

Kapitalismus sociálních médií ničí vaši mysl

[m medium.seznam.cz/clanek/mrtyn-kapitalismus-socialnich-medii-nici-vasi-mysl-4110](https://medium.seznam.cz/clanek/mrtyn-kapitalismus-socialnich-medii-nici-vasi-mysl-4110)



V současné době nás sociální média neuvěřitelně rozčilují, a pokud chcete pochopit proč, musíte sledovat logický řetězec. Nejste zákazníkem Facebooku, jste produktem, který je prodáván inzerentům. Pokaždé, když otevřete Facebook nebo některou z dalších sociálních sítí, vydělávají na vás peníze. Veškerá jejich inženýrská síla, všechny jejich algoritmy jsou navrženy tak, aby vás udržely co nejčastěji a nejdéle rolovat. To vede k hněvu, který se trochu zvláštním způsobem projevuje v něčem, čemu se říká negativní zaujatost. Lidé budou déle zírat na něco, co nás rozčiluje nebo zlobí, než na něco, co nám dělá dobře a co nás těší.

Každý, kdo někdy viděl nehodu na dálnici, přesně ví, jaký je to efekt. Člověk zírá déle na znetvořený vrak auta než na krásné květiny na druhé straně silnice. To je u lidí velmi rozšířená věc. 10týdenní miminka budou déle zírat na rozzlobený obličej než na šťastný. Je to pravděpodobně z dobrého evolučního důvodu, naši předkové kteří byli ostražitější vůči zdrojům nebezpečí, se tím stali našimi předky a předkové, kteří byli jen jako ó, podívejte se na ty hezké květiny, byli

pravděpodobně snědeni. Tato zvláštnost lidské psychologie má ale hrozivý účinek, když se propojí s algoritmy a inženýrstvím, které jsou navrženy tak, aby nás udržely v rolování co nejdéle.

Představte si dvě dospívající dívky, které jdou na stejný večírek a jedou domů autobusem. Jedna z nich otevře Facebook a napíše, že to byl moc pěkný večírek, že se dobře bavila, všichni byli milí. Druhá dívka otevře telefon a píše: Karen byla na tom večírku pěkná mrcha a její kluk je kretén. Algoritmy skenují všechno, co děláte. Tu první zprávu, tu hezkou, tu dá jen některým lidem do feedu, tu druhou aktualizaci statusu dá do mnohem více feedů. Protože když je to našťvané, je to poutavé, tak se na to dívá víc lidí. A to je dost špatné i na úrovni dvou puberťaček, které jedou domů z večírku. Jako společnost jsme byli všichni zapojeni do tohoto stroje na hněv, všichni jsme motivováni k tomu, abychom byli co nejprotivnější a nejnašťvanější verzí sebe sama a jsme za to odměňováni. Nikdy nedojde k dialogu, kdy by lidé řekli: víš, myslím, že v tomhle bys mohl mít pravdu, ale já si myslím, že se v tomhle nejspíš mýlíš ale vypadáš jako milý člověk, i když spolu nesouhlasíme.

Všechno je jako poslední scéna v Colombovi, kde obviňuje lidi, že jsou vrazi, nebo jako poslední scéna v Draculovi, kde jste Van Helsing a vrazíte někomu kůl do srdce. Dokázat spolu nesouhlasit, to je jedna z největších radostí života. Jedním z nejhorších utrpení by bylo, být zavřený v místnosti s lidmi, kteří s vámi pouze souhlasí. Dokonce i lidé s myšlenkami, které považujete za hrozné, dělají pro některé lidi laskavé věci. Musíme se dostat z tohoto extrémního binárního myšlení, do kterého nás tyto algoritmy založené na hněvu neustále tlačí, je to hluboce psychologicky nezdravé, je to hluboce sociálně nezdravé.

Jakou společnost můžeme mít, když se budeme neustále nenávidět? To, co ukázal interní výzkum Facebooku, který k nám naštěstí unikl a o němž nám nechtěli říct, ukázal něco opravdu důležitého. Jejich

vlastní vědci zjistili, že současný obchodní model Facebooku udržující lidi ve skrolování, který se podbízí této negativní předpojatosti, je vlastně podstatou jejich obchodního modelu.

Uvedli, že je to neodmyslitelná součást obchodního modelu a že jediným řešením je, aby Facebook tento obchodní model opustil a zvolil strategii postupného útlumu. Ukázali také, že čtvrtina všech lidí, kteří se v Německu připojili k neonacistickým skupinám, se k nim připojila proto, že jim to výslovně doporučil algoritmus Facebooku. Takže spousta lidí na tuto zuřivou mašinérii reaguje tím, že řešením je; aby se společnosti provozující sociální média staly fakticky senzorem, který bude účinně rozhodovat o tom, kdo dostane slovo a kdo ne, a aby odřízl určité hlasy.

Tristan Harris je jedním z nejvýznamnějších kritiků technologických gigantů, a protože sám byl v centru dění, uvádí opravdu dobrou metaforu, která nám, myslím, pomáhá pochopit jak to funguje. Nemyslím si, že je to správné, když si představíte, co tento Stroj v současné době dělá. Naklání celou krajinu více směrem k šílenství. Když si to představíte, je to jako hora, kterou to celou naklání, a spousta kamení a balvanů padá dolů, a my říkáme, aha, je potřeba prostě postavit Síť, aby se některé z těch balvanů zachytily. To není řešení, řešením je přestat tu horu naklánět.

