

GUVERNARE FĂRĂ GUVERNANȚI: POLITICA PRIN ALGORITMI ȘI BIG DATA

CRISTINA VOINEA
Universitatea din București

Governance without governors: politics through algorithms and Big Data.

In this article I intend to uncover what lies behind the rhetoric of objectivity that surrounds some of the most elementary components of today's virtual environment, algorithms and Big Data. In this process I will highlight the effects on user behavior of what, in Gillespie's words, has become the 'ideology of mechanical objectivity'. I will use Foucault's concept of governmentality in order to show the organized practices – resulting from the information and communications technology –, through which subjects are governed. In the end I will point towards a possible 'focus of resistance', the development of a knowledge ethics.

Keywords: algorithms, Big Data, ideology, objectivity, governmentality knowledge ethics.

1. INTRODUCERE

În ultimele decenii, arii mari ale vieții politice, economice și sociale s-au extins *online*. Internetul a schimbat în mod radical comportamentul politic al indivizilor, fie prin oferirea unor noi modalități de obținere, verificare și răspândire a informației, fie prin facilitarea comunicării la scară globală. O altă dimensiune afectată de Internet este logica acțiunii colective, noul mediu înlesnind mobilizarea în masă prin oferirea unor noi posibilități pentru coordonare și colaborare¹. Astfel, devine din ce în ce mai clar că noile tehnologii nu sunt simple mecanisme utile în activități punctuale, ci adevărate motoare ale schimbării sociale.

Tehnologia trebuie înțeleasă ca un catalizator al schimbării sociale, caracteristică ce depășește funcția inițială în scopul căreia a fost creată². Internetului și computerelor, tehnologii versatile și ubicue în societățile dezvoltate, le-au fost alăturate mai multe definiții de-a lungul timpului, neexistând încă un consens în această privință. În majoritatea dezbaterilor despre modalitățile de funcționare și utilizare a acestora, dar și despre impactul lor la nivel societal, cel mai adesea se asumă că aceste

¹ Helen Margetts, Scott A. Hale, și Taha Yasseri, „Big Data and Collective Action”, în *Society and the Internet*, vol. editat de Mark Graham și William H. Dutton, Oxford University Press, 2014, p. 223.

² Philip Brey, „Artifacts as Social Agents”, în *Inside the Politics of Technology: Agency and Normativity in the Co-Production of Technology and Society*, vol. editat de Hans Harbers, Amsterdam University Press, 2005, p. 61.

tehnologii sunt neutre, ceea ce ascunde consecințele normative și mecanismele puterii infuzate în *designul* lor³.

Un aspect ce trebuie luat în seamă atunci când analizăm computerele și Internetul este convergența acestora, fenomen ce penetrează societatea încă de la începutul anilor 1990. Prinderea computerelor în „rețeaua rețelelor”⁴ deschide calea către utilizarea lor în vederea interacțiunii sociale. Internetul a oferit posibilitatea creării unei extensii a realității sociale, ce are propria sa structură și include roluri și funcții sociale, precum și organizații ori instituții, toate mediate digital. Astfel, dacă până la răspândirea pe scară largă a Internetului computerele erau văzute ca având numai o funcție epistemică – extinzând sau ameliorând cogniția umană prin îndeplinirea unor sarcini de procesare a informației –, odată cu întâlnirea celor două tipuri de tehnologii apare o nouă funcție, cea ontică, în cadrul căreia colaborarea dintre mintea umană și sistemele de computație devine atât de apropiată, încât determină apariția sistemelor cognitive hibride, în parte umane, în parte artificiale⁵.

În cadrul peisajului tehnologic caracterizat de inovație constantă, fenomen ce aduce cu sine creșterea complexității lumii în care trăim, algoritmi și Big Data, doi actori care sub-întind majoritatea aplicațiilor tehnologiilor informației și comunicării, devin, de asemenea, noi configurații ale puterii care dau naștere „politicii prin alte modalități”⁶. În această lucrare voi încerca să lămuresc ce sunt algoritmi și Big Data și, mai ales, ce produce întâlnirea dintre aceste tehnologii care configurează și circumscriu informația relevantă și căreia îi acordăm atenție. Voi argumenta că deciziile aflate în spatele *designului* acestora influențează într-un mod tacit modalitățile de producere, selectare și procesare a informației de către utilizatori, dând naștere unor noi forme de guvernare, în cadrul cărora nu este foarte clar cine sunt guvernanții și unde se află aceștia, iar „programul” politic impus în mod tacit rămâne neclar în măsura în care modalitățile de funcționare și operare a algoritmilor și a ceea ce numim Big Data rămân și ele ascunse.

2. POLITICA PRIN ALGORITMI

Algoritmii sunt numitorul comun al tuturor programelor și aplicațiilor pe care le folosim în fiecare zi. Aceștia operează în fundal, fiind greu accesibili utilizatorilor medii, însă, cu toate acestea, rolul pe care îl joacă în selectarea informației și dirijarea atenției utilizatorilor, și, implicit, în formarea opiniilor, este unul crucial.

³ Ben Wagner, „Algorithmic Regulation and the Global Default: Shifting Norms in Internet Technology”, în *Etikk I Praksis – Nordic Journal of Applied Ethics*, vol. 10, nr. 1, 2016, p. 5.

⁴ Deși vagă, aceasta este una dintre cele mai utilizate definiții ale Internetului; aceasta vizează numai configurarea fizică a Internetului.

⁵ Philip Brey, „The Epistemology and Ontology of Human-Computer Interaction”, în *Minds and Machines*, Vol. 15, Nr. 3, 2005, p. 391.

