

СЕРИЯ
СОЦИАЛЬНАЯ
ТЕОРИЯ

Axel Bruns

Are Filter Bubbles Real?

Аксель Брунс Реальна ли стена фильтров?

Перевод с английского
Анастасии Архиповой
под научной редакцией
Александра Павлова

Издательский дом
Высшей школы экономики
Москва, 2023

УДК 316.472.4+316.77

ББК 16.263.2

Б89



<https://elibrary.ru/vpidlu>

ПРОЕКТ СЕРИЙНЫХ МОНОГРАФИЙ
ПО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ
И ГУМАНИТАРНЫМ НАУКАМ

Руководитель проекта АЛЕКСАНДР ПАВЛОВ

Брунс, Аксель

Б89 Реальна ли стена фильтров? / пер. с англ. А. Архиповой; под науч. ред. А. Павлова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2023. — 120 с. — (Социальная теория). — 1000 экз. — ISBN 978-5-7598-2702-3 (в пер.).

Проблема влияния идеологически ангажированных эхо-камер и пузырей фильтров на характер публичных дискуссий давно вызывает огромное беспокойство. Оправданна ли эта тревога, или она просто отвлекает нас от более серьезных проблем? Аксель Брунс утверждает, что воздействие эхо-камер и пузырей фильтров очень сильно преувеличено. Эта тема порождена моральной паникой по поводу роли в обществе сетевых социальных медиа. Наша одержимость понятиями камер и пузырей и глубоко укоренившаяся привычка винить в политической дестабилизации сетевые платформы и лежащие в их основе алгоритмы отодвигают на задний план гораздо более существенные проблемы, связанные с ростом в демократических обществах популизма и сверхполяризации. Взвешивая доказательства в пользу и против существования эхо-камер и пузырей фильтров, Брунс убедительно показывает, почему нам следует переключить внимание на более насущные вопросы.

Эта актуальная книга будет интересна социологам, исследователям медиа, культурологам, а также всем, кого беспокоят вызовы, с которыми сталкиваются публичные обсуждения и демократический процесс как таковой.

УДК 316.472.4+316.77

ББК 16.263.2

Перевод издания: *Axel Bruns. Are Filter Bubbles Real?*

This edition is published by arrangement with Polity Press Ltd., Cambridge.
First published in 2019 by Polity Press

Опубликовано Издательским домом Высшей школы экономики
<http://id.hse.ru>

doi:10.17323/978-5-7598-2702-3

ISBN 978-5-7598-2702-3 (в пер.)

ISBN 978-1-5095-3646-7 (англ.)

Copyright © Axel Bruns 2019

© Перевод на русский язык.
Национальный
исследовательский
университет «Высшая
школа экономики», 2023

ОГЛАВЛЕНИЕ

БЛАГОДАРНОСТИ	6
1. ВВЕДЕНИЕ: НЕ ПРОСТО МОДНОЕ СЛОВЕЧКО?	8
2. ЭХО-КАМЕРЫ? ПУЗЫРИ ФИЛЬТРОВ? ЧТО ЭТО ВООБЩЕ ТАКОЕ?	20
3. ЭХО-КАМЕРЫ И ПУЗЫРИ ФИЛЬТРОВ В ДЕЙСТВИИ	37
4. ПРОРВАТЬ ПУЗЫРЬ	61
5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ: ПОЛЯРИЗАЦИЯ, НО НЕ ИЗОЛЯЦИЯ	87
БИБЛИОГРАФИЯ	109

БЛАГОДАРНОСТИ

ЭТА книга возникла в качестве незапланированного приложения к моей монографии 2018 г. «Гейт-вотчинг и курирование информации: Журналистика, соцсети и публичная сфера» [Bruns, 2018]. Пока я ее писал, мне все яснее становилось, как сильно метафоры эхо-камер и пузырей фильтров, давно уже ни на что не годные, мешают нам, сбивают с толку и отвлекают от куда более серьезных вопросов. Общаясь с коллегами на конференциях Ассоциации интернет-исследователей, Международной ассоциации исследователей коммуникации, «Социальные медиа и общество» и «Будущее журналистики», я обнаружил, что многие из них думают так же.

