek az oldalaknak a használatát, minél hosszabb ideig időzzön a felhasználó az oldalon.¹⁰

⁸Datareportal: Global Digital Overview 2024. <https://datareportal.com/global-digital-overview> (2026.01.09.)

⁹Bello et al. 2025. 2.

¹⁰Micklitz, et al 2021. 1. fejezet

A közösségi platformok a GDPR szempontjából adatkezelők. Minél több felhasználóval rendelkezik egy közösségi oldal, annál több személyes adatot tud összegyűjteni és felhasználni a különböző funkciókhoz és szolgáltatásokhoz. Ez jobb felhasználói élményhez, termékekhez és szolgáltatásokhoz vezet.¹¹ Tehát az oldal akkor tud a legjobban működni, ha sok adattal rendelkezik felhasználóiról. Amellett, hogy utóbbiakat felhasználva algoritmusok mutatják be nekünk a „világot”, a technológia fejlődése alapjaiban változtatja át a társadalmi, főként az „online társadalmi” normákat, az itt szerzett információ befolyással van tudásunkra és látásmódunkra, a háttérben működő algoritmusok pedig erősítik a technológia magatartást befolyásoló hatását, mivel a nekünk valószínűleg tetsző információkkal látnak el minket.

3. A közösségi médiaoldalakon alkalmazott technikák

Önmagában az „algoritmus” leírható egyszerű oksági logikaként: ha X, akkor Y. A platformok valós rendszerei viszont több ezer változót és visszacsatolást kezelnek, és folyamatosan figyelik a felhasználói tevékenységet. Ennek alapján rangsorolnak, ajánlanak, szűrnek, és így az információ áramlását nem semleges közvetítőként, hanem aktívan alakítják.¹² A felhasználó számára az algoritmus tehát egy eljárásrend eredménye, ami matematikai instrukciók alapján rendez el a tartalmakat.¹³ Tehát az online személyiségprofilok esetében nem arra a profilra kell gondolnunk, amelyet mi magunk hozunk létre, hanem azokra a profilokra, amelyet a rendszer épít adatokból. Ez a folyamat úgy zajlik, hogy az adatbázisban két adat közötti kapcsolatot azonosít a rendszer, ez a kapcsolat pedig lehetővé teszi egy-egy személy azonosítását, és még azt is, hogy adott kategóriába sorolja azt, akiről az adatok szólnak.¹⁴ Így a felhalmozott adatok alapján ugyan észrevétlenül, de az algoritmusok megváltoztatják az információ áramlását.¹⁵

A közösségi médiaoldalak háttérben futó algoritmusok – ugyan maguk is jogi szabályozás alá esnek –, egyben megteremtik a lehetőséget a jogszabályi megfelelésnek, sőt ezen túl is terjeszkednek. Ez a túlterjeszkedés abból fakad, hogy ezek az algoritmusok önálló, belső szabályozási logikát hoznak létre, és a tartalmak átvizsgálása során más-más feladatot is ellátnak. Mindegyik döntést hoz egyrészt a felhasználó

¹¹ Ebers 2019. 22.

¹² Polyák 2020. 10.

¹³ Abott 2020. 50-66.

¹⁴ Pataki – Szőke 2020. 79.

¹⁵ Pataki – Szőke 2020. 78.

online viselkedése alapján arról, milyen tartalmak és milyen sorrendben jelenjenek meg számára. Másrészt a megosztott bejegyzések, kommentek tartalmáról is döntenek. Összességében tehát többféle tartalomszelektálás történik a tartalom megjelenítése során.¹⁶

3.1. A viselkedés alapján személyre szabott hirdetések

A személyre szabott hirdetések mára már a közösségi oldalakon a mindennapjaink részévé váltak. Ez a felhasználó preferenciáira hivatkozó, de valójában erősen üzleti logikával átítatott területen a viselkedésalapú reklámozás célja, hogy a hirdetés a legnagyobb valószínűséggel „megfelelő” csoportnál realizálódjon.¹⁷

3.2. Személyre szabott ajánlások

A platformhasználat idejének és intenzitásának növelésében kulcsszerepet játszanak a személyre szabott ajánlások. Az ajánlásokhoz személyes adatok, viselkedési jelek és következtetések szükségesek: mit nézett meg a felhasználó, hol állt meg, mit lájkolt, kommentelt, kit követett, milyen témákra reagált. Ezekből az adatokból a rendszer rangsort képez, és a tartalomáramlást úgy irányítja, hogy a platformon maradás valószínűsége nőjön.¹⁸ A döntési autonómia itt a „látható alternatívák” problémája miatt sérül: ha egy rendszer következetesen bizonyos típusú tartalmakat erősít fel, másokat pedig hátrасorol, akkor a felhasználó nem pusztán választ, hanem egy előre szerkesztett menüből választ, ráadásul anélkül, hogy a menü szerkesztésének elvei teljесen átláthatók lennének számára.

Itt érdemes megemlíteni a TikTok *For You* oldalát, hiszen a TikTok alkalmazáson belül a felhasználók jelentős része a legtöbb idejét itt tölti el. A TikTok algoritmusá egyébként az egyik legfejlettebb. Az itt megjelenített videók a személyes érdeklődésünkhöz vannak igazítva, ennek megfelelően nincs két egyforma *ForYou* oldal. Az ajánlórendszer általánosságban a felhasználó interakcióit gyűjti adatként: hova kommentelt, mit lájkolt, milyen tartalomgyártót követett, és ezek alapján ajánl neki újabb és újabb videókat. A rendszer úgy ajánl tartalmat, hogy a videókat több tényező kombinációjaként rangsorolja – kezdve az új felhasználóként kifejezett érdeklődési köröktől. Tehát olyan videók jelennek meg, amelyek 1. a

¹⁶ Domokos 2022. 378-403.

¹⁷ Polyák 2020. 12.