⁶ Cf. Musiani, Francesca, „Governance by Algorithms”, în *Internet Policy Review*, vol. 2, nr. 3, 2013.

Selecția știrilor *online* prin intermediul motoarelor de căutare și a agregatorilor de știri, consumul cultural și de *entertainment* prin sistemele de recomandare, alegerea și consumul serviciilor și produselor comercializate prin intermediul magazinelor *online*, popularitatea și puterea de influență a agenților și subiectelor în *social media* și chiar tranzacționarea pe bursele de valori⁷ sunt toate arii ale activității umane a căror dinamică este dată în primul rând de către algoritmi. În acest articol, mă voi concentra asupra algoritmilor de selecție a informației, aceștia aflându-se la baza celor mai folosite servicii din mediul virtual⁸. Astfel, aceștia devin unul dintre principalele instrumente în ghidarea utilizatorilor în marea de informații disponibilă în mediul digital⁹, iar puterea lor transformatoare se află nu numai în oferirea unor noi metode de a găsi informații, ci și în punerea bazelor unor noi feluri de a cunoaște¹⁰.

Deși algoritmi au funcții diferite, la bază aceștia sunt seturi de instrucțiuni oferite computerelor¹¹ pentru a rezolva probleme bine-definite. O distincție ce trebuie amintită este cea dintre algoritm – un set de instrucțiuni – și implementarea acestuia într-un anumit limbaj de programare. Introna specifică faptul că una dintre cele mai bune metode de înțelegere a ce sunt algoritmi presupune gândirea acestora drept modalități „de exprimare a soluțiilor computaționale în termenii condițiilor logice (cunoaștere despre problemă) și a structurilor de control (strategii de rezolvare a problemei) – conducând la următoarea definiție [...]: algoritmi = logică + control”¹².

O întrebare deloc trivială este aceea a ce fac mai precis algoritmi. În această chestiune susțin, dezvoltând o sugestie a lui Introna, că aceștia trebuie analizați atât din punctul de vedere al programatorilor, cât și al utilizatorilor, deoarece sunt două categorii de actori ce au interese diferite în utilizarea *software*-ului la baza căruia se află algoritmi. Dacă pentru *designeri* algoritmi sunt metode concrete de soluționare a problemelor computaționale în termenii definirii unui set de instrucțiuni formale care, atunci când sunt executate, îndeplinesc o sarcină într-un număr finit de pași, pentru utilizatori algoritmi sunt *ceva* ce ajută la îndeplinirea unui altui lucru (de exemplu, căutarea cu un motor de căutare în vederea găsirii unei informații ce va fi folosită în vederea unei alte acțiuni – scrierea unui articol, cumpărarea unui produs etc.). Astfel, pentru utilizatori, algoritmi sunt componentele unei practici sociale situate¹³, adică parte a activităților punctuale întreprinse zilnic.

⁷ Florian Saurwein, Natascha Just și Michael Latzer, „Governance of Algorithms: Options and Limitations”, în *Info*, Vol. 17, no. 6, 2015, p. 35.

⁸ Cf. N. Just și M. Latzer, „Governance by Algorithms: Reality Construction by Algorithmic Selection on the Internet”, în *Media, Culture & Society*, p. 2. Selecția algoritmică se află la baza serviciilor de căutare, agregare, prognoză, filtrare, recomandare și producție a informației.

⁹ În acest articol folosesc termenii virtual și digital interșanjabil.

¹⁰ Tarleton Gillespie, „The Relevance of Algorithms”, în *Media Technologies*, vol. editat de Tarleton Gillespie, Pablo J. Boczkowski, și Kirsten A. Foot, The MIT Press, 2014, p. 167.

¹¹ Din motive de economie, mă voi apleca numai asupra algoritmilor din mediul digital.

¹² Lucas D. Introna, „Algorithms, Performativity and Governability”, *Early Draft*, accesibil la <http://governingalgorithms.org/wp-content/uploads/2013/05/3-paper-introna.pdf> (n.d.), accesat 17 iulie 2017.

¹³ Vezi Lucas D. Introna, *op. cit.*, p. 5.

Google procesează în fiecare secundă aproximativ patruzeci de mii de căutări prin motorul său de căutare, ceea ce înseamnă cam trei miliarde de utilizări zilnice, venite de la mai mult de un miliard de utilizatori¹⁴. Fondatorul Google, Eric Schmit, a declarat în 2014 că la fiecare două zile se generează mai mult conținut decât a fost creat de la începutul omenirii până în zilele noastre¹⁵. Și se pare că numărul este într-o continuă creștere și datorită platformelor sociale care simplifică întregul proces.

În acest context, în care informația devine una dintre cele mai căutate resurse, problema clasificării sale devine crucială. „Munca” de selectare a fluxului constant de date produse în mediul virtual este astăzi făcută în mare parte de către algoritmi. Analizarea modalităților în care algoritmi sunt incluși în practicile umane ale cunoașterii, dar și a impactului lor asupra felurilor de producere a acesteia devine crucială în vederea clarificării ramificațiilor lor politice, susține Gillespie¹⁶, care punctează șase domenii în care algoritmi joacă un rol important. Dintre observațiile sale le voi folosi numai pe acelea utile sublinierii influenței algoritmilor asupra sferei politice și participării la aceasta.

Una dintre principalele chestiuni care va determina ce informație este relevantă, deci mai vizibilă în spațiul virtual, este aceea a stabilirii modelelor de incluziune a datelor într-un anumit câmp de lucru, modele construite în baza unor categorii. Stabilirea categoriilor în funcție de care algoritmi ierarhizează informația devine crucială. „Categoriile sunt intervenții semantice și politice puternice”¹⁷ deoarece stabilirea acestora, dar și a criteriilor lor, sunt modalități de a impune o anumită viziune normativă asupra lumii, deci de a stabili *cum ar trebui să stea lucrurile*. Odată instituite, categoriile trasează modalitățile în care algoritmi vor selecta sau ierarhiza informația și, mai mult de atât, acestea vor fi respectate fără excepție.

