



МЕДИИ И КОМУНИКАЦИИ НА 21. ВЕК 21ST CENTURY MEDIA AND COMMUNICATIONS

ТОМ 2/2018

Илиана ПАВЛОВА

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“, България

il.pavlova@ts.uni-ut.bg

ЕПОХАТА НА ПОСТИСТИНА: АЛГОРИТМИ, ЕМОЦИИ, ВЛАСТ

Iliana PAVLOVA

“St. Cyril and St. Methodius” University of Veliko Tarnovo, Bulgaria

il.pavlova@ts.uni-ut.bg

THE POST-TRUTH ERA: ALGORITHMS, EMOTIONS, POWER

Abstract: The paper aims to examine post-truth, considering its theoretical aspects and following the communication grounds for its appearance. The paper suggests that the Post-truth Era is a result of algorithmically managed social interactions and the automation of communication. The Internet of Things, the ubiquitous media presence and the algorithmic power transform „The Age of Mechanical Reproduction” (Walter Benjamin) into „a Post-truth Era”. In the digital world of the 21st century – a world completely fragmented into data and market segments, the media technologies not only reproduce and re-create reality, but also take the next step and create an entirely new reality. Based on the critical survey of various articles and theoretical approaches the paper identifies the problematic areas that could engender a future discussion, and draw attention to post-truth as a problem and its relevance to the modern world.

Keywords: Post-truth Era, algorithmic power, personal opinion, filter bubble, echo chamber.

Статията си поставя за цел да очертае параметрите на явлениято „постистина“, като разгледа теоретичните му измерения и проследи комуникационните основания за появата му. Прави се хипотезата, че епохата на постистина е следствие на алгоритмично направляваните социални взаимодействия и на засилващия се процес на автоматизация в комуникациите. В условията на Интернет на нещата, на повсеместно медийно присъствие и алгоритмична власт „епохата на техническа възпроизводимост“ (Валтер Бенямин) се трансформира в „епоха на постистината“. В дигитализирания свят на 21. век – превърнат в данни и пазарни сегменти, технологиите не само възпроизвеждат и пресъздават действителността, но правят и следващата крачка, като създават изцяло нова действителност: вариативна, множествена, персонално адаптивна.

На базата на направения критически преглед на различните разработки до момента в статията се идентифицират тези проблемни места, които биха послужили като основа за бъдеща дискусия, а същевременно биха заострили вниманието към проблема за постистината и неговото значение за съвременния свят.

Въведение: понятието „постистина“

Оксфордският речник определя значението на Думатата на 2016 г. като „прилагателно свързано с или обозначаващо обстоятелства, при които обективните факти оказват по-малко влияние при формирането на общественото мнение, отколкото емоциите и личните убеждения“ (OLD 2016)¹.

Думата „постистина“ илюстрира разширяването на смисъла на префикса „пост-“, който не е в основното си значение на „след“ – „отнасящ се към времето след един вече минал период,

¹ Преводът на всички цитати в настоящата публикация е мой. – Ил. П.

събитие, момент” (каквито значения се активират в думи и словосъчетания като „постмодернизъм“, „постиндустриално общество“ и др.), а актуализира свое второ, по-слабо познато значение: „отнасящ се до или принадлежащ към времето, в което даденото понятие губи своето значение или то е несъществуващо”².

За първи път думата „постистина“ с това си второ значение е използвана от американския драматург от сръбски произход Стивън Тешич в статията му „Правителство на лъжите“ („*A Government of Lies*”), публикувана в списание „The Nation” през януари 1992 г.³ В статията Тешич описва т. нар. „синдром Уотъргейт“, при който всички факти и разкрития за президентството на Ричард Никсън са пренебрегнати от американците като неприятни истини: „Може би защото разкритията от Уотъргейт бяха толкова болезнени и скоро бяха последвани от престъпленията и разкритията, свързани с войната във Виетнам, или защото на Никсън му беше бързо простено, ние започнахме да се отдръпваме от истината. Приблжихме се до истината с лошите новини и вече не искахме лоши новини, без значение колко верни или жизненоважни бяха те за нацията ни. Ние очаквахме от правителството да ни предпази от истината“ (цит. по The Nation 30.11.2016).

Резултат от това разочарование, от настъпилата криза на доверие в институциите, от липсата на сигурност и непрестанно прииждащите „лоши новини“, общата картина за Стивън Тешич е колкото обяснима, толкова и изключително тревожна: „Ние бързо се превръщаме в прототипи на хора, за които тоталитарните чудовища могат само да мечтаят. Всички диктатори досега трябваше да работят усилено, за да потиснат истината. Ние, чрез нашите действия, казваме, че това вече не е необходимо, че сме придобили духовен механизъм, който може да лиши истината от всякакво значение. По изключително фундаментален начин ние като свободни хора решихме свободно, че искаме да живеем в някакъв свят на постистина“ (цит. по The Nation 30.11.2016).

