

Dejan Savić

Etični pomisleki o filtriranju vsebin na družbenih omrežjih

Družbena omrežja so postala tako vplivna, da oblikujejo razmišljanje prebivalstva o družbenih in političnih vprašanjih. S pomočjo oglaševanja in narave njihovega delovanja lahko prispevajo k volilnim izidom držav z dolgo demokratično tradicijo, kot smo videli v primeru *Brexita* in pri zadnjih volitvah ameriškega predsednika (2016). Osrednja skrb pričujočega besedila je orisati etično sporne vidike delovanja družbenih omrežij, ki lahko vodijo v oviranje delovanja sodobne demokracije. V besedilu bodo orisani nekateri etično sporni vidiki njihovega delovanja, ki velikemu delu prebivalstva mnogih demokratičnih držav soustvarjajo in ohranjajo sistem dostopanja do informacij in svetovno nazorskih prepričanj. Sporne metode delovanja družbenih omrežij ustvarjajo pogoje za politično manipulacijo volivk in volivcev; pogosto zaradi nepreglednosti onemogočajo demokratični nadzor nad političnimi kampanjami in sredstvi, ki se uporabljajo za prepričevanje volivcev; spodbujajo širitev »lažnih novic« in krepijo drobljenje družb in polarizacijo družbenih skupin, zaradi česar je oviran politični proces reševanja pomembnih družbenih in političnih vprašanj. Soočenje z omenjenimi – proti-demokratičnimi – pojavi zahteva samoregulacijo družbenih omrežij, morda pa tudi spremembe zakonske regulacije njihovega delovanja.

Glavne besede: družbena omrežja, internetna etika, spletni algoritmi, etika tehnologij, politična filozofija

Predgovor

Pričujoče besedilo je za filozofsko razpravo nenavadno gosto prežeto z vsebinami iz konkretnega empiričnega sveta. Izhajajoč iz prepričanja, da bi lahko prihodnje posledice nespremenjenega delovanja *družbenih omrežij* (odslej SDO)¹ imele odločilne posledice na sodobne demokratične družbe, jih je potrebno pozorno spremljati iz vidika (uporabne) etike in politične filozofije in s tem prispevati k obvarovanju ključnih demokratičnih institucij pred novimi oblikami zlorab, ki se

¹ SDO, tj. storitve družbenih omrežij, je izraz, ki ga *Stanford Encyclopedia of Philosophy* uporablja za družbena omrežja. SDO je neposredni prevod angleške kratice *SNS*, ki je okrajšava za *social network services* (Vallor, 2016).

pojavljaajo na družbenih omrežjih. Predpogoj dobrega razumevanja filozofskih problemov, ki se odpirajo na področju etike interneta in družbenih omrežij, zahteva pravilno razumevanje materije – družbenih omrežij, orodij, ki so upravljavcem SDO na voljo za oblikovanje stvarnosti družbenih omrežij in zlorab do katerih prihaja v okviru SDO. Za tako razumevanje pa se je potrebno opreti na empirične dokaze o njihovem dejanskem delovanju. Kot podarja Shannon Vallor (2016) so etični pomisleki na področju etike družbenih omrežij vse prej kot »akademski«, zato si niti filozofi niti širša skupnost ljudi ne morejo privoščiti razkošja obravnave teh vprašanj kot zgolj akademskih.

Uvod

Družbena omrežja (SDO) in druge aplikacije pametnih telefonov pomembno zaznamujejo sodobne družbene okoliščine in vplivajo na celo vrsto odnosov med ljudmi. SDO lahko na primer zaznamujejo politične preference prebivalstva in vplivajo na politično stvarnost (Madrigal, 2017). Če se je nekoč kazalo, da je ta vpliv le pozitiven in krepi demokratične težnje prebivalstva, se v zadnjih letih kaže, da imajo lahko socialna omrežja tudi negativen vpliv in lahko ogrožajo demokratično družbeno ureditev.

Shannon Vallor poudarja, da družbena omrežja, kot so Facebook, MySpace, Twitter in YouTube, preoblikujejo družabno in politično delovanje posameznikov in institucij po vsem svetu in njihov dostop do informacij. Tovrstne spremembe kličejo pa odzivu filozofov in etikov, ki se ukvarjajo s tehnologijo in uporabno etiko. Družbena omrežja namreč vplivajo na to, kako ljudje »vzpostavljajo in/ali vzdržujejo praktično vse tipe etično pomembnih družbenih vezi in vlog: prijatelj-prijatelj, starš-otrok, sodelavec-sodelavec, delodajalec-zaposleni, učitelj-študent, sosed-sosed, prodajalec-kupec in zdravnik-pacient« (Vallor, 2016).

V zadnjih letih se kaže, da družbena omrežja bistveno določajo tudi odnos posameznikov do družbeno političnih vprašanj. Obstajajo utemeljeni pomisleki, da nekatera družbena omrežja v imenu maksimiranja oglaševalskega zaslužka uporabljajo sporne metode za prepoznavanje in preoblikovanje posameznikovih družbenih in političnih preferenc.

1. Politične manipulacije v okviru SDO

SDO so postala tako vplivna, da oblikujejo način razmišljanja prebivalstva in lahko prispevajo k volilnim izidom držav z dolgo demokratično tradicijo. Jamie Doward in Alice Gibbs poudarjata, da so v času Brexita in ameriških predsedniških volitev v letu 2016 uporabljali sporne storitve profiliranja uporabnikov (Doward in Gibbs, 2017). Podjetje Cambridge Analytica, ki je sodelovalo v obeh kampanjah, na svoji spletni strani na ameriškem primeru pojasnjuje svoje delova-

nje: »Zberemo do 5000 podatkovnih točk o več kot 220 milijonih Američanov in uporabimo več kot 100 podatkovnih spremenljivk za modeliranje ciljnih skupin in za predvidevanje vedenja podobno mislečih ljudi« (Doward in Gibbs, 2017). Predstavnik omenjenega podjetja Alexander Nix je dejal, da je podjetje »uspešno zelo uspešno okrepiti kampanjo *Leave.EU* na družabnih omrežjih z zagotavljanjem, da na spletu prava sporočila dosega prave volivce« (Nix, 2016).

