

ГРЕХОВНИЯТ АЛГОРИТЪМ НА „ФЕЙСБУК”

Докт. Лора Симеонова

Софийски университет, ФЖМК, Катедра „Пресжурналистика и книгоиздаване”

lora@mail.bg

Резюме: Еволюцията на нюзфийд на „Фейсбук” през последните 3 години превърна социалната мрежа в уникална медийна платформа. Тази статия изследва концепцията, че без „главен редактор”, тази „супермедия” се люшка между цензурата и тоталната липса на контрол над съдържанието. „Греховният алгоритъм на „Фейсбук” позволява на фалшивите новини, речта на омразата и пропагандата да процъфтяват. Ражда се и нов медиен „жанр” – „Смърт на живо”, а „Фейсбук” изглежда безпомощен да го овладее. Има ли „лекарство” за „греховния алгоритъм”? Тази статия проследява борбата на социалните мрежи да приемат медийната си идентичност.

Ключови думи: „Фейсбук” алгоритъм, нюзфийд, редактор, социални мрежи, фалшиви новини, цензура, проверка на факти

FACEBOOK’S WICKED ALGORITHM

Lora Simeonova, PhD Candidate in Online Journalism

Sofia University

Abstract: The evolution of Facebook’s Newsfeed algorithm in the past 3 years is transforming the social network into a unique media platform. This study examines how – without an “editor-in-chief” – this “supermedia” is hesitating between censorship and total lack of control over the content. The “Wicked Facebook algorithm” allows fake news, hate speech and propaganda to flourish. A new media “genre” was born – “Live Murder”, and Facebook seems to be helpless to prevent it. Is there a “cure” for the Wicked algorithm? This article studies the struggle of social networks to accept their media identity.

Keywords: Facebook algorithm, Newsfeed, editor, social networks, fake news, censorship, fact-checking

Политическа пропаганда, убийства live, които остават онлайн по 13 часа и абсурдна цензура на снимки за „Пулицър“ едновременно. Все продукти на греховния алгоритъм на „Фейсбук“, създаден да предсказва всяко тайно желание на 2 млрд. потребители на социалната мрежа. Но, паралелно с това, родил истински медиен Франкенщайн, който на този етап не може да бъде опитомен. „Ако поведеш революция, в един момент ще трябва да управляваш. [Марк] Зукърбърг и [Джак] Дорси¹ създадоха инструменти, с които промениха света, не непременно към по-лошо. Но едновременно с това елиминираха физически и културни стожери – от доминацията на мейнстрийм медиите до превъзходството на комуникацията лице-в-лице – които не позволяваха на тормоза, насилието и деизноформацията да избуяват. Сега светът е променен и от тях зависи да запазят добрите ценности от миналото. Биха могли да започнат, като поне признаят проблема” (Read 2016). Тази позиция на медийния анализатор Макс Рийд обобщава критиките срещу „титаните“ в Интернет, които „лавината“ от фалшиви новини през 2016 г. и шокиращата за мнозина победа на Доналд Тръмп в US изборите на 8 ноември отприщват. И в края на миналата година, притиснати от обществения натиск, Марк Зукърбърг и Джак Дорси, които години наред отричат медийната идентичност на социалните мрежи, започват да правят опити да „озаптят“ своя Франкенщайн. По-малко от седмица след триумфа на Тръмп за Белия дом, на 14 ноември 2016 г., „Фейсбук“ и „Google“ обявяват (Nicas et al 2016), че ще „спрат кранчето“ на сайтовете за фалшиви новини, като отрежат достъпа им до реклама. На следващия ден от „Туитър“ пък анонсират (Kircher 2016), че с ново приложение ще се борят с езика на омразата, който „ехти“ в социалната мрежа. Освен да блокират агресивни потребители, членовете ще могат и да го „заглушават“ (опцията „Mute user“). Новите настройки позволяват създаването на индивидуален „черен списък“ с думи и хаштагове (опцията „Mute conversation“), който ще прочисти нюзфийда от езика на омразата. Подложен на безпрецентни атаки, създателят на „Фейсбук“ е принуден на 18 ноември 2016 г. да излезе с пространен пост в профила си, посветен на фалшивите новини, и да разкрие част от „екшън-плана“ за справянето с тях. Зукърбърг обаче все още не отстъпва от твърдата си позиция, че не управлява медийна, а технологична компания: „Не искаме да се превръщаме в арбитри на истината. Вместо това разчитаме

¹ Джак Дорси е създател на „Туитър“

на общността и на доверени трети страни”². И уверява, че взема насериозно проблема с дезинформацията, а екипът му има напредък по разрешаването му, „но ги очаква още много работа”³. Зукърбърг „повдига леко завесата” как точно „Фейсбук” ще се бори с фалшивите новини:

- *Засилен контрол* – подобряване на алгоритъма, който отсява фалшивите новини; по-добра система, която отчита „какво хората ще маркират като „лъжа” още преди да са го направили”⁴.
- *Верификация от трета страна* – съвместна работа с авторитетни fact-checking организации.
- *Лесно докладване* – система за по-удобно маркиране на фалшивите новини и предупреждения за потребителите, които ги четат и са на път да ги споделят.
- *Повече „Свързани статии”* – увеличаване на панела на „Related Articles”, с цел по-пълна информация.
- *Удар по „фейк икономиката”* – още мерки в посока на анонсираната забрана на промотирането във фалшивите сайтове; по-ефективно разкриване на „фермите за реклами”.
- *Диалог* – съвместна работа с журналисти и издатели, които да дадат ноу-хау за подобряване на fact-checking системата.

