

A Facebook használata és megítélése a felhasználók körében

Reprezentatív nagymintás vizsgálat kérdőíve és kontextusa

Nádori Péter

A Meta néven működő digitális óriásvállalat egyik meghatározó szolgáltatása, a Facebook a világ számos országában, köztük Magyarországon is meghatározó szerepet játszik a személyközi kommunikációban, a közélet vitáiban, de immár a kiskereskedelemben és számos más területen is. A platform moderálási gyakorlata, illetve az általa a felhasználók számára biztosított moderálási lehetőségek ettől nem függetlenül maguk is viták, gyakran súlyos bírálatok kereszttüzeiben állnak. A különböző álláspontokat azonban gyakran nem egyszerű empirikus adatokkal alátámasztani vagy éppen cáfolni – mivel ilyenek csak korlátozottan állnak rendelkezésre.

A Nemzeti Közszerológati Egyetem Információs Társadalom Kutatóintézetének (ITKI) a magyar felnőtt lakosságot reprezentáló mintán először 2019-es adatfelvétellel végzett, majd 2020-ban és 2021-ben megismételt kutatásának adatai képet adtak arról, milyen meghatározó szerepet tölt be a Facebook a magyar társadalmi nyilvánosságban, és hogy hány felhasználót érintenek a platform moderációs beavatkozásai. A kutatás elsőként mérte fel azt is, hogy a moderációs döntéseket elszennvedő felhasználókban mi marad meg a Facebook kommunikációjából, illetve mi a törlések és letiltások utóélete.

A kutatások eredményeit bemutató tanulmányban már felvetődött, hogy további nagymintás kutatások adhatnak majd differenciáltabb képet a facebookos tartalommoderáció valóságáról, arról, hogy a felhasználók hogyan látják az őket érintő döntéseket, azoknak milyen utóélete, illetve hatása, eredménye van.¹ Ez a tanulmány arra tesz kísérletet, hogy bemutassa: a Facebook-használat minket érdeklő aspektusait milyen módszerekkel és eredményekkel közelítették meg az elmúlt évek nemzetközi felmérései, empirikus kísérletei és kutatásai, milyen tanulságok vonhatók le ezekből a nagymintás kutatásra nézve, illetve ez utóbbi mennyiben járulhat hozzá új ismeretekkel, eredményekkel az eddigiekhez.

A feldolgozott kutatások különböző diszciplinákat képviselnek, és különböző módszertanokat alkalmaznak. Az első fejezetben a közvélemény- és piackutatási, a másodikban a szociológiai-kísérleti megközelítéseket összegzem. Mivel az ITKI

¹ Nádori Péter, „Hogyan érvényesíti a Facebook a szabályait?» Kutatási adatok és szempontok a Facebook magyar felhasználókat érintő moderációs tevékenységének értelmezéséhez”, in *Az internetes platformok kora*, szerk. Török Bernát és Zódi Zsolt (Budapest: Ludovika Egyetemi Kiadó, 2022), 245–74.

kutatásainak fókuszában a felhasználói viselkedés és elégedettség, a bizalom és a félretájékoztatás, valamint a tartalommoderálási kérdések - ideértve az algoritmikus igazságság problémáit - állnak, a szakirodalomból is az ilyen tematikájú publikációkat emeltem ki.

1. Piac- és közvélemény-kutatási jellegű felmérések

A második fejezetben bemutatott akadémiai szakirodalom jellemzően kisebb, gyakran kényelmi mintán végzett vizsgálataival szemben a piac- és közvélemény-kutató cégek, független kutatóközpontok és szabályozó hatóságok felmérései nagyobb, sokszor a teljes – vagy az internetező – népességre reprezentatív mintán vizsgálják a Facebook használatát. Az alábbi áttekintés az ilyen kutatások közül azokat mutatja be, amelyek az alapvető használati adatokon túl a felhasználók részletesebb viselkedésére, illetve saját értékeléseikre, attitűdjeikre is kiterjedtek: a Facebook iránti bizalomra, az adatvédelemre, a hírfogyasztásra, a félretájékoztatásra és a tartalommoderálásra.

E felmérések eredményei többnyire rövid jelentésekben vagy sajtóközleményekben jelennek meg, módszertani leírásuk szűkszavúbb, mint a tudományos publikációké. A kérdések megfogalmazása és az alapsokaság – a teljes felnőtt népesség, az internetezők vagy csak a Facebook-felhasználók – kutatásonként eltér, ezért a számszerű eredmények csak óvatosan vethetők össze. A válogatás földrajzi sokszínűsége törekedett, a Facebook-specifikus kérdéseket is tartalmazó, nyilvánosan elérhető felmérések jelentős része azonban az Egyesült Államokból származik.

Hampton és mtsai: A közösségi oldalak és az életünk (2011)²

Az amerikai Pew Research Center egyik első nagyszabású, a közösségi oldalak társas hatásait vizsgáló felmérése arra kereste a választ, hogyan függ össze a közösségi oldalak – elsősorban a Facebook – használata a kapcsolati hálók méretével, a bizalommal, a társas támogatással és a politikai részvétellel. 2010 októbere és novembere között 2255, az Egyesült Államok felnőtt lakosságát reprezentáló válaszadóval készült telefonos interjú; közülük 975-en használtak közösségi oldalt, ezek 92%-a a Facebookot.

A Facebook-felhasználók többsége naponta belépett az oldalra, aktivitásuk azonban elsősorban mások tartalmainak kedvelésére és kommentálására irányult, saját bejegyzést jóval kevesebben tettek közzé. Facebook-ismerőseik túlnyomó részével

² Keith N. Hampton és mtsai., *Social Networking Sites and Our Lives* (Washington, DC: Pew Research Center, 2011), <https://www.pewresearch.org/internet/2011/06/16/social-networking-sites-and-our-lives/>. A tanulmány főszövegében az egyszerűbb befogadhatóság érdekében az egyes publikációk címe magyar fordításban szerepel.

személyesen is találkoztak már, vagyis az ismeretségek nagyrészt valós kapcsolatokra épültek. Más tényezők hatását kiszűrve a naponta többször belépők nagyobb bizalmat mutattak mások iránt, és több közeli kapcsolatról, valamint nagyobb érzelmi és társas támogatásról számoltak be, mint a hasonló demográfiai jellemzőkkel bíró internetezők általában.

A szerzők hangsúlyozzák, hogy egyszeri adatfelvételből oksági következtetés nem vonható le; így az sem dönthető el, hogy a Facebook-használat növeli-e a bizalmat és a támogatást, vagy a bizalommal telibb, támogatóbb kapcsolatokkal rendelkezők használják intenzívebben az oldalt.

*Rainie, Smith és Duggan: Jövés-menés a Facebookon (2013)*³

Ez a rövid Pew-jelentés a Facebook-használat ingadozására, a szünetekre és a kilépésre összpontosított. Az adatok 2012 decemberéből, egy 1006 fős, az amerikai felnőtt lakosságra reprezentatív telefonos omnibuszfelmérésből származnak.

A felhasználók többsége (61%) tartott már önként, legalább néhány hetes szünetet a Facebook használatában – leggyakrabban elfoglaltság miatt, de az érdektelenség, a tartalmak irrelevanciája, az ismerősök közötti pletyka és „dráma”, illetve a túl sok ráfordított idő is gyakori indok volt. A nem facebookozó internetezők egy része korábban használta az oldalt, de felhagyott vele. A felhasználók közel egyharmada úgy érezte, hogy az előző évhez képest csökkent az oldalon töltött ideje és a Facebook jelentősége számára, és sokan tervezték, hogy a következő évben kevesebb időt töltenek majd a Facebookon. A visszaesés a fiatalokat érintette leginkább.

A felmérés azt mutatja, hogy a Facebook-használat már 2012-ben sem volt egyenletes: a felhasználók jelentős része időről időre eltávolodott tőle. A kis alminták miatt a kilépés okait a szerzők csak tematikusan tudták bemutatni.

*Mitchell és mtsai: A hírek szerepe a Facebookon (2013)*⁴

A Pew Research Center e felmérése a Facebook hírközvetítő szerepét vizsgálta. A kérdőívet 2013 augusztusában és szeptemberében a GfK online paneljén (KnowledgePanel) 5173 amerikai felnőtt töltötte ki, köztük 3268 Facebook-felhasználó. A vizsgálat a Facebook hírközvetítő szerepének korai, nagymintás dokumentuma.

³ Lee Rainie, Aaron Smith és Maeve Duggan, *Coming and Going on Facebook* (Washington, DC: Pew Research Center, 2013), <https://www.pewresearch.org/internet/2013/02/05/coming-and-going-on-facebook/>.

⁴ Amy Mitchell és mtsai., *The Role of News on Facebook: Common yet Incidental* (Washington, DC: Pew Research Center, 2013), <https://www.pewresearch.org/journalism/2013/10/24/the-role-of-news-on-facebook/>.

Az eredmények szerint a felhasználók mintegy fele jutott már hírekhez a Facebookon, a hírfogyasztás azonban jellemzően mellékes volt számukra: a legtöbben akkor találkoztak hírekkel, amikor más céllal léptek be, és csak elenyésző hányad tartotta a Facebookot a legfontosabb hírforrásának. A hírekkel találkozó többsége rá is kattintott a linkekre, kedvelte vagy kommentálta azokat, de csak kisebb részük követett hírszervezeteket vagy újságírókat, és kevesen fordultak a Facebookhoz rendkívüli események idején.

A Pew 2015-ös, újabb felmérése szerint – eltérő kérdésmegfogalmazással – két év alatt már a felhasználók közel kétharmada számára jelentett hírforrást a Facebook a családi és baráti körön kívüli eseményekről.⁵

*Smith: Mit szeretnek és mit nem szeretnek az emberek a Facebookban? (2014)*⁶

A Facebook tizedik születésnapjára megjelent elemzés egy 2013 augusztusa és szeptembere között 1801 felnőttel készített, reprezentatív telefonos felmérésre épül, amelyben 960 Facebook-felhasználó arról is beszámolt, mit kedvel és mit nem az oldalon.

A használat legfontosabb okaiként a felhasználók az ismerősök fotóinak és videóinak megtekintését, a sok emberrel egyszerre történő megosztás lehetőségét, az ismerősök frissítéseinek követését és a humoros tartalmakat nevezték meg. A legerősebb ellenérzést az váltotta ki, ha mások túl sokat osztanak meg magukról, vagy engedélyük nélkül tesznek közzé róluk bejegyzést, fényképet; a kiskorú gyermekek nevelők többségét különösen zavarta, ha engedély nélkül posztolnak képet a gyerekeikről. Azt viszont, hogy mások olyan eseményekről posztolnak, amelyekből ők kimaradtak, csak kevesen kifogásolták. A felhasználók többsége naponta látogatta az oldalt, és sokan naponta kedveltek mások tartalmi közül, saját státuszukat azonban csak kevesen frissítették rendszeresen.

Az adatok alapján a Facebook-használat túlnyomórészt befogadó jellegű volt, a felhasználók ellenérzései pedig elsősorban mások megosztási szokásaira és a magánszféra tiszteletben tartására irányultak.

⁵ Elisa Shearer és mtsai., *The Evolving Role of News on Twitter and Facebook* (Washington, DC: Pew Research Center, 2015), <https://www.pewresearch.org/journalism/2015/07/14/the-evolving-role-of-news-on-twitter-and-facebook/>.

⁶ Aaron Smith, „What People Like and Dislike about Facebook”, Pew Research Center, 2014. február 3., <https://www.pewresearch.org/short-reads/2014/02/03/what-people-like-dislike-about-facebook/>.

*Reuters/Ipsos: A Cambridge Analytica-botrány és a Facebook iránti bizalom (2018)*⁷

A Reuters hírügynökség megbízásából az Ipsos 2018 tavaszán két online felmérést is végzett a Cambridge Analytica-botrány nyomán. A márciusi, 2237 amerikai felnőtt bevonásával készült felmérés szerint a válaszadóknak csak 41%-a bízott abban, hogy a Facebook betartja a személyes adatok védelmére vonatkozó jogszabályokat – jóval kevesebben, mint az Amazon, a Google vagy a Microsoft esetében.

Az április 26–30. között végzett, 2194 fős felmérésben részt vevő 1938 Facebook-felhasználó többsége a botrány után is ugyanannyit vagy többet használt az oldalt – a bizalomvesztés tehát a válaszok szerint nem járt tömeges kilépéssel. A felhasználók nagy többsége állította, hogy ismeri adatvédelmi beállításait és tudja, hogyan változtathat rajtuk, ugyanakkor csak kisebbségük érezte úgy, hogy teljes mértékben rendelkezik a Facebookon tárolt adatai felett.

*Newman és mtsai: Digitális hírjelentés 2018 (2018)*⁸

Az Oxfordi Egyetem Reuters Intézetének évente megjelenő jelentése a hírfogyasztás legátfogóbb nemzetközi összehasonlító felmérése. A 2018-as kiadás adatait a YouGov gyűjtötte 2018 január–februárjában, 37 piac mintegy 74 ezer, az online népességet reprezentáló válaszadójától; a kérdőíves eredményeket az Egyesült Államokban, az Egyesült Királyságban, Németországban és Brazíliában fókuszcsoportok egészítették ki.

A jelentés kiemelt témája az évben a Facebook hírközvetítő szerepe volt: az Egyesült Államokban egy év alatt jelentősen csökkent a Facebookot hírfogyasztásra használók aránya, miközben egyes piacokon – például Csehországban és Malajziában – jelentősen nőtt. A közösségi médiában talált hírekben a válaszadók jóval kevésbé bíztak (23%), mint a hírekben általában (44%). Többségük aggódott amiatt, hogy mi valós és mi hamis az interneten, és a platformokat is felelősnek tartották az álhírek viaszorításáért. A kérdőíves és fókuszcsoportos eredmények szerint az eltávolodás mögött a mérgező viták és a megbízhatatlan hírek, illetve a kényelmesebb, nagyobb magánszférát kínáló üzenetküldő alkalmazások vonzereje állt.

⁷ Chris Kahn és David Ingram, „Americans Less Likely to Trust Facebook than Rivals on Personal Data: Reuters/Ipsos Poll”, Reuters, 2018. március 25., összefoglaló: <https://www.reuters.com/article/technology/americans-less-likely-to-trust-facebook-than-rivals-on-personal-data-reuters-idUSKBN1H10KR/>; Chris Kahn és David Ingram, „Three-Quarters Facebook Users as Active or More since Privacy Scandal: Reuters/Ipsos Poll”, Reuters, 2018. május 6., összefoglaló: <https://www.reuters.com/article/world/three-quarters-facebook-users-as-active-or-more-since-privacy-scandal-reuters-idUSKBN1I707Y/>, adatok: <https://tmsnr.rs/2JWt0Eq>.

⁸ Nic Newman és mtsai., *Reuters Institute Digital News Report 2018* (Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2018), <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/digital-news-report-2018.pdf>.

Perrin: Az amerikaiak változó viszonya a Facebookhoz; Smith: Sok Facebook-felhasználó nem érti a hírfolyam működését (2018)⁹

A Pew Research Center 2018 május–júniusában, néhány hónappal a Cambridge Analytica-botrány kirobbanása után, valószínűségi alapon toborzott online paneljén (American Trends Panel) 4594 amerikai felnőttet kérdezett meg, köztük 3413 Facebook-felhasználót. Az eredményeket két rövid elemzés ismertette.

Az első elemzés szerint a felhasználók háromnegyede (74%) az előző egy évben legalább egy lépést tett a platformtól való távolodás vagy ön maga védelme irányába: módosította adatvédelmi beállításait, legalább néhány hetes szünetet tartott, vagy te telefonjáról a Facebook-alkalmazást – utóbbit a fiatalok sokkal nagyobb arányban, mint az idősebbek. A második elemzés szerint a felhasználók több mint fele nem érti, miért éppen azok a bejegyzések jelennek meg a hírfolyamában, amelyek megjelennek; az idősebbek körében még kevesebben értik. Csak kevesen gondolták, hogy a felhasználók nagymértékben befolyásolhatják hírfolyamuk tartalmát, és körülbelül egyharmaduk próbálta már ezt tudatosan alakítani.