Alexis C. Madrigal (2017) opozarja, da Facebook kot eno najbolj popularnih SDO (ima več kot 1,6 milijarde uporabnikov po svetu), uporablja sporne algoritme, ki Facebookovim oglaševalcem omogočajo uporabo nepreglednih prijemov za oblikovanje političnih preferenc Facebookovih uporabnikov. Isto družbeno omrežje naj bi v predsedniški kampanji Donalda Trumpa omogočalo vnaprej profilirane posameznike (mlade izobražence, ženske in temnopolte) odvrčati od udeležbe na volitvah. Profilirane skupine naj bi namreč v primeru oddaje svojega glasu, le tega namenile Trumpovi politični nasprotnici (Madrigal, 2017). Glavno Facebookovo orodje za poosebljenje uporabniške izkušnje je News Feed,² ki s pomočjo algoritmov ustvarja vsakemu uporabniku posebej prilagojeni digitalni svet novic in drugih objav. Madrigal delovanje NewsFeed-a pojasnjuje takole:

Všečkaj stran, prejmi več objav všečkane strani; všečkaj zgodbo, prejmi več takih zgodb; izmenjaj komunikacijo z osebo, prejmi več novosti od te osebe. Facebook določa pojavnost novic na posameznikovem News Feedu tako, da daje v ospredje zgodbe, za katere obstaja večja verjetnost, da jim bo uporabnik všečkal, komentiral ali delil. Pri tem so delitve novic vredne več kot komentiranje novic, oboje pa je vredno več kot všečkanje, v splošnem pa velja, da večja kot je verjetnost, da se bo uporabnik angažiral z objavo, višje v News Feedu se bo zgodba pojavila. (Madrigal, 2017)

Tovrstno delovanje Facebookovih algoritmov je posledica dolgoletnega učenja in evolucije tega socialnega omrežja. Osnovna gonilo razvoja podjetja Facebook je bilo povečevanje časa, ki ga uporabniki preživijo na tem omrežju, ohranjanje pozornosti uporabnikov za vsebine, ki se tam pojavljajo, in izgradnja ugodne uporabniške izkušnje, ki bo vodila k pogostemu obiskovanju Facebooka. Razpolaganje s časom uporabnikov in podatki, ki kažejo, kaj je tem uporabnikom všeč, ustvari uspešno kombinacijo za oglaševalce. Oglaševanje je namreč glavni vir dohodka tega družbenega omrežja. Podjetje uživa zelo veliko zaupanje vlagateljev, kar se odraža v njegovi tržni vrednosti, ki je v začetku novembra 2017 znašala 520 milijard ameriških dolarjev in je bila štiri krat večja kot leta 2013. Vrednost podjetja Facebook je približno osem krat večja od vrednosti največjega ameriškega proizvajalca avtomobilov *General Motors* (60 milijard ameriških dolarjev). (»Facebook Market Cap (FB)«, 2017)

² Pojem bi lahko prevedel kot *podajalnik novic* ali *dovajalnik novic*, a ker gre za Facebookovo tehnologijo s natančno določenimi lastnostmi, ohranjam originalni angleški izraz.

Ciljno oglaševanje je eden glavnih adutov Facebooka, ko gre za prodajo »oglasnega prostora« političnim kampanjam. Pri tem velja poudariti, da poskus oblikovanja posameznikovih političnih preferenc ni nič novega in samo po sebi nič spornega. Navsezadnje vse volilne kampanje potekajo ravno zato, da bi dosegle zaželeno vedenje volivcev, s čimer bi kampanja oblikovala volilni rezultat po volji določene stranke ali njene kandidatke oziroma kandidata. A vendarle se zdi, da nekatera družbena omrežja uporabljajo nelegitimne metode za oblikovanje volilnih preferenc svojih uporabnikov. Interes podjetij po čim bolj pregledni in dobro profilirani bazi uporabnikov (gledalcev oglasov), ki se jo dobro prodaja naročnikom oglasov, lahko vodi v informacijsko zaprtost³ teh uporabnikov. Kolateralna škoda vztrajnega in dolgotrajnega podajanja točno določenih sporočil določene politične kampanje lahko nekatere uporabnike vodi k zmotnemu dojemanju družbenih razmer, ki se lahko začne oddaljevati od sveta dejstev. Posledično lahko zmanipulirani volivci pripeljejo do zmage politične kandidate z dvomljivo demokratično legitimnostjo. Kajti če zavedeni in zmanipulirani volivci na podlagi zmotnega in na lažeh utemeljenega prepričanja izvolijo kandidata, ta kandidat nima potrebne demokratične legitimnosti, ampak je bolje reči, da je na oblast prišel s prevaro. Če tako prevaro v zameno za denar pomagajo organizirati SDO, je to moralno sporno. Da bi bolje razumeli moralna vprašanja, ki izvirajo iz tveganja za tovrstne politične manipulacije ljudi s pomočjo SDO, bom v nadaljevanju prispevka orisal nekaj negativnih pojavov povezanih s SDO. Pri tem bom skiciral okvire razprave o morebitnem omejevanju delovanja SDO in vpeljal demokratičnega nadzora nad njihovim delovanjem, ko gre za rabo spornih tehnologij za oblikovanje preferenc državljanek in državljanov.

2. Sporne posledice obstoječega delovanja SDO

SDO posegajo v prost pretok informacij tako, da posamezniku filtrirajo (politične) vsebine do katerih dostopa, in tako, da delovanje algoritmov, ki sledijo popularnosti novic, družbeno omrežje spodbuja k širjenju »lažnih novic«. Posledično uporabniki (državljeni) oblikujejo svoje politične reference na podlagi laži in ne na podlagi dejstev.