Тези мерки обаче не са достатъчни за критиците. Мнозина ги определят като „несериозни” и „закъснели” (Jones 2016), други – направо като „лицемерни” (Cabron 2016). Истината е, че алгоритъмът на „Фейсбук” влиза в ролята на „обичайния заподозрян” далеч преди ключовия 8 ноември 2016 г.

Еволюцията на нюзфийда, построен на принципа „точното съдържание, за точните хора, в точния момент” (Ji et al 2013), започва през 2013 г., когато екипът открива, че трафикът от социалната мрежа към новинарските сайтове е скочил тройно – с 170%. Водени от големия интерес на потребителите, от компанията започват да разширяват възможностите за имплантиране на медийно съдържание в платформата. Така „Фейсбук” постепенно въвежда нови и нови функции, които, в крайна сметка, го

² Целият постинг на Марк Зукърбърг е достъпен на:
<https://www.facebook.com/zuck/posts/10103269806149061>

³ Пак там

⁴ Пак там

превръщат в свръхперсонализирана супермедия. Или – в „социален редактор”, според определението на проф. Натали Хелбергер от Факултета по информационно право на Амстердамския университет. „Фейсбук” е първо и преди всичко социален редактор, който упражнява контрол не само върху селекцията и организирането, но – по-важното – върху начина, по който намираме, споделяме и се ангажираме със съдържанието”, дефинира понятието проф. Хелбергер (*Helberger 2016*). Тази важна трансформация започва през 2014 г. с появата на услугата „Trending Topics” (достъпна само в някои държави), чиято философия е „да помогне на хората да открият съдържание, което е едновременно популярно в света и важно за тях” (*Osofsky 2016*). Наред с това за издателите става по-лесно да публикуват новините си в социалната мрежа. През 2015 г. този процес е ускорен, благодарение на приложението „Instant Articles”, което дава възможност на мейнстрийм медиите да качват съдържанието си в реално време. От 2016 г. е налична и функцията „Facebook Live”, позволяваща и стрийминг в социалната мрежа. В „ябълка на раздора” през пролетта обаче се превръща услугата „Trending Topics” – „кутийката” с топовини, която американците виждат в горния десен ъгъл до нюзфийда си. Големите скандали около нея вървят по остта „цензор или слаб редактор е „Фейсбук”, които се оказват „генерална репетиция” за бурята от обвинения, които ще се изсипят върху Марк Зукърбърг след победата на Доналд Тръмп в надпреварата за Белия дом.

- **В мазето на Зукърбърг**

Първата голяма „бомба” в лицето на Марк Зукърбърг гръмва след серия разследвания на технологичния сайт „Gizmodo” през май 2016 г., в разгара на предизборната кампания. „Системно потуляхме материали за консерваторите в „Trending”-секцията”, разкрива пред репортера Майкъл Нунез журналист, работил за „Фейсбук” (*Nunez 2016*). Анонимният редактор твърди, че от списъка с най-горещите публикации са вадени такива за Мит Ромни, Ранд Пол и т.н., въпреки че са били сред топ заглавията в информационния поток. Популярни текстове на консервативните „Breitbart”, „Washington Examiner” и „Newsmax” също са пренебрегвани нарочно. Други бивши служители потвърждават думите му и твърдят, че едновременно с цензурирането, са карани да „напомпват” изкуствено теми, които въобще не са били популярни – например касапницата в „Charlie Hebdo”, войната в Сирия или движението „Black Lives Matter” (което Зукърбърг открито подкрепя). „Явно новинарската секция на „Фейсбук” работи точно като класически нюзрум – следвайки субективните

пристрастия на редакторите и корпоративните интереси на компанията”, коментират на 9 май 2016 г. от „Gizmodo” (*Пак там*).

