

EPISZTEMIKUS BUBORÉKBÓL A VISSZHANG- KAMRÁBA: A SZAKÉRTŐK ÉS ÁLSZAKÉRTŐK MEGKÜLÖNBÖZTETÉSÉNEK PROBLÉMÁI A DIGITÁLIS MÉDIATÉRBEN

Pintér Dániel Gergő – Laza Bálint

DOI: 10.20520/JEL-KEP.2023.1.88

Absztrakt

A tanulmány a szakértők kiválasztásának pragmatikus, hétköznapi problémáit járja körül. A szakértői álláspontok megbízhatóságának megítélését gátló tényezők mellett vizsgálja azt a társadalmi-infokommunikációs környezetet is, amelyben a laikusok szakértőket keresnek. Cikkünk kitér a *figyelemgazdaság*, *episztemikus függés*, *episztemikus buborékok*, *viSSzhangkamra*, *algoritmikus elnyomás*, *vállalati cenzúra* és *kompensációs legitimáció* jelenségeire, valamint ismerteti a *Máté-effektus* és *hiperspecializáció* következményeit. A *metaszakértelem* fogalmának tárgyalásával néhány gyakorlati tanácsot is összefoglalunk, amelyek segítségével megkülönböztethetőek a szakértők az álszakértőktől

Kulcsszavak

szakértők, álszakértők, álhír, episztemikus függés, tudománykommunikáció, digitalizáció, publikus tudományfelfogás, szakértelem

FROM EPISTEMIC BUBBLE TO ECHO CHAMBER: THE PROBLEMS OF DISTINGUISHING EXPERTS FROM FAKE EXPERTS IN THE DIGITAL MEDIA ENVIRONMENT

Dániel Gergő Pintér – Bálint Laza

Abstract

This study is examining the pragmatical problems of the recognition of experts. Besides the identification of factors that prevent the judgment of expertise, we examined the wider social-infocommunicational environment, in which laymen have to navigate while searching for experts. Our article is introducing the phenomena of *attention economy*, *epistemic dependence*, *epistemic bubbles*, *echo chambers*, *algorithmic oppression*, *corporate censorship*, *compensatory legitimation*, as well as describing the consequences of *hyperspecialization* and *Matthew-effect*. By discussing the term of *metaexpertise* we are summarizing practical advices that helps laymen to evaluate the reliability of experts, and to differentiate real experts from fake ones.

Keywords

Experts, Fake Experts, Fake News, Epistemic Dependence, Science Communication, Digitalization, Public Understanding of Science, Expertise

EPISZTEMIKUS BUBORÉKBÓL A VISSZHANGKAMRÁBA: A SZAKÉRTŐK ÉS ÁLSZAKÉRTŐK MEGKÜLÖNBÖZTETÉSÉNEK PROBLÉMÁI A DIGITÁLIS MÉDIATÉR BEN

Pintér Dániel Gergő – Laza Bálint

Bevezetés: episztemikus függés és megalapozatlan bizalom

Tanulmányunk azokat a gyakorlati, a digitális környezet sajátosságaiból és médiahasználati szokásainkból fakadó problémákat mutatja be, mellyel a laikusok küzdenek annak érdekében, hogy szakértőkhöz fordulhassanak. Mielőtt körbejárjuk a szakértőválasztást nehezítő tényezőket, fontos nyomatékosítani, hogy a köznapis emberek aszimmetrikus, függő és kiszolgáltatott viszonyban állnak a szakértőkkel szemben. Ahogy arra korábban mi is rámutattunk (Laza – Pintér 2022), ismeretelméleti alapvetés, hogy mindazt, amit tudni vélünk a világról, nem mi magunk, első kézből tapasztaltuk meg, hanem közvetve, mások tapasztalataira vagy a konvencionálisan elfogadott tudáskanonra hagyatkozva alapozzuk. A bizalmunk tehát megalapozatlan, hiszen a szakértők úgy adják át tudásukat, hogy a közvetített ismeretek érvényességének megítélése, az információk megállapításának módszertana az ő privilégiumuk marad.

A jelenséget *episztemikus függésnek* nevezi a szakirodalom. Hardwig (1985) szerint ismereteink nagy részét tekintélyekre hivatkozva, feltétel nélkül fogadjuk el. Mivel a szakértő-laikus viszonyban az alávetett fél nem rendelkezik az igazoláshoz szükséges tudásanyaggal, kísérleti körülményekkel és bizonyítási eljárásokkal, így sosem tudja megítélni annak az álláspontnak a megalapozottságát, amit közlésalapon befogadni kényszerül. A laikusok bizalma „vak” és teljes körű, hiszen kénytelenek vagy kritikátlanul elfogadni kiszolgáltatottságukat, vagy ha kritizálják is a szakértői véleményeket, kritika nélkül kell elfogadniuk a szakértők kritikáikra adott válaszait. (Kutrovátz 2019) Intellektuális szempontból tehát nem vagyunk autonómok, a tudásunk „másodkézből” való, és másodlagos a tudósközösség tudásához képest. (Hardwig 1985: 384–85) Mindez három okból problémás:

- ◆ Napjainkban a szakértőkre hivatkozás egyetemes jelenség, társas létünk része, amit bonyolít, hogy exponenciálisan nő a médiafogyasztásunk mértéke, valamint a felületek és ismeretszerzési források száma, melyek működése egyre komplexebb és nehezen érthető. Mindez abban a konvergenciában érhető tetten, amely során a távközlés, a számítástechnika és az elektronikus média hálózati információs és kommunikációs technológiákként egyesülnek (Herzog – Racskó 2018), melynek eredményeképpen már a szakértő fogalmának definiálásakor is nehézségekbe ütközünk. (Collins – Evans 2002) Egyre nehezebb megszűrni, hogy kinek fogadhatjuk el az állításait.
- ◆ A társadalom fejlesztendő médiatudatosságán az elavult oktatási modellek sem segítenek. Miközben a virtuális közösségekben élő Z generáció tagjai *digitális bennszülötteknek* tekinthetők, hiszen nem csupán életük egy szakaszában alkalmazkodtak a digitális világhoz, hanem beleszülettek egy olyan környezetbe, mely fejlett

hardveres és szoftveres megoldásokat kínál, addig a ma aktív tanárok, tudósok és szakértők *digitális bevándorlók*, akik utólag alkalmazkodtak a médiakörnyezethez, így tanulási „akcentusuk” van. (Prensky 2001) Ennek a diszkrepanciának az eredményeként a tényközpontú, frontális és tekintélyelvű oktatási rendszerek fenntarthatatlanok. (Pintér 2016) Egy olyan modell, ami a Z generáció oktatását és a szakértők felismerését szolgálja, projektalapú, a szabad időkeretben végzett fejlődést preferálja, és kreativitásra, kritikai szemléletre épít. Mivel a fiatalok agya eltérően fejlődött, mint elődeiké (Trunk 2009), a környezettel való interakció gyakorisága miatt pedig máshogy dolgozzák fel az ismereteket (Prensky 2001), így a tények átadása helyett a felfedezés öröme, progresszív tanulási környezetre és a különböző forrásokból szerzett, kontextusba ágyazott tudáselemek integrációjára van igénye. Ebből fakadóan olyan oktatásra van szükség, mely az innovációk kiaknázása mellett idő-, eszköz- és térbeli rugalmasságra épít, ezáltal pedig pozitív hatást gyakorol a szakértők és álszakértők megkülönböztetésére is. (Pintér 2016) Mindennek fontos előfeltétele az IKT-műveltség, vagyis a digitális kompetenciák és médiatudatosság fejlesztése. Ahogy Herzeg – Racskó (2018) megállapítják: „*ez egy napi szintű és folyamatos feladat, [...] melyen nem csak a megfelelő infrastruktúra megteremtését értjük. Kell hozzá az a humán erőforrás-képzés, amely a pedagógusok aktív bevonódását eredményezi az újmédia világába, ezen túlmenően pedig naprakész curriculum és tartalom is.*”

- ◆ Az oktatás elavulásával és az IKT-környezet komplexebbé válásával párhuzamosan a szakértőség jövedelmező iparaggá vált, miközben „*a politika sebessége meghaladja a tudományos konszenzusformálás sebességét*”. (Collins – Evans 2007: 2) Ez azt jelenti, hogy a tudományon kívüli területek – a gazdaság, közélet stb. – döntéshozó folyamatai gyorsabbak, mint a tudományon belüli folyamatok. Ez a „*legitimáció problémájához*” (Collins – Evans 2002: 237) vezet, vagyis azt a kérdést veti fel, hogy mi módon lehetséges a technológiai döntéshozás növekvő társadalmi bizonytalanság mellett. (Kutrovátz 2019: 7)

Mielőtt azonosítanánk a szakértelem megítélését akadályozó tényezőket, kutatásunk előzményeit, célkitűzését és módszertanát mutatjuk be.

Előzmények és célkitűzés: a tudománykommunikációs modellek szakértőképe

Tanulmányunk egy cikksorozat – és a rá épülő kvantitatív felmérés – részét képezi, mely egyetlen, átfogó kutatási programba illeszkedik. A program első lépése, vagyis e cikk előzménye teoretikusan közelítette meg az episztemikus függés jelenségét, annak tudománykommunikációs aspektusait vizsgálta szakirodalom-kutatás keretében. (Laza – Pintér 2022) Előző írásunkban bemutattuk a legelterjedtebb tudós-laikus viszonyt leíró akadémiai modelleket: a *publikus tudományfelfogás deficit- és kontextusmodelljét*, a *laikusszakértelem-modelljét*, a *társadalmirészhívés-modelljét*, valamint a *Citizen Science* koncepcióját; majd az ezen modellekkel kapcsolatos kritikákat összegeztük. Ezt követően az elméletek szakértőképének összehasonlító elemzésére vállalkoztunk, így a kommunikáció céljának és irányának; a célcsoport összetételének; a laikus-tudós viszonyának; a függés mértékének; a laikusok előzetes ismereteinek; az átadott ismeretek minőségének; a tudós hatalmi pozíciójának szempontjai alapján összesítő táblázatban értékeltük a modellek szakértőképét és egymáshoz való viszonyát. Korábbi tanulmányunknak akadt néhány korlátja is, amivel kapcsolatban ezt írtuk: „*kutatásunk ki nem mondott ígérete, hogy kézzel fogható válaszokat ad a szakértők azonosításának problémáira, azaz, megmondja, hogy pontosan hogyan különíthetők el a nem szakértőktől. A modellek bemutatása azonban deduktív logikát követ, és arra a kérdésre ad választ, hogy hogyan nem különíthetők*

el egymástól a szakértők és álszakértők. Ez a probléma egyben a további kutatási irányokat is kijelöli: [...] a jövőben elengedhetetlen nagyobb hangsúlyt fektetni a pragmatikus aspektusokra és azonosítani egyrészt a médiahasználati szokások és kommunikációtechnológia megváltozásának tudománykommunikációs folyamatokra gyakorolt hatásait, másrészt a szakértelem megítélését gátló tényezőket, ily módon pedig összegezni mindazokat a módszereket, amelyekkel fejleszthető a laikusok kritikai gondolkodása és a szakértők felismerésének metaszakértelme.” (Laza – Pintér 2022: 24)