2.1 Informacijski silos

Algoritmi SDO sledijo vsebinam, ki nas zanimajo, zato da bi nam lahko v prihodnje ponujali več podobnih vsebin. Facebook je v letu 2016 predstavil novo politiko filtriranja vsebin na svoji platformi: »če bi lahko vsakodnevno pogledali tisoče zgodb in izbrali 10, ki vam največ pomenijo, katere bi izbrali? Odgovor bi moral biti vaš News Feed. Je subjektiven, oseben in unikaten – in določa duh tega, za

³ Problem informacijske zaprtosti bo podrobneje obravnavan nekoliko kasneje v razpravi o spornih posledicah obstoječega delovanja SDO.

kar upamo, da bomo dosegli» (Mosseri, 2016). Facebook bi torej rad dosegel popolnoma poosebljen dostop do novic za vsakega posameznika, to pa bo dosegel s pomočjo algoritmov, ki pozorno beležijo klike, komentarje in delitve uporabnikov. Eli Pariser, avtor knjige *Filter Bubble (Filtrirni mehurček)*, poudarja, da so algoritmi družbenih omrežij naravnani tako, da uporabnikom ponujajo tematike, ki so relevantne zanje, glede na izkazano zanimanje v preteklosti (Pariser, 2011). Algoritmi, ki natančno sledijo uporabnikovim klikom in drugim interakcijam z vsebinami na družbenem omrežju, sčasoma ustvarijo filtrirni mehurček – uporabniku se ponujajo »vsebine, ki temeljijo na uporabnikovih znanih preferencah, kar uporabniku ustvari vtis, da je njegov pogled na svet prevladujoč« (»Filter bubble«, 2017).

V tako izgrajenem poosebljenem okolju družbenih omrežij posameznikove objave odmevajo kot v »odmevni komori« (ang. *echo chamber*): uporabnikovo objavo pokažejo le vnaprej profiliranim »prijateljem«, za katere algoritmi izračunajo, da jih zanimajo podobne stvari. Ti »prijatelji« nato všečkajo, komentirajo ali delijo uporabnikovo vsebino, zaradi česar dobi uporabnik občutek zadovoljstva, družbenega priznanja in občutka pomembnosti. Pojav »odmevne komore« označuje okolje »na družbenih omrežjih, kjer velja, da bo katerakoli izjava ali mnenje verjetno sprejeto z odobravanjem, kajti prebrali ga bodo le tisti, ki imajo podobna stališča« (»Echo chamber«, b. d.). Pariser poudarja, da »v poosebljenem svetu [družbenih omrežij], pomembne, a kompleksne ali neprijetne vsebine – na primer rastoča populacija zapornikov ali brezdomstvo – zelo verjetno sploh ne bodo prišle do naše pozornosti« (Pariser, 2011: 15) [op. D. S.].

Cass Sunstein opozarja, da že internet na sploh, SDO pa še veliko bolj, spodbuja ustvarjanje »odmevnih komor« in »filtrirnih mehurčkov«, ki prispevajo k drobljenju javne sfere: ustvarjajo se informacijski silosi podobno mislečih posameznikov, ki se preko interakcije z vsebinami, ki so jim všeč, in z ignoriranjem vsebin, ki jim niso všeč, postopoma ogradijo od izpostavljenosti različnim mnenjem. Informacijski silos je v tem primeru razumljen kot del sistema, ki ne komunicira z drugimi deli sistema, drugih delov ne razume ali z njimi ne sodeluje. Tovrstno zapiranje posameznikov v informacijske silose zbuja skrb, da tovrstna izolacija spodbuja ekstremizem in krepitev slabo utemeljenih stališč, obenem pa preprečuje državljanom v demokratični skupnosti, da bi prepoznali interese in izkušnje, ki so državljanom skupni. (Sunstein, 2008).

2.2 Psihografično ciljno oglaševanje

Dobro profilirani, v filtrirne mehurčke ločeni uporabniki so privlačni za ciljno oglaševanje. Madrigal opozarja, da Facebook omogoča poseben tip ciljnega oglaševanja, tako imenovano temno oglaševanje (ang. *dark ads*) ali psihografično targetiranje, ki določeno vsebino pokaže le točno določeni ciljni skupini in nikomur drugemu (Madrigal, 2017; Hern, 2017). Alex Hern za tovrstno oglaševanje pravi, da gre za »kontroverzno dejavnost, ki skupinam [oglaševalcev] omogoča prilaga-

janje njihovih sporočil tako, da ustrezajo osebnostnim tipom njihovih tarč v politični kampanji» (Hern, 2017) [op. D. S.]. Facebook na svoji spletni strani svoja orodja politikom oglašuje kot »popoln način za 'prepričevanje volivcev' in 'vplivanje' na izide na spletu in zunaj spleta« (»Connect with constituents...«, 2017).

Madrigal poudarja, da novinarji ali kdorkoli drug ne more videti sporočil, ki so se dejansko prikazovala ljudem (Madrigal, 2017). Preko ciljnega oglaševanja, brez javnega nadzora algoritmi SDO uporabnikom izgrajujejo svet, ki se kaže kot resničnost, a je v resnici postavljen po volji oglaševalca, ki ima morda namene, nasprotno interesom uporabnika. Tovrstno nepregledno oglaševanje odpira tveganje zlorab in manipulacijo posameznikove politične volje.

Takih manipulacij v medijih načeloma ne dopuščamo, a ko do njih pride, jih obsojimo ali jih moralno – včasih pa tudi pravno – sankcioniramo. Sporne oglaševalske prijeme načeloma poskušamo nadzorovati in zakonsko regulirati. Če algoritmi SDO zaprejo uporabnikov svet pred demokratičnim nadzorom, se lahko zgodi, da je pomemben del vsebin, ki prihajajo do posameznika in oblikujejo njegove politične preference, spornih ali celo lažnih.

