

Этика рекомендательных систем

Семилетов А.И. (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург)

Научный руководитель – Панкратьев О.В.

(Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербург)

В современном мире большая часть населения получает новости с помощью интернета и разнообразных веб-сервисов. Эти веб-сервисы повсеместно используют технологии рекомендательных систем. Сложность работы таких технологий поднимает важные этические вопросы.

Введение. Поисквики, онлайн кинотеатры, онлайн магазины, музыкальные сервисы, социальные сети, все они используют рекомендательные системы для индивидуализации контента и повышения прибыли. Но использование таких систем порождает проблемы, о которых нечасто задумываются в таких компаниях.

Основная часть. Одной из таких проблем является неравенство создаваемое такими системами. Например, почему новостной агрегатор показал пользователю именно эту статью, а не похожую с другого сайта. Из-за сложности работы рекомендательных систем вряд ли кто-то сможет дать четкий ответ на этот вопрос.

Но неравенство контента для пользователя - это не такая важная проблема по сравнению с сужением взглядов на мир и возможностью манипулирования с использованием рекомендательных систем.

Узость взглядов является следствием того, что основным источником информации для людей становятся несколько сервисов, которые подстраивают свой контент под пользователя. В результате он видит только то, что хочет видеть. В социальных сетях к этому добавляется эффект эхо-камеры. Как итог создаются сообщества, которые верят в истинность своих взглядов на мир и отвергают иные идеи.

С помощью рекламы этими сообществами можно удобно манипулировать. Создается контент для таких сообществ, который продвигает определенную идею, и оплачивается показ именно для этого сообщества. Формировать мнение людей через покупку новостей можно было и раньше, но в эпоху рекомендательных систем и интернета манипуляции стали персонализированными.

Примером этому может служить расследование действий компании Cambridge Analytica и социальной сети Facebook. Есть основания полагать, что с помощью рекламы они повлияли на результаты выборов президента США. Еще одним примером проблем рекомендательных систем является расследование НКО Avaaz в отношении видеохостинга YouTube. Сервис показывал видео отрицающие глобальное потепление в качестве рекламы и в ответ на поисковой запрос “глобальное потепление”. Аудитория YouTube огромна, и можно с уверенностью сказать, что эта компания в какой-то степени формирует мнение людей. И то что она позволяет на своей платформе продвигать идеи, которые грозят будущему человечества, - является большой проблемой.

Выводы. Сказать, что манипуляции - это хорошо или плохо нельзя. Всегда все зависит от цели манипулирования. Но то что при помощи рекомендательных систем и интернета

манипулировать мнением людей стало проще - можно сказать однозначно. А это уже создает большую опасность для общества.