Если вы, как и я, сыты по горло этими расплывчатыми понятиями, не основанными ни на чем, кроме догадок и анекдотов, эта книга — для вас. Если вы думаете, что все-таки что-то в них есть, я надеюсь, что по крайней мере сумел предложить более четкие определения и внести эмпирическую строгость в эту дискуссию. Как бы то ни было, возможно, мне удастся убедить вас, что разговоры об информационных коконах отвлекают нас от более насущных проблем.

Метафоры эхо-камер и пузырей фильтров, давно уже ни на что не годные, мешают нам, сбивают с толку и отвлекают от куда более серьезных вопросов.

Приношу искреннюю благодарность всем своим многочисленным коллегам, с которыми я обсуждал темы этой книги, — прежде всего моим коллегам из Центра исследований в области цифровых медиа при Квинслендском технологическом университете. Я также очень признателен Мэри Савигар из издательства Polity за продуктивное обсуждение того, как должна выглядеть эта книга. Мое исследование было выполнено при поддержке проекта «Понимание интермедиальных информационных потоков в австралийской онлайн-публичной сфере» (стипендиальная программа «Future» Австралийского исследовательского совета), проекта «Журналистика по ту сторону кризиса: новые формы и практики» (программа Discovery Австралийского исследовательского совета) и проекта «TrISMA: Инфраструктура отслеживания для анализа социальных медиа в Австралии» (грант LIEF Австралийского исследовательского совета).

1. Введение: Не просто модное словечко?

ПОКИДАЯ Белый дом, уходящие со своего поста президенты США обычно стремятся осмыслить свой опыт в этой должности. В 1961 г. Дуайт Д. Эйзенхауэр воспользовался своим прощальным телевизионным обращением, чтобы предупредить о «серьезных последствиях» влияния могущественного военно-промышленного комплекса, в создании которого он сам же — как генерал, сражавшийся во Второй мировой, и как верховный главнокомандующий объединенными вооруженными силами НАТО в Европе — принимал участие. Только «бдительное и информированное гражданское общество» способно направлять и контролировать «неоправданную власть» военно-промышленного комплекса [Eisenhower, 1961, р. 2–3]. И хотя холодная война закончилась, предупреждение Эйзенхауэра все еще остается в силе.

Барак Обама в своей прощальной речи 10 января 2017 г. в Чикаго предупреждал о другой опасности, точно так же призывая общество быть бдительным и информированным: он высказал предположение, что в условиях непрерывно накаляющихся, грубых политических дебатов

слишком многие из нас решили, что безопаснее будет спрятаться в свой собственный пузырь, будь то соседская

или религиозная община, университетский кампус или, в особенности, — социальные сети, где нас окружают похожие на нас люди, с теми же политическими убеждениями, где мы не встречаем сопротивления своим взглядам [Obama, 2017].

Как и Эйзенхауэр, Обама знает, о чем говорит: по общему мнению, он первый американский президент, успешно использовавший социальные сети в предвыборной кампании, создавший свой интернет-сайт my.barackobama.com, а позже выступавший на таких платформах, как Facebook* и Twitter**.

И тем не менее опасения Обамы — далеко не новость. Предмет их давно уже обсуждается под разными названиями — такими, как «эхо-камеры» и «пузыри фильтров» — в качестве причины широкого спектра социально-политических проблем. Считается, что за возникновение подобных явлений ответственны социальные медиа, а также лежащие в их основе контентная фильтрация и алгоритмы рекомендаций; еще раньше такого рода ответственность возлагалась на поисковые системы и бесконечное разрастание, дробление и персонализацию медиаресурсов в эпоху Интернета. Если в двух словах, то идея такая: если мы все спрячемся в свои информационные коконы, где будем общаться только с теми, кто разделяет наши взгляды, крайне избирательно потреблять информацию и пользоваться строго определенными медиа, то общество раздробится. И даже хуже: поскольку для того, что-

* Здесь и далее по тексту звездочкой (*) помечены социальные сети Facebook и Instagram, принадлежащие компании Meta (признана экстремистской организацией, запрещена на территории Российской Федерации). — *Примеч. ред.*

** Здесь и далее по тексту двумя звездочками (**) помечен Twitter, заблокированный на территории Российской Федерации. — *Примеч. ред.*

бы достичь широкого консенсуса в отношении направления, в котором должно двигаться государство, требуются хорошо информированное гражданское общество и диалог между различными идеологиями, то под угрозой оказывается демократия как таковая.