¹⁸ Campbell 2022. 97.

felhasználók interakciói alapján; 2. a közzétett videók leírása, az alatta szóló zene, a hashtagek alapján; 3. az adott eszköz és fiókbeállítások (pl.: nyelv, ország, eszköztípus) alapján készült rangsor szerint a leginkább elképzelhető, hogy az adott felhasználó kedvelni fogja. Ennek érdekében az említett adatokat súlyozzák az alapján, mennyire fontos az az adott felhasználónak. Ez utóbbit például abban tudják mérni, mennyi az esélye annak, hogy abban az adott témában a felhasználó végignézi-e a videót.¹⁹

Alapvetően ezeknek a technikáknak az alkalmazása nagyrészt a fogyasztókból pozitív hatásokat váltanak ki. Ugyanakkor nap mint nap részesei a folyamatnak, amiben adatot termelnek és adnak át anélkül, hogy tudnának róla, a cselekvési mintázatok tartós nyomon követése személyre szabás mellett képes befolyásolni, megalapozni egy fogyasztási mintát, előre jelezni a jövőbeli fogyasztási várakozásokat.²⁰ Ahogy már utaltam rá, a felhasználók azért választják a közösségi média oldalon látott termékeket, mert a személyre szabottan megjelenő hirdetéssel kevesebb erőfeszítéssel tudnak hozzájutni a termékekhez.²¹ Emellett a fogyasztók abban az esetben ha kifejezetten keresnének egy terméket, egyre inkább a platform ajánlásaira támaszkodnak, ahelyett hogy attól független forrásokból tájékozódniuk.²²

3.2.1 Tartalommoderálás

A tartalommoderálás a jogellenes tartalmak és az adott közösségi oldal irányelveibe ütköző tartalmak szűrését jelenti.

A DSA²³ rendelkezései szerint a tartalommoderálás olyan részben vagy egészben automatizált tevékenység, amellyel az igénybe vevők jogellenes, vagy az adott közvetítő szolgáltató szerződési feltételeivel össze nem egyeztethető tartalmainak a közvetítő szolgáltató általi észlelését, azonosítását, kezelését jelenti, valamint a tartalom elérhetőségének, láthatóságának, hozzáférhetőségének kezelését, mint például a hátrásorolás vagy a demonetizálás, de vonatkozhat a tartalomhoz való hozzáférés megszüntetésére vagy eltávolítására is. Emellett, a szolgáltatás igénybe vevőjével szemben jelentheti az információközlési korlátozásokat, mint például a fiók felfüggesztését vagy eltávolítását.

¹⁹ TIKTOK: *How TikTok recommends videos #ForYou*, 2020. június 18. <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you> (2026.01.15.)

²⁰ Bello et al. 2025. 5.

²¹ Bello et al. 2025. 5.

²² Bello et al. 2025. 5.

²³ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete (2022. október 19.) a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (digitális szolgáltatásokról szóló rendelet): <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:32022R2065>

Különösen jelentős, hogy a közösségi média mögött futó algoritmusok egyszerre jogi szabályozás alanyai és a jogi megfelelés eszközei. Nem csak alkalmazkodnak normákhoz, hanem a mindennapi működésükben kvázi normatív funkciót is ellátnak: a platform belső szabályai (a közösségi irányelvek, moderálási kódexek, monetizációs szabályok) a gyakorlatban olyan „belső jogként” működnek, amelyek meghatározzák a felhasználói magatartás kereteit. A felületek saját maga számára hozott szabályait „magánszabályozásnak” vagy „*private regulation*”-nek nevezik.²⁴ Az így megalkotott szabályok betartásának ellenőrzése szintén a platformok kezében van. Ezeknek a szabályoknak a kötelezettjei inkább csak a platform felhasználói, tehát értelemszerűen ez új kört hoz létre, mivel a világ minden táján regisztráló új felhasználók vállalják ezeknek a szabályoknak a betartását a regisztráció során, amikor szerződéses kapcsolatba kerülnek a közösségi oldallal, ez adja a szabályok betartásának alapját.²⁵ Ezek a kötelezettségek érintenek jogszabályi kötelezettséget, de azon túl további szabályokat is megfogalmaznak. Ez a belső szabályozási logika sokszor túlterjeszkedik a klasszikus jogi kereteken: nem csupán jogellenes tartalmakat szűr, hanem a platform üzleti és reputációs céljaihoz igazodva alakítja a láthatóságot, a terjesztést, a monetizálhatóságot is. Itt válik nyilvánvalóvá az autonómia tétje: a felhasználó nem csak tartalmat fogyaszt, hanem olyan környezetben „él”, ahol a hozzáférés, a figyelem és a lehetőségek elosztását algoritmikus döntések irányítják.²⁶

3.2.2. Nudge (finom terelés)

A nudge a moderáláshoz képest finomabb megoldás,²⁷ olyan pszichológiai módszer, amely alapvetően figyelembe veszi a döntési szabadságot, és némiképp törekszik arra, hogy a felhasználó megtarthassa ezt. A nudging csak a tartalom iránti érdeklődést növeli, meghosszabbítja a platformon töltött időt, és közvetetten fokozza az impulzusvásárlások esélyét, ide sorolhatók az alkalmazásoktól kapott értesítések.²⁸

Inkább statisztikai jellegű: a rendszer kicsit tol, kicsit rendez, kicsit csillogtat, és a végén a fogyasztó „magától” odaér, ahova a modell szeretne volna. Emellett ide tartozik például az is, amikor a Facebook azért változtatta meg az értesítések színét, mert a piros szín feltűnőbb, és jobban készítette a felhasználókat arra, hogy megnézzék, milyen értesítést

²⁴ Koltay 2021. 88-90.

²⁵ Koltay 2021. 88-90.

²⁶ Ashraf 2020. 163-179.

²⁷ Ebers 2019. 24.

