

Max Paradox

PROBLEM? WYLUZUJ. OGARNIESZ TO!

Seria poradników z przymrużeniem oka ;)

Nie Wiem, Czy To Ja Wybrałem, Czy Algorytm Wybrał za Mnie

Jak odzyskać własny gust, świadomie wybierać treści,
zakupy i rozrywkę oraz sprawdzać, czy „lubię to”
nie znaczy tylko „pokazano mi to 47 razy”



**Mamy problem. Ale spokojnie.
Da się go rozwiązać i jeszcze będzie z czego się pośmiać.**

Nie Wiem, Czy To Ja Wybrałem, Czy Algorytm Wybrał za Mnie

Jak odzyskać własny gust, świadomie
wybierać treści, zakupy i rozrywkę oraz
sprawdzać, czy „lubię to” nie znaczy tylko
„pokazano mi to 47 razy”

Max Paradox

PROBLEM? WYLUZUJ. OGARNIESZ TO!

ISBN: 978-83-8483-615-6

SPIS TREŚCI

INTRO	5
Rozdział 1 - Kto ustawił półkę, z której wybierasz?	10
Rozdział 2 - Kliknięcie nie jest deklaracją miłości	18
Rozdział 3 - Wszyscy to lubią, więc może ja też powinienem?.....	28
Rozdział 4 - Wielki cyfrowy detoks, który kończy się we wtorek	38
Rozdział 5 - Domyślne to nie znaczy wybrane.....	48
Rozdział 6 - Koszyk wie, czego jeszcze nie potrzebujesz	57
Rozdział 7 - Jeszcze jeden filmik, czyli rozrywka bez napisu „KONIEC”	67
Rozdział 8 - Gdy wszystko pasuje, nic już nie zaskakuje.....	76
Rozdział 9 - Najpierw zdecyduj, czego chcesz. Dopiero potem otwórz aplikację.....	85
Rozdział 10 - Laboratorium własnego gustu, czyli sprawdź, co lubisz bez podpowiedzi	94
Rozdział 11 - Zanim uwierzysz, sprawdź, kto opowiada historię.....	104
Rozdział 12 - Jedno konto, trzy gusta i algorytm z kryzysem tożsamości.....	114
Rozdział 13 - Zostań redaktorem własnego internetu	124
Rozdział 14 - Cyfrowy doradca, który zawsze ma jakąś propozycję	133

Rozdział 15 - Gdy nie możesz po prostu wyłączyć algorytmu.....	143
Rozdział 16 - Kiedy algorytm trafia w czuły punkt.....	153
Rozdział 17 - Kiedy świadomy wybór przegrywa z rzeczywistością	163
Rozdział 18 - Czy to nadal twój wybór? Jak rozpoznać powrót na autopilota.....	173
Rozdział 19 - Twój gust nie potrzebuje aktualizacji razem z aplikacją	183
Rozdział 20 - Nie musisz pokonać algorytmu. Wystarczy, że odzyskasz prawo do wyboru.....	192

INTRO

Jest piątek, godzina 21:43. Siadasz na kanapie z ambitnym zamiarem obejrzenia czegoś naprawdę dobrego. Otwierasz platformę streamingową, która zna cię podobno lepiej niż najbliższa rodzina. Przez osiemnaście minut przeglądasz propozycje przygotowane specjalnie dla ciebie. W końcu wybierasz serial, którego plakat widziałeś już tyle razy, że zaczynasz traktować jego bohaterów jak dalekich krewnych. Po dwóch odcinkach stwierdzasz, że właściwie ci się nie podoba. Oglądasz trzeci, ponieważ drugi zakończył się w interesującym momencie. Następnego dnia platforma informuje, że znalazła dla ciebie sześć podobnych produkcji. Gratulacje. Właśnie zostałeś ekspertem od gatunku, którego nigdy świadomie nie wybrałeś.

Z muzyką bywa jeszcze ciekawiej. Pewnego ranka odkrywasz, że znasz refren piosenki, której nigdy nie postanowiłeś posłuchać. Nie pamiętasz wykonawcy, tytułu ani momentu pierwszego kontaktu. Utwór po prostu zadomowił się w twojej głowie, rozpakował walizki i najwyraźniej podpisał umowę najmu na czas nieokreślony. Kilka dni później nucisz go podczas gotowania. Czy to znaczy, że naprawdę go lubisz? Możliwe. A może po prostu słyszałeś go wystarczająco często, żeby znajomość zaczęła przypominać sympatię. Kiedyś trzeba było samodzielnie odkrywać własny gust. Teraz gust otrzymuje regularne aktualizacje, często bez pytania użytkownika o zgodę.

