

PAPP JÁNOS TAMÁS<sup>1</sup>

## *A politikai deepfake és az EU politikai reklámtevékenységről szóló rendelete*

### *Political Deepfake and the EU Regulation on Political Advertising*

#### ***Absztrakt***

A mesterséges intelligencia (MI) fejlődése alapjaiban alakítja át a politikai kommunikáció és a választási folyamatok működését, különösen a deepfake technológia alkalmazásával előállított szintetikus médiatartalmak révén. A félrevezető audiovizuális tartalmak terjedése jelentős kihívásokat vet fel a demokratikus döntéshozatal, a választói autonómia és az információs környezet integritása szempontjából. Az (EU) 2024/900 rendelet célja a politikai reklámtevékenység átláthatóságának növelése és a célzott hirdetések szabályozása, azonban jelenlegi formájában nem biztosít kielégítő védelmet a mesterséges intelligenciával generált manipulatív tartalmakkal szemben. A tanulmány részletesen elemzi a rendelet hiányosságait, különösen azt, hogy az MI-alapú politikai dezinformáció milyen módon kerülheti meg a szabályozás által előírt átláthatósági és ellenőrzési mechanizmusokat.

**Kulcsszavak:** mesterséges intelligencia, deepfake, politikai reklámok, dezinformáció, választási integritás

#### ***Abstract***

The advancement of artificial intelligence (AI) is fundamentally transforming political communication and electoral processes, particularly through the use of deepfake technology to create synthetic media content. The proliferation of misleading audiovisual materials presents significant challenges to democratic decision-making, voter autonomy, and the integrity of the information environment. The (EU) 2024/900 regulation aims to enhance the transparency of political advertising and regulate targeted ads; however, in its current form, it fails to provide adequate protection against AI-generated manipulative content. This study critically examines the regulation's shortcomings, specifically how AI-driven political disinformation can circumvent the transparency and verification mechanisms established by the law.

**Keywords:** artificial intelligence, deepfake, political advertising, disinformation, electoral integrity

<sup>1</sup> Docens, Pázmány Péter Katolikus Egyetem Jog- és Államtudományi Kar.

## Bevezetés

A mesterséges intelligencia fejlődése alapjaiban alakítja át a politikai kommunikáció és a választási folyamatok információs környezetét. Az MI által generált tartalmak, különösen a deepfake technológia, egyre nagyobb kihívást jelentenek a demokratikus rendszerek számára, mivel hitelesnek tűnő, de valójában manipulatív audiovizuális anyagok terjedhetnek el széles körben. A dezinformáció ilyen formái képesek befolyásolni a választói magatartást, aláásni a politikai diskurzus hitelességét és veszélyeztetni a választások tisztaságát. Az új technológiák szabályozása és a védekezési mechanizmusok kialakítása ezért egyre sürgetőbb feladattá válik mind a jogalkotók, mind a technológiai vállalatok számára.

A deepfake-ek, vagyis olyan digitálisan manipulált videók és hangfelvételek, amelyek meggyőzően képesek eltorzítani a valóságot, egyre veszélyesebb eszközzé válnak a dezinformáció terjesztésében.<sup>2</sup> Ezek olyan szintetikus médiaformák, amelyek „egy adott személyről készült kép vagy felvétel meggyőző módosításával és manipulálásával azt a benyomást keltik, mintha az illető olyasmit mondott vagy tett volna, amit valójában nem”.<sup>3</sup> A deepfake meghatározásának egyik kardinális eleme annak kommunikációs jellege, a média és a kommunikációs tartalmak hitelessége pedig alapvető jelentőségű a közbizalom fenntartása, a demokratikus diskurzus zavartalan működése, valamint a tartalmak megbízhatóságának értékelése szempontjából. A vizuális és auditív információközlési médiumok kiemelt szerepet játszanak a közéleti diskurzusban, mivel a kommunikáció hitelessége, illetve az abba vetett bizalom olyan alapvető tényezők, amelyek meghatározzák a társadalmi-politikai viszonyok működését, a demokratikus jogállamiság fenntarthatóságát és a véleménynyilvánítás szabadságának gyakorlását. A deepfake technológia ebből a perspektívából nem csupán jogi, hanem mélyreható társadalmi és politikai kihívásokat is felvet, mivel a digi-

2 Veszelszki 2021, 97–98.

3 Merriam-Webster, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/deepfake>

tális manipuláció eszközei révén alááshatja a közbeszéd hitelességét, és ezáltal közvetlen hatást gyakorolhat a demokratikus döntéshozatali mechanizmusokra.<sup>4</sup>

## A szintetikus média veszélyei

A mesterséges intelligencia által generált szintetikus médiatartalmak politikai hirdetésekben való felhasználása már számos konkrét esettel bizonyította, hogy milyen mértékben képes torzítani a demokratikus folyamatokat, befolyásolni a választói percepciót és aláásni a hiteles politikai diskurzust. Ezek az esetek nem csupán technológiai kísérletek vagy izolált incidensek, hanem egy szélesebb trend részei, amelyben az MI-alapú dezinformációs stratégiák egyre kifinomultabb módon jelennek meg a politikai kampányok során, kihasználva az online platformok célzási mechanizmusait és a választói magatartás prediktív elemzésére építő adatelemzési rendszereket.

Egy nagyon jól ismert példa erre az Egyesült Államok 2024-es elnökválasztási kampányának korai szakaszában megjelent, mesterséges intelligenciával generált deepfake tartalom, amelyben az akkori elnökjelölt, Ron DeSantis kampánystábja egy olyan videót tett közzé, amelyben Donald Trump egy hamisan rekonstruált hangfelvételen támogatásáról biztosította Anthony Faucit, a Covid19-világjárvány alatt vitatott szerepet betöltő járványügyi szakembert.<sup>5</sup> Az MI által létrehozott tartalom úgy készült el, hogy az a valóságos politikai kontextusba illeszkedve megerősítette a Trump-ellenes republikánus szavazók meglévő percepcióit, így egy olyan politikai narratíva részévé vált, amely nem az autentikus események interpretációjára épült, hanem egy mesterségesen létrehozott alternatív valóságra, amely a politikai közvéleményt előre meghatározott módon formálta. Mivel a deepfake technológia alkalmazásával előállított tartalom pontosan utánozta Trump hangját, intonációját és beszédstílusát, a választók széles tömegei számára az audiovizuális manipuláció nem volt könnyen felismerhető.<sup>6</sup>

4 Gosztonyi–Lendvai 2023, 111.

5 Bond 2023.

6 New York Times 2023.

A 2024-es romániai elnökválasztás során is jelentős botrány alakult ki a mesterséges intelligenciával generált politikai hirdetések miatt.<sup>7</sup> A kampányban egyes jelöltek támogatói olyan deepfake videókat és hamisított hangfelvételeket terjesztettek, amelyek célja az ellenfelek lejáratása és a választók manipulálása volt. A román titkosszolgálatok jelentése szerint a Călin Georgescu kampányához használt közösségi-média-hálózat kezdetben 25 ezer, öt támogató fiókból állt a TikTokon, amelyek két héttel az államelnök-választás első fordulója előtt váltak rendkívül aktívvá.<sup>8</sup> A TikTok-hadjárat különösen magas szervezetségi szintet mutatott, a követők száma napról napra exponenciálisan nőtt. A hálózathoz tartozó fiókok tevékenységét a TikTok-platfomon kívül a Telegram és Discord üzenetküldő rendszeren keresztül szervezték meg, hogy megelőzzék a fiókok teljes blokkolását a platfomon, kikerülve ezzel a felület belső szabályozását és a román választási törvényeket. Miközben Georgescu a saját bevallása szerint nem rendelkezett a kampányához szükséges forrásokkal, a titkosszolgálati dokumentum szerint mégis eurómilliókkal finanszírozták az öt támogató tartalmak hirdetéseit. A Călin Georgescut népszerűsítő fiókok növekedése nem volt organikus, a TikTok saját értékelése szerint is koordinált kampánytevékenység zajlott.<sup>9</sup> Ezt a nyilvánosságra hozott titkosszolgálati dokumentum „tömeges politikai gerillakampánynak” vagy „nyers erővel végrehajtott kiberbiztonsági támadásnak” minősítette.<sup>10</sup>