Un exemplu pertinent pentru problema stabilirii categoriilor, deci implicit a informației considerată relevantă sau irelevantă de către *designerii* ce se află în spatele conturării acestor algoritmi, este incidentul #amazonfail din 2009¹⁸. Unul dintre cei mai mari vânzători *online* de cărți, Amazon, a trecut printr-un scandal semnificativ atunci când titlurile mai multor cărți au fost eliminate din ierarhia vânzării și din rezultatele căutărilor pe site-ul său. Faptul care a ultragiât lumea întreagă a fost că toate titlurile respective vizau cărți care abordau subiectul minorităților sexuale, iar problema a constat în faptul că toate titlurile respective au intrat în categoria „adult”, adică a literaturii erotice și pornografice pentru adulți. Amazon, întocmai altor numeroaselor site-uri, își protejează utilizatorii prin încercarea de eliminare a conținutului licențios. Însă, în cazul #amazonfail,

¹⁴ Google Search Statistics, disponibil la <<http://www.internetlivestats.com/google-search-statistics/>>, accesat în 17 iulie 2016.

¹⁵ Siegler, M.G., *Eric Schmidt: Every 2 Days We Create As Much Information As We Did Up To 2003*, disponibil la <<https://techcrunch.com/2010/08/04/schmidt-data/>>, accesat în 17 iulie 2016.

¹⁶ Gillespie, *op. cit.*, p. 168.

¹⁷ *Ibidem*, p. 171.

¹⁸ *Ibidem*.

homosexualitatea, lesbianismul ori bi-sexualitatea au fost considerate, prin ceea ce mai târziu a fost recunoscut drept o greșeală umană, elemente ce intră în categoria „adult”, mai precis ceva licențios, obscen și chiar jignitor pentru unii dintre utilizatori¹⁹. Astfel, programatorii Amazon au considerat că orice fel de carte care tratează problema orientărilor sexuale intră în categoria „adult”, de la lucrări academice la povestiri scurte, în timp ce numeroase albume de nuduri ori reviste pornografice voalate au fost scutite de introducerea în această categorie.

Acesta este poate unul dintre cazurile fericite în care problema categorizării a fost observată. Însă de cele mai multe ori efectul acestor categorii este greu de observat de către utilizatorii medii, datorită ideii larg împărtășite conform căreia tot ce este automatizat este și obiectiv. *Parti-pris*-uri comerciale ori politice încorporate în procesul decizional algoritmic de către *designeri*, fie în mod implicit sau explicit, influențează în mod tacit acțiunile utilizatorilor. Un studiu recent a arătat că algoritmul de căutare al motorului Google poate influența preferințele votanților indeciși cu 20%, ori chiar mai mult în diverse grupuri demografice, în favoarea unui anumit candidat la alegerile prezidențiale²⁰, prin afișarea pe prima pagină a rezultatelor căutării după termenul „alegeri 2016” (*elections 2016*) a paginilor care favorizează un anumit candidat. Ceea ce se dovedește cu adevărat problematic este că această manipulare devine greu de sesizat. În această chestiune, problema rezidă nu neapărat în modalitatea de stabilire a categoriilor, ci în faptul că aceste procese sunt adesea „invizibile” și deloc la îndemâna utilizatorilor. Analizarea asumțiilor evaluative încorporate în algoritmi presupune un liber acces la aceștia, însă în majoritatea cazurilor algoritmiile sunt protejați prin secrete comerciale²¹.

O altă problemă ce apare în siajul celei dintâi, cea a stabilirii categoriilor și a criteriilor lor, este influența acestora asupra comportamentului uman. Mai devreme am specificat că algoritmiile trebuie văzuți, din punctul de vedere al utilizatorilor, drept componentele unei practici sociale situate. Astfel ar fi reducăionist și totodată simplificator să analizăm algoritmiile doar în termeni de cauze și efecte, datorită faptului că algoritmiile sunt, de fapt, încorporați, împlețiți în practicile de zi cu zi ale utilizatorilor (precum cititul, documentarea, *entertainmentul*, activități comerciale etc.). Însă relația algoritm–utilizator nu este una stabilă, ci ar trebui văzută mai degrabă sub forma unei influențe recursive²², după cum voi explica mai jos.

Utilizatorii își apropiază și resemnifică normele încorporate în platformele sociale prin adaptarea modalităților lor de expresie și a unora dintre activitățile întreprinse în mediul virtual la acestea. De exemplu, o practică larg răspândită este

¹⁹ Stemwedel, Janet D., *Some thoughts on #Amazonfail*, disponibil la <<http://scienceblogs.com/ethicsandscience/2009/04/13/some-thoughts-on-amazonfail/>>, accesat în 19 iulie 2016.

²⁰ Robert Epstein și Ronald E. Robertson, „The Search Engine Manipulation Effect (SEME) and Its Possible Impact on the Outcomes of Elections,” în *Proceedings of the National Academy of Sciences*, Vol. 112, Nr. 33, 2015.

²¹ Gillespie, *op. cit.*, p. 177.