Musíme se zabývat základními faktory, které lidi rozčilují. Jakmile to uděláme, bude to samozřejmě legitimní debata o tom, koho na platformu pustit a koho ne, ale to není první krok v tomto sporu. Prvním krokem v argumentaci je: Dobře, zastavme to, aby to lidi nepřivádělo k šílenství, tyto sociální sítě hluboce poškozují individuální pozornost, ale také ničí naši kolektivní pozornost jako společnosti. Neumíme spolu mluvit, neumíme si naslouchat, chováme se kmenově. Naplňujeme se vztekem, nenávisť a pohrdáním, pokud jsme zapojeni do toho, co novinářka Maggie Habermanová nazvala videohrou založenou na hněvu, kterou se tyto stránky staly. A tento hněv nezůstane za vámi, když aplikace zavřete a vyjdete do světa.

Správně, musíme jít k jádru problému a jádrem problému je současný obchodní model, který má řešení. Vysvětlila mi to spousta lidí, kteří navrhuji klíčové aspekty fungování internetu, takže například Aza Raskin mi řekl, že řešení je zde zcela zřejmé, musíte zakázat tento současný obchodní model, který profesorka Shoshana Zuboffová nazvala kapitalismus dohledu. Prostě ho zakažte, zbavte se ho, nepotřebujeme ho prostě. Řekněme, že obchodní model založený na sledování lidí s cílem odhalit slabiny v jejich pozornosti a pak prodat jejich pozornost tomu, kdo nabídne nejvíc, to tu jako společnost nedovolíme. Vzpomínám si, jak jsem říkal Azovi a spoustě dalších lidí, kteří mi v Silicon Valley říkali, že tohle je řešení, co se stane den po zázakazu, když otevřu Facebook a Twitter? Řekne to jenom sorry, kámo, šli jsme na ryby, a oni řekli, že samozřejmě ne. Stalo by se to, že by museli přejít na jiný obchodní model, který je velmi jednoduchý, je to předplatné, zaplatíte 50 centů nebo kolik by to bylo za měsíc a získáte přístup na Facebook.

Stejně jako to děláme s Netflixem a spoustou dalších věcí, což je jeden model, jiný model je něco, s čím má každý zkušenost velmi blízko, ať jste kdekoli. Nejste-li v nějakém velmi obskurním koutě světa, máte teď velmi blízko ke kanalizačnímu potrubí. Než jsme měli kanalizaci, měli jsme splašky na ulicích, měli jsme cholery, takže všichni společně platíme za vybudování kanalizace a společně udržujeme kanalizační potrubí a společně vlastníme kanalizaci. Teď stejným způsobem, jako když společně vlastníme kanalizační potrubí, chceme společně vlastnit informační potrubí, protože za naši pozornost dostáváme jakýsi ekvivalent cholery. Pokud existuje model předplatného nebo pokud existuje nějaký druh veřejného vlastnictví nezávislého na vládě, najednou už nejste produktem, ale zákazníkem. V současné době máme model sociálních médií, který je výslovně navržen, jak přiznal Sean Parker, jeden z klíčových zakladatelů Facebooku, k nabourání a napadení pozornosti, ale je stejně tak technologicky snadné a politicky proveditelné mít sociální média,

kteřá jsou místo toho navržená k léčení vaší pozornosti. Facebook to nikdy neudělá sám od sebe, musíme ho k tomu donutit a existuje pro to opravdu dobrá historická analogie.

V minulosti se stalo něco velmi podobného a my jsme to dokázali. Až do 70. let 20. století bylo zcela běžné, že lidé malovali své domy olovnatými barvami a do svých automobilů tankovali olovnatý benzín. Ve skutečnosti se už od 20. let minulého století vědělo, že vystavení olovu skutečně poškozujee mozek dětí, jejich schopnost soustředit se, schopnost dávat pozor, ale celý olovnatý průmysl financoval falešnou vědu, která tyto důkazy popírala. Ale v 70. letech, už byly vědecké poznatky o tom, že olovo způsobuje hluboké negativní účinky, nepopíratelné. A tak se stalo, že v Británii vzniklo hnutí obyčejných lidí, které vedla žena v domácnosti jménem Jill Runetová, která prostě řekla: My nedovolíme, aby tihle lidé tohle dělali s mozky našich dětí, ne, my to netolerujeme, a oni neříkali: „Zakažme utrpení, zakažme benzín,“ říkali: „Zakažme konkrétní složku olova v benzínu, která poškozujee pozornost našich dětí,“ a tak byly zakázány a nyní jsou zakázány ve většině zemí světa.

Já se přimlouvám za to, abychom něco podobného udělali se sociálními médii, abychom se společně vypořádali se specifickou složkou, kterou je [___]. Vaše soustředění a můj mozek je zdravější, protože Jill Runetová a všichni ti další lidé bojovali za ochranu vašeho mozku před vystavením účinkům olova. Nyní je naším úkolem ochránit příští generaci před obchodním modelem sociálních médií, který hluboce poškozujee naši schopnost soustředit se a věnovat pozornost.

Nejsme středověcí rolníci, kteří žebrají na dvoře krále Zuckerberga o pár drobků pozornosti z jeho stolu. Jsme svobodní občané demokratických zemí, vlastníme své mysli a můžeme si je vzít zpět, pokud budeme chtít. Připojte se prosím k Double Down News na patreonu, to je vzor pozornosti, přesně ten druh rozumné pozornosti, který potřebujeme. Tihle kluci mohou dělat takováto videa, protože

nejsou otroky algoritmu, nejsou závislí na reklamě, jsou závislí na vás a na mně, takže je prosím podpořte, jděte a zaregistrujte se na Patreonu DoubleDown news.

link k videu <https://www.youtube.com/watch?v=Hg5Y5jLHzLQ>