Egy másik illusztrációja a szintetikus média lehetséges felhasználásának az indiai választás során tapasztalt visszaélések sora. A kampányban egy sor mesterséges intelligenciával előállított videót tettek közzé, a legkülönösebbet a Kongresszus Párt, amelyben egy korábban elhunyt politikai vezető beszédét alakították át úgy, hogy az a jelenlegi kormánypárt kritikáját tartalmazza. A deepfake videó nem csupán azért készült, hogy egy korábban népszerű politikai személyiség véleményét hamis módon aktualizálják, hanem hogy egy olyan nosztalgikus érzelmi hatást váltsanak ki a választók körében, amely az ellenzék po-

7 Infostart–MTI 2024.

8 Loftus 2024.

9 TikTok, <https://newsroom.tiktok.com/en-eu/continuing-to-protect-the-integrity-of-tiktok-during-romanian-elections>

10 Szuverenitásvédelmi Hivatal 2024.

litikai üzenetét hitelesebbnek tünteti fel.<sup>11</sup> Az MI-alapú politikai manipuláció így nemcsak a jelenlegi politikai szereplők diskurzusának torzítására alkalmas, hanem a múltbeli politikai kontextusok mesterséges újraalkotásával is képes úgy alakítani a kollektív emlékezetet, hogy az a jelenlegi hatalmi viszonyok megváltoztatását szolgálja. Az ilyen típusú manipuláció különösen veszélyes, mivel a politikai identitás és az érzelmi lojalitás erősítése révén a választói magatartásban egyetlen választási kampány rövid távú hatásain túlmutató, hosszú távú torzulásokat idézhet elő.

A mesterséges intelligencia által létrehozott szintetikus médiatartalmak, amelyek politikai hirdetések formájában jelennek meg, olyan alapvető kihívásokat vetnek fel a demokratikus folyamatok, a választói autonómia, valamint az információs környezet integritása szempontjából, amelyek a hagyományos dezinformációs mechanizmusokkal szemben sokkal kifinomultabb manipulációs eszközt biztosítanak a politikai kommunikáció és kampánytevékenység szereplői számára. Az ilyen típusú médiatartalmak egyik legjelentősebb veszélye abban rejlik, hogy a mesterséges intelligencia, különösen a generatív modellek által előállított audiovizuális és szöveges anyagok olyan mértékben képesek utánozni az autentikus politikai kommunikációt és társadalmi diskurzust, hogy azok befogadói számára az eredetiség és a manipulált tartalom közötti különbségtétel rendkívül megnehezedik, aminek következtében a politikai diskurzus torzul, a választói döntéshozatal manipuláció áldozatává válik, és a demokratikus deliberáció alapját képező információs környezet integritása súlyosan sérül.

Azáltal, hogy a politikai célokra felhasznált szintetikus médiatartalmak nem csupán vizuálisan utánozzák a valós eseményeket és személyeket, hanem narratív struktúráikban és érzelmi hatásmechanizmusaikban is képesek olyan valóság-hű tartalmakat előállítani, amelyek nem egyszerűen torzítják a közéleti viták menetét, hanem aktívan újraalkotják azt, egy olyan diskurzív tér keletkezik, amelyben az objektív tények és az érzelmileg befolyásolt percepciók közötti határ elmosódik, és amely lehetőséget biztosít a politikai szereplők számára, hogy a közvélemény formálásának korábban nem látott mértékben hatékony esz-

11 Anadi 2024.

közeivé tegyék az MI által generált tartalmakat.<sup>12</sup> Ennek a jelenségnek különösen súlyos következményei vannak a választásokkal kapcsolatos dezinformációk terjedésére nézve, hiszen a célzott politikai hirdetésekben alkalmazott mesterségesintelligencia-alapú manipulációs technikák lehetővé teszik a közönség egyes szegmenseinek speciális narratívák mentén történő befolyásolását, miközben a hagyományos média és a független tényellenőrző szervezetek ellenőrzési mechanizmusai gyakran képtelenek az ilyen típusú manipulációk azonnali detektálására és hatékony ellensúlyozására.

Az MI-alapú szintetikus médiatartalmak politikai kontextusban történő alkalmazásának másik rendkívül jelentős kockázati tényezője abból fakad, hogy ezek a tartalmak nem csupán passzív információközvetítőként funkcionálnak, hanem egy olyan aktív visszacsatolási mechanizmus részei, amelyben a felhasználók viselkedési adatai és preferenciái alapján a politikai üzenetek folyamatosan finomhangolhatók és adaptálhatók, így egy iteratív módon optimalizált dezinformációs ökoszisztéma alakul ki, amelyben a politikai aktorok egyre precízebben képesek személyre szabott manipulációt alkalmazni anélkül, hogy a választópolgárok egyáltalán tudatában lennének annak, hogy politikai véleményformálásuk egy szisztematikusan felépített, mesterségesen generált információs környezet hatása alatt áll. Ez a jelenség nem kizárólag az információs szupremácia eszközeként működik a politikai versengésben, hanem hosszú távon a demokratikus közösségek deliberatív képességét is aláássa, hiszen az állampolgárok által fogyasztott információk egyre nagyobb része nem az autonóm viták és a plurális nézőpontok közötti interakció eredményeként jön létre, hanem egy mesterségesen létrehozott, algoritmikusan optimalizált politikai narratíva részeként.<sup>13</sup>

Ezenfelül hozzá kell tenni, hogy az MI-alapú politikai hirdetések, amelyek a digitális térben célzottan terjednek, gyakran olyan közönséghez jutnak el, amely számára a tartalom nem csupán politikai üzenetként, hanem saját világnézeti megerősítésként is funkcionál, így egy olyan információs buborék jön létre, amelyben az egyes választói csoportok izoláltan, kizárólag az általuk fogyasztott és az ő preferenciáik-

<sup>12</sup> Veszelszki 2023, 23.

<sup>13</sup> Ruchi–Khushi 2023, 242.

ra szabott mesterséges narratívákon keresztül vesznek részt a politikai közéletben.<sup>14</sup> Az ilyen jellegű szegmentáció nemcsak a politikai polarizációt erősíti, hanem egy olyan posztfaktuális diskurzust eredményez, amelyben az objektív valóságérzékelés helyét az algoritmikusan generált politikai konstrukciók veszik át, amelyek célja nem az érdemi vita és a társadalmi konszenzus előmozdítása, hanem a választói magatartás előre programozott módon történő irányítása.<sup>15</sup>

Végső soron az MI által generált szintetikus médiatartalmak politikai hirdetésekben való alkalmazása a demokratikus társadalmak alapvető működési mechanizmusaira jelent súlyos fenyegetést, mivel nem csupán az információs tér integritását sérti, hanem a politikai döntéshozatal autonómiáját is alapjaiban ássa alá. Az ilyen jellegű technológiák alkalmazásával a politikai kommunikáció egyre inkább olyan területté válik, amelyben az információ nem az igazság feltárását vagy a közérdek előmozdítását szolgálja, hanem egy olyan eszközzé redukálódik, amelynek elsődleges célja a politikai hatalom megszerzése és megtartása, még akkor is, ha ennek érdekében az állampolgári tájékozottságot és a demokratikus részvételt olyan szintű manipulációnak vetik alá, amely végső soron az egész demokratikus berendezkedés legitimációs alapjait kérdőjelezi meg.<sup>16</sup>

## Az (EU) 2024/900 rendelet

Az Európai Bizottság 2019–2024 közötti stratégiai programjának egyik meghatározó pillére volt „Az európai demokrácia megerősítése” elnevezésű kezdeményezés, amelynek célja a demokratikus normák és értékek védelme, valamint az európai polgárok demokratikus részvételének biztosítása és megerősítése.<sup>17</sup> E stratégiai célkitűzés egyik sarokköve az európai demokráciáról szóló cselekvési terv, amely átfogó intézkedéseket foglal magában a demokratikus folyamatok védelme érdekében. A cselekvési terv három fő területre összpontosít: az egyik

<sup>14</sup> Papp 2024, 231–259.