В этой книге речь пойдет о такого рода опасениях и будут рассмотрены доводы за и против эхо-камер и пузырей фильтров (в поисковиках, соцсетях и за их пределами). Наша цель — показать, что страхи по поводу общественных эффектов информационной раздробленности и роли новых медиа в их создании только отвлекают внимание от куда более серьезных проблем, являющихся движущей силой поляризации и узкопартийной ангажированности во многих старых и нарождающихся демократиях.

Предупреждение Обамы прозвучало на фоне неожиданной победы Дональда Трампа в президентских выборах в ноябре 2016 г.; оно перекликается с опасениями, возникшими после референдума в Великобритании по вопросу Брексита в июне 2016 г., а также после других столь же неожиданных побед популистских кандидатов, несмотря на широкое освещение в СМИ их личных и политических недостатков. Политики, журналисты и ученые, разделяющие представления об эхо-камере или пузыре фильтров, считают, что в условиях, когда сетевые медиа и соцсети становятся ключевым источником информации для неуклонно возрастающего числа людей, граждане все чаще рискуют оказаться запертыми внутри

пузырей идеологических фильтров, в которые не проникает альтернативная информация [Groshek, Koc-Michalska, 2017, p. 1390].

У сторонников Брексита, вероятно, не было возможности ознакомиться с предостережениями по поводу катастрофических экономических, социальных и политических по-

следствий выхода из Европейского союза; а последователи Трампа, видимо, не могли получить доступ к информации о личных недостатках кандидата или о тайном стоворе с иностранными державами во время предвыборной кампании.

Эхо-камеры и пузыри фильтров объявляются причиной не только подобных судьбоносных событий, но и появления множества сообществ, придерживающихся взглядов и идеологий, противоречащих фактам. В их число входят относительно безобидные конспирологи, собирающие доказательства визитов инопланетян на Землю; агитационные группы, упорно отрицающие реальность антропогенных изменений климата или пользу всеобщей вакцинации; а также экстремисты, проповедующие расизм, гомофобию и религиозную нетерпимость. Утверждается, что благодаря эффекту эхо-камеры подобные группы только сильнее укрепляются в своем мнении, общаясь исключительно с единомышленниками, а пузыри фильтров надежно защищают их от столкновения с противоположными взглядами.

Считается, что такого рода изоляция от источников альтернативной информации — результат сочетания личного выбора, в силу которого люди ориентируются только на определенные информационные ресурсы или социальные медиа, и последующей алгоритмической обработки этого выбора, поскольку поисковые машины, порталы новостей и социальные платформы начинают акцентировать внимание на одних источниках в обход других. Так как алгоритмы платформы настраиваются на основе предпочтений пользователей, а пользователи делают свой выбор на основе того, что им предлагают алгоритмы, возникает замкнутая на себе петля обратной связи, которая постепенно сводит выбор пользователя к узкому кругу однородных источников [Bozdag, van den Hoven, 2015, p. 252]. Такие процессы также очень уязвимы для вмешательства

недобросовестных акторов: те, кто организывает распространение непроверенной информации и откровенной дезинформации (явление, известное под малоудачным названием «фейковые новости»), стремятся использовать в своих интересах логику и алгоритмы рекомендаций сетевых социальных платформ, для того чтобы их сфабрикованные материалы получили преимущество перед высококачественным контентом из надежных источников [Woolley, Howard, 2017, p. 6].

