

Polylogos. 2013-2020

ISSN 2587-7011

URL - <http://polylog.jes.su>

All right reserved

№ 3 Volume 2. 2018

Algorithmic perspectivism of the News Feed

D. Testov

*Institute of Philosophy of RAS
Russian Federation, Moscow*

Abstract

The article is an attempt of philosophical analysis of the effects of Facebook's news feed algorithms working. From G. Lovink's and E. Parizer's thesis, the author resorts to Leibniz's ontological model. In applying the latter, the user's position can be captured by the concept of "shared perspectivism". It's argued that a news feed algorithm contradicts the idea of network communication, because algorithmic mediation of interaction between isolated "Monads" of filter bubbles represents "Predefined harmony" rather than true communication. The central thesis is that besides filter bubbles and echo-chambers, personalization algorithms produce an increased relevance effect in the perception of the streaming of events. It's emphasized this increased relevance may be regarded as an approximate synonym of "ideology".

Keywords list (en): media theories, new media, social media, social networks, news feed, facebook, filter bubbles, echo-chambers, communication theory, Leibniz, perspectivism, personalization, machine learning

Date of publication: 08.11.2018

Citation link:

Testov D. Algorithmic perspectivism of the News Feed // Polylogos. 2018. V. 2. № 3 [Electronic resource]. Access for registered users. URL: <https://polylog.jes.su/s258770110000057-4-1/> (circulation date: 15.07.2020). DOI: 10.18254/S0000057-4-1

1 Предложенный в рамках данной статьи анализ функционирования новостной ленты *Facebook*, хотя и нацелен на рассмотрение локальной проблемы, может быть вписан в обширный контекст гуманитарных исследований медиа и коммуникации. В эту традицию можно включить как немецких теоретиков культуры (Вальтер Беньямин, Бертольд Брехт,

Зигмунд Кракауэр) 1920-30-х гг, и канадских пионеров медиатеории (Гарольд Иннис, Маршал Маклюэн), так и таких исследователей как Грегори Бейтсон, Вилем Флюссер, Фридрих Киттлер, Нил Постман, Никлас Луман, Генри Дженкинс, Режи Дэбрэ и многих других. Среди более современных исследователей новых медиа можно назвать Мануэля Кастельса, Норберта Больца, Льва Мановича, Александра Гэллоуэя, Мануэля Деланда, Дэниэла Миллера, Гирта Ловинка. Список этот конечно далеко не полон, но он достаточен, чтобы очертить контекст. Этот контекст – множество исследований, которые на примерах различных эпох, технологий, иногда, целых исторических ретроспектив и сложных взаимосвязей между культурной, политической и технологической ситуацией демонстрируют, что медиум – это всегда нечто большее, чем средство записи, хранения и передачи информации. Новый медиум не просто встраивается в культуру, ускоряя и совершенствуя коммуникацию, но он всегда активно преобразовывает культуру как целое. И эти преобразования не являются только количественными.

2 Сегодня сетевые медиа оказываются доминирующими средствами коммуникации, постепенно вытесняя сложившиеся в XX столетии массовые медиа (газеты, радио, телевидение). И сеть оказывается уже не просто моделью, посредством которой социальные учёные на рубеже веков могли описывать социальные взаимодействия. Будучи реализованной через протоколы она приобрела иной онтологический статус, став структурой в которой эти социальные взаимодействия "на самом деле" происходят. И проблема изучения сетевых медиа сегодня особенно остро стоит потому, что мы уже имеем дело не просто с Интернетом как всемирной сетью, но с сетями второго порядка, сетями внутри сетей. И эти социальные сети оказываются более специализированными, они имеют конкретных владельцев или принадлежат корпорациям, но при этом тотально определяют повседневную технически опосредованную коммуникацию. Самым ярким примером такой сети сегодня, конечно, является *Facebook*.

3 Говоря о сетесозидающей власти, Мануэль Кастельс пишет, что именно она определяет «контент и формат коммуникации, в соответствии с формулой, лучше всего определяющей цели, которые она ставит перед сетью: приносящая прибыль, дающая власть, создающая культуру или всё вышеперечисленное»¹. *Facebook* – это именно всё вышеперечисленное.