Jelen írásunk az idézett kutatási irányt követi, korábbi cikkünkkel párban pedig komprehenzív, elméleti és gyakorlati összefoglalásnak szánjuk, mely azokra a kérdésekre keresi a választ, hogy a hétköznapi embereknek van-e érdemi lehetőségük a szakértői vélemények értékelésére; a szakértői álláspontok megbízhatóságának megítélését pedig milyen tényezők korlátozzák. Tanulmányunk kitér a *figyelemgazdaság* (attention economy), *episztemikus függés* (epistemic dependence), *episztemikus buborékok* (epistemic bubble), *visszhangkamrák* (echo chamber), *algoritmikus elnyomás* (algorithmic oppression), *vállalati cenzúra* (corporate censorship) és *kompensációs legitímáció* (compensatory legitimation) jelenségeire, valamint ismerteti a *Máté-effektus* (Matthew-effect) és *hiperspecializáció* (hyperspecialization) következményeit. Ezt követően a *metaszakértelem* (metaexpertise) fogalmának tárgyalásával gyakorlati tanácsokat foglalunk össze, amelyek segítségével megkülönböztethetőek a szakértők az álszakértőktől. Végezetül megágyazunk kutatási programunk következő elemeinek, melyek kvantitatív és kvalitatív módszerek segítségével a bemutatott fogalmak szofisztikálását és validálását célozzak annak a vizsgálatával, hogy milyen szempontok szerint szerepeltetnek szakértőket a hazai újságírók, illetve gyakorlati rutinjuk során milyen mértékben és hogyan találkoznak e jelenségekkel. Bízunk benne, hogy cikksorozatuk ily módon teljesíti azt a teoretikus-pragmatikus és kontextuális teljességet, amit a szakértő kutatások komplex, számos társadalomtudományi diszciplínában gyökerező területe megkíván. Kutatási programunk egyszerre támogatja a laikusokat az általuk használt platformok működésének megértésében és a hasznos tartalmak kiválasztásában; miközben a szakma, vagyis az információs társadalmat működtető médiamunkások; valamint az akadémiai közeg, vagyis a szakértő kutatásokban érdekelt társadalomkutatók számára is problémákat identifikál.

Módszertan és témaválasztás indoklása

A bemutatásra kerülő fogalmak kiválasztása elsősorban szubjektívnek tűnhet, mely csupán részben igaz. Tény, hogy a szerzők újságírói múlttal rendelkező kommunikációs vezetők, akik több K+F+I intézmény PR-tevékenységéért felelősek, így szelekciójukat meghatározták szakmai tapasztalataik. Mindezt igyekeztünk ellensúlyozni a vizsgált jelenségek univerzalitásának, hétköznapiságának, gyakorlati jellegének és tömegeket érintő vonatkozásainak biztosításával. Cikkünk relevanciáját az is alátámasztja, hogy a tárgyalt fogalmak egyrészt évtizedek óta fennálló (pl. régebben a televíziós szerkesztő döntötte el, hogy mit fogyasztanak az emberek, ma pedig a közösségi média algoritmus), az átlagfelhasználókat korlátozó, ismeretfogyasztásuk szempontjából pedig vélhetően a jövőben is meghatározó tendenciák; másrészt népszerű kutatási témák, melyek a társadalomtudományok homlokterében állnak. Témaválasztásunk aktualitását adja az is, hogy míg a laikusoknak korábban csak eseti jelleggel volt szükségük szakértői tudásra, mára a szakértőség globális és profitábilis iparágga vált (Albæk 2011), így intenzív tendencia irányul az etikátlan gyakorlatok megszüntetésére. A jelenségek feldolgozásához fontos szempontokat biztosítottak a BCE Kommunikáció és Szociológia Intézete és a TudCom kutatócsoport által megszervezett „*Tudománykommunikáció 2.0*”; a BME GTK Szociológia és Kommunikáció Tanszék és az ELTE BTK Média és Kommunikáció Tanszék által megszervezett „*Tudástermelők, kapuőrök és véleményvezérek: szakértelem a digitális nyilvánosságban*”; valamint a Magyar Kommunikációtudományi Társaság által megszervezett „*A megtévesztések*

kora: a tartalomelőállítók felelőssége és a felhasználók felkészültsége” konferenciákon elhangzott előadásinkra érkezett észrevételek.

Módszertanunkat négy lépcsőben, szisztematikus szakirodalomkutatással támogattuk meg és retrospektív információkeresést valósítottunk meg. (Voit 2004)

1. A szakértelem megítélését és a szakértők felismerését akadályozó tényezőkkel kapcsolatos vizsgálódásainkat a *szakirodalmi lánc*, vagyis az ún. *hólabdamódszer* szerint végeztük, vagyis a témában született főbb írások bibliográfiai apparátusát vettük kiindulási pontnak. (Majoros 1997)
2. Ezt követően minden irodalomjegyzékből kiválasztottuk a releváns cikkeket, majd azok hivatkozásait is áttekintettük.
3. Az így megkapott szövegtömböt médiahasználati, kommunikációtechnológiai és tömegkommunikációs aspektusokból szűrtük és szintetizáltuk, különös figyelmet fordítva arra, hogy teljeskörűen mutassuk be azt a társadalmi-információs környezetet, amelyben szakértőket keresünk; illetve, hogy feltárjuk a hétköznapi emberek ismeretbefogadását gátló tényezők rendszerszintű összefüggéseit.
4. Annak érdekében, hogy a célkitűzésünk szempontjából fontos fogalmakat megfelelően ismertethessük, az egyes szerzők bibliográfiájának esetlegességei miatt pedig egyetlen fontos mű se maradjon ki az elemzendő korpuszból, módszerünket online kulcsszavas kereséssel is megtámogattuk. Az irreleváns tartalmakat az „*attention economy*”, „*epistemic dependence*”, „*epistemic oppression*”, „*epistemic bubble*”, „*echo chamber*”, „*hyperspecialization*”, „*meta-expertise*”, „*corporate censorship*”, „*ad tech*”, „*fake news*”, „*algorithmic oppression*”, „*compensatory legitimation*” keresőkifejezésekre szűkítettük a *Google Scholar* használatával. Jórészt angol kutatási eredményekre támaszkodtunk annak érdekében, hogy a hazai olvasók számára közelebb hozzassuk a nemzetközi diskurzust. A szelekció és feldolgozás során törekedtünk a teljeskörűsége, illetve a visszamenőleges és kurrens információkeresés együttes alkalmazására.

Mivel nem célunk a különböző, nem – vagy nem teljesen – valós információk rendszerezése, tanulmányunkban szinonimaként használjuk az *álhír* (fake news), *dezinformáció* (disinformation), *félrevezető információ* (misinformation) kifejezéseket, melyekkel egyetlen jelenségre akarunk utalni: a szakértők által nem ellenőrzött, nem jóváhagyott információkra. Fontos megjegyezni, hogy e fogalmak használatában a szakirodalom sem egységes, ráadásul a publikációk időbeli eltérései mellett az újabban felmerülő filozófiai, politikai, technológiai kérdések is nehezítik a terminológia kialakítását (Mourão – Robertson 2019), ugyanakkor egységes, multidiszciplináris framework kialakítása folyamatban van. (Wardle – Derakhshan 2017)

A szakértők és álszakértők megkülönböztetésének akadályai

A tartalom-előállítás és -befogadás demokratizálódásának következtében a szakértők értékelését, az információk hitelességének megállapítását számos gyakorlati, főként a médiából fakadó tényező akadályozza. Az alábbi tényezőket a szakirodalom *késő modern mediakörnyezet* néven emlegeti; ám ez a fogalom csupán átfogó megközelítésnek tekinthető, és csak részben fedli le a felsorolt jelenségeket. Mivel a mediakörnyezet állandóan, minden korábbinál gyorsabban változik, a fogalmakat alkotók pedig saját szakterületük keretein belül vizsgálódnak, ez a problémakör multidiszciplináris megközelítést igényel, melyet jól szemléltet, hogy a következőkben a pszichológia, a szociológia, a marketing, a kommunikációtudomány és a politológia területéről is vizsgálunk tanulmányokat.

Figyelemgazdaság – kritikai szűrő nélkül

Bár a fogalom első használata (Simon 1969) évtizedekre nyúlik vissza, ma már alapvetés, hogy figyelemgazdaságban (Davenport – Beck 2001) élünk. Mivel a kapitalizmus és a technológiai fejlődés a reklámalapú üzleti modelleket eredményezi a közvetlenül a fogyasztóknak értékesítő (business-to-consumer) iparágakban, így állandóan, mindenki az érdeklődésünkre vadászik. Az emberi figyelem azonban véges erőforrás, így ez problémákat okoz. A figyelemvadászat olyan iparágakban is megjelent, ahol eredetileg más üzleti modellek uralkodtak: napjainkban reklámokat jelenít meg az okostévé menüje is (Varmarken és mtsai. 2020), reklámokat hallunk on-demand zenehallgatás közben (Vonderau 2019), reklámokat láthatunk a mobil- és videojátékokban is (Vashisht és mtsai. 2019), de amikor nem látunk reklámokat, akkor is a figyelmünkre és adatainkra vadásznak multicégek, hogy ezeket eladják reklámértékesítési céllal. (Kshetri – Voas 2019)

Nemcsak a *digitális hirdetéstechnológia* (adtech) iparága, hanem a gazdaság jelentős része – a sajtó és a szórakoztatóipar is – az emberi figyelem kitermelésével foglalkozik, vagyis a közönség nemcsak fogyasztja a tartalmakat, hanem idejével és figyelmével fizet is érte. (Simon 1969) Mivel a közösségi oldalak üzleti modellje reklámértékesítés-alapú, az algoritmusokat arra finomítják, hogy a látogatók a legtöbb időt töltsék az oldalon, a legtöbbet kattintsanak. (Bucher 2012)

A modell egyik mellékhatása, hogy bizonyos tartalomtípusok, amelyek a digitalizáció előtt nem terjedtek ilyen jól, most előnyhöz jutnak (Vosoughi és mtsai. 2018): ilyen az információ nélküli vagy hibás információkat tartalmazó tartalom is, mely az üzleti célt azonban eléri. Ennek következményeként folyamatosan, mindenféle kontenttel találkozunk, bármiféle minőségi kritérium és szűrő nélkül – legalábbis a nem minőségi tartalmak nehezen megkülönböztethetők azoktól, amelyeket kompetens szakértők állítanak elő, az átadott információk pedig igazak. Bár a rendelkezésre álló publikációk alapján az emberek nagyobb része képes szűrni a hamis információkat, ez nem mindenkire igaz, ráadásul, a hamis információk és tények keveredésének következtében a valóságot is gyakran azonosítják álhírként az olvasók. (Mladenova – Valova 2022) Ennek egyik magyarázata, hogy a rengeteg tartalom miatt akkor is túl sok intellektuális energia a valótlán információk kiszűrése, ha egyébként képesek lennénk rá. (Pennycook – Rand 2019) Annak pedig, hogy a felhasználók nem képesek megkülönböztetni a szakértők által előállított tartalmakat az álhírektől, valós következményei vannak: egyértelmű összefüggés van például az álhírek felismerésének képessége és a COVID-19 elleni vakcinák alkalmazásával kapcsolatos hajlandóság között. (Montagni és mtsai. 2021) Természetesen nem csak világjárványok esetén probléma az álhírek terjedése: a 2010-es chilei földrengéskor növelte a pánikot az álhírek áradata. (Castillo és mtsai. 2011) A hamis információk képesek lerombolni a médiába, hatóságokba, kormányokba¹ (Ognyanova és mtsai. 2020) és szakértőkbe (National Academies of Sciences 2015) vetett bizalmat.