Само 6 дни по-рано от тех-медията са публикували разследване (*Nunez 2016*) за робските условия, при които се трудят журналистите на Зукърбърг. Наети като контрактори са дузина младежи, току-що завършили престижни университети от „Бръшляновата лига” или частните вузове от Източния бряг. Бившите служители разказват, че е трябвало да работят в мазето на нийоркския офис на компанията, а отношението към тях било унижително. Мениджърите ги предупредили да не обявяват, че са част от компанията в публичните си профили в Интернет. „Имах чувството, че исках да остане тайна как точно работят алгоритмите”, споделя един от бившите служители пред “Gizmodo” (*Пак там*). И останалите му колеги остават с впечатление, че не са наети, за да се развиват пълноценно за „Фейсбук”, а просто експериментират с тях – за да „тренират софтуера си”. „Личеше си, че Зукърбърг е готов да прекрати проекта всеки момент”, разказва анонимен служител (*Пак там*). В задълженията на журналистите влиза да прегледат списъка с топ новини, подбран от алгоритъма, след това да им сложат заглавие, кратко резюме и линкове към различни медии. По препоръка на мениджърите, се предпочитат препратки към “The New York Times”, “Time”, “Variety”. За да влезе в новина в топ листа пък, трябвало да я има в поне три традиционни медии. Шефовете очакват от редакторите да работят по поне 20 материала дневно. „Не ни третираха като личности, а като роботи”, признава един от бившите служители (*Пак там*). От компанията пък тогава отказват коментар за „Gizmodo” с мотива, че не желаят да се занимават със спекулации.

Обръчът около „Фейсбук” обаче се затяга с разкритията седмица по-късно, че новини за републиканците се „изтикват” от „Trending Topics”. Хората на Зукърбърг отново отказват официален коментар пред „Gizmodo”, но няколко часа по-късно, в профила си в социалната мрежа, Том Стоки, чийто екип отговаря за проекта, пише: „Взехме изключително насериозно твърденията, че редактори са манипулирали „Trending Topics”, но не открихме доказателства анонимните обвинения да са верни” (*Пак там*). Въпреки това Марк Зукърбърг свиква спешна среща с 12 консервативни лидери още на 18 май 2016 г. „Знам, че много републиканци не вярват, че платформата ни е безпристрастна. Затова исках да чуя притесненията им лично и да проведем открит

разговор за това как да изградим доверие помежду си”⁵, пише в профила си Зукърбърг. И не пропуска да припомни, че Доналд Тръмп е най-харесваният политик в социалната мрежа, а консервативната „Fox news” – медийната страница, която се радва на най-голям потребителски интерес.

В крайна сметка, чак след президентските избори, един от редакторите на „Фейсбук”, излиза от анонимност. Митили Сампаткумар застава с името и лицето си в „Туитър”: „Третираха ни като боклук! Явно бяхме само прекурсори на алгоритъма. „Фейсбук” винаги е имал решение за проблема с фалшивите новини: нашия екип!” (Hongo 2016). Марк Зукърбърг обаче взема друго решение – да заложи на компютрите. И дотук анализаторите го определят като провал.

- **#Скъпи, Марк, стига смърт на живо!**

Три месеца след скандала с манипулацията на „Trending Topics”, на 26 август 2016 г., „Фейсбук” уволнява всички 26 редактори и оставя работата им „в ръцете” на компютрите. От компанията се мотивират така: „Селектирането с алгоритъм в „Trending Topics” ще позволи на секцията да покрива повече теми и да ги прави достъпни за повече хора по целия свят” (Facebook News 2016). В новия формат „горещите новини” вече се представят само с ключови думи. За да видиш резюме и линкове към публикации, както и дискусиите, които е предизвикала в социалната мрежа, просто трябва да поставиш мишката си върху избраната тема. Само два дни след „реформата” обаче идва истинският катаклизъм – фалшива новина влиза в списъка на най-горещите. Автор на измислицата е сайтът „Ending the Fed”, който се списва от румънеца Овидиу Дробота. Заглавието гласи: „Извънредно: “Fox News” разобличава предателката Мегън Кели, изхвърля я, защото подкрепя Хилъри”. Следват още провали за алгоритъма – само за няколко дни в “Trending Topics” влизат още видео на мастурбиращ със сандвич от „McDonald’s” мъж и скалъпен материал за актьора от шоуто „Saturday Night Live” Роб Лоу, който уж нарекъл дясната активистка Ан Култър „расистка к*рва”. Шокът е огромен, а всички медии „крещат” в един глас: „Фейсбук” загуби битката с фалшивите новини!” (Solon 2016). Авторитетните „The Washington

⁵ Цялата позиция на Марк Зукърбърг е достъпна на:

<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=10102840575485751&set=a.529237706231.2034669.4&type=3>

Post” (Dewey 2016) и „The Guardian”(Yuhas 2016) дори хвърлят ръкавицата на социалната мрежа и започват операция „Fact-checking”, като следят провалите на алгоритъма и ги събират в специални бюлетини. А „издънките“ набират скорост като същинска лавина, както и споровете - „информационна чума” ли са фалшивите новини и те ли изстреляха Доналд Тръмп в Белия дом.