4 Однако сегодня мы видим скорее, что способность "сетесозидающей власти" *Facebook Ink.* определять контент сильно ограничена, особенно в условиях постоянной конкуренции с другими социальными сетями. Можно конечно заблокировать экстремальный контент, но и здесь обычно приходится ссылаться на жалобы других пользователей, либо правообладателей. Контент – это как раз то, что по большей части определяется пользователями, ну и рекламодателями. «Сетесозидающая власть» (если продолжать пользоваться терминологией Кастельса) действует скорее через определение формата. И, если Кастельс прав в том, что власть в сетях «осуществляется преимущественно путём конструирования смыслов в человеческом сознании в ходе коммуникационных процессов»², то изучать, прежде всего, стоит именно то, как изменение формата (что в нашем случае означает алгоритмы персонализации) влияет на конструирование смыслов, на способ структурирования информации в человеческом сознании.

5 В отличие от Кастельса, нас не столько интересует проблема власти, сколько антропологический аспект взаимодействия человеческого разума с алгоритмически структурированным потоком событий. Однако в духе актуального в последние годы «онтологического поворота» в философии и антропологии мы используем для анализа модель одной из классических онтологий – «Монадологию» Г.В. Лейбница.

6 Противоречивая роль, которую *Facebook* играет в современных культурных и

политических процессах в значительной степени обусловлена лишь одним его модулем – новостной лентой (*News feed*). Благодаря ленте, коммуникативной тенденции к построению и развитию горизонтальной логики отношений противопоставляется тенденция к централизованному распределению информации. По словам Гирта Ловинка сегодня мы видим конечную точку интеграции «и эта конечная точка — централизованная платформа вроде Facebook. В такой платформе делезианская идея сетевой структуры как бы преодолевается гегельянской логикой.

7 < ... > И то, что называется великой регрессией или «цифровым термидором», является, на самом деле, ответом на эту беспрецедентную централизацию. < ... > Нет фильтров, нет разных уровней, а значит, и нет собственно сетей.

8 Это трагический момент, потому что ничего такого не должно было никогда произойти. Главным мотивом диджитализации, самой технологической сутью феномена сетей было то, что такая централизация невозможна, но она, тем не менее, случилась. Внезапно все оказалось на более высоком уровне синтеза»³.

9 С Ловинком трудно не согласиться, однако, его претензия к отсутствию фильтров представляется прямо противоречащей претензии интернет-активиста Илая Парайзера к, используемым в *News feed* фильтрам (алгоритмам персонализации). Парайзер ввёл в обиход понятие «пузыря фильтров», настаивая в своей одноимённой книге⁴, на негативных последствиях «пузырей» для формирования «гражданского мнения». Суть его идеи в том, что алгоритмы персонализации в поисковиках вроде *Яндекс* и *Google* или сетей вроде *Facebook*, формируя результаты поиска или ленту новостей на основании истории взаимодействия пользователя с предыдущими результатами запросов, новостями, постами друзей, создают вокруг него что-то вроде мембраны, пропускающей информацию определённого типа и отфильтровывающей другую. Совокупность таких «мембран» Парайзер и предложил называть «пузырём фильтров», изолирующим пользователя в системе его собственных предпочтений и интересов от большего нерелевантного мира.

10 Так в чём же причина того, что на новостную политику *Facebook* обрушивается полярно противоположная критика? Что, всё-таки, не так с персонализацией?

11 Чтобы составить некоторое представление, требуется удерживать как минимум сразу два аспекта функционирования *Facebook*: (1) статичный – конфигурацию относительно устойчивых связей, которую мы часто можем видеть в различных визуализациях взаимодействий тех или иных сетевых сообществ, и (2) динамический – поток контента, проходящий сквозь аккаунты пользователей. Но это различие само в некоторой степени умозрительно, поскольку статичная визуализация связей – это визуализация серии динамических интеракций, а информационный поток всегда распределён по сети относительно статичных связей. Контент, однако, сам имеет аналогичное разделение на динамичный поток и не вполне статичный архив, в котором этот поток сохраняется, и из которого ничего не исчезает. Не вполне статичный он, поскольку новые алгоритмы время от времени пытаются реанализировать прошлые посты и фотографии, заставляя нас осознать предвзятость и избирательность собственной памяти.