<sup>15</sup> Hant 2023.

<sup>16</sup> Gerencsér 2020, 57–74.

<sup>17</sup> Európai Bizottság: A Bizottság prioritásai (2019–2024), [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024\\_hu](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024_hu)

legfontosabb prioritása a szabad és tisztességes választások előmozdítása és védelme, amelynek részeként a Bizottság a választási folyamatok átláthatóságát, biztonságát és befolyásmentességét garantáló intézkedéseket szorgalmaz. A második kiemelt terület a tömegtájékoztatás szabadságának és függetlenségének megerősítése, amely magában foglalja a sajtó pluralizmusának védelmét, a független újságírás támogatását, valamint az újságírók és médiaszolgáltatók ellen irányuló fenyegetések és nyomásgyakorlás elleni fellépést. A Bizottság elismeri, hogy a demokratikus társadalmak alapját a szabad és sokszínű tájékoztatás biztosítja, így elengedhetetlen a média függetlenségének megerősítése és a politikai befolyás csökkentése a médiatérben. A harmadik kulcsterület a dezinformáció visszaszorítása és a közéleti diskurzus tisztaságának megőrzése. A digitális tér folyamatos fejlődése, különösen a közösségi média és a mesterséges intelligencia által generált tartalmak térnyerése, új kihívások elé állítja a demokratikus intézményrendszereket. Ennek fényében a Bizottság különös figyelmet fordít a félrevezető információk terjedésének megakadályozására, valamint a választók manipulációjának kivédésére. A dezinformáció elleni küzdelem részeként hangsúlyozza az online platformok felelősségét a hamis vagy megtévesztő tartalmak azonosításában és korlátozásában, valamint a felhasználók tájékoztatásában.<sup>18</sup> Ezen kezdeményezés keretében terjesztette elő a Bizottság 2021 végén a politikai hirdetések átláthatóságáról szóló rendelettervezetét, amelyet 2024. március 13-án a Parlament és a Tanács is elfogadott.<sup>19</sup>

A rendelet kettős célt szolgál: egyrészt elő kívánja mozdítani a politikai reklámokkal és az azokhoz kapcsolódó szolgáltatásokkal összefüggő belső piaci mechanizmusok hatékony működését, másrészt biztosítani a természetes személyek személyes adatainak védelmét az adatkezelési folyamatok során. A jogszabály általános érvénnyel – mind online, mind offline környezetben – kívánja szabályozni a politikai hirdetések közzétételét, különös tekintettel azonban az online platformokon folytatott politikai kampánytevékenységek által felvetett sajtá-

18 Európai Bizottság: Új lendület az európai demokrácia számára, <https://www.consilium.europa.eu/media/39914/a-new-strategic-agenda-2019-2024.pdf>

19 Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2024/900 rendelete (2024. március 13.) a politikai reklámtevékenység átláthatóságáról és célzott folytatásáról (a továbbiakban TTPA-rendelet).

tos kihívásokra. A rendelet szerint a „politikai reklámtevékenység” vagy „politikai reklám” olyan üzenet elkészítését, elhelyezését, népszerűsítését, közzétételét, továbbítását vagy terjesztését foglalja magában, amely rendszerint ellenszolgáltatás fejében vagy intézményen belüli kezdeményezésként valósul meg, illetve egy politikai reklámkampány részét képezi. Idetartoznak a politikai szereplők érdekében vagy azok nevében történő kommunikációs tevékenységek is – kivéve, ha kizárólag magánjellegűek vagy kereskedelmi célúak –, valamint azok, amelyek hatással lehetnek egy választás vagy népszavazás eredményére, a választók szavazói magatartására vagy egy jogalkotási folyamat alakulására, akár uniós, akár nemzeti, regionális vagy helyi szinten.<sup>20</sup>

A rendelet ugyanakkor nem vonatkozik bizonyos, meghatározott típusú politikai kommunikációkra, így nem tartoznak a hatálya alá a hivatalos tagállami vagy uniós forrásokból származó, illetve kizárólag a választásokon vagy népszavazásokon való részvétel megszervezésére és népszerűsítésére korlátozódó üzenetek. Szintén kivételt képeznek azok a nyilvános kommunikációs tevékenységek, amelyeket valamely tagállami hatóság vagy maga az Európai Unió végez saját nevében vagy érdekében, amennyiben céljuk a közvélemény hivatalos tájékoztatása, feltéve, hogy ezek a tájékoztatások nem befolyásolják közvetlen módon egy adott választás vagy népszavazás kimenetelét, illetve a választók döntéshozatali folyamatát. Továbbá a rendelet nem terjed ki a jog által kifejezetten előírt, a jelöltek bemutatására szolgáló felületekre, amelyek egyenlő bánásmódot biztosítanak az induló jelöltek számára – például meghatározott nyilvános helyeken vagy a médiában –, feltéve, hogy ezeket a lehetőségeket minden érintett szereplő számára ingyenesen biztosítják.<sup>21</sup> A földrajzi alkalmazhatóság tekintetében a rendelet csak azokra a politikai reklámokra vonatkozik, amelyeket az Európai Unió területén belül terjesztenek, egy vagy több tagállamban nyilvánosságra hoznak, vagy amelyek célcsoportja az uniós polgárság köréből kerül ki – függetlenül attól, hogy a politikai reklámot közzétevő szolgáltató székhelye az EU-n belül vagy kívül található.<sup>22</sup>

20 TTPA-rendelet, 3. cikk.

21 Uo.

22 Uo. 2. cikk.

Az átláthatóság biztosítása érdekében a reklámszolgáltatóknak kötelezettségük előzetesen nyilatkoztatni a hirdetőknek arról, hogy az általuk megrendelt reklámszolgáltatás politikai reklámnak minősül-e, valamint hogy megfelelnek-e a vonatkozó jogszabályi előírások bármelyikének. A reklámozók kötelesek pontos és valóságnak megfelelő nyilatkozatot tenni, és teljes körű felelősséget viselnek annak hitelességéért.<sup>23</sup> A politikai reklámok közzétételével foglalkozó szolgáltatók további kötelezettsége, hogy a politikai reklámokra vonatkozó szerződéses megállapodások egyértelműen rögzítsék a reklámozók számára előírt információszolgáltatási kötelezettségeket. Ennek célja, hogy a reklámozók minden releváns adatot elérhetővé tegyenek a szolgáltatók számára, biztosítva ezzel a politikai reklámok szabályozási előírásoknak való megfelelését és az átláthatóság elvének maradéktalan érvényesülését.<sup>24</sup> A politikai reklámok közzétevőinek biztosítaniuk kell, hogy minden egyes politikai hirdetés világosan, jól láthatóan és egyértelmű módon kerüljön közzétételre, összhangban a Bizottság által később meghatározandó címkézési előírásokkal és a rendeletben előírt információs követelményekkel. A közzétett politikai hirdetésekhez kötelezően csatolni kell egy nyilatkozatot arról, hogy az adott reklám politikai hirdetésnek minősül, valamint a reklámozó kilétét – ideértve adott esetben a reklámozó felett végső irányítást gyakorló jogalany azonosítását is. Ezenkívül fel kell tüntetni azt a választást, népszavazást vagy jogalkotási folyamatot, amelyhez a politikai hirdetés kapcsolódik, valamint szükség esetén egy nyilatkozatot arról, hogy alkalmaztak-e célzott reklámtechnikai eszközöket a hirdetés terjesztése érdekében. Ezen információkat egy átláthatósági közleménynek is tartalmaznia kell, amely lehetővé teszi a választók számára a politikai reklámok háttérének és céljának megalapozott értékelését.<sup>25</sup>

A rendelet egyik meghatározó újítása a politikai hirdetések uniós szintű adatbázisának létrehozása, amelyet az Európai Bizottság fog felügyelni és kezelni. Az adatbázis célja, hogy könnyen hozzáférhető és felhasználóbarát módon biztosítson részletes információkat az összes online politikai hirdetésről, lehetővé téve például többféle keresési

<sup>23</sup> Uo. 7. cikk.