V dnevnih pred ameriškimi predsedniškimi volitvami so novinarji odkrili, da 100 spletnih strani, ki promovirajo Donalda Trumpa, izhaja iz majhnega makedonskega kraja s 45000 prebivalci. Kot pravi Madrigal, so neki najstniki ugotovili, kako lahko SDO algoritme izkoristijo za dodaten zaslužek ob ameriških volitvah, in so kar tako postali del informacijske mreže, ki je pomagala Trumpu premagati protikandidatko Clinton (Madrigal, 2017).

Jonathan Albright (2017) iz Columbia Univerze je v analizi ugotovil, da so bile objave šestih, z Rusijo povezanih javnih strani na Facebooku deljene 340 milijon krat. Analiza je bila narejena za šest od 470 strani, za katere je Facebook ugotovil, da so povezane z ruskimi operativci. Madrigal opozarja, da v tem primeru zelo verjetno govorimo o milijardah delitev novic, ki so bil deležne neznano koliko ogledov z neznano določenimi ciljnim sporočili za neznane ciljne skupine (Madrigal, 2017). Trenutni način delovanja SDO torej omogoča celo vrsto zlorab, zato je reforma njihovega delovanja nujna.

3. Prost pretok informacij kot javna dobrina

Demokratična politična ureditev temelji na ideji, da državljanke in državljani posredno upravljajo z javnimi zadevami. Volivke in volivci na svobodnih volitvah političnim predstavnicam in predstavnikom podelijo mandat, da v časovno omejenem obdobju (navadno štiri leta) vladajo v njihovem imenu. Prost pretok informacij je temeljna predpostavka demokracije. Posamezniki kot volivci in kot gradniki javnega mnenja svobodno presojujejo informacije, na podlagi katerih oblikujejo svoje politične preference. Državljanke in državljani potrebujejo dostop do

celovitih informacij o delovanju oblasti in opozicije, zato da lahko sprotno oblikujejo svoje mnenje (javno mnenje) in na naslednjih volitvah odločijo, komu bodo podelili mandat za vodenje države. Odločitev za podelitev mandata bi morala temeljiti na informiranih političnih preferencah (Kymlicka, 2005), kar je predpogoj, da posamezniki odločajo na podlagi dejstev in ne na podlagi neresnic ali laži. Če je prost pretok informacij prekinjen, državljani ne morejo dobro presoјati delovanja oblasti in opozicije. Posledično nastanejo neinformirane politične preference, ki lahko vodijo do volitev, kjer oblast dobi politična opcija, ki politične podpore ljudstva ne bi uživala, če bi bile politične preference državlјank in državlјanov informirane. Filtriranje novic je močno sporno, ker lahko vodi v situacijo, ko pomanjkljivo informirani državljani izvolijo političnega predstavnika, ki ga ne bi volili, če bi imeli neoviran dostop do informacij in bi poznali vsa dejstva o določeni kandidatki ali kandidatu.

4. Vzpostavitev demokratičnega nadzora

Mandat za (pre)oblikovanje družbene ureditve je nujno pogoјen z voljo ljudstva. Ta se zavezujoče preverja na volitvah, v nezavezujoči obliki pa ob meritvah javnega mnenja. Izvoljeni predstavniki ljudstva imajo legitimno pravico izvajati oblast v času trajanja mandata, kolikor uživajo podporo legitimno izražene in legitimno oblikovane volje ljudstva. Če se izkaže, da algoritmi SDO posameznike ovirajo pri oblikovanju informiranih političnih preferenc, potem določeni algoritmi SDO ovirajo normalno delovanje demokracije. Ravnanje, ki je v temeljnem nasprotju z demokratično družbeno ureditvijo, je potrebno omejevati ali prepovedati. Država bi torej morala omejevati rabo SDO algoritmov, ki uporabnike vodijo v informacijsko zaprtost, znotraj katere si je težko oblikovati informirane politične preference in se politično odločati na podlagi informiranih političnih preferenc.

V razpravah o etiki SDO se pojavljajo različne pobude po regulaciji SDO. Potrebno bi bilo določiti obliko demokratičnega nadzora, ki bi legitimnim predstavnikom javnega interesa (npr. informacijskemu pooblaščenцу, raziskovalcem, novinarjem, nevladnim organizacijam) omogočil dostop do orodji, ki jih oglaševalci in politične kampanje uporabljajo v svojem delovanju. Tak nadzor bi moral omogočati izločanje in morebitno sankcioniranje nelegitimnih ravnanj. Pri ločevanju legitimnih oglaševalskih orodij od nelegitimnih bi se lahko zgledovali po veljavni ureditvi (ZMed-D, 2016), ki nadzira spoštovanje demokratičnih standardov v klasičnih medijih (televizija, radio, tisk).

Zdi se, da bi obravnava SDO kot medijev lahko prispevala k omejevanju najbolj negativnih učinkov delovanja samovoljnega filtriranja novic v SDO. Mediji so zavezani uravnoteženemu poročanju, zavezani so resnici, biti morajo transparentni glede virov, podrejeni so medijski zakonodaji in kodeksu novinarske etike.

Omogočajo pravico do popravka in ne nazadnje imajo uredništva odgovorne urednike, ki jamčijo za zakonito in legitimno delovanje določenega medija.

