

Bańki filtrujące – zagrożenie czy mrzonka

Często podczas dyskusji z ludźmi o odmiennych poglądach zauważa się, że argumenty, którymi dwie strony posługują się nie były wcześniej znane ich przeciwnikom. Może wynikać to z niewiedzy drugiej strony lub zwykłego przypadku. Czasami jednak powodem takiej sytuacji jest umiejscowienie dyskutantów w różnych bańkach filtrujących.

Bańki filtrujące (bańki informacyjne, ang. *filter bubble*) są pojęciem stworzonym przez Eliego Parisera w jego dwóch książkach. Tworzą się one, gdy algorytmy platform internetowych z wielu treści wybierają tylko te, które wpasowują się w poglądy użytkownika. Powoduje to izolację od opinii drugiej strony polityczno-społecznej barykady. **Bańki filtrujące są zjawiskiem bardzo niebezpiecznym, ich obecność (której łatwo można uniknąć) powoduje radykalizację poglądów politycznych i ma inne negatywne skutki.**

Wydarzenia z życia politycznego

Wielu wydarzeń z życia politycznego nie można wyjaśnić bez zakładania istnienia baniek informacyjnych. Przykładowo, wygrana Donalda Trumpa w wyborach prezydenckich w USA była dla wielu jego przeciwników niespodzianką. Było tak, ponieważ byli oni odizolowani od osób go popierających – w Internecie widzieli tylko treści zgodne ze swoimi poglądami, prezentowanie im przez media społecznościowe i wyszukiwarki – znajdowali się w bańce filtrującej, której istnienia nie byli świadomi.^{1 2}

W podobnej sytuacji znaleźli się Brytyjczycy popierający pozostanie w Unii Europejskiej.³ Dużą część osób popierających Brexit stanowili ludzie starsi, nie tak aktywni w Internecie. Opinie tych osób były przez to mniej widoczne. „Demokracja wymaga, żeby

¹ Drake Baer, “The ‘Filter Bubble’ Explains Why Trump Won and You Didn’t See It Coming”, the Cut, 2016

² “How Filter Bubbles Distort Reality: Everything You Need to Know”, Farnam Street, 2017

³ Tamże

obywatele widzieli sprawy z wzajemnych punktów widzenia, ale zamiast tego jesteśmy coraz bardziej zamknięci we własnych bańkach” – pisze Pariser.⁴

Niewielki wpływ baniek

Z drugiej strony, wiele eksperymentów przeprowadzonych niezależnie wykazało, że wpływ baniek jest niewielki i pomijalny. Między innymi Jacob Weisberg przeprowadził eksperyment, do którego włączył pięciu współpracowników o różnych poglądach. Czterech z nich otrzymało bardzo podobne wyniki wyszukiwania, pomimo różnic ideologicznych. Podobny eksperyment przeprowadził Paul Boutin. Jego uczestnicy również, bez względu na różnice w historii wyszukiwania, otrzymywali zbliżone wyniki.⁵

Niestety, eksperymenty te nie są wiarygodne. Doświadczenia samego Parisera, autora pojęcia *bańka informacyjna*, zakończyły się skrajnie innym rezultatem – w jednym z nich osoby wyszukujące frazę „BP” otrzymały różne wyniki: jedne mówiące o akcjach przedsiębiorstwa, a inne o wycieku ropy spowodowanym przez eksploatowaną przez BP platformę wiertniczą.⁶

Wszystkie te eksperymenty nie zostały przeprowadzone zgodnie z metodą naukową – między innymi miały niewystarczające próby badawcze i nie były przeprowadzone w rygorze podwójnej ślepej próby. Mogą służyć co najwyżej za ilustrację tezy (jak u Parisera), ale w żadnym wypadku nie powinny stanowić argumentu krytykującego jego pracę.

Potrzeba wprowadzenia filtracji za pomocą algorytmów

Po drugie, wprowadzenie algorytmicznej filtracji było potrzebne i wykonane na prośbę użytkowników. Na przykład, korzystającym z serwisu Facebook nie podobało się, że widzą

⁴ Eli Pariser, „The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think”, wyd. Penguin Random House USA, 2012 (cyt. w tłumaczeniu autora)

⁵ „Filter bubble”, Wikipedia, dostęp 31.12.2019

⁶ „The Filter Bubble”, The Atlantic, 2010

treści umieszczone w serwisie przez osoby na swojej liście znajomych, które jednak znają w niewielkim stopniu. Osoby tworzące oryginalne oprogramowanie nie przewidziały, że normą stanie się posiadanie nawet 300 znajomych, przez co wprowadzenie filtracji treści stało się nieuniknione⁷ – w innym przypadku konsumenci byliby zasypani nieinteresującymi informacjami i stracili zaangażowanie.

