МИР 20.05.2019 | Карин Петтерссон

Асоциальная трилемма

Интернет-гиганты делают ставку на дезинформацию и недовольство. Они доминируют на рынке. Демократии здесь не место.

Читайте эту статью на немецком / английском языке

Совсем недавно основатель Facebook Марк Цукерберг поднялся на сцену в Сан-Хосе, Калифорния, и представил свое видение будущего на ежегодной конференции разработчиков, проводимой его компанией.

То внимание, которое мировые СМИ уделили данной конференции, свидетельствует о том, что Facebook сегодня обладает большим могуществом, чем большинство национальных государств. Продукты этой компании обеспечивают инфраструктуру для реализации ключевых демократических функций, в том числе свободы слова, распространения новостей и доступа к информации. Правила игры в наших странах все больше и больше определяются тем, как Цукерберг и маленький элитный круг бизнес-лидеров Кремниевой долины решат делать свой бизнес. И если говорить откровенно, то последствия их решений носят катастрофичный характер.

Facebook сегодня обладает большим могуществом, чем большинство национальных государств

После референдума по Брекситу в 2016 году и на следующий год после избрания Дональда Трампа президентом США набрали обороты дискуссии о негативном влиянии социальных сетей на демократию. Фейковые новости, дезинформация, российское вмешательство и пропаганда стали новой нормой жизни. На последней конференции TED журналист Guardian Кэрол Кадволладер описывала, как Facebook превращался в платформу для лжи и противозаконного поведения во время кампании по Брекситу.

«Разве социальные медиа сделали мир лучше?» – спросила Поппи Харлоу из CNN у авторитетного публициста в сфере технологий Кары Суишер. «Нет, еще нет», – последовал сухой ответ. Создатель современной Всемирной паутины Тим Бернерс-Ли призвал ввести регулирование Интернета – иного пути для его спасения он не видит. А пионер виртуальной реальности и интернет-философ Джарон Ланье написал книгу о том, почему люди должны как можно скорее выбираться из социальных сетей.

Очевидно, что сложившаяся ситуация является неприемлемой, а предпринятые до сего момента меры по ее преодолению – недостаточными. Но прежде чем обсуждать решения, нам необходимо определить суть проблемы. А тут тяжело не утонуть в деталях и разрозненных сведениях. Не все проблемы социальных сетей несут в себе фатальные последствия для демократии.

Экономист Дэни Родрик представил дискуссию о положении дел в мировой экономике в виде трилеммы, где гиперглобализация, демократические процедуры и национальный суверенитет являются взаимно несовместимыми вещами. По его утверждению, мы способны комбинировать любые две из упомянутых трех вещей, но у нас никогда не выйдет заполучить все три одновременно и в полном объеме.

Не исключено, что с концептуальной точки зрения было бы разумно выстроить дискуссию о глобальном информационном пространстве аналогичным образом. Можно обладать демократией, доминирующим положением на рынке и бизнес-моделями, адаптированными под недовольство и трэш, – но не более чем двумя позициями из этого списка одновременно.

Дезинформация и пропаганда всегда были рядом, но не до такой степени, как сегодня, – во всяком случае, не в вопросах функционирования демократий

Доступ к информации, а также плюрализм новостей и информации – это неотъемлемые атрибуты эффективной демократии. Почему? Как отметили прошлой осенью «Репортеры без границ» в своей Декларации об информации и демократии, «знания необходимы людям для того, чтобы развивать свои биологические, психологические, социальные, политические и экономические способности».

Сегодня информационная инфраструктура добилась совершенно противоположного в плане обеспечения информацией и знаниями. В современном мире ложь превосходит правду по скорости и

дальности распространения. Да, дезинформация и пропаганда всегда были рядом, но не до такой степени и не таким образом – во всяком случае, не в вопросах функционирования демократий.

Опасность для демократии возникает на пересечении двух различных логических линий. Одна линия – это сложившаяся бизнес-модель социальных сетей. Вторая – те доминирующие позиции, которые эти сети занимают в нашем информационном пространстве. Каждая из этих линий в отдельности не способна причинить вред демократии, но когда они сливаются воедино, то весь механизм приобретает убийственный характер.

Когда Facebook и Google выбрали рекламную деятельность в качестве своей бизнес-модели, был заложен фундамент для огромного количества проблем современности

В своей ставшей уже классикой статье Итан Цукерман из MIT окрестил «первородным грехом Интернета» тот факт, что гиганты инфотеха выбрали рекламную деятельность в качестве своей бизнес-модели. Когда Facebook и Google сделали этот выбор, был заложен фундамент для огромного количества проблем современности.

В основе рекламной деятельности лежат данные. Продавать клиентам больше целевых рекламных объявлений означает подогревать их интерес и собирать максимальное количество данных о них. Это стимулирует стремление упомянутых компаний к организации все более и более детализированной слежки, а также все более и более насыщенной персонализации их продуктов. И каковы последствия? Цукерман указывает на исследование Джилада Лотана, который характеризует как «персонализированную пропаганду» ту точку зрения, которой придерживались участники из Израиля и Палестины по поводу войны в Газе.

Статья Цукермана была написана пять лет назад. С тех пор многое приобрело более острый характер – и не только в Газе, но и во всем мире. Ненависть, ложь и пропаганда распространяются со сверхъестественной скоростью – за счет их адаптации к индивидуальным особенностям страниц пользователей в соцсетях. Это оказывает огромное и ощутимое воздействие на политическую сферу и жизнь разных людей.