През 2004 г. Ралф Кийс заема използваното от Стивън Тешич понятие „постистина“ и го популяризира чрез своята книга „Епохата на постистина“: „Ние живеем в епоха на постистината. Постистината съществува в етичната зона на здрача. Това ни позволява да лицемерим, без да смятаме това за нечестно. Когато нашето поведение противоречи на нашите ценности, това, което най-вероятно ще направим, е да преосмислим нашите ценности. Малцина от нас искат да ги мислят за неетични, като, за да не признаем това на другите, ние разработваме алтернативни подходи към морала“ (Keyes 2004: 27–28, 642). Ралф Кийс разглежда постистината по-скоро в аспекта на *истинността* (truthiness) – дадено нещо се приема за истина въз основа на това, че „изглежда или се чувства като истина, въпреки че не е задължително да е истина“ (OLD 2016)⁴. От тази позиция и с това си значение истинността (truthiness) има своите философски корени в емотивизма, чието възраждане в края на 20. век се свързва с издадената през 1981 г. книга на Аласдър Макинтайър „След добродетелта“. За Макинтайър емотивизмът – „учението, съгласно което всички оценъчни съждения и всички морални съждения, в частност, са *единствено* изрази на предпочитание, на нагласа или чувство”, е определящо

² Според авторите на Оксфордския речник този нюанс в значението възниква още в средата на 20. век с появата на прилагателни като „постнационален“ („*post-national*”) (1945 г.) и „пострасов“ („*post-racial*”) (1971 г.), които са своеобразна илюстрация за времето, в което и националността, и расата имат по-малко значение:

– *post-national* (прил.): принадлежащ на време или общество, в което националността има по-малко значение.

– *post-racial* (прил.) – отнасящ се към период или общество, в което расовите предразсъдъци и дискриминация не са значими (*a post-racial era* – постарасова епоха).

Самото прилагателно „постистински“ се използва често в съчетание с „политика“: „постистинска политика“ (*post-truth politics*), за да означа „политическа философия, която подчертава преимуществото на емоциите и личните предразсъдъци над обективните факти или специфичната политика“ (OLD 2016).

³ Според редакторите на речника има и ранни свидетелства за употреба на думата, но там тя е в значението на „след като е разбрана истината“, не с новото значение, указващо времето, когато самата истина става несъстоятелна и безполезна при формирането на общественото мнение (OLD 2016).

⁴ Авторството на *truthiness* (от *truthy* + *-ness* – истинност) принадлежи на американския комедиант Стивън Колберт, който в дебютния епизод на „The Colbert Report“ на 17.10.2005 г., критикувайки администрацията на Джордж Буш, използва думата с това ѝ значение (Colbert 2005).

за моралната философия на 20. век⁵ (Макинтайър 1999: 24). „Ние разполагаме само с фрагменти от понятийни схеми, с части, на които липсва контекстът, откъдето се извежда тяхното значение. Разполагаме също така със симулакри на морала“, отбелязва А. Макинтайър (Макинтайър 1999: 14).

Избирането на „постистина“ за Дума на 2016 г. от Оксфордския речник е резултат от значителното завишаване на честотата на употреба на понятието. Случващото се е в контекста на референдума за Европейския съюз във Великобритания и Брекзит (юни 2016 г.), както и на президентските избори в Съединените щати (ноември 2016 г.). След малко повече от година, в началото на 2018 г. скандалът с британската анализаторска компания „Кеймбридж Аналитика“ (Cambridge Analytica) и разкритията, че лични данни на милиони потребители на Фейсбук са били използвани за целите на политическия маркетинг, допълнително оформят представата за „епохата на постистината“. Алгоритмите и емоциите предлагат нови властови механизми в условията на Big data.

Режимът на истина vs режимът на постистина

В своето интервю „Истина и власт“ от 1977 г. Мишел Фуко говори за развитието на обществата в „режим на истина“: истината „се произвежда само чрез множество форми на ограничение. И това предизвиква обичайните ефекти на властта. Всяко общество има своя режим на истината, своята „обща политика“ на истината: това са различните видове дискурс, които то приема и към които се придържа като истинни; механизмите и инстанциите, които позволяват да се разграничат истинните и фалшивите твърдения, средствата, чрез които се утвърждават; техниките и процедурите, които дават стойност в придобиването на истината; статутът на онези, които са натоварени с това да кажат кое е вярно“ (Foucault 1980: 131). „Има битка „за истината“, казва Фуко, – „или поне „около истината“, като под „истина“ не трябва да се разбира „ансамбъл от истини, които трябва да бъдат открити и приети“, а по-скоро „съвкупност от правила, според които the truth и the false⁶ са отделни и специфични ефекти на властта, прикрепени към истината“, разбира се, също така, че това не е въпрос на битка „в името“ на истината, а на битка за статута на истината и икономическата и политическата роля, която тя играе“ (Foucault 1980: 132).

Моделът на „режим на истината“ (характерен за 18. – началото на 20. век) съответства на теорията на М. Фуко за „дисциплинарното общество“, в което властта е централизирана и се поддържа от различни институции: научните организации, университетите, армията, медиите. В този случай „истината“ се разбира като система от подредени процедури за производство, регулиране, разпространение, обращение и действие на твърдения. „Истината“ е в кръгова зависимост със системите на властта, които я произвеждат и поддържат, и с въздействието на властта, което тя предизвиква и което я разширява. „Режим“ на истината“ (Foucault 1980: 133).

Анализираният от М. Фуко модел на „режим на истината“ е с преходен характер, тъй като неговото съществуване е обвързано с общества с върховна власт, с „обществата на суверенитета“ („societies of sovereignty“). В съвременния свят според Ж. Делюз – при нарастващата криза в институциите⁷, във възход са „контролираните общества“ и новите форми на „разпръснатата“ власт, осно-

⁵ В главата „Факт“, обяснение и експертност“ А. Макинтайър отбелязва: „Факт“ в модерната култура е народна представа с аристократично потекло“, като според него единствено на природните науки посредством научния експеримент и опит е дадено да разширяват границата между *изглежда* и *е*: „Природната наука ни учи да обръщаме внимание по-скоро на едни, отколкото на други опити, и само на тези, които са били поставени в подходяща за научно внимание форма. Тя отново прокарва границата между *изглежда* и *е*; тя създава нови форми на разграничение едновременно между явление и реалност и между привидност и реалност“ (Макинтайър 1999: 90, 100–101).