Dodać należy, że filtracja pomaga również konsumentom w znajdowaniu odpowiednich produktów. Przykładowo, osoba lubiąca buty konkretnej marki, wyszukując frazę „buty”, chce zobaczyć głównie produkty tej marki, zignoruje wtedy resztę produktów. Dzięki filtrowaniu, taka osoba będzie bardziej usatysfakcjonowana działaniem wyszukiwarki, która niżej na liście umieści wyniki potencjalnie nieinteresujące dla wyszukującego, jednocześnie całkowicie ich nie ukrywając.

Nieprawdą jednak jest, że wprowadzenie zautomatyzowanych filtrów było koniecznością, a sama filtracja jest możliwa do uniknięcia. Rozwiązanie wspomnianego wcześniej problemu zbyt dużej liczby postów w mediach społecznościowych jest trywialne i zostało już częściowo wprowadzone w życie. Chodzi o funkcjonalność nazwaną „obserwuj”/”przestań obserwować” – jest to przycisk, który pozwala na świadome ukrycie tego, co dana osoba umieszcza w medium społecznościowym lub odwrócenie tej czynności bez usuwania jej z listy znajomych. Aktualnie, ta funkcja współlistnieje z filtrowaniem wyświetlanych treści, ale można wyobrazić sobie sytuacje, w których mogła by je całkowicie zastąpić, szczególnie, jeśli użytkownicy serwisów zostaną odpowiednio wyedukowani na temat istnienia baniek informacyjnych.

Idąc dalej, większość gigantów technologicznych wprowadziła możliwość wyłączenia filtracji, pokazując, że nie jest to niemożliwe do wykonania. Należą do nich Google, Facebook, Twitter. Mimo, że kilka serwisów ciągle nie przewiduje jej wyłączenia (wśród nich

⁷ Justin Pot, „Why The Chronological Facebook Feed is Never Coming Back”, How-To Geek, 2018

jest między innymi Instagram), powinniśmy spodziewać się zmiany tej polityki w najbliższej przyszłości, z powodu niezadowolenia użytkowników z obecnego stanu rzeczy.

Znaczenie efektu potwierdzenia

Po trzecie, powiedzieć można, że efekt potwierdzenia sprawi, że większość osób ze zróżnicowanego przekazu wybierze tylko informacje odpowiadające ich poglądom. Efekt potwierdzenia (ang. *confirmation bias*) to błąd poznawczy, który polega na tendencji do akceptowania informacji zgodnych z wcześniejszymi założeniami i poglądami, niezależnie od ich prawdziwości.

Istnieje eksperyment naukowy przeprowadzony na Uniwersytecie Stanforda, którego część polegała na poproszeniu badanych o sformułowanie swojej opinii na tematy kontroli dostępu do broni i akcji afirmatywnej (wyrównania szans dla osób wcześniej dyskryminowanych). Pomimo wyraźnego polecenia eksperymentatorów, aby używać jak najbardziej obiektywnych źródeł, badani i tak wybierali opracowania zgodne z ich poglądami na dany temat, często całkowicie ignorując prace pochodzące od zwolenników drugiej strony.⁸

Dodając do powyższego, amerykański psycholog, Peter Wason, przeprowadził eksperyment, w którym badani, po podaniu przykładowej trójki liczb (2, 4, 6), mieli odgadnąć regułę rządzącą akceptacją następnych trójek liczb. Mogli wymyślać kolejne trójki i dowiadywali się natychmiast, czy są one poprawne. Zasadą do zaakceptowania było podanie dowolnej rosnącej sekwencji. Odgadnięcie tej reguły sprawiało badanym duże problemy. Według Wasona, źródłem problemów była tendencja badanych do szukania potwierdzenia swojej tezy, a nie zaprzeczania jej, nazwana przez niego efektem potwierdzenia. Jego ustalenia można ekstrapolować na inne dziedziny życia, w tym dostęp do informacji i akcje użytkowników mediów społecznościowych. Na podstawie obu

⁸ Taber, Lodge, „Motivated Skepticism in the Evaluation of Political Beliefs”, American Journal of Political Science, 2006

wymienionych badań, stwierdzić można, że nawet po usunięciu algorytmów filtrujących treści z Internetu, podobne systemy pozostaną nienaruszone w ludzkich głowach.⁹

Powyższe rozumowanie, pomimo swojej częściowej prawdziwości, nie przedstawia wszystkich faktów. W ostatnich czasach pojawiło się wiele materiałów pomocnych w walce z błędami poznawczymi i izolacją w bańkach filtrujących, zarówno w języku polskim, jak i angielskim. Ich przykładami są: książka „Sztuka jasnego myślenia, czyli 52 błędy poznawcze, które lepiej nich popełniają inni” autorstwa Rolfa Dobelli, "Krótki film o prawdzie i fałszu" SciFuna, który uzyskał już 2,5 miliona wyświetleń w serwisie YouTube, a nawet książki samego Eliego Parisera. Popularyzacja tego typu materiałów przyczynia się do zwiększenia świadomości ich odbiorców, tym samym czyniąc ich mniej podatnymi na działanie błędów poznawczych.