²² *Ibidem*, p. 185.

aceea de a folosi *hashtag*-uri (#) cu cuvinte-cheie pe Facebook, pentru a asigura distribuirea conținutului produs către cât mai mulți utilizatori ai platformei²³. Această practică nu indică neapărat obediența în fața unei anumite tehnologii, ci încercarea de a amplifica ecoul pe care conținutul produs de un anumit utilizator îl are în mediul virtual. Astfel, orientarea în funcție de ceea ce impune un anumit algoritm este o practică larg răspândită, ce poate fi observată atât la cei care vor să intre în logica unui algoritm (întâlnită printre adolescenți, prin folosirea a cât mai multor cuvinte *trending*, care nu au neapărat legătură cu postarea lor, în scopul de a urca în *newsfeed*-ul prietenilor lor), cât și la cei care vor să o evite (mulți utilizatori ai platformei Tumblr reușesc să distribuie material pornografic prin crearea unui vocabular aparte, ce nu poate fi detectat și, implicit, eliminat de către algoritm). Indivizii s-au adaptat întotdeauna la noile media, ceea ce este, în fapt, un proces firesc.

Ceea ce ar trebui să suscite suspiciunea nu sunt aceste practici adaptative²⁴, ci faptul că ele sunt asimilate de către utilizatori și practicate în mod necritic, sub imperiul impresiei că acestea sunt exclusiv rezultatul decizional al utilizatorilor, deci că ele sunt neutre din punct de vedere axiologic. Dacă pentru toate celelalte tipuri de media intervenția umană era clară²⁵, în cazul tehnologiilor informației și comunicării, agenții umani, ale căror decizii influențează și dau formă informației la care avem acces, sunt greu de observat, fiind adesea ascunși în spatele „obiectivității și neutralității” asociate automatizării.

Din toate aceste observații nu trebuie dedus faptul că utilizatorii sunt agenți pasivi în fața algoritmilor ori că nu pot face nimic în raport puterilor acestora de colectare, selecție ori ierarhizare a informației. Utilizatorii conștienți de asimetria de putere dintre ei și companiile deținătoare de Big Data și algoritmi reacționează uneori prin angajarea în practici de eludare a „încercărilor acestora de a-i cunoaște”²⁶. Însă adesea aceste încercări sunt prezente cu precădere în subculturile mediului virtual (*hackeri, crackeri, phreakeri* etc.) care dețin cunoașterea tehnică a modalităților de creare și funcționare a diverselor *software*-uri ori *hardware*-uri.

²³ Facebook, ca multe alte platforme sociale, a instituit secțiunea *trending* (la modă), o listă cu cele mai utilizate cuvinte (înaintea cărora se folosește semnul #, pentru a ușura căutarea acestora) și subiecte la momentul accesării platformei. Folosirea a cât mai multor cuvinte din această secțiune la o postare garantează faptul că acestea vor avea o mai mare vizibilitate.

²⁴ O întreagă industrie a optimizării conținutului pentru mediul virtual (SEO) funcționează după aceste principii. Unele recomandări privesc fonturile și culorile ce trebuie folosite, orele la care trebuie făcute anumite postări, cuvintele ce trebuie evitate, formele de exprimare care trebuie utilizate etc.

²⁵ A se vedea numeroasele discuții academice și nu numai despre obiectivitatea jurnaliștilor. Vezi Jesse Owen Hearn-Branaman, *Journalism and the Philosophy of Truth: Beyond Objectivity and Balance*, Routledge, 2016; Steven Maras, *Objectivity in Journalism*, John Wiley & Sons, 2013; Cecilia Friend și Jane Singer, *Online Journalism Ethics: Traditions and Transitions* Routledge, 2015.

²⁶ Cf. Finn Brunton și Helen Nissenbaum, „Vernacular Resistance to Data Collection and Analysis: A Political Theory of Obfuscation”, în *First Monday*, Vol. 16, nr. 5, disponibil la <<http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3493>>.

Algoritmii sunt mai mult decât simple mecanisme de rezolvare a problemelor, iar influența lor nu este determinată numai de scopul inițial al creării acestora. Făcând parte din practicile situate de zi cu zi, ori mai bine spus împletindu-se în viața utilizatorilor serviciilor *online*, algoritmii resemnifică anumite activități, dar sunt și resemnificați în această utilizare. Însă aici rezidă una dintre cele mai mare capcane ale mediului virtual: deoarece în majoritatea cazurilor algoritmii sunt protejați de secrete comerciale, deci inaccesibili utilizatorilor, ei nu pot fi cunoscuți ori reapropiați în scopul „scrutării” modalităților de funcționare sau a părtinirilor ori valorilor încorporate. Întocmai funcționării acestora, în fundal, impactul și influențele lor sunt și ele adesea tacite, greu de observat ori verificat.

3. BIG DATA, NOUL STANDARD AL OBIECTIVITĂȚII

După cum a reieșit din secțiunea anterioară, algoritmii sunt mecanisme de soluționare a problemelor. Ei devin cruciali mai ales în societățile informatizate, caracterizate de producerea constantă de date, transferul și consumul unui flux mare informații. Astfel, selecția algoritmică automatizată se impune ca fiind necesară în încercarea de a selecta și oferi înțeles cantității masive de date.

Democratizarea tehnologiilor informației și comunicației are efecte profunde la nivel societal. De exemplu, Internetul nu doar facilitează accesul la informații și comunicarea rapidă, ci și generează o cantitate imensă de date. Toate mișcările unui utilizator în mediul virtual și nu numai (de exemplu, localizarea utilizatorilor telefoanelor mobile prin intermediul GPS) sunt date importante pentru companii ori state, care pot fi analizate ori folosite în diverse scopuri. Setul mare de date, generat în mod constant de către internauți, stă la baza fenomenului Big Data, care împreună cu selecția algoritmică formează un mecanism co-evolutiv²⁷.

