

A Facebook szabályozása

Zódi Zsolt

I. Bevezetés: a tágabb kontextus, statisztikai adatok

Tágabb kontextus: a platform-társadalom

- A platformok - főleg a Facebook az életünk egyre nagyobb részét szervezik
- Itt barátkozunk, itt vásárlunk, itt beszélgetünk stb.
- Ugyanakkor az infrastruktúra, azaz a felhasználói felület, és az az adatáramlást vezérlő algoritmusok nagyban befolyásolják, hogy mit látunk, mihez tudunk hozzászólni, mi fog bennünket befolyásolni.
- Ezek számunkra nagyrészt láthatatlan szabályok, de a FB nagyonis tudatosan alakítja ezeket.
- Kicsit olyan, mintha a valóságban lenne valami, ami képes befolyásolni, hogy mit hallunk és mit látunk...



Bloomberg
Technology

Facebook Wants You to Post More About Yourself

by Sarah Frier

2016. április 7. 22:36 CEST

Facebook statisztikák

Facebook elhülyíti az emberiséget



- A legutolsó adat szerint a Facebook aktív felhasználóinak száma 2,07 milliárd fő
- Ebből 1,15 M mobileszközön használja
- 83 millió hamis profil
- Percenként 510 000 komment, 136 000 fotó.
- 4,75 milliárd információegységet osztottak meg naponta 2013-ban.
- Minden ötödik lapmegtekintés a Facebook-on keresztül történik

Facebook - monopólium a hálózatos iparágakban

- Varian elmélete szerint a hálózatos iparágakban sokkal könnyebben alakulnak ki monopóliumok.
- A kritikus tömeg elérése után a hálózatok robbanásszerű növekedésbe kezdenek
- És kiszorítanak minden más alternatív hálózatot
- Önerősítő visszacsatolás: minél több tag, annál több bevétel, > olcsóbb árak, több szolgáltatás > még több tag

information Rules



A Strategic Guide to the
Network Economy

CARL SHAPIRO AND
HAL R. VARIAN

Buborékhatás: a newsfeed algoritmsa

How Does Facebook Choose What To Show In News Feed?

$$\text{News Feed Visibility} = * \underset{\text{Creator}}{\mathbf{C}} \times \underset{\text{Post}}{\mathbf{P}} \times \underset{\text{Type}}{\mathbf{T}} \times \underset{\text{Recency}}{\mathbf{R}}$$