A felmérés önbevalláson alapul, és a viselkedésbeli változások okaira – így arra sem, hogy azok mennyiben függtek össze a botránnal – nem kérdezett rá közvetlenül.

Mérték Médiaelemző Műhely: A politikai tájékozódás forrásai Magyarországon 2015–2018 (2018)¹⁰

A Mérték Médiaelemző Műhely a Friedrich-Ebert-Stiftung támogatásával rendszeresen vizsgálja, honnan tájékozódnak politikailag a magyarok. A 2018-as kutatás adatait a Medián gyűjtötte 2018 szeptemberében, 1200 fős, a felnőtt lakosságra reprezentatív személyes megkérdezéssel.

A felnőttek közel fele használta a Facebookot, és ez az arány 2014–2015 óta lényegében nem változott. A felhasználók közel fele legalább hetente többször találkozott politikai tartalmú bejegyzésekkel. A politikai tartalmakkal találkozóknak döntő többsége a sajátjával határozottan ellentétes nézeteket is látott, és többségüket a politikai tartalmak

⁹ Andrew Perrin, „Americans Are Changing Their Relationship with Facebook”, Pew Research Center, 2018. szeptember 5., <https://www.pewresearch.org/short-reads/2018/09/05/americans-are-changing-their-relationship-with-facebook/>; Aaron Smith, „Many Facebook Users Don’t Understand How the Site’s News Feed Works”, Pew Research Center, 2018. szeptember 5., <https://www.pewresearch.org/short-reads/2018/09/05/many-facebook-users-dont-understand-how-the-sites-news-feed-works/>.

¹⁰ Mérték Médiaelemző Műhely, *Sources of Political Information in Hungary: Trends, 2015–18* (Budapest: Mérték Médiaelemző Műhely, 2018), https://mertek.eu/wp-content/uploads/2019/01/Mertek_newsconsumption2018_English.pdf.

legalább valamelyest zavarták; rendszeresen ugyanakkor csak elenyésző hányaduk kedvelt vagy osztott meg politikai cikkeket, alkalmanként mintegy negyedük.

A kutatás fontos hazai viszonyítási pont a Facebook politikai tájékozódásban betöltött szerepéhez, a Facebookra vonatkozó alminták (552, illetve 428 fő) ugyanakkor viszonylag kicsik, és a vizsgálat kizárólag a politikai tartalmakra összpontosít.

*Hitlin, Rainie és Olmstead: A Facebook algoritmusai és a személyes adatok (2019)*¹¹

A Pew Research Center 2018. szeptember 4. és október 1. között a GfK online paneljén 963 amerikai Facebook-felhasználót kért meg arra, hogy a kérdőív kitöltése közben nyissák meg saját fiókjuk hirdetési preferenciákat összesítő felületét, ahol a Facebook algoritmusai által nekik tulajdonított érdeklődési köröket és jellemzőket listázza, majd értékeli a látottakat.

A felhasználók háromnegyede (74%) a vizsgálat előtt nem tudott a lista létezéséről. Saját beszámolójuk szerint a többségnél a Facebook számos kategóriát generált, és a válaszadók többsége szerint ezek nagyjából tükrözték valós érdeklődésüket, mégis mintegy felük nem érezte magát kényelmesen amiatt, hogy a platform ilyen listát állít össze róla. A felhasználók mintegy feléhez politikai beállítottságot is rendelt a Facebook; az érintettek többsége ezt pontosnak ítélte.

*CIGI–Ipsos: Globális felmérés az internetbiztonságról és a bizalomról (2019)*¹²

A kanadai Centre for International Governance Innovation (CIGI) az Internet Society és az ENSZ Kereskedelmi és Fejlesztési Konferenciája (UNCTAD) partnerségében készíti globális felmérését az internettel kapcsolatos bizalomról. A 2019-es hullám adatait az Ipsos gyűjtötte 2018 decembere és 2019 februárja között, 25 ország, illetve terület 25 229 internethasználójától – 21 országban online panelen, míg Kenyában, Nigériában, Pakisztánban és Tunéziában személyes megkérdezéssel.

A válaszadók döntő többsége úgy vélte, hogy találkozott már álhírrrel, és közel felük saját bevallása szerint alkalmanként vagy gyakran el is hitte azokat. A Facebook-felhasználók nagy többsége látott álhírt a Facebookon – nagyobb arányban, mint a

¹¹ Paul Hitlin, Lee Rainie és Kenneth Olmstead, *Facebook Algorithms and Personal Data* (Washington, DC: Pew Research Center, 2019), <https://www.pewresearch.org/internet/2019/01/16/facebook-algorithms-and-personal-data/>.

¹² Centre for International Governance Innovation – Ipsos, *2019 CIGI–Ipsos Global Survey on Internet Security and Trust. Part 3: Social Media, Fake News & Algorithms* (Waterloo: CIGI, 2019), <https://www.cigionline.org/internet-survey-2019/>; a Facebook-felhasználókra vonatkozó adatokhoz: „Jointly Released by CIGI, Ipsos, Internet Society and UNCTAD”, UNCTAD-sajtóközlemény, 2019. június 11., <https://unctad.org/press-material/jointly-released-cigi-ipsos-internet-society-and-unctad>.

Twitter-felhasználók a Twitteren –, és kisebb részük az előző évben kifejezetten az álhírek miatt szüntette meg Facebook-fiókját. Az internetben nem bízók többsége a közösségi oldalakat is bizalmatlansága okai között említette – ennél gyakrabban csak a kiberbűnözőket –, és a válaszadók nagy többsége a közösségi platformokat is felelősnek tartotta az álhírek terjedéséért.

A felmérés ritka, a nem nyugati országokra is kiterjedő összehasonlító adatforrás, ugyanakkor csak a 16–64 (az Egyesült Államokban és Kanadában 18–64) éves internethasználókat képviseli, az eltérő adatfelvételi módok pedig nehezítik az országok közötti összevetést.

*DataSenado: Közösségi média, álhírek és adatvédelem az interneten (2019)*¹³

A brazil szövetségi szenátus közvélemény-kutató intézete (DataSenado) a képviselőház és a szenátus ombudsmani hivatalaival közösen 2019. október 17–31. között 2400, telefonnal és internet-hozzáféréssel rendelkező, 16 éves és idősebb brazil állampolgárral készített telefonos interjút; a valószínűségi minta mind a 27 szövetségi egységet lefedte, a hibahatár ± 2 százalékpont.

A válaszadók többsége legalább időnként a Facebookot is használta információforrásként, bár a WhatsApp jóval meghatározóbb volt, és a televízió, valamint a YouTube is megelőzte. Közel egyharmaduk (31%) állította, hogy szavazói döntésénél a Facebookon látott információkat is figyelembe vette. A válaszadók döntő többsége szerint a közösségi média erősen befolyásolja az emberek véleményét, és ugyanilyen arányban találkoztak már álhírrrel a közösségi oldalakon; közülük a többség emiatt kevésbé bízik a közösségi médiában. Álhír terjedése esetén a válaszadók többsége szerint magát a közösségi oldalt is büntetni kellene, a megosztó személy büntetését pedig szinte mindenki támogatta.

Az álhírekre és a bizalomra vonatkozó kérdéseket a kutatók nem platformonként tették fel, így ezekből Facebook-specifikus következtetés csak korlátozottan vonható le.

¹³ Instituto de Pesquisa DataSenado – Ouvidoria da Câmara dos Deputados – Ouvidoria do Senado Federal, *Redes sociais, notícias falsas e privacidade de dados na internet* (Brasília: Senado Federal, 2019), <https://www2.camara.leg.br/a-camara/estruturaadm/ouvidoria/dados/pesquisa-nov-2019-relatorio-sem-tabelas>.

*Török, Rab és Szikora: Internetes attitűdök – régióink és a világháló (2020)*¹⁴

A Nemzeti Közszerolgalati Egyetem kutatói 2019 októbere és novembere között négy közép-európai országban – Magyarországon, Csehországban, Lengyelországban és Romániában – végeztek a felnőtt lakosságra reprezentatív telefonos felmérést az internettel kapcsolatos bizalomról és tudatosságról, kiemelt figyelmet fordítva a Facebookra.

A közösségi médiából származó információkban mind a négy országban csak kisebbség bízott, Magyarországon és Lengyelországban különösen kevesen. A válaszadók jelentős része soha nem változtatott Facebook-adatvédelmi beállításain. A felhasználók mintegy tizedének törölte már valamely bejegyzését vagy tiltotta le ideiglenesen a Facebook, az intézkedés indoklásával azonban az érintetteknek mindegyik országban csak kisebbsége volt elégedett. A válaszadók közel fele – Romániában többsége – legalább nagyjából egyetértett azzal, hogy a Facebook kiválóan alkalmas társadalmi fórumnak.

A kutatás egyike azon kevés vizsgálatnak, amelyek a moderálással kapcsolatos felhasználói tapasztalatokat reprezentatív mintán, nemzetközi összehasonlításban mérik.

*Newman és mtsai: Digitális hírjelentés 2020 (2020)*¹⁵

A Reuters Intézet 2020-as jelentése – amelynek adatait a YouGov gyűjtötte 2020 január-februárjában, 40 ország mintegy 80 ezer online válaszadójától – a félretájékoztatást már platformonként is vizsgálta.

A válaszadók többsége aggódott amiatt, hogy az interneten megjelenő hírek közül mi valós és mi hamis. A hamis vagy félrevezető információk miatt messze a Facebookot tartották a legaggasztóbb platformnak (29%, szemben a YouTube és a Twitter néhány százalékával), különösen a Fülöp-szigeteken, az Egyesült Államokban és a Dél-afrikai Köztársaságban, míg Brazíliában, Malajziában vagy Mexikóban az üzenetküldő alkalmazások, főként a WhatsApp miatt aggódtak leginkább. A válaszadók többsége azt

¹⁴ Török Bernát, Rab Árpád és Szikora Tamás, *Internet Attitudes – Our Region and the World Wide Web: Data from a Comparative Study in Central and Eastern Europe* (Budapest: Nemzeti Közszerolgalati Egyetem, Eötvös József Kutatóközpont, Információs Társadalom Kutatóintézet, 2020), <https://en.uni-nke.hu/document/iis-uni-nke-hu/IIS%20research%20report%202020.pdf>. A kutatás tervezésében, a kérdőív elkészítésében jelen tanulmány szerzője is részt vett.

¹⁵ Nic Newman és mtsai., *Reuters Institute Digital News Report 2020* (Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2020), https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf; Nic Newman és mtsai., *Reuters Institute Digital News Report 2021* (Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism, 2021), https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf.

is támogatta, hogy a platformok tiltsák le azokat a politikai hirdetéseket, amelyek valótlan állításokat tartalmazhatnak. A 2021-es, 46 piacra kiterjedő felmérés hasonló képet mutatott: a koronavírussal kapcsolatos félretájékoztatás kapcsán is a Facebook keltette a legtöbb aggodalmat.

A kérdések megfogalmazása évről évre változott, így az egyes évek adatai nem teljesen összevethetők; a minták itt is csak az internetezőket képviselik, az alacsonyabb internetpenetrációjú országokban pedig inkább a tehetősebb, jobban kapcsolódó felhasználókat.

CNN/SSRS: A Facebook társadalmi hatásának megítélése a „Facebook-iratok” után (2021)¹⁶

A CNN megbízásából az SSRS 2021 novemberének elején, közvetlenül azután, hogy egy volt munkatárs által kiszivárogtatott belső dokumentumok (az úgynevezett Facebook-iratok) nyomán a vállalat súlyos kritikák kereszttüzébe került, valószínűségi alapon toborzott 1004 amerikai felnőttet kérdezett meg online a Facebook társadalmi hatásáról.

A válaszadók háromnegyede (76%) szerint a Facebook rosszabbá teszi az amerikai társadalmat, és ezt a rendszeres felhasználók nagy többsége is így látta. A negatív hatást vélelmezők valamivel nagyobb része a felhasználók viselkedését, kisebb része magának a Facebooknak a működését okolta. A megkérdezettek mintegy fele ismert valakit, akit szerinte a Facebookon látott tartalmak győztek meg egy összeesküvés-elmélet igazáról, a havonta legalább többször facebookozók többségének pedig ajánlott már a platform kifogásolhatónak tartott tartalmat. A válaszadók többsége szerint a szövetségi kormánynak szigorítania kellene a Facebook szabályozását.

A felmérés a Facebook rendkívül negatív megítélését rögzíti, ugyanakkor egy erősen negatív médiavisszhangot követő pillanatfelvétel, viszonylag kis mintán.

¹⁶ Ariel Edwards-Levy és Jennifer Agiesta, „CNN Poll: Three out of Four Adults Think Facebook Is Making Society Worse”, CNN, 2021. november 10., <https://edition.cnn.com/2021/11/10/business/cnn-poll-facebook>.

*NMHH: Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata – internetes felmérés (2019–2022)*¹⁷

A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) rendszeresen végez online kérdőíves felmérést a legalább hetente internetező, 16 éves és idősebb magyar lakosság körében; a 2019-es és a 2022-es hullámban 4000 fős mintán, nem, korcsoport, iskolai végzettség, lakóhely és településtípus szerint súlyozva.

2019-ben a közösségi oldalak felhasználóinak szinte mindegyike használta a Facebookot, és döntő többségük kedvelt, illetve kommentelt már tartalmat. Az internetezők több mint fele (53%) találkozott álhírrrel, leggyakrabban a közösségi oldalakon, a hatóság közleménye szerint pedig annál nagyobb eséllyel, minél több közösségi oldalt használt valaki. 2022-ben a közösségi oldalak felhasználóinak csak mintegy negyede változtatott valaha a leggyakrabban használt oldal adatvédelmi beállításain, ugyanakkor több mint harmaduk jelzett már az üzemeltetőnek félrevezető vagy nem helyénvaló bejegyzést vagy hirdetést.

A sorozat nagy mintája és rendszeressége miatt értékes, kérdései azonban többnyire a közösségi médiára általában vonatkoznak, nem kifejezetten a Facebookra.

2. Akadémiai irodalom

Az alábbiakban röviden ismertetett tanulmányok különböző diszciplínákat képviselnek, és különböző módszertanokat alkalmaznak. Mivel az ITKI kutatásainak fókuszában a felhasználói viselkedés és elégedettség, a bizalom és a félretájékoztatás, valamint a tartalommoderálási kérdések – ideértve az algoritmikus igazságosság problematikáját – állnak, a szakirodalomból is az ilyen tematikájú publikációk kerültek kiemelésre.

¹⁷ Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, *Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata: Internetes felmérés – 2019* (Budapest: NMHH, 2020), https://english.nmhh.hu/document/212534/internet_2019_tanulmany.pdf; „NMHH Market Research: Fake News Is Most Prominent on Social Media Websites”, NMHH, é. n., <https://english.nmhh.hu/article/213077/>; Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, *Az elektronikus hírközlési piac fogyasztóinak vizsgálata 2022 – internetes felmérés* (Budapest: NMHH, 2023), https://nmhh.hu/dokumentum/237511/nmhh_internetes_felmeres_2022_akadalymentes.pdf.

Az úttörő, megjelenése óta széles körben idézett tanulmány a Facebook-felhasználók adatvédelmi kérdésekkel kapcsolatos tudatosságát, a Facebook használatának általuk felfogott előnyeit és kockázatait, valamint ezen tényezők viselkedésre gyakorolt hatását vizsgálja, különösen az adatvédelmi beállítások és az információmegosztás tekintetében.