<sup>24</sup> Uo.

<sup>25</sup> Uo. 11. cikk.

kritérium szerinti szűrést. Az adatbázisban a politikai reklámok másolatai hét éven keresztül elérhetőek maradnak, így biztosítva a választók, kutatók és szabályozó hatóságok számára a hosszú távú ellenőrzés és elemzés lehetőségét.<sup>26</sup> A digitális szolgáltatásokról szóló rendelet<sup>27</sup> értelmében az online óriásplatformoknak már jelenleg is kötelező egy általános online hirdetési adatbázist fenntartaniuk,<sup>28</sup> azonban a rendelet értelmében a politikai hirdetések nemcsak a saját adatbázisukban, hanem az uniós központi adatbázisban is elérhetővé válnak. Ezzel az intézkedéssel az uniós szabályozás célja, hogy tovább növelje a politikai reklámtevékenység átláthatóságát, és csökkentse a rejtett politikai befolyásolás lehetőségét.<sup>29</sup> A politikai reklámok átláthatóságának és szabályozási megfelelőségének biztosítása érdekében a közvétevőknek hatékony panasztételi mechanizmusokat kell kialakítaniuk. Ezeknek a rendszereknek természetes és jogi személyek számára is lehetővé kell tenniük, hogy bejelenthessék, ha úgy vélik, hogy egy általuk közzétett politikai reklám nem felel meg a rendelet előírásainak. A politikai reklámok közvétevőinek minden bejelentés kézhezvételét indokolatlan késedelem nélkül vissza kell igazolniuk a bejelentő számára. Az online óriásplatformok és a nagyon nagy online keresőmotorok üzemeltetőinek különösen szigorú kötelezettségeik vannak e téren: indokolatlan késedelem nélkül, objektív, nem önkényes és kellő gondossággal végzett eljárás keretében kell kivizsgálniuk és értékelniük a bejelentéseket, majd döntéseikről tájékoztatniuk kell a bejelentőt. Ugyanakkor a politikai reklámok közvétevőinek kötelességük az érintett reklámozók és politikai reklámszolgáltatók tájékoztatása is a bejelentéseket követően hozott intézkedésekről, különösen akkor, ha azok érintik a reklám közzétételét vagy annak további terjesztését. E rendelkezések célja, hogy a politikai reklámokkal kapcsolatos szabálytalanságok azonosítása és kezelése gyorsan és hatékonyan történjen, biztosítva a választási folyamatok tisztaságát és a közvélemény megfelelő tájékoztatását.<sup>30</sup>

<sup>26</sup> Uo. 9. cikk.

<sup>27</sup> Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete (2022. október 19.) a digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (a továbbiakban: DSA).

<sup>28</sup> DSA, 39. cikk.

<sup>29</sup> TTPA-rendelet (64) preambulumbekzdés.

<sup>30</sup> Uo. 15. cikk.

A rendelet egyik kiemelt területe a politikai reklámtevékenység célzott elérésére és felerősítésére alkalmazott technikák szabályozása. A célzott reklámtechnikák (targetálási technikák) a rendelet értelmében olyan módszerek, amelyek lehetővé teszik, hogy egy politikai hirdetés kizárólag meghatározott személyek vagy csoportok számára legyen elérhető, illetve másokat kizárjanak annak megtekintéséből, személyes adatok feldolgozásának felhasználásával.<sup>31</sup> A szabályozás értelmében az online politikai reklámtevékenység során alkalmazott célzott reklámozási technikák és reklámterjesztési módszerek kizárólag meghatározott feltételek teljesülése esetén használhatók. Elsősorban az adatkezelőnek közvetlenül az érintett személytől kell gyűjtenie a személyes adatokat, továbbá az érintettnek kifejezetten hozzá kell járulnia ahhoz, hogy adatait kimondottan politikai reklámcélokra használják fel. Emellett a rendelet szigorúan tiltja a személyes adatok különleges kategóriáin alapuló profilalkotást alkalmazó célzott reklámtechnikákat.<sup>32</sup> A különleges kategóriába tartozó adatok közé sorolandók a következők: a faji vagy etnikai származásra vonatkozó adatok, a politikai vélemény, a vallási vagy világnézeti meggyőződésre utaló információk, a szakszervezeti tagságra vonatkozó adatok, valamint a természetes személyek egyedi azonosítását célzó genetikai és biometrikus adatok. Szintén e kategóriába tartoznak az egészségügyi adatok, illetve a természetes személyek szexuális életére vagy szexuális irányultságára vonatkozó információk.<sup>33</sup> E tiltás összhangban áll a DSA-val is, amely szintén megtiltja az online platformok számára, hogy hirdetések célzását érzékeny személyes adatok alapján végzett profilalkotásra alapozzák.<sup>34</sup> A rendelet emellett előírja a politikai reklámokat célzó hirdetési technikák átláthatóságát is. A szolgáltatóknak nyilvántartást kell vezetniük az alkalmazott célzási módszerekről, azok paramétereiről, valamint az alkalmazásuk során felhasznált adatokról. Továbbá tájékoztatniuk kell a nyilvánosságot arról, ha a célzási technikák során

31 Uo. 3. cikk.

32 Uo. 18. cikk.

33 Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2018/1725 rendelete (2018. október 23.) a természetes személyeknek a személyes adatok uniós intézmények, szervek, hivatalok és ügynökségek általi kezelése tekintetében való védelméről és az ilyen adatok szabad áramlásáról, valamint a 45/2001/EK rendelet és az 1247/2002/EK határozat hatályon kívül helyezéséről, 10. cikk (1) bekezdés.

34 DSA, 26. cikk.

mesterséges intelligenciát alkalmaztak. Ezenkívül részletes kimutatást kell készíteniük arról, hogy egy adott hirdetés hány emberhez jutott el. Ha egy felhasználó nem járul hozzá személyes adatainak célzott reklámokra történő felhasználásához, a szolgáltatóknak lehetőséget kell biztosítaniuk arra, hogy az érintett személy egyenértékű alternatív módon, politikai reklámok megjelenítése nélkül is igénybe vehesse az online szolgáltatást.<sup>35</sup>

A rendelet végrehajtásáért felelős tagállami hatóságokat a tagállamok jelölik ki. E hatóságoknak teljes mértékben függetlennek kell lenniük mind az érintett iparágtól, mind pedig bármilyen külső befolyástól, különös tekintettel a politikai nyomásgyakorlás lehetőségére. A kijelölt hatóságok jogosultak feladataik ellátása érdekében hozzáférni a releváns adatokhoz, amelyeket a politikai reklámokkal foglalkozó reklámozóktól vagy szolgáltatóktól kérhetnek be. Amennyiben egy politikai reklám szolgáltatója megsérti a rendeletben foglalt előírásokat, az illetékes hatóságok különböző szankciók alkalmazására kapnak felhatalmazást. Ezek között szerepelhet a figyelmeztetés kiadása, a jogsértő gyakorlat megszüntetésének elrendelése, valamint pénzügyi szankciók – például bírság vagy egyéb pénzbüntetés – kiszabása. Ezen túlmenően a hatóságok elrendelhetik a jogsértéssel arányos és annak hatékony megszüntetéséhez szükséges korrekciós intézkedéseket, valamint nyilvános nyilatkozat közzétételére kötelezhetik a jogsértőt, amelyben meg kell neveznie a jogszabályi előírások megszegéséért felelős természetes vagy jogi személyeket, illetve ismertetnie a jogsértés jellegét és körülményeit.<sup>36</sup> Uniós szinten a tagállamok által kijelölt nemzeti kapcsolat-tartó pontok képviselői rendszeresen együttműködnek egymással egy ennek érdekében létrehozott hálózat keretében. E hálózat célja, hogy biztosítsa a folyamatos információcserét a nemzeti hatóságok és az Európai Bizottság között, elősegítse a bevált gyakorlatok megosztását, valamint strukturált együttműködési keretet biztosítson a rendelet végrehajtásának valamennyi aspektusára kiterjedően.<sup>37</sup> Ezáltal a rendelet nem csupán a politikai reklámtevékenység átláthatóságát és jogszerűségét kívánja biztosítani, hanem egy olyan uniós szintű ellenőrzési

<sup>35</sup> TTPA-rendelet, 19. cikk.