Întocmai oricărei noi tehnologii ori proces tehnologic, fenomenul Big Data nu are o definiție clară, însă, în principiu, acesta se referă la capacitatea de a produce, căuta, agrega, stoca și trimite încrucișat la seturi mari de date²⁸. Kitchin²⁹ identifică principale caracteristici ale Big Data ca fiind: volumul și viteza mari (constă în petabiți de date create în timp real), diversitatea în varietate (putând fi atât structurată, cât și neorganizată), exhaustivitatea în domeniul de aplicare (putând încorpora populații sau sisteme întregi), detaliată, natura relaționară (conținând câmpuri comune care permit îmbinarea diferitelor seturi de date), flexibilitatea și scalabilitatea (se poate extinde rapid). Toate particularitățile mai sus menționate ale acestui complex fenomen socio-tehnic, în conjuncție cu prețul tot mai scăzut al

²⁷ Vezi Just și Latzer, *op. cit.*, p. 2.

²⁸ Danah Boyd și Kate Crawford, „Critical Questions for Big Data”, în *Information, Communication & Society*, vol. 15, nr. 5, p. 663.

²⁹ Rob Kitchin, „Big Data, New Epistemologies and Paradigm Shifts”, în *Big Data & Society*, vol. 1, nr. 1.

infrastructurii necesare stocării ori procesării datelor, dau naștere unor noi modalități de cercetare a comportamentului uman și de „a pune pe hartă” anumite arii ale geografiei sociale care până acum păreau imposibil de cartografiat.

Big Data aduce cu sine nu numai posibilitatea de a manipula și analiza seturi mari de date, ci și o turnură computațională în cercetarea umanistă. Astfel, prin capacitatea de a stoca cantități mari de date, și mai apoi de a le prelucra, ia naștere un nou sistem de cunoaștere³⁰ ale cărui ramificații sunt importante pentru că au puterea de a influența felul în care înțelegem lumea și procesele sale. În științele umane, angajate de mult în încercarea de a crea o metodă obiectivă de cercetare precum în științele naturale, fenomenul Big Data apare ca o promisiune a obiectivității. Cam orice aspect al vieții umane poate fi cuantificat, înregistrat, stocat și prelucrat de către agenții care au acces la aceste date. Astfel, nu mai avem nevoie de ipoteze despre un anumit fenomen pentru a îl înțelege, este suficient să avem corelații suficient de puternice. Tot ce rămâne de făcut este supunerea oceanului de date unei analize în căutarea de corelații pentru a afla ceea ce înainte cerea un amplu proces de formulare a ipotezelor, de analizare a lor și de confruntare cu alte ipoteze³¹. Capacitatea de a face predicții în baza acestor corelații este unul dintre cele mai puternice avantaje ale Big Data și totodată ceea ce îi conferă aura de „garant” al cunoașterii. Dar unul dintre prețurile plătite pentru posibilitatea de a scoate la iveală atât de multe aspecte ale comportamentului uman, și nu numai, este că va trebui să ne obișnuim cu a înțelege *ce se întâmplă*, însă nu neapărat și *de ce se întâmplă*. Mulți teoreticieni asociază acest fapt cu sfârșitul teoriei³², în timp ce alții se întrebă dacă nu cumva această schimbare în felul în care cunoaștem aduce cu sine stingerea spiritului și a privirii critice, deci a posibilității de a crea noi și noi teorii și practici de identificare a polurilor de putere și a posibilităților de emancipare în fața acestora ori de eludare a lor³³.

În realitate însă, lucrul cu Big Data este și el subiectiv. Ideea conform căreia cercetările cantitative produc *fapte*, în timp ce cele calitative produc interpretări este în mod particular periculoasă, mai ales atunci când e folosită pentru a promova Big Data ca metodă clară și distinctă de a înțelege comportamentul uman. În fapt, numeroși filosofi ai științei sunt de acord că toți cercetătorii sunt interpreți ai datelor. „Un model poate fi puternic din punct de vedere matematic, un experiment poate părea valid, dar imediat ce cercetătorul încearcă să înțeleagă ce înseamnă acesta, procesul interpretării a început deja. Acest lucru nu înseamnă că toate

³⁰ Cf. Boyd și Crawford, *op. cit.*, p. 665.

³¹ Cf. Viktor Mayer-Schönberger și Kenneth Cukier, *Big Data: A Revolution That Will Transform How We Live, Work, and Think*, Boston, Eamon Dolan/Mariner Books, 2014, pp. 53–59.

³² Chris Anderson, *The End of Theory: The Data Deluge Makes the Scientific Method Obsolete*, disponibil la <<http://www.wired.com/2008/06/pb-theory/>>, accesat în 22 iulie 2016.

³³ Vezi Boyd și Crawford, *op. cit.*, Just și Latzer, *op. cit.*, Rob Kitchin, *op. cit.*, Jose van Dijck, „Datafication, Dataism and Dataveillance: Big Data between Scientific Paradigm and Ideology,” în *Surveillance & Society*, vol. 12, nr. 2, 2014.

cercetările sunt egale, ci mai degrabă faptul că nu toate numerele sunt neutre³⁴. În articolul lor, Boyd și Crawford susțin că numerele nu vorbesc de unele singure, iar volumul mare de date ce poate fi analizat nu este nici el un garant al obiectivității, mai ales în cercetările umaniste.