Секунди отнема на машинациите да достигнат до милиони в Мрежата, но средно 13 часа трябва, за да бъде опровергана скалъпена история, показва изследване на „ловеца” на fake news и баща на проекта „Truthy”⁶ проф. Филипо Менцер (Solon 2016). И още числа – 75 на сто от читателите в САЩ се „хващат на въдицата” на фалшивите новини, сочат проучванията на „Ipsos Public Affairs”⁷. Тези данни наливат вода в „мелницата” на „песимистите” сред медийните изследователи, какъвто е Крейг Силвърман. След края на US изборите в разследване за „BuzzFeed” той доказва, че в разгара на кампанията, от август до ноември 2016 г., 20-те най-популярни фалшиви новини имат 8 711 000 споделяния, лайквания и коментари във „Фейсбук”. В същото време най-четените предизборни материали от 19 големи мейнстрийм сайта събират само 7 367 000 реакции в социалната мрежа, като 17 от всички 20 най-четени фалшиви новини са про-Тръмп (Silverman 2016). В отбора на „оптимистите” пък са изследователите от „Станфорд” Матю Генцков и Хънт Алкот от Нюйорския университет. Тяхното проучване, финализирано през януари 2017 г., доказва, че инсинуациите се загнезждат в съзнанието на едва 1.2% от читателите, а за да повлияе на решението им коя бюлетина да пуснат в изборния ден, фалшивата новина трябва да е убедителна колкото 36 политически реклами (Allcott et al 2017:22). На препирните между академиците и атаките на журналистите, че „Фейсбук” е опорочил новините, Зукърбърг най-често отговаря с половин уста. Обикновено с аргумента, че компанията му е не медийна, а технологична, фалшивите новини в социалната мрежа са само 1%, а „Фейсбук” не желае да влиза в ролята на „арбитър на истината”, което обаче не му пречи да се изживява като цензор.

Абсурдният казус с „Напалмовото момиче” ще накара професорът по медийно право Джейн Киртли от университета в Минесота да сравни „Фейсбук” с „деца,

⁶ Повече за резултатите от проекта има на: <http://truthy.indiana.edu/>

⁷ Проучването е достъпно на: <http://ipsos-na.com/news-polls/pressrelease.aspx?id=7497>

играещи си с играчка, която не е за тяхната възраст” (Levin 2016). Какво се случва? В началото на септември 2016 г. известният норвежки писател Том Егеланд, автор на „Евангелието на Луцифер”, публикува в профила си в социалната мрежа пост за седемте фотографии, променили историята на военното дело. Една от тях е „Напалмовото момиче”, прочутата снимка на Ник Ут от 1972 г., с която той печели „Пулицър”. Кадър е запечатал 9-годишната чисто гола Ким Фук, която бяга с други деца от селото си, докато от небето се сипе напалм. Администраторите на „Фейсбук” обаче изтриват публикацията, приемайки за я порнографска. След протестите на писателя профилът му в социалната мрежа е изтрит. Егеланд споделя абсурдната история с най-големия норвежки вестник – „Aftenposten”. Медията качва разказа му в социалната мрежа и я илюстрира с шедьовъра на Ут. Администраторите се свързват с вестника и настояват снимката да бъде цензурирана. След няколко часа, без да дочакат отговор от „Aftenposten”, изтриват публикацията. Междувременно, в знак на протест срещу цензурата, хиляди норвежци слагат „Напалмовото момиче” на „стените” си – сряд тях са много политици и дори министър-председателят Ерна Солберг. Снимката „изчезва” и от техните профили.

В отговор на цензурата, главният редактор на „Aftenposten” Еспен Егил Хансен излиза с изключително силно отворено писмо до Марк Зукърбърг, в което се обръща към него със „Скъпи, Марк”. Хаштагът #DearMark пък става емблема на протеста срещу тесногръдите правила на „Фейсбук” и е споделен от стотици хиляди в социалните мрежи. „Скъпи, Марк, ти си най-могъщият редактор на света, но мисля, че злоупотребяваш с властта си. Преструвайки се, че е възможно да създадеш общи, глобални правила за това какво може и какво – не, да се публикува, само хвърляш пясък в очите на хората”, пише Хансен (Hansen 2016). И смята, че социалната мрежа трябва да е по-гъвкава и – защо не – да разграничава журналистите от обикновените потребители, защото „редакторите не могат да живеят с теб – като главен редактор” (Пак там). На финала Хансен признава: „Притеснен съм, че най-важната медия в света ограничава свободата, вместо да се опита да я разшири и това очевидно се случва по авторитарен начин” (Пак там). След писмото на главния редактор на „Aftenposten” от „Фейсбук” отстъпват и връщат „Напалмовото момиче”. Вицепрезидентът на компанията Джъстин Ософски обяснява в профила си, че „понякога историческата тежест на снимка като „Ужасът на войната” надделява над важността голотата да се

държи въвн от социалната мрежа”⁸. Затова, след като са чули мнението на общността, са възстановили фотографията. „Обратният завой” на „Фейсбук” обаче само дава допълнителни аргументи на журналисти и медийни експерти да се притесняват, че социалната мрежа не знае как да упражнява властта, която има. Дори проф. Джеф Джарвис, който винаги е защитавал тезата, че социалните мрежи и „Google” са „не-медии” (unmedia), влиза в отбора на колегите си – като Емили Бел от Tow Center for Digital Journalism към Колумбийския университет или проф. Едуард Васерман, деканът на Училището по журналистика в „Бъркли”, които смятат, че „Фейсбук” има спешна нужда от редактор. Редактор, „който да го спаси от самия него” (*Jarvis 2016*).

