

МОНГОЛ УЛСЫН ИХ СУРГУУЛЬ
ЭРДЭМ ШИНЖИЛГЭЭНИЙ БИЧИГ

№18/479

ШУС, НУС

2017

ФЭЙСБҮҮКИЙН АЛГОРИТМ ХУУРАМЧ МЭДЭЭЛЭЛ ТҮГЭЭХЭД
НӨЛӨӨЛӨХ НЬ

Д.Идэржаргал*

*МУИС-ийн Шинжлэх ухааны сургуулийн Нийгмийн ухааны салбарын Сэтгүүл зүй, олон нийтийн харилцааны тэнхимийн багш, магистр(МА)

Түлхүүр үг: фэйсбүүк, алгоритм, худал хуурмаг мэдээлэл, социал медиа, алгоритмийн үр нөлөө

Бүх цаг үеийн хамгийн алдартай социал сүлжээ сайт Фэйсбүүк бидний өдөр тутмын амьдралын салшгүй хэсэг болоод удаж байна. Энэ бидэнд гайхалтай олон боломж олгосон. Дэлхийн хаанаас ч хүмүүстэй үнэгүй харилцах хэрэгсэл; мэдрэмж, мэдээллээ бусадтай хялбараар хуваалцах талбар; олон нийтийн санаа бодлыг бүрэлдүүлэгч гээд олон янзаар Фэйсбүүкийг тодорхойлж болно. Харин Фэйсбүүкийн алгоритмийг (Facebook algorithm) тайлбарлахын тулд энэ сувгийг өөр өнцгөөс харах ёстой. Манай гаригийн зургаан хүн тутмын нэг нь ашигладаг Фэйсбүүк бол дэлхийн хаана ч байхгүй том зах зээл юм. Хоёр тэрбум гаруй хэрэглэгчтэй энэ зах зээлд компаниуд, байгууллагууд, хувь хүмүүс бүтээгдэхүүн, үйлчилгээгээ сурталчлахын тулд өөрсдийн хуудсаа (Facebook page) үүсгэж, түүгээрээ дамжуулан Фэйсбүүкт төлбөр төлдөг. Энэ утгаар Фэйсбүүкийн зорилго бол тогтвортой зах зээлээ тэлснээр ашиг олох явдал юм. Хэрэглэгчид Фэйс-

бүүкийг илүү удаан ашиглах тусам илүү их ашиг олно. Секунд бүр мөнгөөр хэмжигдэх тул Фэйсбүүк хэрэглэгчийг сүлжээндээ илүү удаан байлгахыг хүсэх бөгөөд тэндий анхаарлыг хэрхэн өөртөө татахад анхаардаг. “Нетфликс” (Netflix) компанийн гүйцэтгэх захирал Рид Хастингс “Бидний өрсөлдөгч бол нойр юм”¹ хэмээн хэлснээр Фэйс-бүүкийн алгоритмийн хүчирхэг байдлыг тодорхойлж болно.

Хэрэглэгчийн сонирхлыг татахын тулд Фэйсбүүкийн алгоритмийн анхаарлын цэг нь мэдээж уг сүлжээнд нэвтрэхэд хамгийн түрүүнд харагддаг мэдээний сурвалж (newsfeed) юм. Фэйсбүүк хэрэглэгч өдөрт 1500 хүртэлх постийг гүйлгэн унших эрхтэй аж. Гэвч судалгаагаар идэвхтэй хэрэглэгч өдөрт дунджаар 300 орчим пост уншдаг байна². Хэрвээ хэрэглэгч 800 найзтай гэж үзвэл хэн хэний 300 постыг түүнд харуулахыг алгоритм шийднэ. Эндээс Фэйсбүүкийн алгоритм гэдэг нь хэрэглэгчийг удаан тогтоох үүднээс түүний үйлдлээс хамаарч мэдээллийн сурвалж дээр постуудыг эрэмбэлэх программ хэмээн тодорхойлж болно. Харин Фэйсбүүкийн албаныхны “Мэдээллийн сурвалжийн зорилго нь

хэрэглэгчид илүү хамааралтай түүхүүдийг харуулах юм. Тиймээс бид постуудыг хэрэглэгчийн сонирхолд нийцнэ гэсэн шалгуураар эрэмбэлдэг”³ гэжээ.

Тэгвэл алгоритм хэрхэн ажилладаг вэ? Фэйсбүүкийн алгоритмийг үзүүрийн эрэмбэ (Edge Rank) нэрлэдэг. Хэрэглэгчийн сүлжээн дэх найзуудын үйлдэл бүр нь үзүүрт (edge) тооцогдох бөгөөд тэднийг эрэмбэлэн дарааллуулахыг хэлж байна. Үзүүрийн эрэмбэ нь дараах байдлаар томъёологддог.

$$\sum_{\text{edges } e} u_e w_e d_e$$

where:

u_e is user affinity.

w_e is how the content is weighted.

d_e is a time-based decay parameter.