A jelenség azért is figyelemre méltó, mert a kommunikációtechnológiai változások növelték az álhírek volumenét, terjedési sebességét és hatását, ugyanakkor az eddigi kutatások és a platformok által alkalmazott megoldások megfigyelése alapján csupán a technológia alkalmazása nem elégséges a hatékony küzdelemhez (Shu és mtsai. 2017), mindenképpen multidiszciplináris, az oktatást, médiatudatosságot, kritikus gondolkodást integráló megközelítésére van szükség.

¹ Fontos megjegyezni, hogy a hatás, amelllett, hogy létezik, többtényezős. Az USA-ban az álhíreknek kitétség csökkentette a médiába vetett bizalmat, de növelte a kongresszusba és igazságszolgáltatásba vetett hitet. Az álhírek fogyasztása alacsonyabb politikai bizalomhoz vezetett a liberális személyek között, míg a mérsékeltek és konzervatívok között növelte a politika iránti bizalmat. (Ognyanova és mtsai. 2020)

Kevés az idő a feldolgozásra

A hamis információk terjedési sebessége óriási, volumene pedig nőtt az elmúlt évtizedekben; de minden más, nem kifejezetten káros, csak nem hasznos információból is egyre több ér minket, ami *információs túlterheltséghez* vezet. Ez annak ellenére így van, hogy a túl sok információról szóló panaszok egyidősek az információrögzítéssel. (Bawden – Robinson 2020) Ugyanakkor elvitathatatlan, hogy a *hálózatosság* (network society) miatt a figyelemgazdaságban minden korábbinál jobban függünk a helyes információktól, ráadásul azokat olyan formátumokban fogyasztjuk, ahogy eddig nem. (Bawden – Robinson 2020) Ebből fakadóan érdemes foglalkozni a feldolgozásra fordított idővel, mint a tények befogadását nagyban – de nem egyedülként – befolyásoló tényezővel. Egyre kevesebb időt töltünk tények feldolgozásával, hiszen a hasznos tartalmak ugyanolyan súllyal kerülnek elénk, és egymással versenyeznek, mint a szórakozásra szánt tartalmak. Így ahhoz, hogy valaki minőségi információkhoz jusson, szakértővé kell válnia a szűrésben. A Netflix kutatása jól mutatja, milyen nagyságrendekről van szó: a fogyasztók 90 másodperc alatt döntenek el, hogy megnéznék-e valamit a platformon, ebből 1,8 másodpercet szánnak az egyes tartalmakra – és azok miniatűr képeire –, ha pedig nem találnak semmi megfelelőt, tovább lépnek a felületről. (Nelson 2016)

Amennyiben a döntéshozatal és sebesség összefüggését vizsgáljuk, egyes eredmények szerint időnyomás alatt javul az információfeldolgozás hatékonysága (Edland 1994), mások viszont ennek az ellenkezőjére jutottak, vagyis időkényszer hatására romlik a teljesítmény. (Payne és mtsai. 1996) Csoportszinten vizsgálva is megtaláljuk az időnyomásra jobban teljesítő csoportokról szóló tanulmányokat (Gersick 1989), ahogy az ennek ellentmondó eredményeket is. (Waller és mtsai. 2002) Valós üzleti környezetben született döntéseket vizsgálva egyértelmű, hogy ahol nem szánnak elég időt a döntésre, ott rossz végeredmény született (Perlow és mtsai. 2002), és bár a szervezeti döntések sokszor egyéniak összességét jelentik, messzemenő következtetéseket ebből nem lehet levonni az egyéni döntések gyorsaságából eredő következményekre, ugyanakkor hasonló mintázatot fedezhetünk fel.

Ezt támasztja alá az is, hogy azok az iparágak, amelyek a figyelem kitermeléséből élnek, rendszeresen foglalkoznak azzal, hogy az egyes platformokon melyek a leghatékonyabb tartalomtípusok (Fairfax 2022), milyen hosszú a legjobban olvasott tartalom, legnézettebb videó. Általános kijelentés erre vonatkozóan nem tehető, mert az egyes attribútumok sikerességét befolyásolják az állandóan változó algoritmusok, az ennek következtében megváltozó médiafogyasztási szokások és azok visszahatása a platformokra. Mindemellett a tartalmakkal kapcsolatos döntést az időn és a platformok sajátosságain kívül is számos szociális, pszichológiai és csoportdinamikai tényező befolyásolja, melyek jelentőségét a késő modern médiakörnyezet csak tovább erősítette, ez pedig elkerülő stratégiákhoz – például a választás elkerüléséhez vagy túlegyszerűsített választáshoz – vezet. (Broniarczyk – Griffin 2014) Az általunk vizsgált témában ez a szakértők felületes kiválasztását, a nem szakértőkkel kapcsolatos különbségtétel elhanyagolását okozhatja.

Alacsony belépési költség

Az olyan pszichológiai elemzések, amelyek szerint Donald Trumpot a Cambridge Analytica (CA) marketingcég adatgyűjtése, profilozása és célzott közösségimédia-üzenetei juttatták hatalomra, túlzónak, a médianarratívába illeszkedőnek, az interdiszciplinális tudást nem figyelembe vevő kutatási eredménynek tekinthetők. (Venturini – Rogers 2019) Ettől függetlenül a jelenség azt valóban megmutatja, hogy a megváltozott kommunikációs környezet pillanatok alatt

tömegek elérését teszi lehetővé. Ez fontos tényező, hiszen a CA által begyűjtött adatok célzott

hirdetések mellett direktmarketinges megkeresésekre is alkalmasak, hiszen konkrét elérhetőségeket tartalmaztak.

Ma alacsony a belépési költsége az információközlésnek, bárki az adott felületnek megfelelő tartalmakkal – ami nem egyenlő igaz vagy érdemi információkkal – pillanatok alatt milliókhoz érhet el. (Venturini – Rogers 2019) Nem ennyire alacsony ugyanakkor az előállítási költsége az igazolható tényeket tartalmazó közlésnek, például az újságoknak. Bár előtérbe került az online újságírás, a nyomtatott lapok pedig visszaszorultak, nyomdaköltséggel tehát sokszor már nem kell számolni, ugyanakkor a tartalomelőállítás digitálisan is drága, az újságírás pedig nem találja azt az üzleti modellt, amely a késő modern médiakörnyezetben is fenntartható. A működési modellek a nonprofittól a fizetős falon át a prémium tartalmakig terjednek, vagy éppen a nyomtatott lapok előfizetési modelljét mímelik. (Picard 2016) Ezek a modellek nem stabilak, csupán az adott ország méretéhez képest kevés, illetve kis szerkesztőségek eltartását teszik lehetővé. Piacmérettől függetlenül az újságok világszerte válságban vannak, ahol nem a politikai nyomás (Urban 2021) vagy a gazdasági problémák jelentik a problémát, ott a konglomerátumok – például a Sinclair USA-t érintő terjeszkedése, majd homogén narratívaalkotása (Blankenship – Vargo 2021) – vagy éppen milliárdosok felvásárlásai (Weitz és mtsai. 2019) okoznak nehézségeket.

Összegezve: bár alacsony a belépési költség, de így sem kifizetődő valódi médiumot fenntartani. Az újságírók a figyelmünkért nemcsak más médiumokkal versenyeznek, hanem mindenféle tartalommal, a szórakoztatón át egyenesen az álhírekig, így ahhoz, hogy valaki minőségi információkhoz jusson, szakértővé kell válnia az információk szűrésében is.

Véleménybuborékok és vállalati cenzúra

Halford és kollégái (2005) kimutatták, hogy ha szeretnénk szűrni a rengeteg tartalom közül, akkor sem tudunk: négy változó nyomonkövetése már meghaladja a képességeinket. Ezért a közösségi oldalak a profit érdekében kiszervezték a szűrést: zárt kódú, azaz a felhasználók és kutatók számára átláthatatlanul működő algoritmusok kapják meg a feladatot, hogy eldöntsék helyettünk, milyen tartalmak kerüljenek elénk, azaz algoritmikus, személyre szabott szűrés történik. (Watson – Scalabrino 2015)

A kiszervezésnek három következménye van: egyrésztől mivel a felületek működési elve azon alapul, hogy személyre szabott tartalmakat biztosít az adataink, keresési előzmények alapján, így az internet a hasonló embereket köti össze. Ennek eredményeképpen *információs zárt-ságot* tapasztalunk, hiszen a miénktől eltérő vélemények ritkán kerülnek a látómezőnkbe. Az algoritmusok miatt olyan információkkal találkozunk, mint amilyenekkel kapcsolatban korábban már jeleztük: ez nekünk tetszik, számunkra keresett; tehát nemcsak figyelemgazdaságban, de *véleménybuborékokban* (filter bubble) is élünk. (Pariser 2011) Ennek mértéke vitatott, de az látszik, hogy a szűrésnek vannak áldozatai: ha például az Ice Bucket Challenge mindent elborít, azzal egy időben egy osztársadalmi szinten, lokálisan sokkal meghatározóbb tüntetés már nem fér a falunkra – pedig nem mi döntöttünk így. (Tufekci 2015)

A másik következmény, hogy mivel nem tudható, hogy az algoritmusok szűrői hogyan működnek, azt sem tudjuk, mi az, amiben torzítanak, mi az, ami nem kerül elénk, pedig kellene, és mi az, amit, ha mi magunk szűrnénk, kiszűrnénk. Ez sokszor az algoritmus készítőinek elvei és érdekei szerint preferál egyes tartalmakat, míg másokat elnyom (*algorithmic oppression*).²