Creator
Interest of the user
in the creator

Post
This post's
performance
amongst
other users

Type
Type of post
(status, photo,
link) user prefers

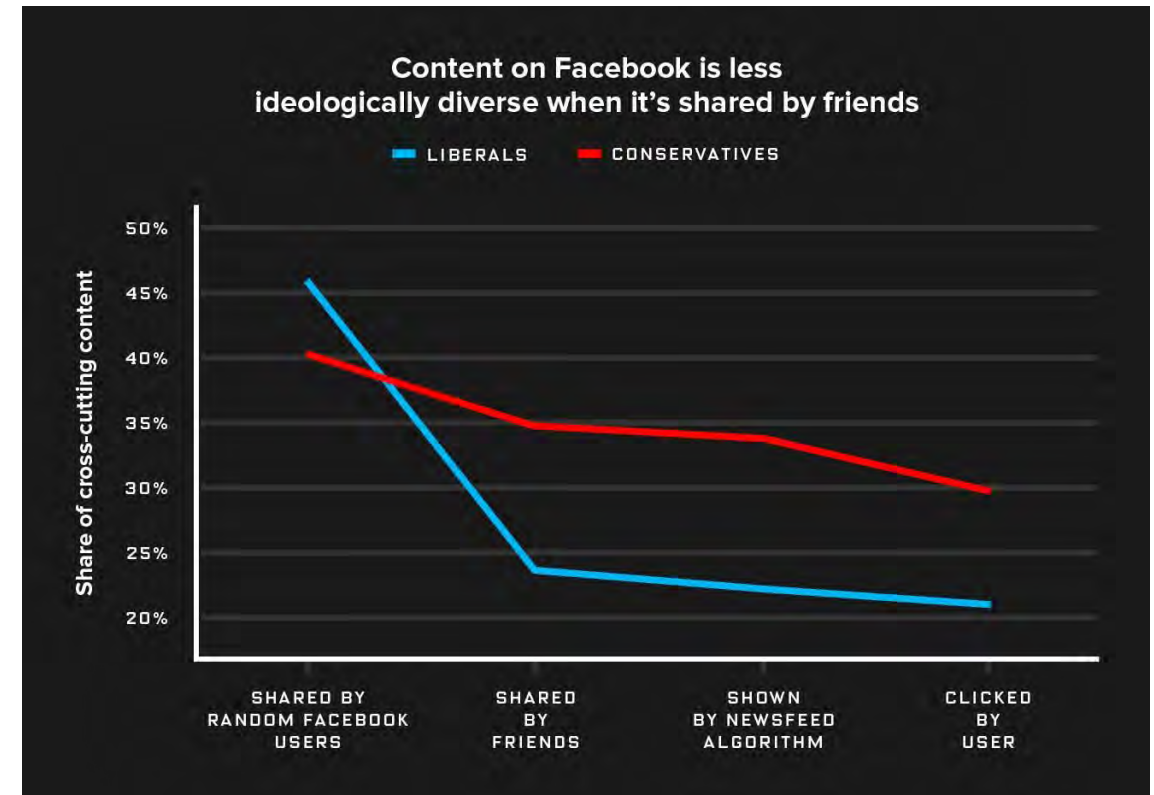
Recency
How new is the post

* This is a simplified equation. Facebook also looks at roughly 100,000 other high-personalized factors when determining what's shown.

- A Facebook algoritmsa megjegyzi minden aktivitást
- Fő faktorok: ki posztolt, mikor, mennyien reagáltak és mi a típusa a tartalomnak.
- Hogyan reagálsz rá.
- Nemcsak a reakciógombok és a poszt számít, hanem hogy
- milyen gyorsan görgetted el felette,
- bekapcsoltad-e a hangot,
- továbbkattintottál-e, és mennyi időt töltöttél az adott helyen, stb.

Buborékhatás: mi okozza? - nem egyértelműen csak az algoritmus

- Baksy - Messing - Adamic (Science) kutatása*
- Három tényezőt vizsgált, amelyek a newsfeed algoritmusát befolyásolják
 - Kik a barátaink, és milyen sztorikat osztanak meg
 - Ezekből mit mutat meg a newsfeed algoritmus
 - Hogyan reagálunk rá
- Hipotézis: ha az első vagy a harmadik a döntő faktor, akkor főként mi magunk tehetünk a visszhangszoba hatásról.
- A random emberek által megosztott tartalomról 40%-45%-os átlapolódás van a hírhalmazban a különböző politikai oldalak között
- A barátok által megosztott cikkekben már csak 25 és 35% ugyanez az arány.
- Az algoritmus alig ront rajta - 22 - 34%
- Valójában az emberek tehetnek róla, de ez olyan kérdés, mint amikor azt firtatjuk, „az alkohol, vagy az emberek tehetnek arról, hogy annyian alkoholisták”?
- De ez mindegy is, hiszen a végeredmény számít:
- A végén semmi mást nem kapunk vissza, csak a saját buta előítéleteinket



* *Science* 05 Jun 2015:
Vol. 348, Issue 6239, pp. 1130-1132
DOI: 10.1126/science.aaa1160

Buborékhatás: mit eredményez?