Ker se SDO le razlikujejo od tradicionalnih medijev, zaželenih učinkov ne bomo dosegli z uporabo natanko takšnih orodij, kot veljajo za tradicionalne medije. Potrebno bo razviti posebna orodja, ki so prilagojena posebni naravi SDO. Na tem mestu ni prostora za podrobno razpravo o primernih orodjih za preoblikovanje delovanja SDO, razmislimo pa lahko o prvih smiselni korakih v smer prediranja filtrirnih mehurčkov in osvobajanja uporabnikov iz odmevnih komor. Pariser (2011) meni, da bi morali algoritmi zasledovati ne le vsebine, ki naj bi bile relevantne za posameznika, ampak bi moral prikazovati tudi vsebine, ki jih je pomembno razumeti za razumevanje določene tematike. Uporabnika bi bilo potrebno izpostaviti določenim novicam, tudi če bi bila taka izkušnja zanj neprijetna, ker bi morda pod vprašaj postavljala njegova prepričanja. Uporabniki bi prav tako morali biti redno izpostavljeni vsebinam, ki izhajajo iz drugega svetovno nazor-skega zornega kota (Pariser, 2011).

Pariser (2011) poudarja, da je družba v preteklosti že bila v podobni situaciji, in sicer ob prodoru časopisov v začetku 20. stoletja. Časopisi so bili razpeti med pogosto trivialnimi vsebinami, ki so bile zelo popularne med bralci, in splošno družbeno dolžnostjo pokrivati vsebine, ki so pomembne za dobro delujočo demokracijo. Bralci so prepoznali vrednost časopisov, ki so pokrivali družbeno pomembne vsebine in posledično tudi z naročninami in nakupi podprli resne časopise, da so nadaljevali svoje poslanstvo na področju krepitve delovanja demokratične družbe.

Omeniti je potrebno tudi nekaj možnosti, ki bi bile na voljo za (samo)regulacijo, s katerimi bi razblinili filtrirne mehurčke in uporabnikom omogočili dostop do vsebin uporabnikov, ki imajo drugačna svetovno nazorska stališča. Sunstein (2017) naniza nekaj možnosti, ki bi se lahko hitro uveljavile v SDO.

Svetovnonazorsko profilirane spletne strani, kot so politične stranke, bi lahko na svojih straneh omogočale dostop do vsebin, ki so nasprotno njihovim. Sunstein si ob takih objavah zamišlja naslednji zapis: »Imamo jasno stališče in upamo, da bo več ljudi verjelo v to, kar počnemo. A hkrati smo predani demokratični razpravi in pogovorom med ljudmi, ki razmišljajo drugače. Temu v prid ponujamo povezave do drugih strani, ker bi radi prispevali k iskreni razpravi o teh vprašanjih.« (Sunstein, 2017: 210) Sunstein je prepričan, da bi ob sodelovanju več pomembnejših spletnih strani različnih nazorskih prepričanj pri tovrstnih prizadevanjih lahko skupaj zmanjševali drobljenje javnosti.

Sunstein (2017) predvidi še dve zelo zanimivi rešitvi, prilagojeni za SDO. Prva je vpeljava spletnega gumba »nasprotno stališče« in gumba »naključne vsebine« (ang. *serendipity button*). Gumb »nasprotno stališče« je ideja Geoffreya Fowlerja (2016), za katero sam pravi, da bi omogočila ljudem dostop do neprijateljskih stališč s klikom na gumb. Fowler nas poziva, naj si predstavljamo, da bi le s premikom gumba na Facebooku spremenili vsa konservativna stališča, ki jih vidimo, v

liberalna, in obratno. Zavedali bi se, da so naše novice lahko videti čisto drugače od sosedovih (Fowler, 2016).

Nekaj podobnega v smeri dostopa do raznovrstnih stališč bi prispeval spletni gumb »naključnih vsebin«. Ta bi omogočil, da bi poleg vsebin uporabnikovih prijateljev videli tudi druge stvari: »vaš News Feed bi bil videti kot veliko mesto ali resničen časopis« (Sunstein, 2017: 211-212).

Iz samega dejstva, da SDO, kljub vsem javnim kritikam, še vedno ne uvajajo sprememb dovolj hitro, napeljuje k temu, da obstajajo dobri pomisleki za ohranjanje obstoječega stanja. Zato je na mestu, da v nadaljevanju premislimo nekaj pomislekov proti spremembam politike filtriranja novic SDO.

5. Nekaj ugovorov proti regulaciji SDO

5.1 »SDO niso mediji«

Nekdo bi lahko zagovarjal stališče, da SDO niso mediji, temveč le digitalni prostori, ki so v glavnem namenjeni kratkočasenju, zato SDO ne bi smeli obravnavati in nadzirati kot da so mediji. Zagovorniki državno nereguliranih SDO bi lahko trdili, da posamezniki svoje politične preference še vedno oblikujejo na podlagi klasičnih medijev, zato SDO-jem ni treba nalagati odgovornosti za oblikovanje informiranih političnih preferenc posameznikov.

V odgovor tem pomislekom je potrebno izpostaviti, da v mnogih državah SDO predstavljajo pomemben del medijske krajine, zato bi morali biti zavezani regulacijam, ki skrbijo za zagotavljanje medijskega informiranja državljanov. Vprašanje vloge SDO kot vira informacij za oblikovanje političnih preferenc je empirično vprašanje in raziskave lahko pokažejo, kako pomembni so SDO znotraj posameznih političnih skupnosti. Craig Silverman (2016) ugotavlja za ZDA, da so v zadnjih treh mesecih ameriške predsedniške kampanje najbolj popularne »lažne novice«, povezane z volilno kampanjo, dosegle večjo angažiranost uporabnikov, kot je to uspelo glavnim zgodbam medijskih velikanov, kot so *The New York Times*, *The Washington Post*, *The Huffington Post*, *NBC News*. Silverman opozarja, da je v času predvolilne kampanje Facebookov algoritem, ki uporabnikom kaže novice, ki so v določenem trenutku »trending«, redno promoviral lažne novice (Silverman, 2016). Facebook z 1,6 milijarde aktivnih uporabnikov po vsem svetu (Sunstein, 2017: 211) v določenih državah vpliva na to, kako velik delež prebivalstva dostopa do novic preko družbenega omrežja. SDO so torej zelo pomembni posredniki vsebin do uporabnikov, zato bi morali biti zavezani istim moralnim in zakonskim standardom kot tradicionalni mediji.

