

Informačné (filtračné) bubliny a ďalšie faktory podporujúce dezinformácie a manipuláciu

Marcin Wilkowski

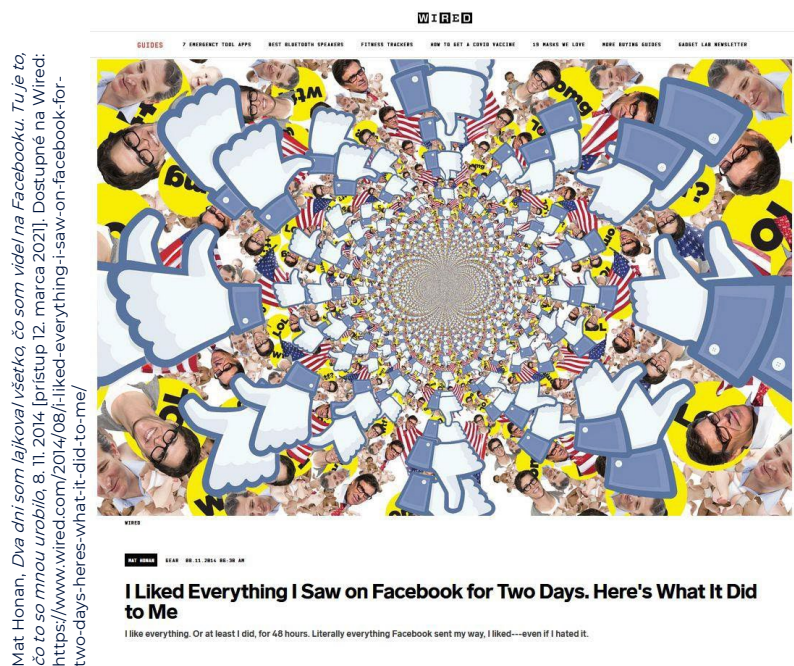
Informačné bubliny nemusia byť nástrojom zámernej propagandy a spôsob ich fungovania ukazuje, že naše predstavy o minulosti formuje nielen škola a popkultúra, ale aj softvér.

Niekedy metódy a nástroje určené na riešenie konkrétnych problémov spôsobujú iné problémy. V roku 1895 Wilhelm Röntgen publikoval vlastnú štúdiu o novom type žiarenia, ktoré bolo neskôr opísané pod jeho menom. O šesť rokov neskôr sa už Röntgen stal nositeľom Nobelovej ceny a o téme röntgenových lúčov a možnosti presvecovania ľudského tela sa začalo široko diskutovať. A to nielen v lekárskejších kruhoch, pretože röntgenové generátory sa začali používať na platených živých vystúpeniach, kde sa robili röntgenové snímky na pamiatku, a žiarenie sa používalo dokonca aj na depiláciu. Trvalo istý čas, kým sa začali skúmať jeho negatívne účinky na telesné tkanivá, a dnes sa röntgenové žiarenie používa veľmi šetrne a s mnohými bezpečnostnými opatreniami. Zatiaľ čo posúdenie účinkov neopatrného zaobchádzania je založené na pozorovaní fyzických zmien v tele (vtedy ľahko zistíme, že niečo nie je v poriadku), v prípade softvéru to nie je také jednoduché.

Neviditeľný sprostredkovateľ

Kniha amerického novinára a aktivistu Eliho Pariseru *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You* („Filtročná bublina: Čo pred vami skrýva internet“) bola uverejnená v máji 2011, keď Facebook používalo už takmer 750 miliónov používateľov. Na jednej z konferencií Pariser ilustroval efekt filtračnej bubliny opísaný v knihe na príklade Facebooku. Medzi jeho priateľmi bolo veľa ľudí s konzervatívnymi a pravicovými názormi, ktoré boli vzdialené od jeho vlastných politických preferencií. Ako sám povedal, nechcel sa uzavrieť pred hlasmi ľudí „na druhej strane“, ale chcel si všimnúť vstupy a súvislosti, ktoré by nemuseli byť v súlade s jeho hodnotením reality.