Właśnie tutaj zaczyna się problem, któremu poświęcona jest ta książka. Coraz więcej codziennych decyzji podejmujemy w środowisku, w którym ktoś wcześniej zdecydował, jakie możliwości w ogóle zobaczymy. Nie

musimy być bezwolnymi marionetkami technologii, żeby odczuć tego konsekwencje. Wystarczy, że najczęściej wybieramy spośród propozycji znajdujących się na pierwszym ekranie. Algorytm nie musi zamykać przed nami wszystkich innych drzwi. Czasami wystarczy, że jedne pięknie oświetli, udekoruje i ustawi przy nich czerwony dywan, podczas gdy pozostałe pozostawi na końcu słabo oznaczonego korytarza. Formalnie nadal mamy pełną swobodę. Praktycznie zaczynamy podejrzanie często chodzić po tym samym dywanie.

Nie oznacza to, że systemy rekomendacji są z natury złe. Potrafią znakomicie pomagać. Odkrywamy dzięki nim interesujących twórców, znajdujemy przydatne produkty i oszczędzamy czas, którego nie chcemy poświęcać na przekopywanie tysięcy możliwości. Problem pojawia się wtedy, gdy wygoda stopniowo zastępuje ciekawość, a trafność rekomendacji mylimy z niezależnością własnego wyboru. System może przewidywać nasze zachowania na podstawie wcześniejszych kliknięć, obejrzanych materiałów czy zakupów, nie rozumiejąc przy tym wszystkich naszych powodów. Kliknięcie może oznaczać zachwyt, nudę, irytację albo zwykłą pomyłkę. Tymczasem kolejne propozycje potrafią utrwalać ścieżkę, na którą weszliśmy zupełnym przypadkiem.

Wyobraź sobie, że przez chwilę zainteresowały cię drogie zegarki. Obejrzałeś kilka filmów, sprawdziłeś ceny i przeczytałeś opinie. Następnie internet zaczął pokazywać ci zegarki wszędzie, gdzie tylko potrafił znaleźć wolne miejsce. Po pewnym czasie model kosztujący połowę miesięcznej pensji zaczyna wyglądać jak całkiem rozsądny zakup. W końcu widzisz znacznie droższe. Twoje poczucie tego, co normalne, przesunęło się bez oficjalnego komunikatu. Nikt

nie przyszedł z dokumentem zatytułowanym „Aktualizacja standardów finansowych użytkownika”. A jednak przedmiot, który wcześniej wydawał się ekstrawagancją, nagle staje się czymś, na co być może warto odkładać pieniądze. Pytanie brzmi: czy naprawdę go pragniesz, czy raczej nauczyłeś się pragnąć go w otoczeniu starannie dobranych obrazów?

Wpływ powtarzalności nie jest magicznym przełącznikiem. Wielokrotne oglądanie czegoś nie gwarantuje, że to polubimy. Możemy również mieć tego serdecznie dosyć. Znajomość potrafi jednak zwiększać poczucie oswojenia, a oswojenie czasem ułatwia zaakceptowanie rzeczy, która wcześniej była nam obojętna. Do tego dochodzą emocje, opinie innych osób, popularność, kontekst oraz obietnica, że właśnie oglądamy coś ważnego. Nasz gust powstaje pod wpływem doświadczeń i zawsze w pewnym stopniu korzysta z otoczenia. Nie istnieje sterylny, dziewiczy smak estetyczny, przechowywany w człowieku od urodzenia jak fabryczne ustawienia ekspresu do kawy.

Dlatego odzyskanie własnego gustu nie będzie polegało na odrzuceniu wszystkiego, co popularne. Możesz naprawdę kochać przebój, który słyszałeś czterdzieści siedem razy. Możesz uwielbiać serial polecony przez platformę i kupić rzecz, którą po raz pierwszy zobaczyłeś w reklamie. Samo źródło odkrycia nie unieważnia przyjemności. Istotne jest to, czy potrafisz rozpoznać różnicę między zainteresowaniem a przyzwyczajeniem, potrzebą a podsuniętym pragnieniem, własną decyzją a bezrefleksyjnym podążaniem za kolejną propozycją. Nie potrzebujesz certyfikatu niezależności podpisanego przez specjalną komisję do spraw autentyczności gustu. Potrzebujesz możliwości powiedzenia: „Tak, znam powód, dla którego to wybieram”.