U_e-тодорхой хэрэглэгчтэй хэрхэн холбогдсон нь үзүүр болно. Хэрэглэгчийн ойр дотно байдлын оноог үзүүр үүсгэх үйлдэл болон түүнийг нь харсан хэмжүүрээр тодорхойлно. Тухайлбал, ах бид хоёр 50 харилцан найзтай (mutual friends) бөгөөд би түүний ханан дээр (wall) тогтмол бичдэг бол бид хоёрын ойр дотно байдлын оноо өндөр байх бөгөөд Фэйсбүүк ахын постыг дээгүүр эрэмбэлэх болно.

W_e-үзүүрүүдийн жингийн хэмжүүр юм. Тухайлбал, сэтгэгдэл бичих (comment), сэтгэл хөдлөл үзүүлэх (emotion) зэрэг үйлдлүүд нь таалагдсанаа илэрхийлэхээс (like) илүү жин татна. Үзүүр бүр тодорхой оноогоор үнэлэгдэнэ. Хэрвээ хэрэглэгч нэг байгууллагын хуудас дээр сэтгэгдэл бичсэн бол зөвхөн лайк дараад өнгөрсөн хуудсаас дээгүүр эрэмбэлэгдэх боломжтой.

T_e-Цаг хугацааны сарнилтын оноо нь үзүүр хэр удсанаас хамаарна. Статус бичсэнээс хойш удах тусам хуучрах учраас оноогоо алдана. Тиймээс хэрэглэгчид аль болох тухайн цаг үеийн постуудыг харуулахыг эрмэлздэг. Гэхдээ энэ нь хэрэглэгч хэр тогтмол Фэйсбүүкээ ашигладаг болон сүлжээнд нэвтрээд хэр удаан хугацааг өнгөрүүлдэг зэргээс ч хамаарна.

Мэдээллийн сурвалжуудыг шүүлтүүрдэх Edge rank (2011) систем нь одоо Facebook algorithm (2013) гэж нэрлэгддэг бөгөөд 100 мянга гаруй ойлголтуудыг харьцуулж байж үзүүрүүдийг эрэмбэлдэг болжээ. Гэхдээ үндсэн гурван үзүүр тэдний дунд чухал нөлөөтэй хэвээр байна.

Φ Фэйсбүүкийн алгоритмийг товч дүгнэвэл хэрэглэгч хэнтэй илүү харилцан үйлчлэлцэнэ түүний постуудыг илүү их хүлээж авна. Би иргэн Ганжавхлан, Цэрэнгийн постуудад тогтмол сэтгэгдэл бичиж, дэлгүүрийн хуудсаас асуулт асууж зочилж, ДОТА тоглогчдын группээр байнга эргэлдэх тусам тэдгээрийн мэдээлэл шинэчлэлийг Фэйсбүүк надад үзүүлсээр байх болно. Тиймээс алгоритмийн үр нөлөө нь Фэйсбүүк сүлжээнд буруу үзэл суртал түгээх хувь хүн, хуудас, группуудыг дагаж, тэдгээртэй харилцан үйлчлэлцэх юм бол аюултай гэсэн үг. Өөрөөр хэлбэл хэрэглэгчийн мэдээлэл хүлээн авах фэйсбүүк орчин үргэлж хайрцаглагдаж байна.

Фэйсбүүк алгоритмийн хамгийн том аюул нь худал хуурамч мэдээлэл түгэхэд нөлөөлж буй явдал юм. Монгол Улсын 2017 оны Ерөнхийлөгчийн сонгуулиар л гэхэд худал хуурмаг мэдээллээр өрсөлдөв. Нэр дэвшигчид

биесээ доромжилсон, гүтгэсэн хар агуулга бүхий мэдээллүүдийг олон мянган дагагчтай хувь хүний аккаунтууд, хуудсууд, группуудийг хөлслөн түгээлгэж олон нийтийн санаа бодолд нөлөөлсөн. Энэ нь 2017 оны зургаадугаар сарын 1, 2-ны Эх үрсийн баярын үеэр Х.Баттулгын багаас бэлтгэсэн

“М.Энхболдын удам угсааны тухай”, “Эрэлхэг монгол залуугийн үхэл”, “Эзэн Чингисийг доромжилсон байна” гэсэн гурван видео бичлэгийг байршуулсан үйл явцаар эхэлсэн⁴. Энэхүү мэдээллийг анх зургаадугаар сарын нэгний өдөр “ТВ сонголт” фэйсбүүк хуудсаар түгээсэн бөгөөд маргааш нь цөөн бус тооны сайтуудад

“М.Энхболд эрлийз гэдэг хөдлөшгүй баримтаар нотлогдлоо” гэсэн гарчигтайгаар мэдээ болгон цацсан. Ийнхүү бичлэгийг “Оффшор”, “Зугаатай залуус”, “Авто машин зарлал”, “Мэдээлэл худалдах” зэрэг 40 мянгаас дээш гишүүнтэй томоохон сүлжээний орчинд түгээжээ. Бичлэг тавигдсан “Зугаатай залуус” бүлэг гэхэд л 332 мянган гишүүнтэй ба 48 цагийн дотор 99 мянган хүн үзэж 203 удаа шэйрлэсэн байна.