V istom momente sa však tento obsah stával čoraz menej viditeľným a nakoniec bolo pre neho ťažké nájsť názory svojich pravicových priateľov bez špeciálneho vyhľadávania. Zaujímavejšie je, že Pariser nezmenil žiadne nastavenia svojho účtu ani neodstránil týchto ľudí z priateľov. Filtre sa automaticky aktualizovali bez toho, aby poskytovali informácie o zmenách. Algoritmus Facebooku zohľadnil skutočnosť, že Pariser ako používateľ klikal na tie odkazy uverejnené na stránke, ktoré viedli predovšetkým k obsahu, ktorý bol v súlade s jeho vlastnými politickými preferenciami. Následne začal obmedzovať viditeľnosť tých, na ktoré reagoval menej. Koniec koncov, Facebook ako sociálna sieť a obchodný model je založený na reakciách, ktoré tvoria hlavnú ponuku služby a dobre sa predávajú inzerentom.



Článok Mata Honana s názvom „Dva dni som lajkovať všetko, čo som videl na Facebooku. Tu je to, čo to so mnou urobilo“, kde autor opisuje experiment, ktorému sa sám podrobil.

O niekoľko rokov neskôr sa novinár z časopisu Wired rozhodol vykonať test: počas dvoch dní „lajkovať“ všetok obsah, ktorý mu Facebook zobrazil, aj keď bol odpudzujúci alebo radikálne v rozpore s jeho názorom. Výsledkom bolo, že príspevky jeho priateľov už neboli viditeľné a v kanáli dominovali texty z portálov a obsah uverejnený na účtoch známych značiek. Nedalo sa to čítať: už ho nič nezaujímalo.

Tieto dva príklady dokonale ilustrujú problém s filtračnou bublinou, ktorá je dôsledkom filtračných algoritmov.

Na jednej strane filtre, ktoré fungujú nepozorovane, obmedzujú obsah, ktorý sledujeme, na ten, ktorý je v súlade s našimi úzko chápanými preferenciami. Na druhej strane by absencia takýchto filtrov znemožnila používanie mnohých služieb.

Kľúčovým bodom je, že samotné algoritmy nehodnotia informácie tak, ako ich hodnotíme my. Bublínový efekt, o ktorom hovoril Pariser, nebol na Facebooku navrhnutý zámerne, vznikol náhodne. To, samozrejme, neznamená, že neboli zavedené predpoklady, ktoré k tejto situácii prispeli. „Veverička umierajúca pred vašim domom môže byť práve teraz pre vaše záujmy relevantnejšia ako ľudia umierajúci v Afrike,“ údajne povedal tvorca Facebooku Mark Zuckerberg. Filtre Facebooku uprednostňujú informácie blízke vašim preferenciám vyjadreným tisíckami kliknutí, komentárov a iných aktivít, a to aj na stránkach mimo služby. Google funguje podobne – algoritmus, ktorý poskytuje výsledky vyhľadávania, zohľadňuje viac ako 50 rôznych faktorov vrátane polohy používateľa, používaného počítača, predchádzajúcich vyhľadávaní a nákupov v internetových obchodoch. Takáto situácia nemusí byť výsledkom zlovestnej potreby kontroly informácií a cenzúry, ale skôr výsledkom predpokladu: efektívnosť je dôležitejšia ako otvorenosť.

Existuje príliš veľa informácií na to, aby ste si mohli všetko prečítať a sami sa rozhodnúť, čo je hodnotné.

Treba dodať, že v roku 2015 Pariserove teórie oslabil veľký prieskum medzi používateľmi Facebooku, na ktorom sa zúčastnilo viac ako 10 miliónov ľudí (obyvatelov USA). Správa uverejnená v časopise Science uvádza, že nielen filtračné algoritmy, ale predovšetkým homogenita skupiny priateľov na Facebooku najviac ovplyvňuje viditeľnosť obsahu, ktorý nemusí byť v súlade s našimi preferenciami (cross-cutting content).



Obálka prvého vydania knihy *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You* („Filtročná bublina: Čo pred vami skrýva internet“) od Eliho Parisera (Penguin Press, New York, 2011).