Но даже если не брать в расчет сознательные дезинформационные кампании, алгоритмическая обработка информационных потоков все равно вызывает много вопросов. Алгоритмы воспроизводят непрозрачные процессы принятия решений, смысл которых обычно не объясняется пользователю. Например, почему Google в поиске или новостях на один и тот же поисковый запрос выдает разным пользователям разные результаты? Почему Facebook* одни посты друзей и подписок показывает пользователю в ленте новостей, а другие от него прячет? Почему Twitter** рекомендует те или иные аккаунты или хештеги? Этот отбор основан на действиях конкретного пользователя и более широкой базы пользователей, но как именно эти действия встраиваются в логику алгоритма, остается неизвестным. Заостряя внимание на самом популярном контенте и таким образом делая его еще более видимым, алгоритм способствует установлению ничем не ограниченной власти большинства, когда доступ к широкой аудитории получают только те аккаунты и контент, которые и без того были популярны. На фоне самовоспроизводящегося и даже разрастающегося потока голосов большинства взгляды меньшинства окончательно уходят в тень, и по-настоящему открытая дискуссия между различными и многогранными точками зрения оказывается невозможной [Bozdag, van den Hoven, 2015, p. 254].

Таковы вкратце основные опасения тех, кого беспокоит эффект эхо-камер и пузырей фильтров: мы остановимся на них подробнее в следующих главах. Но насколько обоснованы эти «частые сетования» [Guess, 2016, р. 2]? Имеются ли реальные эмпирические доказательства существования подобных идеологических коконов? Или есть другие объяснения увеличивающейся политической раздробленности?

Подобные страхи появились во времена серьезных политических потрясений, а также существенных изменений, которые претерпевает производство, распространение и потребление новостей. Эпоха новостей как «достаточно стабильного продукта», поставляемого в печати или эфире, подходит к концу [Nielsen, 2016, р. 112]. Институциональный и технологический разрыв всегда сопровождается моральной паникой относительно того, что нам готовит пока лишь смутно угадываемое будущее: печатный станок, телеграф, радио, телевидение, первые зачатки Сети — все это вызывало тревогу, что из-за новых технологий граждане не смогут получать надежную информацию (или окажутся жертвами манипуляций со стороны популистов и демагогов).

Это не значит, что подобные страхи нужно немедленно сбросить со счетов: так, печатный станок действительно сыграл важную роль в мобилизации общественности во время Американской революции, а радио способствовало обеспечению народной поддержки фашистским режимам 1930-х годов. И все же такое развитие событий было результатом не самих технологий, а того, как они использовались политическими акторами: во благо или во зло, для сопротивления колониальным властям или для навязывания своей власти другим — именно человеческая воля раскрывала мощный потенциал, заложенный в технологиях. Моральная паника по поводу социальных медиа самих по себе, в отрыве от того, как и кем они исполь-

зуются, не более оправданна, чем паника по поводу телевидения, радио или печатного станка. Мы рискуем впасть в технологический детерминизм — представления о том, что социальные медиа, независимо от устройства платформ и способа их использования гражданами, неизбежно провоцируют возникновение эхо-камер и пузырей фильтров. Как мы увидим, нет никаких доказательств, подкрепляющих это утверждение [O'Hara, Stevens, 2015, p. 409]. Нам не удастся свалить всю вину за тот хаос, в котором мы находимся, на технологии.

Моральная паника хорошо встраивается в общепринятые представления об окружающем мире — поэтому она так убедительна. Именно поэтому концепция эхо-камер и пузырей фильтров отлично прижилась в научной и популярной литературе, где часто воспринимается некритически. В частности, концепция социальных медиа как эхо-камеры была радостно подхвачена мейнстримными СМИ, несмотря на то что они наращивают свое присутствие в Сети: ведь это позволяет им утверждать, что, в отличие от новых соперников за внимание новостной аудитории, только уважаемые информационные агентства могут предложить сбалансированный рацион из тщательно отобранных и проверенных новостей, способный прорвать информационный кокон. Для политических деятелей «пузырь фильтров» также стал понятием, которое очень удобно использовать для нападок на противников: президент Трамп называет любую критическую журналистику «фейковыми новостями», а политики обвиняют своих оппонентов в том, что те «живут в пузыре фильтров» и утратили связь с «простым народом».