Dotychczasowe próby odzyskiwania kontroli często zawodzą, ponieważ są zbyt radykalne albo zbyt powierzchowne. Ktoś usuwa wszystkie aplikacje, po czym trzy dni później instaluje je ponownie, przekonany, że tym razem będzie korzystać odpowiedzialnie. Ktoś inny postanawia ignorować rekomendacje, ale w praktyce nadal wybiera to, co najłatwiej znaleźć. Jeszcze ktoś zaczyna podejrzewać każdą własną przyjemność o bycie produktem manipulacji. To ostatnie podejście szczególnie skutecznie odbiera radość. Człowiek słucha świetnej piosenki i zamiast cieszyć się muzyką, prowadzi wewnętrzne dochodzenie, czy refren nie został przypadkiem podłożony przez dział marketingu. Trudno tak wypocząć, zwłaszcza jeśli podejrzanym jest również własny fotel.

Tymczasem świadome wybieranie nie wymaga całkowitej rezygnacji z technologii ani nieustannego analizowania każdego kliknięcia. W tej książce nauczysz się zauważać, kiedy rekomendacja naprawdę odpowiada twoim potrzebom, a kiedy jedynie wykorzystuje przewidywalność twoich zachowań. Przyjrzyj się temu, jak powstają pozorne upodobania, dlaczego łatwo pomylić popularność z jakością i w jaki sposób otoczenie cyfrowe wpływa na poczucie wartości zakupów, czasu oraz rozrywki. Przede wszystkim jednak będziesz ćwiczyć podejmowanie decyzji, które pozostawiają miejsce na własne zainteresowania, także te niezbyt popularne, trudne do sklasyfikowania i kompletnie nieopłacalne dla systemu rekomendacji.

Nie zamierzam proponować życia pozbawionego podpowiedzi. Byłoby to równie praktyczne jak postanowienie, że od jutra będziesz samodzielnie produkować każdą rzecz, której używasz, żeby przypadkiem nie ulec wpływowi sklepu. Zamiast tego

przyjrzymy się momentom, w których warto zrobić niewielką przerwę między bodźcem a wyborem. Czasami wystarczy sprawdzić inną ofertę, poszukać muzyki poza automatyczną playlistą albo zapytać siebie, czy dany produkt zainteresowałby cię bez licznika polubień. Innym razem potrzebna będzie wyraźniejsza zmiana codziennych nawyków. Ważne, żeby rozwiązanie dało się zastosować również po trudnym dniu, kiedy masz mało czasu, niewiele energii i absolutnie żadnej ochoty na filozoficzne rozważania przed zamówieniem obiadu.

Możesz zacząć od drobnej obserwacji. Przy najbliższej rekomendacji, która szczególnie przyciągnie twoją uwagę, spróbuj ustalić, co dokładnie cię zainteresowało. Sam przedmiot? Obietnica doświadczenia? Znajoma twarz? Popularność? A może fakt, że widzisz go od tygodnia i powoli zaczynasz uważać za element wyposażenia własnej rzeczywistości? Nie musisz od razu niczego odrzucać. Samo zauważenie, skąd przyszło zainteresowanie, jest początkiem bardziej świadomego wyboru. To mały eksperyment, a nie sąd nad twoim charakterem.

Ostatecznie stawką nie jest wygranie wojny z algorytmami. To byłaby dość nierówna rywalizacja, szczególnie gdy przeciwnik potrafi analizować miliony zachowań, a ty czasem nie pamiętasz, po co otworzyłeś lodówkę. Chodzi o coś bardziej osiągalnego i znacznie przyjemniejszego: odzyskanie prawa do własnej ciekawości. Do odkrywania rzeczy nieoczywistych, zmieniania zdania, odrzucania modnych propozycji bez poczucia straty i cieszenia się popularnymi bez poczucia winy.

Bo algorytm może doskonale wiedzieć, co najprawdopodobniej klikniesz. Ale warto, żebyś to ty wiedział, dlaczego.

Rozdział 1 - Kto ustawił półkę, z której wybierasz?

Wyobraź sobie, że wchodzisz do ogromnej księgarni. W środku znajdują się tysiące książek, od znakomitych po takie, których autor prawdopodobnie sam nie przeczytał do końca. Masz ochotę znaleźć coś interesującego, więc podchodzisz do pierwszej półki. Stoi przy niej niezwykle uprzejmy sprzedawca. Zanim zdążysz cokolwiek powiedzieć, podaje ci trzy książki i zapewnia, że zostały dobrane specjalnie dla ciebie. Pierwsza przypomina ostatnią, którą kupiłeś. Druga cieszy się ogromną popularnością. Trzecia pochodzi od wydawnictwa, które szczególnie zależy na jej sprzedaży. Pytasz o pozostałe regały, ale sprzedawca z uśmiechem wyjaśnia, że oczywiście możesz je obejrzeć. Musisz tylko przejść przez siedem pomieszczeń, ominąć wystawę nowości i znaleźć drzwi, których prawie nie widać. Niby wszystko jest dostępne. Dziwnym trafem większość klientów wychodzi jednak z jedną z trzech pierwszych książek.