- A newsfeed azt fogja elénk rakni, ami tetszik nekünk.
- Önerősítő folyamat: egyre kevesebb van abból, ami nem tetszik.
- A 2000-es években született nemzedék 60%-a kizárólag a FB-kon keresztül jut a hírekhez
- Eltorzul világérzékelés: azt hisszük „mindenki” úgy gondolkodik ahogy mi
- A miénkhez hasonló véleményeket visszhangozza minden: megerősíti a törzsi tudatot, kiélezi az ellentéteket

A szólásszabadság korlátai: önszabályozás vs állami szabályozás

- A Facebook sok országban ún. „notice and take down” felelősséget visel
- Ennek ellenére sok országban moderálják a tartalmat.
- Előzetes szűrés (algoritmusokkal), majd egy „döntőbíró” elé kerül
- A „döntőbíró” 10 másodperc alatt kell hogy döntsön
- Jelenleg 4500 moderátor dolgozik szerte a világban, de még 3000-et fel fognak venni. (vagy már fel is vettek)



Önszabályozás vs állami szabályozás

- Szabálykönyv: nemcsak részletezi, hogy mi a gyűlöletkeltő, erőszakos, rasszista, homofób, holokauszt-tagadó, stb. hanem konkrét esetleírásokat is ad.
- Itt az ún. bosszúpornóra vonatkozó szabályokat olvashatjuk.

Revenge Porn (1)

CURRENT POLICY

High-level: Revenge porn is sharing nude/near-nude photos of someone publicly or to people that they didn't want to see them in order to shame or embarrass them.

Abuse Standards:

6. Attempting to exploit intimate images by any of the following:

- Sharing imagery as "revenge porn" if it fulfills all three conditions:
 1. Image produced in a private setting. AND
 2. Person in image is nude, near nude, or sexually active. AND
 3. Lack of consent confirmed by:
 - Vengeful context (e.g. caption, comments, or page title), OR
 - Independent sources (e.g. media coverage, or LE record)

Önszabályozás VS állami szabályozás



- Ijesztő, hogy a Szilícium-völgy urai mondják meg, meddig terjednek a szólásszabadságunk korlátai.
- A jobboldaliak szerint a Szilícium-völgy a liberális elfogultság fellegvára, ahol nem tűrik meg az ellenvéleményeket
- Kettős mérce, PC diktatúra
- Valóban „szélsőségesen liberálisok” egy felmérés szerint
- „Ma rosszkedvűen ébredtem, és eldöntöttem, hogy kirúgom őket az internetről” - (Matthew Prince, CEO Cloudflare a Daily Stormer **letiltásáról**)
- Zuckerberg elnöki ambíciókat dédelget?

KINYÍLTOTT A PITYPANG

Tetszlik 6,4 ezer

Megosztás

G+ Megosztás

Tweet

facebook, 888.hu, igazság, felfüggesztés, tiltás

A Facebook letiltotta a 888-at

A 888.hu csapata

2017. április 2. 15:26

Faculty & Research > Working Papers > Wealthy Elites

Wealthy Elites' Policy Preferences Economic Inequality: The Role of Entrepreneurs

By **David Broockman**, Greg F. Ferenstein

September 5, 2017 | Working Paper No. 358

Political Economy

Önszabályozás vs állami szabályozás



- a „mocskos menekültek” még elmegy, a „mocskos menekült” már nem, mert az utóbbi dehumanizál.
- Konkrét erőszakra nem szabad felszólítani, és koncentrációs táborba sem lehet virtuálisan küldeni senkit - kivéve a nácikat, „mert ők úgyis egy gyűlöletcsoport”
- A vietnámi háborúban készült fotót meztelenség miatt kicenzúrázták.

Önszabályozás vs állami szabályozás

- Panaszkezelés általában
 - Milyen belső szabályok alapján engednek egy letiltási kérdésnek?

A tiszteletteljes viselkedés ösztönzése



Meztelenség

A meztelenséget ábrázoló tartalmak megosztása esetenként figyelemfelkeltő kampányok vagy művészeti projektek része. Korlátozzuk a meztelenség megjelenítését, mivel globális közösségünkön belül vannak olyan csoportok, amelyek – főként kulturális hátterük vagy életkoruk miatt – érzékenyek az ilyen jellegű tartalomra. A korrekt bánásmód és a bejelentésekre való gyors reagálás

Áttekintés

Meztelenség

Gyűlöletbeszéd

Erőszakos és durva tartalom

Vissza a tetejére



Név nélkül jelentetted Éva Kenyeres bejegyzését kéretlen tartalom miatt.

