

### Hivatkozás/reference:

Benkő Livia, „Magánszféra kontextusban: technológia, szakpolitika és a szociális élet integritása”, *Információs Társadalom*, XVIII. évf. (2018) 2. szám, 124–128. old.

<http://dx.doi.org/10.22503/inftars.XVIII.2018.2.9>

### Benkő Livia: Magánszféra kontextusban: technológia, szakpolitika és a szociális élet integritása

Recenzió Helen Nissenbaum *Privacy in context: technology, policy, and the integrity of social life* (Stanford Law Books, 2009, 304 oldal, ISBN 9780804752374) című könyvéről.

### Privacy in context: technology, policy, and the integrity of social life

A book review on Helen Nissenbaum's *Privacy in context: technology, policy, and the integrity of social life* (Stanford Law Books, Stanford, 2009, 304 pages, ISBN 9780804752374).

## Információs Társadalom

Kékesi Balázs – Farkas Attila Márton

A siket jelnyelv jelentősége a kommunikációs kultúra átalakulásának tükrében

Bátfai Norbert

A játékok és a mesterséges intelligencia mint a kultúra jövője – egy kísérlet a szubjektivitás elméletének kialakítására

Dessewffy Tibor – Gurály Sára – Mezei Mike

Veszedelemes viszonyok? Egy onlife botrány elemzése

2018. XVIII. évfolyam 2. szám

A folyóiratban közzelt művek a *Creative Commons Nevezd meg! - Ne add el! - Így add tovább! 4.0 Nemzetközi Licenc* feltételeinek megfelelően használhatók.

## Magánszféra kontextusban: technológia, szakpolitika és a szociális élet integritása

*Recenzió Helen Nissenbaum Privacy in context: technology, policy, and the integrity of social life (Stanford Law Books, Stanford, 2009, 304 oldal ISBN 978-0-804-75237-4) című könyvről.*

A magánszféra definíciója, illetve a hozzá kapcsolódó aggodalmak meghatározása nem egyedül az adatvédelmi jog tekintetében fontos, az elmúlt években ugyanis több iparágat és szolgáltatási szektort formált az, hogy az adatvédelmi kérdésekről és a magánszféráról hogyan gondolkodik az az érintetti kör, amelyik az információs technológiában részt vesz a szabályozó hatóságoktól, a fogyasztókon és civilszervezeteken át a kormányzatokig és a versenyszféráig. Giuseppe Colangelo és Mariateresa Maggolino szerint az adatvédelem mint érték versenyszférazet teremthet a digitális csatornák piacán, hiszen az adatvédelem megjelenhet a felvásárlások, kartelek vizsgálatakor. Bizonyos esetekben például piacvezető vállalatok éppen azzal szoríthatnak ki cégeket a piacról, hogy a versenytársak rovására adott szolgáltatás vagy termék tekintetében engednek vagy éppen szigorítanak az adatvédelmi irányelveken (Colangelo és Maggolino 2017).

A Cambridge Analytica az Edward Snowden-ügy után tette címlapra a személyes adatok sérülékenységét: a személyes adat egy ártatlannak tűnő applikáció letöltésével politikai célú manipulációra is használható. A Cambridge Analytica technikáját egy volt alkalmazottjuk, Christopher Wyle pszichológiai hadviselésnek írta le, melynek lényege abban állt, hogy politikai reklámokkal targetáltak olyan módon, hogy azok illeszkedjenek az egyéni pszichológiai jellemzőkhöz (Flam 2018). A cég szolgáltatásait pedig többek között politikai célokra használták fel, ezzel (elméletileg) befolyásolva a nigériai és az amerikai választásokat.