Az egyetemi közegben végzett online felmérés 36 feleletválasztós kérdést tartalmazott, amelyek a Facebook használati szokásaira, az adatvédelmi beállításokra és az adatvédelemmel kapcsolatos tapasztalatokra vonatkoztak. A válaszadók többek között az általuk megosztott személyes információk típusairól, az adatvédelmi beállítások ismeretéről és a Facebook használatának általuk felfogott előnyeiről és kockázatairól számoltak be.

A válaszadók 91%-a számolt be arról, hogy ismeri a Facebook adatvédelmi beállításait, és 77%-uk használta ezeket a beállításokat a profilhozzáférés korlátozására. Azonban csak 69%-uk változtatta meg az alapértelmezett adatvédelmi beállításokat, és sokan részletes személyes információkat osztottak meg nagy baráti körökkel. A válaszadók számára a Facebook használatának előnyei szignifikánsan meghaladták a kockázatokat, illetve több kockázatot láttak mások adatvédelmére nézve, mint a sajátjukra.

A tanulmány rávilágít a Facebook-felhasználók adatvédelmi tudatossága és tényleges gyakorlata közötti eltérésekre: a közösségi hálózat használatának felfogott előnyei gyakran felülmúlják az adatvédelemmel kapcsolatos aggodalmakat, még akkor is, ha a felhasználók tudatában vannak a kockázatoknak. A kis, nem véletlenszerű minta ugyanakkor korlátozza az eredmények általánosíthatóságát, az egyszeri adatfelvétel pedig – értelemszerűen – nem képes megragadni a felhasználói viselkedés időbeli változásait. Az önbevalláson alapuló adatok használata ugyancsak torzíthatja az eredményeket.

¹⁸ Bernhard Debatin és mtsai., „Facebook and Online Privacy: Attitudes, Behaviors, and Unintended Consequences”, *Journal of Computer-Mediated Communication* 15, sz. 1 (2009): 83–108, <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2009.01494.x>.

*Sibona és Choi: A végfelhasználói elégedettséget befolyásoló tényezők a Facebookon (2012)*¹⁹

A tanulmány a technológiaelfogadási modellt (TAM) – amelyet eredetileg munkahelyi információs rendszerekre dolgoztak ki – egy elsősorban kapcsolattartásra és szórakozásra használt közösségi oldalra alkalmazza: azt vizsgálja, hogyan befolyásolja a Facebook könnyű használhatóságának és hasznosságának megítélése a felhasználói elégedettséget. A hasznosságot a szerzők a platform sajátosságaihoz igazítva, a baráti kapcsolatok ápolásaként és mások tevékenységének követéseként értelmezték.

A kutatók 2010 áprilisa és szeptembere között több mint 7300 toborzó üzenetet küldtek olyan Twitter-felhasználóknak, akik a Facebookról posztoltak; a 2865 elkezdett kérdőívből 1552-t töltöttek ki teljesen. Ez a módszer elsősorban a közösségi média aktív felhasználóit érthette el, ami korlátozhatja az eredmények általánosíthatóságát. Az adatokat strukturális egyenlet-modellezéssel elemezték, az életkort, a nemet, az ismerősök számát és a közösségi oldalak használatának időtartamát is figyelembe véve.

Mindhárom feltételezett összefüggés igazolódott: a könnyű használhatóság növelte az észlelt hasznosságot, és mindkét tényező erősen összefüggött az elégedettséggel – a hasznosság valamivel erősebben –, a modell pedig az elégedettség különbségeinek közel kétharmadát magyarázta. A nők hasznosabbnak ítélték a Facebookot, mint a férfiak, és minél több ismerőssel és interakcióval rendelkezett valaki, annál kedvezőbben értékelte mindhárom szempontot. Az eredmények arra utalnak, hogy a technológiaelfogadási modell a szórakozásra is használt rendszerek esetében is jól alkalmazható.

*Laumer és mtsai: A frusztráció okai és következményei a közösségi hálózatok használata során: kvantitatív elemzés a Facebook felhasználóiról (2015)*²⁰

Míg a technológiaelfogadási kutatások jellemzően a használatot ösztönző tényezőkre figyelnek, ez a tanulmány a negatív oldalt vizsgálja: azt, hogy mi vált ki frusztrációt a Facebook-felhasználókban, és ez hogyan vezet elégedetlenséghez, illetve a használatból való felhagyás szándékához. Az online kérdőíves felmérés 421 érvényes választát strukturális egyenlet-modellezéssel elemezték; a kérdőív az észlelt

¹⁹ Christopher Sibona és Jae Hoon Choi, „Factors Affecting End-User Satisfaction on Facebook”, *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media* 6, sz. 1 (2012): 575–78, <https://doi.org/10.1609/icwsm.v6i1.14284>.

²⁰ Sven Laumer és mtsai., „Drivers and Consequences of Frustration When Using Social Networking Services: A Quantitative Analysis of Facebook Users”, in *AMCIS 2015 Proceedings*, 2015, <https://aisel.aisnet.org/amcis2015/AdoptionofIT/GeneralPresentations/39>.

hasznosság, a könnyű használhatóság és az élvezet mellett az irigységet, valamint az információs és a társas túlterhelést is mérte.

A frusztrációt az irigység és a kétféle túlterhelés növelte, az élvezet pedig – valamennyi tényező közül a legerősebben – mérsékelte; a hasznosság és a könnyű használhatóság nem játszott szerepet. A frusztráció jelentősen növelte az elégedetlenséget és a felhagyási szándékot, a modell az utóbbi alakulásának közel felét magyarázta. A szerzők értelmezése szerint a használat abbahagyása egyfajta megküzdési stratégia lehet.

Az eredmények érvénye a Facebookra és az önkéntes használatra korlátozódik; a szerzők ezért javasolják a modell kipróbálását más közösségi oldalakon és kötelező használati környezetben (például vállalatirányítási rendszerekben), valamint további tényezők, például a stressz vagy a féltékenység bevonását.

*Waldman: Adatvédelem, megosztás és bizalom: a Facebook-vizsgálat (2016)*²¹

Jogtudományi megközelítésű, de empirikus felmérésre épülő munka, amely arra keres választ, miért osztanak meg a felhasználók személyes információkat a Facebookon. Waldman központi tézise, hogy a megosztást elsősorban a konkrét személyek – ismerősök, barátok – iránti, a szociológiában partikuláris társadalmi bizalomnak nevezett bizalom ösztönzi, és a platform kialakítása éppen erre a bizalomra épít.

Az Amazon Mechanical Turk platformon 2015-ben végzett online felmérés 629 Facebook-felhasználó válaszain alapul. A kérdőív azt mérte, milyen – köztük milyen intim – információkat osztanak meg a válaszadók, és kitért az általános, valamint a Facebook iránti bizalomra, az ismerősök és a közeli barátok számára, továbbá az ismeretlenektől érkező ismerősnek jelölések elfogadására.

A Facebook iránti bizalom mérsékelt, de szignifikáns pozitív kapcsolatban állt a megosztott információk mennyiségével: a szerző becslése szerint a tízfokú bizalmi skálán minden két fokozatnyi növekedés átlagosan egy további személyes információ megosztásával jár. A válaszadók 85%-a elfogadná egy olyan ismeretlen jelölését, akivel sok közös ismerősük van. Mindebből a szerző szabályozási következtetéseket is levon, például a fizetett tartalmak egyértelműbb jelölését és a hatósági fellépést a bizalommal való visszaéléssel szemben. A modell ugyanakkor a megosztási viselkedésnek csak kisebb részét – kevesebb mint ötödét – magyarázza, a minta pedig a szerző szerint is átlagon felül iskolázott és életkor tekintetében kiegyensúlyozatlan.

²¹ Ari Ezra Waldman, „Privacy, Sharing, and Trust: The Facebook Study”, *Case Western Reserve Law Review* 67, sz. 1 (2016): 193–233, <https://scholarlycommons.law.case.edu/caselrev/vol67/iss1/10>.

Fu, Wu és Cho: Mitől osztanak meg a felhasználók tartalmakat a Facebookon? A pszichológiai ösztönzők, a társadalmi tőke fókusza és a tartalomtípus összeillése (2017)²²

Fu és szerzőtársai arra voltak kíváncsiak, önérdekű vagy közösségi motivációk késztetik-e a felhasználókat tartalmak megosztására, és hogyan hat ezekre, hogy a felhasználó inkább szoros (bonding) vagy laza, áthidaló (bridging) kapcsolataira összpontosít, illetve hogy kereskedelmi üzenetről, életmóddal kapcsolatos tartalomról vagy személyes véleményről van-e szó. A fókuszcsoporthoz interjúkkal előkészített online felmérésben 265 tajvani felhasználó vett részt, akiket a Facebookon és egy népszerű tajvani elektronikus üzenőfalán (BBS) toboroztak; többségük fiatal felnőtt volt.

Mindkét típusú ösztönző növelte a megosztási szándékot, de más-más tartalmaknál: a közösségi motiváció az életmóddal kapcsolatos tartalmak és a személyes vélemények, az önérdek a kereskedelmi üzenetek és az életmóddal kapcsolatos tartalmak megosztását segítette. Az önérdek ráadásul csak a szoros kapcsolataikra összpontosító felhasználóknál hatott.

A szerzők következtetése szerint a megosztás akkor a legvalószínűbb, ha a tartalom illeszkedik a felhasználó motivációihoz és kapcsolati orientációjához – ezt a márkakommunikáció is kiaknázhathatja. Az eredmények általánosíthatóságát korlátozza a szűk, nem véletlenszerű minta, és az önbevallott megosztási szándék sem feltétlenül tükrözi a tényleges viselkedést.

Shin és Hall: Bizalom és flow-élmény a Facebookon: mi motiválja a közösségi oldalak használatát? (2018)²³

Az úgynevezett flow-elméletre alapozó vizsgálat arra keresi a választ, mi tartja meg a felhasználókat a közösségi oldalakon. A szerzők modelljében a flow-élmény három meghatározott összetevője – az élvezet, a kontroll érzése és a koncentráció – az elégedettségen, majd a további használat szándékán keresztül hat a tényleges használatra, a platform iránti bizalom pedig valamennyi tényezőt befolyásolja. A modellt egy amerikai egyetem 291 hallgatójának online kérdőíves válaszain tesztelték; a válaszadók nagy többsége több mint három éve használta a Facebookot, több mint felük hetente legalább tízszer.

²² Pei-Wen Fu, Chi-Cheng Wu és Yung-Jan Cho, „What Makes Users Share Content on Facebook? Compatibility among Psychological Incentive, Social Capital Focus, and Content Type”, *Computers in Human Behavior* 67 (2017): 23–32, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.10.010>.

²³ Soo Il Shin és Dianne J. Hall, „Trust and the Flow Experience on Facebook: What Motivates Social Network Usage?”, in *HCI in Business, Government, and Organizations*, szerk. Fiona Fui-Hoon Nah és Bo Sophia Xiao, *Lecture Notes in Computer Science* 10923 (Cham: Springer, 2018), https://doi.org/10.1007/978-3-319-91716-0_40.

A flow mindhárom összetevője növelte az elégedettséget, a legerősebben az élvezet; az elégedettség a használat folytatásának szándékán keresztül a tényleges használatra is hatott, a Facebook iránti bizalom pedig valamennyi többi tényezővel szignifikáns kapcsolatban állt. A szerzők következtetése szerint a közösségi oldalak használatát elsősorban hedonikus motívumok, mindenekelőtt az élvezet tartják fenn, a bizalom pedig a használat minden dimenzióját átható tényező.

Az egyetemi hallgatókból álló minta és az egyetlen platformra szűkített vizsgálat korlátozza az eredmények általánosíthatóságát; a keresztmetszeti elrendezés miatt a fordított irányú hatások sem zárhatók ki, ezért a szerzők longitudinális vizsgálatot javasolnak.

Myers West: Cenzúrázva, felfüggesztve, árnyéktiltva: a tartalommoderálás felhasználói értelmezései a közösségimédia-platformokon (2018)²⁴

Myers West azoknak a felhasználóknak a tapasztalatait elemzi, akiknek a tartalmát eltávolították, a fiókját felfüggesztették vagy a láthatóságát korlátozták. Arra kíváncsi, milyen „népi elméletek” (*folk theories*) alapján értelmezik a felhasználók a moderálási rendszerek működését, hogyan alakítja a moderálás a platformokhoz fűződő érzelmi viszonyukat, és milyen lépéseket tesznek jogorvoslat érdekében.

A felmérés 519 felhasználó válaszain alapul, akik önkéntesen jelentették moderálási tapasztalataikat az OnlineCensorship.org platformnak; többségük (295 fő) az Egyesült Államokból származott. A nyílt és zárt kérdések a moderált tartalom típusára, az érintett platformra, a moderálás vélt okára és a jogorvoslati kísérletekre vonatkoztak.

A szerző szerint a moderálás hatásai messze túlmutatnak a szólásszabadság kérdésein, amelyek a vitát addig uralták: a felhasználók a rendszerek működését saját, informális magyarázatokkal próbálják megérteni, a döntések pedig a platformokhoz fűződő viszonyukat is jelentősen alakítják. A tanulmány ezért a büntető helyett nevelő szemléletű moderálás mellett érvel. Mivel azonban a minta önkéntes és önszelektált, valószínűleg elsősorban azoknak a tapasztalatait tükrözi, akiket a moderálás a leginkább foglalkoztat.

²⁴ Sarah Myers West, „Censored, Suspended, Shadowbanned: User Interpretations of Content Moderation on Social Media Platforms”, *New Media & Society* 20, sz. 11 (2018): 4366–83, <https://doi.org/10.1177/1461444818773059>.

*Altakhaineh és Alnamer: A Facebook-felhasználók bejegyzéseinek hatása más felhasználók attitűdjeire életkoruk és nemük szerint – tapasztalatok az Al Ain-i Tudományos és Technológiai Egyetemről (2018)*²⁵

Az Egyesült Arab Emírségekben végzett, vegyes módszertanú kutatás azt vizsgálja, hogyan befolyásolja a felhasználók neme és életkora, milyen bejegyzéseket tesznek közzé a Facebookon, és milyen negatív érzéseket váltanak ki belőlük mások bejegyzései. Az Al Ain-i Tudományos és Technológiai Egyetem hallgatói és munkatársai közül rétegzett véletlen mintavétellel kiválasztott 300 főből a legalább két éve Facebookot használó 240 maradt a mintában; őket két 120 fős csoportban, nem, illetve életkor szerint hasonlították össze. A résztvevők húszállításos kérdőívet töltöttek ki, közülük 40 fővel interjú is készült.

A nők és a fiatalabbak lényegesen gyakrabban számoltak be negatív érzésekről: az összes állítást tekintve a nők 68%-a és a férfiaknak 47%-a, illetve a fiatalabbak 70%-a és az idősebbeknek 46%-a adott ilyen választ. A különbség egyes érzéseknél még nagyobb volt: a mások által kapott kedvelések miatti féltékenységről például a fiatalabbak 67%-a, az idősebbeknek csak 21%-a számolt be. A bejegyzések többek között féltékenységet, gyűlöletet, bosszúságot, motiválatlanságot, kisebbségi érzést és szomorúságot váltottak ki; a szerzők következtetése szerint a Facebook sokak számára kényelmetlen helyé válhatott.

Az eredmények egyetlen egyetem közösségére vonatkoznak, megbízhatóságukat pedig gyengíti, hogy a statisztikai próbák nem az egyéni válaszokon, hanem az állításonkénti százalékos arányokon alapultak.