5.2 »Filtriranje novic je le odraz posameznikovih preferenc«

Zagovorniki posebnih družbenih pravil za SDO bi morda vseeno vztrajali, da filtriranje novic ne bi smelo biti ovirano. Ljudje izberejo, kaj bodo brali, s kom se bodo družili, od katerih virov bodo prejeli novice. Podobno kot ljudje izberejo, da bodo brali politično profilirano revijo (v Sloveniji npr. Mladino ali Reporter), ljudje z nastavitvami svojih preferenc v okviru SDO izbirajo ali bodo sledili tem ali onim ustvarjalcem političnih vsebin. Z vsakim klikom izražajo svoje svetovnonazorske preference, algoritem si le prizadeva zadovoljevati te preference. Skratka, filtrirni mehurček je posledica uporabnikovih preteklih izbir, zato je ožene informacijskega političnega horizonta kot posledica filtrirnega mehurčka, rezultat posameznikovih preferenc in kot tako popolnoma legitimno. Posameznik naj bi torej užival pravico do oblikovanja svojih (političnih) preferenc na podlagi omejene informiranosti v okviru SDO in si tako sam neposredno določil svoj filtrirni mehurček z nastavitvami v okviru SDO, kot tudi s svojo aktivnostjo in interakcijo ob posameznih novicah.

Sunstein (2017) pritrjuje, da je filtriranje novic in zapiranje v nišne skupine vedno obstajalo in da pojav na internetu ni nič novega. Kljub temu pa vztraja, da komunikacijski sistem, ki posamezniku podeli neomejeno moč poosebljanja in filtriranja, spodbuja prekomerno fragmentacijo družbe. »Internet predstavlja veliko nevarnost polarizacije družbenih skupin preprosto zato, ker je na internetu tako enostavno podobno mislečim posameznikom govoriti drug z drugim – in v skrajnosti, se premakniti proti ekstremnim, včasih celo nasilnim, stališčem« (Sunstein, 2017: 236).

Dodatno se je potrebno vprašati, ali lahko uporabnikovo sledenje tem ali onim politikom oziroma ustvarjalcem političnih vsebin res razumemo kot določni znak posameznikovih preferenc. Will Kymlicka (2005) poudarja, da je potrebno razlikovati med splošno izraženimi preferencami in med seznanjenimi preferencami: »Ko nimamo ustreznih informacij ali ko napačno izračunamo stroške in koristi nekega dejanja, se to, kar je za nas dobro, lahko razlikuje od naših tedanjih preferenc« (Kymlicka, 2005: 39). Ronald Dworkin podobno poudarja, da ljudje hočejo »imeti ali narediti, kar je vredno imeti ali narediti, to pa se lahko razlikuje od tega, kar hočejo imeti ali narediti v tistem trenutku« (Dworkin, 1983: 24-30).

Kar ljudje klikajo na socialnih omrežjih, to odraža njihovo takratno željo, ne pa nujno tudi njihovih splošnih preferenc. Posameznikove preference so usmerjene v tisto, čemur bi ljudje dali prednost na podlagi dobrih razlogov in na podlagi presoje o tem, kaj bi resnično izboljšalo njihovo življenje (Kymlicka, 2005: 41). Če je dostop uporabnikov SDO do informacij oviran, le ti niso seznanjeni s celovitim naborom perspektiv, ki so potrebne za oblikovanje seznanjenih preferenc. Kymlicka poudarja vlogo družbenih okoliščin za oblikovanje seznanjenih preferenc, ki se razlikujejo od lažnih preferenc:

Morda res ne moremo ugotoviti, katere posebne preference so popačile napačna prepričanja ali prilagoditvene preference⁴, vendar lahko za to, da bi ljudem zagotovili dostop do ustreznih informacij in/ali možnosti preizkušanja alternativnega življenja in/ali zaščito pred lažnimi, ali popačenimi predstavami, ali propagando, preučimo družbene in kulturne pogoje, v katerih ljudje oblikujejo ali revidirajo svoje preference. Problema lažnih ali prilagoditvenih preferenc nam ni potrebno reševati neposredno z njihovim prepoznavanjem in izločanjem, ampak z odstranjevanjem okoliščin, ki takšne preference generirajo. (Kymlicka, 2005: 46)

Uporabniki SDO najbrž ne bi ponudili »dobrih razlogov« in posebne utemeljitve stališča, da si resnično želijo biti zaprti v filtrirni mehurček. Morda je položaj v odmevni komori kratkotrajno prijeten, a malo je posameznikov, ki bi bili prepričani, da bo algoritmično omejevanje dostopa do informacij resnično izboljšalo njihovo življenje in bi si zato želeli vnaprejšnjega filtriranja informacij.

Če bi uporabnike SDO povabili k utemeljeni in informirani razpravi o tem, kakšno filtriranje informacij je zanje sprejemljivo ali zaželeno, bi si uporabniki vsaj v obravnavi pomembnih informacij najbrž želeli podobno kot Pariser (2011), da bi do njih prišle informacije, ki so pomembne za razumevanje področja, četudi vzbujajo neprijetna občutja, prihajajo iz drugih svetovnonazorskih gledišč ali so izzivalne do uporabnikovih stališč. Kajti uporabnik bi verjetno soglašal, da pestrost stališč odraža pestrost teh v družbi glede določene tematike in da je zato filtriranje, ki pestrost stališč zakrije, enako zakrivanju resnice kot dejanskega stanja stvari. Kljub temu da se vsakdo občasno zateče k eskapizmu, bi si najbrž malokdo – seznanjen z vsemi posledicami tovrstne informacijske zaprtosti – na daljši rok želel živeti v svetu, kjer odmeva le njegov glas in glas podobno mislečih ljudi.