⁶ В настоящия текст се оставя в оригинал за по-голяма яснота.

⁷ „Ние сме във всеобща криза на отношенията към всички ограждащи среди – затвора, болницата, фабриката, училището, семейството. Семейството е „интериор“ (вътрешен свят, природна същност – бел. моя, Ил. П.) в криза, както всички останали „интериори“ – учебни, професионални и др. Отговорното управление няма да престане да обявява своите предполагаемо необходими реформи: да реформира училищата, индустрията, болниците, армията, затворите. Но всички знаят, че тези институции са приключени, без значение каква е продължителността им на живот. Всичко е само въпрос за администриране на техните последни ритуали и на задържане на наетите на работа хора, докато се установят новите сили, които вече чукат на вратата“ (Deleuze 1992: 3–4).

ваваща се на постоянното наблюдение и на използването на маркетингови техники и управлявани алгоритмично прогнозни анализи за оценка и контрол. В този тип общества отношението маса/индивиди („individuals”) се свежда до „индивиди“ („dividuals”), данни и пазарни сегменти (Deleuze 1992: 5). Социалните отношения се превръщат в непрекъснати кръгове на влияние и мрежи на взаимодействия. Според Ж. Делюз премахването на институционалните властови ограждения съответства на хиперсегментацията на обществото и бележи нарастващата зависимост от алгоритмичната власт на машините (Deleuze 1992: 6, 7).

В съвременния дигитализиран свят социалните и комуникационните взаимодействия, изборите и решенията, които до този момент са приоритетно във властта на човека, все повече се делегират на алгоритми. Все повече алгоритмите медиират социалните процеси, бизнес транзакциите, правителствената дейност, те определят това как възприемаме, разбираме, как взаимодействаме помежду си и с околната среда, техни са и решенията, без значение дали става дума за високоскоростните алгоритми, които оперират на финансовите пазари, или за алгоритмите за създаване на новини в медийните редакции. „Когато медиите са повсеместни, интерфейсите са навсякъде. Действителността става интерфейс“, отбелязва Скот Лаш, а „общество на повсеместните медии означава общество, в което алгоритмите имат все по-голяма власт“ (Lash 2007: 70, 71). Тази нова епоха Лаш определя като „постхегемонна“ („post-hegemonic age”)⁸. „Властта чрез алгоритмите“ се задвижва от ежедневните дейности на хората и по парадоксален начин се връща пак при хората, като ги подчинява на своята сила: „След хегемонията и разпада на класическите институции и режима им на представителство, политиката се различа⁹. Постхегемонният ред не е просто епоха на повсеместното използване на компютърни средства и повсеместни медии. Той също така ни завещава повсеместната политика“ (Lash 2007: 75).

В аспекта на социалното приложение на алгоритмите все повече се налага разбирането за социалната власт на алгоритмите. Проблемът е обект на различни изследвания (Beer 2017; Amoore, Piotukh 2016; Bucher 2018; Pasquale 2015; Manovich 2013; Harsin 2015; Diakopoulos 2013). Още през 1999 г. Лорънс Лесиг обръща внимание на правно-етичните аспекти на въпроса и предрича, че в този нов технологичен свят „кодът е законът“ (Lessig 1999). Явлението поражда много въпроси с етичен характер, като отправя тревожен поглед към бъдещето и към възможните последици както за отделния човек, така и за обществото като цяло. Джейсън Харсин говори за преход от „режим на истината“ към „режим на постистината“. „Режимът на постистината“ съответства на контролираните общества, при които „властта използва новите „свободи“, дадени на хората от технологиите в уеб 2.0. – на участието, създаването, изразяването, потреблението, разпространението, оценката. В „режима на постистината“ – в условията на big data и аналитичен софтуер за прогнозиране на корпоративно-политическите пазари, процъфтяват „игрите на истината“, развиват се и се оформят съответни „пазари на истината“ (Harsin 2015: 327).

Използването на информационно-аналитичните знания като властови инструменти, за да се управлява полето на изява на отделните хора и участието им в различни дейности, довежда до появата на нов тип социална организация, която Франк Паскуале означава като „общество черна кутия“ („Black Box Society”). В случая черната кутия е удобна метафора заради нейния двойствен смисъл – отнася се както до записващото устройство (подобно на системите за наблюдение на данни в самолетите, влаковете и автомобилите)¹⁰, така и до тайно функционираща система: „можем

⁸ В случая „пост-“ е в своето първо значение на „след“. Лаш има предвид т.нар. от него „хегемонна епоха“, в която доминираща роля имат идеологията и външни за отделния човек сили, които упражняват властта-като-хегемония. За разлика от „постхегемонната епоха“, при която господстващата власт се премества в ежедневните дейности на човека и нейната сила се задвижва отвътре и отдолу, от самите хора (вместо обичайните властови позиции „отгоре“ и „отвън“, характерни за „хегемонната епоха“) (вж. Lash 2007: 55 – 78).

⁹ Букв. „politics leaks out“. Скот Лаш има предвид разпада на институционално обвързаната политика и нейната децентрализация в условията на Интернет на нещата. – Бел. а. Ил. П.

