

Проблемы влияния алгоритмов поисковых систем, социальных сетей и средств массовой информации на общество

Чайка А.М.

redsn@inbox.ru

Санкт-Петербург, Российская Федерация

В статье рассмотрено влияние алгоритмов поисковых систем, средств массовой информации и социальных сетей на цифровую коммуникационную сферу, включая анализ и рассмотрение проблем влияния результатов алгоритмов на общество.

Ключевые слова: алгоритм поисковой системы, алгоритм средств массовой информации, алгоритм СМИ, алгоритм социальной сети, влияние поискового алгоритма на общество.

Цифровая коммуникационная сфера интернета отличается от общедоступного и традиционного публичного пространства, так как систематизируется при помощи определенных алгоритмов, представляющих собой скрытые механизмы, объединенные в несколько информационных значений и позиций, имеющих ключевые значения для восприятия массовой информации потребителями. Определенный порядок действий отвечает за структурирование информации в поисковых системах (Яндекс, Google), а также социальных сетях (Вконтакте, Одноклассники, Facebook, Twitter), которые считаются популярными информационными источниками, где пользователи обсуждают самые волнующие темы. С помощью алгоритмов источники информации определяют конкретные позиции и тренды, выбирают аудиторию, руководствуясь анализом «подписок», «сообществ» и «групп», считывая количество понравившейся информации, количества отправок её другим пользователям и других показателей активности внутри сети.

Посредством механизмов ранжирования на всех ресурсах, предлагающих товары и услуги, интернет-магазинов, онлайн-ресурсов газет, видео-хостингов посетителям автоматически рекламируются ссылки на сайты, попавшие ранее под их внимание, даже если совершенно отличаются от тематики публикуемого ресурса.

Механизмы интеграции лежат в основе синхронизации и систематизации потоков информации, от которых берет начало цифровая коммуникационная сфера, влияющая на общество. Сам термин «алгоритм» подразумевает техническое значение, когда процесс действий исчисляется пошагово, либо поэтапно, посредством операционных машин или компьютеров автоматически для выявления заранее просчитанного итога [1]. А в социальном значении «алгоритм» не имеет технической трактовки, но воспринимается как программный продукт, реализованный специалистами, согласно плану корпоративных или государственных субъектов, направленный на достижение их целей.

К алгоритмам, как к методу структурирования информации цифровой коммуникационной сферы, всегда был повышенный интерес, и они до сих пор привлекают общественные взгляды. Механизмы интеграции информации происходят незаметно для большинства пользователей и недоступны для

редактирования, но зависят от публичных данных, которые могут быть искаженными, неточными. Алгоритмические программы принадлежат компаниям, стремящимся усовершенствовать их и сделать скрытными и полезными для пользователей. Они вкладывают средства в создание положительной репутации, имиджа уникального алгоритма, как одного из самых интеллектуальных продуктов организации, а также разрабатывают совершенные уровни защиты от кибератак в связи с борьбой с конкурентами и по причинам препятствий с манипуляциями кодами, которые заложены в алгоритм.

Результат поискового запроса напрямую зависит от того, как будет сформирована алгоритмическая задача. Согласно результату поисковых систем выстраиваются отношения между пользователями, их группами в коммуникационной цифровой сфере. Исследователи, которые изучают влияние алгоритмов на коммуникационную цифровую сферу, обеспокоены последовательной конвергенцией информационного материала ключевых средств массовой информации, а также технической закрытостью от публичного контроля. Главной проблемой в изучении механизмов поискового запроса считаются методы использования алгоритмов с целью определения изменений общественного мнения, а также его формирования по мере цифровизации социума.

В современном мире алгоритмы служат редакторами коммуникативной цифровой сферы, работая на автоматической основе, и, в тоже время, определяя приоритетность, видимость конкретного информационного материала для пользователей, на основе их личных предпочтений и действий, а также внутренних критериев. Теперь алгоритмы стали нераздельным целым с медиаиндустрией, вследствие чего средства массовой информации, работающие по автоматизированной системе и выдающие новостную информацию, теряют свою релевантность, а, следовательно, значимость новостных сообщений, а также функцию саморефлексии в той или иной аудитории. Сегодня всё чаще используются генераторы и алгоритмы естественного языка для написания новостных событий – создания текстовых сообщений эмпатически схожих с изложением человеческой мысли, посредством кодирования данных и структурирования текста. Популярные информационные интернет-ресурсы пользуются услугами «кибер-журналистов», чьи алгоритмы созданы для написания новостных сообщений по самым популярным на медиарынке темам. Именно использование алгоритмических средств массовой информации и развитие медиаиндустрии, оценивающей количество переходов на определенные интернет-ресурсы, а не их содержание, повлияло на увеличение спроса на новости популярных сайтов [2].