*Heuer és Breiter: Bizalom a közösségi médiában megjelenő hírekben (2018)*²⁶

Ez a német kísérlet arra keresett választ, meg tudják-e ítélni a fiatal felhasználók a Facebookon megjelenő hírek megbízhatóságát, előre jelzik-e ezt általános bizalmi attitűdjeik, és befolyásolja-e a kedvelések, megosztások és hozzászólások száma. Egy iskola hat, egyetemi továbbtanulásra felkészítő osztályának 108 – túlnyomórészt férfi, átlagosan 21,5 éves – diákja értékelt húsz, valós Facebook-oldalról gyűjtött hírt minőségi sajtótermékektől, álhíroldalaktól és bulvárlapoktól; az általános bizalmat két standard bizalmi skálával mérték.

²⁵ Abdel Rahman Mitib Altakhaineh és Sulafah Abdul Salam Alnamer, „The Impact of Facebookers’ Posts on Other Users’ Attitudes According to Their Age and Gender: Evidence from Al Ain University of Science and Technology”, *Social Sciences* 7, sz. 8 (2018): 128, <https://doi.org/10.3390/socsci7080128>.

²⁶ Hendrik Heuer és Andreas Breiter, „Trust in News on Social Media”, in *NordiCHI ’18: Proceedings of the 10th Nordic Conference on Human-Computer Interaction* (New York: ACM, 2018), 137–47, <https://doi.org/10.1145/3240167.3240172>.

A diákok a minőségi sajtó híreit szignifikánsan megbízhatóbbnak ítélték az álhíreknél, a források általuk felállított rangsora pedig egybevágott kilenc médiakutató független értékelésével. Az általános bizalmi attitűdök jól előre jelezték, ki mennyire bízik a hírekben – a résztvevők közötti különbségek közel felét magyarázták –, a kedvelések, megosztások és hozzászólások száma viszont nem mutatott értelmezhető összefüggést a bizalommal. A szerzők szerint a bizalmi skálák segíthetnek azonosítani a túlzott bizalomra vagy bizalmatlanságra hajlamos felhasználókat.

Az eredmények értelmezését árnyalja a homogén iskolai minta, a kontrollált kísérleti helyzet és a feladatot megelőző, álhírekről szóló előadás esetleges befolyása; a szerzők maguk is nyitva hagyják, megismételhetők-e az eredmények valós használati körülmények között.

Guess, Nagler és Tucker: Kevesebb, mint gondolnánk: az álhírek terjesztésének gyakorisága és előrejelzői a Facebookon (2019)²⁷

A vizsgálat a 2016-os amerikai elnökválasztási kampány idején mérte fel, milyen gyakran osztottak meg a felhasználók álhíreket a Facebookon, és milyen egyéni jellemzők függtek ezzel össze. A szerzők egy YouGov-panelfelmérés (első hulláma 3500 fő) adatait kapcsolták össze annak az 1191 válaszadónak a tényleges Facebook-tevékenységével, akik hozzájárultak adataik átadásához; álhírnek az ismert álhíroldalakra mutató linkeket tekintették.

Az álhírek megosztása viszonylag ritkának bizonyult: mindössze a felhasználók 8,5%-a osztott meg legalább egy ilyen linket. A republikánusok (18,1%) jóval gyakrabban tették ezt, mint a demokraták (3,5%), amit a szerzők részben az álhírek Trump-párti beállítottságával magyaráznak. A legkövetkezetesebb előrejelzőnek az életkor bizonyult: a 65 év felettiak – más tényezők hatását kiszűrve is – közel hétszer annyi álhírt osztottak meg, mint a 18–29 évesek, az iskolai végzettség, a jövedelem és a nem viszont nem mutatott következetes hatást.

A vizsgálat erőssége a felmérési és a tényleges viselkedési adatok összekapcsolása. A szerzők ugyanakkor hangsúlyozzák, hogy megfigyeléses adataik alapján oksági következtetés nem vonható le, az adataikat átadó válaszadók pedig politikailag valamivel tájékozottabbak és aktívabbak voltak a többiekénél. Az életkori különbségek hátterének – a digitális médiaműveltség hiányosságainak vagy az életkorral járó kognitív változásoknak – feltárását a jövőbeli kutatások feladatának tekintik.

²⁷ Andrew Guess, Jonathan Nagler és Joshua Tucker, „Less than You Think: Prevalence and Predictors of Fake News Dissemination on Facebook”, *Science Advances* 5, sz. 1 (2019): eaau4586, <https://doi.org/10.1126/sciadv.aau4586>.

Buchanan és Benson: Dezinformáció terjesztése a Facebookon: befolyásolja-e az üzenet forrásába vetett bizalom, a kockázatvállalási hajlam vagy a személyiség az álhírek organikus elérését? (2019)²⁸

Online kísérletre épülő tanulmány arról, mitől függ, hogy a felhasználók hajlandók-e reagálni egy álhírré – megosztani, kedvelni, kommentálni –, és ezzel növelni annak organikus, azaz fizetett hirdetés nélküli elérését. A 409 résztvevő (közülük 357 Facebook-felhasználó) egy személyiségtesztet kínáló weboldalon keresztül jutott el a vizsgálathoz; a minta 44 országból származott, de többségük fiatal, nő, illetve egyesült államokbeli vagy brit volt. A résztvevők egy választás előtt az egyik jelöltről korrupciós vádakat terjesztő bejegyzést láttak, amelyet véletlenszerű besorolás szerint vagy egy közeli barátjuk, vagy egy alig ismert ismerős osztott meg; emellett mérték személyiségjegyeiket és kockázatvállalási hajlamukat.

A megbízható forrásból érkező bejegyzésre a résztvevők nagyobb valószínűséggel reagáltak volna. A személyiségjegyek közül csak a barátságosság (*agreeableness*) mutatott – gyenge – összefüggést: a kevésbé barátságos résztvevők valamivel hajlandóbbak voltak reagálni, ezt azonban a szerzők feltáró jellegű, megerősítésre szoruló eredménynek tekintik. A kockázatvállalási hajlam a kutatói várakozással ellentétben nem játszott szerepet.

Schmidt és mtsai: A hamis információkkal és álhírekkel kapcsolatos információs viselkedés a Facebookon: a nem, a felhasználótípus és a közösségi médiába vetett bizalom hatása (2021)²⁹

A Regensburgi Egyetem kutatói azt elemezték, hogyan befolyásolja a nem, a felhasználói típus – aktív posztoló vagy passzív követő, intenzív vagy alkalmi felhasználó – és a közösségi média iránti bizalom, milyen gyakran találkoznak a felhasználók hamis információval a Facebookon, és hogyan kezelik, ellenőrzik, illetve hogyan reagálnak rá. Az online kérdőíves felmérésben 119, német Facebook-csoportokon keresztül toborzott, többségében egyetemista résztvevő (átlagéletkor 25,8 év) vett részt.

A résztvevők többsége passzívan használta a Facebookot, és hetente találkozott hamis információval; a nemek között nem mutatkozott szignifikáns különbség. Az aktív posztolók és az intenzív felhasználók viszont gyakrabban találkoztak hamis

²⁸ Tom Buchanan és Vladlena Benson, „Spreading Disinformation on Facebook: Do Trust in Message Source, Risk Propensity, or Personality Affect the Organic Reach of »Fake News«?”, *Social Media + Society* 5, sz. 4 (2019): 2056305119888654, <https://doi.org/10.1177/2056305119888654>.

²⁹ Thomas Schmidt és mtsai., „Information Behavior towards False Information and »Fake News« on Facebook: The Influence of Gender, User Type and Trust in Social Media”, in *Information between Data and Knowledge: Proceedings of the 16th International Symposium of Information Science (ISI 2021)*, szerk. Thomas Schmidt és Christian Wolff (Glückstadt: Werner Hülsbusch, 2021), 125–54, <https://doi.org/10.5283/epub.44942>.

információval, gyakrabban kedvelték, osztották meg vagy kommentálták az ilyen bejegyzéseket, és csak ők jelentették azokat a Facebooknak. Figyelemre méltó, hogy a közösségi médiába vetett bizalom éppen az intenzívebb felhasználóknál volt magasabb, akik saját bevallásuk szerint több hamis információval találkoztak; a nagyobb bizalom ugyanakkor a hozzászólások gyakoribb ellenőrzésével is együtt járt.

A szerzők szerint az eredmények a kis, főként fiatal egyetemistákból álló minta miatt elsősorban erre a csoportra, nem általában a német Facebook-felhasználókra érvényesek.

*Pan és mtsai: A tartalommoderálási eljárások észlelt legitimitásának összehasonlítása: szerződéses moderátorok, algoritmusok, szakértői testületek és digitális esküdszékek (2022)*³⁰

Pan és munkatársai a tartalommoderálás négy, a nagy platformokon alkalmazott vagy javasolt formájának észlelt legitimitását hasonlították össze: a fizetett szerződéses moderátorokét, az algoritmusokét, a szakértői testületekét és a felhasználókból álló digitális esküdszékekét. A kérdőíves kísérletben 93, az Amazon Mechanical Turk platformon toborzott amerikai Facebook-felhasználó értékelt négy, erősen megosztó (erőszakra uszító, gyűlöletkeltő vagy félrevezető) bejegyzésről hozott moderálási döntést, mindegyiket más eljárásnak tulajdonítva.

A legitimitás megítélését leginkább az határozta meg, hogy a döntés egybeesett-e a résztvevő saját véleményével – ez jóval többet számított, mint az eljárás háttere. Az eljárások közül a szakértői testületeket ítélték a leglegitimebbnek: szignifikánsan kedvezőbben, mint az algoritmusokat és az esküdszékeket, a szerződéses moderátoroktól azonban nem tértek el érdemben. A kutatók várakozásával ellentétben tehát nem az esküdszékek bizonyultak a legelfogadottabbnak.

A szerzők szerint a szakértői felügyelet növelheti a moderálás legitimitását, de bármely eljárásnak számolnia kell azzal, hogy a felhasználók egy része nem ért egyet a döntésekkel. Az eredmények érvényét korlátozza a kis és nem reprezentatív minta – felülreprezentáltak benne a magasan iskolázott felhasználók –, valamint az, hogy a vizsgálat egyetlen platformra és országra terjedt ki.

³⁰ Christina A. Pan és mtsai., „Comparing the Perceived Legitimacy of Content Moderation Processes: Contractors, Algorithms, Expert Panels, and Digital Juries”, *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction* 6, sz. CSCW1 (2022): 82, <https://doi.org/10.1145/3512929>.

Yurrita és mtsai: Az igazságosság észlelésének szétszálazása az algoritmikus döntéshozatalban: a magyarázatok, az emberi felügyelet és a megtámadhatóság hatása (2023)³¹

A Delfti Műszaki Egyetem kutatói azt vizsgálták, hogyan befolyásolja az algoritmikus döntések igazságosnak ítéelését, ha a döntéshez magyarázat társul, ha azt ember felügyeli, illetve ha az érintett megtámadhatja (contestability). Az előzetesen regisztrált online kísérletben 267, a Prolific platformon toborzott felnőtt olvasott egy hipotetikus, algoritmus által elutasított kölcsönkérelemről; a kutatók a magyarázat meglétét, az emberi felügyeletet, a megtámadhatóság formáját és a döntés tétjét (üdülési vagy lakáscélú kölcsön) változtatták.

A magyarázatok érdemben javították annak megítélését, mennyire kaptak az érintettek megfelelő tájékoztatást (információs igazságosság), a megtámadhatóság pedig az eljárás igazságosnak ítéelését. Az emberi felügyelet pusztá ténye ezzel szemben nem volt hatással az eljárás megítélésére, és a döntés tétje sem módosította a fő eredményeket. Az igazságosság összesített megítélését elsősorban az eljárási igazságosság határozta meg.

Az eredmények szerint tehát az algoritmikus döntések elfogadottságát inkább az átláthatóság és a jogorvoslat lehetősége növeli, mint az emberi jelenlét. Korlátot jelent, hogy a vizsgálat egyetlen fiktív hitelezési helyzetre és egyszeri interakcióra épült, a résztvevők pedig jellemzően a globális északról származtak; a szerzők az emberi felügyelet olyan formáinak vizsgálatát javasolják, amelyekben az ember algoritmikus javaslatok alapján dönt.

3. A kérdőív a nemzetközi kutatások tükrében

Az alábbiakban azt mutatom be, hogyan illeszkedik a javasolt – a Függelékben közölt kérdőívre épülő – telefonos, reprezentatív felmérés a Facebook használatáról és megítéléséről eddig felhalmozott tudáshoz. Egyrészt milyen tanulságokra épít az akadémiai és a piackutatási jellegű vizsgálatokból, másrészt mely témákban ígér a már elérhetőnél mélyebb, gazdagabb eredményeket. Nem törekszem a feldolgozott források teljes körű áttekintésére; a kapcsolódási pontokat példákon keresztül szemléltetem.

A javasolt kérdőív hat tematikus blokkból és egy szociodemográfiai blokkból áll. Felépítése tudatosan halad a felhasználók egymás közötti, „horizontális”

³¹ Mireia Yurrita és mtsai., „Disentangling Fairness Perceptions in Algorithmic Decision-Making: The Effects of Explanations, Human Oversight, and Contestability”, in *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (New York: ACM, 2023), 134. cikk, <https://doi.org/10.1145/3544548.3581161>.

moderálásától (1–2. blokk) a platform által végzett moderáláson (3. blokk) át a legsúlyosabb szankciókig, a felfüggesztésig és a profiltörlésig (4. blokk), majd a bizalomra és a felelősségre vonatkozó attitűdöket (5. blokk), végül a használat kontextusát (6. blokk) méri fel.

3.1. Hogyan épít a kérdőív a korábbi kutatások tanulságaira?

A moderálás többszereplős rendszer. A szakirodalom és a nagy mintás felmérések a tartalommoderálást szinte kizárólag a platform és a felhasználó viszonyaként vizsgálják: Myers West³² a Facebook és más platformok által moderált felhasználók tapasztalatait elemzi, Pan és munkatársai³³ a platformok által alkalmazott eljárások legitimitását hasonlítják össze, az NKE négyországos felmérése³⁴ pedig azt kérdezi, törölte-e a Facebook a válaszadó bejegyzését. A felhasználó azonban a mindennapokban legalább ilyen gyakran találkozik a profilok, oldalak és csoportok gazdáinak döntéseivel. Ezért a kérdőív élesen elválasztja az oldalgazdák által végzett törlést és letiltást (1–2. blokk) a Facebook moderátorainak és automatikus rendszereinek beavatkozásától (3–4. blokk), és mindegyik esetben ugyanazt a kérdéssort – gyakoriság, időpont, felület, értesítés, indoklás, vélt ok, értékelés, magatartásváltozás – teszi fel, így a két szint összevethetővé válik.

Az indoklás és a megtámadhatóság kulcskérdés. Yurrita és munkatársai kísérlete szerint³⁵ a magyarázatok az algoritmikus döntések információs igazságosságát, a megtámadhatóság pedig az eljárási igazságosságát javítja, míg Pan és munkatársai³⁶ azt találták, hogy a legitimitás megítélését leginkább a döntéssel való egyetértés határozza meg. Ebből két tervezési következtetést vontam le. Egyrészt a kérdőív külön méri, kapott-e a felhasználó értesítést (1.5, 3.5, 4.5), tartalmazott-e az értesítés indoklást (1.6, 3.6, 4.6), és – függetlenül attól, hogy egyetértett-e vele – megfelelőnek, érhetőnek tartotta-e azt (3.6B, 4.6B); így szétválasztható az eljárás minőségének és a döntés kimenetelének megítélése. Másrészt a jogorvoslatot nem egyetlen kérdéssel, hanem teljes folyamatként követi: kérvényezte-e a felülvizsgálatot, ha nem, miért nem (nem tudott a lehetőségről, nem tartotta fontosnak, vagy reménytelennek vélte), mi lett az eredménye, kapott-e indoklást, tájékoztatást a további lehetőségekről, illetve visszaállítás esetén elnézés-kérést (3.11–3.16, 4.11–4.16).