<sup>36</sup> Uo. 22. cikk.

<sup>37</sup> Uo.

és koordinációs mechanizmust is létrehoz, amely garantálja a szabályok egységes alkalmazását és hatékony érvényesítését valamennyi tagállamban.

## A rendelet hiányosságai a szintetikus média kapcsán

Bár azt az Európai Unió is elismeri, hogy a deepfake technológia alkalmazásával előállított szintetikus média jelentős negatív hatást gyakorolhat a választási folyamatokra,<sup>38</sup> a rendelet véleményem szerint nem alkalmas arra, hogy kielégítő módon kezelje a mesterséges intelligencia demokratikus nyilvánosságra gyakorolt potenciális kockázatait. Nem foglalkozik átfogóan az MI által előállított félrevezető politikai tartalmak problémájával, noha egyes előírásai közvetett hatással lehetnek a jelenségre. A rendelet szövege nem tartalmaz kifejezetten olyan normatív rendelkezéseket, amelyek egyértelműen szabályoznák a mesterséges intelligencia által generált vagy manipulált politikai reklámok azonosítását, hitelességének ellenőrzését, illetve ezek egyértelmű megjelölését. Bár a rendelet célja az átláthatóság növelése, és ennek révén közvetett módon elősegítheti az MI által generált vagy módosított politikai reklámok felismerését, ugyanakkor nem tartalmaz olyan kötelező előírásokat ezen tartalmak automatikus megjelölésére, eredetük ellenőrzésére vagy terjesztésük korlátozására. Ennek következtében nem nyújt kielégítő garanciákat arra, hogy az MI-alapú technológiák által generált dezinformációs tartalmak terjedése hatékonyan visszaszorítható legyen, ezáltal jelentős kihívások elé állítja a szabályozó hatóságokat és a választási integritás fenntartásában érdekelt szereplőket egyaránt.

<sup>38</sup> Pollet–Haeck 2024.

## ***Könnyű kibújási lehetőség***

A rendelet egyik kulcsfontosságú garanciális követelménye, hogy a politikai reklámokat egyértelmű címkével kell ellátni, feltüntetve azok politikai jellegét, finanszírozási hátterét, az alkalmazott célzási technikákat, valamint adott esetben azt is, hogy mesterséges intelligenciát használtak-e a célzás során. Ez az előírás a politikai reklámtevékenység átláthatóságát hivatott növelni, biztosítva, hogy a választópolgárok tisztában legyenek az őket érő politikai befolyásolási mechanizmusok forrásaival és módszereivel. Azonban a szabályozás kizárólag a fizetett kampányok keretében terjesztett politikai reklámokra vonatkozik, így nem terjed ki azokra a tartalmakra, amelyek politikai célzatuk ellenére nem minősülnek célzott hirdetésnek. Ennek eredményeként ha egy politikai üzenetet hordozó deepfake videó vagy mesterséges intelligencia által generált hamis narratíva nem fizetett reklámként, hanem más csatornákon – például organikus közösségimédia-megosztások vagy virálisan terjedő audiovizuális tartalmak formájában – kerül nyilvánosságra, a rendelet nem ír elő kötelezettséget annak egyértelmű megjelölésére vagy nyomon követésére.

Az egyik legnagyobb kihívás az, hogy az MI által előállított politikai üzenetek nem feltétlenül minősülnek fizetett politikai hirdetésnek, és így eleve kikerülhetik a szabályozás hatályát. Ha pedig egy tartalom nem esik a politikai reklámok kategóriájába, akkor az eltávolítása sem követelhető meg, még abban az esetben sem, ha az egyértelműen félrevezető vagy manipulatív. A rendelet megpróbál egyértelmű határvonalat húzni a hatálya alá tartozó, politikai hirdetésként definiált tartalmak és a szabályozási körön kívül eső, nem politikai hirdetések között, mindeddig azonban nem létezett egységes, uniós szinten alkalmazott meghatározás a politikai hirdetés fogalmára, így ennek pontos kritériumait eddig a tagállami jogalkotók határozták meg eltérő módon. A rendelet definíciójának értelmezése tehát ebben a körben különös jelentőségű, ugyanis ez alapjaiban dönti el, hogy egy hirdetésre milyen átláthatósági és egyéb szabályok vonatkoznak.<sup>39</sup> Annak eldöntése azonban, hogy mi minősül „politikai reklámtevékenységnek”, egyáltalán nem egyszerű. Helberger, Dobber és De Vreese is rámutatnak arra, hogy

<sup>39</sup> Hiltunen–Wrigley 2023, 17.

különösen a közösségi média környezetében a potenciális választók és fogyasztók számára jelentős kognitív terhet jelent az a feladat, hogy a politikai és a kereskedelmi célú üzenetek között világos különbséget tegyenek.<sup>40</sup> Az MI által létrehozott vizuális és audiotartalmak pedig éppen azért rejtenek különösen nagy veszélyt, mert képesek természetes módon beépülni a digitális közbeszédbe, kikerülve a hagyományos politikai reklámokra vonatkozó jogi kereteket. A szabályozás jelenlegi formájában nem nyújt megfelelő védelmet az ilyen típusú tartalmakkal szemben, így nem biztosít garanciát arra, hogy a politikai diskurzusban megjelenő, mesterséges intelligencia által generált félrevezető információk azonosíthatók és visszakövethetők legyenek. Ez pedig komoly kihívás a választási integritás és a demokratikus döntéshozatal szempontjából.

A rendelet előírja azt is, hogy a politikai reklámokat közzétevő szereplők kötelesek részletes nyilvántartást vezetni az alkalmazott célzási technikákról és azok paramétereiről, valamint egyértelműen jelezniük kell, ha a célzási folyamat során mesterséges intelligenciát vettek igénybe. Ugyanakkor a rendelet kizárólag a célzott politikai hirdetések esetében ír elő ilyen kötelezettségeket, és nem foglalkozik az MI által generált tartalmak valódiságának vagy eredetének ellenőrzésével. Ennek következtében a szabályozás nem nyújt átfogó megoldást a mesterséges intelligencia által előállított vagy manipulált politikai üzenetek kockázatainak kezelésére. Mivel a mesterséges intelligencia egyre kifinomultabb eszközöket kínál a hitelesnek tűnő, de valójában megtévesztő tartalmak létrehozására, a jogszabály ezen hiányossága komoly aggályokat vet fel a politikai kommunikáció tisztaságának és a demokratikus folyamatok védelmének szempontjából. Bár a jövőbeni bizottsági iránymutatások hozzájárulhatnak a szabályozás értelmezésének tisztázásához, továbbra sem világos, hogy milyen mechanizmusok biztosítják a be nem jelentett politikai tartalmak azonosítását, nyomon követését és eltávolítását.<sup>41</sup>

<sup>40</sup> Helberger–Dobber–De Vreese 2021, 280.

<sup>41</sup> Nikiforov 2024.