Tak właśnie wygląda istotna część naszego doświadczenia w internecie. Możliwości jest mnóstwo, ale uwaga pozostaje ograniczona. W każdym momencie widzimy jedynie niewielki wycinek dostępnych materiałów, produktów i informacji. Ktoś musi zdecydować, co pojawi się na początku, co zostanie ukryte głębiej, a czego prawdopodobnie nigdy nie zobaczymy. Czasem robi to człowiek, czasem system oparty na zestawie reguł, a bardzo często algorytm wykorzystujący dane o użytkownikach. Problem zaczyna się wtedy, gdy zapominamy, że oglądamy wybraną część rzeczywistości, i zaczynamy traktować ją jak

rzeczywistość w całości. To trochę tak, jakby oceniać całe miasto na podstawie trzech ulic, ponieważ właśnie tam wysadził nas taksówkarz.

Warto od razu wyjaśnić jedno: algorytm nie jest cyfrowym człowieczkiem, który siedzi w serwerowni, zaciera ręce i planuje twoją przyszłość. To określenie obejmuje różne procedury i mechanizmy, które mogą służyć między innymi do porządkowania, wyszukiwania i rekomendowania treści. Poszczególne platformy działają inaczej, a ich dokładne zasady bywają częściowo niejawne i regularnie się zmieniają. Wiele systemów analizuje jednak sygnały związane z zachowaniem użytkowników oraz cechy dostępnych materiałów, żeby przewidywać, które propozycje będą odpowiednie dla określonej osoby. Nie wszystkie systemy optymalizują dokładnie to samo. Jedne mogą szczególnie uwzględniać przewidywane zainteresowanie, inne prawdopodobieństwo zakupu, jeszcze inne rozmaite wskaźniki aktywności. Dlatego pytanie „Dlaczego właśnie to widzę?” okazuje się znacznie ciekawsze niż pozornie proste „Czy algorytm mnie zna?”.

Półka nie jest całym sklepem

Przypuśćmy, że chcesz nauczyć się fotografować. Otwierasz popularną platformę z filmami i wpisujesz hasło dotyczące podstaw fotografii. W wynikach pojawiają się poradniki, testy sprzętu, materiały dla początkujących oraz filmy o błędach popełnianych przez amatorów. Wybierasz ten ostatni, ponieważ jego miniatura przedstawia dramatycznie przekreślony aparat, a tytuł sugeruje, że przez całe życie robiłeś wszystko źle. Film okazuje się niezły. Następny wyjaśnia, dlaczego twój obiektyw jest prawdopodobnie niewystarczający. Kolejny pokazuje wyposażenie profesjonalisty. Po godzinie wiesz już, że

potrzebujesz statywu, trzech obiektywów i torby odpornej na warunki atmosferyczne. Nadal natomiast nie zrobisz ani jednego zdjęcia. Twój pierwotny cel, czyli nauka fotografowania, został dyskretnie zastąpiony oglądaniem ludzi, którzy opowiadają o fotografowaniu.

Nie musiało dojść do żadnej świadomej manipulacji. System mógł po prostu podsuwać materiały powiązane z tymi, które oglądałeś, i które według jego przewidywań miały szansę cię zainteresować. Ty z kolei wybierałeś propozycje wyglądające atrakcyjnie w danym momencie. Każdy pojedynczy krok wydawał się rozsądny, lecz cała podróż prowadziła gdzie indziej, niż planowałeś. To ważna różnica. Decyzja może być wygodna, przyjemna, a nawet lokalnie sensowna, a mimo to nie przybliżać cię do celu. Algorytm rekomendacji nie musi wiedzieć, że chciałeś zrobić dobre zdjęcie babci na rodzinnej uroczystości. Widzi przede wszystkim te informacje o tobie i twoich działaniach, które jego konstrukcja pozwala uwzględnić.