³² Myers West, „Censored, Suspended, Shadowbanned”.

³³ Pan és mtsai., „Comparing the Perceived Legitimacy”.

³⁴ Török, Rab és Szikora, *Internet Attitudes*.

³⁵ Yurrita és mtsai., „Disentangling Fairness Perceptions”.

³⁶ Pan és mtsai., „Comparing the Perceived Legitimacy”.

A „népi elméletek” mérhetővé tétele. Myers West³⁷ kimutatta, hogy a moderált felhasználók saját, informális magyarázatokat alkotnak arról, miért és ki által sújtották őket – vizsgálata azonban önkéntes, önszelektált mintán alapult. A kérdőív ezeket a magyarázatokat reprezentatív mintán, zárt kategóriákkal kérdezi le: a hivatkozott ok mellett külön rákérdez a vélt valódi okra (korábbi konfliktus, szervezett felhasználói akció, politikai motiváció, mások üzleti érdekei – 3.8, 4.8), valamint arra, hogy a válaszadó szerint felhasználói bejelentések, szervezett csoportok, a Facebook moderátorai vagy automatikus rendszerek állnak-e a döntések mögött (3.8B, 4.8B).

Az önbevallás korlátainak kezelése. Az akadémiai vizsgálatok szinte mindegyike – Debatin és munkatársaitól Buchanan és Bensonig³⁸ – az önbevallásos adatok torzító hatását nevezi meg fő korlátként. A kérdőív ezt nem küszöbölheti ki, de mérsékli: rögzített időablakokat (egy éven belül, egy–három éve, három évnél régebben) és gyakorisági sávokat használ, a „Nem tudok róla” válaszlehetőséggel elismeri, hogy a felhasználó nem minden moderálási döntésről szerez tudomást (különösen a rejtett hozzászólások esetében), a Facebook által hivatkozott okok kategóriáit pedig a vállalat átláthatósági jelentéseinek rendszeréhez igazítja³⁹ (3.7, 4.7), így a felhasználói beszámolók a platform által közölt adatokkal is összevethetők.

A felhasználói típus mint magyarázó tényező. Schmidt és munkatársai szerint⁴⁰ az aktív posztolók és az intenzív felhasználók egészen másként viszonyulnak a hamis információkhoz, mint a passzív követők, a Pew felmérései⁴¹ pedig az életkor és a használati mód erős hatását mutatták ki. A kérdőív 6. blokkja ezért nem elégszik meg a használat gyakoriságával: tizennégy funkció (a hírfolyam olvasásától a saját élő videón és a piactéren át a hozzászólásig) használatát külön méri, rögzíti az eszközt, az ismerősök számát és a Messengeren rendszeresen tartott kapcsolatokat, valamint huszonkét használati motívumot – így a moderálási tapasztalatok a felhasználói típusok szerint bonthatók.

Kétirányú szabályozási igények. A nagymintás felmérések jellemzően a potenciális szabályozás egyetlen vektorára kérdeznak rá: a CNN/SSRS 2021-es felmérésében⁴² a válaszadók 53%-a szigorúbb állami szabályozást sürgetett, a Reuters Intézet 2018-as jelentése szerint⁴³ 71%-uk a platformokat is felelősnek tartotta az álhírekért, a brazil

³⁷ Myers West, „Censored, Suspended, Shadowbanned”.

³⁸ Debatin és mtsai., „Facebook and Online Privacy”; Buchanan és Benson, „Spreading Disinformation on Facebook”.

³⁹ Meta, „Community Standards Enforcement Report”, Transparency Center, é. n., <https://transparency.fb.com/data/community-standards-enforcement/>.

⁴⁰ Schmidt és mtsai., „Information Behavior towards False Information”.

⁴¹ Smith, „What People Like and Dislike”; Perrin, „Americans Are Changing”.

⁴² Edwards-Levy és Agiesta, „CNN Poll”.

⁴³ Newman és mtsai., *Digital News Report 2018*.

DataSenado 2019-es felmérésében⁴⁴ pedig 68% szerint álhír terjedése esetén magát a közösségi oldalt is büntetni kellene. A tartalommoderálás körüli közéleti vitát azonban feltételezésem szerint két ellentétes, bár egyszerre levő igény feszültsége jellemezheti: a túl kevés és a túl sok beavatkozás egyidejű kifogásolása. Ezért az 5. blokk mindkét irányú állítást tartalmazza – a Facebooknak nagyobb erőfeszítéseket kellene tennie a kifogásolható tartalmak ellen, illetve sokkal kevésbé kellene beavatkoznia; a magyar hatóságoknak többet kellene tenniük a káros tartalmak ellen, illetve szigorúbb törvényekkel kellene megakadályozni a magyar tartalmak törlését –, így kimutatható, hogy a válaszadók mely csoportjai melyik irányba hajlanak, és mennyien támogatják egyszerre mindkettőt.

3.2. Mennyiben lesznek az eredmények mélyebbek, gazdagabbak a már elérhetőknél?

A platform általi moderálás tapasztalatai. A legrészletesebb elérhető reprezentatív adatokat az ITKI négyországos felmérése közli⁴⁵: eszerint a Facebook-felhasználók 9,5–14%-ának (Magyarországon 10,1%-ának) törölte már bejegyzését vagy tiltotta le ideiglenesen a Facebook, az intézkedés indoklásával pedig az érintetteknek országanként csak 17–45%-a volt elégedett. A kérdőív ezt a képet több dimenzióban bontja ki: megmutatja az esetek gyakoriságát és időbeli eloszlását, azt, hogy milyen típusú felületeken – saját profilon, hobbicsoportban, közéleti hírszolgáltató vagy politikai párt oldalán – történtek, a felfüggesztés jellemző időtartamát, a hivatkozott és a vélt ok közötti eltérést, a fellebbezés teljes útját, valamint a következményeket: a magatartás megváltozását, új profil regisztrálását, az oldal vagy csoport újraindítását és az elveszett kapcsolatokat, tartalmakat (4.17–4.19). Ezáltal például kimutatható, hogy a politikai motivációt feltételezők milyen arányban kaptak gyűlöletbeszédre vagy más konkrét szabályra hivatkozó indoklást.

A felhasználók egymás közötti moderálása. Erről a jelenségről a feldolgozott nagy mintás felmérések egyáltalán nem szolgáltatnak adatot, holott a magyar közéletben is rendszeresen felmerül, hogy politikusok, intézmények vagy cégek oldaláról eltávolítják a kritikus hozzászólásokat. A kérdőív tizenöt oldaltípus szerint méri, hol törölték a válaszadó hozzászólását vagy tiltották le őt (a családtagok profiljától a kormányzati és önkormányzati oldalakig), és ezt normatív állításokkal is összeköti: helyes-e, ha egy kereskedelmi oldal eltávolítja a kritikus hozzászólásokat, vagy ha egy politikus oldaláról letiltják a vele egyet nem értőket, illetve eldöntheti-e minden oldalgazda, ki jelenhet meg a felületén. Így a tapasztalatok és a normák egymáshoz viszonyítva értelmezhetők.

⁴⁴ *Redes sociais, notícias falsas.*

⁴⁵ Török, Rab és Szikora, *Internet Attitudes.*

A felhasználó mint moderátor. A korábbi vizsgálatok a felhasználót a moderálás alanyaként vagy a kifogásolható tartalmak elszennvedőjeként kezelik: Smith szerint⁴⁶ például a Facebook-felhasználók 36%-át az adatfelvétel idején kifejezetten zavarta, ha mások túl sokat osztanak meg magukról, Altakhaineh és Alnamer⁴⁷ pedig a mások bejegyzései által kiváltott negatív érzéseket vizsgálta. A kérdőív ugyanazt a válaszadót a moderáló szerepében is megszólítja: rákérdez, mit, milyen gyakran és milyen okból töröl, rejt el, tilt le vagy jelent a saját felületein (1.11–1.16, 2.11–2.22), tájékoztatja-e az érintettet, és milyen előzmények után folyomodik a letiltáshoz. Mivel az okok listája részben megegyezik a saját moderálási tapasztalatokra vonatkozó listával, összevethető, hogy ugyanazok a felhasználók mit tartanak elfogadhatatlannak mások közléseiben, és mit tapasztalnak saját közléseik kapcsán. A viszonyosságra utaló válaszlehetőségek (például „az érintett felhasználó letiltott engem, ezt viszonztam”) a konfliktusok dinamikájáról is képet adnak.

A moderálási eszközök ismerete és használhatósága. A Pew 2018-as adatai szerint⁴⁸ a Facebook-felhasználók 54%-a módosította adatvédelmi beállításait az előző évben. A kérdőív ennél tovább lép: az elrejtés, a jelentés és a visszajelzés funkciójánál külön méri az ismeretet, a használatot és annak gyakoriságát, a használat okait, a Facebooktól kapott visszajelzést, valamint azt, mennyire tartja a válaszadó érthetőnek és felhasználóbarátnak az adott folyamatot (2.17–2.29). Ebből nemcsak az derül ki, hányan élnek ezekkel az eszközökkel, hanem az is, hol akad el a folyamat: az eszköz ismeretlensége, a visszajelzés hiánya vagy a nehézkes kezelés miatt.

A bizalom összetevői. A piackutatások a bizalmat jellemzően egyetlen dimenzióban mérik – a Reuters/Ipsos 2018-as felmérésében⁴⁹ a válaszadók 41%-a bízott abban, hogy a Facebook betartja az adatvédelmi szabályokat, az NKE kutatásában⁵⁰ a magyar válaszadók 16%-a bízott a közösségi médiából származó információkban. A kérdőív 5. blokkja a bizalmat befolyásoló tapasztalatokat bontja elemeire: az egyes problémátípusok (sértések, trágárság, hamis hírek, erőszakra buzdítás, kiskorúakat érintő jogsértő tartalom, politikai tartalmak túlsúlya, kamuprofilok a közéleti és a kereskedelmi tartalmak között) észlelt gyakoriságát, valamint a Facebookkal való kapcsolattartás nehézségeit és a magyar moderátorok megfelelőségének megítélését. Ritkaságnak számít, hogy a kérdőív a válaszadók saját problémás viselkedésére is rákérdez – megsértenek-e másokat, használnak-e trágár kifejezéseket, írnak-e azért, hogy feldühítsenek másokat –, és a korrigáló szándékú hozzászólásokra is (hamis információk kijavítása, rászólás a bántó tartalmak szerzőire). A 6. blokk emellett külön

⁴⁶ Smith, „What People Like and Dislike”.

⁴⁷ Altakhaineh és Alnamer, „The Impact of Facebookers’ Posts”.

⁴⁸ Perrin, „Americans Are Changing”.

⁴⁹ Kahn és Ingram, „Americans Less Likely to Trust Facebook”.

⁵⁰ Török, Rab és Szikora, *Internet Attitudes*.

méri a platform és a tartalmat közlétevők általi manipulációtól való félelmet, ami a Pew algoritmus-vizsgálatainak⁵¹ kérdésfelvetését viszi tovább.

Az intézményi háttér ismerete. Pan és munkatársai⁵² kísérletében a szakértői testületek döntéseit ítélték a legitimebbek közé, a szerzők pedig a szakértői felügyelet bevonását javasolják. A kérdőív arra is rákérdez, tudnak-e a válaszadók arról, hogy létezik a Facebook döntéseit felülvizsgáló független nemzetközi testület – így a legitimitásra vonatkozó attitűdök az intézmények ismeretével együtt értelmezhetők.

A javasolt kutatás természetesen nem helyettesíti a kísérleti és a platformadatokra épülő vizsgálatokat: oksági összefüggéseket nem bizonyíthat, és a felidézett tapasztalatok pontossága is korlátozott. Erőssége abban áll, hogy a moderálás teljes folyamatát – a beavatkozástól az értesítésen, az indokláson és a jogorvoslaton át a következményekig – egyetlen reprezentatív mintán, a felhasználók mindkét szerepében vizsgálja, ami a nemzetközi szakirodalomban is ritka.

⁵¹ Smith, „Many Facebook Users Don’t Understand”; Hitlin, Rainie és Olmstead, *Facebook Algorithms and Personal Data*.

⁵² Pan és mtsai., „Comparing the Perceived Legitimacy”.

Függelék: A kérdőív

Az alábbiakban bemutatom egy olyan, klasszikus közvélemény-, illetve piackutatási eszközökkel, telefonos interjúkkal elvégezhető reprezentatív kutatás kérdőívét, amelynek célja az, hogy megalapozott adatokat gyűjtsön a felhasználók és a Facebook kapcsolatáról – egészen pontosan arról, ahogyan ezt a kapcsolatot a felhasználók látják.⁵³

Az alább bemutatott hat kérdésblokkot természetesen kiegészíti egy, a válaszadók szociodemográfiai meghatározottságait feltérképező blokk. Ebben a válaszadók nemére, életkorára, iskolai végzettségére, lakóhelyére, egyéb körülményeire vonatkozó kérdések szerepelnek.

1. Blokk: felhasználók általi moderálás

1.1. Előfordult-e, hogy egy, ön által egy Facebook-bejegyzéshez írt kommentet (hozzászólást) az adott Facebook-oldal, csoport vagy személyes profil gazdája törölt?

Igen.

Nem tudok róla.

1.2. Ha igen, mikor történt ilyen?

Egy éven belül is.

Legutóbb 1–3 évvel ezelőtt.

Csak 3 évnél régebben.

1.3. Az elmúlt három év során milyen jellegű oldalakról törölte az oldal gazdája az ön hozzászólását? *(Több válasz jelölhető.)*

Családtag, közeli ismerős személyes profilja.

Távolabbi ismerős személyes profilja.

Csak a Facebookról ismert személyes profil.

Adásvétellel, csereberével foglalkozó csoport.

Hobbyhoz, érdeklődési körhöz kapcsolódó csoport.

Bulvár hírekkel, celebekkel foglalkozó oldal, bulvármédia vagy kereskedelmi tévé oldala.

Közéleti hírszolgáltató oldala.

Szórakoztató oldal (pl. mémek).

⁵³ Ez a – korábban nem publikált – kérdőív-javaslat képezte az NKE ITKI által 2021-ben irányított nagymintás kutatás gerincét. A megvalósult kutatás kérdőíve az itt bemutatott eredeti javaslatnál gyakorlati okokból rövidebb lett, a kérdések szakértői javaslatok nyomán pedig helyenként némileg módosultak. Az eredeti változat és a mögötte meghúzódó szakmai megfontolások bemutatásának célja a tudományos nyilvánosság tájékoztatása, és a későbbi, hasonló kutatások elősegítése.

Művész, tudós, életmódszakértő stb. oldala.

Celeb saját oldala.

Kereskedelmi/marketing oldal (áruházlánc, telefongyártó, étterem, manikűrös stb.)

Közéleti szereplő saját oldala.

Politikai párt, mozgalom oldala.

Kormányzat, önkormányzat oldala.

Egyéb intézmény oldala (iskola, kórház, művelődési ház stb.)

1.4. Az elmúlt három év során milyen gyakran vette észre, hogy törölték a hozzászólásait?

Egy ilyen eset volt.

Kb. 2–5.

Kb. 6–15.

Kb. 15–50.

50 fölött.

1.5. Kapott-e értesítést, tájékoztatást arról, hogy a hozzászólását törölték?

Soha.

Ritkán.

Többször.

Mindig.

1.6. Az értesítés(ek) tartalmaztak-e indoklást?

Soha.

Ritkán.

Többször.

Mindig.

1.7. Milyen okra hivatkozva törölték a hozzászólását/hozzászólásait a leggyakrabban?

(Csak azokról, akik az előzőre nem azt válaszolták, hogy „Soha”).

Konkrét személyt, személyeket megsértett.