12 Архив и новости, таким образом – это то, что находится на противоположных полюсах событийного потока и, управляя тем и другим, алгоритмы *Facebook* структурируют «online-событийность» пользователей.

13 Если мы внимательнее присмотримся к роли статичного и динамического аспекта для формирования событийности в ленте *Facebook*, то обнаружим, что они используются как простые параметры. Точнее начинают использоваться в этом качестве с 2006 года. До 2006-го

посты в ленте отображаются в простом хронологическом порядке, однако, потом платформа переходит к использованию более сложного алгоритма, который известен под общим названием *EdgeRank*. В упрощённом виде он может быть выражен следующим образом:

14

$$\sum_{e \in \text{edges}} u_e w_e d_e$$

15 где u_e – параметр близости пользователей, w_e – параметр веса и d_e – параметр устаревания.

16 Т.е. самым высоким приоритетом *EdgeRank* наделял самые новые посты от пользователей, с которыми мы наиболее интенсивно взаимодействовали, утяжелённые ссылками, фотографиями или видео. Таким образом, поток событий в ленте, в действительности, можно было предвидеть, имея в распоряжении визуализацию конфигураций связей пользователя, время возникновения постов и примерно оценивая параметры веса. Очевидно, что введение функции «лайка» в 2009-м так же позволило переосмыслить подход к выбору более интересной для пользователей информации, и трёх простых параметров стало недостаточно. В 2011-м году *Facebook* остановил *EdgeRank*. По утверждению Мэта МакГи, на 2013-й год алгоритмы ленты *Facebook* учитывали около 100000 факторов⁵. А статья Кэйтлин Деви в «Вашингтон пост»⁶ называет 98 параметров, по которым на 2016 год они ранжировали самих пользователей.

17 С 2015 года в *Facebook* говорят о работе над системой фильтрации новостей на основе искусственного интеллекта. Сегодня *Facebook* использует технологии машинного обучения и искусственные нейронные сети в различных аспектах, и в том числе в ранжировании новостей в ленте. Это означает, что нет больше единого алгоритма, дедуктивно определяющего содержание *News feed*, но можно говорить скорее о множестве алгоритмов (хотя это слово кажется не очень подходящим для машинного обучения), по которым искусственные нейронные сети выявляют эмпирические закономерности в данных.

18 Технологии искусственных нейронных сетей значительно превосходят стандартные алгоритмы в оценки релевантности, поскольку в целом лучше справляются с задачами, где правила не ясны. Однако они представляют собой чёрный ящик. Т.е. нельзя определённо сказать, какие именно алгоритмы обработки данных сеть генерирует в процессе обучения, какие конфигурации и последовательности нейронных связей отвечают за успешное решение задачи. Поэтому, вероятно никто не может больше детально и достоверно объяснить, по каким именно причинам мы упускаем одни новости и видим другие? И благодаря каким параметрам наши посты не достигают той аудитории, которой мы рассчитывали нечто сообщить?

19 Однако очевидно, что количество этих параметров выходит далеко за пределы простых и эксплицитных характеристик поступающей информации. На собственном пользовательском опыте мы уже давно можем видеть, что лента нередко угадывает те аспекты

наших убеждений и интересов, о которых поведение в *Facebook* могло свидетельствовать лишь косвенно. Разумеется, большую часть информации о своих предпочтениях и интересах мы сообщаем сами через личные данные «лайки», время прочтения, «лайки» до, после или вовсе без прочтения и т.д. Другие выводы могут быть сделаны из истории перемещений по GPS-координатам и статистического анализа текста веб-страниц с кнопкой *Facebook Like*, которые посещал пользователь. О многом сообщает модель девайса и тип программного обеспечения. В отдельных, хотя и не редких случаях у пользователей возникают вопросы по поводу способа сбора данных. Например, в последнее время часто встречаются обвинения соц. сетей и, в частности, *Facebook* в прослушивании через микрофоны смартфонов, на том основании, что в ленте появляется реклама товара или услуги, о которых пользователи лишь разговаривали «offline». Представители компании, разумеется, всё отрицают, сваливая вину на великолепную работу алгоритмов персонализации.