Az adatalapú reklám kapcsán felmerülhetnek etikai kérdések, kit szolgál igazából, amikor pszichológiai profilozást készítenek a fogyasztókról annak érdekében, hogy tökéletes célzást érjenek el a vállalatok vagy politikai pártok. Rengeteg olyan tényező van, mely befolyásolhatja az adatmegosztást, és nem jogszabályokkal alakíthatóak a keretek: a cookie-leírások sokfélesége jól mutatja, hányfajta módon érhetjük el, hogy engedélyt kapjunk az online tevékenység követésére. A Cambridge Analytica-ügy jól példázza azt, hogy Facebook lájkokból hogyan hozható létre pszichológiai profil, mely később különféle manipulatív tartalmak céltáblája lesz. Faye Flam cikkében egy olyan kutatást említ, mely megmutatta, hogy a digitális lábnyom (Facebook likeok és Twitter posztok) segítségével megjósolhatók az egyének pszichológiai jellemzői. A kutatást 86.600 önkéntes bevonásával végezték, fő célja pedig az volt, hogy összehasonlítsák a számítógép-alapú és az ember-alapú ítélezést (Youyou, Kosinski és Stillwell 2015). Egy későbbi kutatás pedig azt is bebizonyította, hogy a pszichológiai targetálás nagyszámú csoportok befolyásolására alkalmas, melynél a célközönség pszichológiai szükségleteihez igazítják a tartalmakat (Matz et al. 2017).

A Cambridge Analytica adatbotránya többirányú lavinát indított el, mely az állandó megfigyelésből adódott félelemnek adhat teret, általános bizalomvesztést eredményezhet, ennek következtében pedig gátat szabhat az adatmegosztásnak és az innovációknak. Az Edelman marketingcég globális felmérése szerint tízből hét válaszadó fél attól, hogy a kamu hírek (fake news) és a téves információk fegyverként használhatóak ellenük. 59 % külön

megemlíti, hogy egyre nehezebb megítélni, hogy adott információ valós médiumtól származik-e. A Trust Barometer felmérése szerint a felhasználók 48%-a a social mediát, 25% pedig a keresőmotorokat is a klasszikus média részének tekinti (Edelman 2017). A botrány óta találgatások zajlanak a közösségi média zászlóshajó csatornájának sorsáról: van, aki szerint a Facebook a következő hónapokban a Nokia és Burberry sorsára juthat, melyek nem reagáltak időben a piaci változásokra, és ezzel szinte eltűntek az infokommunikációs piacról (Leetaru 2018).

A 2018. május 25-én életbe lépő új európai adatvédelmi szabályozás legfontosabb küldetése az átláthatóság kialakítása és a tisztességes adatkezelés gyakorlatának megvalósítása. A rendeletben<sup>1</sup> fontos szerepet kap az úgynevezett Privacy by Design, mely előírja, hogy már a tervezési szakaszba fontos beépíteni az adatvédelmi gyakorlatot, nem utólag kell az adott marketingkommunikációs kampányhoz igazítani. Az új adatvédelmi törvény többek között hangsúlyt fektet az adatvédelmi tudatosság kialakítására, az érintettek megfelelő tájékoztatására és az érintettek hozzáférési jogára. Nissenbaum könyve és a GDPR vonatkozásában ezért érdekes vizsgálat lehet, hogy a kontextus-függő magánszféra hogyan, milyen eszközökkel alakítható úgy, hogy bizonyos technológiai eszközök kapcsán megváltozzon a fogyasztói attitűd: a félelem bizonyos technológiai eszközök kapcsán hogyan csökkenthető, mi növelheti az adatkiadási hajlandóságot.

A Cambridge Analytica nem az első eset, hogy a közösségi oldalak sebezhetőségét használták ki, de az ügy egyesít mindent, mely a GDPR és a digitális bizalom kérdésköreit illeti. Helen Nissenbaum könyve ezért több okból is aktuális marad a 2009-es kiadása óta: segítségével folyamatosan értelmezhetjük az adatvezérelt világhoz kapcsolódó jelenségeket, és megérthetjük, hogy milyen összetett és sokrétű a társadalom reakciója bizonyos technológiákkal szemben, mi vált ki félelmet, és milyen esetekben adjuk fel a magánszféránkat különböző előnyökért cserébe.