Az oldal gazdájának érdekeit sértette (pl. negatív beszámoló egy boltról stb.).

Csoport esetében a csoport meghirdetett hozzászólási szabályait sértette.

Az oldal gazdája nem értett egyet a hozzászólás tartalmával.

A hozzászólás reklámot vagy más, az oldal gazdája által nem kívánt linket tartalmazott.

Az oldal gazdája általánosságban a Facebook szabályaira hivatkozott.

Az oldal gazdája a Facebook szabályaira hivatkozott, konkrétan megjelölve a probléma jellegét (pl. gyűlöletbeszéd vagy félrevezető információ).

1.8. Mit gondol, azokban az esetekben, amikor nem kapott indoklást, a leggyakrabban miért törölték a hozzászólását? *(Több válasz is jelölhető, de legfeljebb 3.)*

Korábban kialakult konfliktus az oldal gazdájával.

Konkrét személyt, személyeket megsértett.

Az oldal gazdájának érdekeit sértette (pl. negatív beszámoló egy boltról stb.).

Csoport esetében a csoport meghirdetett hozzászólási szabályait sértette.

Az oldal gazdája nem értett egyet a hozzászólás tartalmával.

A hozzászólás reklámot vagy más, az oldal gazdája által nem kívánt linket tartalmazott.

Az oldal gazdája a Facebook szabályait igyekezett érvényesíteni (pl. gyűlöletbeszéd vagy félrevezető információ).

1.9. A legtöbb esetben mi volt a véleménye a törlésről? *(A legjellemzőbb választ kérjük bejelölni.)*

Átgondolva a dolgot, indokoltnak találtam.

Nem különösebben foglalkoztat.

Igazságtalannak, indokolatlannak találtam.

Számítottam a törlésre, de így is közölni akartam a hozzászólást.

1.10. Előfordult-e, hogy a törlés nyomán megváltoztatta a kommentelési szokásait? *(Több válasz is jelölhető.)*

Nem.

Igen, jobban igyekszem figyelni arra, hogy ne sértsem meg mások érzéseit.

Igen, jobban igyekszem figyelni arra, hogy ne sértsem meg mások érdekeit.

Igen, bizonyos típusú oldalakon jobban átgondolom, hogy mit írok, van, amikor a korábbinál körültekintőbben fogalmazok.

Igen, azokat a profilokat, oldalakat, ahol törölték a hozzászólásomat, a továbbiakban elkerülöm.

1.11. Előfordult-e, hogy ön a saját személyes profiljához, vagy ön által adminisztrált csoporthoz, oldalhoz (ide nem értve az olyan oldalakat, amiket munkája során gondoz) érkezett hozzászólást törölt? *(Több válasz jelölhető, de a „Nem” csak önállóan.)*

Igen, a személyes profilomról.

Igen, általam működtetett oldalról.

Igen, olyan csoportból, aminek az adminisztrátora vagyok.

Nem.

1.12. Ha igen, mikor történt ilyen?

Egy éven belül is.

Legutóbb 1–3 évvel ezelőtt.

Csak 3 évnél régebben.

1.13. Az elmúlt három év során milyen gyakran törölt hozzászólásokat?

Egy ilyen eset volt.

Kb. 2–5.

Kb. 6–15.

Kb. 15–50.

50 fölött.

1.14. Miért törölte a hozzászólásokat? *(Több válasz is jelölhető.)*

Trágár szöveg volt.

Értelmetlen szöveg volt.

Valótlan állítást, tévedést tartalmazott.

„Fake news”, kamuhír, valósnak álcázott, szándékosan félrevezető közlés volt.

Személyes támadást fogalmazott meg velem szemben.

Családtagjaimra, barátaimra vonatkozó sértő állításokat fogalmazott meg.

Általam tisztelt, szeretett közéleti szereplőt vagy mozgalmat sértett meg.

Általam tisztelt művészt, sportolót, médiaszemélyiséget stb. sértett meg.

Gyűlölködő, kirekesztő szöveg volt.

Olyan felhasználó írta, aki korábban az én hozzászólásomat törölte.

Olyan ember írta, akit nem akarok a profilom/oldalon látni.

Meztelenséget, szexualitást ábrázoló kép volt.

Jogsértő magatartásra buzdított.

A személyes értékrendemmel, illetve az oldal/csoport értékrendjével volt összeegyeztethetetlen.

Politikai, világnézeti szempontból kifogásoltam.

Az oldal, csoport belső szabályait sértette.

A Facebook előírásait sértette.

Harmadik személy vagy intézmény jogait sértette tartalom jogtalan felhasználásával.

Nem kívánt reklámot, linket tartalmazott.

1.15. Tájékoztatta-e valamilyen csatornán az érintettet a törlésről?

Soha.

Általában igen, és indokoltam is.

Általában igen, de indoklás nélkül.

Minden esetben, és indokoltam is.

Minden esetben, de nem indokoltam.

1.16. Azok a felhasználók, akiknek letörölte a hozzászólásait, változtattak-e pozitív irányban a hozzászólásaik stílusán, tartalmán a törlés hatására?

Általában.

Gyakran.
Néha.
Soha.
Nem figyeltem erre, nem tudom.

2. Blokk: felhasználók általi letiltás, jelentés

2.1. Előfordult-e, hogy letiltották⁵⁴ egy Facebook-oldalról, csoportból vagy személyes profilból?

Igen.
Nem tudok róla.

2.2. Ha igen, mikor történt ilyen?

Egy éven belül is.
Legutóbb 1–3 évvel ezelőtt.
Csak 3 évnél régebben.

2.3. Az elmúlt három év során milyen jellegű oldalakról tiltották le? *(Több válasz jelölhető.)*

Családtag, közeli ismerős személyes profilja.
Távolabbi ismerős személyes profilja.
Csak a Facebookról ismert személyes profil.
Adásvétellel, csereberével foglalkozó csoport.
Hobbyhoz, érdeklődési körhöz kapcsolódó csoport.
Bulvár hírekkel, celebekkel foglalkozó oldal, bulvármédia vagy kereskedelmi tévé oldala.
Közéleti hírszolgáltató oldala.
Szórakoztató oldal (pl. mémek).
Művész, tudós, életmódszakértő stb. oldala.
Celeb saját oldala.
Kereskedelmi/marketing oldal (áruházlánc, telefongyártó, étterem, manikűrös stb.)
Közéleti szereplő saját oldala.
Politikai párt, mozgalom oldala.
Kormányzat, önkormányzat oldala.
Egyéb intézmény oldala (iskola, kórház, művelődési ház stb.)

⁵⁴ „Ha letiltasz valakit, akkor többé például nem jelölhet meg téged, és nem láthatja az idővonaladon általad közzétett dolgokat. Ha valakit letiltasz, azzal a következőket éred el: nem látja a profilodban közzétett dolgokat; nem jelölhet meg bejegyzésben, hozzászólásban vagy fényképen; nem hívhat meg eseményre vagy csoportba; nem kezdeményezhet beszélgetést veled; nem jelölhet ismerősnek.”
Facebook Súgóközpont, é. n., <https://www.facebook.com/help/1000976436606344>.

2.4. Az elmúlt három év során milyen gyakran vette észre, hogy letiltották?

Egy ilyen eset volt.

Kb. 2–5.

Kb. 6–10.

Kb. 11–20.

20 fölött.

2.5. Kapott-e külön értesítést, tájékoztatást arról, hogy letiltották?

Soha.

Ritkán.

Többször.

Mindig.

2.6. Az értesítés(ek) tartalmaztak-e indoklást?

Soha.

Ritkán.

Többször.

Mindig.

2.7. Milyen okra hivatkozva tiltották le a leggyakrabban? *(Csak azoktól, akik az előzőre nem azt válaszolták, hogy „Soha”.)*

Konkrét személyt, személyeket megsértett.

Az oldal gazdájának érdekeit sértette (pl. negatív beszámoló egy boltról stb.).

Csoport esetében a csoport meghirdetett szabályait sértette.

Az oldal gazdája/adminisztrátora nem értett egyet az ön által közzétett posztok/hozzászólások tartalmával.

A hozzászólás reklámot vagy más, az oldal gazdája által nem kívánt linket tartalmazott.

Az oldal gazdája/adminisztrátora szerint ön jogsértő tartalmat tett közzé.

Az oldal gazdája általánosságban a Facebook szabályaira hivatkozott.

Az oldal gazdája a Facebook szabályaira hivatkozott, konkrétan megjelölve a probléma jellegét (pl. gyűlöletbeszéd vagy félrevezető információ).

2.8. Mit gondol (az esetleges indoklástól függetlenül) a leggyakrabban mi volt a letiltás oka? *(Több válasz is jelölhető, de legfeljebb 3.)*

Korábban kialakult konfliktus az oldal gazdájával/adminisztrátorával.

Konkrét személyt, személyeket megsértett.

Az oldal gazdájának érdekeit sértette (pl. negatív beszámoló egy boltról stb.).

Csoport esetében a csoport meghirdetett hozzászólási szabályait sértette.

Az oldal gazdája politikai, világnézeti szempontból nem értett egyet a hozzászólás tartalmával.

Az oldal gazdája szerint a hozzászólás „fake news”, valósnak álcázott, szándékosan félrevezető információ volt.

A hozzászólás reklámot vagy más, az oldal gazdája által nem kívánt linket tartalmazott.

Az oldal gazdája a Facebook szabályait igyekezett érvényesíteni (pl. gyűlöletbeszéd).

2.9. A legtöbb esetben mi volt a véleménye a letiltásról? *(A legjellemzőbb választ kérjük bejelölni.)*

Átgondolva a dolgot, indokoltnak találtam.

Nem különösebben foglalkoztat a dolog.

Igazságtalannak, indokolatlannak találtam.

Számítottam rá, hogy ki fognak tiltani, de így is közölni akartam a posztjaimat/hozzászólásaimat.

2.10. Előfordult-e, hogy letiltás nyomán megváltoztatta a posztolási, hozzászólási szokásait? *(Több válasz is jelölhető.)*

Nem.

Igen, jobban igyekszem figyelni arra, hogy ne sértsem meg mások érzéseit.

Igen, jobban igyekszem figyelni arra, hogy ne sértsem meg mások érdekeit.

Igen, bizonyos típusú oldalakon jobban átgondolom, hogy mit írok, van, amikor a korábbinál körültekintőbben fogalmazok.

Igen, bizonyos típusú oldalakat, profilokat eleve elkerülök.

2.11. Előfordult-e, hogy ön a saját személyes profiljáról, vagy ön által adminisztrált csoportból, oldalról (ide nem értve az olyan oldalakat, amiket munkája során gondoz) letiltott felhasználót? *(Több válasz jelölhető, de a „Nem” csak önállóan.)*

Igen, a személyes profilomról.

Igen, általam működtetett oldalról.

Igen, olyan csoportból, aminek az adminisztrátora vagyok.

Nem.

2.12. Ha igen, mikor történt ilyen?

Egy éven belül is.

Legutóbb 1–3 évvel ezelőtt.

Csak 3 évnél régebben.

2.13. Az elmúlt három év során milyen gyakran tiltott le felhasználó(ka)t?

Egy ilyen eset volt.

Kb. 2–5.
Kb. 6–15.
Kb. 15–50.
50 fölött.

2.14. Miért tiltott le felhasználó(ka)t? *(Több válasz is jelölhető.)*

Trágár, gyalázkodó szövegek miatt.
A témához nem tartozó, érdektelen vagy értelmetlen posztok/hozzászólások miatt.
Valótlan állítások, tévedések miatt.
„Fake news”, kamuhírek, valósnak álcázott, szándékosan félrevezető közlések miatt.
Személyes támadásokat fogalmazott meg velem szemben.
Családtagjaimra, barátaimra vonatkozó sértő állításokat fogalmazott meg.
Általam tisztelt, szeretett közéleti szereplőt vagy mozgalmat sértett meg.
Általam tisztelt művészt, sportolót, médiaszemélyiséget stb. sértett meg.
Gyűlölködő, kirekesztő szöveg volt.
Az érintett felhasználó letiltott engem, ezt viszonztam.
Olyan ember írta, akit nem akarok a profilon/oldalon látni.
Meztelenséget, szexualitást ábrázoló képeket közölt.
Jogsértő magatartásra buzdított.
A személyes értékrendemmel, illetve az oldal/csoport értékrendjével volt összeegyeztethetetlen.
Politikai, világnézeti szempontból kifogásoltam a közléseit.
Az oldal, csoport belső szabályait sértette.
A Facebook előírásait sértette.
Harmadik személy vagy intézmény jogait sértette tartalom jogtalan felhasználásával.
Nem kívánt reklámot, linket tartalmazott.

2.15. Tájékoztatta-e valamilyen csatornán az érintettet a letiltásról?

Soha.
Általában igen, és indokoltam is.
Általában igen, de indoklás nélkül.
Minden esetben, és indokoltam is.
Minden esetben, de nem indokoltam.

2.16. Milyen előzmények után tiltott le felhasználókat? *(Több válasz is jelölhető.)*

Jellemzően olyan felhasználót tiltok le, aki több alkalommal, visszatérően okoz problémát, és a kevésbé súlyos eszközök nem használnak nála.

Jellemzően olyan felhasználót tiltok le, aki több alkalommal, visszatérően okoz problémát.

Jellemzően egy-két probléma után tiltok le felhasználókat.

Ritkán, de előfordult már, hogy egy vagy két probléma nyomán letiltottam valakit.

Ha valakit letiltok, általában a Facebooknak is jelentem, hogy mi volt a probléma.

Ritkán, de előfordult már, hogy a Facebooknak is jelentettem az általam letiltott felhasználót.

2.17. Előfordult valaha, hogy ön elrejtett (hide funkció⁵⁵) a saját személyes profiljához, vagy ön által adminisztrált csoporthoz, oldalhoz (ide nem értve az olyan oldalakat, amiket munkája során gondoz) érkezett hozzászólást? *(Több válasz is jelölhető.)*

Igen, a személyes profilján

Igen, az Ön által működtetett oldalon

Igen, olyan csoportban, amelynek Ön az adminisztrátora

Nem, de tudom, hogy van ilyen funkció

Nem, nem is tudtam, hogy van ilyen funkció

2.18. Kb. hány alkalommal történt meg az elmúlt 3 év során, hogy Ön elrejtett hozzászólást?

Egyszer sem

1 alkalommal

2–5 alkalommal

6–15 alkalommal

15–50 alkalommal

több mint 50 alkalommal

2.19. Milyen okból, okokból rejtett el ön már hozzászólást? *(Több válasz is jelölhető.)*

Trágár szöveg volt.

Értelmetlen szöveg volt.

Valótlan, félrevezető állítást (fake news-t), tévedést tartalmazott.

Személyes támadást fogalmazott meg velem és/vagy hozzátartozóimmal és/vagy barátaimmal szemben.

Általam tisztelt, szeretett politikai/közéleti szereplőt vagy mozgalmat sértett meg.

Általam tisztelt művészt, sportolót, médiaszemélyiséget stb. sértett meg.

Gyűlölködő, rasszista, kirekesztő szöveg volt.

Olyan felhasználó írta, aki korábban az én hozzászólásomat törölte.

Olyan ember írta, akit nem akarok a profilon/oldalon látni.

Meztelenséget, sexualitást ábrázoló képet tartalmazott.

Jogsértő magatartásra buzdított.

⁵⁵ Ezt a moderálási eszközt használva a kifogásolt hozzászólás szerzője nem értesül a moderálásról, hozzászólása a maga számára látható marad, de más felhasználók számára nem jelenik meg.

A személyes értékrendemmel, illetve az oldal/csoport értékrendjével volt összeegyeztethetetlen.

Politikai, világnézeti szempontból kifogásoltam.

Az oldal, csoport belső szabályait sértette.

A Facebook előírásait sértette.