Obálka *Filtročnej bubliny: Čo pred vami skrýva internet* od Eliho Parisera, 2011 [prístup 9. apríla 2021]. Dostupné na Amazoni: https://www.amazon.com/Filter-Bubble-What-Internet-Hiding/dp/B94203008/ref=tmm_hrd_swatch_07_encoding=UTF8&qid=&sr=

Štúdiá ukázala aj zaujímavé odhady – približne 20 percent priateľov priemerného používateľa Facebooku tvoria ľudia s opačnými politickými názormi, ale autori štúdie analyzovali tento trend len v opozícii liberálnych a konzervatívnych názorov, čo je charakteristické pre politickú realitu USA. Účinok filtročnej bubliny mal byť tiež oveľa menší, ako tvrdil Pariser – algoritmy skryli 6 až 8 percent obsahu, ktorý nebol v súlade s politickými preferenciami.

Historická informačná bublina

Profilovanie nemusí byť zlé – hudobné a filmové streamovacie služby predávajú nielen prístup k veľkej databáze diel, ale aj odporúčacie mechanizmy, ktoré nám umožňujú túto zbierku lepšie využívať. Problém nastáva, keď nás filtrovanie odrezáva od potrebných informácií a skrýva spôsob, akým formuje naše vedomosti. Počas volebných kampaní môže filtrovanie ovplyvniť rozhodnutia voličov, pretože im znemožňuje prístup k neznámym a alternatívnym kandidátom a názorom a môže posilniť nepravdivé informácie. Môže tiež posilniť protivedecké postoje, napríklad uprednostňovaním obsahu, ktorý podceňuje nebezpečenstvo epidémie, a zároveň blokovaním informácií z lekárskejších a štátnych zdrojov. Podobný proces môže prebiehať aj v súvislosti s históriou – ako si predstavujeme minulosť a ako ju chápeme.

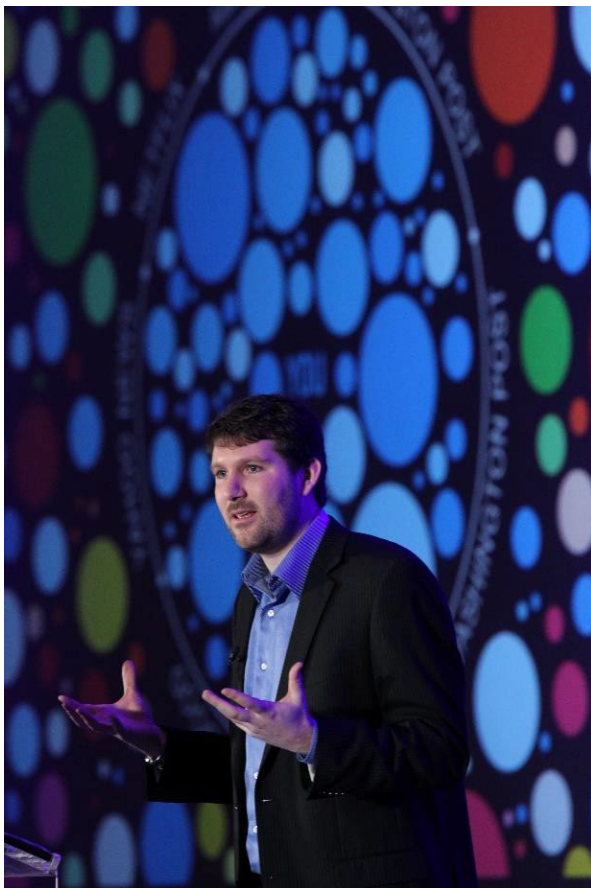
Filtračná bublina nielenže premieňa naše preferencie na skutočnosť, ale zároveň obmedzuje budúci výber.

Je veľmi jednoduché uviesť príklady takýchto mechanizmov. Používateľ navštívi webovú stránku YouTube a do vyhľadávača zadá kľúčové slová „druhá svetová vojna“. Keďže pred niekoľkými týždňami hľadal na Googli niečo o nemeckých tankoch, algoritmus mu ponúka filmy o obrnených vozidlách, o stratégii, taktike a vojne. Na YouTube je množstvo filmov dokumentujúcich každodenný život v okupovaných krajinách, vojnové zločiny a politické dejiny tohto obdobia, ale navrhované materiály budú zahŕňať predovšetkým tie, ktoré sa týkajú militárií, bez akýchkoľvek upozornení na to, že obsah je len zásterkou politickej propagandy alebo podkopáva historické fakty. Odhaduje sa, že algoritmus v službe YouTube je zodpovedný za 70 percent času, ktorý používatelia strávia na tejto stránke. Nie bezdôvodne je obviňovaná z uprednostňovania videí so senzačnými zábermi vybraných tém a konšpiračných teórií, pretože jej hlavným cieľom je udržať používateľa na stránke; navrhované videá musia byť čo najatraktívnejšie a najzaujímavejšie v tom najhoršom zmysle slova. Tristan Harris, ktorý kedysi pracoval v spoločnosti Google na etike algoritmov, rozdeľuje ponuku YouTube na dve časti. Prvá (pokojná časť) obsahuje zábavné videá, televízne materiály, vzdelávacie nahrávky a obsah pre deti. Druhú časť, ktorá obsahuje konšpiračný obsah a nenávistné prejavy, opisuje ako „crazytown“ – odporúčací algoritmus uprednostňuje túto časť na základe predchádzajúcich výberov používateľa. Niekedy sa zaujímate len o zábavu a zaujímavosti, inokedy chceme zdrojový materiál, aby sme si rozšírili vedomosti o danej téme; odporúčací systém YouTube nie je schopný zohľadniť tento rozdiel.