5.3 »SDO so neproblematični, ker prenašajo večinoma trivialne vsebine«

Naslednji ugovor regulaciji SDO bi se lahko skliceval na domnevno družbeno nepomembnost večine vsebin, ki se pretakajo preko SDO. Večine ljudi dnevna politika ne zanima, SDO uporabljajo za spremljanje življenja svojih prijateljev, znancev, sodelavcev itn.

Veliko vsebin preko SDO je najbrž res trivialnih in večina vsebin ni bistvena za oblikovanje posameznikov družbeno-političnih preferenc. A tudi če se le majhen delež prebivalstva močno zanaša na informacije iz SDO, je filtriranje, ki tem ljudem oziroma dostop do pomembnih informacij, moralno sporno. Narava političnega sistema v večini demokratičnih držav je taka, da lahko angažirana večina z minimalno prednostjo v rezultatih glasovanja usodno odloči o pomembnem političnem

⁴ S pojmom »prilagoditvene preference« Kymlicka označi pojav, »ko si ljudje postopoma nehajo želeči, česar ne morejo doseči«. Pojav je znan kot »problem kislega grozdja« iz Ezopove basni o lisici (Kymlicka 2005: 40).

vprašanju celotne skupnosti. *Brexit* – odločitev Velike Britanije, da izstopi iz EU – je bil odločen z 51.89% proti 48.11% (Electoral Commission, 2016). Le 2% volivcev bi drugače volila in usoda Velike Britanije v Evropi bi se pisala popolnoma drugače. Podobno je aktualni predsednik Donald Trump svojo protikandidatko Hillary Clinton na volitvah 2016 premagal z minimalno prednostjo, pri čemer je prejel 2,87 milijona glasov manj od tekmice (Federal Election Commission, 2017). Potrebno je poudariti, da ameriški volilni sistem zmagovalca volitev ne določa glede na največ zbranih glasov posameznih volivcev, ampak je zmagovalec volitev tisti, ki zmaga v dovolj zveznih državah, da vse zvezne zmage skupaj prispevajo k zmagovitem seštevku elektorskih glasov. Vsaka država prinese določeno količino elektorskih glasov, kdor zmaga v tej državi, dobi vse glasove te zvezne države. Državne volitve zmaga, kdor zbere več elektorskih glasov. Trump je na zadnjih volitvah osvojil 306 elektorskih glasov, Clintonova pa 232 (»Presidential results«, 2016).

5.4 »Samoregulacija SDO je dovolj«

Ločevanje uporabnikov na profilirane skupine je glavna privlačnost SDO za oglaševalce. Profiliranje posameznikov v jasno določene skupine je v strateškem interesu SDO in predstavlja ekonomsko podstat njihovega poslovnega modela. Zahteva po samoregulaciji SDO bi lahko postavila njihove lastnike v konflikt interesov. Na eni strani bi morda želeli prispevati k demokratičnim procesom v družbi in delovati proti fragmentaciji in polarizaciji družbenih skupin, na drugi strani pa bi morda ugotovili (to nikakor ni nujno), da vsebine, ki so nasprotne stališčem posameznika, tako poslabšajo uporabniško izkušnjo, da bi bilo uporabnikovo nadaljnje angažiranje v SDO vprašljivo. Pri iskanju ustrezne rešitve za to zagato se je potrebno zavedati, da je možnosti več, a morda je delna rešitev v tem, da pooblaščen javna institucija postaviti cilje vsebinske pluralnosti na SDO, SDO-jem pa bi bilo prepuščeno, da razvijejo lastna orodja za uresničevanje zastavljenih ciljev. Zahteva javnega pooblaščenca bi denimo bila, da mora uporabnikom vselej biti na voljo dostop do pomembnih alternativnih stališč o določeni tematiki, SDO pa sami določijo, kako točno bi dostop do teh vsebin zagotovili na lastni spletni platformi.

Kot je bilo zgoraj že omenjeno bi lahko delno rešitev pomenila vzpostavitev gumba »nasprotna stališča« (glej zgoraj), pri čemer se uporabniku prepusti, ali bo dejansko kliknil na gumb ali ne. Večina uporabnikov bi lahko vsaj občasno dostopala do nasprotnih stališč in s tem prebadala »iluzijo« lastnega miselnega mehurčka. Poseben problem nastane, če bi ugotovili, da večina ljudi ne želi slišati za nasprotna stališča. Morda bi njihove seznanjene preference želele vsebinsko pestrost informacij in nazorskih perspektiv, takojšnje preference pa bi morda uporabnika le ohranjale v udobju odmevne komore.

Zaključek

Upravljanje svet komunikacij, informacijskih tokov in medijev je za vsako demokracijo zelo pomembno vprašanje. Internet in družbena omrežja so v zelo kratkem zgodovinskem obdobju zaznamovala naše družbe in vedno znova odkrivamo nove potenciale pa tudi grožnje, ki jih nove tehnologije predstavljajo za družbo in demokracijo. Prejudicirati primerno reformo delovanja SDO bi bilo prenačljeno in bi lahko povzročilo več škode kot koristi. Pomembno pa je, da se prepozna problematičnost obstoječega stanja in se poskuša nadgrajevati internet in SDO v smeri večje skladnosti z idejami *dobro delujoče demokracije*. Za upravljavce SDO kot tudi za javne organe nadzora bi vodilo v iskanju primerne modela delovanja družbenih omrežij lahko našli v Sunsteinovi misli: »v svobodni demokratični republiki državljani stremijo k sistemu, ki zagotavlja širok obseg izkušenj – z ljudmi, vsebinami in idejami –, ki jih sami ne bi posebej vnaprej izbrali« (Sunstein, 2017: 239).