²⁸ Campbell 2022. 96.

kaptak.²⁹ A nudging körüli vita lényege az, hogy a választási architektúra alakítása mikor marad elfogadható keretek között, és mikor csúszik át manipulációba.³⁰

3.2.3. Manipuláció

A manipuláció magából a közösségi oldalak kialakításából fakad.³¹ Ennek a módszernek az az alapvető célja, hogy a felhasználókat a lehető legtöbb ideig a platformon tartsa. Ide tartozik például az a megoldás, amikor folyamatosan görgetjük a tartalmakat az oldalakon, így további tartalmak automatikusan és folyamatosan jelennek meg.³² Az érzelmi célzás tipikus példája a manipulációnak, amikor a rendszer olyan időpillanatban ajánl, amikor a felhasználó nagyobb valószínűséggel dönt meggondolatlanul. Ettől az autonómia nem látványosan válik célponttá, inkább lassan alakul ki a döntés, ami látszólag szabad, de a döntési környezetet valaki más komponálta meg, kifejezetten a befolyásolás maximalizálására.³³

A platformok tartalomkezelési módszerei mögött ráadásul nem kizárólag technikai racionalitás áll. A rangsorolás és a moderálás egyszerre kapcsolódik gazdasági ösztönzőkhöz (figyelem, reklámbevétel, reputáció, kockázatminimalizálás) és társadalmi-politikai nyomásokhoz (dezinformáció, gyermekvédelem, gyűlöletbeszéd). Ettől a platformok belső normái egyfajta hibrid szabályozássá válnak: részben a közérdekű elvárásokra reagálnak, részben a vállalati stratégia érvényesítését szolgálják, miközben a felhasználó számára a döntési metódus sokszor átláthatatlan marad.³⁴

4. A valóságformáló technológia

A technológiai fejlődés látványos hatást gyakorol a jogalkotásra, ennek különböző típusai figyelhetőek meg az új jogszabályok megszületésében vagy újragondolásában. Zódi Zsolt *A jog és a kód* című tanulmányában szereplő³⁵ öt kategóriából³⁶ a *valóságformáló technológia* kategóriát szeretném kiemelni. Ez az a jelenség, amikor a társadalom és a személyek

²⁹ Campbell 2022. 96.

³⁰ Sunstein 2015. 8.

³¹ Fischer 2022. 330.

³² Roffarello – De Russis 2026. 4.

³³ Fischer 2022. 331.

³⁴ Caplan – Boyd 2016

³⁵ Zódi 2020. 17.

³⁶ Technológia közvetlen szabályozása, technológia által átalakított jogintézmények, technológia által befolyásolt jogterületek, technológia miatt kialakult új jogterületek, valóságformáló technológia

egyeseivel is összefonódnak a technológiával, a technológia elkezd valóságformáló szerepet betölteni.

A valóságformáló technológia kategóriájának körébe sorolandók a közösségi médiaoldalak tartalmainak rendszerezését és szűrését végző – egyre gyakrabban mesterséges intelligencia alapú – algoritmusok is, hiszen a felhasználók nagy része a világ történéseiről, a közösségi média szemüvegén keresztül szerez benyomást.³⁷ Ennek a valóságformáló hatásnak vannak pozitív és negatív oldalai is. A pozitív oldala az, hogy sajátos kontrollmechanizmusként biztosított a felismert jogszerűtlen tartalmak törlése, a negatív oldala a korlátozott döntési lehetőség vagy az emberi döntés szükségességének hiánya.

A felhasználók és a technológia közötti kapcsolat egyre összetettebb lesz, főleg mivel a felhasználók számára nincs lehetőség arra, hogy a közösségi médiában teljes mértékben „kivonják” magukat az algoritmusok hatása alól.³⁸ A rohamos fejlődés és a különböző kényelmi funkciók magasabb szintre emelése, nem csak az online teret jellemzi. Ennek szellemében született meg a „dolgok internete” (*Internet of Things*) kifejezés, ami azt jelenti, hogy minden eszközünk és berendezésünk felhőben futó intelligens algoritmusok „kezébe kerül,” vagyis a jövőben, ha például a hűtőszekrényünk érzékelője azt jelzi, hogy kezdünk kifogyni a kedvenc joghurtunkból, az algoritmus figyelmeztet minket erre a körülményre, a meghibásodások esetén pedig saját magában diagnosztizálja a problémát is.³⁹

5. A jogi keretrendszer

A jog kritikus szerepet játszik a nagy technológiai lépések, fejlesztések esetében, kötelező szabályokat és standardokat állít a társadalom jólétének és az egyének alapvető jogainak megőrzése érdekében. Ez új környezet, amelynek szabályozási szintjei eltérnek az offline világban megszokottaktól. Az emberek nap mint nap megszegik a jogszabályokat, vagy akár bűncselekményeket követnek el. Hiába léteznek ebben a világban jogszabályok, nem képeznek fizikális akadályokat, nem beszélve arról, hogy a betartatásuk és végrehajtásuk milyen költségekkel és apparátussal jár együtt.⁴⁰

³⁷ Klausz et al 2025. 15.

³⁸ Oh et al. 2025. 6.

³⁹Ford 2022. 13 -21.

⁴⁰ Zódi 2020. 17. - 23.

Az online tér, mint az emberiség új közösségi tere, nem maradhat szabályozás nélkül, így először az online térben létező közösségi oldalak önmagukat kezdték szabályozni, amit idővel utolért, kiterjesztett és átformált a jogi szabályozás. A közösségi oldalak üzemeltetői meghatározzák, milyen magatartási szabályok kötelezőek az adott felületeken, a regisztrálóknak pedig kötelező elfogadni, amennyiben használni szeretnék a platformokat.⁴¹

Mindig mutatkozott igény a határtalan lehetőségeket ígérő technológiai fejlődésre, ezzel párhuzamosan ugyanakkor szükség lesz arra, hogy ezt a fejlődést szabályozzák és a kockázatokat csökkentsék. Ráadásul a mesterséges intelligencia és az adatvezérelt üzleti modellek nem statikusak, hiszen nem csak megjelentek a mindennapi életünkben és együtt kell élnünk velük, hanem a rendszerek tanulnak, az alkalmazási módok változnak. Ezért válik különösen nehézé a jogi keretek kialakítása, dacára annak, hogy már régóta egyértelmű, hogy a tudomány és a technológia nem fejlődhet a jog korlátaitól mentesen úgy, hogy egyszerre támogatják az innovációt, ám ténylegesen védik az alapvető jogokat.⁴²

Az Európai Unió a gazdasági fejlődés és autonómia megőrzése egyik fontos elemének tartja a digitalizációt (digitális infrastruktúra fejlesztés, szakképzett munkavállalók számának növelése és digitális gazdaság fejlesztés). Az Unió kitűzött célja az, hogy minden európai számára elérhető és biztonságos digitális környezetet teremtsenek, ugyanakkor növeljék a versenyképességét is.⁴³ Az Unió létrehozta ezért a digitális szolgáltatásokról szóló csomagját, és mára átfogó és koherens jogi keretrendszert dolgozott ki a mesterséges intelligencia és a technológiai innováció szabályozására, amelynek célja az előrehaladás ösztönzése úgy, hogy közben garantálja az alapvető jogok tiszteletben tartását is. Az uniós szabályozás olyan sűrű

⁴¹ Papp 2021. 27.