Такое использование этих выражений в самых разных политических целях оказалось возможным потому, что, несмотря на их интуитивно схватываемый смысл, понятия «эхо-камера» и «пузырь фильтров» на самом деле очень плохо разработаны. Даже ученые скорее склонны

считать их взаимозаменяемыми (см., напр.: [Graham, Ackland, 2017, p. 190]), нежели пытаться провести между ними какие-то различия. Подобная понятийная путаница порождает многозначность использования этих терминов в научных работах и препятствует обнаружению несомненных доказательств существования данных явлений. Даже те авторы, которые ввели в обиход и популяризовали эти понятия, — Касс Санстейн («эхо-камера») и Эли Паризер («пузырь фильтров») — не в состоянии предложить четких определений и конкретных методологических подходов. Как мы увидим в главе 2, их первоначальные разработки основываются главным образом на гипотетических мысленных экспериментах или личных историях; выводы о вредоносных последствиях этих явлений авторы делают, не удосужившись подкрепить свои мрачные прогнозы изучением предпочтений и поведения реальных пользователей.

|| Нам не удастся свалить всю вину
за тот хаос, в котором мы находимся,
на технологии.

Например, эффект эхо-камеры был бы устойчивым только в том случае, если бы ее «обитатели» использовали ее как *единственный* источник информации, но это в высшей степени маловероятно в условиях современной многоканальной медиасферы [Dubois, Blank, 2018a; 2018b]. А воздействие пузырей фильтров обусловлено тем,

кто у вас в друзьях... Если в друзьях у вас одни либералы, вы столкнетесь со значительным сокращением количества информации консервативного толка [Pariser, 2015].

Но большинству людей не свойственно заводить друзей исключительно на основании сходства политических

взглядов. В целом обе концепции придают слишком большое значение роли политики в жизни обычных людей: в социальных медиа в отборе друзей и подписок принцип политической совместимости всегда перевешивают другие соображения — дружеские и профессиональные связи, развлечения и т.п., которые имеют мало отношения к политике в узком смысле слова. Рассуждая об идеологических коконах, мы не должны забывать, что подавляющее большинство пользователей социальных сетей собираются там не для того, чтобы поговорить о политике.

Эмпирические исследования эффе́кта эхо-камеры и пузырей фильтров оказываются довольно близорукими, о чем мы поговорим в главах 3 и 4. Недостаточно показать, что группы пользователей на какой-либо социальной платформе или даже в рамках особого пространства на этой платформе — группа в Facebook* или хештег в Twitter** — по всем признакам образуют эхо-камеру или пузырь фильтров, изолированные от широкого внешнего мира. Подобные исследования не принимают во внимание «реальный опыт индивидов» [Dubois, Blank, 2018b], потому что реальные пользователи обычно не замыкаются внутри одной-единственной социальной платформы во всей безбрежной медиасфере. Пользователь, сидящий в том, что выглядит как эхо-камера на Facebook*, и в то же время потребляющий огромное количество мейнстримных новостей по другим каналам, на самом деле не существует в информационном коконе, каким бы идеологически однородным ни казалось это сообщество в Facebook*.

Для пользователей, которые разнообразят свой информационный рацион с помощью других каналов, персонализация и фильтрация контента в сетевых социальных медиа могут «открывать новые возможности» (empowering) [Zuiderveen Borgesius et al., 2016, p. 5]: это позволяет им обрести контроль над потреблением информации. До-

ступные опции дают возможность различным аудиториям отбирать информацию по интересующим их темам и следить за новостями на том уровне нюансированности и сложности, который соответствует степени их информационной грамотности. Принадлежность к тем или иным эхо-камерам и пузырям фильтров — если, конечно, это определение применимо к подобным стратегиям отбора информационных зон — может быть даже благотворной, до тех пор пока

люди в состоянии найти выход из этих камер [O'Hara, Stevens, 2015, p. 417].

В исследованиях последних 20 лет зафиксированы благоприятные аспекты участия в онлайн-сообществах — аспекты, которые зачастую упускаются из виду в публичных обсуждениях опасностей, связанных с эхо-камерами и пузырями фильтров. Пользователи со схожими взглядами помогают друг другу разобраться в окружающем мире, что не мешает им спорить друг с другом (иногда и в агрессивной манере); даже в сетевых сообществах с откровенно идеологической окраской присутствуют не только политические, *но и* социальные аспекты. Принадлежность к сетевому сообществу требует определенного уровня взаимного согласия и наличия общих целей, но это не значит, что участники должны придерживаться единообразной идеологии во всех сферах своего (сетевого) бытия.