20 Однако нельзя, конечно, сбрасывать со счетов и чисто психологические явления вроде так называемого феномена Баадера-Майнхофф, суть которого в том, что столкнувшись с новой, в той или иной мере, затронувшей нас информацией, мы начинаем всюду снова наталкиваться на неё или подобные релевантные сведения. Персонализация во многом так бросается в глаза именно потому, что она усиливает это естественное когнитивное искажение – частотную иллюзию.

21 Проблема «пузыря фильтров» остро встаёт именно в контексте алгоритмов персонализации. И для удержания в рамках проблемного поля противоречивых претензий Ловинка и Парайзера, целесообразным представляется рассмотреть ленту *Facebook* как модуль, сквозь схему онтологической архитектуры Лейбница.

22 В «Монадологии» Лейбниц выстраивает онтологию, где совместное пребывание монад в универсуме, «лучшем из возможных миров» не сопровождается никакой коммуникацией по поводу этого универсума и своего в нём места, но становится возможным благодаря предустановленной гармонии. Монады изолированы друг от друга, однако каждая содержит репрезентацию всего универсума в целом, но как бы со своей особой перспективы. Приложение подобной модели к анализу *News feed* позволило бы увязать вместе индивидуальную изолированность, против которой выступает Парайзер, и более высокий уровень синтеза, ставший объектом претензий Ловинка, т.е. монадический перспективизм с совместным пребыванием в «лучшем из возможных миров».

23 Одним из наиболее значимых для анализа ленты *Facebook* моментов лейбницевской онтологии, является запрет на непосредственное взаимодействие монад между собой. Их влияние друг на друга может быть лишь идеальным и опосредованным Творцом. Подобным образом, лента *Facebook*, хотя и представляет собой тот модуль, который позволяет пользователем делиться постами друг с другом, на самом деле использует систему алгоритмов для медиации и фильтрации их взаимодействий. В действительности, если вы не отмечаете того или иного пользователя в посте, вы не можете быть уверены, что тот отобразится в его ленте. Соприкосновение двух или нескольких событийных линий опосредуется алгоритмами. Конечно, *Facebook* состоит не только из ленты и, если вы хотите контролировать тот или иной сегмент вашей коммуникации, то всегда можно делиться постами адресно, использовать мессенджер, общие чаты, сообщества и т.д. Однако ведь смысл существования алгоритмов как раз и заключался в том, чтобы делегировать часть контроля. Понятно, что мы не хотим и не можем контролировать всё, проблема лишь в том, что делегируя выбор релевантных событий алгоритмам мы – пользуясь марксистской терминологией – «отчуждаем» себя от естественной нерелевантности событий внутри темпорального потока.

24 Разумеется, мы и раньше никогда не переживали «естественной нерелевантности»,

поскольку наш разум всегда уже осуществлял первичную связь событий, фактов и ощущений уже на уровне восприятия. Однако если первичную связь берут на себя алгоритмы, то разум, не отказывается от этой функции, а вторично осуществляет более тесную связность, как бы повышая степень релевантности. Это релевантность второго порядка – связывание того, что уже было предварительно связанным. Опасность подобной вторичной релевантности в том, что она неизбежно должна быть более высокой степени абстракции, чем первичная, и потому менее уязвимой для критики. Если первичная релевантность может быть чем-то вроде теории, подтверждающейся чередой событий и фактов, но и фальсифицируемой выбивающимся из ряда фактом, то вторичная релевантность – это скорее идеология, неуязвимая для фальсификации, связывающая множество гетерогенных событий и фактов в некотором абстрактном «множестве всех множеств». Таким образом, можно сказать, что повышенная степень релевантности – это, по крайней мере, частичный синоним понятия «идеология», если понимать его шире, чем политический концепт.

25 Но даже в узко-политическом смысле подобная интерпретация остаётся актуальной. Обвинения в адрес новостной политики *Facebook* в результате выборов 2017 в США, к которым присоединяются как Ловинк так и Парайзер, связаны, вероятно, во многом как раз с персонализацией ленты. Либералы могли просто не заметить приближение Трампа, поскольку посты в его поддержку и новости о его успехах, как и консервативно-окрашенный политический контент в целом, оставались для них по ту сторону алгоритмической мембраны.