² Ez nem csak a médiafogyasztást befolyásolja, hiszen életünk nagy részét bizzuk gépi tanulásra épülő algoritmusokra, melyek a betáplált adatok és feldolgozóik miatt torzítanak. (Alkhatib 2021) Ezzel a jelenséggel szembesülünk az orvoslásban (Obermeyer és mtsai. 2019), a rendészetben (Lum – Isaac

Mivel a médiumok jelentős része a magánszektor kezében van, a felhasználói tartalmak továbbítása pedig világszinten a Google és a Facebook oligopóliuma, a kiszervezett szűrés miatt ezek a *vállalatok cenzúráját* (corporate censorship) gyakorolnak: ők döntenek el – lavírozva a különböző országok jogrendjei, a társadalmi konszenzusok, illetve a felhasználók értékes figyelme között –, hogy mi az, ami megjelenhet, és mi az, ami nem. (Croteau – Hoynes 2006) Emiatt előfordulhat, hogy társadalmilag hasznos, az egyén tájékozódása szempontjából fontos információkhoz nem jutunk hozzá. Elég például a szüléssel kapcsolatos információkra gondolni, amiket a cégek tévesen erőszaknak vagy meztelenségnek ítélnék, vagy arra, amikor a Facebook eltávolította a szíriai kínzásokról beszámoló bejegyzéseket. (Halliday 2012)

Visszhangkamrákban élünk

Érdeemes Pariser véleménybuborék fogalmát továbbárnálni. Két hasonlóan tűnő, de eltérő jelenséget mos egybe, fogalma ugyanis közelebb van ahhoz, amit *ismeretbuboréknak* (epistemic bubble) hív a szakirodalom. (Woods 2005, Nguyen 2018a) Az ismeretbuborék lényege, hogy nem jutunk minőségi információhoz, nincs elegendő ismeretünk, de a lényeges információforrások sokszor csak mulasztásból maradnak ki; vagy direkt módon, mert kényelmetlen az ellentétes információ; vagy indirekt módon, amikor nem találkozunk ellentétes véleményekkel. Ezeket az ismeretbuborékainkat a digitalizáció felerősítette. Egyrésztől online hálózatainkat szociális okokból építjük, majd információszerzésre használjuk, ami erősíti ezt a hatást – a Facebook-folyamban a barátaink, kollégáink és olyanok vannak, akikkel hasonlóak a nézeteink (An és mtsai. 2013) –, másrésztől az algoritmusok is ebbe az irányba hatnak.

Van azonban még egy jelenség, ami eltér az episztemikus buboréktól: a *visszhangkamra* (echo chamber), ami egy szektához hasonlítható, itt ugyanis már megjelennek ellentétes vélemények, de ezekkel szemben bizalmatlanok vagyunk. A visszhangkamrák szisztematikusan elidegenítik tagjaikat minden külső forrástól: a kívülállók nemcsak tévednek, hanem rosszindulatúak, manipulatívok és azon dolgoznak, hogy tönkretegyék a kamra tagjait. (Nguyen 2018a) A végeredmény: ellentétes erők, mindent-vagy-semmit háború jó és gonosz között. A visszhangkamrában nem a kitettség a lényeg, hanem hogy a tagok kit fogadnak el autoritásnak és megbízható forrásnak. (Nguyen 2018a) Hallják, de elutasítják a kívülállók hangját. A világnézetük képes túlélni az ellentétes véleményeknek való kitettséget, amely akár erősítheti is eddigi véleményüket (Begby 2021), és növelheti a visszhangkamra tagjainak bizalmát saját, belső forrásaikban, és kötődésüket világnézetükhöz. (Nguyen 2018a) Mindez a szakértőkre vonatkoztatva is megjelenik (Nguyen 2018b): azok, akik megismerik és elutasítják az igénybe venni kívánt szakértők politikai nézeteit, a szakértelmükben sem bíznak. Ez megfigyelhető a COVID-19 elleni vakcinákkal kapcsolatban is: az átpolitizált járványban bal- és jobboldali véleménybuborékok is megjelentek (Jiang és mtsai. 2021), ráadásul a visszhangkamrák alapján az is kimutatható volt, hogy kik hezitálnak a beadásukkal kapcsolatban. (Jennings és mtsai. 2021)

Maté-effektus a médiában

Nem kell ahhoz az algoritmusokat vizsgálnunk, hogy szisztematikusan torzítást találjunk a késő modern médiakörnyezetben. A médiának szüksége van szakértőkre, gyakran szólaltatja meg őket. (Kristensen 2004) A szerkesztők szeretnék bemutatni egy témát, de nem akarják saját maguk elmondani a véleményüket, ezért külső szakemberekhez fordulnak (*compensatory legitimation*), hiszen ahogy saját maguk, úgy a politikusok sem elég megbízhatóak önmagukban a megfelelő információközléshez. (Weiler 1983) A korábbi autoriter személyek helyére egy-egy

2016), szociális politikáknál (Eubanks 2017) és álláskeresőknél is (Raghavan és mtsai. 2020) – általában anélkül, hogy tudnánk róla.

anyaghoz egyre több külső forrást használnak. (Pedersen – Holst 2000) Ezt támasztja alá, hogy a megkeresés az esetek többségében a média irányából érkezik a szakértőkhöz, nem fordítva. (Albæk 2011)

A szakértőkben bővelkedő újságcikkek mellett az is megfigyelhető, hogy – a technológiai és formátumbeli korlátok miatt – több szakértő eltérő véleményének bemutatása nem fér bele a műsoridőbe, vagy nem képes megvalósítani a hírtartalmaktól elvárt dramaturgiai elemeket. (Robinson – Sheehan 1983) Bár rengeteg műsorba hívnak olyan szócsöveket, akiket szakértőnek neveznek, a szerkesztők válogatása gyakran felületes: vagy az adott embert dobta ki a Google elsőnek – miközben a keresési találatok manipulálhatók (Bar-Ilan 2007) –, vagy azért hívták be, mert korábban már mások is behívták másik műsorba. Utóbbi könnyedén eredményezhet Máté-hatást, vagyis azt, hogy aki egyszer bekerül a körforgásba, egyre többet fog szakértőként szerepelni, anélkül, hogy bárki ellenőrizte volna tudását, végzettségét, mondanivalóját. (Albæk 2011)³

A Máté-hatást eredetileg a tudósok között figyelték meg: Merton (1943) a tudomány társadalmi szerkezetét vizsgálata, és a jutalmazórendszere és a tudósok közötti prioritási viták alapján azt találta, hogy a híres tudósok aránytalan bizalmat kapnak a hozzájárulásukért, míg a kevésbé ismertek kevesebbet kapnak, mint amennyit érdemelnének. Pontosan ez a jelenség figyelhető meg a média által újra és újra megszólított szakértők esetében is: akik már átugrottak egy adott ismertségi küszöböt, aránytalanul nagy felületet kapnak, és témákon át is foglalkoztatják őket. Ahogy Merton is rámutat, néhány híres tudós kapja meg az elismerések, munkák és források nagy részét, mely igaz az újságírói munkavégzésre is: bár kifejezetten az objektivitás biztosítása érdekében fordulnak a szerkesztők szakértőkhöz, viszont a szakértő kiválasztását gyakorlati és kényelmi tényezők befolyásolják, így a végeredmény sokszor ellentétes és veszít objektivitásából.

Könnyű szakértőnek látszani

A szakértőválasztás szempontjainak első, „naiv” szintje az, amikor a laikusok megjegyzenek olyan jellemzőket, amik alapján korábban fel lehetett ismerni őket: „dr.” van a nevük előtt, felsőoktatási képzést végeztek, fehér köpenyben járnak, idősebbek, újságokban szerepelnek, fonendoszkóp lóg a nyakukban, stb. A probléma az, hogy ennyi ma már nem elég: mások is rájöttek ugyanis, hogy nemcsak energiát spórolunk, de hasraütés-szerűen tippelünk, amikor a szakértőinket külső jegyek alapján azonosítjuk, cserébe viszont sokat adunk a véleményükre. (Pintér – Laza 2019) A 2020-as években már mindenki szakértő, aki annak mondja magát: nem tesz ugyan eleget a törvényi rendeletekben meghatározott elvárásoknak, a neve nem szerepel a szakértői névjegyzékekben, viszont külsőségeiben sikeresen másolja a tudományos hozzáértést. Mivel a szolgáltatásokat könnyebb értékesíteni, ha egy szakértő ajánlja, ezért szakértői márkát építeni üzleti előnyt, több bevételt, (látszat)hitelességet jelent akkor is, ha nincs mögötte valódi tartalom. Abban az esetben pedig, ha valaki nem talál szakértőt, aki ajánlaná a termékét, vesz

³ Albæk szerint az újságírók addig keresnek szakértőket, amíg azok meg nem erősítik a meglévő véleményüket. Szerinte az újságírók több esetben 2-3, a cikkben végül nem szereplő szakértőt is felkeresnek. Magyarországi tapasztalataink alapján ennek sokkal inkább az az oka, hogy az újságírónak csak háttérinformációkra volt szüksége, vagy már a helyes kérdések feltevéséhez is információkat gyűjtött a fő forrás használatához; de ami ennél még valószínűbb, hogy sokan egyszerűen nem akartak nyilatkozni, vagy az adott téma nem illett a szakterületükbe. Ráadásul, tanulmánya korábbi szekciójában Albæk is említi, hogy a szakértőket egyre gyakrabban keresik meg napi hírek kommentálására, nem pedig a tudományos munkájukhoz kapcsolódóan. Mivel az ilyen szerepvállalás sok tudós szerint rontja a megítélésüket, gyakran nemet mondanak ezen szereplésekre, akkor is, ha megfelelő szakértelemmel rendelkeznek. Ez szintén az álszakértőknek kedvez.

magának egyet: gondoljunk csak a fogkrémreklámokra, ahol a fehér köpenyes férfi mosolyt villant a képernyőn, majd bemondja, hogy tíz fogorvosból kilenc az adott brandet ajánlja. Szerencsére mostanában valódi orvosokkal is készítenek hasonló hirdetéseket, kérdés persze, hogy ha fizettek nekik a reklámozásért, valójában mennyire megbízható a véleményük. (Pintér – Laza 2019)

Amíg korábban a szerkesztők hibájára volt szükség ahhoz, hogy valakiből érdemtelenül szakértő váljon, mára elég, ha valaki ügyes, és van pénze saját maga reklámozására. A webkettő megjelenése kitágította a lehetőségeket: minden korábbinál olcsóbban hirdethetjük saját tudásunkat, a Google-keresésekben is könnyű előre kerülni. (Nadia és mtsai. 2018) Készíthetünk weblapot, ahol szakértőnek tüntetjük fel magunkat, közösségi oldalt, ahova lájkolókat vásárolunk, és írhatunk (ál)szakértői – gyakran szponzorált – tartalmakat, amiket aztán terjesztünk. Pont úgy, ahogy azt az igazi szakértők teszik – vagy tehetnék. A teljes médiakörnyezet abba az irányba hat, hogy az álszakértők egyre könnyebben nyilvánuljanak meg szakértőként: nemcsak azért, mert aki egyszer bekerül a nyilatkozók közé a fősodratú médiában, annak bérelt helye van, hanem azért is, mert mára az álhíroldalak is úgy néznek ki, mint a valódiak. (Allcott – Gentzkow 2017) Az információk sokaságával bombázott, ezért felületes laikusoknál ez már könnyen félrevezető.