⁴² Luk 2024. 148–169.

⁴³ Európai Unió Tanácsa: Európa digitális jövője, 2024. február 2. <https://www.consilium.europa.eu/hu/policies/a-digital-future-for-europe/> (2026.01.09.)

hálóvá vált (GDPR⁴⁴, ePrivacy⁴⁵, DSA⁴⁶, DMA⁴⁷, AI Act⁴⁸), amelyet a piaci szereplők gyakran túl szigorúnak, innovációt fékezőnek látnak.⁴⁹

A keretrendszer normatív magja az Alapjogi Charta. Az emberi méltóság (1. cikk), a testi és szellemi integritás (3. cikk), a magánélet tiszteletben tartása (7. cikk) és a személyes adatok védelme (8. cikk) azt garantálják, hogy az egyén ne pusztán adatforrás legyen, hanem döntéshozó, akinek van lehetősége választani, korrigálni, megérteni a háttér folyamatokat. A digitális szabályozások ezt a teret próbálják újra kijelölni ott, ahol a piaci ösztönzők természetüknél fogva inkább szűkítenék.

A digitalizációnak már korábbi szakaszában is felismerhető volt az adatok jelentősége, és hogy a meglévő jogszabályok nem tudtak lépést tartani a technológiai fejlődéssel, ezért is született meg 2016-ban az Európai Parlament és Tanács 2016. április 27-i (EU) 2016/679 rendelete (GDPR), az általános adatvédelmi rendelet, ami technológia semlegességét ígér, valamint a személyes adatok védelmét, mivel kötelezettségeket ró az adatkezelőkre és jogot teremt az egyének számára arra, hogy kontrollálják adataik kezelését.⁵⁰

A GDPR preambuluma kimondja, hogy különösen a nagy adattömegek feldolgozása során legtöbbször személyes adatok kerülnek felhasználásra. A rendelet logikája szerint a felhasználónak joga van tudni, milyen adatokból, milyen célból, milyen elvek szerint születnek róla következtetések, ideértve az automatikus döntéshozatalt és a profilalkotást is (12-15. cikk). Az adatminimalizálás és átláthatóság elve a gyakorlatban arra hivatott, hogy féket jelentsen a túlzott adatgyűjtésre és a „feketedoboz” jellegű döntésekre.

⁴⁴ Az Európai Parlament és Tanács 2002. július 12-i 2002/58/EK IRÁNYELVE az elektronikus hírközlési ágazatban a személyes adatok kezeléséről, feldolgozásáról és a magánélet védelméről <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:32002L0058>

⁴⁵ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2016/679 rendelete (2016. április 27.) a természetes személyeknek a személyes adatok kezelése tekintetében történő védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról, valamint a 95/46/EK irányelv hatályon kívül helyezéséről, <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj?locale=HU>

⁴⁶ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról 2022. október 19., EUR-Lex, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:32022R2065>

⁴⁷ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/1925 rendelete a digitális ágazat versengő és tisztességes piacairól, valamint az (EU) 2019/1937 és (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról 2022. szeptember 14., EUR-Lex, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:32022R1925>

⁴⁸ Az Európai Parlament és Tanács (EU) 2024/1689 rendelete (2024. június 13.) a mesterséges intelligenciára vonatkozó harmonizált szabályok megállapításáról, valamint a 300/2008/EK, a 167/2013/EU, a 168/2013/EU, az (EU) 2018/858, az (EU) 2018/1139 és az (EU) 2019/2144 rendelet, továbbá a 2014/90/EU, az (EU) 2016/797 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/?uri=CELEX:32024R1689>

⁴⁹ Timon – Greene 2023.

⁵⁰ GDPR (6) és (7) preambulumbekzdése

Itt kapcsolódik be a fogyasztóvédelem és a platformszabályozás. A DSA a platformok működési logikáját hivatott átláthatóbbá tenni: az ajánlórendszerek, a hirdetések és a tartalomterjesztés átláthatósága a felhasználói autonómia „környezeti feltételeit” érinti. A DMA⁵¹ pedig azt az alaphelyzetet ismeri el, hogy a végfelhasználói adatok gazdasági értékévé váltak, és a kapuőr-szerepben lévő szereplők esetében a profilalkotás és adathasználat dokumentálhatósága, auditálhatósága verseny- és fogyasztóvédelmi jelentőséget kap.⁵² Szoros kapcsolódás fedezhető fel az említett rendeletek között: a GDPR az adatok jogszerű felhasználását, a DSA az online környezet és a platformmechanizmusok kockázatait, a DMA az erőfölény és az adatvezérelt piacstruktúrák torzulásait, az AI Act pedig a rendszerfelelősséget és biztonsági kötelezettségeket szabályozza. A közös nevező az, hogy az AI alapú rendszerek működtetéséhez nagy mennyiségű adat kell, a személyre szabás pedig óhatatlanul belenyúl a fogyasztói döntések kimenetébe.⁵³

5.1. Az információs magánszféra problematikája

A magánélet fogalmának meghatározásában és annak változásában fontos szerepet játszik a technológiai fejlődés. Ennek az az oka, hogy a technológiai fejlődés hatással van az egyén és a közösség kapcsolatára. Ez azt eredményezi, hogy a fejlődéssel együtt a magánélet fogalma is és a védelem határai is változnak. A magánszférához való jog elsősorban azt jelenti, hogy minden egyénnek képesnek kell lennie rendelkezni személyes tere és identitása felett. A magánélet védelmének égisze alatt számos egyénileg is nevesített jog került védelem alá, úgymint a jóhírnév, a magántitok, a képmáshoz és a hangfelvételhez való jog és a személyes adatok védelme.