## A szerzőről

Helen Nissenbaum az információs technológia egyik legjelentősebb kutatója, jogi, társadalmi és etikai oldalról vizsgálja a digitális média területeit. A New York University Media, Culture and Communications tanszék professzora, és az egyetem Information Law Institute-jának igazgatója. A Stanford Universityn szerezte PhD fokozatát filozófiából, a NYU mellett a Princeton University Center of Human Values társigazgatója.

Kilenc könyv szerzője és szerkesztője, legfontosabb művei: *A User's Guide for Privacy and Protest*, Finn Bruntonnal (MIT Press 2015), *Values at Play in Digital Games*, M. Flanagannel (MIT Press 2014), és *Privacy in Context: Technology, Policy, and the Integrity of Social Life* (Stanford 2010).

## A könyv célközönsége

Az információs technológia, a Big Data, valamint az adatvezérelt döntéshozatal üzleti és marketing területeit hármas perspektívából érdemes értelmezni, melyben a jogi, az információtechnológiai (IT) és a társadalomkutatói szemlélet jelenik meg. Helen Nissenbaum

<sup>1</sup> Az Európai Unió Általános Adatvédelmi Rendelete (GDPR, General Data Protection Regulation), 2016/679/EU

könyve éppen ezért abban segít, hogy etikai, jogi, technológiai, filozófiatörténeti és társadalomkutatói oldalról is megvilágítsa, hogy milyen jelenségekkel szembesülhetünk akkor, ha a magánszféra fogalmát és a hozzá kapcsolódó értékrendszert szeretnénk elemezni. Nissenbaum olyan kérdéseket feszeget, melyek a könyv 2010-es megjelenését követően ma is aktuálisak, hiszen az adatvezérelt technológiákba, a személyre szabott hirdetésekbe és a digitális eszközökbe vetett bizalom egyik legnagyobb válsága zajlik a Cambridge Analytica, vagy akár az álhír oldalak tömeges megjelenése miatt. A könyv részletesen bemutatja, hogy miért részesítünk előnyben bizonyos technológiai eszközöket, míg más esetekben aggodalmunkat fejezzük ki a magánszféránk védelmében.

Mielőtt Helen Nissenbaum könyvét megvizsgáljuk, érdemes kibontani, hogy a jogi szakemberek mellett kiknek érdemes még foglalkozni a magánszféra kérdésével, a társadalomkutatói kérdések milyen pontokban kapcsolódnak a technológiai eszközökhöz. Nissenbaum a könyv elején tisztázza, mit is jelent a társadalom-technológia (socio-technical) kifejezés, mely a szerző szerint a szintizta technológiai eszközökön túlmutat, hiszen funkciójukkal definíciójuk bővül az "identifikáció", "biztonság" és "kommunikáció" komponensekkel. A technológiai eszközök (például az autóbiztonsági kommunikációs eszközök (VSCS) vagy a rádiófrekvenciás azonosításon (RFID) alapuló technológiák, kiválthatnak félelmet, tüntetést, aggodalmat és ellenállást a privacy nevében (6.).

## A könyv újszerű megközelítése

Helen Nissenbaum szerint a magánszférához fűződő viszonyunk kontextus, vagyis szerep-, aktivitás-, norma- és értékfüggő, ennek a fogalmi keretnek az értelmezéséhez pedig létrehozta a kontextuális integritás keretrendszerét. Bizonyos helyzetekben más aktorként viselkedünk, eltérő értékrend szerint cselekszünk a magánszféránk határainak meghúzásánál, hiszen a vérnyomásmérő monitornak és a közparkok megfigyelőkameráinak is különböző céljai vannak. A szerző által létrehozott új keretrendszer annak megértését segíti, hogy bizonyos technológiai eszközök mikor és miért adnak okot aggodalomra, és hogyan befolyásolják az információ áramlását.