Eközben a valódi szakértőket lefoglalja a munkája, vagy egyszerűen még nem ismerték fel az énmárkázás fontosságát, ezért nincs közérthető weblapjuk, nem használják a közösségi médiát (McClain – Neeley 2015), nem gyűjtik a médiamegjelenéseiket. Nem hagyható figyelmen kívül az sem, hogy sok tudós azért nem nyúl a Facebook-hoz, nehogy pályatársai ellenérzését váltsa ki. (Hall 2014) Emiatt előfordul, hogy az álszakértők kommunikációs szempontból profibbnak néznek ki, mint azok, akik valóban értenek egy-egy területhez. A közösségi médiában a tudományosan megalapozott információk lassabban terjednek, mint a könnyebb, gyorsabb, egyszerűbb megoldást kínáló, sokszor – legalább formailag – megalapozottnak tűnő hamis információk: a Zika-vírusról szóló hírek elemzése is ezt támasztja alá. (Sharma és mtsai. 2017)

Bár ebben az alfejezetben negatív színben jelennek meg a szakértők, a gyakorlatban nagyon nehezen veszik fel a harcot az álhírekkel szemben: míg a hamis információkat tartalmazó oldalak és profilok gyorsan és automatikusan elkészíthetőek, sokszorosíthatóak, addig a valódi információknak mind az előállítás, mint az ellenőrzése, mind a terjesztése költséges és időigényes. Fontos kiemelni, hogy ez nem jelenti azt, hogy a tudósok, szakértők közössége ne venné fel a harcot a hamis információk ellen: vannak példák összefogással megvalósított, nagy elérésű, ellenőrzött információt közlő weboldalakra is. (Verduci és mtsai. 2021)

Konklúziók: hiperspecializáció és metaszakértelem

Az eddig tárgyalt jelenségek ellenére nem maradunk támpont nélkül, amikor az egyes – akár ellentmondó – szakértői álláspontok megbízhatóságát próbáljuk megítélni. Bár a laikusok módszereiket nem publikálják, ők is rendelkeznek gyakorlatokkal a szakértők kiválasztására és álszakértőktől való elkülönítésére. Mielőtt ezeket a gyakorlatokat bemutatjuk és összevetjük a tudományfilozófia és -szociológia képviselőinek javaslataival, elengedhetetlen ismertetni a *hiperspecializáció* fogalmát. A kifejezés szerint a tudomány mára erősen differenciálódott, a laikusoknak pedig egyre több területen van szüksége gyakorlati, interdiszciplináris tudásra. Az episztemikus függést fokozza, hogy az emberiség tudása rengeteg, specializált területre szakadt, az egyes szakterületek folyamatosan szegmentálódnak és építenek is egymásra, így a szakértői lánc a végletekig bonyolódik. (Kutrovác 2019) Ráadásul az egyre komplexebb világban egyre kevesebb dologhoz értünk saját magunktól, így egyre több külső szakértőre van szükségünk, melyek hitelesítése viszont egyre nagyobb energiát igényel. (Millgram 2015)

Mivel a tudományos tudástermelés közvetett hitelesítéssel működik, így a bizalom kérdése és a hiperspecializáció összekapcsolódik: a bizalom hiánya például a szakértelem megkérdőjelezéséhez vezet. (Jennings és mtsai. 2021) Millgram megoldási javaslata erre, hogy minél több területen kell képezni az embereket. (Millgram 2015) Ez Nguyen (2018b) kritikája szerint csak egy szűk, gazdagabb társadalmi rétegnek oldja meg a problémát, miközben az mindenhol jelentkezik, így képesítéstől függetlenül mindenki kénytelen kialakítani gyakorlatokat a szakértők értékelésére. Mivel laikusként bármiféle szakértelem igénybevételéhez külső segítségre, további szakértők bevonására van szükség, így a szakértők felismerésének képessége is egyfajta szakértelemmé vált. Ezt a szakirodalom *metaszakértelemnek* (metaexpertise) hívja. A fogalom azt a folyamatot írja le, amikor szakmai kérdésekben szociális műveltség / intelligencia / ítélőképesség alapján döntünk, vagyis „külső” ismeretek és készségek alapján igazodunk el a szakértőtől hemzsegő világban. A laikusok képesek tehát döntéseket hozni technikai kérdésekben nem technikai alapon, vagy azért, mert személyes ismeretségben vannak a szakértői közösséggel, vagy ennek hiányában a szociális tapasztalataik alapján. (Collins – Evans 2007: 14) A következőkben ezeket az értékelést segítő „metakritériumokat” ismertetjük.

Mit tehet a laikus a gyakorlatban?

A szakértőket és álszakértőket rengeteg csoportba sorolhatjuk, van azonban egy alapvető különbség, a motiváció: amíg a szakértők azon dolgoznak tanulmányaikkal, ismeretterjesztő tevékenységükkel és kutatásaikkal, hogy az életünket jobbá tegyék és megbízható ismereteket közvetítsenek, addig az álszakértők érdekvezéreltek, céljuk saját maguk promotálása, minél több pénz, társadalmi pozíció megszerzése. E jelenség értékeléséhez jó kiindulási alapot ad az a négy alapszabály, amit Merton (1942) fektetett le a tudomány művelésével kapcsolatban:

1. *Közösségiség*: a tudományos felfedezések kollektív társadalmi tulajdonba kerülnek.
2. *Univerzalizmus*: a tudományos igazságot személytelen és egyetemes kritériumok alapján kell értékelni, nem olyan jellemzők alapján, mint a nem, kor, faj, osztály, vallás vagy nemzetiség.
3. *Pártatlanság*: a tudósoknak intellektuálisan, ideológiailag és anyagilag függetlennek kell maradnia.
4. *Szervezett szkepticizmus*: minden elméletet és innovációt alaposan meg kell vizsgálni, és szigorú közösségi ellenőrzést és kontrollt kell gyakorolni felettük.

Bár Merton a tudomány fenti céljait a tudósokra nézve kötelezőnek tartotta, ami a szakértőket illeti, esetükben pusztán annyi jelenthető ki nagy valószínűséggel, hogy szakértő az, aki elvégezte a felsőfokú tanulmányait, ezért diplomát / bizonyítványt / képesítést kapott, majd éveket dolgozott a területen. Egy adott területen igazolható végzettséggel és szakmai tapasztalattal, a törvényi előírásoknak megfelelő minősítéssel rendelkezik, vagy valamely szakmai szervezet engedélyezi számára a szakértői cím használatát. Sokszor a neve előtt áll, hogy „dr.” vagy „PhD.”. Ma már azonban a tudomány területén belül sincs könnyű dolgunk, hiszen rengeteg tudományterület létezik: nem evidens például, hogy annak ellenére, hogy mindkettő mezőgazdasági terület, a hús- és haltermelés szakértőjének kommentárját megalapozottan elfogadjuk-e az állati termékek felhasználásával kapcsolatos vizsgálódásainkkor.

A leghasznosabb, ha állandóan kételkedünk, mindenkinek és mindennek utánanézzünk. Ma már elég egy Google-keresés, hogy alátámasztás nélküli vagy „gyanús” dolgokra bukkanjunk, de a publikációknak teret adó journalok impaktfaktorát, a cikkek idézettségét is pár kattintással elérhetjük. A szakértőválasztásánál az életkor és a szakmai-gyakorlati tapasztalat is fontos tényező, ez azonban szintén csalóka. Vannak olyan speciális területek, ahol a kimondot-

tan fiatal válaszadókra tekint a kutató szakértőként: ilyen az információbiztonság és a hacker-kultúra, a kriptovaluta-piac, illetve a Z generáció körében népszerű műszaki-technikai fejlesztések. (Pintér – Laza 2019)

Eddigi megállapításainkkal rezonál az Európai Parlament Kutatószolgálatának álhírekkel kapcsolatos állásfoglalása (Bentzen 2017) is, mely szerint érdemes ellenőrizni az információkat más forrásokból is. Ehhez az alábbi szisztematikus módszert kínálja:

- ◆ Elsőként érdemes górcső alá venni a *tartalmat*: a közölt tények és adatok megfelelnek-e a valóságnak, mennyire elfogult cikkről van szó.
- ◆ Ezt követően az *orgánumot*: milyen az url-je, ismert felület-e, kik finanszírozzák, mit írnak a témában más, megbízható hírforrások.
- ◆ Majd a *szerzőt*: létező személyről van-e szó, a saját nevén publikál-e, van-e publikációs listája;
- ◆ a *forrásokat*: tartalmaz-e az adott tartalom hivatkozásokat, megnevezi-e őket, mennyire megbízható forrásokra, ismert és nívós orgánumokra támaszkodik-e a szerző, az idézett szakértők pedig elismert szaktekintélyek-e a területen;
- ◆ a *képeket, ábrákat, diagramokat, táblázatokat* stb., amik erős hatást válthatnak ki, de könnyű őket manipulálni. Itt az elsődleges kérdés, hogy eredeti vizuálokról van-e szó, vagy korábban használták-e már azokat, és ha igen, ugyanebben a kontextusban-e;
- ◆ a *dátumot*, vagyis az adott nyilatkozat aktualitásának/elavultságának mértékét.
- ◆ Végezetül érdemes mérlegelni *saját elfogultságunkat* is, átgondolni a tartalom kritika nélküli terjesztését, párhuzamosan pedig figyelemmel kísérni az álhírterjesztők legújabb trükkjeit, melyre érdemes felhívni ismerőseink figyelmét is! (Bentzen 2017)

Természetesen az elmúlt évtizedekben a tudományfilozófia és a tudományszociológia képviselői is számos tanácsot fogalmaztak meg, hogy támogassák a szakértők megítélését. A törvényszéki tárgyalásokat vizsgáló jogfilozófus, Brewer (1998) szerint négy technika segíthet minket a szakértők kiválasztásában:

1. *A tájékozott tippelés* akkor lehetséges, amikor a laikus valamennyire fel tudja mérni a szakértő érveit és a rendelkezésre álló bizonyítékokat. Brewer szerint ez ritka, hiszen a tudományos érvek nehezen befogadhatóak, komplexek és túl technikai jellegűek a hétköznapi emberek számára.
2. *A racionális bizonyítékok kánonjainak használata* akkor bevethető, ha a laikusok érvelési hibákat, inkoherenciát, önellentmondást, vagyis a konkrét tartalom túlmutatató hibákat keresnek az álláspontokban, melyek azonosításával az adott szakértő megbízhatóságára következtetnek. Mivel ez a technika kevésbé fókuszál a tartalomra, így másfajta készségeket és szempontokat követel meg a laikus részéről, mint amik a szakértő sajátjai.
3. *A fellépés megítélése* során a laikus még inkább elvonatkoztat az álláspont tartalmától, a hangsúlyt pedig a szakértő személyére helyezi, és az őszinteség, magabiztosság, elfogulatlanság és elkötelezettség mértékét méri fel. Bewer szerint ezek a tényezők befolyásolják a laikusok döntését, függetlenül attól, hogy megalapozottan következtetnek-e vagy sem.
4. *A tanúsítványok értékelése*kor a laikusok vizsgálat alá vetik a szakértők fokozatait, képesítéseit, minősítéseit, melyet megnehezít, hogy az evaluáláshoz ismerni kell a tudomány intézményrendszerét, szervezeti hierarchiáját, vagy további szakértőket

bevonni a döntésbe, mely viszont regresszusproblémához vezet. (Kutrovác 2019: 5–6)

Mindezzel Goldman (2001) útmutatásai is rezonálnak, aki a rivális szakértők közötti választás dilemmájából indul ki. Ez gyakori, hiszen az újságírók, televíziós szerkesztők politikai, szakmai és tudományos függetlenségük fenntartása és demonstrálása érdekében rendszeresen hívnak be a szakértők mellé álszakértőket, vagy legalábbis kevésbé alátámasztott, a tömeges véleményeket kiszolgáló kommentátorokat, pusztán azért, hogy „mindkét oldal” megszólaljon (pl. a reggeli műsorokban megjelenő alternatív gyógyászat képviselői). Goldman szerint a laikusok a következőket mérlegelhetik a szakértők azonosításánál:

1. *Érvalapú bizonyítékok* a) *direkt igazolással*, vagyis a laikus megérti a szakértő érvelését és képes annak megalapozottságát megítélni; illetve b) *indirekt igazolással*, vagyis a szakértő vitateljesítményének értékelése alapján. Annak érdekében, hogy fenntartsa a felek közötti demarkációt, Goldman szembeállítja egymással az *exoterikus* és az *ezoterikus* beszédmódot. Exoterikus egy érvelés nyelve akkor, ha az állítások megfogalmazhatók szakterminusok nélkül, így az érvelés megértése, megítélése és direkt igazolása a laikus számára is lehetséges. Abban az esetben, ha a nyelv ezoterikus, azaz érthetetlen a kívülállók számára, pusztán az érvek indirekt megítélésére van lehetőség. Ezt nevezi Goldman *argumentatív teljesítménynek*, mely azt mutatja, hogy a szakértő mennyire jó egy vitában, mennyire fürgén válaszol, megfelelően használja-e az ellenérveket. Ezek a jellemzők akkor is információt nyújtanak az érvelő kompetenciájával kapcsolatban, ha a laikusok nem kompetensek a témában.
2. Megvizsgálják a *más szakértőkkel mutatott egyezéseket*, vagyis, hogy a rivális álláspontok közül melyiket támogatja több szakértő.
3. További külső szakértőket felkérve, vagyis ún. *metaszakértőkre támaszkodva*, akik értékelik a rivális szakértőink megbízhatóságát. Goldman ide sorolja a tanúsítványok alapján történő értékelést is, hiszen azokat is metaszakértők állították ki, akik ezáltal valójában értékelték a szakértők hozzáértését. Ezeket az eseteket azonosnak találja, hiszen a metaszakértők bírálati szempontjai ugyanúgy érthetetlenek a laikusok számára, mint a szakértők tárgyszintű érvelése, így minden ilyen szituáció arra a megbízhatatlan kritériumra vezethető vissza, hogy a felek közül melyik mellett áll a többi szakértő nagyobb hányada.
4. *Érdekek és elfogultságok figyelembevétele*, melyek egy laikus számára könnyebben megítélhetők, mint a tanúsítványok valódi értéke.
5. *A korábbi teljesítmény* (track record), amit Goldman a legmegbízhatóbb szempontnak tart. Bár a teljesítmények felmérése komoly erőfeszítést kíván a laikusoktól, mindez indokolt olyan döntések meghozatalakor, ahol a kimenetel súlyos következményekkel járhat. (Kutrovác 2019: 5–7).

A fenti megközelítéseken túl számos szociológiai tanulmány is foglalkozik a témával. Collins és Evans szerint (2007) szakértő mindaz, aki „tudja, miről beszél”, vagyis a szakértőt az teszi kompetenssé, hogy pontosan használja a képviselt diszciplína nyelvét, ami csakis az adott „életformában” való részvétellel lehetséges. A szerzőpáros szerint a szakértelem sokszínű formákban jelenik meg az egyetemes készségektől a tudományos specializáció legmagasabb fokáig jutva, melyek egyfajta periódusos rendszerré állnak össze. (Kutrovác 2019: 8) Annak eldöntése pedig, hogy kinek hihetünk egy kérdésben, azon múlik, hogy „az állítás megfogalmazója rendelkezik-e a tudós viselkedésének ismertetőjegyeivel, és/vagy a tudósok hálózatában betöltött pozícióval, és/vagy nem túlzott mértékű politikai/üzleti érdekekkel”. (Collins – Evans 2007: 45)

Összefoglalva: az elméleti nehézségek, ellentmondó szempontok és regresszushoz vezető technikák ellenére a laikusoknak vannak támpontjaik a szakértők értékeléséhez és az álszakértők kiszűréséhez, még ha ezek az egyes területekhez képest külső, áthidaló stratégiák is, melyek működőképességéről nincsenek megalapozott ismereteink. Az egyes stratégiák egymáshoz való viszonya, súlyozhatósága sem egyértelmű, ahogy azt is látni kell, hogy mind Bewer, mind Goldman vizsgálata az élet egy-egy szűkebb, sajátos területére terjedtek ki. Bár ezen, reprezentatívnak nem tekinthető megfigyelésekből megpróbáltunk univerzális következtetéseket levonni, ez azonban aligha sikerülhet, hiszen egy speciális területen elvégzett kutatás mindig csak az adott diszciplínára vonatkozó tanulságokkal jár. Nem tudhatjuk, hogy a fejezet során ismertetett lehetőségek mennyire pontosan írják le a laikusok által alkalmazott stratégiákat, így azt sem, milyen mértékben vonatkoztathatóak a hétköznapi életre. Mivel a vizsgálatok alanyai valamilyen szempontból mindenképpen szakértőknek tekinthetőek, így a laikusok maximum azt ítélik meg, mennyire mély egy adott szakértő szakértelme, és mennyire hiteles a személye. Ahhoz azonban, hogy eldöntsük, általánosíthatóak-e ezek a stratégiák az álszakértők megítélésére is, csak azt követően van lehetőség, ha tisztázásra került a szakértők és álszakértők megkülönböztetésének egyértelmű módszere, amihez viszont további vizsgálatokra van szükség.

Limitációk és további kutatási irányok

Tanulmányunk a szakértők felismerésének pragmatikus problémáit járta körül. Elismerjük, hogy a szakirodalomkutatásra alapozó módszertanunk némileg esetleges. Lehet kidolgozottabb, koherensebb keretrendszerben identifikálni a laikusokat akadályozó/befolyásoló tényezőket, ez azonban szükségszerűen absztrakcióhoz, a valóságtól való elrugaszkodáshoz vezet. Mindezt ellensúlyoztuk a vizsgált jelenségek univerzalitásának, hétköznapiságának, gyakorlati jellegének és tömegeket érintő vonatkozásainak biztosításával, a kulcsfogalmak ismertetése mellett pedig megvizsgáltuk azt a tágabb médiakörnyezetet is, amelyben a laikusoknak navigálniuk kell, miközben szakértőket keresnek. Bár cikkünk gyakorlati tanácsokat is megfogalmazott, amelyek segítségével értékelhető a szakértők megbízhatósága, tanulmányunknak akad néhány korlátja, ahogy további irányokat is kijelöl.

Annak ellenére, hogy kutatásunk során, közvetve és impliciten számos jellemzőt társítottunk a szakértők és álszakértők fogalmihoz, a definiálásra és éles demarkálásra még csak kísérletet sem tettünk. Ennek oka egyrészt eredeti célkitűzésünkben keresendő, tanulmányunk ugyanis abban kívánta támogatni az információk és rivális szakértők tengerében eligazodni vágyókat, hogy mélyebben megértsék az általuk használt platformok működését. A másik ok, hogy az utóbbi évtizedekben a *szakértőség*, *szakértelem*, *álszakértő*, *álhír*, *mediatorztítás* stb. fogalmait több, igen változatos teoretikus perspektívából építette az akadémiai közösség, mely egyaránt figyelmet szentelt a tömegkommunikációs, politikai, társadalomtudományi, pszichológiai-közgazdaságtani, szociológiai, pszichológiai, valamint jogi aspektusokra. Ezúttal nem vállalkoztunk arra az ambiciózus feladatra, hogy a széttagolt fókuszú értelmezések között szintetizálunk, és a multidiszciplináris alapokon nyugvó megközelítések közül valamelyik mellett állást foglalunk, a jövőben azonban elengedhetetlen azonosítani a definíciók közös karakterisztikáit és tisztázni a szakértő és álszakértő fogalmi körüli problémákat. Hogy néhány példát is mondjunk:

- ◆ Milyen fogalmi relációban áll egymással a *szakértő*, a *tudós* és a *kutató*?
- ◆ Milyen fogalmi relációban áll egymással a szakértői névjegyzékbe felvett, adott területen igazolható képesítéssel és tapasztalattal rendelkező *igazságügyi szakértő*, akit az igazságügyi miniszter hatalmaz fel a kifejezés használatára; a valamilyen szubjektív szempontok szerint *hozzáértőnek* tekinthető, médiaszereplésre felkért *eseti szakértő*; a névjegyzékben nem szereplő, de tudományosan kvalifikált *sakkonzultáns* és az *önjelölt szakértő*?

Bár az ehhez hasonló kérdések többségével kapcsolatban rendelkezik a 2016. évi XXIX. törvény, a nomenklátúra további klarifikálást, a különböző megnevezések használatával kapcsolatos szabályok pedig mélyebb, minden szereplő számára megnyugtató kidolgozásra várnak.