Astfel, apare convingerea că aceste seturi interminabile de date, ce pot fi atât de ușor manipulate, sunt noul standard de aur al obiectivității, fapt ce contribuie la ceea ce unii numesc ideologia Big Data³⁵. Cuantificarea și potențialul de a aduna din ce în ce mai multe date, deci implicit și de a supraveghea în cele mai intime detalii comportamentul uman, se constituie în cele două axe ale acestei noi ideologii. Cum mai devreme am specificat că selecția algoritmică și Big Data sunt mecanisme ce co-evoluază, cred că putem susține că ceea ce voi defini în secțiunea următoare drept o nouă formă de guvernamentalitate, care ne cuprinde în mecanismele ei în mod imperceptibil, apare odată cu delegarea multora dintre procesele cognitive specific umane acestor două „instrumente”, dar și cu încrederea cu care le investim.

Înainte de a trece la subiectul emergentei guvernării fără governanți, doresc să mai punctez un aspect important, adesea trecut cu vederea, mai precis cel al deciziilor care determină ce va fi analizat sau măsurat, adică cel al construirii unei baze de date. Încercările de „construire” a unei baze de date începe un activitatea de „curățare” a datelor, adică de stabilire a atributelor și variabilelor ce vor fi luate în considerare³⁶. Acest proces decizional este unul în esență subiectiv, mai ales având în vedere că datele nu sunt de la sine înțelese. Mai mult de atât, a găsi structuri sau recurențe în aceste date, folositoare pentru a face corelații între comportamentul uman și orice alt subiect/obiect, este tot o activitate interpretativă.

Se pare astfel că ideologia Big Data care ne este adesea livrată în termenii obiectivității și ai neutralității, ai rezultatelor clare și al corelațiilor de netăgăduit, este de fapt un act interpretativ uman, supus pericolului de a încorpora valori sau de a promova viziuni asupra lumii într-un mod tacit, neanunțat. Precum în cazul algoritmilor, lipsa accesului utilizatorilor la aceste date nu doar creează inegalități, adâncind fractura digitală³⁷, ci și promovează o viziune conform căreia atunci când e vorba de cifre nu mai este nevoie de o interogare critică a proceselor decizionale implicate în rezultatele unor cercetări și a consecințelor acestora. Opacitatea în funcționare, mai precis eludarea procesului de culegere, selectare, prelucrare și mai apoi interpretare a datelor într-o anumită cercetare ar trebui să ne suscite scepticismul atât cu privire la rezultatele cercetării în cauză, cât și cu privirea la posibilele ei efecte asupra comportamentului nostru.

³⁴ Cf. Boyd and Crawford, *op. cit.*, p. 667.

³⁵ Jose van Dijck, *op. cit.* și Nathan Jurgenson, „View From Nowhere”, în *The New Inquiry*, disponibil la <<http://thenewinquiry.com/essays/view-from-nowhere/>>, accesat în 24 iulie 2016.

³⁶ Boyd și Crawford, *op. cit.*, p. 668.

³⁷ Societățile sunt profund inegale, fie că le comparăm între ele, ori avem în vedere diverse categorii sociale din cadrul aceleiași societăți. Datorită acestei inegalități și difuzarea Internetului la scară globală a avut loc în mod inegal – fenomen numit fractura digitală care se referă la inegalitatea dintre cei ce au acces la Internet și tehnologiile aferente și cei ce nu au acces.

4. ÎN LOC DE CONCLUZIE: GUVERNARE FĂRĂ GUVERNATORI ÎN ERA NOILOR TEHNOLOGII

Care ar fi însă consecințele de natură politică ale algoritmilor și fenomenului Big Data, în lumina aspectelor punctuale subliniate în secțiunile precedente? Cred că un posibil răspuns s-ar putea ivi în siajul concepției foucauldienne asupra guvernamentalității, asupra căreia nu voi insista deoarece o voi trata ca pe un „ghid” în încercarea de a desluși modalitățile în care aceste tehnologii au un impact asupra comportamentelor noastre.

Ce aduc nou algoritmi și Big Data nu sunt neapărat fenomene nemaivăzute, însă scara la care se petrec le învestește cu noi semnificații. În cadrul mediilor tradiționale de comunicare, problema selecției informațiilor a fost mereu dezbătută și luată în considerare, iar indivizii erau, într-o mai mică sau mai mare măsură, conștienți de intervenția umană în producerea și formularea informațiilor necesare pentru formarea opiniei publice, proces ce uneori scotea la iveală *parti-pris*-urile jurnaliștilor ori trusturilor media. În cadrul culturii algoritmice problema rămâne, în mare parte, aceeași. Ceea ce se schimbă în mod fundamental este, pe de o parte, ocultarea proceselor decizionale care stau în spatele „creării” categoriilor în funcție de care algoritmi selectează și totodată impun o anumită viziune despre cum ar trebui să arate lumea, cât și tănuirea importanței intervenției umane în cadrul acestui proces, în scopul păstrării unei auri a obiectivității. Totodată, Big Data aduce cu sine cartografierea a tot mai multe aspecte ale vieții umane, ceea ce permite interpretarea datelor agregate în scopul prezicerii comportamentului uman.

Retorica din spatele acestor procese este una care indică către puterea transformatoare a acestor artefacte și fenomene tehnologice, inovațiile fiind văzute ca modalități de a ne ușura viața³⁸. Platformele sociale și cele mai utilizate *site*-uri ale mediului virtual sunt văzute ca facilitatori neutri ai accesului la ceilalți ori la informații, iar algoritmi din spatele acestora ori datele culese și modalitatea în care sunt apoi folosite rămân chestiuni de fundal. Facebook apare ca un „salvator” al comunicării, înlesnind conectarea la ceilalți prin scăderea până aproape de zero a costurilor de tranzacție. Însă felul în care algoritmi din spate selectează informația, o *imping* ori o *îngroapă* în *newsfeed* sau modalitatea în care compania instrumentalizează utilizatorii, ca în cazul experimentelor desfășurate fără consimțământ³⁹, sunt procese mai puțin interesante. Google este, de asemenea, văzut ca fiind cel mai important promotor al progresului social, prin înlesnirea accesului la informație, însă încercările sale de manipulare a rezultatelor afișate⁴⁰

³⁸ Vezi Viktor Mayer-Schönberger și Kenneth Cukier, *op. cit.*

³⁹ John Kleinsman și Sue Buckley, „Facebook Study: A Little Bit Unethical But Worth It?”, în *Journal of Bioethical Inquiry*, vol. 12, nr. 2, 2015.