¹⁰ Подобна записваща функция има пряко отношение към системите на видимост и контрол, за които говори Мишел Фуко при разглеждането на паноптикумите и тяхната роля за дисциплинарните общества (вж. Фуко 1998: 204). Осмислянето на Интернет на нещата и на съвременните алгоритмични „черни кутии“ откъм позицията на паноптикума, на властта и на контрола е проблемно поле, което изисква сериозно внимание и допълнителни изследователски усилия. В условията на повсеместен Интернет (*Ubiquitous Web*) новият тип

да наблюдаваме нейните входи и изходи, но не можем да кажем как едно нещо се превръща в друго“ (Pasquale 2015: 3).

Различни автори разглеждат технологиите като средства за оформяне на отделни, често „несъзавани от човека територии на влияние“ (Beer 2009: 987), те имат свой „алгоритмичен живот“ (Amoore, Piotukh 2016) и „алгоритмична култура“ (Striphas 2015: 395), добавят ново измерение към човешката култура – „култура на софтуера“ (Manovich 2008: 14); алгоритмите се превръщат в „новите мощни брокери на обществото“ (Diakopoulos 2013). Не липва обаче и гледната точка, че „черната кутия“ не е нито „черна“, нито „кутия“, ако се познават отблизо алгоритмичните механизми и ако „програмираната социалност се разглежда като функция на кода, хората и контекста“ (Bucher 2018: 8, 41). Познаването на механизмите на действие обаче по същество не изключва въпроса за създаването на кодовете и тяхното функциониране в рамките на алгоритмичната система, не елиминира и нарастващата тревога относно целта, която ги задвижва, и силата, която ги управлява (настройва, прекодира) в стремежа за постигане на желаната „програмирана социалност“, особено при все по-размитите граници между реално и нереално в създадения нов тип среда на абсолютна свързаност на хора, предмети, състояния, преживявания, усещания. Реалност и нереалност са категории, които все повече взаимно се разколебават в условията на Интернет на нещата. Функционирайки в неразчленимо единство, те изграждат принципно различна среда, един нов свят.

През 1936 г. в своя манифестен текст „Художественото произведение в епохата на неговата техническа възпроизводимост“ Валтер Бенямин изказва тезата, че технологиите променят единствено „човешкото сетивно възприятие“ – с навлизането си средствата за масова информация позволяват фрагментирането на действителността, като дават възможност за откриването на изцяло нови гледни точки към нея; различните технологии не просто правят нещата по-видими и масово достъпни, а разкриват изцяло нови форми и техни напълно непознати качества (Бенямин 2006). В дигитализирания 21. век, в условията на изцяло фрагментаризиран свят – превърнат в данни и пазарни сегменти, технологиите не само възпроизвеждат и пресъздават действителността, но правят и следващата крачка – създават принципно нова действителност, определят възприемателската позиция, формират гледната точка и последващите решения, а оттам – и тенденциите за развитие. „Епохата на техническа възпроизводимост“ се трансформира в „епоха на постистината“. И ако за Бенямин единствено автентичността е невъзпроизводима (но пък, от друга страна според него „засиленото използване на известни репродукционни способности – а те бяха технически – даде възможност за диференциране и степенуване на автентичността“ – Бенямин 2006), то днес посредством технологиите, свързани с виртуалната реалност (Virtual Reality), добавената реалност (Augmented Reality) и дигиталните светове, се разколебава и самата невъзпроизводимост на автентичността. Компютърно генерираните преживявания, осъществявани в симулационна аудио-визуална 360-градусова среда, с възможности за сензорна обратна връзка чрез обоняние, вкус и допир, създават условия за пълно „потопяне“ в тези други реалности и предоставят сетивен опит, който омаловажава автентичността на факта и неговото „неповторимо битие на територията, на която се намира“ (Бенямин 2006). Водещ в този случай е описаният от Жан Бодрияр принцип за еквивалентност на симулацията (Baudrillard 1988: 170). Утопична по своята природа, симулацията преминава границата между реално и нереално¹¹.

паноптикум ражда нов тип власт, но и нов тип поведение на надзираваните. По същество „паноптичната уредба“ „програмира функционирането на основите на едно ново общество, изцяло пронизано от дисциплинарни механизми“ (Фуко 1998: 218).

¹¹ Описвайки фазите на изграждане на подобията, Жан Бодрияр отбелязва: „Репрезентацията се основава на принципа за еквивалентност между знака и реалния обект (дори ако тази равностойност е утопична, това е фундаментална аксиома). Обратно, симулацията започва от утопията на този принцип на еквивалентност, от радикалното отричане на знака като стойност, от знака като реверсия и смъртна присъда на всяко позоваване. Докато репрезентацията се опитва да абсорбира симулацията, като я разглежда като фалшиво представяне, симулацията обхваща цялата постройка на представянето сама по себе си като симулакрум.

Това са последователните фази на изображението:

1. То е отражение на една основна реалност.
2. То маскира и изкривява основната реалност.
3. То маскира липсата на основна реалност.
4. То няма никаква връзка с която и да е реалност: то е собственият си чист симлакрум“ (Baudrillard 1988: 170).

Всъщност именно на Бодрияр дължим предричането на краха на истината и на обективните факти. В издадената през 1981 г. „*Simulacra and Simulations*” той отбелязва: „Сега медиите не са нищо друго освен чудесен инструмент за дестабилизиране на реалността, на цялата историческа или политическа истина“ (Baudrillard 1988: 217). Негова е идеята, че живеем в свят, в който има все повече и повече информация и все по-малко и по-малко значение.