A következő limitáció a tömegmédiá összetett struktúrájából fakad. A terjedelmi korlátok miatt nem elemeztük a média funkcióinak, a médiamunkások szerepfelfogásainak a technológia fejlődésével párhuzamosan végbemenő változásait. A médiaszerepléseket vállaló eseti szakértők laikusok általi megítélésére sem tértünk ki, miközben izgalmas vállalkozás lenne összevetni ezt a szerepléseket nem vállaló, viszont tudományosan kvalifikált – vagy akár szakértői titulus használatára feljogosított – szakértőkkel; esetleg a legnépszerűbb álszakértők – akár tudományos intézmények által kizárt vagy nyilvánosan elítélt exszakértők – laikusok általi megítélésével. Elengedhetetlen aláhúzni, hogy a médiamunkások tekintetében sem tettünk különbséget a horizontális és vertikális pozíciók, médiumtípusok és tematikus rovatok között, pedig ezek meghatározzák a szelekciós attitűdöt és a szakértőválasztás folyamatának akkurátusságát is. Végezetül pedig a metaszintű összefüggések feltárása érdekében érdemes megvizsgálni az ismeretterjesztő oldalakon kiugró olvasottsági adatokat elérő publikációkat, hogy X év elteltével tapasztalható-e linkrohadás; felülbírálták, visszavonták-e őket eredeti szerzőik; amennyiben pedig nem, milyen tendenciák mentén alakulnak a tudományos metrikák.

Ami a további irányokat jelenti, kutatási programunk következő célja, hogy online kérdőív, irányított fókuszcsoport és mélyinterjú segítségével a bemutatott fogalmakat validáljuk. Elsőként annak tervezünk utánajárni, hogy milyen szempontok szerint szerepeltetnek szakértőket a hazai újságírók, szerkesztőségek és médiamunkások, illetve rutinjuk során milyen mértékben találkoznak a tárgyalat jelenségekkel. Főbb kérdéseink az alábbiak:

- ◆ Milyen megfontolások alapján választanak szakértőt, rangsorolják-e egymás között a szempontjaikat? Az olvasottság/nézettség maximalizálása mellett milyen egyéb, szakmai-etikai szempontok játszanak szerepet?
- ◆ Megnézték-e valaha a szakértő önéletrajzát, felmentek-e a Magyar Tudományos Művek Tárházába, megvizsgálták-e publikációs listáját, elemezték-e médianyilatkozatait?
- ◆ Szokták-e górcső alá venni az álláspontok elfogultságát, tartalmát, vagyis hogy megfelelnek-e a valóságnak a közölt tények és adatok?
- ◆ Szokták-e górcső alá venni saját elfogultságukat? Láttak-e el már kommentárral szakértői álláspontot az ellensúlyozás érdekében?
- ◆ Milyen mértékig veszik figyelembe a szakértő hitelességét a népszerűségével szemben? Számít-e, ha a szakértőnek van énmárkája, weblapja, közösségimédia-jelenléte?
- ◆ Átlagosan mennyi időt töltenek olyan tartalom elkészítésével, amiben szakértőket szólaltatnak meg? Ha tudományos munkából idéznek, hány évig mennek vissza?
- ◆ Átlagosan mennyi időt töltenek szakértők felkutatásával és kiválasztásával?
- ◆ Kizártak-e valaha szakértőket a szerkesztőségi kánonból, és ha igen, mi alapján?
- ◆ Használják-e külföldi szakértőket a globális nézőpontok bemutatására? Használják-e ellentétes véleményt képviselő szakértőket a különböző álláspontok bemutatására?
- ◆ Választásukban milyen gyakran jelennek meg politikai, ideológiai indokok, korlátok?
- ◆ Mennyire zavarja őket, ha tévedéseket promótálnak, korrigálnak-e, ha ez utólag kiderül? Promótáltak-e valaha tudatosan téves információkat?

- ◆ Felülvizsgálják-e korábbi írásaikat és ha igen, milyen rendszerességgel? A tudomány fejlődésének megfelelően revideálják-e a korábban promótált álláspontokat, korrigálják-e ha egy link, hivatkozás elavult?
- ◆ Milyen gyakran választanak szakértőt mások, pl. kollégák, felettes, ismerős ajánlása alapján? Megjelennek-e a választásukban hitelesítő szubjektív tényezők, melyek alapján az adott szakértő előnyt élvez? (Pl. tartott már TED-előadást, szerepelt a Forbes címdoldalán, van Wikipédia-szócikke, beszélt már a híradóban, stb.)
- ◆ Mik azok a személyes tulajdonságok, amik akár a szakértői álláspont minőségének kárára is előnyt élveznek? (Pl. gyors reakcióidő, reszponzivitás, alkalmazkodóképesség, megnyerő külső megjelenés, megfelelő beszédmód, stb.)

Reményeink szerint a fenti kérdések mentén megvalósuló felmérés nem kizárólag a médiamunkások szakértőválasztási módszereivel és korlátaival kapcsolatban szolgál fontos, akár szemfelnyitó hatású konklúziókkal, de a tudósok, valódi szakértők kommunikációját és márkaépítési hajlandóságát illetően is megfogalmaz konstruktív tanulságokat, miközben a laikusok kritikai gondolkodásának fejlesztését is sürgeti.

IRODALOM

2016. évi XXIX. törvény az igazságügyi szakértőkről. *Nemzeti Jogszabálytár*, elérhető: [2016. évi XXIX. törvény - Nemzeti Jogszabálytár \(njt.hu\)](https://www.njt.hu/azirodalom/20160922/2016-29-1.html)
- Albæk, Erik (2011) The Interaction between Experts and Journalists in News Journalism. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, 12(3), 335–348. <https://doi.org/10.1177/1464884910392851>
- Allcott, Hunt – Matthew Gentzkow (2017) Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Alkhatib, Ali (2021) To Live in Their Utopia: Why Algorithmic Systems Create Absurd Outcomes. In: *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Yokohama Japan, ACM, 1–9. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445740>
- Arif, Nadia és mtsai. (2018) Fake News or Weak Science? Visibility and Characterization of Antivaccine Webpages Returned by Google in Different Languages and Countries. *Frontiers in Immunology*, 9, 1215. <https://doi.org/10.3389/fimmu.2018.01215>
- Bar-Ilan, Judit (2007) Manipulating Search Engine Algorithms: The Case of Google szerk. Shifra Baruchson-Arbib. *Journal of Information, Communication and Ethics in Society*, 5(2/3), 155–166. <https://doi.org/10.1108/14779960710837623>
- Bawden, David – Lyn, Robinson (2020) Information Overload: An Introduction. In: *Oxford Research Encyclopedia of Politics*, Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228637.013.1360>
- Begby, Endre (2021) Evidential Preemption?. *Philosophy and Phenomenological Research* 102(3), 515–530. <https://doi.org/10.1111/phpr.12654>
- Bentzen, N. (2017) *Understanding disinformation and fake news*. EPRS: European Parliamentary Research Service. Elérhető: <https://policycommons.net/artifacts/1338085/understanding-disinformation-and-fake-news/1946311/311/> 2023. Jan. 21. CID: 20.500.12592/76z9n2.

- Blankenship, Justin C. – Chris J. Vargo (2021) The Effect of Corporate Media Ownership on the Depth of Local Coverage and Issue Agendas: A Computational Case Study of Six Sinclair TV Station Websites”. *Electronic News*, 15(3–4), 139–158.
- Broniarczyk, Susan M. – Jill G. Griffin (2014) Decision Difficulty in the Age of Consumer Empowerment. *Journal of Consumer Psychology*, 24(4), 608–625. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2014.05.003>
- Bucher, T. (2012) Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. *New Media & Society*, 14(7), 1164–1180. <https://doi.org/10.1177/1461444812440159>
- Castillo, Carlos – Marcelo Mendoza – Barbara Poblete (2011) Information Credibility on Twitter. In: *Proceedings of the 20th International Conference on World Wide Web - WWW '11*. Hyderabad, India, ACM Press, 675. <https://doi.org/10.1145/1963405.1963500>
- Collins, Harry – Evans, Robert (2007) *Rethinking Expertise*. Chicago, The University of Chicago Press. <https://doi.org/10.7208/chicago/9780226113623.001.0001>
- Croteau, David – William Hoynes (2006) *The business of media: corporate media and the public interest*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif, Pine Forge Press.
- Davenport, Thomas H. – John C. Beck (2001) *The Attention Economy: Understanding the New Currency of Business*. Boston, Mass, Harvard Business School Press.
- Edland, Anne (1994) Time Pressure and the Application of Decision Rules: Choices and Judgments among Multiattribute Alternatives. *Scandinavian Journal of Psychology*, 35(3), 281–291. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9450.1994.tb00952.x>
- Eubanks, Virginia (2017) *Automating inequality: how high-tech tools profile, police, and punish the poor*. First Edition. New York, NY, St. Martin’s Press.
- Fairfax, Peter (2022) *400,000 Articles: What We Learned About Content Engagement*. <https://buzzsumo.com/blog/400000-articles-what-we-learned-about-content-engagement/>
- Gersick, C. J. G. (1989) Marking Time: Predictable Transitions in Task Groups. *Academy of Management Journal*, 32(2), 274–309. <https://doi.org/10.2307/256363>
- Hall, N. (2014) The Kardashian index: a measure of discrepant social media profile for scientists. *Genome Biol*, 15, 424. <https://doi.org/10.1186/s13059-014-0424-0>
- Halliday, Josh (2012) *Facebook apologises for deleting free speech group's post on Syrian torture*. <https://www.theguardian.com/technology/2012/jul/06/facebook-apologises-free-speech-syria>
- Halford, Graeme S. – Rosemary Baker – Julie E. McCredden – John D. Bain (2005) How Many Variables Can Humans Process? *Psychological Science*, 16(1), 70–76. <https://doi.org/10.1111/j.0956-7976.2005.00782.x>
- Hardwig, John (1985) Epistemic Dependence. *The Journal of Philosophy*, 82/7, 335–349.
- Herzog Csilla – Racsko Csilla (2018) A médiatudatosság fejlesztésének lehetőségei a digitális átállás korában, *Agrár Média Konferencia*, 2017, 27–33. doi:10.17048/AM.2018.27
- Jiang, Julie – Xiang Ren – Emilio Ferrara (2021) „Social Media Polarization and Echo Chambers in the Context of COVID-19: Case Study”. *JMIRx Med*, 2(3), e29570. <https://doi.org/10.2196/29570>