⁴⁰ Vezi Robert Epstein și Ronald E. Robertson, *op. cit.*, precum și răspunsul Google (disponibil la <<http://www.politico.com/magazine/story/2015/08/google-2016-election-121766>>) la acest studiu, un răspuns vag și neconvingător, în care compania nu face decât să nege toate aserțiunile studiului, însă fără argumente.

sunt cel puțin neinteresante pentru majoritatea utilizatorilor. Mai mult, faptul că modul în care Google⁴¹ introduce pagini *web* în rezultatele căutărilor și le ierarhizează este unul dintre cele mai bine păzite secrete, nu trezește spiritul critic sau suspiciunea internautilor. În fond, de ce aș pune sub semnul întrebării, în calitate de utilizator, informația ce mi se livrează și modul în care acest proces are loc atunci când sunt asigurat, din toate părțile, că algoritmi elimină nevoia intervenției umane în tot acest proces delicat, deci aduc în față un nou tip de obiectivitate, cea mecanică, iar serviciile bazate pe Big Data „nu pot minți” pentru că numerele sunt neutre, iar corelațiile dintre ele de netăgăduit?

Suntem într-o oarecare măsură guvernați de către aceste noi tehnologii pentru că ele își exercită influența asupra noastră în fundal, neobservate și necriticate. Într-o accepțiune foucauldiană, am putea spune că trăim vremurile în care biologia și informatica sunt folosite împreună în vederea dezvoltării tehnicilor de organizare și de control asupra maselor de indivizi, asupra populațiilor întregi (ori, în cazul nostru, asupra utilizatorilor). Guvernamentalitatea nu implică un pol al puterii care își manifestă în mod violent controlul asupra subiecților săi, ci un fenomen mult mai subtil și greu de observat, acela de ghidare în roluri sociale prestabilite, de „incitare către conformitate”⁴² a subiecților care sunt liberi.

Mecanismele prin care algoritmi și Big Data ajung să „afirme puterea asupra vieții”, prin selectarea informației – proces adesea pătinitor –, și prin posibilitatea cartografierii oricărui aspect al vieții umane – date ce vor fi mai apoi folosite în scopuri predictive ori chiar de inducere a anumitor dorințe –, „ne conduc conduitele”. Acest tip de guvernare, numit de către Foucault guvernamentalitate, nu are în vedere puterea cuiva, tocmai pentru că puterea implicată este anonimă, difuză și multiplă⁴³. În cazul discutat în această lucrare, deciziile și intervențiile umane ce stau în spatele algoritmilor și a Big Data nu sunt neapărat rău-intenționate și nici nu au în vedere supunerea utilizatorilor. Poate că toate aceste aspecte sunt, într-o oarecare măsură, greu de evitat, de aceea, până la o analiză mai atentă am putea spune că toate problemele subliniate în paragrafele anterioare nu comportă nimic rău prin ele însele.

Însă pericolul este prezent sub forma retoricii obiectivității și a infailibilității acestor tehnologii și artefacte. Nesesizând capcanele inerente acestui tip de discurs care dorește să apropie orice produs al automatizării de statutul științelor naturii – care produc rezultate exacte, demonstrabile și replicabile –, putem accepta de-a gata, necritic și „supus” tot ce ni se oferă prin aceste tehnologii. Pe de o parte,

⁴¹ Google a devenit, în ultimul timp, un verb în limba engleză și nu numai, sinonim cu a căuta o informație despre ceva, a te informa. Acest lucru denotă, poate chiar mai puternic decât argumentele prezentate pe parcursul lucrării, faptul că utilizatorii asociază în mod direct și neproblematic posibilitatea accesului la informația „corectă” cu compania gigant.

⁴² Mihai-Laurențiu Fuiorea, „Noi Forme de Guvernamentalitate Biopolitică”, în *A guverna/ A fi guvernat. Ipostaze ale raportului dintre stat și cetățean*, vol. coordonat de Ruxandra Ivan Și Vasile Pleșca, București, Pro Universitaria, 2015, p. 78.

⁴³ Vezi Michel Foucault, *Securitate, teritoriu, populație*, Cluj-Napoca, Idea Design & Print, 2009.

cădem pradă *efectului totalizator* al Big Data (niciunul dintre noi nu este mai mult decât suma datelor ce pot fi colectate despre el, adunate într-o mare bază de date, iar apoi folosite pentru supraveghere sau predicție) și în același timp alunecăm în *capcana individualizării* algoritmilor⁴⁴ (prin care ni se oferă informații „pe care le căutăm”, care ne țin captivi în comunitățile cu care ne împărtășim interesele și care, în același timp, ne permit să ne exprimăm „adevărata” identitate pe care să o putem defila în fața celorlalți).