Filtračné algoritmy je ťažké obviňovať z úmyselnej manipulácie, ale to neznamená, že sa nedajú použiť na zámerné zavádzanie a šírenie historickej propagandy, čo môže byť tiež nástrojom na ovplyvňovanie volebných rozhodnutí.

V Spojených štátoch sa v roku 2016 využili údaje viac ako 80 miliónov používateľov Facebooku na vytvorenie osobných a politických profilov a na lepšie riadenie politického posolstva – informácie zozbierané od roku 2013 boli sprístupnené štábom Donalda Trumpa a Teda Cruza. Algoritmus profilovania využíval údaje z prieskumov, ktoré používatelia dobrovoľne poskytli v rámci aplikácie Facebook, ako aj údaje, ktoré Facebook zhromaždil okrem iného o kliknutiach, komentároch, geografickej polohe používateľa a zobrazených stránkach. Použitý model dokázal rozpoznať politické preferencie používateľa s 85-percentnou presnosťou, aj keď sa používateľ explicitne nevyjadril. Kauza Cambridge Analytica ukázala, aké dôležité môžu byť aj tie najbanálnejšie aktivity v sociálnych médiách. „Lajkovanie“ konkrétnych stránok (vrátane stránok venovaných historickým témam) môže byť profilovacími algoritmami korelované s konkrétnymi politickými názormi – takto vyprofilovaní používatelia sa stávajú potenciálnymi príjemcami cieľenej reklamy a manipulatívnych akcií.

Seminár nadácie Knight Foundation o mediálnom vzdelávaní, Miami, Florida, 2012 [prístup 9. apríla 2021].
Dostupné na Wikipédii, slobodnej encyklopédii:
https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Eli_Pariser...author_of_The_Filter_Bubble_-_Flickr_-_Knight_Foundation.jpg



Eli Pariser – aktivista, spisovateľ a autor termínu „filtročná bublina“ na pozadí grafu ilustrujúceho ním vytvorenú frázu, 2012.

V súčasnosti sa zvyšuje spoločenský a verejný tlak na veľké online platformy, aby lepšie prispôbili svoje filtračné algoritmy a zvýšili transparentnosť svojich rozhodnutí. Obavy o stav demokracie a šírenie konšpiračných teórií a teroristického obsahu však sprevádzajú otázky o slobode prejavu a subjektivite používateľov týchto stránok – ak nie slepé algoritmy, tak kto by mal rozhodovať o tom, aký obsah tam uvidíme? Keďže sa softvér stal takým dôležitým sprostredkovateľom v našom spoločenskom živote a pri získavaní poznatkov o svete, mechanizmy jeho fungovania by mali zostať pod primeranou verejnou kontrolou. Každý z nás však môže dbať na to, aby sa neponoril do filtračnej bubliny – je nevyhnutné chrániť si na internete vlastné súkromie, používať prehliadače, ktoré blokujú sledovacie skripty používateľov, a vyhľadávače, ktoré ignorujú profilovanie. Predovšetkým **je však dôležité, aby ste si udržiavali odstup od informácií nájdených na internete, a oplatí sa dvakrát zvážiť, než ich posuniete ďalej. Predpokladajme, že každá naša voľba online je sledovaná a ovplyvňuje to, čo uvidíme neskôr.**

Preklad: Ústav pamäti národa (ÚPN)