Как на практика се стига до епохата на постистина и до състоянието, при което „алтернативните факти“ заместват обективните, а емоциите имат по-голямо значение от реалните доказателства?

Алгоритмична власт и емоции

Още в началото е необходимо уточнението, че алгоритмите са все още само средство, инструмент, чрез който се упражнява властта. Именно в този смисъл следва да се разбира и понятието „алгоритмична власт“ в настоящия текст. Уточнението за „все още“ е важно в случая, тъй като със същата сила важи и сценарият, при който софтуерът се изплъзва от властта на човека – свой създател, и изцяло поема контрола. Сценарият е абсолютно реалистичен, а тревогата е напълно основателна, особено на фона на вече съществуващите индикации за това. Така например през юни 2017 г. Фейсбук съобщава, че софтуерните инженери на компанията са изключили два от разработваните от тях ботове, тъй като те са развили свой собствен език и са започнали да комуникират помежду си на него (LaFrance 2017).

Що се отнася до аспекта на създаването на алгоритмите, техните функционални настройки и приложение, етичните въпроси са много. Изборите на значение и придаването на стойност на нещата се оформят като проблемно и сериозно дискуссионно поле. С основание Лорънс Лесиг пита във връзка със създаването на алгоритмичните кодове и задаването на стойности: „Когато се правят избори относно стойностите, трябва ли да имаме роля при избора на даден код, ако този код ще избере нашите значения¹²? Трябва ли да се интересуваме как се появяват ценностите тук? В друго време това щеше да е странен въпрос: самоуправлението е свързано с проследяването и модифицирането на влияния, които засягат фундаменталните ценности,... регламенти, които засягат свободата. В друго време бихме казали: „Очевидно трябва да внимаваме. Очевидно трябва да имаме роля“ (Lessig 1999). Вероятно днес, в епохата на постистина, повече от всякога призивът за внимание, но и за познаване на самия начин на работа на алгоритмите, е необходимо да бъде осъзнат като важен. „Софтуерът е като слой, който прониква във всички области на съвременните общества. Следователно, ако искаме да разберем съвременните механизми на контрол, комуникация, репрезентация, симулация, анализ, вземане на решения, запамяване, видимост, писане и взаимодействие, нашите опити ще са напразни, ако не вземем предвид този софтуерен слой“, отбелязва Лев Манович (Manovich 2008: 7).

Изчислителната алгоритмична мощ позволява обработка на огромни количества данни от много и различни източници. При анализите на данни се събират фрагментите от минали дейности и транзакции, включително тези, създадени от просюмърите и плейбърите¹³, с цел да се прогнозира бъдещото поведение, но също така да се моделират склонностите и тенденциите в живота (вж. Amoore, Piotukh 2016: 20–24). Алгоритмите установяват определени състояния, разкриват модели, очертават сфери на интереси и влияния. На практика те трансформират пространство, като го преподреждат и скъсяват дистанциите и пренастройват времето, тъй като извършваните от тях операции са в реално време.

Способността на алгоритмите да подреждат и управляват е заложена в техния дизайн, в рамката им на действие и разписаната в нея причинно-следствена логика. Структурирани по модела „Ако..., тогава...“ („If..., then...”), алгоритмите придават стойност на възможните връзки и прогнозно оформят всеки ход на действие и решение. Така на практика има определени истини, към които алгоритмите могат да се придържат, но и „истини“, които техните действия могат да доведат (вж. Veer 2017: 8).

¹² Value от англ. – стойност, ценност, значение, важност.

¹³ Плейбър (playbour) – термин, който се използва за обозначаване на хибридна форма на *игра* (play) и *труд* (labour), особено в гейм индустрията. Понятието е използвано от Юлиан Кюклих, който в своя статия от 2005 г. описва *playbour* като вид свободен труд, който не отговаря нито на традиционните дефиниции за работа, нито на категориите на игра или свободното време. Явлението често се представя като част от геймификацията на обществото като цяло (Kücklich 2005).

Пример за тези възможности и употреби на алгоритмите дава скандалът от началото на 2018 г. с компанията за маркетингов анализ „Кеймбридж Аналитика“ и разкритията, че личните данни на близо 50 милиона потребители на „Фейсбук“ са използвани в предизборната кампания на Доналд Тръмп с цел прогнозиране на президентския вот в САЩ. Анализът на поведението и предпочитанията на потребителите (и избиратели в случая) е послужил и за разработката на алгоритмични модели, целящи да се повлияе на политическия избор (вж. повече за скандала и за разкритията: *The New York Times* 17.03.2018; *The New York Times* 19.03.2018).