Najbardziej podstępne jest to, że zwykle nie odczuwamy ograniczenia wyboru. Wręcz przeciwnie, mamy wrażenie niezwyklej obfitości. Kolejne propozycje przesuwają się bez końca, a ekran zapewnia dostęp do większej liczby materiałów, niż moglibyśmy przejrzeć przez wiele lat. Jednak obfitość nie oznacza różnorodności. Można obejrzeć pięćdziesiąt filmów, które różnią się tytułami, lecz powtarzają tę samą opinię. Można zobaczyć dwadzieścia produktów wyglądających na konkurencyjne, choć wszystkie należą do podobnej kategorii cenowej. Można również czytać wiadomości przedstawiające wydarzenia niemal wyłącznie z jednej perspektywy. Wtedy ogromna liczba propozycji daje poczucie eksploracji, mimo że w

rzeczywistości chodzimy w kółko po starannie zagospodarowanym fragmencie terenu.

Dlaczego tak łatwo się na to godzimy? Ponieważ szukanie kosztuje wysiłek. Każda dodatkowa decyzja wymaga uwagi, porównania możliwości i przynajmniej niewielkiej niepewności. Gotowa rekomendacja ogranicza ten koszt. Nie trzeba wiedzieć, czego dokładnie szukamy, nie trzeba formułować pytania, a czasem nawet nie trzeba dotykać ekranu, ponieważ następny materiał uruchamia się automatycznie. To znakomita wygoda, gdy naprawdę chcemy oddać komuś część pracy związanej z wyborem. Gorzej, kiedy zaczynamy oddawać również decyzję o tym, co warto uznać za interesujące. Wówczas system stopniowo przejmuje rolę organizatora naszych doświadczeń, a my pozostajemy z przekonaniem, że przecież wszystko wybraliśmy samodzielnie. W końcu nikt nie trzymał nam palca na przycisku.

Trzy pytania do niewidzialnego sprzedawcy

Pierwszym krokiem do odzyskania orientacji jest rozdzielenie trzech spraw: tego, co jest dostępne, tego, co zostało nam pokazane, i tego, co rzeczywiście chcemy wybrać. Na pierwszy rzut oka brzmi to jak rozważanie filozoficzne, które powinno odbywać się przy świecach i z obowiązkowym udziałem człowieka w golfie. W praktyce różnicę można zauważyć podczas zwykłego korzystania z internetu. Gdy szukasz przepisu, lista popularnych propozycji nie stanowi kompletnego katalogu dań. Gdy przeglądasz oferty noclegów, pierwsze wyniki nie muszą być obiektywnie najlepszymi miejscami na wyjazd. Gdy czytasz wiadomości, kolejność publikacji nie jest neutralną mapą ważności wszystkich wydarzeń. Za każdym razem oglądasz pewien porządek, a porządek ma swoje kryteria.

Pomaga zadanie sobie trzech pytań. Po pierwsze: dlaczego właśnie ta propozycja znalazła się przede mną? Być może pasuje do wyszukiwanej frazy, pochodzi z obserwowanego źródła albo została wyświetlona jako reklama. Po drugie: czego może brakować w tym zestawie? Nie trzeba znać wszystkich pominiętych możliwości. Wystarczy dostrzec, że inne istnieją. Po trzecie: czy wybrałbym to samo, gdybym zobaczył propozycje w innej kolejności? Ostatnie pytanie jest szczególnie użyteczne, ponieważ ujawnia wpływ wygody i pierwszego wrażenia. Nie zawsze będziesz znać odpowiedź. Sam fakt, że zaczynasz ją rozważać, pomaga oddzielić jakość wyboru od jego pozycji na ekranie.

Weźmy przykład planowania wolnego weekendu. Wpisujesz w wyszukiwarkę atrakcje pewnego regionu. Pierwsze wyniki pokazują miejsca popularne, dobrze opisane i często odwiedzane. Wkrótce powstaje plan, który przypomina program połowy wycieczek organizowanych w okolicy. Może być znakomity. Problem pojawia się dopiero wtedy, gdy uznasz, że skoro właśnie te miejsca zobaczyłeś, to nic innego nie zasługuje na uwagę. Tymczasem niewielkie muzeum, mniej znany szlak albo lokalne wydarzenie może odpowiadać twoim zainteresowaniom znacznie lepiej. Wyszukiwanie konkretnej kategorii, zajrzenie na regionalną stronę informacyjną czy sprawdzenie kalendarza wydarzeń może ujawnić możliwości, których ogólna lista rekomendacji nie eksponowała.