A felhasználók tevékenysége és az algoritmus közötti kapcsolat a személyes adatok gyűjtésén, tárolásán és felhasználásán alapszik,⁵⁴ ezt pedig nagy mértékben támogatja az, hogy az okoseszközök fénykorát éljük. Az ilyen eszközökben lévő szenzorok rengeteg különféle információt gyűjtenek tulajdonosaikról, így például a helymeghatározási adataikat.

⁵¹ Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/1925 rendelete (2022. szeptember 14.) a digitális ágazat vonatkozásában a versengő és tisztességes piacokról, valamint az (EU) 2019/1937 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról (digitális piacokról szóló jogszabály): <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HU/TXT/HTML/?uri=CELEX:32022R1925>

⁵² Pataki – Szőke 2020. 78.

⁵³ Bello et al. 2025. 5.

⁵⁴ Oh et al. 2025. 7.

Másrészt már nem csak a konkrét személyes adatokról kell beszélni, hanem az azokból kikövetkeztetett további adatokról is.⁵⁵

Az 3. részben említett technikák alkalmazásával és kevésbé szigorú szabályozással valójában még látszólagos határt sem lennének képesek szabni a felhasználók személyes adatainak folyamatos megfigyelésével és felhasználásával szemben. Noha jelenleg rendelkezésre állnak eszközök kifejezetten a személyes adatok védelmére, ezek hatásai korlátozottak.

*„Az ember–algoritmus interakcióban értelmezett információs magánszféra úgy határozható meg, mint annak a képessége, hogy az egyén ellenőrizze, átlássa és érdemben hozzájáruljon ahhoz, miként használják fel és terjesztik a személyes információit a rangsoroló és személyre szabó algoritmikus rendszerek.”*⁵⁶ Ez az idézet is rámutat arra, hogy a magánszféra, a magánélet védelmét a szóban forgó kontextusban leginkább adatvédelmi elvek érvényesüléseként kell értelmezni. Ez több adatvédelmi elv megtartását is jelenti, amelyek érvényesítése szükséges lenne a felhasználók jogainak és szabadságaiknak védelme érdekében.

A fenti fogalomhoz kapcsolódó egyik alapelv, a *hozzájárulás elve*. Jelenleg a közösségi média által adott környezetben az algoritmusok és a technológiai fejlődés sebességét tekintve igen nehézkes ennek az elvnek a betartása. A szóban forgó elvnek az az alapja, hogy az érintett előzetesen, önkéntesen beleegyezik adatai kezelésébe. A GDPR előírja, hogy adatkezelésnek mindig kell, hogy meghatározott, egyértelmű és jogszerű célja legyen. Azonban ahhoz az időponthoz képest, amikor ezt az engedélyt megadja, előfordulhat, hogy később olyan folyamatok alkalmazása során is felhasználják adatait, amelyek a beleegyezés pillanatában még nem is léteztek. Így valójában az érintett nem tud hozzájárulni az adatkezelés későbbi formáihoz, céljaihoz.⁵⁷

Továbbá kiüresíti ezt az elvet az a tény, hogy a sok esetben szakadék húzódik aközött, hogy valaki mennyire tartja fontosnak a saját magánszféráját, és aközött, mennyire hajlandó ténylegesen részletesen átolvasni a hozzájáruló nyilatkozatokat, tájékoztatókat. A tipikus felhasználó inkább abban bízik, hogy a szolgáltatók a jogrend értékeivel összhangban kezelik az adatait, és betartják azokat a követelményeket, amelyek megalapozzák a magánélet megfelelő védelmével kapcsolatos észszerű elvárásokat.⁵⁸ Bár az ezzel kapcsolatos kételyek minden szintéren jelentkeznek, így az etikusság és méltányosság kérdésében is. Emellett a

⁵⁵ Oh et al. 2025. 7.

⁵⁶ Oh et al. 2025. 8.

⁵⁷ Ebers 2019. 25.

⁵⁸ Martini 2019. 109.

felhasználók világszerte tartanak a személyes adataik védelmének csökkenésétől.⁵⁹ A Stanford University 2025. évi „Ai Index Report”-ja alapján az embereknek mindössze csak 47%-a bízik abban, hogy az MI-vel foglalkozó vállalatok megvédik a személyes adatokat, korábban ez az arány még valamivel magasabb volt: 2023-hoz képest 3%-os a csökkenés.⁶⁰ (Ez a kettősség – egyrészt az aggodalom az adatok biztonsága miatt, másrészt a közösségi oldalakon való folyamatos adattermelés és megosztás – az úgy nevezett „privacy paradox”.⁶¹)

A GDPR 12-15. cikkei szerint, amelyek az érintettek *tájékoztatáshoz való jogairól* is szólnak, az érintetteket széleskörű tájékoztatás illeti meg, ami magába foglalja, hogy arról is kaphatnak információt, milyen logikára épül az automatikus döntéshozatal/profilalkotás és alapvetően milyen következményei lehetnek. A Dun and Bradstreet-ügyben hozott ítélet⁶² alapján egyértelművé vált, hogy a GDPR szerinti tájékoztatási kötelezettség és az átláthatóság nem pusztán formai követelmények, hanem alapvető jogokat szolgáló garanciák az érintettek (fogyasztók) számára. Itt a problémát az jelenti – még a regisztráló felhasználóknál maradván –, hogy az érintettnek szükséges megértenie a beleegyezés következményeit, hiszen máshogy nem eldönthető a kérdés. Viszont nem teljeskörű a felhasználási esetek listája, így, ha mégis szeretné megismerni a tájékoztatót a felhasználó, az sosem lehet teljes. A platformok algoritmusai tipikusan üzleti titokként védettek, és teljes egészükben nem megismerhetők. Ennek egyik oka a versenyképesség: a rangsorolási, ajánlási és hirdetés kiszolgálási logika a platform piaci értékének központi eleme.⁶³ Ez a zártság ugyanakkor az autonómia szempontjából feszültséget teremt: a felhasználó olyan „szabályrendszer” hatása alatt áll, amelynek teljes működését nem láthatja át.