Vse, ki so zadržani do regulacije interneta in SDO, ali se jim predstavljene ideje reform delovanja SDO zdijo slabo domišljene, zgrešene ali kako drugače neprimerne, je potrebno spodbuditi z vprašanjem, ki naj kritike vodi k podajanju boljših rešitev. Vsi skupaj pa bi morali poiskati odgovor na vprašanje, ki ga zastavlja Sunstein: »[Č]e hočemo, da bi trenutne tehnologije služile demokratičnim idealom, kakšne vrste ravnanj bi bile boljše od obstoječih?« (Sunstein, 2017: 213).

Ethical Considerations of Content Filtering on Social Media

Social networks services (SNS) have become so influential that they are now shaping the way people think about social and public issues. Through advertising and the nature of their workings, SNS can influence election results in countries with a long-standing democratic tradition, the cases in point being Brexit and the 2016 American presidential elections. The article's main concern is to outline the ethically questionable aspects of the SNS workings, which can hinder the functioning of contemporary democracy. It will highlight certain ethically controversial aspects of SNS, which determine how a relevant part of the population of many democracies is accessing information and alternative world views. Questionable practices of SNS create a breeding ground for the political manipulation of voters; their lack of transparency often prevents democratic control over political campaigns and the means used to convince voters; they help spreading "fake news" and strengthen the fragmentation and polarization of societies. The latter is hindering the political process needed to confront many important societal and political problems. Confronting the above-mentioned anti-democratic tendencies requires the self-regulation of SNS and, possibly, changes in the legal regulation of the SNS workings.

Keywords: social networks, internet ethics, online algorithms, ethics of technology, political philosophy

Literatura

Albright, J. (2017). »Itemized Posts and Historical Engagement - 6 Now-Closed FB Pages«. *Tableau data*. Dostopno na: <https://public.tableau.com/profile/d1gi#!/vizhome/FB4/TotalReachbyPage> [16. 12. 2017].

»Connect with constituents and voters on Facebook« (2017). *Facebook*. Dostopno na: <https://politics.fb.com/> [5. 11. 2017].

Doward, J. in Gibbs, A. (2017). »Did Cambridge Analytica influence the Brexit vote and the US election?«. *The Guardian*. Dostopno na: <https://www.theguardian.com/politics/2017/mar/04/nigel-oakes-cambridge-analytica-what-role-brexit-trump> [3. 11. 2017].

Dworkin, R. (1983). »In Defense of Equality«. *Social Philosophy and Policy*, 1(1), str. 24–40.

»Echo chamber« (b.d.). V *Collins English Dictionary*. Dostopno na: <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/echo-chamber> [4. 11. 2017].

Electoral Commission (2016). »EU referendum results«. Dostopno na: <https://www.electoralcommission.org.uk/find-information-by-subject/elections-and-referendums/past-elections-and-referendums/eu-referendum/electorate-and-count-information> [1. 11. 2017].

Federal Election Commission (2017). »Official 2016 Presidential General Election Results«. PDF, 30. januar 2017. Dostopno na: <http://www.fec.gov/pubrec/fe2016/2016presgeresults.pdf> [1. 11. 2017].

»Filter bubble« (2017). V *Collins English Dictionary*. Dostopno na: <https://www.collinsdictionary.com/submission/18679/filter+bubble> [4. 11. 2017].

Fowler, G. A. (2016). »What If Facebook Gave Us an Opposing-Viewpoints Button?«. *Wall Street Journal*, May 18, 2016. Dostopno na: <http://www.wsj.com/articles/what-if-facebook-gave-us-an-opposingviewpoints-button-1463573101> [6. 11. 2017].

Hern, A. (2017). »Facebook 'dark ads' can swing political opinions, research shows«. *The Guardian*. Dostopno na: <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/31/facebook-dark-ads-can-swing-opinions-politics-research-shows> [5. 11. 2017].

Kymlicka, W. (2005). *Sodobna politična filozofija: uvod (2. izdaja)*. Ljubljana: Krtina.

Madrigal, C. A. (2017). »What Facebook Did to American Democracy«. *The Atlantic*. Izdaja oktober. Dostopno na: <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/10/what-facebook-did/542502/> [14. 10. 2017].

Mosseri, A. (2016). »Building a Better News Feed for You«. *Facebook Newsroom*, 29. junij, 2016. Dostopno na: <https://newsroom.fb.com/news/2016/06/building-a-better-news-feed-for-you/>. [7. 11. 2017].

Nix, A. (2016). »How big data got the better of Donald Trump«. *Campaign*. Dostopno na: <https://www.campaignlive.co.uk/article/big-data-better-donald-trump/1383025> [3. 11. 2017].

Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: What Internet Is Hiding from You*. New York: The Penguin Press.

»Presidential results« (2016). *CNN*. Dostopno na: <http://edition.cnn.com/election/results/president> [13.12. 2017].

Silverman, C. (2016). »Here's Why Facebook's Trending Algorithm Keeps Promoting Fake News«. *Buzz Feed News*. Dostopno na: <https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/can-facebook-trending-fight-off-fake-news> [1. 11. 2017].

Sunstein, R. C. (2008). »Democracy and the Internet«. V van den Hoven, J. in Weckert, J. (ur.), *Information Technology and Moral Philosophy*, Cambridge: Cambridge University Press, str. 93–110.

Sunstein, R. C. (2017). *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*. Princeton: Princeton University Press.

Vallor, S. (2016). »Social Networking and Ethics«. V Zalta, E. N. (ur.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy*. Dostopno na: <https://plato.stanford.edu/archives/win2016/entries/ethics-social-networking/> [29. 10. 2017].

»Facebook Market Cap (FB)« (2017). *Ycharts*. Dostopno na: https://ycharts.com/companies/FB/market_cap [5. 11. 2017].

Zakon o medijih (ZMed-D) (2016). *Uradni list RS*, št. 39/16 z dne 3. 6. 2016. Dostopno na: <http://www.pisrs.si/Pis.web/pregledPredpisa?id=ZAKO1608> [12. 12. 2017].