Tu pojawia się ważne zastrzeżenie. Zmiana źródła nie gwarantuje obiektywizmu. Lokalna strona również może promować wybrane miejsca, niezależny bloger ma własne upodobania, a znajomy polecający restaurację może uważać, że najlepszą kuchnią świata jest wszystko, co

podają w odpowiednio dużej porcji. Chodzi o poszerzenie perspektywy, nie znalezienie mitycznego źródła pozbawionego jakiegokolwiek wpływu. Świadomy wybór nie wymaga idealnie neutralnych informacji. Wymaga raczej wiedzy, że każda lista została przez kogoś lub coś ułożona, oraz gotowości do sprawdzenia innych możliwości wtedy, gdy decyzja ma dla ciebie znaczenie.

Nie wszystkie pozycje na ekranie pełnią też tę samą funkcję. Wynik wyszukiwania, materiał sponsorowany, osobista rekomendacja i treść pochodząca od obserwowanego autora mogą wyglądać podobnie, choć stoją za nimi odmienne mechanizmy. Oznaczenia reklam warto czytać, ale nie należy automatycznie zakładać, że każda zwykła rekomendacja jest reklamą albo że wszystko, co niesponsorowane, zostało uporządkowane wyłącznie z myślą o naszym dobru. Platformy mogą łączyć różne cele, a konkretne kryteria zależą od usługi. Zamiast szukać jednego złowrogiego zamiaru, lepiej ustalić, z jakim rodzajem podpowiedzi mamy do czynienia. To mniej sensacyjne, lecz znacznie bardziej użyteczne. Niestety nie można na tym oprzeć trzygodzinnego filmu zatytułowanego „Odkryłem sekret internetu, którego wszyscy przed tobą ukrywali”. A przynajmniej trudno zrobić to uczciwie.

Kiedy pierwsza propozycja staje się domyślnym wyborem, łatwo pomylić oszczędność czasu z jakością decyzji. W przypadku drobnych spraw nie ma w tym nic złego. Jeśli potrzebujesz sprawdzić godzinę otwarcia sklepu, nie musisz przeprowadzać wieloźródłowego śledztwa. Jednak im większy wpływ wybór ma na twoje pieniądze, czas i zainteresowania, tym bardziej opłaca się świadomie wyjść poza pierwszy ekran. Nie dlatego, że odpowiedź na nim musi być błędna. Dlatego, że ważniejsza

decyzja zasługuje na odrobinę szerszy zestaw możliwości. Szukanie dwunastu dodatkowych propozycji też nie jest samo w sobie zaletą. Czasem trzy porównane sensownie opcje wystarczą, podczas gdy trzydzieści jedynie zwiększa zmęczenie.

Zobacz, zanim wybierzesz

Przez najbliższy dzień spróbuj zauważyć pięć sytuacji, w których jakiś materiał lub produkt pojawił się przed tobą bez wcześniejszego, konkretnego zamiaru jego znalezienia. Nie musisz niczego zapisywać w skomplikowanym arkuszu. Wystarczy krótka notatka: co zobaczyłeś, gdzie to zobaczyłeś i czy rzeczywiście było ci potrzebne. Jeśli aplikacja zaproponowała artykuł, którego tematu wcześniej nie rozważałeś, odnotuj to. Jeśli sklep wyeksponował produkt obok oglądanego towaru, również. Jeśli znajomy przesłał ci film, to inny rodzaj rekomendacji, też wart zauważenia. Ćwiczenie nie służy udowodnieniu, że każda propozycja jest podejrzana. Pozwala odkryć, jak wiele naszych zainteresowań zaczyna się od przypadkowego spotkania z czymś wybranym przez kogoś innego.

Następnie wybierz jedną sytuację, w której rzeczywiście zależy ci na dobrym wyborze, i zmień drogę poszukiwania. Zamiast zaczynać od strony głównej platformy, wpisz własne, konkretne pytanie. Zamiast przyjmować domyślne sortowanie ofert, sprawdź inne dostępne kryterium, na przykład cenę, termin albo cechę, która ma dla ciebie znaczenie. Zamiast polegać wyłącznie na proponowanych profilach, poszukaj twórcy zajmującego się tematem, który sam wskazałeś. Zwróć uwagę nie tylko na to, czy znajdziesz coś lepszego, ale również na to, czy zmieni się rodzaj dostępnych propozycji. To istotne, ponieważ celem nie jest udowodnienie wyższości samodzielnego wyszukiwania w

każdych okolicznościach. Chcesz zobaczyć, jak bardzo punkt wejścia wpływa na twoją cyfrową rzeczywistość.