26 Новостная политика *Facebook*, таким образом, если и не навязывает определённой идеологии (хотя полагать так, конечно, наивно), то неизбежно укрепляет и обостряет уже сложившиеся у пользователей абстрактные идеологические предпосылки.

27 Мир, видимый как более связанный и упорядоченный, может представляться как более совершенным, так и более параноидально-угнетающим. Здесь лучший и худший из возможных миров – словно два аспекта суперпозиции одного и того же мира, однако, это мир-пузырь, соответствующий монадическому перспективизму.

28 Если возможные миры Лейбница могли требовать своей актуализации в соответствии со степенью совершенства, то в сетевой структуре *Facebook* каждый мир-пузырь актуализован, однако все события и факты в рамках этих миров – потенциальны, и могут требовать места для актуализации в соответствии с присвоенным им приоритетом.

29 Однако мир-пузырь всё же не вполне персонален. *News feed* предлагает нам скорее перспективизм совместный или «расшереный» (shared).

30 «Расшереный» перспективизм парадоксальным образом не расширяет перспективу, но сужает её, поставляя события и факты, подтверждающие сложившиеся идеологические предпосылки, тем самым, приводя их к радикализации. Проблема конечно, как это обычно бывает, не в алгоритмах самих по себе, а в усилении и доведении ими до абсурда эффекта традиционных коммуникативных паттернов. Мы склонны делиться постами, транслирующими взгляды, которых мы и сами придерживаемся, поступающими от людей, которые нам нравятся, игнорируя, в то же время, тех, чьи сообщения нерелевантны или неуместны. Алгоритмы усиливают этот эффект, присваивая высокий приоритет постам, на которые пользователь с большей вероятностью отреагирует и которые «расшерит». В результате, даже если вы сохраняете подписки на людей или сообщества с отличающимися идеологическими предпосылками, скорее всего через какое-то время вы всё равно перестанете видеть их посты в своей ленте. Таким образом, «расшереный» перспективизм ведёт к коммуникативной ситуации, которую в теории СМИ принято называть «эхокамерой».

31 В сущности, эхокамера является естественной ситуацией даже для

непосредственного живого общения, поскольку люди всегда стремятся окружать себя теми, кто в той или иной мере разделяет их базовые ценности и убеждения. Однако в непосредственном взаимодействии мы то и дело сталкиваемся с присутствием в одном с нами смысловом пространстве отличающихся взглядов и позиций. Усугубление эффекта эхокамеры алгоритмами *Facebook* связано, прежде всего, с тем, что они отфильтровывают чужеродные идеологические компоненты до того, как мы сможем обнаружить их присутствие. В этой поляризованной гомогенности «расшереного» пузыря практически не возникает существенных полемик по поводу основополагающих предпосылок. Последние только подтверждаются и усиливаются. В эхокамерах мы слышим только самих себя и своё усиленное эхо.

32 Несмотря на то, что потенциально существующая система связей позволяет сообщениям распространяться по сети безгранично и равномерно, в действительности, визуализации позволяют видеть чёткие очертания коммуникативных миров, в которых информация определённого типа почти мгновенно заполняет всё пространство, пронизанное интенсивными связями, практически не выходя за, казалось бы, ничем не обусловленные пределы.

33 Филиппо Менцер отмечает, что эффект эхокамеры способствует дезинформации. В своей статье для «*The Conversation*» он рассказывает, как их собственная лаборатория наткнулась на, распространяемые преимущественно через *Twitter*, фальшивые сообщения об их исследованиях (проект *Truthy*). Люди внутри полярно-ориентированной «эхокамеры» мгновенно «ретвитили» фальшивые сообщения и только два аккаунта (оранжевые точки на визуализации (рис.1⁷) эхокамеры) пытались опровергнуть фальшивую информацию. Очевидно, что пользователи настолько доверяют информации, распространяемой в их замкнутом мире, в соответствии с их убеждениями, что сами делятся ей, порой, даже без предварительного прочтения.