Алгоритмичният модел на „създаване“ и циркулиране на „истини“ е близък до разбиранията на Мишел Фуко за дисциплинарни общества и режимите на истината. По същество алгоритмите имат дисциплиниращи функции, в своите рамки те нормализират „людостта“ на света, като подреждат информационния хаос – „дисциплината е изкуство на ранга и техника за преобразуване на подредбите“, посочва Фуко (Фуко 1998: 155). Същевременно обаче – като филтрират, подреждат и оценяват данните според релевантността им към рамката, алгоритмите създават изцяло нови възможности за възприемане на света, нов тип видимост и невидимост. На практика това означава, че процесите на алгоритмично филтриране, сортиране и управление на взаимодействията довеждат до ограничаване на културните преживявания и социалните връзки, въвеждат пропусклив режим за външните въздействия, оставят хората изложени на непрекъснатото влияние на едни и същи други хора, опит, новини, култура. Алгоритмите оформят една затворена, изолирана среда – „*филтърен балон*“ (*filter bubble*), който променя не само процеса на информиране, но и начина на мислене на човека в балона: „персонализиращите филтри служат на невидимата автопропаганда, индоктринирайки ни с нашите собствени идеи, усилващи желанието ни за познати неща, и оставяйки ни да забравим опасностите, които се крият в тъмната територия на неизвестното“ (Pariser 2011: 15). Филтърният балон е уникална, лична вселена, алгоритмично персонализирана според принципите на релевантност (местоположение, интереси, връзки и най-чести взаимодействия на потребителя и др.)¹⁴.

¹⁴ Така например алгоритъмът EdgeRank, който Фейсбук използва до 2011 г., изчислява и определя видимостта в информационния канал (News Feed) на отделния потребител според множество фактори. Определящи величини са: (1.) връзката и близостта на потребителя и съдържанието (*User Affinity*) – кой е публикувал съдържанието, какъв е видът му (снимка, видеоклип или актуализация на състояние); (2.) стойността на съответната новина (*Content Weight*) – броят приятели, които са коментирали даденото съдържание; (3.) времето на публикацията (*Time-Based Decay Parameter*) – най-новите публикации са с приоритет пред по-старите. Алгоритъмът се основава на разбирането, че потребителите не са еднакво свързани с приятелите си. По този начин някои приятели имат по-голяма „стойност“, отколкото други. Приятелите, които имат по-голяма „стойност“, са тези, с които потребителят взаимодейства по-често и на по-лично ниво, като с по-висока стойност се отчита комуникацията с приятел чрез чат функцията, а не комуникацията „на стената“. Колкото по-висок е рангът, толкова по-вероятно е обектът да се появи в емисията на потребителя (вжж. повече Bucher 2012: 1167–1169).

От 2011 г. Фейсбук започва да използва алгоритъм за машинно обучение, чрез който се отчитат значително повече фактори с диференцирана тежест при определяне на индивидуалния информационен поток. През януари 2017 г. Фейсбук добавя една позната от Snapchat функция – My Story, чиято цел е да се позволи на потребителите да споделят снимки и видеоклипове, които изчезват от новинарския поток след 24 часа. Също през януари 2017 г. въвежда приоритизиране на видеосъдържанието, което ангажира по-голяма аудитория (ако даден потребител гледа целия или по-голямата част от видеоклип, този видеоклип ще бъде приоритизиран спрямо други видеоклипове, които не привличат аудиторията). През февруари 2017 г. Фейсбук въвежда и приоритизиране на емоционалните реакции пред обикновените лайкове. Логиката е, че отбелязвайки своята реакция на дадена публикация чрез съответен емотикон (любов, гняв, тъга и др.), потребителят придава по-голяма тежест на съдържанието в сравнение с обикновеното харесване (функцията Like). Въпреки това обаче алгоритъмът не отчита вида на реакцията – дали е положителна или отрицателна, тежестта, която има индикаторът „Реакции“, е една и съща.

Използваният от Гугъл PageRank сортира и класира страниците при заявено търсене на ключова дума съгласно принципите на релевантност и значимост/важност. Решаващи в случая са броят и качеството на връзките към дадената страница (индикатор за качество) – предположението е, че по-важните сайтове вероятно ще получат повече връзки от други сайтове. И при Гугъл приоритизиращи фактори са местоположението на потребителя, предишни негови търсения, интереси и др. (индикатор за релевантност). Франк Паскуале разглежда подобни прояви на егалитаризъм (всеки може да прави линкове) и елитаризъм (някои линкове имат по-голяма стойност) като предпоставка за редица проблемни места в начина, по който се подрежда целия уеб. PageRank на Гугъл провокира безкрайна SEO надпревара и процъфтяването на нов тип бизнес: появяват се „ферми на линкове“ (сайтове, които препращат към други сайтове, само за да повишат техния ранг), „сплогс“ – спам блогове, които

Погледнати от тази позиция, алгоритмите са средство за преодоляване на когнитивния дисбаланс и за създаване на емоционален комфорт в „балона“. Избягвайки „лошите новини“ и неприятните срещи, настройвайки вниманието и изборите за взаимодействие според емоционалните честоти и желания на момента, те създават благоприятната почва за покълване на само-своите-истини. Тази нова среда напомня на „балона“, който хората традиционно създават около себе си, като избират да дадат приоритет на определени отношения и да взаимодействат с медийно съдържание, което подсилва вече съществуващите им мнения, вярвания, нагласи и което съответства на изградените им ценности. На практика обаче във филтърния балон при непропорционално съотношение в количеството положителни и отрицателни актуализации алгоритмичната селекция може да доведе и до промени в емоционалната сфера¹⁵. Осъществяваща се по модела „колкото повече – толкова повече“, алгоритмичната селекция превръща потребителя в заложник на собствените му действия и емоции.

Подобна на алгоритмично създадения „филтърен балон“ е по-общата функция на Интернет като „ехо камера“ („echo chamber“)¹⁶. В медийната теория понятието се използва, за да се представи определен ефект, при който отделни мнения, твърдения, убеждения се повтарят до безкрайност, така че в камерата отеква единствено ехото на това, което отделният човек иска да чуе и види. Принадлежността към групи и различни по тип онлайн общности, мрежи на свързаност, chat-rooms и др. предоставят възможности за усиление на значението на собственото мнение чрез намножаването му с ехоефекта на гласовете в групата. Със създаването на собствена среда на комфорт чрез лични страници и профили в социалните мрежи се установява илюзорната власт на собственото мнение, приоритизират се емоционалните реакции, усилват се влиянията.