Być może odkryjesz, że rekomendacje działały całkiem dobrze. Świetnie. Jeśli odpowiadają twoim potrzebom i oszczędzają czas, nie ma powodu odrzucać ich z ideologicznej przekory. Być może jednak zobaczysz, że od dawna otrzymujesz propozycje z bardzo wąskiego obszaru albo że pewne zainteresowania zostały niemal całkowicie przykryte przez inne. Takie odkrycie nie jest oskarżeniem pod twoim adresem. To informacja o środowisku, w którym podejmujesz decyzje. Możesz wykorzystać ją do zmiany sposobu szukania, nie rezygnując z wygody tam, gdzie rzeczywiście ci pomaga.

Najważniejsze jest odzyskanie świadomości, że ekran nie pokazuje ci całego świata. Pokazuje określony wybór z ogromnej liczby możliwości. Nie ma nic złego w korzystaniu z dobrze ułożonej półki, szczególnie gdy trafiasz na coś wartościowego. Warto jednak czasem sprawdzić, kto ją przygotował, według jakich zasad i czy za rogiem nie znajduje się regał, który bardziej odpowiada twojemu gustowi.

Bo nawet najbardziej uprzejmy sprzedawca nie powinien decydować, jakie książki wolno ci zauważyć. Zwłaszcza jeśli po kilku wizytach zaczyna twierdzić, że zna twoją duszę, ponieważ kupiłeś atlas grzybów i raz zainteresowałeś się historią średniowiecznych podatków.

Rozdział 2 - Kliknięcie nie jest deklaracją miłości

Wszystko zaczęło się od fotela. Nie był to zwyczajny fotel, lecz ogromny mebel przypominający ludzką dłoń, w której można było usiąść niczym zmęczony bohater surrealistycznego filmu. Zobaczyłeś go podczas przeglądania krótkich filmów i zatrzymałeś się z niedowierzaniem. Ktoś naprawdę zaprojektował coś takiego? Ktoś to produkuje? Czy człowiek siedzący na gigantycznym palcu wskazującym powinien martwić się o własną godność? Obejrzałeś materiał do końca, pokazałeś go znajomemu i przeczytałeś kilka komentarzy. Następnego dnia zobaczyłeś kolejne absurdalne meble. Potem film o nietypowych wnętrzach, a następnie reklamę sklepu z designerskim wyposażeniem. Internet najwyraźniej uznał, że odnalazłeś życiową pasję. Tymczasem ty chciałeś tylko sprawdzić, dlaczego ktoś wyprodukował fotel wyglądający jak rekwizyt z koszmaru ortopedy.

Ta sytuacja pokazuje podstawową trudność systemów analizujących zachowania użytkowników: działanie nie zawsze zdradza intencję. Zatrzymanie filmu może oznaczać zainteresowanie, ale również zdziwienie, dezaprobatę albo próbę przeczytania drobnego napisu. Udostępnienie materiału może być rekomendacją, ostrzeżeniem lub żartem. Komentarz bywa wyrazem zachwytu, sprzeciwu albo chęci uczestnictwa w dyskusji. Nawet zakup nie zawsze jest dowodem osobistego upodobania, ponieważ rzeczy kupujemy również na prezenty, z obowiązku lub dlatego, że jedyna działająca ładowarka kosztowała akurat tyle, ile kosztowała. System otrzymuje ślad zachowania, a następnie

próbuję wyciągnąć z niego użyteczny wniosek. Nie musi przy tym rozumieć całej historii stojącej za naszym wyborem. Właśnie w tej szczelinie między zachowaniem a znaczeniem powstają liczne nieporozumienia.

Co system naprawdę może o tobie wiedzieć?

Zacznijmy od odróżnienia dwóch rodzajów informacji. Pierwsze to deklaracje, które świadomie przekazujemy: polubienia, obserwacje, oceny, zapisane zainteresowania czy wybrane kategorie. Drugie to sygnały pośrednie wynikające z naszego zachowania: czas oglądania, przewijanie, powroty do materiałów, kolejność otwieranych stron i wiele innych interakcji, zależnie od platformy. Oczywiście konkretne systemy korzystają z różnych danych i nie należy zakładać, że każdy rejestruje lub interpretuje wszystkie wymienione sygnały. Istotna jest sama zasada. Człowiek może powiedzieć jedno, zrobić drugie i mieć ku temu całkiem rozsądny powód. System oparty na analizie zachowań będzie próbował przewidywać przyszłe decyzje na podstawie informacji, którymi dysponuje.