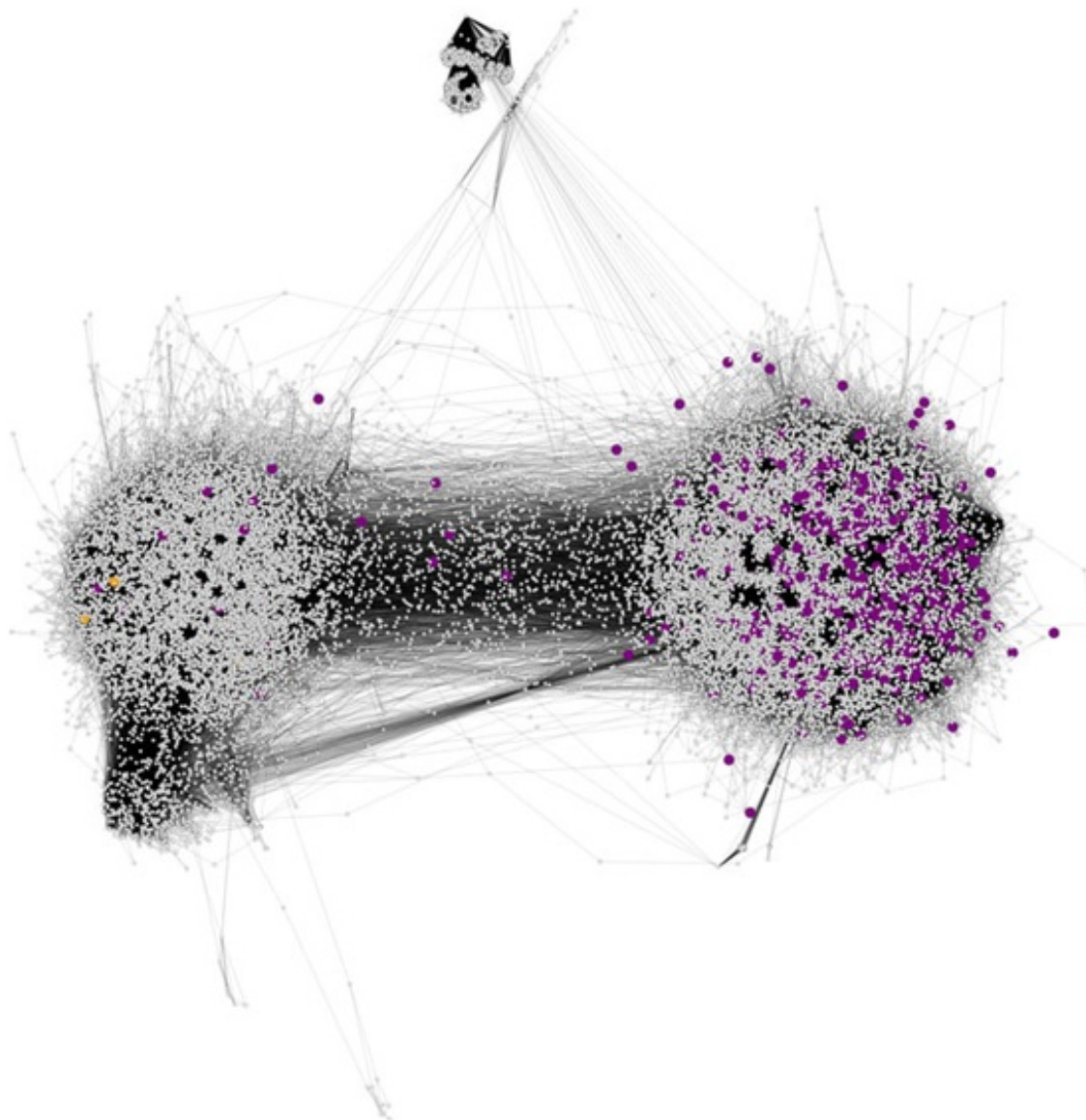


Рис.1. Визуализация эхокамеры Ф. Менцера. Fig.1. Echo-chamber visualization by F. Menczer

35 Менцер также возлагает часть вины на алгоритмы, отмечая, что статус достоверности информации не влияет на её приоритет в ленте. Но именно эффект «эхокамеры», судя по всему, делает людей более доверчивыми по отношению к поступающей информации. Даже «фейки» (*fake news*), если они работают на подтверждение абстрактных идеологических предпосылок, в рамках миров-пузырей выглядят когерентными.