A kontextuális integritás elmélete azt is bemutatja, hogy mi az a kettősség a magánszférához fűződő viszonyon belül, mely változik a csatornahasználattal. A könyv azonban nem egyedül elméleti keretrendszert ad, hanem gyakorlati útmutatót is készített arra, hogy kérdéses ügyeknél hogyan lehet kiértékelni az információtechnológiai rendszereket. A szempontok felsorolása mellett pedig további példákat is kapunk arra, hogy milyen kérdéseket tegyünk fel akkor, ha például az információáramlást szeretnénk kiértékelni.

A kontextuális integritás fő tézise szerint, amikor veszélyesnek, fenyegetőnek, zavarónak találjuk, hogy információt gyűjtenek és analizálnak rólunk, azzal nem csökkentik az információ feletti kontrollunkat, hanem áthágnak a kontextusfüggő információs normákat (186.). Ezek a normák őrzik meg annak a szociális kontextusnak az integritását, melyben az életünket éljük. Nissenbaum szerint, ha a magánszféra értelmezését nem abból indítjuk, hogy az az információ feletti kontrollt jelenti, hanem a magánszféra mint jog a kontextusfüggő, megfelelő információáramláshoz megközelítést használjuk, úgy nem paradoxonként látjuk a fogyasztóknak azon viselkedését, mely egyszerre irányulhat az adatmegosztásra és -védelemre (187.).

## A könyv pillérei

Helen Nissenbaum 2016-ban Nijmegenben a *First Interdisciplinary Summer School on Privacy*<sup>2</sup> elnevezésű nyári egyetem előadója volt, melyen ösztöndíjas PhD hallgatóként vettem részt. A kurzust a Radboud University Nijmegen, az iMinds, a PI.Lab és a Princeton University berkein belül működő Center for Information Technology Policy támogatták. Az adatvédelmi rendezvényen Helen Nissenbaum előadása kitért a Privacy in context könyv kontextuális integritás elméletére (Contextual Integrity Fundamentals), melyben az alábbiakat emelte ki:

- Magánszféra mint megfelelő információ áramlás (privacy as appropriate flow).
- A kontextuális információk normáknak való megfelelés a megfelelő információáramlással.
- A kontextuális információk normák 5 paramétert foglalnak magukba: alany, küldő, fogadó, információ típus, továbbítási alapelv.
- A magánszféra normáinak etikai legitimitása: érdeklődési körök, etikai-politikai értékek, kontextuális funkciók, célok és értékek.

## Összegzés

Nissenbaum két új megközelítést is hoz a magánszféra értelmezéséhez. A normatív koncepció szerint a magánszféra értékes, fontos, melyet meg kell őrizni. A neutrális koncepció ezzel szemben nem hoz értékítéletet, negatív vagy pozitív megközelítéseket nem köt a szó jelentéséhez. A szerző szerint a neutrális koncepció abból a szempontból szerencsés, hogy a privacyt illetően nem korlátozza a gondolkodásunkat. Nyitottan hagyja a kérdést, mely által lehetőség van diskurzusra arról is, hogy milyen kontextusban változhat a magánszféra.

Helen Nissenbaum az összegzésben egy érdekes megállapítással indít: jogunk van a magánszférához, de ez nem a személyes információk feletti kontrollt vagy a korlátozott információhoz való hozzáférésünket jelenti. Jogunk van ahhoz, hogy olyan világban éljünk, ahol többnyire a várakozásainknak megfelelően áramlik a személyes információ: ahol ezeket a várakozásokat nem egyedül a szokások és a konvenciók hatalma határozza meg, hanem egy általános bizalom abban, hogy az információáramlások kölcsönösen támogatják a társadalmi élet főbb törvényeit, beleértve a morális és a politikai törvényeket is. Nissenbaum ezt hívja kontextuális integritásnak, melyet a társadalmi szabályok vagy normák egyensúlyával érhetünk el, melyek között általános és helyi értékek egyaránt szerepelnek.