Przypuśćmy, że interesuje cię zdrowe odżywianie. Świadomie obserwujesz autorów publikujących wartościowe przepisy, ale wieczorami najdłużej zatrzymujesz się przy filmach przedstawiających gigantyczne porcje fast foodu. Nie dlatego, że zamierzasz codziennie zjadać hamburgera wielkości koła samochodowego. Po prostu trudno oderwać wzrok od człowieka, który próbuje zmieścić w bułce piętnaście kotletów i zachować przy tym powagę. Gdy system wykorzystuje czas oglądania jako jeden z sygnałów zainteresowania, może zacząć proponować więcej podobnych materiałów. Wówczas deklarowane preferencje i rzeczywiste zachowanie tworzą sprzeczny obraz. Co ważne, żadna z tych informacji nie musi być fałszywa.

Możesz jednocześnie dbać o dietę i z fascynacją obserwować kulinarne katastrofy. Ludzie są skomplikowani. Na szczęście, bo inaczej rozmowy przy stole trwałyby około czterdziestu sekund.

Szczególnie ciekawy przypadek stanowią treści, które nas irytują. Wyobraź sobie autora publikującego wyjątkowo nietrafione porady dotyczące wychowania zwierząt. Oglądasz jego materiał, ponieważ nie możesz uwierzyć w to, co słyszysz. Następnie czytasz komentarze i zostawiasz własną odpowiedź, próbując sprostować błędną informację. Spędzasz przy publikacji kilka minut, choć wcale nie chcesz oglądać podobnych treści w przyszłości. Dla niektórych mechanizmów rekomendacji taka aktywność może stanowić sygnał, że temat skutecznie przyciąga twoją uwagę. Nie oznacza to, że każdy algorytm uznaje gniew za sympatię. Oznacza natomiast, że silna reakcja emocjonalna może prowadzić do zachowań, które system wykorzysta przy kolejnych rekomendacjach, nawet jeśli twoje osobiste doświadczenie było zdecydowanie nieprzyjemne.

To dlatego warto rozróżniać uwagę od satysfakcji. Uwaga mówi, że coś zajęło część twojego czasu. Satysfakcja opisuje, czy to doświadczenie było dla ciebie wartościowe. Możesz poświęcić kwadrans na oglądanie internetowej kłótni i później żałować każdej minuty. Możesz również przeczytać krótki, rzeczowy artykuł, zamknąć stronę po trzech minutach i uznać, że dowiedziałeś się dokładnie tego, czego potrzebowałeś. Jeśli system bierze pod uwagę określone wskaźniki aktywności, oba doświadczenia mogą wyglądać inaczej niż z twojej perspektywy. W dłuższym okresie łatwo zacząć utożsamiać to, co przykuwa uwagę, z tym, co rzeczywiście sprawia przyjemność. Tymczasem są

to dwie różne rzeczy, które czasami się spotykają, lecz nie pozostają małżeństwem na dobre i na złe.

Jeszcze subtelniejszy problem pojawia się przy automatycznym odtwarzaniu. Niektóre usługi pozwalają płynnie przechodzić od jednej treści do kolejnej bez podejmowania nowej decyzji. To wygodne, kiedy słuchasz materiałów podczas wykonywania innych czynności. Jednak ukończenie następnego filmu niekoniecznie oznacza, że świadomie go wybrałeś. Być może robiłeś obiad, telefon leżał poza zasięgiem ręki, a materiał trwał wystarczająco krótko, żeby nie opłacało się przerywać krojenia cebuli. Z perspektywy twojego doświadczenia było to bierne oglądanie. Z perspektywy systemu może pozostać kolejną zarejestrowaną interakcją. O tym, jak zostanie wykorzystana, decyduje konstrukcja konkretnej usługi. Nie warto jednak zakładać, że każda minuta odtwarzania jest dowodem autentycznej fascynacji.

Jak przypadek zaczyna przypominać osobowość

Wyobraź sobie teraz prosty ciąg wydarzeń. Pewnego dnia oglądasz materiał dotyczący nietypowej aktywności, która wcześniej niespecjalnie cię interesowała. Później otrzymujesz kilka podobnych propozycji. Jedna okazuje się zabawna, więc zatrzymujesz ją na dłużej. Następnie dostajesz kolejne, ponieważ wcześniejsze interakcje sugerują, że temat może ci odpowiadać. Po jakimś czasie coraz częściej widzisz materiały z tej kategorii. Niektóre rzeczywiście zaczynają cię interesować, a inne oglądasz z przyzwyczajenia. Powstaje pętla, w której wcześniejsze zachowania wpływają na przyszłe propozycje, a przyszłe propozycje dostarczają nowych zachowań. Trudno już wskazać moment, w którym przypadkowe spotkanie zamieniło się w regularne zainteresowanie.