Думите им се оказват самосбъдващо се пророчество. Абсурдно строг спрямо „Напалмовото момиче”, алгоритъмът се оказва чудовишно либерален към смъртта live – която се превръща в нова мода в социалната мрежа. Още след пускането на функцията „Live” през 2016 г. светът е шокиран от серия самоубийства на живо в социалната мрежа, а през юни 2016 г. гангстерът Антонио Пъркинс от Чикаго, без да иска, заснема собственото си убийство (*Nickeas et al 2016*). По-големите провали на „социалния редактор” обаче предстоят. Първи в серията е „кошмарът от Жабек”, който - за жалост, се мултиплицира. На 13 февруари 2017 г. през нощта двама приятели в Словения – 20-годишният Алеш Оловец, който е тотално пристрастен към „Фейсбук”, и 29-годишният Мартин Ковач 23 минути излъчват на живо как пребиват до смърт и режат гърлото на 26-годишния си приятел Андрей Цекута (*McLaughlin 2017*). Виждайки бруталния побой, момиче сигнализира в полицията, която стига на местопрестъплението, минути след като нападателите са оставили момчето да агонизира в локва кръв и успява да ги залови. Видеото обаче става абсолютен хит в мрежата, гледано е от 250 000 по цял свят и дори е харесано над 400 пъти. И въпреки че два пъти словенската полиция моли „Фейсбук” да го свали, то остава онлайн над 13 часа. „Духът излезе от бутилката – това е перфектното убийство в реално време”, коментира местният експерт по социални мрежи Вук Косич (*Цветков 2017*). „Защо от „Фейсбук” да отрежат ръцете, които им дават златното яйце? Това е техният бизнесмодел – да злоупотребяват с недостатъците ни, за да печелят трафик. „Фейсбук” е като извънземно, опряно е в лицето ти, което не ти дава да помръднеш. Ще остане, ще

⁸ Пълният текст на изявлението на Джъстин Ософски е достъпно на: <https://www.facebook.com/josofsky/posts/10157347245570231?pnref=story>

пораства и ще е щастлив, защото си там – а ти си горивото, което ще поддържа живота му”, казва Косич (*Пак там*). И се оказва прав.

Само след ден двама радиоводещи от Доминиканската република са застреляни live (*Lakhani 2017*). През април пък светът е шокиран след като на 16-ти Стив Стивънс от Кливланд застрелва 74-годишния баща на 10 деца Робърт Гудуин и няколко часа убийството се върти в мрежата. Издирван от полицията, и килърът се самоубива – отново на живо във „Фейсбук” (*Yan et al 2017*). Само 10 дни по-късно пък тайландецът Вутисан обесва 11-месечната си дъщеричка Натали пред камерата на смартфона си и се самоубива, обезумял от ревност. Смъртта на бебето в розова рокличка остава в Мрежата почти 24 часа (*Tanakasempipat et al 2017*).

Така на 3 май, Зукърбърг „развява бялото знаме” и в профила си в социалната мрежа признава, че компанията е притеснена от ширещото се насилие live и спешно ще наеме още 3 000 души, които наред с вече назначените 4 500, ще следят за кошмарни сцени⁹. Само седмица по-рано, на 27 април, от „Фейсбук” правят и друго признание – че от 2016 г. насам мрежата е станала гнездо на политическа пропаганда и фалшиви новини, и ще вземат „спешни мерки”. Част от тях са например изтриването на 30 000 акаунта на тролове, които бълват манипулации и инсинуации за френските избори (*Weedon et al 2017:10*).

- **Спасяването на „социалния редактор”**

„Екшън-планове”-те за справяне с фейк нюз, които социалната мрежа бълва един след друг след победата на Доналд Тръмп на 8 ноември 2016 г., обаче на този етап по-скоро приличат на слаб ПР. Междувременно медиаексперти и ИТ-гурута започват брейнсторминг с идеята да озаптят „греховния алгоритъм” на „Фейсбук”. Още на 17 ноември 2016 г. Илай Паризър, откривателят на филтър балоните, започва проект, наречен „eMedia ReDesign”. В отворен Google документ¹⁰ (който е вече близо 200 страници дълъг) дават ноу-хау и идеи специалисти от цял свят. „Без да искаме, това се

⁹ Цялото изявление на Марк Зукърбърг е достъпно на:
<https://www.facebook.com/zuck/posts/10103695315624661>

¹⁰ Отвореният документ е достъпен на:
https://docs.google.com/document/d/1OPghC4ra6QLhaHhW8QvPJRMKGEXT7KaZtG_7s5-UQrw/preview#heading=h.97o89pmf8ct6

превърна в средище, където хиляди хора работят заедно по прекрасен начин”, казва Паризър пред “The Guardian” (Woolf 2016). Сред по-интересните и дискуссионни предложения на „мозъчния тръст” са:

- **Етикет „проверено”** – маркиране на проверените сайтове (подобно на „синята чавка” на „Твитър”), на които алгоритмите да дават приоритет при предлагането на информацията. При системни нарушения „етикетът” може да се отнема. Притесненията са, че тази система може да събуди съмнения за пристрастия и дискриминира малките независими медии и блогъри
- **Флаг „фалшиво”** – маркираната като „съмнителна” новина да излиза с предупреждение – този метод е евтин и лесен, но с него може да злоупотребява от тролове и недобросъвестни потребители
- **Отлагане на споделянето** – след определен брой споделяния статиите да се оставят на „stand by”, освен, ако не са от безспорно авторитетни медии. Това може да забави разпространението на фалшиви новини, но и да доведе до обвинения срещу социалните мрежи, че правят „бели” и „черни” списъци. Освен това, има шанс да изнерви потребителите, които желаят да споделят дадена новина
- **Партньорство със сайтове за fact-checking** – към статиите да се прилага линк към сайтове като „Snopes”, които дават представа вярна или грешна е информацията. И това предложение обаче може да доведе до обвинения в пристрастие, особено при съдържание на политическа тематика
- **Измерване на репутацията** – всеки потребител да има личен рейтинг, на база на новините които споделя – според експерите обаче, този feedback лесно може да се манипулира от добър компютърен специалист
- **Наказания** – потребителите, които разпространяват фалшиви новини, да се блокират от социалната мрежа – тук под ударите на алгоритъма обаче могат да попаднат и сатиричните сайтове
- **Златната среда (cross-partisan indexing)** – алгоритмите (които отчитат пристрастията) да търсят публикациите, които са най-балансираны и обединяват дори потребителите с различна ориентация – притесненията са, че голям дял от фалшиви новини ще попаднат в „сивата зона”

Конкретни идеи за справяне с опасния „Фейсбук”-ефект се раждат и от „публично-частното партньорство” на професора по журналистика Джеф Джарвис и

изпълнителният директор на “Betaworks”, голямо име в дигиталния бизнес, Джон Бортуик. Бортуик е готов да инвестира пари, а проф. Джарвис – ноу-хау, в осъществяването им на практика. Ето някои от предложенията, представени на 18 ноември 2016 г. (*Jarvis 2016*):

- 1) Маркирането на фалшиви новини, реч на омразата, тормоз и ботове да се улесни максимално.
- 2) Медиите да изпращат метадата за fact-checking-а на материалите и миймовете си.
- 3) Алгоритмите да проследяват оригиналния източник на новини и миймове, за да се хващат евтините фалшификации.
- 4) Филтър балоните да се “спукат” чрез предоставяне на информация, която не съвпада непременно с предварителните нагласи на потребителите.
- 5) Медиите да се поучат от „ню ейдж издателите” и да разчупят модела си – да заложат на повече миймове и видео.
- 6) Финансирането на сайтовете за фалшиви нови да секне – „Apple” и “Bing” да последват примера на „Google” и „Фейсбук”.
- 7) Платформите да се отворят за „белите хакери”, които имат полезни идеи.
- 8) Социалните медии да наемат редактори – не за да цензурират, а за да построят мост между технологии и журналистика и да са „адвокати” на потребителите.
- 9) Социални платформи, медии и университети да се обединят в независим център за дискусии и разработки, който да се бори с проблемите на Интернет обществото.

Така, най-общо, звучат техноутопичните идеи за справяне с фалшивите новини и ехо-стаите в епохата на постистината. В академичните среди обаче има и по-скептични (а може би – реалистични) гласове. „Въпреки че Марк Зукърбърг се държи много любезно, няма абсолютно никакъв вариант „Фейсбук” да започне да ограничава хората да споделят, каквото искат. Това е основната идея на сайта”, коментира например пред „The Guardian” гуруто на новите медии проф. Клей Шърки (*Solon 2016*). Причината е проста – цензура върху желанията – били те и опасни – на потребителите просто ще унищожи бизнес модела на социалната мрежа. „Няма как „Фейсбук” да изповядва традиционни за мейнстрийм пресата ценности – като проверка на информацията, при положение, че мийм с Жабата Пепа му носи повече пари от челния коментар на „The New York Times”, аргументира се професорът от Нюйоркския университет (*Пак там*).

Категоричното мнение на Шърки е, че социалната мрежа има мотивация да цензурира единствено съдържание, която прави потребителите й нещастни. А фалшивите новини са точно обратното: „Всички обичаме приказки за „Лека нощ“. И не искаме някой да ни казва кои от съкровенията ни вярвания са лъжовни” (*Пак там*). Шърки е убеден, че правилата на журналистиката няма как да бъдат пришити като кръпка на социалната мрежа – и цялата медийна система трябва да бъде преосмислена. „Фейсбук” абсорбира новините и сега искаме да се държи като редактор. Невъзможно е да го принудим”, смята проф. Шърки (*Пак там*).