## *Az átláthatóság önmagában nem elég*

Bár a rendelet célja, hogy fokozza a politikai reklámok átláthatóságát azáltal, hogy kötelezővé teszi a finanszírozási források, a célzási technikák és a mesterséges intelligencia alkalmazásának feltüntetését, önmagában ez a követelmény nem garancia arra, hogy a választópolgárok képesek lesznek felismerni vagy elutasítani az MI által generált manipulatív tartalmakat. Ez az elképzelés, miszerint a problémára a „több és jobb információ” nyújt megoldást, egyidejűleg egy Bizottság általi állampolgári ideált is felvázol, amely összhangban áll Julie Cohen „racionális hallgató állampolgár” koncepciójával.<sup>42</sup> Ez az eszménykép azonban torzított és a valós társadalmi viselkedésmintáktól eltávolodó konstrukció, hiszen míg kutatók, újságírók, tényellenőrök vagy a közélet iránt különösen érdeklődő állampolgárok esetenként valóban erőfeszítéseket tehetnek annak érdekében, hogy az ilyen hirdetések mögöttes tartalmát és kontextusát feltárják, az átlagos állampolgár ezt jellemzően nem fogja megtenni. Ráadásul az így hozzáférhetővé tett információk nem csupán az ilyen utánajárás hiányában maradnak háttalannak, hanem önmagukban nem is biztosítanak megfelelő eszköztárat ahhoz, hogy az állampolgárok szélesebb köre felismerje és kritikusan értékelje a mesterségesen manipulált tartalmakat.

Az átláthatósági intézkedések alapvetően információközlési mechanizmusokként működnek, amelyek a politikai reklámok mögött álló szándékok és módszerek feltárását segítik elő. Azonban a manipuláció elleni hatékonyságuk erősen korlátozott, mivel a választók információfeldolgozási képessége, médiaértése és a politikai kommunikációs környezet sajátosságai döntően befolyásolják, hogy milyen mértékben tudják azonosítani a mesterséges intelligencia által előállított megtévesztő tartalmakat.

Ráadásul a politikai manipuláció egyik legnagyobb veszélye éppen abban rejlik, hogy az MI által generált audiovizuális tartalmak rendkívül meggyőzőek lehetnek, és képesek az érzelmi reakciók kiváltására, még akkor is, ha a felhasználók előtt elvileg ismert a technológia alkalmazása. Így pusztán az átláthatóság előírása nem feltétlenül biztosít védelmet az olyan tartalmakkal szemben, amelyek célja a választók

<sup>42</sup> Cohen 2020, 649.

meggyőzése vagy félrevezetése a technológia kifinomult eszközeinek felhasználásával. Ennek megfelelően, bár a rendelet fontos lépés lehet az elszámoltathatóság növelése terén, nem biztosít hatékony eszközt a politikai kommunikáció mesterséges intelligencia által vezérelt manipulációjának érdemi korlátozására.

### *Az eltávolítási felelősség áthárítása*

A rendelet a politikai reklámok átláthatóságának biztosítása mellett a dezinformáció elleni küzdelmet is célul tűzi ki azáltal, hogy kötelezi a politikai hirdetések közzétevőit az átláthatósági követelményeknek nem megfelelő és ezért gyanúsnak minősülő reklámok eltávolítására. E mechanizmus hasonlóságot mutat az illegális tartalmak eltávolítására vonatkozó általános „értesítési és intézkedési” rendszerrel, amelyet a DSA is alkalmaz. A szabályozás differenciált kötelezettségeket ró a különböző szereplőkre: míg a „nagyon nagy online platformok” és keresőmotorok számára kötelező az értesítések alapos, pártatlan és objektív vizsgálata, addig a kisebb közzétevők számára elegendő, ha „minden észszerű erőfeszítést” megtesznek a probléma kezelésére. Emellett a mechanizmus tartalmaz a véleménynyilvánítás szabadságának biztosítását célzó garanciákat is, így például előírja, hogy a közzétevőknek tájékoztatniuk kell a hirdetés megrendelőit az eltávolításra vonatkozó döntéseikről, valamint biztosítaniuk kell a jogorvoslat lehetőségét.

A rendelet a dezinformáció elleni fellépésben továbbra is reaktív megközelítést alkalmaz, amely alapvetően a tartalmak eltávolítására épül, ahelyett hogy proaktív megoldásokat kínálna az MI által generált politikai manipuláció kezelésére. Az ilyen tartalmak terjedésének megakadályozásához nem csupán átláthatósági és eltávolítási mechanizmusokra lenne szükség, hanem olyan technológiai és szabályozási eszközökre is, amelyek biztosítják az MI által generált tartalmak egyértelmű megjelölését, eredetük visszakövethetőségét és hitelességük gyors ellenőrzését. A jelenlegi rendelet azonban nem nyújt megfelelő garanciákat ezen kihívások kezelésére, így a politikai diskurzus tisztaságának hatékony védhetősége nem biztosított a mesterséges intelligencia által vezérelt dezinformációval szemben.

Ezzel azonban a szabályozás a politikai reklámok köztéveőire hárítja az eltávolítási kötelezettséget, ami jelentős bizonytalanságot okozhat a végrehajtás során. A „gyanús” politikai reklámok kiszűrése ugyanis rendkívül összetett feladat, különösen az MI által generált tartalmaké, amelyek egyre kifinomultabban képesek megtéveszteni a felhasználókat. Az olyan manipulációs technikák, mint a deepfake videók és a szintetikus hangfelvételek, gyakran rendkívül meggyőzőek, így még a nagy online platformok számára is kihívás lehet azok hitelességének értékelése. Az eltávolítási mechanizmus emiatt könnyen visszaélésre is lehetőséget adhat, hiszen egyes politikai szereplők jogorvoslati eljárások révén késleltethetik vagy megakadályozhatják a tartalmaik eltávolítását, miközben a manipuláció hatása már megtörtént. Ezen kihívásokra reagálva több nagy technológiai vállalat úgy döntött, hogy az Európai Unióban egyáltalán nem jelenít meg politikai hirdetéseket, elkerülve ezzel a szabályozásból fakadó kockázatokat. Például a Google 2024 végén bejelentette, hogy a júniusi európai parlamenti választások előtt felfüggeszti az új politikai és társadalmi hirdetések elfogadását, mivel a választási időszakban a platformnak nincs elegendő ideje az esetleges félrevezető tartalmak megfelelő ellenőrzésére.<sup>43</sup> Hasonló döntést hozott a TikTok is, amely teljes mértékben tiltja a politikai reklámokat, beleértve a politikai pártok és jelöltek által finanszírozott tartalmakat is, arra hivatkozva, hogy platformja elsősorban a szórakoztató és kreatív tartalmakra összpontosít.<sup>44</sup> Az X (korábban Twitter) 2019-ben már globálisan betiltotta a politikai hirdetéseket, azzal az indokkal, hogy a politikai üzenetek elérését nem fizetett hirdetéseknek, hanem organikus interakcióknak kell meghatározniuk. 2023-ban azonban felülvizsgálták ezen döntésüket, és az EU-n kívül több országban<sup>45</sup> is engedélyezik a politikai hirdetések közzétételét.<sup>46</sup>

43 Kroeber-Riel 2024.

44 TikTok, <https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-ads-policy-politics-religion-and-culture>

45 Amerikai Egyesült Államok, Argentína, Chile, Dél-Afrika, Ecuador, Egyesült Arab Emírségek, Egyesült Királyság Ghána, Indonézia, Izrael, Japán, Kolumbia, Mexikó, Peru és Szaúd-Arábia.

46 X, <https://business.x.com/en/help/ads-policies/ads-content-policies/political-content>

## Egyéb jogalkotási eszközök

Természetesen az MI és a politikai hirdetések szabályozása az Európai Unióban nem merül ki a TTPA-rendelet rendelkezéseiben. A DSA-t már több helyen említettük, azonban itt is érdemes kiemelni, hogy a 34. és 35. cikke szerinti kockázatértékelési és -kezelési kötelezettségek körébe szükségszerűen beletartoznak a félrevezető, szintetikus előállított politikai médiatartalmak, a kockázatértékelések gyakorlati megvalósulásairól és az ezen a téren alkalmazott kockázatmérséklési eszközökről azonban egyelőre nem szolgálhatunk semmilyen érdemi információval. E körben további két releváns szabályozási dokumentum is említést érdemel, a dezinformációs önszabályozó kódex és az MI-rendelet.