36 В *Facebook Ink.*, ради справедливости нужно заметить, вовсе не делают вид, что проблемы не существует. В конце октября 2017 года была запущена вторая лента *Explore feed* (в русской версии: Лента «Интересное»), в которой собирались популярные новости со страниц, на которые пользователь не был подписан, хотя подборка, конечно, не выглядела случайной. По-видимому, рекомендации всё же учитывали интересы масс и популярные темы среди «друзей» пользователя. Борьба с «пузырями фильтров» часто упоминалась различными ресурсами как одна из причин введения второй ленты. Однако было не вполне понятно как стандартная *News feed* и новая *Explore feed* должны были коррелировать друг с другом. Эксперимент оказался неудачным и *Explore feed* была закрыта в начале марта 2018, однако её кратковременное существование всё же проливает свет на некоторую тенденцию в новостной политике *Facebook*. К примеру, в ряде стран (Шри-Ланка, Боливия, Словакия, Сербия, Гватемала, Камбоджа) пользователи заметили, что посты новостных ресурсов из основной ленты целиком ушли в *Explore feed*. Комментируя ситуацию, исполнительный директор

Facebook Адам Моссеро заявил, что в этих шести странах проводится лишь тестирование и изменение пока не планируется распространять глобально⁸. Тем не менее, тестирование всё же казалось достаточно странным: по сути *Facebook*, пусть и в тестовом режиме попытался избавиться от последнего внутреннего конкурента. Новостные ресурсы – это последнее, что внутри сети предлагало тематическую последовательность событий и фактов, модерлируемую человеком, устранение их в тестовом режиме означает попытку избавиться от неалгоритмического структурирования потока событий. Но, кроме того, это попытка отказать пользователю в осознанном делегировании кому-то кроме алгоритмов *News feed* конструирование своей online-событийности. Это, судя по всему, и есть проявление неуклонной тенденции к «более высокому уровню синтеза» против которого выступает Ловинк.

37 Стало быть, позиции Ловинка и Парайзера лишь на первый взгляд кажутся взаимоисключающими критиками. Синтез и изоляция осуществляются на разных уровнях абстракции, поэтому не противоречат, а обуславливают друг друга. Наилучшим вариантом была бы релевантность, возникающая из коммуникации, гармония позиций, занимаемых исходя из сообщений о позициях, занимаемых другими. Однако *News feed*, подобно лейбницианскому Богу, накладывает ограничения на коммуникацию, предустановливая алгоритмическую гармонию централизованно, сверху. Т.е. монадическая изоляция «пузырей фильтров» – это одновременно и то, что возникает в результате алгоритмического синтеза, и то, что его требует, поскольку, если горизонтальная коммуникация отсутствует, то структура и порядок могут быть достигнуты только посредством контроля. *News feed* представляется своего рода лентой Мёбиуса, где персонализация и интеграция, в действительности на одной стороне. Парайзер и Ловинк, таким образом, тоже на одной стороне.

38 В заключение можно сказать, что представленный анализ позволяет обнаружить в локальной проблеме достаточно опасную тенденцию современной информационной политики. Алгоритмы персонализации, несомненно, повышая уровень комфорта потребления информации, способствуют в то же время фрагментации восприятия и утрате целостной картины происходящего. Утрата целостных представлений и осведомлённости о позициях других затрудняет координацию идей и действий, когда речь идёт о достаточно крупных сообществах, а не участников одной эхо-камеры. Т.е. из социальных сетей постепенно вымываются именно те компоненты, которые и делали возможной горизонтальную сетевую координацию, и которые, к слову, действительно сыграли не последнюю роль в координации участников политических протестов и массовых манифестаций 2011 года по всему миру (Северная Африка, Ближний Восток, США, Россия и т.д.).

39 Критика интернет-активистов и теоретиков сетей в адрес *Facebook* связана именно с тем, что сеть из множества горизонтальных связей между узлами превращается в вертикальную иерархическую структуру, хотя это и не иерархия узлов, а иерархия отношений. Но эта иерархия в определённом смысле неизбежное условие персонализации. Неравномерное, адресное и специфичное распределение информации между узлами требует надстроенной координирующей системы, а узлы, претерпевающие изменение под действием специфичной информации, начинают нуждаться в этой координирующей власти. Алгоритмы персонализации, таким образом, скорее по случайному стечению обстоятельств, чем согласно некоему замыслу, но всё же создают лакуны для власти там, где ещё недавно сетевые медиа их не предполагали.