Az Adatvédelmi Testület véleménye⁶⁴ szerint továbbá biztosítani kell a megfelelést az adatvédelmi elveknek, különös tekintettel az „adatminimalizálás” [GDPR 5. cikk (1) bekezdés (c) pont] és az „átláthatóság” [5. cikk (1) bekezdés (a) pont] elvére. Ez a probléma nemcsak adatvédelmi kérdéseket vet fel, hanem versenyjogi és fogyasztóvédelmi kérdéseket is, mivel – ahogy korábban is említettem – azok az oldalak tudnak a legjobban működni, amelyek a legtöbb adattal rendelkeznek, így jobb profilt készíthetnek, előnyökhöz juthatnak hirdetési

⁵⁹ Stanford Institute 2025. 22.

⁶⁰ Stanford Institute 2025. 22.

⁶¹ Martini 2019. 109.

⁶² Az Európai Unió Bíróságának 2025. február 27-i ítélete, CK kontra Magistrat der Stadt Wien (C-203/22. sz. ügy, Dun & Bradstreet Austria) ECLI:EU:C:2025:117.

⁶³ Caplan – Boyd 2016.

⁶⁴ Európai Adatvédelmi Testület 2021. november 18. 8.

és ajánlási kérdésekben is. A különböző viselkedésbefolyásoló módszerek, mint a nudging és a manipulatív technikák alkalmazása pedig ellentmondásba kerül azzal az alapvető feltétellel, hogy a természetes személyek saját személyes adataik felett rendelkezessenek.

Az Európai Parlament kutatói által készített egyik tanulmányban úgy fogalmaznak: „Valóban feszültség van a hagyományos adatvédelmi elvek között – a célhoz kötöttség, adatminimalizálás, az „érzékeny adatok” speciális kezelése, az automatizált döntések korlátozása – valamint az MI és a big data lehetőségeinek teljes körű kiaknázása között.”⁶⁵

Mindezekből az ellentétekből kiolvasható, hogy a közösségi média felhasználóinak az oldalak használata közben több szempontból is sérül az információs magánszférája, annak ellenére, hogy a GDPR adta elvek lehetőséget biztosítanak a védelemre.

6. A racionális döntések elhagyása

A 3. részben tárgyalt módszerek döntéseink befolyásolásával túllépnek a mikroökonómia fogyasztáseméletének egyik kulcsfogalmán, a homo economicuson is, ami a fogyasztók racionális döntéseivel foglalkozik.⁶⁶ Ennek pedig az az oka, hogy a közösségi média által kiváltott változás a viselkedési mintákban új időszakot hozott a döntések kimenetének valószínűsítésében.⁶⁷ A közösségi média közege leginkább arra ösztönzi a felhasználókat, hogy impulzív döntéseket hozzanak, amellett, hogy a fogyasztó és a közösségi oldal közötti információs aszimmetria az adatgyűjtés okán egyre nagyobb és nagyobb. Az oldalak a nagy adatállományokon végzett elemzések révén ismerik, melyek a felhasználók érdeklődési körei, mit szeretnek, és azt is, milyen állapotban vannak: fáradt, stresszes, magányos, impulzív, továbbá a felhasználó földrajzi helyzete jelentős mértékben befolyásolja, milyen keresési találatokat kap vagy milyen tartalmak jelennek meg a hírfolyamában.⁶⁸

Az így rendelkezésre álló rengeteg információ a felhasználókról és a különböző, korábban kifejtett döntést befolyásoló módszerek alkalmazásával a közösségi médiaoldalakon megjelenő termékek hirdetése és a felhasználók döntése kerül egymással szemben. Alapvetően a döntés közege és feltételei térnek el az offline tértől, mivel a közösségi média nem

⁶⁵ European Parliamentary Research Service 2020.

⁶⁶ Ebers 2019. 25.

⁶⁷ Ören – Zengi 2025. 542.

⁶⁸ Johnson - Post 1996. 1367–1402.

semleges információkat mutat a felhasználóinak, így döntéseink kevésbé lehetnek tudatos mérlegelés eredményei. A társadalom nagy része a döntési lehetőségeiről, az alternatívákról is a közösségi oldalakon tájékozódik, így nem kaphat teljes képet más opciók kapcsán sem. Emellett az algoritmusok modelleket készítenek a felhasználók érzelmi állapotára és döntési gyengeségeikre. A felhasználók nem önként mondanak le a racionális döntésekről, hanem a figyelem irányítása, az alternatívák szűrése folyamatosan a mérlegelés ellen dolgozik.

Összességében az egyértelműen látható, hogy a digitális gazdaságban az adatok váltak az elsődleges értékfordozóvá, ezért az információs magánszféra tekintendő a védelem új fókuszának. Ez persze nem merülhet ki az adatok feletti rendelkezési jogosultságban, hanem ki kell kiterjedjen a döntési környezet tisztességére, az információs aszimmetriák mérséklésére és a fogyasztói sérülékenységek üzleti célú kiaknázásának korlátozására. A fogyasztói autonómia, a magánélet tisztelete és az adatvédelem olyan értékek, amelyeket a digitális korszakban is fenn kell tartanunk – még akkor is, ha ez időnként lassítja a technológiai fejlődést.

7. Összegzés

Arra szerettem volna rámutatni, hogy amennyire összefonódnak a technológiai eszközök az emberekkel és az életük legtöbb pillanatával, úgy az algoritmusok és a mesterséges intelligencia alapú egyéb rendszerek alapjaiban formálják át a jelenünket, a modern társadalmat. Mindezt különösen jól illusztrálják az online platformok és működésük tanulmányomban bemutatott aspektusai.

Az online teret és az oly' gyakran használt közösségi médiaplatformokat – habár szeretnénk azt gondolni, hogy semmi által sem befolyásolt –, háttérben „dolgozó” algoritmusok és mesterséges intelligencia alapú rendszerek optimalizálják. Ezek a technológiák láthatatlan irányítói lettek nem csak a *For You* oldalnak, hanem nekünk, embereknek is, mivel az információ áramlása és annak rangsorolása is az algoritmusokon múlik.