- Jennings, W. – Stoker, G. – Bunting, H. – Valgarðsson, V.O. – Gaskell, J. – Devine, D. – McKay, L. – Mills, M.C. (2021) Lack of Trust, Conspiracy Beliefs, and Social Media Use Predict COVID-19 Vaccine Hesitancy. *Vaccines*, 2021/9, 593. <https://doi.org/10.3390/vaccines9060593>
- Kristensen NN (2004) *Journalister og kilder - slinger i valsen?* [Journalists and Sources - With a Hitch?]. Århus. Forlaget Ajour.
- Kshetri, Nir – Jeffrey Voas (2019) Online Advertising Fraud. *Computer*, 52(1), 58–61. <https://doi.org/10.1109/MC.2018.2887322>
- Kutrovácz Gábor 2019: Szakértői álláspontok megítélésének néhány elméleti és gyakorlati módja. *Jel-Kép*, 2019/2, 1–26. <https://doi.org/10.20520/JEL-KEP.2019.2.1>
- Kutrovácz Gábor – Láng Benedek – Zemplén Gábor Á. (2008) *A tudomány határai*. Budapest, Typotex.
- Laza Bálint – Pintér Dániel Gergő (2022) Az episztemikus függés vizsgálata a szakértő-laikus kapcsolatban: a tudománykommunikációs modellek szakértőképének összehasonlító elemzése. *Filológia*, 2022/1–4, 6–26.
- Lum, Kristian – William Isaac (2016) To Predict and Serve? *Significance*, 13(5), 14–19. <https://doi.org/10.1111/j.1740-9713.2016.00960.x>
- Majoros Pál (1997) *Kutatásmódszertan, avagy hogyan írjunk könnyen, gyorsan jó diplomamunkát?* Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó. 13–110.
- Mladenova Tsvetelina – Irena Valova (2022) Research on the Ability to Detect Fake News in Users of Social Networks. In: *International Congress on Human-Computer Interaction, Optimization and Robotic Applications (HORA)*, Ankara, Turkey, 01–04, doi: 10.1109/HORA55278.2022.9799905
- McClain, C. – Neeley, L. (2015) A critical evaluation of science outreach via social media: its role and impact on scientists [version 2; peer review: 2 approved, 1 approved with reservations]. *F1000Research*, 2015/3, 300 <https://doi.org/10.12688/f1000research.5918.2>
- Merton, Robert K. (1973) [1942] The Normative Structure of Science. In Merton, Robert K. (1973 ed.) *The Sociology of Science: Theoretical and Empirical Investigations*. Chicago, University of Chicago Press, 267–278.
- Millgram, Elijah (2015) *The great endarkenment: philosophy for an age of hyperspecialization*. Oxford, New York, Oxford University Press.
- Montagni, I. és mtsai. (2021) Acceptance of a Covid-19 Vaccine Is Associated with Ability to Detect Fake News and Health Literacy. *Journal of Public Health*, 43(4), 695–702. <https://doi.org/10.1093/pubmed/fdab028>
- Mourão, Rachel R. – Craig T. Robertson (2019) Fake News as Discursive Integration: An Analysis of Sites That Publish False, Misleading, Hyperpartisan and Sensational Information. *Journalism Studies*, 20(14), 2077–2095. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1566871>
- National Academies of Sciences, Engineering, and Medicine (2015) *Trust and Confidence at the Interfaces of the Life Sciences and Society: Does the Public Trust Science? A Workshop Summary*. Washington, DC, The National Academies Press. <https://doi.org/10.17226/21798>
- Nelson, Nick (2016) *The Power of a Picture*. <https://about.netflix.com/en/news/the-power-of-a-picture>

- Nguyen, C. Thi (2018a) „Echo Chambers and Epistemic Bubbles”. *Episteme*, 17(2), 141–161. <https://doi.org/10.1017/epi.2018.32>
- Nguyen, C. Thi (2018b) Expertise and the Fragmentation of Intellectual Autonomy. *Philosophical Inquiries*, 6(2). <http://doi.org/10.4454/philing.v6i2.224>
- Obermeyer, Ziad – Brian Powers – Christine Vogeli – Sendhil Mullainathan (2019) Dissecting Racial Bias in an Algorithm Used to Manage the Health of Populations. *Science*, 366(6464),: 447–453. <https://doi.org/10.1126/science.aax2342>
- Ognyanova, Katherine – David, Lazer – Ronald, E. Robertson – Christo, Wilson (2020) Misinformation in action: Fake news exposures linked to lower trust in media, higher trust in government when your side is in power. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. <https://doi.org/10.37016/mr-2020-024>
- Payne, John W. – James R., Bettman – Mary, Frances Luce (1996) When Time Is Money: Decision Behavior under Opportunity-Cost Time Pressure. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 66(2), 131–152. <https://doi.org/10.1006/obhd.1996.0044>
- Pedersen OK – Holst M (2000) Den selvstændige journalistik [Autonomous journalism]. In: Pedersen OK – Kjær P – Esmark A – Holst M – Carlsen EM (2000 eds.) *Politisk journalistik* [Political Journalism]. Århus, Forlaget Ajour, 145–168
- Pennycook, Gordon – David G. Rand (2019) Lazy, Not Biased: Susceptibility to Partisan Fake News Is Better Explained by Lack of Reasoning than by Motivated Reasoning. *Cognition*, 188, 39–50. <https://doi.org/10.1016/j.cognition.2018.06.011>
- Perlow, L. A. – G. A. Okhuysen – N. P. Reppenning (2002). The Speed Trap: Exploring the Relationship Between Decision Making and Temporal Context. *Academy of Management Journal*, 45(5), 931–955. <https://doi.org/10.5465/3069323>
- Pintér, Dániel Gergő (2016) Various challenges of science communication in teaching generation Z: an urgent need for paradigm shift and embracing digital learning. *Opus et Educatio*, vol. 3. 2016/6, 674–698. <http://opuseteducatio.hu/index.php/opusHU/article/view/146>
- Pintér Dániel Gergő – Laza Bálint (2019) Így ismerd fel, és különböztess meg a valódi szakértőt az álszakértőtől! *Media 2.0 Blog*.
- Pariser, Eli (2011) *The filter bubble: what the Internet is hiding from you*. New York, Penguin Press.
- Prensky, M. (2001) Digital Natives, Digital Immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Raghavan, Manish – Solon Barocas – Jon Kleinberg – Karen Levy (2020). Mitigating Bias in Algorithmic Hiring: Evaluating Claims and Practices. In: *Proceedings of the 2020 Conference on Fairness, Accountability, and Transparency*, Barcelona, Spain, ACM, 469–481. <https://doi.org/10.1145/3351095.3372828>
- Robinson, Michael J. – Margaret A. Sheehan (198) *Over the Wire and on TV: CBS and UPI in Campaign '80*. New York, Russell Sage Foundation.
- Robert G. Picard (2016) Funding Digital Journalism. In: Franklin, Bob – Eldridge, Scott A. (2016 eds.) *The Routledge Companion to Digital Journalism Studies*. New York, Routledge, 9. <https://doi.org/10.4324/9781315713793>
- Simon, Herbert A. (1971) *Designing organizations for an information-rich world*. Baltimore, The Johns Hopkins Press.

- Shu, Kai – Sliva, Amy – Wang, Suhang – Tang, Jiliang – Liu, Huan (2017) Fake News Detection on Social Media: A Data Mining Perspective. *ACM SIGKDD Explorations Newsletter*, 19(1), 22–36. <https://doi.org/10.1145/3137597.3137600>
- Tufekci, Zeynep (2015) Facebook Said Its Algorithms Do Help Form Echo Chambers, and the Tech Press Missed It. *New Perspectives Quarterly*, 32(3), 9–12. <https://doi.org/10.1111/npqu.11519>
- Trunk, P. (2009) *What Generation Z will be Like at Work*. <http://blog.penelope-trunk.com/2009/07/27/what-work-will-be-like-for-generation-z/>
- Urban, Agnes (2021) Growing Concentration, Intensifying Control. In: Fengler, Susanne – Eberwein, tobias – Karmasin, Matthias (2021 eds.) *The Global Handbook of Media Accountability*. London, Routledge, 10. <https://doi.org/10.4324/9780429326943>
- Varmarken, Janus – Le, Hieu – Shuba, Anastasia – Markopoulou, Athina – Shafiq, Zubair (2020) „The TV Is Smart and Full of Trackers: Measuring Smart TV Advertising and Tracking”. *Proceedings on Privacy Enhancing Technologies*, 2020/2, 129–154. <https://doi.org/10.2478/popets-2020-0021>
- Vashisht, Devika – Marla B – Royne – Sreejesh S. (2019) What We Know and Need to Know about the Gamification of Advertising: A Review and Synthesis of the Advergame Studies. *European Journal of Marketing*, 53(4), 607–634. <https://doi.org/10.1108/EJM-01-2017-0070>
- Venturini, Tommaso – Richard Rogers (2019) ‘API-Based Research’ or How Can Digital Sociology and Digital Journalism Studies Learn from the Cambridge Analytica Affair. *Digital Journalism*, Forthcoming.
- Verduci, Elvira és mtsai. (2021) Nutripedia: The Fight against the Fake News in Nutrition during Pregnancy and Early Life. *Nutrients*, 13(9), 2998. <https://doi.org/10.3390/nu13092998>
- Voit Pál (2004) *A diplomamunka-készítés módszertana*. Tatabánya, TRI-Mester, 56–83.
- Vonderau, Patrick (2019) The Spotify Effect: Digital Distribution and Financial Growth. *Television & New Media* 20(1): 3–19. <https://doi.org/10.1177/1527476417741200>
- Vosoughi, Soroush – Deb Roy – Sinan Aral (2018) The Spread of True and False News Online. *Science*, 359(6380), 1146–1151. <https://doi.org/10.1126/science.aap9559>
- Weiler, Hans N. (1983) Legalization, Expertise, and Participation: Strategies of Compensatory Legitimation in Educational Policy. *Comparative Education Review*, 27(2), 259–277. <https://doi.org/10.1086/446371>
- Waller, M. J. – M. E. Zellmer-Bruhn – R. C. Giambatista (2002) Watching The Clock: Group Pacing Behavior Under Dynamic Deadlines. *Academy of Management Journal*, 45(5), 1046–1055. <https://doi.org/10.2307/3069329>
- Wardle C. – Derakhshan H. (2017) *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking*. <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c>
- Watson, Jamie Carlin – Scalabrino, F. (2015) Filter bubbles and the public use of reason: Applying epistemology to the newsfeed. *Social Epistemology and Technology: Toward Public Self-Awareness Regarding Technological Mediation*, 47–58.

- Weitz, K. et al. (2019) The Bezos-Gate: Exploring the Online Content of the Washington Post. In: Song, Y. – Grippa, F. – Gloor, P.A. – Leitão, J. (eds) *Collaborative Innovation Networks. Studies on Entrepreneurship, Structural Change and Industrial Dynamics*. Cham, Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-17238-1_4
- Woods, J. (2005). Epistemic bubbles. In: S. Artemov – H. Barringer – A. Garcez – L. Lamb – J. Woods (2005 eds.) *We Will Show Them: Essays in Honour of Dov Gabbay* (Volume II). London, College Publications, 731–774)