Remarks:

2. Там же. С. 453.
 3. Интервью Гирта Ловинка для журнала Colta [Электронный ресурс] URL: >>>> Дата обращения: 19.03.2018
 4. Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. — New York: Penguin Press, 2011
 5. McGee M. EdgeRank Is Dead: Facebook's News Feed Algorithm Now Has Close To 100K Weight Factors. [Электронный ресурс] URL: >>>> Дата обращения: 23.04.2018
 6. Dewey C. 98 personal data points that Facebook uses to target ads to you. [Электронный ресурс] URL:>>>> Дата обращения: 23.04.2018
 7. Menczer F. Misinformation on social media: Can technology save us? / The Conversation. [Электронный ресурс] URL: >>>> Дата обращения: 25.04.2018
 8. Struharik F. Biggest drop in Facebook organic reach we have ever seen. Facebook is testing radically different Explore Feed in six countries than in the rest of the world. / Medium. [Электронный ресурс] URL: https://medium.com/@filip_struharik/biggest-drop-in-organic-reach-weve-ever-seen-b2239323413 Дата обращения: 25.05.2018
-

References:

1. Bateson G. Pathologies of Epistemology. / Steps to an Ecology of Mind: Collected essays in anthropology, psychiatry, evolution and epistemology. London: Jason Aronson Inc., 1987. Pp. 337-342.
2. Manovich L. Software takes command: extending the language of new media. NY: Bloomsbury Academic, 2013.
3. Pariser E. The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You. New York: Penguin Press, 2011.
4. Delyoz Zh. Lektsii o Lejbnitse. 1980, 1986/87. M.: Ad Marginem Press, 2015. - 376 p.
5. Kastel's M. Vlast' kommunikatsii. M.: Izd. Dom Vyshej shkoly ehkonomiki, 2016. – 564 p.
6. Lejbnits G.V. Sochineniya v chetyryokh tomakh: T. I. M.: Mysl', 1982.- 636 p.
7. Lovink G. Psikhopatologiya informatsionnoj peregruzki. / Media: mezhdru magiej i tekhnologiej / red. N. Sosna i K. Fyodorova. – Moskva; Ekaterinburg: Kabinetnyj uchyonyj, 2014. Pp. 232-251.

Алгоритмический перспективизм News feed

Тестов Д. Ф.

Институт философии РАН

Российская Федерация, Москва, 109240, ул. Гончарная, д. 12, стр. 1

Аннотация

Статья представляет собой попытку философского анализа эффектов функционирования алгоритмов персонализации в новостной ленте Facebook. Отталкиваясь от тезисов Гирта Ловинка и Илая Парайзера, автор обращается к онтологической модели Лейбница, в контексте которой ситуация пользователя схватывается концептом «расшереного» перспективизма. Утверждается, что алгоритмы новостной ленты Facebook противоречат самой идее сетевой коммуникации, поскольку алгоритмическое опосредование взаимодействий между изолированными монадами пузырей фильтров, представляет собой скорее предустановленную гармонию, чем подлинную коммуникацию. Центральный тезис состоит в том, что помимо пузырей фильтров и эхокамер алгоритмы персонализации производят эффект повышенной релевантности потока событий. Отмечается, что эта повышенная степень релевантности может выступать в качестве, по крайней мере, частичного синонима понятия идеологии.

Ключевые слова: теория медиа, новые медиа, социальные медиа, социальные сети, лента новостей, Фейсбук, пузыри фильтров, эхокамера, теория коммуникации, Лейбниц, перспективизм, персонализация, машинное обучение

Дата публикации: 08.11.2018

Ссылка для цитирования:

Тестов Д. Ф. Алгоритмический перспективизм News feed // Полилог/Polylogos. 2018. Т. 2. № 3 [Электронный ресурс]. Доступ для зарегистрированных пользователей. URL: <https://polylog.jes.su/s258770110000057-4-1/> (дата обращения: 15.07.2020). DOI: 10.18254/S0000057-4-1