### *A dezinformációs kódex*

Az Európai Unió 2022-ben frissítette és megerősítette a dezinformáció elleni gyakorlati kódexet,<sup>47</sup> amely egy önkéntes alapú szabályozási keret az online platformok és technológiai vállalatok számára. Célja a hamis információk terjedésének visszaszorítása és az online információk tér integritásának védelme, azonban önmagában ez sem nyújt megfelelő választ a mesterséges intelligenciával előállított félrevezető politikai tartalmak problémájára. Bár általánosságban foglalkozik a manipulációval és az átláthatóság előmozdításával, nem tartalmaz kifejezett szabályokat az MI által generált politikai dezinformáció kezelésére, ami jelentős hiányosságnak tekinthető a szabályozási környezetben. Noha a dokumentum IV. fejezete, amely a „Szolgáltatások integritása” témakörrel foglalkozik, elismeri a különböző manipulációs technikák jelentette kihívásokat, nem tesz említést az MI által generált vagy módosított tartalmak egyre növekvő szerepéről a dezinformációs ökoszisztémában. További probléma, hogy a kódex csupán általános megközelítést alkalmaz a manipulatív viselkedéssel szemben ahelyett, hogy célzott intézkedéseket fogalmazna meg az MI-alapú manipulációra.

<sup>47</sup> European Commission: The 2022 Code of Practice on Disinformation, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

A dokumentum VI. fejezete, amely a *Fiókok és hirdetések hitelessége* címet viseli, ugyan előír bizonyos lépéseket a félrevezető tartalmak és fióktevékenységek ellenőrzésére, de nem tartalmaz mechanizmusokat az MI által generált vizuális vagy hangalapú tartalmakra vonatkozóan. Ennek következménye, hogy bár a kódex aláírói vállalják a platformok integritásának védelmét, az MI-vel generált politikai dezinformációk továbbra is ellenőrizetlenül terjedhetnek, különösen az általános hirdetési vagy tartalommoderálási szabályok hatálya alá nem tartozó formában. A kódex ugyan megköveteli az aláíróktól, hogy javítsák a hirdetések és politikai tartalmak átláthatóságát (V. fejezet), de nem tartalmaz előírást arra, hogy az MI által létrehozott vagy módosított tartalmakat egyértelműen meg kellene jelölni a felhasználók számára.

### *Az MI-rendelet*

Az Európai Unió mesterséges intelligenciáról szóló rendeletének<sup>48</sup> célja, hogy átfogó jogi keretet biztosítson a mesterséges intelligencia rendszerek fejlesztésére és alkalmazására az EU-ban. Kockázatalapú megközelítést alkalmaz, amelynek értelmében a mesterségesintelligencia-rendszereket különböző kockázati szintek szerint osztályozza, és ennek megfelelően eltérő kötelezettségeket ír elő. Az MI-rendelet a deepfake technológiát alacsony kockázatú MI-rendszerként kezeli. A rendelet meghatározása szerint deepfake-nek minősül „az MI által generált vagy manipulált kép, audio- vagy videótartalom, amely hasonlít létező személyekre, tárgyakra, helyekre, entitásokra vagy eseményekre, és egy személy számára megtévesztő módon autentikusnak vagy valóságosnak tűnne”.<sup>49</sup> A rendelet előírja, hogy az ilyen tartalmakat létrehozó vagy manipuláló MI-rendszerek felhasználóinak jelezniük kell, hogy az adott kép-, hang- vagy videótartalom mesterségesen generált vagy módosított.<sup>50</sup> Ez a szabályozási megközelítés azonban el-

<sup>48</sup> Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2024/1689 rendelete (2024. június 13.) a mesterséges intelligenciára vonatkozó harmonizált szabályok megállapításáról, valamint a 300/2008/EK, a 167/2013/EU, a 168/2013/EU, az (EU) 2018/858, az (EU) 2018/1139 és az (EU) 2019/2144 rendelet, továbbá a 2014/90/EU, az (EU) 2016/797 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról (MI-rendelet).

<sup>49</sup> MI rendelet, 3. cikk 60. pont.

<sup>50</sup> Uo. 50. cikk (4) bekezdés.

lentmondásos, mivel a deepfake technológia veszélyei tudományos és szakmai körökben jól dokumentáltak, ennek ellenére a jogalkotás csupán minimális átláthatósági követelményeket ír elő a fejlesztők számára, anélkül, hogy alaposabb szabályozási kontrollt alkalmazna e potenciálisan káros technológia felett.<sup>51</sup>

Általánosságban a rendelet 5. cikke tiltja a szubliminális, manipulatív és megtévesztő technikák alkalmazását, ami első ránézésre normatív szinten alkalmasak tűnhet a deepfake típusú dezinformáció jelentős részének visszaszorítására, azonban a manipuláció és megtévesztés fogalmainak jogi értelmezése, valamint a döntéshozatal torzulása és a bekövetkezett kár közötti okozati összefüggés bizonyítása a gyakorlatban jelentős nehézségeket okozhat, különösen a digitális nyilvánosság gyors, fragmentált és gyakran visszakövethetetlen működési logikája mellett. A „jelentős károsodás” vagy annak „észszerű valószínűsége” mint jogi küszöb alkalmazása lehetővé teszi az alapjogok közötti arányos mérlegelést, ugyanakkor a szabályozás tényleges hatékonysága több feltételtől is függ. Bár a sebezhető csoportok védelme különösen indokolt, az e körben megfogalmazott tilalmak érvényesülése is csak akkor várható, ha az MI-rendszerek működése megfelelő technológiai átláthatósággal és hatósági ellenőrizhetőséggel párosul. Mindezek ellenére az MI-rendelet nem foglalkozik kifejezetten a mesterséges intelligenciával előállított félrevezető politikai tartalmak kérdésével; a deepfake jogszerű felhasználásához igazítja a szabályozási rezsimet, miközben a káros tartalmak jelentik a valódi fenyegetést. Véleményem szerint az EU-nak szigorúbb intézkedéseket kellett volna bevezetnie, akár bizonyos deepfake rendszerek tiltásáig is elmenve, hiszen a „korlátozott kockázatú” kategóriába sorolás alábecsüli a technológia valós veszélyeit, ugyanis ha az EU megfelelően mérlegelné a deepfake technológia jelentette veszélyeket, egyes alkalmazási területeket, felhasználási módokat és felhasználói magatartásokat akár az elfogadhatatlan kockázatot jelentő kategóriába is sorolhatott volna, különösen annak fényében, hogy a célzott tiltásra több nemzetközi példa is létezik.<sup>52</sup>

<sup>51</sup> Gosztonyi–Lendvai 2024, 45.

<sup>52</sup> Badinszky 2024, 30.

## Összegzés és további lehetséges szabályozási lépések

Tekintettel arra, hogy a TTPA-rendelet nem tartalmaz kifejezetten a mesterséges intelligencia által generált félrevezető politikai tartalmakra vonatkozó részletes rendelkezéseket, a jövőbeni szabályozási irányok szükségszerűen olyan intézkedések bevezetését tehetik indokolttá, amelyek hatékonyabban képesek kezelni az MI-alapú politikai manipulációból fakadó kockázatokat. Egy lehetséges megoldás a kötelező megjelölési követelmények bevezetése, amelyek előírnák valamennyi, mesterséges intelligencia segítségével módosított vagy generált politikai tartalom egyértelmű figyelmeztető címkével való ellátását, ezáltal biztosítva a választópolgárok számára az adott információ eredetének átláthatóságát. Ezen túlmenően a szabályozás előmozdíthatná független tényellenőrző mechanizmusok létrehozását, amelyek célja az MI-alapú politikai tartalmak hitelességének értékelése, illetve a megtévesztő információk kiszűrése lenne. A platformszolgáltatók számára előírható lenne egy olyan kötelezettség, amelynek értelmében a mesterséges intelligenciával generált politikai reklámokat egy automatizált vagy emberi ellenőrzési rendszernek kellene validálnia, mielőtt elérhetővé válnak a felhasználók számára. Mindemellett kiemelt jelentőséget kaphatna a nemzetközi együttműködés erősítése, különösen azon külső szereplők befolyásának korlátozása érdekében, akik MI-alapú manipulációs technikákat alkalmazva kívánnak beavatkozni az európai demokratikus folyamatokba. Az Európai Uniónak ezért fokozott együttműködést kellene kialakítania nemcsak a nagy technológiai vállalatokkal, hanem más államokkal is annak érdekében, hogy hatékony eszközökkel léphessen fel a harmadik országokból érkező, deepfake technológiával előállított politikai tartalmak terjedése ellen.

