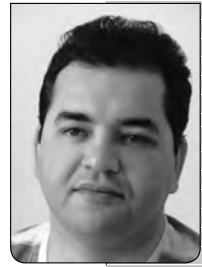


آنچه اینترنت از دید شما پنهان می‌کند



« احمد شریف پور

به سادگی اتفاق می‌افتد؛ پیغام کوتاهی را در بالای صفحه گوگل می‌بینید که به شما می‌گوید: گوگل از اطلاعاتی که درباره شما در بیش از ۶۰ سرویس رایگانش جمع‌آوری کرده است، برای شخصی‌سازی نتایج جست‌وجو و جهت بخشیدن به فعالیت‌های آنلاین شما استفاده خواهد کرد. از این بهتر چه می‌خواهید؟ شعار گوگل یعنی «شیطنت‌نکن» هم شما را مطمئن کرده که نیت پلیدی در کار نیست و شاید واقعاً هم همین‌گونه باشد. اما پذیرش این توافق یک نتیجه واضح دارد: حساب شما کوچکتر از پیش خواهد شد.

الی پاريسر (Eli Pariser) در کتاب خود با نام «پالایش‌حبابی: آنچه اینترنت از دید شما پنهان می‌کند» (The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You) این نوع شخصی‌سازی نتایج جست‌وجو را فیلتر حبابی می‌نامد و معتقد است که استفاده از جست‌وجوهای قبلی شما برای تعیین نتیجه جست‌وجوهای جدید، شما را در حلقه‌ای بسته گرفتار می‌سازد که موجب می‌شود شما از دست‌یابی (حتی تصادفی) به اخبار و یا ایده‌های مخالف سلیقه‌تان محروم شوید. تا سال ۲۰۰۵ نتایج جست‌وجو برای تمام ساکنین زمین یکسان بود؛ اما پس از آن گوگل اعلام کرد که برای «ساده‌تر کردن دسترسی افراد به علاقه‌مندی‌هایشان» از اطلاعات مکانی و سوابق جست‌وجو در زمانی که کاربر در سایت گوگل Log In کرده باشد، استفاده خواهد کرد.

وبلاگ رسمی گوگل در دسامبر ۲۰۰۹ رسماً اعلام کرد که این موتور جست‌وجو از ۵۷ سیگنال یا نشانه برای شخصی‌سازی نتایج جست‌وجو می‌شما استفاده خواهد کرد که از میان آن‌ها می‌توان به اطلاعات مکانی شما، جست‌وجوهای قبلی و حتی اطلاعات منتشر شده توسط دوستانی که در فهرست تماس‌های جی‌میل خود دارید، اشاره کرد. اینترنت دیگر دنیای یکسان و

مملو از داده‌های فراوان و متفاوت نخواهد بود، بلکه به مجموعه‌ای از جزیره‌های جدا از هم تبدیل خواهد شد که هر یک از ما در جزیره‌ای مختص خودمان به دام افتاده‌ایم و در واقع در دنیاهایی موازی یکدیگر زندگی خواهیم کرد.

این نمونه پالایش اطلاعات تنها مختص گوگل نیست. در گزارشی که وال استریت ژورنال پیش‌تر منتشر کرده بود، آمده است که ۵۰ سایت برتر (پر بیننده‌تر) اینترنت، حدود ۶۰ کوکی روی سیستم شما نصب می‌کنند که بعدتر از سوی دیگر سایت‌ها برای دسترسی به اطلاعات اختصاصی و شخصی شما قابل استفاده خواهد بود. مثلاً

اگر شما معنی کلمه‌ای نظیر snowboard را در سایت dictionary.com جست‌وجو کنید، هیچ بعید نیست که در مراجعه به سایت آمازون، با تبلیغات محصولات مرتبط با اسکی و ورزش‌های زمستانی مواجه شوید. حبابی که ناخواسته به دور ما ایجاد می‌شود سه مشخصه مهم دارد. نخست این‌که شما در حباب خود تنها هستید. برخلاف زمانی که به سایتی خبری با جبهه‌گیری خاص یا سایتی با موضوعات اختصاصی مراجعه می‌کنید، شما دیگر در جمع «گروهی از مخاطبان» با سلاقی یکسان قرار ندارید. حباب شما، تنها متعلق به شماست؛ مشخصه دوم مخفی بودن این حباب است. در مثال قبل، شما انتخاب می‌کنید که به کدام سایت با کدام موضوع یا کدام جهت‌گیری مراجعه کنید، اما نتایج جست‌وجو و تبلیغاتی که به شما نشان داده می‌شود، براساس معیارهایی تنظیم می‌شود که شما از آن‌ها بی‌خبر هستید. شما هیچ‌گاه نخواهید دانست که گوگل درباره شما چگونه می‌اندیشد؛ مشخصه آخر این است که شما حباب خود را انتخاب نمی‌کنید. روزنامه یا خوراک خبری که می‌خوانید را خودتان انتخاب خواهید کرد، اما در هنگام مراجعه به موتورهای جست‌وجو، سایت‌های خرید و فروش، سایت‌های سرویس‌دهنده

ایمیل، دیگران برای شما انتخاب خواهند کرد؛ با آماري که حاکی از افزوده شدن روزانه ۹۰۰ هزار پست وبلاگ و ۲۱۰ میلیون ایمیل و تعدادی مشابه توئییت و لایک و... است، شاید به نظر برسد که پالایش نتایج براساس سلاقی، ما را در یافتن و استخراج «دانش مفید» یاری خواهد کرد. چرا که پردازش چنین حجم عظیمی از داده‌ها، برای ذهن و زمانی که ما در اختیار داریم در عمل غیرممکن است. اگر چه در کوتاه‌مدت این تفکر ممکن است درست باشد، اما در طولانی‌مدت هزینه‌های به نسبت سنگینی را برای ما به دنبال خواهد داشت.

شمال‌ذت کشف ایده‌های تازه و سایت‌های جذاب و همین‌طور فرصت اطلاع یافتن از اخباری را که ممکن است از دید «دیگران» مخالف سلیقه شما باشد، از دست خواهید داد. از دید فرهنگی نیز با جامعه‌ای متشکل از افرادی تک‌بعدی روبه‌رو خواهید شد که عادت کرده‌اند تنها آنچه را مطابق نظر و سلیقه‌شان است، ببینند.

شاید شما کوکی‌های مرورگر تان را پاک کنید، شاید وب را به صورت ناشناس جست‌وجو کنید و درباره اطلاعات مربوط به حریم شخصی‌تان سخت‌گیر باشید، اما این فقط باعث ترکیدن حباب شما خواهد شد. برای بیش از نیمی از کاربران این رسانه عظیم بین‌المللی، این موضوعات زیادی پیچیده و در یک نتیجه‌گیری به وضوح اشتباه، بی‌اهمیت هستند.

دنیا شاید هرگز همانند توهمات ماتریکسی نشود، اما به هر روی، در پشت کدهای به ظاهر ساده صفحات وب و برخلاف انتظار بیش از همه در سایت‌هایی که خدمات رایگانی را به شما عرضه می‌کنند - بازاری بزرگ وجود دارد. بازاری که شما و اطلاعات شخصی‌تان اصلی‌ترین کالایی هستند که در آن مبادله می‌شود و کسب‌وکار در آن فرمولی ساده دارد: اطلاعات شخصی بیشتر برابر با سود بیشتر است.