Az emberek egyik legjelentősebb információforrása a közösségi média lett, megnövekedett a technológiai eszközökkel eltöltött idő a mindennapjaink során, így a technológia belépett a magatartásokat és a viselkedést befolyásoló tényezők közé, sőt, néhol már erősebb korlátokat állít, mint egy-egy jogszabály. Nem is beszélve arról, hogy a rólunk, emberekről rendelkezésre álló adatokból mennyi és milyen következtetések levonására képes egy-egy rendszer, irányítva ezzel a figyelmünket és a döntéseinket.

Áttekintve a közösségi média oldaláról az azt övező szabályozási keretrendszer, a saját maguk számára létrehozott felhasználási feltételeket és az ezeket végrehajtó mechanizmusokat, valamint a működési módjukat, alapvetően felfedezhető ellentét a jog és közösségi oldalak érdeke között. Természetesen az sem hagyható figyelmen kívül, hogy ezeken a platformokon is megjelennek más tényezők és érdekek is, amelyek lassíthatják ezt a folyamatot.

A jog és az újabb technológiák egymáshoz való viszonya a jövőben még tovább formálódik, alakítja egyik a másikat az újabb és újabb lépések (fejlesztések) megtételekor, hiszen mostanra mindkettő elválaszthatatlan eleme a modern társadalomnak. A technológiai fejlődés továbbra is hatalmas mennyiségű információt termel a mindennapi életünkkel kapcsolatban, számos különböző forrásból. Az adatvédelemi elvek és szabályok betartása egyre nagyobb jelentőséggel bír, a személyes adat a digitális szolgáltatásokban sokszor kvázi fizetőeszközzé válik.⁶⁹ A felhasználó látszólag „ingyen” kap szolgáltatást, valójában a magánélet egyes elemeinek átadásával fizet: adatot ad a kényelemért, a személyre szabásért, a gyors ügyintézési élményért.⁷⁰ Továbbá az összegyűjtött adatok köre már nem csak magunkra vonatkozik: hálózatot képezve a közösségi kapcsolatok, követők, barátok, interakciók rögzítése és elemzése azt jelenti, hogy az egyik személy hozzájárulása gyakorlatilag betekintést engedhet mások társas hálójába és viselkedési mintázataiba is.⁷¹

Felhasznált irodalom

Abott Ryan: *The Reasonable Robot – Artificial Intelligence and the Law*. Cambridge University Press, Cambridge, 2020, <https://www.perlego.com/book/3548919/the-reasonable-robot-artificialintelligence-and-the-law-pdf>

Ashraf, Cameran: Artificial intelligence and the rights to assembly and association, *Journal of Cyber Policy*, 2020/5(2), 163–179. DOI: [10.1080/23738871.2020.1778760](https://doi.org/10.1080/23738871.2020.1778760)

Balogun Shyngle K. – Arouture, Ezekiel: Cultural Homogenization vs. Cultural Diversity: Social Media’s Double-Edged Sword in the Age of

⁶⁹ Ebers 2019. 26.

⁷⁰ Ebers 2019. 26.

⁷¹ Loui – Lodder – Quick 2019. 654.

Globalization. *African Journal of Social and Behavioural Sciences* (AJSBS), 14(4) (2024).

<https://journals.aphriapub.com/index.php/AJSBS/article/view/2722/2515>

Bán Chrysta: A mesterséges intelligencia hatása a joggyakorlatra. In: Somssich Réka (szerk.): *Ratio et Mensura. Studia M. Király dedicata*. ELTE Eötvös Kiadó, Budapest, (2021)

Bello, Dr. Kayode Lanre – Nherera, Paul – Prasetya, Anggoro – Dr. Sog, Abayomi Olumuyiwa: Influence of Artificial Intelligence Personalization on Consumer Purchase Patterns, *International Journal for Multidisciplinary Research*, Volume 7, Issue 6, November-December 2025. DOI: <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i06.62777>

Campbell, Douglas R.: Nudging and Social Media: The Choice Architecture of Online Life, *Giornale critico di storia delle idee*, no. 2, (2022) DOI: https://doi.org/10.53129/gcsi_02-2022-06

Caplan, Robyn – Boyd, Danah: *Who Controls the Public Sphere in an Era of Algorithms? Mediation, Automation, Power*. Contemporary Issues and Concerns Primer, Data & Society Research Institute, 2016. május 13. DOI: <https://doi.org/10.69985/kxwl3445>

Datareportal: *Global Digital Overview 2024*. <https://datareportal.com/global-digital-overview> (2026.01.09.)

Domokos Márton: A mesterséges intelligencia szerepe az internetes platformokon – szabályozási kihívások. In Török Bernát – Zódi Zsolt (szerk.): *Az internetes platformok kora*, Budapest, Ludovika Kiadó, 2022, 378–403. DOI: https://doi.org/10.36250/01065_21

Ebers, Martin: *Regulating AI and Robotics: Ethical and Legal Challenges* In: Ebers, Martin – Navas Susana (szerk.), *Algorithms and Law*, Cambridge, Cambridge University Press, 2019 DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3392379>

Európai Adatvédelmi testület: *Nyilatkozat a digitális szolgáltatásokról szóló csomagról és az adatstratégiáról*, 2021. november 18. 8. https://edpb.europa.eu/system/files/2022-04/edpb_statement_on_the_digital_services_package_and_data_strategy_hu.pdf.

European Parliamentary Research Service (2020) = European Parliamentary Research Service : The impact of the General Data Protection Regulation (GDPR) on artificial intelligence. Forrás: Panel for the Future of Science and Technology II. (2020)

[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/641530/EP_RS_STU\(2020\)641530_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2020/641530/EP_RS_STU(2020)641530_EN.pdf)

Európai Unió Tanácsa: *Európa digitális jövője*. 2024. február 2.

Európai Tanács hivatalos weboldala:

<https://www.consilium.europa.eu/hu/policies/a-digital-future-for-europe/>
(2026.01.09.)