Putem fi mai ușor împreună cu ceilalți, însă numeroase studii arată că ni se oferă numai acei ceilalți care sunt asemenea nouă. Un fenomen recent identificat de către cei ce studiază mediul virtual este cel al „bulei-filtru” (*filter bubble*). Acesta se referă la afișarea, în momentul unei căutări pe *web*, a acelor rezultate care care îi arată utilizatorului exact ceea ce și-ar dori să vadă sau ceea ce îl interesează, confirmându-i astfel părțirile. Acest proces are loc în baza agregării datelor despre fiecare utilizator în parte, adică datorită Big Data și algoritmilor de selecție. Drept urmare, suntem separați de puncte de vedere diferite, lăsându-ne astfel prinși în propriile bule culturale sau ideologice⁴⁵. Agenții sferei virtuale se lasă prinși în mirajul găsirii unui univers informațional în perfectă concordanță cu preferințele lor individuale, dezobișnuindu-se astfel să argumenteze ori să caute să își întemeieze opiniile în raport cu ceilalți. „Satul global” virtual (termen împrumutat de la Marshall McLuhan) ținut laolaltă de o sferă publică pare de fapt a fi o colecție de triburi ai căror cetățeni sunt incapabil să intre în dialog cu cei de opinii diferite. Ni se oferă ce vrem să vedem pentru că acest lucru ne va ține mai mult timp în mediul virtual, aruncând *click-uri* din pagină în pagină, nefiind conștienți că în fiecare dintre ele se află date despre noi care mai apoi vor fi folosite, ca într-un cerc vicios, pentru a ne ține în același mediu.

Există totuși și „focare de rezistență” care apar în unele subculturi ale mediului virtual, precum cea a *hacking-ului*, și care permit contracararea tendinței de ordonare a *world wide web-ului* prin impunerea unor reguli ce nu pot fi contestate. Filosoful Mihail-Radu Solcan face o distincție între două tipuri de etici care se articulează în raport cu tehnologia informației și care sunt, în final, legate de două modalități de cunoaștere.

Primul tip de raportare la noile tehnologii este legat de o etică a cumineniei. Este, din păcate, un curent predominant care „cere ca legea să fie respectată, iar legea este concepută în termeni care să permită ca firmele producătoare de programe să poată vinde programele lor”⁴⁶. Unul dintre motivele acceptării acestui tip de abordare ar putea fi ceea ce în secțiunile precedente am numit încrederea orbească în retorica obiectivității care cuprinde tot ce este automatizat. Acești

⁴⁴ Alexander R. Galloway și Eugene Thacker, *The Exploit: A Theory of Networks*, University of Minnesota Press, 2007, p. 74.

⁴⁵ Eli Pariser, *op. cit.*, p. 56.

⁴⁶ Mihail-Radu Solcan, „Două etici în tehnologia informației”, în *Analele Universității București – Filosofie*, nr. LVII, 2008, p. 74.

utilizatori acceptă tot ce li se oferă prin intermediul programelor pe care le folosesc și se limitează numai la o folosire de suprafață a acestora. Astfel, în cadrul acestui tip de utilizare nu apare niciun fel de cunoaștere și nici posibilitatea de a analiza critic ceea ce ți se oferă prin intermediul calculatorului.

Însă, în contrapartida acestei raportări, apare o alta, care implică o etică a cunoașterii, adică lucrul cu sursa programelor ori cu posibilitatea de a scruta critic mecanismele și procesele aflate în spatele tehnologiilor pe care le folosim, tocmai pentru a putea observa neregulile și pentru a le evita sau corecta⁴⁷. Aceasta seamănă cu activitatea în care este dobândită cunoașterea într-o serie de discipline: „Esențialul este că accesul la surse permite evaluarea lor critică și refacerea lor, așa cum sunt refăcute ipotezele unei cercetări, până când trec testele. De aceea o etică în tehnologia informațiilor care presupune accesul liber la sursele programelor este o etică a cunoașterii.”⁴⁸ Astfel, dacă în prima instanțiere a relațiilor utilizatorilor cu tehnologia se presupune că programele, aplicațiile ori chiar computerele încorporează cunoașterea, în cea de a doua raportare, toate aceste noi tehnologii nu sunt decât „poduri” ce trebuie traversate în procesul de producere a cunoașterii.

Într-un anumit sens, etica cunoașterii, așa cum a fost articulată de către filosoful Mihail-Radu Solcan, este o modalitate de rezistență sau un focar de rezistență care îmbină două aspecte: pe de o parte, puterea de a controla tehnologiile și modalitățile în care acestea sunt folosite pentru a ne controla. Încercarea de a afla ce se află „în spatele” ecranului este sinonimă încercării de a prelua controlul asupra a ceea ce faci și lași în urmă în mediul virtual, deci aduce cu sine trezirea spiritului critic și suspiciunea în fața a ceea ce ți se oferă de-a gata, care trebuie „utilizat” așa cum ți se spune pentru că încorporează deja cunoașterea. Pe de altă parte, etica cunoașterii este tot una cu eliberarea din peștera platoniciană⁴⁹ și de efectele sale. Mai precis, ar putea însemna capacitatea de a ieși din bulele ideologice în care suntem prinși ori măcar conștientizarea lor. Cred că, în egală măsură, o etică a cunoașterii presupune o utilizare a noilor tehnologii nu așa cum ți se spune, ci așa cum vrei. Iar acest lucru nu poate însemna decât împuternicirea utilizatorului de rând în relația sa cu tehnologia și eliberarea acestuia de adevărurile transmise de autorități, de guvernatori nevăzuți sau de marea masă a utilizatorilor. Etica cunoașterii este totuna cu alegerea libertății în fața supunerii.

⁴⁷ *Ibidem*, p. 76.

⁴⁸ *Ibidem*.

⁴⁹ Mihail-Radu Solcan, „Computerul și peștera lui Platon”, în *Filosofia Științelor Umane. O Introducere*, vol. editat de Mircea Flonta, Emanuel-Mihail Socaciu, Constantin Vică, București, Editura Universității din București, 2012, pp. 357–359.