Благодаря применению алгоритмов, статистические оценки спроса пользователей, количество переходов на сторонние ресурсы, количество понравившейся информации и количество отправок её другим пользователям изменили направление современной журналистики, а также способы оценки информационного материала, сделав рынок рекламы приоритетным в основе их создания. Теперь повсеместное внедрение ботов в качестве автоматизированных

программных средств сканирования продукта, наполняющего ресурс, а также создание сообщений в цифровой среде, стало доступным, благодаря распространению алгоритмов. Боты, как неотъемлемый и незаменимый инструмент для общения в социальных сетях, копируют сами себя, а также используются для создания различных сообщений, в том числе новостных, где есть заданные параметры для продвижения на определенных информационных платформах (так, объем рынка чат-ботов быстро нарастает и достигает в 2021 г. 3,1 млрд долларов, что не сравнится с 2016 годом, где 703,3 млн долларов) [3].

Приспосабливаясь к алгоритмам, которые структурируют сообщения в социальных сетях по ключевым трендам, а также по степени их приоритетности для пользователей, боты можно включать, чтобы привлечь внимание аудитории или повысить значимость конкретного сообщения среди популярных, методом минимизации огласки и упрощения системы для искателей релевантной информации, а также создания сообщений, которые повышают доверие к источнику. Иногда популярные пользователи социальных сетей используют метод включения ботов для увеличения количества подписчиков по автоматизированной системе. Таким образом, просмотры страницы и количество подписчиков растет, что способствует продвижению в трендах. В результате боты повышают приоритетность ресурса или отдельного пользователя на странице в социальных сетях и выводят ответ на запрос в верхние строчки поисковой системы.

Логика развития алгоритмов может быть нарушена из-за того, что поисковые системы способны подстраиваться под особенности социальных взаимодействий, которые сложились на уровне самого общества, социальных групп и отдельных пользователей. Задачей алгоритма становится анализ поискового запроса, взаимодействия пользователей на просторах сети и видеохостингов, а затем, на их основе выстраивают последовательность действий под конкретного пользователя [4].

Теперь, какими бы не были намерения у провайдера, запросы поисковых систем всегда поддерживают циклы обратной связи, помощь которых важна для алгоритмов, обобщающих субъективные мнения и представления пользователей о конкретном объекте, либо явлении и публикующих как результат поисковой системы [5].

Следует отметить, что алгоритмы поисковых систем, социальных сетей и средств массовой информации являются значимым фактором становления коммуникативной цифровой сферы, а также приносят в информационную сеть противоречия и проблемы, которые сложились еще в публичной традиционной сфере и связаны с тенденцией установки различных форм контроля над социальным пространством. Современные механизмы интеграции стали, хоть и малозаметными, но сложными инструментами, которые дают возможность разработчикам выстраивать цифровые границы автоматически и пресекать, либо ограничивать доступ к информации без прямой необходимости блокировки информационных платформ, либо пользователей сети интернет. Всё это отражается на логике действий обычных пользователей коммуникативной

цифровой сферы, а также разработчиков открытого программного обеспечения и их сторонников, которые пытаются преодолеть новые цифровые ограничения, либо адаптироваться к ним. На сегодня возрастает потребность в изучении влияния алгоритмов поисковых систем, социальных сетей и средств массовой информации на развитие цифрового общества и в необходимости открытости информации принципов работы алгоритмов, с целью обеспечения гарантий защиты цифровых прав пользователей и разработки сложной системы ограничений от внешнего влияния на отображаемый результат.

Список литературы

- [1] Теория алгоритмов. 2016 / Игошин В.И. - М.: Издательство ИНФРА-М.
- [2] Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной - Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.-304 с.
- [3] Обзор влияния поведения пользователей в поисковых алгоритмах. 2015 / А. Латыпов; Учебный центр Search Engine Education, Москва.
- [4] Chatbots Market By Type, Usage, Deployment Type, Industry Verticals, End User Global Forecast to 2021 // <http://www.reportsnreports.com/reports/1000588-chatbotsmarket-by-type-software-and-services-usage-websites-contact-centers-social-mediaand-mobile-platform-deployment-type-on-premises-and-on-cloud-industry-verticalshealthcare-retail-education-st-to-2021.html> (дата обращения: 04.08.2021).
- [5] *Sweeney L.* Discrimination in Online Ad Delivery // Communications of the ACM, 2013.-№ 5.- P. 44-54.