A kontextuális integritás elmélet új távlatokat nyithat meg a magánszféra, az adatkiadás, a társadalom-technológiai eszközök vizsgálatában, a teória akár több területre bővíthető, lebontható. Nem paradox viselkedésnek kell tekinteni a fogyasztók adatkiadási vágyát, hanem megérteni, hogy az információáramlás adott helyzetben milyen eszközzel, milyen küldő-befogadó háttérrel és főként milyen céllal valósult meg.

<sup>2</sup> A nyári egyetem Seda Gürses (Princeton), Claudia Diaz (iMinds / KU Leuven), Eleni Kosta (TILT-Tilburg University / Privacy & Identity Lab), Jo Pierson (iMinds / Vrije Universiteit Brussel) és Jaap-Henk Hoepman (Radboud University / Privacy & Identity Lab) kezdeményezésére jött létre, célja pedig, hogy mester és PhD hallgatók jogi, társadalomkutatói és IT oldalról közösen dolgozzanak adatvédelmi témájú szakmai workshopokon.

## Irodalom

- Colangelo, Giuseppe and Mariateresa Maggolino, “Data Protection in Attention Markets: Protecting Privacy through Competition?”, *Journal Of European Competition Law & Practice*, Vol. 8. (2017) Issue 6., pp. 363–369. <https://doi.org/10.1093/jeclap/lpx037>
- Edelman, *Edelman Trust Barometer Global Report*, 2018.  
[http://cms.edelman.com/sites/default/files/2018-02/2018\\_Edelman\\_Trust\\_Barometer\\_Global\\_Report\\_FEB.pdf](http://cms.edelman.com/sites/default/files/2018-02/2018_Edelman_Trust_Barometer_Global_Report_FEB.pdf)
- Flam Faye, “Cambridge Analytica knew how to sell”, *bloomberg.com*, 28 March 2018,  
<https://www.bloomberg.com/view/articles/2018-03-28/the-shaky-science-behind-cambridge-analytica-s-psychoanalytics>
- Leetaru, Kaalev, „The problem isn’t Cambridge Analytica: it’s Facebook”, *Forbes.com*, 19 March 2018. <https://www.forbes.com/sites/kalevleetaru/2018/03/19/the-problem-isnt-cambridge-analytica-its-facebook/#3772521658a5>
- Matz, Sandra, Michal Kosinski, Gideon Nave and David Stillwell, “Psychological targeting as an effective approach to digital mass persuasion”, *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)*, Vol. 114. (2017) No. 48., pp. 12714–12719.  
<http://dx.doi.org/10.1073/pnas.1710966114>
- Youyou, Wu, Michal Kosinski and David Stillwell, “Computer-based personality judgements are more accurate than those made by humans”, *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America (PNAS)*, Vol. 112. (2015) No. 4., pp. 1036-1040.  
<https://doi.org/10.1073/pnas.1418680112>

**Benkő Livia** 2006-ban végzett az ELTE Bölcsészettudományi karán olasz nyelv és irodalom szakon. Ugyanebben az évben a Szegedi Tudományegyetem (BMI) Bölcsészettudományi karán kommunikáció szakon szerezte meg diplomáját. Jelenleg a Budapesti Corvinus Egyetem Társadalmi Kommunikáció Doktori Iskolájának végzős PhD hallgatója. Kutatási területe a fenntartható adattudatosság és a Big Data viselkedésalapú adatainak vizsgálata az adatdiszkriminációtól az adattalapú társadalmi kampányokig. Tizenegy éve dolgozik a marketingkommunikációs szektorban, 2011 és 2015 között a Direkt és Interaktív Marketing Szövetség főtitkára volt. Több adat témájú konferencia társszervezője és moderátora, a Budapesti Gazdasági Egyetem online marketing szemináriumának vendégoktatója.