Same eksperymenty potwierdzające występowanie wymienionych błędów są często krytykowane. Przykładowo, Joshua Klayman i Young-Won Ha skrytykowali eksperyment Wasona. Stwierdzili oni, że nie pokazuje on efektu potwierdzenia. Zamiast tego, prezentuje według nich ogólną ludzką tendencję do szukania skomplikowanych rozwiązań i niedostrzegania tych najprostszych.¹⁰

Pozorne bańki filtrujące

Po czwarte, często istnienie bańki informacyjnej okazuje się tylko pozorne po przeprowadzeniu dogłębnych badań. Zwolennicy amerykańskich partii politycznych proszeni o wymienienie mediów, z których czerpią informacje, znacznie zawyżali liczbę tych, które sympatyzowały z ich partią. Gdy śledzono ich rzeczywistą konsumpcję treści, okazało się, że

⁹ Peter Wason, „On the failure to eliminate hypotheses in a conceptual task”, Quarterly Journal of Experimental Psychology, 1980

¹⁰ Klayman, Ha, „Confirmation, Disconfirmation and Information in Hypothesis Testing”, Psychological Review, 1987

albo ogólnie nie konsumowali tylu treści o zabarwieniu politycznym, albo korzystali ze znacznie szerszej od wcześniej wskazanej selekcji źródeł.¹¹

Ponadto, gdy badano różnice w wynikach wyszukiwania w Google, okazało się, że rezultaty były różne nie tylko podczas normalnego wyszukiwania, ale też w „trybie prywatnym” przeglądarki. Później wykazano, że podobne różnice występują nawet w wyszukiwarce DuckDuckGo, która jest popularną alternatywą dla Google, reklamowaną jako nieśledzącą użytkowników. Można więc wyciągnąć wniosek, że różnice wyników wyszukiwań są w dużej części wynikiem przypadku.¹²

Pomimo tego, nie należy lekceważyć baniek informacyjnych, których istnienie nie jest tylko pozorne. Rozpowszechnianie tak zwanych *fake news* - celowo tworzonych fałszywych wiadomości - jest znacznie łatwiejsze dzięki już istniejącym bańkom. Dzięki istnieniu baniek, użytkownicy o odmiennych poglądach, nie znajdujący się w sidłach efektu potwierdzenia, nie są w stanie zdementować plotek lub rozpowszechniać chłodnego podejścia do nich.

Podsumowanie

W świetle powyższych argumentów można dojść do jednego wniosku: bańki informacyjne są zjawiskiem niebezpiecznym. Należy zgodzić się z Pariserem w stwierdzeniu, że są one zagrożeniem dla demokracji,¹³ ponieważ powodują powstawanie niepotrzebnych podziałów polityczno-społecznych. Bańki informacyjne, mimo że bardzo częste, nie są jednak wszechobecne, a z odpowiednim przygotowaniem merytorycznym można skutecznie z nimi walczyć. ■ AK

Bibliografia

1. Catalina Albeanu, „Bursting the filter bubble after the US election: Is the media doomed to fail?”, *journalism.co.uk*, 2016

¹¹ Laura Hazard Owen, „Few people are actually trapped in filter bubbles. Why do they like to say that they are?”, *NiemanLab*, 2018

¹² Tamże

¹³ Eli Pariser, „The Filter Bubble [...]”, dz. cyt.

2. Drake Baer, "The 'Filter Bubble' Explains Why Trump Won and You Didn't See It Coming", the Cut, 2016
3. Paul Boutin, "Your Results May Vary", The Wall Street Journal, 2011
4. „Filter bubble”, Wikipedia, dostęp 31.12.2019
5. "How Filter Bubbles Distort Reality: Everything You Need to Know", Farnam Street, 2017
6. Klayman, Ha, „Confirmation, Disconfirmation and Information in Hypothesis Testing”, Psychological Review, 1987
7. Laura Hazard Owen, „Few people are actually trapped in filter bubbles. Why do they like to say that they are?”, NiemanLab, 2018
8. Eli Pariser, „The Filter Bubble: How the New Personalized Web Is Changing What We Read and How We Think”, wyd. Penguin Random House USA, 2012
9. Taber, Lodge, „Motivated Skepticism in the Evaluation of Political Beliefs”, American Journal Peter Wason, „On the failure to eliminate hypotheses in a conceptual task”, Quarterly Journal of Experimental Psychology, 1980
10. „The Filter Bubble”, The Atlantic, 2010
11. Justin Pot, „Why The Chronological Facebook Feed is Never Coming Back”, How-To Geek, 2018