На данном этапе важно осознать, что нельзя одновременно достичь всех трех вершин треугольника.

Лиза-Мария Нойдерт, исследователь из Оксфордского Института Интернета, обобщила проблемы экономики виртуального внимания

следующим образом: «Содержание, которое больше всего вводит в заблуждение и носит наиболее конспирологический окрас; которое является тем, что продуцирует больше всего дискуссий и привлекает больше всего внимания; которое является тем, на что заточен реагировать алгоритм».

Мы живем в общественной среде, которая идеально приспособлена для злости. И это не просто изъян или нечто такое, что подлежит элементарному ремонту. Главная проблема кроется в самом сердце той бизнес-модели, которая обеспечивает заоблачные прибыли владельцам соответствующих компаний.

Пока в информационном пространстве будет место лишь для доминирующих платформ, знания действительно будут вытесняться на задний план

Бизнес-модель, основанная на распространении рекламных сообщений, не несла бы в себе так много опасностей, если бы мы жили в мире с множеством продуктов, конкурирующих друг с другом в информационном пространстве. Но сегодня мы наблюдаем двухвекторное движение в прямо противоположных направлениях.

Первый вектор заключается в том, что Facebook и Google, в собственности которого находится YouTube, превращаются в дуополию на рекламном рынке и рынке данных. Они скупают конкурентов и прибегают к антиконкуретным мерам для усиления и расширения своих позиций. Другим вектором движения является ослабление журналистики в результате той же самой тенденции. Если социальные сети в чем-то преуспели, так это в стремительном разрастании «новостных пустынь» – больших географических областей, в которых напрочь отсутствуют местные СМИ.

Сегодня Facebook ежемесячно фиксирует активность более 2,3 млрд пользователей, а на YouTube за последний год залогинились 1,8 млрд аккаунтов. Большинство американцев получают новости из социальных медиа – точно такая же ситуация и в большинстве европейских стран.

В истории человечества еще не было такого случая, когда корпорации вели свою деятельность с таким размахом и влиянием на информационную сферу и коммуникацию между людьми. Из-за размеров аудитории проблема бизнес-модели приобретает опасные масштабы. У демократии не было бы никаких проблем, если бы только игрокам меньшего калибра в информационном пространстве удалось приспособиться к работе в текущих условиях. Но пока там

находится место лишь для доминирующих платформ, знания действительно будут вытесняться на задний план.

Трилемма, как следствие, сводится к тому, что можно иметь в своем распоряжении демократию и бизнес-модель на основе распространения рекламных сообщений, но только не в сочетании с доминирующими позициями на рынке. И чисто теоретически можно было бы обладать демократией и доминирующими платформами, если бы их работа основывалась на принципах, не адаптированных под злость и гарантированный плюрализм. И, разумеется, можно иметь в своем распоряжении дуополию и деструктивные бизнес-модели. Но тогда – и мы уже начинаем осознавать это – демократия не будет работать.

Если мы хотим сохранить демократию, нам необходимо обеспечить плюрализм в информационном пространстве

В конечном итоге, как и в случае с моделью Родрика, мы не можем уклониться от выбора. Если мы хотим сохранить демократию, нам необходимо обеспечить плюрализм в информационном пространстве – посредством создания конкуренции на данном рынке за счет ликвидации дуополии или посредством внедрения предохранителей от любой бизнес-модели, которая не совместима с демократией.

Как нам это сделать? У меня нет однозначного ответа, но я категорически не согласна с мнением, что это было бы «слишком сложно». В декларации «Репортеров без границ» говорится о том, что платформы «способствуют разнообразию идей и информации, плюрализму СМИ и обеспечивают благоприятные условия для интуитивных открытий». И далее: «Инструменты, используемые для курирования и индексации информации – имеется в виду сбор, сортировка и определение приоритетности для информации, – должны предоставлять альтернативные решения, которые обеспечивают плюрализм индексации и свободу выбора для пользователей».

Такие принципы – в случае их успешного внедрения – потенциально способны в корне изменить нынешнюю бизнес-модель гигантов социально-сетевой индустрии, а также помочь с разрешением возникшей трилеммы. Конечно, имеется и другой путь, предложенный кандидатом в президенты от Демократической партии США Элизабет Уоррен: раздробить эти корпорации на части.

На данном этапе важно осознать, что нельзя одновременно достичь всех трех вершин треугольника. Не стоит забывать о предупреждении философа Ханны Арендт: «Власть тоталитаризма или любой другой формы диктатуры основывается на неинформированности людей. Откуда у вас возьмется мнение, если вы не информированы?»

Данная статья является совместной публикацией Social Europe и IPG-Journal

---



Карин Петтерссон
Стокгольм

Карин Петтерссон (Karin Pettersson) является директором по вопросам публичной политики в Schibsted Media Group и председателем Комитета по свободе слова в СМИ (Media Freedom Board) во Всемирной газетной ассоциации (WAN-IFRA). В 2017 году она получила стипендию от Nieman Foundation и Berkman Klein Center for Internet & Society для обучения в Гарварде. Ранее она была ответственным редактором политического блока в Aftonbladet, самой крупной скандинавской ежедневной газете. Она основала Fokus, ведущий общественно-политический журнал в Швеции, и работала в Социал-демократической рабочей партии Швеции.