Заклучение

Епохата на постистина е епоха на личните мнения, впечатления, убеждения. „Обществото черна кутия“ се изгражда от множество алгоритмично създадени „филтърни балони“, от отделни „ехо камери“ със собствени режими на истината. В това общество действат нови правила – алгоритмични, генеративни, вградени в компютърните системи, те са „виртуалното, което създава цял набор от действителни неща“ (Lash 2007: 71). Затова и познаването им е повече от необходимо. Когато алгоритмите играят важна роля за начина, по който функционира собствената ни среда на живот, от решаващо значение са именно проучването и опознаването на света, които тези софтуерни механизми създават за нас¹⁷. На дневен ред излиза и въпросът за тяхната регулация, за етичната

съдържат линкове в динамичен формат, „ферми за съдържание“ – сайтове, които агрегират съдържание въз основа на най-честите и водещи търсения в Гугъл. Именно непрозрачният алгоритмичен механизъм на сортиране и опитите за неговото „надхитряване“ и манипулиране с цел оказване на влияние оформят представата за „обществото черна кутия“ (виж Pasquale 2015: 65 и сл.). Явлението засяга като цяло дейността на Гугъл, Фейсбук, Амазон, Туитър и др. Алгоритмичната персонализация в комуникацията под различна форма се използва и от медийните организации.

¹⁵ Непропорционалността в информационния поток в балона би могла да е резултат и от начина на функциониране на алгоритмите. Резултатът на изхода зависи от това какви данни „влизат“ на входа за обработка (количество на данните, качество и др.), появата на грешки в алгоритмичния код също би могла да доведе до подобен ефект.

¹⁶ Според Оксфордския речник *ехо камерата* е „среда, в която човек среща само вярвания и мнения, които съвпадат със собствените му, така че съществуващите възгледи се подсилват и алтернативни идеи не се разглеждат“ (Oxford Dictionaries). Понятието добива популярност в политическите комуникации с издадената през 2008 г. книга „Ехокамера“ на Катлин Хол Джеймисън и Джоузеф Н. Капела (Jamieson, Cappella 2008).

¹⁷ Роб Китчин очертава три значителни предизвикателства при изследването на алгоритмите, които изискват сериозно внимание: (1.) *Достъп/черна кутия* – много от най-важните алгоритми, с които хората редовно се сблъскват и които определят начина, по който се изпълняват редица задачи или предоставят услуги, се създават в среда, която не е на отворен достъп, кодовете са скрити; (2.) *Хетерогенни и вградени* – ако се получи достъп, алгоритмите рядко са лесни за деконструиране. В рамките на кода алгоритмите обикновено са разработвани заедно със стотици други алгоритми с цел създаване на алгоритмични системи. Алгоритмичните системи са с колективно авторство, направени са, поддържани са и са ревизирани от много хора с различни цели в различно време. (3.) *Онтогенетични, перформативни и условни* – работата на алгоритмите се развива контекстуално и условно, алгоритмите никога не са фиксирани, но са възникващи и постоянно се развиват. Компании като Гугъл и Фейсбук могат да работят на живо с десетки различни версии на алгоритъм, за да преценят относителните им метрики, без да има гаранция, че версията, с която потребителят взаимодейства в дадения момент, е една и съща с тази, с която взаимодейства пет секунди по-късно (Kitchin 2017: 20–22).

страна при настройването им и механизмите на управлението им. Защото един от основните принципи за развитие – лично и обществено, е именно в това да се чува и вижда различието, да се познават и други светове и гласове, за да могат те да бъдат осмислени критически и оценени на базата на сравнението и опита. Обратно, свят, в който мнението доминира над факта, а истината е само своя и гръмогласно оповестена като общовалидна, изглежда обречен. Необходимо е да се осъзнае още, че в епохата на постистина „потребителят е съдържанието“ (Pariser 2011: 47) и вероятно само от него зависи дали ще приеме и ще остане в тази си роля.

ЛИТЕРАТУРА // BIBLIOGRAPHY

Бенямин 2006: Бенямин, Валтер. Художественото произведение в епохата на неговата техническа възпроизводимост. // *LiterNet*, 14.04.2006, № 4 (77). Достъпно онлайн. – https://litenet.bg/publish18/v_beniamin/hudozhestvenoto.htm (31.07.2018) // **Benyamin 2006:** Benyamin, Valter. Hudozhestvenoto proizvedenie v epohata na negovata tehniciska vazproizvodimost. // *LiterNet*, 14.04.2006, № 4 (77). Dostapno. – https://litenet.bg/publish18/v_beniamin/hudozhestvenoto.htm (31.07.2018).

Макинтайър 1999: Макинтайър, Аласдър. *След добродетелта. Изследване в областта на моралната теория*. София: Критика и хуманизъм. // **Makintayar 1999:** Makintayar, Alasdair. *Sled dobrodetelta. Izsledvane v oblastta na moralnata teoria*. Sofia: Kritika i humanizam.