A JELENTÉS FRISSÍTÉSE



Éva Kenyeres eltávolította a tartalmat (bejegyzés).

Köszönjük, hogy tájékoztattál bennünket Éva Kenyeres bejegyzésével kapcsolatban. Úgy tűnik, hogy eltávolította, mielőtt meg tudtuk volna nézni.

Kérjük, jelezd nekünk, ha bármi mással találkozol, amit aggasztónak találsz. Azt szeretnénk, hogy a Facebook továbbra is mindenki számára biztonságos és barátságos hely maradjon.

Tovább



Név nélkül jelentetted Ilona Zsuzsanna Kovacs bejegyzését kéretlen tartalom miatt.

A JELENTÉS ELLENŐRIZVE



Az általad jelentett tartalmat (bejegyzés) eltávolítottuk.

Megvizsgáltuk az általad kéretlen tartalom miatt jelentett megosztást. Mivel nem felelt meg a Közösségi alapelvekben foglaltaknak, eltávolítottuk. Köszönjük a bejelentést. Ilona Zsuzsanna Kovacs tájékoztatást kapott a megosztásának eltávolításáról, de a bejelentő személyéről nem.

Miért baj ez?

Akit a Facebookról, a Google keresési találatai közül, a Youtube-ról, a Twitterről törölnek, ma virtuálisan árnyéklétre kényszerül.

Liberális véleményterror?

- Hogyan viszonyuljon a Facebook a különböző országok érzékenységeihez?
- Az OK, ha egy ország még nála is érzékenyebb.
- De mi van pl. az arab országokban a nőkkel kapcsolatos pl. elnyomó, egyenlőtlenséget hirdető nézetekkel? Ezeket ne cenzúrázza?
- Mi legyen a blaszfémiával? (Istenkáromlással), amely egy sor országban bűncselekmény
- Be kell-e állnia a Facebooknak egy állam cenzúra-törvényei mögé?



A Facebook most mégis meghajolt egy török bírósági ítélet előtt, amelyik arra kötelezte a portált, hogy tiltsa le egy Mohammed prófétát támadó oldalt – [írja a BBC](#). Az Orbán Viktor által követendő példaként emlegetett Törökország azzal fenyegette a közösségi portált, hogy teljesen elérhetlenné teszék a portált, ha nem hajtják végre a bírósági ítéletet. A becslések szerint, úgy negyvenmillió Facebook felhasználó él Törökországban.

Liberális véleményterror?

- Toborzás az Iszlám államnak
- Gyűlöletbeszéd
- Kirekesztő beszéd
- Bullying
- Kábítószerhasználat
- Állatkínzás
- LMBT tartalmak?
- Dohányzás?
- Csúnya beszéd?
- Más vallások (pl. az iszlám népszerűsítése?)



Netzwerkdurchsetzungsgesetz

- Nyáron fogadták el Németországban
- Nagyon szigorú szabályok a levétellel kapcsolatban
- A szabálykönyvet nyilvánosságra kell hozni
- Az ott dolgozóknak lelki segítség és képzés kell
- Óriási bírságok kilátásba helyezése

A hagyományos média halála

- A nyomtatott médiumok példányszáma drámai módon csökken - egy sor hagyományos médium csődbe ment
- Az online világban nehéz előfizetési díjat szedni
- A hirdetési árbevétel lehetne a megoldás, de a FB és a Google elszív minden bevételt
- Jobban tud célozni, a hirdetőknak is jobb
- De ha végül nem lesznek tartalomelőállítók, akkor mit fognak megosztani az emberek?

Ki állítja meg a Facebookot?