Noha a TTPA-rendelet kétségkívül jelentős előrelépés a politikai reklámok átláthatóságának növelése terén, jelenlegi formájában nem biztosít adekvát válaszokat a mesterséges intelligencia által generált félrevezető tartalmak kihívásaira. Mivel az MI-alapú politikai manipuláció technikai kifinomultsága és lehetőségei folyamatosan fejlődnek, a jogalkotónak a jövőben elkerülhetetlenül új, célzott szabályozási eszközöket kell bevezetnie, hogy a demokratikus döntéshozatali folyamatokat ne veszélyeztessék az egyre kifinomultabb szintetikus digitális befolyásolási technikák.

## Irodalom

- Anadi 2024: *Deep Fakes, Deeper Impacts: AI's Role in the 2024 Indian General Election and Beyond*. Global Network on Extremism & Technology. <https://gnet-research.org/2024/09/11/deep-fakes-deeper-impacts-ais-role-in-the-2024-indian-general-election-and-beyond/> (letöltve: 2025. 06. 26.)
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2022/2065 rendelete, 2022. október 19.: A digitális szolgáltatások egységes piacáról és a 2000/31/EK irányelv módosításáról (DSA).
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2024/1689 rendelete, 2024. június 13.: A mesterséges intelligenciára vonatkozó harmonizált szabályok megállapításáról, valamint a 300/2008/EK, a 167/2013/EU, a 168/2013/EU, az (EU) 2018/858, az (EU) 2018/1139 és az (EU) 2019/2144 rendelet, továbbá a 2014/90/EU, az (EU) 2016/797 és az (EU) 2020/1828 irányelv módosításáról (MI-rendelet).
- Az Európai Parlament és a Tanács (EU) 2024/900 rendelete, 2024. március 13.: A politikai reklámtevékenység átláthatóságáról és célzott folytatásáról (TTPA-rendelet).
- Badinszky, Áron 2024: Hamis valóság, valós veszély: deepfake az AI Act-ben. *Közigazgatás-Tudomány*, 2.
- Ben, Hant 2023: The Threat of Artificial Intelligence in a Post-Truth Political Landscape. *Bruin Political Review*, április 7. <https://bruinpoliticalreview.org/articles?post-slug=the-threat-of-artificial-intelligence-in-a-post-truth-political-landscape> (letöltve: 2025. 06. 26.)
- Bond, Shannon 2023: DeSantis campaign shares apparent AI-generated fake images of Trump and Fauci. *Npr.com*, június 8. <https://www.npr.org/2023/06/08/1181097435/desantis-campaign-shares-apparent-ai-generated-fake-images-of-trump-and-fauci> (letöltve: 2025. 06. 26.)
- Cohen, Julie E. 2020: Tailoring Election Regulation: The Platform Is The Frame. *Georgetown Technology Law Review*, 4.
- Gerencsér, Péter 2020: Álcivil taktikák a posztfaktuális politikai kommunikációban. *Létünk*, 4, 57–74.
- Gosztonyi, Gergely – Lendvai, Gergely Ferenc 2023: Deepfake: A Multifaceted Dilemma in Ethics and Law. *Journal of Information Ethics*, 32. évfolyam, 2.
- Gosztonyi, Gergely – Lendvai, Gergely Ferenc 2024: Deepfake és dezinformáció. Mit tehet a jog a mélyhamisítással készített álhírek ellen? *Médiakutató*, 1.
- Helberger, Natali – Dobber, Tom – de Vreese, Claes 2021: Towards Unfair Political Practices Law: Learning lessons from the regulation of unfair commercial practices for online political advertising. *Journal of Intellectual Property, Information Technology and Electronic Commerce Law*, 3, 280.
- Hiltunen, Miikka – Wrigley, Sam 2023: "Why am I seeing this regulation?" Exploring underlying issues from the proposed Political Advertising Regulation. *European Law Review*, 3.
- Infostart–MTI 2024: Érvénytelen a romániai elnökválasztás első fordulója. December 16. <https://infostart.hu/kulfold/2024/12/06/ervenytelen-a-romaniai-elnokvalasztas-elso-forduloja> (letöltve: 2025. 06. 26.)
- Kroeber-Riel, Annette 2024: An update on political advertising in the European Union. *Blog. google*, november 14. <https://blog.google/company-news/inside-google/around-the-globe/google-europe/political-advertising-in-eu/> (letöltve: 2025. 06. 26.)
- Loftus, Alex 2024: EU investigates TikTok over alleged Russian meddling in Romanian vote. *BCC*, december 14. <https://www.bbc.com/news/articles/cm2v13nz202o>

- New York Times 2023: *DeSantis Campaign Uses Apparently Fake Images to Attack Trump on Twitter*. Június 8. <https://www.nytimes.com/2023/06/08/us/politics/desantis-deep-fakes-trump-fauci.html> (letöltve: 2025. 06. 26.)
- Nikiforov, Liubomir 2024: *Transparency in Targeting of Political Advertising: Challenges Remain*. <https://brusselsprivacyhub.com/wp-content/uploads/2024/12/Draft-Transparency-in-Targeting-of-Political-Advertising-Challenges-Remain-LN.pdf> (letöltve: 2025. 06. 26.)
- Papp, János Tamás 2024: Ajánlórendszerek és szűrőbuborékok. In Koltay, András – Szikora, Tamás – Lapsánszky, András (szerk.) *A vadnyugat vége? Tanulmányok az Európai Unió platformszabályozásáról*. Budapest, ORAC Kiadó.
- Pollet, Mathieu – Haeck, Pieter 2024: Commission says disinformation efforts failed to sway EU election. *Politico*, október 15. <https://www.politico.eu/article/commission-says-disinformation-efforts-failed-to-sway-eu-election-vera-jourova/> (letöltve: 2025. 06. 26.)
- Ruchi, Walia – Khushi, Jain 2024: Algorithmic Alchemy: The Transformative Power of AI in Shaping Media. *International Journal for Multidimensional Research Perspectives*, 3, 242.
- Szuverenitásvédelmi Hivatal 2024: *A román választási botrány szuverenitásvédelmi tanulságai*. <https://szuverenitasvedelmihivatal.hu/hirek/a-roman-valasztasi-botranyszuverenitasvedelmi-tanulsagai> (letöltve: 2025. 06. 26.)
- Veszelszki, Ágnes 2021: deepFAKEnews: Az információmanipuláció új módszerei. In Balázs, László (szerk.) *Digitális kommunikáció és tudatosság*. Budapest, Hungarovox.
- Veszelszki, Ágnes 2023: Deepfake: Kételkedés a kételyben. In Aczél, Petra – Veszelszki, Ágnes (szerk.) *Deepfake: a valótlán valóság*. Budapest, Gondolat Kiadó.

## Internetes források

- Európai Bizottság: Új lendület az európai demokrácia számára. [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy\\_hu](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy_hu) (letöltve: 2025. 06. 26.)
- TikTok, <https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-ads-policy-politics-religion-and-culture> (letöltve: 2025. 06. 26.)
- X, <https://business.x.com/en/help/ads-policies/ads-content-policies/political-content> (letöltve: 2025. 06. 26.)
- Európai Bizottság: A Bizottság prioritásai (2019–2024), [https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024\\_hu](https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/priorities-2019-2024_hu) (letöltve: 2025. 06. 26.)
- European Commission: The 2022 Code of Practice on Disinformation, <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation> (letöltve: 2025. 06. 26.)
- TikTok, <https://newsroom.tiktok.com/en-eu/continuing-to-protect-the-integrity-of-tiktok-during-romanian-elections> (letöltve: 2025. 06. 26.)
- Merriam-Webster, <https://www.merriam-webster.com/dictionary/deepfake> (letöltve: 2025. 06. 26.)