Фуко 1998: Фуко, Мишел. *Надзор и наказание. Раждането на затвора*. София: Унив. изд. „Св. Кл. Охридски“. // **Fuko 1998:** Fuko, Mishel. *Nadzor i nakazanie. Razhdaneto na zatvora*. Sofia: Univ. izd. „Sv. Kl. Ohridski“.

Амооре, Пиотух 2016: Amoore, Louise, Volha Piotukh (Ed.) *Algorithmic life: Calculative devices in the age of big data*. London: Routledge.

Baudrillard 1988: Baudrillard, Jean. *Selected Writings*. Edited and introduced by Mark Poster. Stanford University Press.

Beer 2009: Beer, David. Power Through the Algorithm? Participatory Web Cultures and the Technological Unconscious. // *New Media & Society*, 11(6), 985–1002.

Beer 2017: Beer, David. The social power of algorithms. // *Information, Communication & Society*, Vol. 20, № 1, 1–13.

Bucher 2012: Bucher, Taina. Want to be on the top? Algorithmic power and the threat of invisibility on Facebook. // *New Media & Society*, 14(7), 1164–1180.

Bucher 2018: Bucher, Taina. *If...Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford University Press.

Deleuze 1992: Deleuze, Gilles. Postscript on the Societies of Control. // *October*, Vol. 59. Winter, The MIT Press, pp. 3–7.

Diakopoulos 2013: Diakopoulos, Nicholas. *Algorithmic accountability reporting: On the investigation of black boxes*. A Tow/Knight Brief. Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School. Available on <https://towcenter.org/research/algorithmic-accountability-on-the-investigation-of-black-boxes-2/> (10.07.2018)

Foucault 1980: Foucault, Michel. Truth and power. // Gordon, Colin (Ed.) *Power/Knowledge. Selected Interviews and Other Writings by Michel Foucault, 1972–1977*. Pantheon Books, New York.

Jamieson, Cappella 2008: Jamieson, Kathleen Hall, Joseph N. Cappella. *Echo Chamber: Rush Limbaugh and the Conservative Media Establishment*. Oxford University Press.

Harsin 2015: Harsin, Jayson. Regimes of Posttruth, Postpolitics, and Attention Economies. // *Communication, Culture & Critique*, 8 (2), 327–333.

Keyes 2004: Keyes, Ralph. *The Post-truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. St. Martin's Press, New York.

Kitchin 2017: Kitchin, Rob. Thinking critically about and researching algorithms. // *Information, Communication & Society*, 20:1, 14–29.

Kücklich 2005: Къклич, Julian. Precarious playbour: Modders and the digital games industry. // *FibreCulture*, Issue 5. Available on http://journal.fibreculture.org/issue5/kucklich_print.html (30.07.2018)

LaFrance 2017: LaFrance, Adrienne. An Artificial Intelligence Developed Its Own Non-Human Language. // *The Atlantic*, 15.06.2017. – https://www.theatlantic.com/technology/archive/2017/06/artificial-intelligence-develops-its-own-non-human-language/530436/?utm_source=msn

Lash 2007: Lash, Scott. Power after Hegemony: Cultural Studies in Mutation. // *Theory, Culture & Society*, Vol. 24(3), 55–78.

Lessig 1999: Lessig, Lawrence. Code is Law. On Liberty in Cyberspace. // *Harvard Magazine*. Available on <http://harvardmagazine.com/2000/01/code-is-law.html>. (10.07.2018)

Manovich 2008: Manovich, Lev. *Software takes command*. Version 11/20/2008. Available on <http://www.noakaplan.com/design.futures/readings/softwareTakesCommand.pdf> (25.08.2018)

Pariser 2011: Pariser, Eli. *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. New York: The Penguin Press.

Pasquale 2015: Pasquale, Frank. *The Black Box Society. The Secret Algorithms That Control Money and Information*. Harvard University Press, London, England.

OLD 2016: Oxford Living Dictionaries. Word of the Year 2016 is...// *Oxford Living Dictionaries*. Oxford University Press. Available on

<https://en.oxforddictionaries.com/word-of-the-year/word-of-the-year-2016> (29.07.2018)

Striphas 2015: Striphas, Ted. Algorithmic culture. // *European Journal of Cultural Studies*, 18, 395–412.

ЕЛЕКТРОННИ ИЗТОЧНИЦИ НА АНАЛИЗИРАН МАТЕРИАЛ

The Nation 30.11.2016: Post-Truth and Its Consequences: What a 25-Year Old Essay Tells Us About the Current Moments. // *The Nation*, 30.11.2016. Available on <https://www.thenation.com/article/post-truth-and-its-consequences-what-a-25-year-old-essay-tells-us-about-the-current-moment/> (12.07.2018)

The New York Times 19.03.2018: Facebook and Cambridge Analytica: What You Need to Know as Fallout Widens // *The New York Times*, 19.03.2018. – <https://www.nytimes.com/2018/03/19/technology/facebook-cambridge-analytica-explained.html> (16.09.2018)

The New York Times 17.03.2018: How Trump Consultants Exploited the Facebook Data of Millions. // *The New York Times*, 17.03.2018. – <https://www.nytimes.com/2018/03/17/us/politics/cambridge-analytica-trump-campaign.html> (16.09.2018)

ВИДЕОИЗТОЧНИЦИ

Colbert 2005: Colbert, Stephen. The Colbert Report. The Word Truthiness, 17.10.2005. Available on <http://www.cc.com/video-playlists/kw3fj0/the-opposition-with-jordan-klepper-welcome-to-the-opposition-w-jordan-klepper/63ite2> (29.07.2018)