А може би и не трябва, тъй като, както се опасява медийният експерт Джак Шафър: „Лекарството може да се окаже по-опасно от болестта” (*Shafer 2016*). По всичко личи, че клиничните изпитвания са в ход. А ние сме в ролята на опитните мишки. Дано на финала не се окажем в капана на сценария, очертан от проф. Джонатън Олбрайт, преподавател по нови медии в Университета „Елън” в Северна Каролина: „Следващият етап на информационната война ще роди още по-съвършен филтър, който системно да изкорени всяка гледна точка, която е в конфликт с установените интереси. В следващото десетилетие алгоритмите, разработени от технологичните компании, ще претеглят легитимността на информацията преди публиките въобще да са имали шанс я преценят сами” (*Albright 2016*).

Библиография:

1. **Цветков 2017:** Цветков, Р. Смърт на живо – bTV репортерите, достъпно на: <http://btvnovinite.bg/article/svetut/btv-reporterite-smart-na-zhivo.html>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
2. **Albright 2016:** Albright, J. Stop worrying about fake news. What’s coming next is much worse – The Guardian, достъпно на: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2016/dec/09/fake-news-technology-filters>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
3. **Allcott et al 2017:** Allcott, H., M. Gentzkow. Social media and fake news in the 2016 election – National bureau of economic research, Cambridge, MA, 22
4. **Cabron 2016:** Cabron, L. Mark Zuckerberg is a hypocrite – 10 Zen Monkeys, достъпно на: <http://www.10zenmonkeys.com/2016/11/22/mark-zuckerberg-is-a-hypocrite>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
5. **Dewey 2016:** Dewey, C. Facebook is tracking “trends”, so we are tracking Facebook – The Washington Post, достъпно на: https://www.washingtonpost.com/news/the-intersect/wp/2016/08/31/facebook-is-tracking-trends-so-were-tracking-facebook/?tid=a_inl&utm_term=.c04d8d83eaa7, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
6. **Facebook News 2016:** Search FYI: An update to Trending – Facebook News, достъпно на: <http://newsroom.fb.com/news/2016/08/search-fyi-an-update-to-trending>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]

7. **Hansen 2016:** Hansen, E. Dear Mark, I am writing this to inform you that I shall not comply with your requirement to remove this picture – Afterposten, достъпно на: <http://www.aftenposten.no/meninger/kommentar/Dear-Mark-I-am-writing-this-to-inform-you-that-I-shall-not-comply-with-your-requirement-to-remove-this-picture-604156b.html>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
8. **Helberger 2016:** Helberger, N. Facebook is a new breed of editor: a social editor – Media Policy Project Blog, достъпно на: <http://blogs.lse.ac.uk/mediapolicyproject/2016/09/15/facebook-is-a-new-breed-of-editor-a-social-editor>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
9. **Hongo 2016:** Hongo, H. Former Trending News Writer slams Facebook: “They treated us like garbage” – Gizmodo, достъпно на: http://gizmodo.com/they-treated-us-like-garbage-former-trending-news-writer-1789248355?utm_campaign=socialflow_gizmodo_twitter&utm_source=gizmodo_twitter&utm_medium=socialflow, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
10. **Jarvis 2016:** Jarvis, J. A call for cooperation against fake news – Medium, достъпно на: <https://medium.com/whither-news/a-call-for-cooperation-against-fake-news-d7d94bb6e0d4#epdpnds80>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
11. **Jarvis 2016:** Jarvis, J. Dear Mark Zuckerberg – Medium, достъпно на: <https://medium.com/@jeffjarvis/dear-mark-zuckerberg-d0b48675dfaf#.1rx35vrn1>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
12. **Ji et al 2013:** Ji, M., V. Kacholia. News Feed FYI: Helping you find more news to talk about – Facebook Newsroom, достъпно на: <https://newsroom.fb.com/news/2013/12/news-feed-fyi-helping-you-find-more-news-to-talk-about>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
13. **Jones 2016:** Jones, R. Facebook’s new plan to deal with fake news is too vague and too late – Gizmodo, достъпно на: <http://gizmodo.com/facebooks-new-plan-to-deal-with-fake-news-is-too-vague-1789171552>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
14. **Kircher 2016:** Kircher, M. Twitter finally introduced more anti-harassment tools. Here’s how to use them – New York Magazine, достъпно на: <http://nymag.com/selectall/2016/11/new-twitter-harassment-safety-tools-include-mute-feature.html>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
15. **Lakhani 2017:** Lakhani N. Journalists shot dead during Facebook Live video in Dominican Republic – The Guardian, достъпно на: <https://www.theguardian.com/world/2017/feb/14/journalists-killed-dominican-republic-facebook-live-broadcast>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
16. **Levin 2016:** Levin, S. “Facebook needs an editor”: media experts urge change after photo dispute – The Guardian, достъпно на: <https://www.theguardian.com/technology/2016/sep/10/facebook-news-media-editor-vietnam-photo-censorship>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
17. **Mark Zuckerberg’s** official profile on Facebook, достъпно на: https://www.facebook.com/zuck?hc_ref=ARSpIHXPsmqCbrrex4TW1V_rjYdWst-BBeD2QBt5yqq4tsrhzcDIgn6u_1h5tZ8noYs&fref=nf, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
18. **McLaughlin 2017:** McLaughlin, K. Two Slovenian men are arrested after victim dies following sickening 20-minute beating that was streamed on Facebook Live – Daily Mail, достъпно на: <http://www.dailymail.co.uk/news/article-4228048/Slovenian-men-arrested-Facebook-Live-beating.html#ixzz4ne3F97AZ>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]