2014. február 06., 11:14
Szerző: Urbán Ágnes

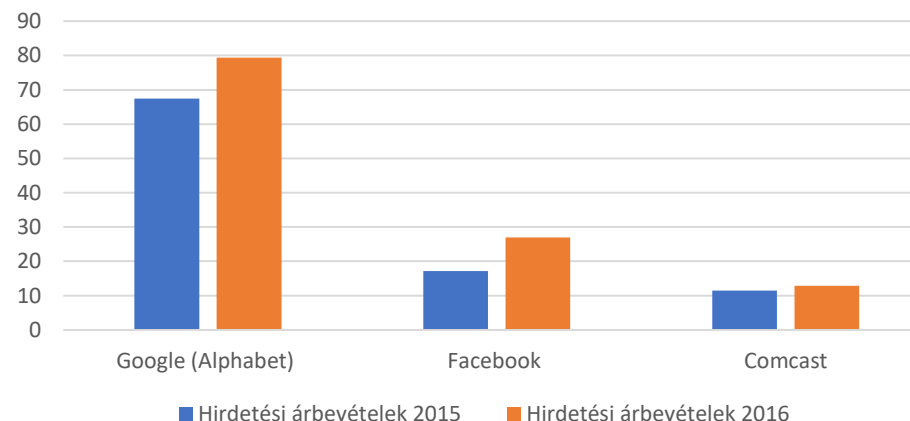
Címkék: forgalomirányítók, MTE, PwC, tartalom-előállítók

Kinyomtatom • Elküldöm • Szóljon hozzá »

G+1 Tweet f Ajánlom 24

A Google, a Facebook és más vállalatbirodalmak elszívják a bevételt a médiacégektől, mint ahogy erre egy, a közelmúltban megjelent magyarországi tanulmány is rámutatott. A tartalom előállítás költségei magasak, a médiavállalatok bevétele viszont csökken. Urbán Ágnes írása.

Hirdetési árbevételek
(milliárd USD)



A hagyományos média halála

- A hagyományos szerkesztőségek tartalomszűrő szerepe megszűnik
- Mindenki tartalomelőállító lett
- Nincsen semmilyen minőségi kontroll, mitől fogjuk tudni, hogy melyik hír igaz, és melyik nem?
- Hogyan lehetne a bevételeket a tartalom-előállítókhoz irányítani?
- EU: különadó?



Álhírek

- Álhírek
- Állítólag a Brexitre és Trump megválasztására is nagy hatással voltak az álhírek

The city getting rich from fake news

By Emma Jane Kirby
BBC News

🕒 5 December 2016 | Magazine

f t s e Share



Many of the fake news websites that sprang up during the US election campaign have been traced to a small city in Macedonia, where teenagers are pumping out sensationalist stories to earn cash from advertising.