Szerzői jogokat sértett tartalom engedély nélküli közlésével.

Nem kívánt reklámot, linket tartalmazott.

Egyéb ok.

Nem emlékszem.

2.20. Előfordult valaha, hogy ön használta a „hozzászólás jelentése” funkciót (ide nem értve az olyan oldalakat, amiket munkája során gondoz)? *(Több válasz is jelölhető.)*

Igen, a személyes profilján

Igen, az Ön által működtetett oldalon

Igen, olyan csoportban, amelynek Ön az adminisztrátora

Igen, egyéb oldalon

Nem, de tudom, hogy van ilyen funkció

Nem, nem is tudtam, hogy van ilyen funkció

2.21. Kb. hány alkalommal történt meg az elmúlt 3 év során, hogy ön használta ezt a funkciót?

Egyszer sem

1 alkalommal

2–5 alkalommal

6–15 alkalommal

15–50 alkalommal

több mint 50 alkalommal

2.22. Milyen okból, okokból jelentett ön már hozzászólást? *(Több válasz is jelölhető.)*

Trágár szöveg volt.

Értelmetlen szöveg volt.

Valótlan, félrevezető állítást (fake news-t), tévedést tartalmazott.

Személyes támadást fogalmazott meg velem és/vagy hozzátartozóimmal és/vagy barátaimmal szemben.

Általam tisztelt, szeretett politikai/közéleti szereplőt vagy mozgalmat sértett meg.

Általam tisztelt művészt, sportolót, médiaszemélyiséget stb. sértett meg.

Gyűlölködő, rasszista, kirekesztő szöveg volt.

Olyan felhasználó írta, aki korábban az én hozzászólásomat törölte.

Olyan ember írta, akit nem akarok a profilon/oldalon látni.

Meztelenséget, szexualitást ábrázoló kép tartalmazott.

Jogsértő magatartásra buzdított.

A személyes értékrendemmel, illetve az oldal/csoport értékrendjével volt összeegyeztethetetlen.

Politikai, világnézeti szempontból kifogásoltam.

Az oldal, csoport belső szabályait sértette.

A Facebook előírásait sértette.

Szerzői jogokat sértett tartalom engedély nélküli közlésével.

Nem kívánt reklámot, linket tartalmazott.

Egyéb ok.

Nem emlékszem.

2.23. Gondoljon arra az esetre, amikor legutóbb jelentett egy hozzászólást! Kapott visszajelzést a Facebooktól?

Igen, indoklással együtt közölték, hogy elfogadták a panaszt és törölték a kommentet

Igen, indoklással együtt közölték, hogy nem fogadták el a panaszt

Igen, indoklás nélkül közölték, hogy elfogadták a panaszt és törölték a kommentet

Igen, indoklás nélkül közölték, hogy nem fogadták el a panaszt

Nem, vagy nem emlékszem

2.24. Mennyire találta érthetőnek, felhasználóbarátnak a Facebook hozzászólások jelentésére szolgáló folyamatát?

Válaszok 4 fokú skálán: 1-teljesen v majdnem teljesen egyetért/jellemző, 2-inkább egyetért/jellemző, 3-inkább nem ért egyet/jellemző, 4-egyáltalán vagy nagyon nem ért egyet/jellemző. 5. Válaszlehetőség mindig egy „nem tudom, nem foglalkozom ezzel, nincs róla információ”.

2.25. Előfordult valaha, hogy ön használta a „visszajelzés küldés” funkciót egy hozzászólás kapcsán (ide nem értve az olyan oldalakat, amiket munkája során gondoz)? (Több válasz is jelölhető.)

Igen, a személyes profilján

Igen, az Ön által működtetett oldalon

Igen, olyan csoportban, amelynek Ön az adminisztrátora

Nem, de tudom, hogy van ilyen funkció

Nem, nem is tudtam, hogy van ilyen funkció

2.26. Kb. hány alkalommal történt meg az elmúlt 3 év során, hogy ön használta ezt a funkciót?

Egyszer sem

1 alkalommal

2–5 alkalommal

6–15 alkalommal

15–50 alkalommal
több mint 50 alkalommal

2.27. Milyen okból, okokból küldött visszajelzést hozzászólásról? *(Több válasz is jelölhető.)*

Trágár szöveg volt.

Értelmetlen szöveg volt.

Valótlan, félrevezető állítást (fake news-t), tévedést tartalmazott.

Személyes támadást fogalmazott meg velem és/vagy hozzátartozóimmal és/vagy barátaimmal szemben.

Általam tisztelt, szeretett politikai/közéleti szereplőt vagy mozgalmat sértett meg.

Általam tisztelt művészt, sportolót, médiaszemélyiséget stb. sértett meg.

Gyűlölködő, rasszista, kirekesztő szöveg volt.

Olyan felhasználó írta, aki korábban az én hozzászólásomat törölte.

Olyan ember írta, akit nem akarok a profilom/oldalon látni.

Meztelenséget, szexualitást ábrázoló képet tartalmazott.

Jogsértő magatartásra buzdított.

A személyes értékrendemmel, illetve az oldal/csoport értékrendjével volt összeegyeztethetetlen.

Politikai, világnézeti szempontból kifogásoltam.

Az oldal, csoport belső szabályait sértette.

A Facebook előírásait sértette.

Szerzői jogokat sértett tartalom engedély nélküli közlésével.

Nem kívánt reklámot, linket tartalmazott.

Egyéb ok.

Nem emlékszem.

2.28. Gondoljon arra az esetre, amikor legutóbb visszajelzést küldött! Kapott visszajelzést a Facebooktól?

Igen, és hasznos információt, útmutatást kaptam

Igen, de nem kaptam hasznos információt, útmutatást

Nem, vagy nem emlékszem

2.29. Mennyire találta érthetőnek, felhasználóbarátnak a Facebook hozzászólásokkal kapcsolatos visszajelzések küldésére szolgáló folyamatát?

Válaszok 4 fokú skálán.

3. Blokk: Facebook általi moderálás

3.1. Előfordult-e, hogy egy, ön által közölt bejegyzést (posztot) vagy egy Facebook-bejegyzéshez írt kommentet (hozzászólást) a Facebook moderátora (tehát nem az adott Facebook-oldal, csoport vagy személyes profil gazdája) törölt?

Igen.

Nem tudok róla.

3.2. Ha igen, mikor történt ilyen?

Egy éven belül is.

Legutóbb 1–3 évvel ezelőtt.

Csak 3 évnél régebben.

3.3. Az elmúlt három év során milyen jellegű oldalakról törölte a Facebook az ön bejegyzését vagy hozzászólását? *(Több válasz jelölhető.)*

Saját profiloldalam.

Részben vagy teljesen általam működtetett oldal (page) (ide nem értve azokat az esetleges oldalakat, amiket munkakörében működtet).

Olyan csoport, amit én indítottam és/vagy az adminisztrátora vagyok.

Családtag, közeli ismerős személyes profilja.

Távolabbi ismerős személyes profilja.

Csak a Facebookról ismert személyes profil.

Adásvétellel, csereberével foglalkozó csoport.

Hobbihoz, érdeklődési körhöz kapcsolódó csoport.

Bulvár hírekkel, celebekkel foglalkozó oldal, bulvármédia vagy kereskedelmi tévé oldala.

Közéleti hírszolgáltató oldala.

Szórakoztató oldal (pl. mémek).

Művész, tudós, életmódszakértő stb. oldala.

Celeb saját oldala.

Kereskedelmi/marketing oldal (áruházlánc, telefongyártó, étterem, manikűrös stb.)

Közéleti szereplő saját oldala.

Politikai párt, mozgalom oldala.

Kormányzat, önkormányzat oldala.

Egyéb intézmény oldala (iskola, kórház, művelődési ház stb.)

3.4. Az elmúlt három év során milyen gyakran vette észre, hogy a Facebook törölte bejegyzését vagy hozzászólását?

Egy ilyen eset volt.

Kb. 2–5.

Kb. 6–15.

Kb. 15–50.

50 fölött.

3.5. Kapott-e értesítést, tájékoztatást arról, hogy a bejegyzését, hozzászólását törölték?

Soha.

Ritkán.

Többnyire.

Mindig.

3.6. Az értesítés(ek) tartalmaztak-e indoklást?

Soha.

Ritkán.

Többnyire.

Mindig.

3.6B Az indoklásokat megfelelőnek (érthetőnek, kellően részletesnek) találta-e – függetlenül attól, hogy egyetértett-e vele?

Soha.

Ritkán.

Többnyire.

Mindig.

3.7. Milyen okra hivatkozva törölték a hozzászólását/hozzászólásait a leggyakrabban?⁵⁶
(Csak azoktól, akik az előzőre nem azt válaszolták, hogy „Soha”.) (Több válasz is jelölhető, de legfeljebb 3.)

Felhasználási feltételek, illetve közösségi szabályok konkrétan nem meghatározott jellegű megsértése.

Felnőtt meztelenség, szexualitás ábrázolása.

Zaklatás, bullying.

Gyermek veszélyeztetése: meztelenség, bántalmazás, szexualitás.

Terrorista szervezet, gyűlölet-szervezet.

Gyűlöletbeszéd.

Szerzői jog megsértése.

Kéretlen tartalom közlése/terjesztése.

Reklámozásra, kereskedelmi tevékenységre vonatkozó szabályok megsértése.

Felhasználási feltételek, illetve közösségi szabályok konkrétan meghatározott, de a fentiekben nem szereplő megsértése.

Nem emlékszem.

⁵⁶ A kategóriák forrása: Meta, „Community Standards Enforcement Report”.

3.8. Mit gondol, az indoklástól függetlenül, a leggyakrabban miért törölték a bejegyzését, hozzászólását? *(Több válasz is jelölhető, de legfeljebb 3.)*

Korábban kialakult konfliktus egy konkrét felhasználóval vagy az érintett oldal gazdájával.

Más felhasználók által végrehajtott, szervezett akció.

Politikai, világnézeti ok.

Mások anyagi, kereskedelmi érdekeinek sérelme.

Megsértettem a Facebook tartalmi szabályait.

Megsértettem a szerzői jogi jogszabályokat.

Megsértettem valamilyen más jogszabályt.

3.8B Mit gondol, jellemzően más felhasználók bejelentései nyomán, vagy inkább a Facebook által alkalmazott szűrők miatt törölték az ön által közzétett tartalmakat?

Biztos vagyok benne, hogy a legtöbbször más felhasználók bejelentései miatt töröltek.

Azt gondolom, a legtöbbször szervezett felhasználói csoportok állnak a törlés mögött.

Azt gondolom, jellemzően a Facebook moderátorai kezdeményezik a törléseket.

Úgy vélem, a leggyakrabban emberek nem is látják a Facebooknál ezeket a tartalmakat, automatikus rendszerek végzik a tartalom felügyeletét és ezek is törölnek.

Nem igazán tudom megítélni, nincs erről véleményem.

3.9. A legtöbb esetben mi volt a véleménye a törlésről? *(A legjellemzőbb választ kérjük bejelölni.)*

Átgondolva a dolgot, indokoltnak találtam.

Nem különösebben foglalkoztat.

Igazságtalannak, indokolatlannak találtam.

Számítottam a törlésre, de így is közölni akartam a posztot, hozzászólást.

3.10. Előfordult-e, hogy a törlés nyomán megváltoztatta a közlései jellegét? *(Több válasz is jelölhető.)*

Nem.

Igen, igyekszem betartani a Facebook szabályait.

Igen, a korábbinál alaposabban átnéztem a Facebook szabályait, és igyekszem betartani azokat.

Igen, jobban igyekszem figyelni arra, hogy ne sértsem meg mások érzéseit.

Igen, jobban igyekszem figyelni arra, hogy ne sértsem meg mások érdekeit.

Igen, bizonyos típusú oldalakon jobban átgondolom, hogy mit írok, van, amikor a korábbinál körültekintőbben fogalmazok.

Igen, azokat a profilokat, oldalakat, ahonnan törölték a bejegyzésemet, hozzászólásomat, a továbbiakban elkerülöm.

3.11. Kérvényezte ön, hogy változtassák meg a törlésről szóló döntést?

Soha.

Ritkán.

Többnyire.

Mindig.

3.12. Ha nem kérvényezte, miért nem?

Nem tudtam, hogy van ilyen lehetőség.

Nem tartottam annyira fontosnak a dolgot.

Azt gondoltam, úgysem fogják megváltoztatni a döntésüket.

3.12B Ha kérvényezett, mi lett az eredménye?

Minden esetben visszaállították a törölt tartalmat.

Általában visszaállították a törölt tartalmat.

Általában nem állították vissza a tartalmat, de volt, amikor igen.

Tudtommal soha nem állították vissza a tartalmat.

3.13. Kapott külön tájékoztatást arról, hogy mi lett a fellebbezés eredménye?

Soha.

Ritkán.

Többnyire.

Mindig.

Nem emlékszem.

3.14. Ha kapott ilyen tájékoztatást, abban szerepelt-e magyarázat, indoklás?

Általában igen.

Egyes esetekben igen.

Nem emlékszem.

3.15. Ha kapott ilyen tájékoztatást, de a fellebbezést elutasították, kapott-e információt arról, hogy milyen további lehetőségek állnak rendelkezésére, ha vissza akarja állíttatni a tartalmat?

Általában igen.

Egyes esetekben igen.

Nem emlékszem.

3.16. Ha kapott ilyen tájékoztatást, és a tartalmat visszaállították, elnézést kért-e öntől a Facebook a hibáért?

Általában igen.
Egyes esetekben igen.
Nem emlékszem.

4. Blokk: Facebook általi felfüggesztés, profiltörlés

4.1. Előfordult-e, hogy az ön személyes profilját felfüggesztette a Facebook?

4.1B Előfordult-e, hogy az ön személyes profilját megszüntette a Facebook?

4.1C Előfordult-e, hogy egy ön által működtetett oldalhoz vagy csoporthoz való hozzáférést felfüggesztette a Facebook (ide nem értve az olyan oldalt, csoportot, amit munkakörében gondoz)?

4.1D Előfordult-e, hogy egy ön által működtetett oldalt vagy csoportot megszüntetett a Facebook (ide nem értve az olyan oldalt, csoportot, amit munkakörében gondoz)?

Igen.

Nem tudok róla.

(A továbbiak nagy részét a fenti opciók közül mindegyikre le kell kérdezni, amire a 4.1-es válasz „Igen” volt.)

4.2. *(A-D-re kérdezni)* Ha igen, mikor történt ilyen?

Egy éven belül is.

Legutóbb 1–3 évvel ezelőtt.

Csak 3 évnél régebben.

4.3. *(C-D)* Milyen jellegű oldalról és/vagy csoportról volt szó? *(Több válasz jelölhető.)*

Saját szakmai/rajongói/tartalmi oldalam (page).

Adásvétellel, csereberével foglalkozó csoport.

Hobbihoz, érdeklődési körhöz kapcsolódó csoport.

Hobbihoz, érdeklődési körhöz kapcsolódó oldal.

Bulvár hírekkel, celebekkel foglalkozó csoport.

Szórakoztató oldal (pl. mémek, celebek, állatos képek).

Szórakoztató csoport (pl. mémek, celebek, állatos képek).

Közéleti, politikai témákkal foglalkozó csoport.

Közéleti, politikai témákkal foglalkozó oldal.

4.4. *(A-D)* Az elmúlt három év során hányszor fordult ez elő?

Egy ilyen eset volt.

Kb. 2–5.

Kb. 6–15.

Kb. 15–50.

50 fölött.

4.4B (A+C) A felfüggesztés jellemzően milyen időtartamra szólt?

Néhány nap.

Egy hét.

1–3 hét.

3–5 hét.

Egy hónapnál több, 3-nál kevesebb.

3–6 hónap.

6 hónapnál több.