19. **Media ReDesign: The New Realities**, достъпно на: https://docs.google.com/document/d/1OPghC4ra6QLhaHhW8QvPJRMKGEXT7KaZtG_7s5-UQrw/preview#heading=h.14uvrs8m75xh, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
20. **Nicas et al 2016:** Nicas, J., D. Seetharaman. Google and Facebook take aim at fake-news sites – The Wall Street Journal, достъпно на: <http://www.wsj.com/articles/google-pulled-into-debate-over-fake-news-on-the-web-1479159867>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
21. **Nickeas et al 2016:** Nickeas, P., T. Davis. Police investigates Facebook video that appears to show fatal shooting on the West Side – Chicago Tribune, достъпно на: <http://www.chicagotribune.com/news/local/breaking/ct-man-s-shooting-death-posted-to-facebook-20160616-story.html>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
22. **Nunez 2016:** Nunez, M. Former Facebook workers: We routinely suppressed conservative news – Gizmodo, достъпно на: <http://gizmodo.com/former-facebook-workers-we-routinely-suppressed-conser-1775461006>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
23. **Nunez 2016:** Nunez, M. Want to know what Facebook really thinks of journalists? Here's what happened when it hired some – Gizmodo, достъпно на: <http://gizmodo.com/want-to-know-what-facebook-really-thinks-of-journalists-1773916117>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
24. **Osofsky 2016:** Osofsky, J. Information about Trending Topics – Facebook Newsroom, достъпно на: <https://newsroom.fb.com/news/2016/05/information-about-trending-topics>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
25. **Read 2016:** Read, M. Do social media's titans use their own services? – New York Magazine, достъпно на: <http://nymag.com/selectall/2016/11/does-jack-dorsey-use-twitter.html> [Посетено на 23 юли 2017 г.]
26. **Shafer 2016:** Shafer, J. The cure for fake news is worse than the disease – Politico, достъпно на: <http://www.politico.com/magazine/story/2016/11/the-cure-for-fake-news-is-worse-than-the-disease-214477>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
27. **Silverman 2016:** Silverman, C. This analysis shows how fake news election stories outperformed real news on Facebook – BuzzFeed, достъпно на: https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/viral-fake-election-news-outperformed-real-news-on-facebook?utm_term=.qjDd4xgnN6#.ovGDQ9eKxN, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
28. **Solon 2016:** Solon, O. Facebook won't block fake news posts because it has no incentive, experts say – The Guardian, достъпно на: <https://www.theguardian.com/technology/2016/nov/15/facebook-fake-news-us-election-trump-clinton>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
29. **Solon 2016:** Solon, O. Facebook's Failure: Did fake news and polarized politics get Trump elected? – The Guardian, достъпно на: <https://www.theguardian.com/technology/2016/nov/10/facebook-fake-news-election-conspiracy-theories>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
30. **Solon 2016:** Solon, O. In firing human editors Facebook, has lost the fight against fake news – The Guardian, достъпно на: <https://www.theguardian.com/technology/2016/aug/29/facebook-trending-news-editors-fake-news-stories>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
31. **Tanakasempipat et al 2017:** Tanakasempipat, P., P. [Thepgumpanat](#). Thai man broadcasts baby daughter's murder live on Facebook – Reuters, достъпно на: <http://uk.reuters.com/article/uk-thailand-facebook-murder-idUKKBN17R1DE>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
32. **Weedon et al 2017:** Weedon, J., W. Nuland, A. Stamos. Information Operations and Facebook, Facebook, Inc, 88

33. **Woolf 2016:** Woolf, N. How to solve Facebook’s fake news problem: Experts pitch their ideas – The Guardian, достъпно на:
<https://www.theguardian.com/technology/2016/nov/29/facebook-fake-news-problem-experts-pitch-ideas-algorithms>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
34. **Yan et al 2017:** Yan, H., D. [Simon](#), B. Gingras, Cleveland murder suspect Steve Stephens kills himself after pursuit – CNN, достъпно на:
<http://edition.cnn.com/2017/04/18/us/cleveland-facebook-killing-video/index.html>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]
35. **Yuhas 2016:** Yuhas, A. Facebook fact-check: From Hillary’s health to 9/11, the latest lies we read – The Guardian, достъпно на:
<https://www.theguardian.com/technology/2016/sep/09/facebook-trending-false-news-stories>, [Посетено на 23 юли 2017 г.]