Fischer, Alexander: Manipulation and the Affective Realm of Social Media In: Fleur Jongepier – Michael Klenk (szerk.): *The Philosophy of Online Manipulation*. (2022) 327-352. DOI:

<https://doi.org/10.4324/9781003205425-20>

Ford, Martin: *A mesterséges intelligencia az új villanyáram. Jövők a robotok korában – Hogyan alakítja a mesterséges intelligencia az életünket?* Budapest, HVG Könyvek, 2022, 13–21.

Harvard Gazette: *Facebook 10 years after*.
<https://news.harvard.edu/gazette/story/2014/02/facebook-10-years-after>
(2026.01.10.)

Johnson David R. – Post, David: *Law And Borders – The Rise of Law in Cyberspace*. *Stanford Law Review*, Vol. 48, No. 5 (1996), 1367–1402. DOI:
<https://doi.org/10.2307/1229390>

Klausz Melinda – Sáringer Viktória – Rózsa Kata – Páczkán Zsófia: *Next Gen Social Media, a közösségi média új korszaka*. Veszprém, kozossegi-media.com, 2025.

Koltay András: The Regulation of Social Media Platforms in Hungary. In: *Marcin Wielec (ed.) The Impact of Digital Platforms and Social Media on the Freedom of Expression and Pluralism*. 79–110. Budapest–Miskolc, Ferenc Mádl Institute of Comparative Law–Central European Academic Publishing (2021) DOI: https://doi.org/10.54237/profnet.2021.mwsm_3

Loui, Ronald P. – Lodder, Arno E. – Quick Stephanie A.: Algorithmic Stages in Privacy of data Analytics, Process and Probabilities In: Barfield, Woodrow (szerk.): *The Cambridge Handbook of the Law of Algorithms*, Cambridge, Cambridge University Press, 654 – 664, 2019. DOI:
<https://doi.org/10.1017/9781108680844.031>

Luk, Ann: The relationship between law and technology: comparing legal responses to creators' rights under copyright law through safe harbour for online intermediaries and generative AI technology. *Law, Innovation and Technology*. 16(1) (2024) 148–169. DOI:
<https://doi.org/10.1080/17579961.2024.2313800>

Makhortykh, Mykola – Wijermars, Mariëlle: Can Filter Bubbles Protect Information Freedom? Discussions of Algorithmic News Recommenders in Eastern Europe. *Digital Journalism*, 11(9), (2023) 1597–1621. DOI: <https://doi.org/10.1080/21670811.2021.1970601>

Martini, Mario: How to Demystify the Alchemy of Code? In: Ebers Martin – Navas Susana (szerk.): *Algorithms and Law*. Cambridge, Cambridge University Press, 2019. DOI: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3458261>

Micklitz, Hans-W. – Pollicino, Oreste – Reichman, Amnon – Simoncini, Andrea – Sartor Giovanni – De Gregorio, Giovanni (szerk.): *Algorithms, Freedom, and Fundamental Rights in Constitutional Challenges in the Algorithmic Society*. Cambridge University Press, (2021), 1. fejezet. <https://doi.org/10.1017/9781108914857>

Oh, Jeeyun – Kang, Hyunjin – Jin, Eunjoo – Yang, Tingting – Banu, Nazira – Zhuo, Shuer: Understanding the dimensions and violation of privacy in human–algorithm interaction: A self-determination theory perspective. *New Media & Society*, OnlineFirst, 1-29. <https://doi.org/10.1177/14614448251378019>

Ören, Ayşenur – Zengi, Cennet Arman: Rational Consumption, Digital Silence, And Deinfluencing: The Intersection Of Microeconomics And Netnography On Instagram, *World Journal of Human Sciences* 2025/2. DOI: <https://doi.org/10.55543/insan.1722997>

Papp János Tamás: *A közösségi média platformok szabályozása a demokratikus nyilvánosság védelmében*. Doktori értekezés, Pázmány Péter Katolikus Egyetem, Jog- és Államtudományi Doktori Iskola, 2021. (kéziratban) DOI: <https://doi.org/10.15774/PPKE.JAK.2022.006>

Pataki Gábor – Szőke Gergely: *Az online személyiségprofilok jelentősége*. In: Polyák Gábor (szerk.) *Algoritmusok, keresők, közösségi oldalak és a jog – A forgalomirányító szolgáltatások szabályozása*. Budapest, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft., 2020, 78. <http://pea.lib.pte.hu/handle/pea/23431>

Polyák Gábor: Előszó. In: Polyák Gábor (szerk.): *Algoritmusok, keresők, közösségi oldalak és a jog – A forgalomirányító szolgáltatások szabályozása*. Budapest, HVG-ORAC, 2020. 12.

Roffarello, Alberto Monge – De Russis, Luigi: *Nudging Users Towards Conscious Social Media Use*. DOI: <https://doi.org/10.1145/3565066.3608703>

Saldanha, Anita LR – da Silva, Alina MAPN – da Silva, Luiz Carlos Paiva Nogueira – Margeotto, Ana Paula Pantoja – Gasparoto, André Luis Valera –

da Rocha Martinez Tania Leme: Coping with Social Media Addiction in Clinical Care, *Clinical Care. J. of Psy Ins Review* 1(4), 01-05. WMJ/JPIR-125 DOI: <https://doi.org/10.63721/25JPIR0125>

Stanford Institute 2025. = Stanford Institute for Human-Centered Artificial Intelligence. AI Index Report 2025. https://hai-production.s3.amazonaws.com/files/hai_ai_index_report_2025.pdf. (2026.01.10.)

Sunstein, Cass R.: Nudging and Choice Architecture: Ethical Considerations, *Harvard John M. Olin Discussion Paper Series Discussion Paper No. 809*, Jan. 2015. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2551264

TikTok: *How TikTok recommends videos #ForYou*. 2020. június 18. <https://newsroom.tiktok.com/en-us/how-tiktok-recommends-videos-for-you> (2026.01.15.)

Timon, Victor – Greene, Laura: *Artificial Intelligence Act Passed by the European Parliament*. 2023. július 3. <https://www.lexology.com/library/detail.aspx?g=2f340a18-81d7-4aa9-b883-d473d9170fa4> (2026.01.15.)

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) 17. <http://pea.lib.pte.hu/handle/pea/23431>