Наконец, выводы эмпирических исследований эхо-камер и пузырей фильтров во многом определяются тем, что доступно непосредственному наблюдению исследователей: активное самовыражение пользователей в виде постов, твитов, перепостов, лайков, тегов, ретвитов, особенности их связей и взаимодействия с другими пользователями. Даже члены узкопартийной группы в Facebook* или подписчики идеологически окрашенного набора ак-

каунтов в Twitter** вполне могут критически или даже отрицательно воспринимать попадающийся им контент; их реальную идеологическую позицию можно установить, только поговорив с ними лично. По прошествии десяти лет восторгов по поводу исключительных возможностей объективных цифровых методов «больших данных» мы видим, что по-прежнему сохраняется важное значение эффектов медиа и исследований психологии медиа — о чем мы будем говорить в главе 5.

В целом у нас есть все причины поумерить свой энтузиазм по поводу понятий эхо-камеры и пузыря фильтров и критически осмыслить доказательства, как подтверждающие, так и опровергающие существование этих феноменов. В частности, мы должны хорошо сознавать низменные мотивы некоторых деятелей в медиа и политике, поддерживающих эти концепции. Для некоторых технопессимистов моральная паника стала удобным оправданием их скептического отношения ко всем новым медиа:

Вот вы и попались, интернет-идеалисты! А ведь мы предупреждали, что социальная природа человека порочна! [Weinberger, 2004].

Другие преследуют более конкретные цели: для не слишком преуспевающих коммерческих информационных агентств доцифровой эпохи тревога по поводу социальных эффектов эхо-камер и пузырей фильтров — отличный повод призывать к ужесточению регуляции социальных медиа, чтобы тем самым получить преимущество в конкурентной борьбе.

Таким образом, мы должны дать взвешенную оценку утверждениям о том, что сетевые социальные медиа оказывают влияние на политическую информацию и поляризацию общества. Вейнбергер еще в 2004 г. предупреждал, что

1. ВВЕДЕНИЕ: НЕ ПРОСТО МОДНОЕ СЛОВЕЧКО?

это миф, который вот-вот материализуется и превратится в общее место [Ibid.].

И действительно, теперь миф отлит в бетоне: понятия «эхо-камера» и «пузырь фильтров» заняли прочное место в научных и популярных дискуссиях и проникли даже в прощальную речь президента, словно мы и впрямь имеем дело с чем-то несомненным, четко сформулированным и совершенно ясным. Давайте попытаемся расколоть бетон и обнаружить шаткие основания, на которых выстроены эти концепции.

СЕРИЯ «СОЦИАЛЬНАЯ ТЕОРИЯ»
основана в 2009 г. Валерием Анашвили

В серии вышли: id.hse.ru/books/series/17870538/

Научное издание

Аксель Брунс
РЕАЛЬНА ЛИ СТЕНА ФИЛЬТРОВ?

Зав. книжной редакцией ЕЛЕНА БЕРЕЖНОВА
Редактор НАТАЛЬЯ АРХИПОВА
Верстка: ЛЮБОВЬ МАЛИКИНА
Корректор ОЛЬГА РОСТКОВСКАЯ

Дизайн обложек серии: ABCdesign
ПОЛИНА ЛАУФЕР
ЕКАТЕРИНА ЮМАШЕВА

Дизайн блока серии: СЕРГЕЙ ЗИНОВЬЕВ

Все новости издательства — <http://id.hse.ru>

По вопросам закупки книг
обращайтесь в отдел реализации
Тел.: +7 499 611-24-16, +7 495 624-40-27
bookmarket@hse.ru

Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
101000, Москва, ул. Мясницкая, 20
тел.: +7 495 624-40-27

Подписано в печать 03.11.2022. Формат 84×108/32
Усл. печ. л. 6,3. Уч.-изд. л. 4,9. Печать струйная ролевая.
Тираж 1000 экз. Изд. № 2655. Заказ №

Отпечатано в АО «Первая Образцовая типография»
Филиал «Чеховский Печатный Двор»
142300, Московская обл., г. Чехов, ул. Полиграфистов, д. 1
www.chpd.ru, e-mail: sales@chpd.ru, тел.: +7 499 270-73-59