In today's Magazine

The boxer who refuses to cash in on beating a

A fő ellentmondások

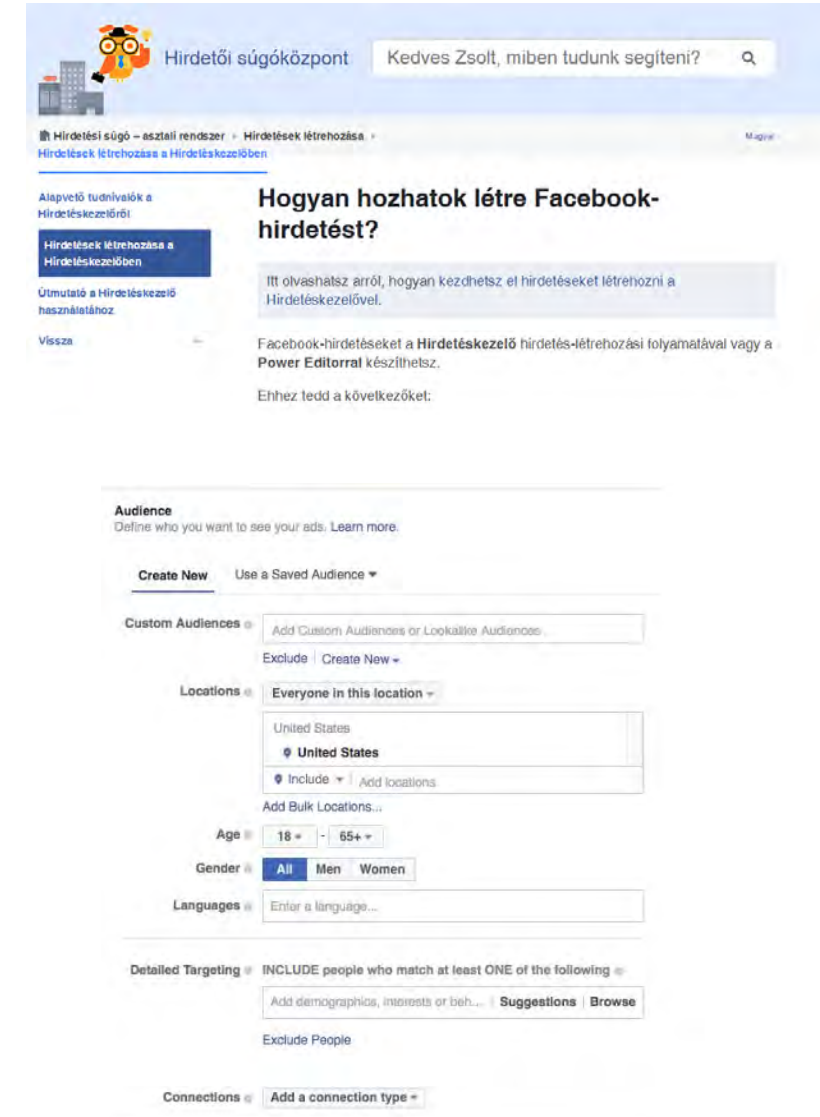
A Facebook önképe	A valóság
Magáncég – fő mozgatórúgó a profit	Közmű – a véleménynyilvánítás fő terepe
Techcég – platformot ad, algoritmusokat állít elő	A nyilvánosság csatornája, minden technikai döntésnek alkotmányos következményei vannak
Globális cég – liberális amerikai játékszabályok	Lokális nyilvánosságok – lokális morális sztenderdek



... és végül a legnagyobb probléma: az adatvédelem

- Adatvédelem

- Az adatainkkal való kereskedés a Facebook esetében maga az üzleti modell, és nem valami anomális, vagy hiba. Nem *bug*, hanem *feature* - így nehéz lesz ellene tenni.
- Iszonyú bonyolult rendszerek - iszonyú bonyolult adatvédelmi kérdések - nem láthatja át egy átlagfelhasználó minden aspektusát.
- Az adatvédelmi beállításokkal igazándjából senki nem foglalkozik: hová és hogyan jutnak el és milyen adataink
- Azt állíthatjuk be, hogy ki láthat bennünket, de azt nem tudjuk ki mikor nézett pl. meg: pedig ez elvileg személyes adat
- Mi a helyzet a titkosszolgálatokkal?
- Mit kapnak meg a hirdetők? Hiszen ha céloznak, nem kell kiadni az adatokat...
- Profilírozás, - Id. Big Data - amit még magunkról sem tudunk...



The image shows a screenshot of the Facebook Ad Manager interface. At the top, there is a search bar with the text "Kedves Zsolt, miben tudunk segíteni?". Below this, there is a navigation bar with "Hirdetési sűgő - asztali rendszer" and "Hirdetések létrehozása". The main content area is titled "Hogyan hozhatok létre Facebook-hirdetést?". Below this, there is a section for "Audience" with the text "Define who you want to see your ads. Learn more." and a "Create New" button. The "Audience" section is expanded to show various targeting options: "Custom Audiences" (Add Custom Audiences or Lookalike Audiences), "Locations" (Everyone in this location, with "United States" selected), "Age" (18+ to 65+), "Gender" (All, Men, Women), and "Languages" (Enter a language...). At the bottom, there is a "Detailed Targeting" section with the text "INCLUDE people who match at least ONE of the following" and a "Connections" section with the text "Add a connection type".