4.5. (A-D) Kapott-e külön értesítést, tájékoztatást?

Soha.

Ritkán.

Többször.

Mindig.

4.6. (A-D) Az értesítés(ek) tartalmaztak-e indoklást?

Soha.

Ritkán.

Többször.

Mindig.

4.6B (A-D) Az indoklásokat megfelelőnek (érthetőnek, kellően részletesnek) találta-e – függetlenül attól, hogy egyetértett-e vele?

Soha.

Ritkán.

Többször.

Mindig.

4.7. (A-D) Milyen okra hivatkoztak a leggyakrabban?⁵⁷ *(Csak azoktól, akik az előzőre nem azt válaszolták, hogy „Soha”.) (Több válasz is jelölhető, de legfeljebb 3.)*

Felnőtt meztelenség, szexualitás ábrázolása.

Zaklatás, bullying.

Gyermek veszélyeztetése: meztelenség, bántalmazás, szexualitás.

Terrorista szervezet, gyűlölet-szervezet.

Gyűlöletbeszéd.

⁵⁷ A kategóriák forrása: Meta, „Community Standards Enforcement Report”.

Szerzői jog megsértése.

Reklámozásra, kereskedelemre vonatkozó szabályok megsértése.

Felhasználási feltételek, illetve közösségi szabályok konkrétan meghatározott, de a fentiekben nem szereplő megsértése.

Felhasználási feltételek, illetve közösségi szabályok konkrétan nem meghatározott megsértése.

4.8. (A-D) Mit gondol, az indoklástól függetlenül, a leggyakrabban mi volt a felfüggesztés, törlés oka? *(Több válasz is jelölhető, de legfeljebb 3.)*

Korábban kialakult konfliktus egy konkrét felhasználóval vagy az érintett oldal gazdájával.

Más felhasználók által végrehajtott, szervezett akció.

Politikai, világnézeti ok.

Mások anyagi, kereskedelmi érdekeinek sérelme.

Megsértettem a Facebook tartalmi szabályait.

Megsértettem a Facebook általános szerződési feltételeit (pl. reklámozásra, kereskedelemre vonatkozó szabályok).

Megsértettem a szerzői jogi jogszabályokat.

Megsértettem valamilyen más jogszabályt.

4.8B (A-D) Mit gondol, jellemzően más felhasználók bejelentései nyomán, vagy inkább a Facebook által alkalmazott szűrők miatt felfüggesztették fel vagy törölték?

Biztos vagyok benne, hogy a legtöbbször más felhasználók bejelentései miatt.

Azt gondolom, a legtöbbször szervezett felhasználói csoportok állnak a dolog mögött.

Azt gondolom, jellemzően a Facebook moderátorai kezdeményezik a törléseket.

Úgy vélem, a leggyakrabban emberek nem is látják a Facebooknál ezeket a tartalmakat, automatikus rendszerek végzik a tartalom felügyeletét és ezek is törölnek.

Nem igazán tudom megítélni, nincs erről véleményem.

4.9. (A-D) A legtöbb esetben mi volt a véleménye a felfüggesztésről, törlésről? *(A legjellemzőbb választ kérjük bejelölni.)*

Átgondolva a dolgot, indokoltnak találtam.

Nem különösebben foglalkoztat.

Igazságtalannak, indokolatlannak találtam.

Számítottam rá, de amíg lehetett, működtetni akartam a profilt/oldalt/csoportot.

4.10. (A+C) Előfordult-e, hogy a felfüggesztés nyomán megváltoztatta a magatartását? *(Több válasz is jelölhető.)*

Nem.

Igen, igyekszem jobban betartani a Facebook szabályait.

Igen, a korábbinál alaposabban átnéztem a Facebook szabályait, és igyekszem betartani azokat.

Igen, jobban igyekszem figyelni arra, hogy ne sértsem meg mások érzéseit.

Igen, jobban igyekszem figyelni arra, hogy ne sértsem meg mások érdekeit.

Igen, igyekszem jobban betartani a jogszabályokat.

4.11. (A-D) Kérvényezte ön, hogy változtassák meg a felfüggesztésről, törlésről szóló döntést?

Soha.

Egyes esetekben.

Minden esetben.

4.11B (A-D) Voltak-e kommunikációs nehézségei a Facebookkal való kapcsolatteremtésben, pl. mert nem tudott belépni a profiljába és ezért a Facebook felé nem tudta azonosítani magát?

Mindig vagy nagyon gyakran.

Előfordult.

Nem volt ilyen.

4.12. (A-D) Mi lett a fellebbezés eredménye?

Minden esetben visszavonták a döntést.

Egyes esetekben visszavonták a döntést.

Soha nem vonták vissza a döntést.

4.13. (A-D) Kapott külön tájékoztatást arról, hogy mi lett a fellebbezés eredménye?

Soha.

Ritkán.

Többnyire.

Mindig.

4.14. (A-D) Ha kapott ilyen tájékoztatást, abban szerepelt-e magyarázat, indoklás?

Általában igen.

Egyes esetekben igen.

4.15. (A-D) Ha kapott ilyen tájékoztatást, de a fellebbezést elutasították, kapott-e információt arról, hogy milyen további lehetőségek állnak rendelkezésére, ha vissza akarja állíttatni a profilt/oldalt/csoportot?

Általában igen.

Egyes esetekben igen.

4.16. (A-D) Ha kapott ilyen tájékoztatást, és visszaállították, elnézést kért-e öntől a Facebook a hibáért?

Általában igen.

Egyes esetekben igen.

4.17. (B) Mi lett a profil törlésének következménye?

Azóta nem használom a Facebookot.

Több profilom is volt, egy másikkal facebookozom.

Új felhasználót regisztráltam, így facebookozom.

4.18. (D) Mi lett az oldal/csoport törlésének következménye?

Más néven újraindítottam/újraindítottuk, legalább annyi most a tag, mint korábban.

Más néven újraindítottam/újraindítottuk, de kevesebb a tag, mint korábban.

Nem indult újra.

4.19. (A-D) Hogy érzi, a felfüggesztés/törlés következtében érték önt maradandó hátrányok? (Több válasz is jelölhető.)

Igen, hiányoznak a Facebook által biztosított kapcsolatok, lehetőségek.

Igen, újra kellett építenem az ismeretségeimet a Facebookon.

Igen, örökre törlődött sok tartalom, amire időt, energiát fordítottam, és szerettem volna megőrizni.

5. Blokk: bizalom és felelősség

Válaszok 4 fokú skálán: 1-teljesen v majdnem teljesen egyetért/jellemző, 2-inkább egyetért/jellemző, 3-inkább nem ért egyet/jellemző, 4-egyáltalán vagy nagyon nem ért egyet/jellemző. 5. Válaszlehetőség mindig egy „nem tudom, nem foglalkozom ezzel, nincs róla információ”.

- Gyakran előfordul, hogy kifogásolható tartalmakkal találkozom a Facebookon.
- Ha kifogásolható tartalmat látok, jelentem a Facebooknak.
- A kifogásolható tartalmak többnyire képek, videók.
- A legtöbb kifogásolható tartalom hamis híreket, információkat tartalmaz.
- A Facebookon gyakran találkozom szándékosan megtévesztő, hamis hírekkel („fake news”).
- A legtöbb kifogásolható tartalom személyes sértéseket, trágárságokat tartalmaz.
- A Facebookon gyakran találkozom személyes sértéseket megfogalmazó tartalommal.
- A Facebookon gyakran találkozom trágár tartalommal.
- Előfordul, hogy megsértek másokat a Facebookon.
- Előfordul, hogy trágár kifejezéseket használok a Facebookon.

- A Facebook tele van gyerekeket, kiskorúakat bemutató jogsértő tartalommal (pl. bántalmazás, gyermekpornográfia).
- A Facebookon találkoztam már gyerekeket, kiskorúakat bemutató jogsértő tartalommal (pl. bántalmazás, gyermekpornográfia).
- A Facebookon túl sok a politikusokhoz, pártokhoz kötődő (általuk közzétett vagy róluk szóló) tartalom.
- A Facebookon a legtöbb kifogásolható poszt és hozzászólás politikai témához kapcsolódik.
- A legtöbb kifogásolható poszt és hozzászólás társadalmi csoportokat (vallási, nemzeti, kor, nem, szexuális preferencia, futbalszurkolás stb.) érint, velük kapcsolatos negatív állításokat fogalmaz meg.
- A Facebookon sok poszt és hozzászólás buzdít erőszakra.
- Előfordul, hogy azért teszek ki egy posztot vagy hozzászólást, mert fel akarok dühíteni másokat.
- Előfordul, hogy azért teszek ki egy posztot vagy hozzászólást, mert hamis információkat akarok kijavítani.
- Előfordul, hogy azért teszek ki egy posztot vagy hozzászólást, mert rászólok valakire, aki bántó dolgokat tett közzé.
- A Facebook vállalatnak sokkal kevésbé lenne szabad beavatkozni a felhasználók dolgába (automata szűrők, moderátorok).
- Gyakran kell megvédenem a saját álláspontomat más Facebook-felhasználókkal szemben.
- A Facebooknak nagyobb erőfeszítéseket kellene tennie a kifogásolható tartalmak ellen.
- Minden profil/oldal/csoport gazdája eldöntheti, hogy ki és milyen közlésekkel jelenhet meg az általa működtetett felületen.
- Csak az egyértelműen jogszabályt sértő tartalmakat lenne szabad bárkinek letörölni a Facebookról.
- Nem helyes, ha egy kereskedelmi oldal eltávolítja a kritikus hozzászólásokat.
- Nem helyes, ha egy politikus oldaláról letiltják a vele egyet nem értő felhasználókat.
- Gyakori, hogy egyes felhasználók azért jelentenek a Facebooknál felhasználót/tartalmat, hogy indokolatlan kellemetlenséget okozzanak másnak.
- A Facebook megfelelő számú és felkészültségű magyar moderátort alkalmaz.
- A magyar hatóságoknak többet kéne tenni a Facebookon megjelenő káros, kifogásolható tartalmak ellen.
- Szigorúbb magyar törvényekkel kellene meggátolni a Facebookot abban, hogy magyar tartalmakat töröljön, magyar felhasználókat függesszen fel vagy tiltson le.
- A Facebookon a tartalmak és felhasználók törlése/felfüggesztése a leggyakrabban emberi beavatkozás nélkül, automatikusan történik.

- A Facebook összességében megfelelő eszközöket biztosít arra, hogy a saját profilomon/oldalamon/csoportomban csak a számomra elfogadható felhasználók és tartalmak jelenjenek meg.
- A politikai-közéleti tartalmak között sok olyan van, amit kamuprofilok, nem valós felhasználók tesznek közzé.
- A vásárlásról, szolgáltatásokról szóló tartalmak között sok olyan van, amit kamuprofilok, nem valós felhasználók tesznek közzé.
- Előfordult már, hogy megjelöltek (betageltek) egy képen, de eltávolítottam a jelzést.
- Úgy állítottam be a profilomat, hogy ne minden ismerősöm lásson minden általam közzétett tartalmat.
- Nem könnyű dolog kapcsolatot teremteni a Facebook illetékeseivel.
- Ha valamilyen problémája van az embernek, érdemes kapcsolatba lépni a Facebookkal.
- Alaposan átnéztem és használom a Facebook adatkezelési beállításait.
- Létezik olyan független nemzetközi testület, ami felülvizsgálhatja a Facebook tartalmakat érintő döntéseit.
- A legtöbb esetben könnyen és egyértelműen felismerhető, ha egy poszt vagy hozzászólás szándékosan megtévesztő, „fake news”.
- Fontosnak tartom, hogy a Facebookon olvasott/látott tartalmak igazságtartalmának más forrásokban utánanézzem az ember.
- Ha nem egyértelmű, hogy egy facebookos információ hiteles-e, keresek az interneten más információkat is a témában.

6. Blokk: háttér, kontextus

6.1. Használja a Facebookot? *(Ide nem értve a munkakörből adódó használatot. A kérdés és az egész kérdőív csak a Facebook és a Messenger használatára vonatkozik, tehát az Instagramra és a WhatsAppra nem.)*

Igen.

Nem.

(A továbbiak csak az előzőre „Igen”-nel válaszolóknak.)

6.2. Milyen eszközről használja a Facebookot? *(Több válasz jelölhető.)*

Mobiltelefon.

Asztali számítógép.

Tablet.

Egyéb (okostévé stb.).

6.3. Melyik eszközről használja a Facebookot a leggyakrabban?

Mobiltelefon.
Asztali számítógép.
Tablet.
Egyéb (okostévé stb.).

6.4. Milyen gyakran használja a Facebook egyes szolgáltatásait?

Lista:

- hírfolyam olvasása
- hírfolyamból linkek kattintása
- saját szöveges posztok
- saját készítésű képes posztok
- saját készítésű videós posztok
- saját élő videók
- események létrehozása
- ajánlat feltöltés csoportba, piacra
- vásárlás/cserebere piacon
- reklámok kattintása
- reakció posztokra (like stb.)
- posztok megosztása
- hozzászólás (komment) posztokhoz
- Messenger

Válaszlehetőségek mindegyik listaelemnél:

Egyáltalán nem
Havonta vagy ritkábban
Hetente, illetve havonta többször
Napi rendszerességgel
Naponta többször

6.5. Mennyire tart attól, hogy a Facebook (értve ezen a működtető céget és az ellenőrzése alatt álló automatizmusokat, moderátorokat stb.) manipulálja önt?

Komolyan tartok tőle.
Valamennyire.
Nem különösebben.
Egyáltalán nem.

6.6. Mennyire tart attól, hogy a Facebookon tartalmat közzétevő egyének, szervezetek manipulálják önt?

Komolyan tartok tőle.
Valamennyire.
Nem különösebben.
Egyáltalán nem.

6.7. Hány ismerőse van a Facebookon?

- 25 alatt.
- 25–100.
- 100–200.
- 200–500.
- 500–1000.
- 1000 fölött.

6.8. Hány ismerőse van, akivel rendszeresen (legalább havonta egyszer) üzenetet vált Messengeren?

- 1
- 2–5
- 6–10
- 10-nél több

6.9. Az alábbiak közül melyik mennyire jellemzi az ön facebookozási szokásait?

Lista:

- országos közéleti hírekről szerzek tudomást
- lakóhelyemhez kapcsolódó híreket, információkat tudok meg
- a nagyvilág eseményeiről tudok meg dolgokat
- programokról, eseményekről kapok előzetesen információt
- számomra fontos közéleti szereplők oldalát, közléseit követem
- számomra fontos kulturális szereplők oldalát, közléseit követem
- számomra fontos hírességek, médiaszereplők oldalát, közléseit követem
- professzionális hírforrás (hírportál, újság, tévé) oldalát követem
- unaloműző szórakoztató tartalmakat nézek, olvasok
- segítséget, tanácsot kérek és kapok
- életmóddal kapcsolatos oldalakat követek
- egészséggel kapcsolatos oldalakat követek
- lelki útmutatást adó oldalakat, személyiségeket követek
- vallással, hitélettel kapcsolatos oldalakat, személyiségeket követek
- a személyes profilom mellett külön oldalon is jelentetek meg tartalmakat
- csoport vagy oldal aktív tagja vagyok (tartalom készítése, moderálás stb.)
- játékokat játszom
- adásvétel, cserebere
- társkeresés
- hobbihoz, érdeklődési körömhöz kapcsolódó közösség tagja vagyok
- értelmes eszmecserét folytatok
- belefutok elfajuló vitákba

Válaszok 4 fokú skálán: 1-teljesen v majdnem teljesen egyetért/jellemző, 2-inkább egyetért/jellemző, 3-inkább nem ért egyet/jellemző, 4-egyáltalán vagy nagyon nem ért egyet/jellemző. 5-nem tudom, nem foglalkozom ezzel, nincs róla információ.