Фэйсбүүк ашиглан худал хуурмаг мэдээлэл түгээх сонгуулийн сурталчилгааны тактик дэлхийн олон оронд

өрнөсөн. Америк, Герман, Итали, Франк гээд дэлхийн хөгжингүй орнууд ч Фэйсбүүкийн алгоритмийн (олон дагагчтай, эргэх холбоо сайтай сувгууд) сөрөг үр нөлөөг зохицуулж чадаагүй. Америкийн улстөр судлаачдаас тус улсын 2017 оны Ерөнхийлөгчийн сонгуульд хуурамч мэдээлэл түгээлт ихээр

«

Манай улсын хүн амын мэдээлэл болон хэвлэл мэдээллийн бичиг үсэг тайлагдсан байдал маш доогуур. Могойтой зургийн дор “бурзай” хэмээн бичвэл баяжина, хятадууд ДОХ-ын вирустэй цусыг гадил жимсэнд шахсан гэх худал мэдээллүүдийн дор урсах олон мянган сэтгэгдэл, түгээлтээс ингэж дүгнэж болно. Ийм нөхцөлд сошиал медиаг худал мэдээлэл түгээх, олон нийтийн санаа бодолд нөлөөлөхөд ашиглах нь үр дүнтэйгийн хэрээр аюултай

»

нөлөөлснийг хүлээн зөвшөөрсөн байна. Сонгуулийн үеийн хуурамч мэдээллүүдэд олон хүн итгэсэн болох нь Силвермэн, Сингер нарын судлаачдын судалгаагаар батлагдсан.⁵ Мөн Паркинсон, Рийд нарын зарим судлаачид хэрэв Д.Трампа хуурамч мэдээллүүдийг ингэж их сошиал сүлжээгээр тараагаагүй бол ерөнхийлөгчөөр сонгогдож чадахгүй байх байсан гэж үзжээ. Судлаач Х.Алкот, М.Женцов нарын

сонгуулийн үеийн гурван сарын хугацаанд АНУ-ын мэдээний 690сайт болон 65 хуурамч сайтуудын мэдээлэл хэрхэн сошиал сүлжээнд тархсан талаарх судалгааны дүнгээс үзэхэд Д.Трампын багаас тараасан хуурамч мэдээллийг олон нийт 30 сая удаа шэйрлэсэн бол Х.Клинтонийг дэмжсэн хуурамч мэдээл-лүүд 7.6 сая удаа шэйрлэгджээ.

Сошиал медиагаар тархаж буй хуурамч мэдээллийн үр нөлөөг зөвхөн түгээгдсэн тоо зэргээр хэмжих

боломжгүй. Учир нь тэдгээр мэдээл-
лүүд “итгэлтэй” эх сурвалжуудаар нь
дамжуулан олон нийтийн санаа бодолд
нөлөөлж байна.

Манай улсын хүн амын мэдээлэл
болон хэвлэл мэдээллийн бичиг үсэг
тайлагдсан байдал маш доогуур.
Могойтой зургийн дор “бурзай” хэмээн
бичвэл баяжина, хятадууд ДОХ-ын
вирустэй цусыг гадил жимсэнд шахсан
гэх худал мэдээллүүдийн дор урсах
олон мянган сэтгэгдэл, түгээлтээс
ингэж дүгнэж болно. Ийм нөхцөлд
сошиал медиаг худал мэдээлэл түгээх,
олон нийтийн санаа бодолд нөлөө-
лөхөд ашиглах нь үр дүнтэйгийн хэрээр
аюултай.

Хөгжингүй орнууд энэ асуудалтай
тэмцэхдээ хамгийн их анхаарч
буй өнцөг нь сошиал медиад
мэдээлэл хүлээн авах боловсролд
сургах. Өнгөрсөн аравдугаар сард
Сошиал медиагийн хууль баталсан
ХБНГУ л гэхэд энэ боловсролыг
үнэмлэхтэйгээр олгодог болсон. Хүн
бүр үнэмлэх авч байж машин жолоод-
огийн адил мэдээллийн боловсролын
үнэмлэхтэй байж л анги дэвших
боломжтой. Цөөн хүн амтай, аман
ярианд итгэдэг уламжлал бүхий манай
улсын хувьд сошиал медиагийн
алгоритмийн талаар олон нийтэд
ойлгуулах, төлбөрт мэдээлэл тэднийг
хэрхэн онилдогийг сэрэмжлүүлэх,
мэдээллийн үнэн зөв эсэхийг хэрхэн
баталгаажуулах зэрэгт ард иргэд,
ялангуяа өсвөр насныхныг сургах нь
нэн чухал юм.

Ишлэл

¹<https://www.theguardian.com/technology/2017/apr/18/netflix-competitor-sleep-uber-facebook>

²<http://time.com/collection-post/3950525/facebook-news-feed-algorithm/>

³<https://newsroom.fb.com/news/2015/07/updated-controls-for-news-feed/>

⁴Болд-Эрдэнэ.Б. Хар сонгууль болоод өнгөрөв үү? Илтгэл. Үзэл бодлоо чөлөөтэй илэрхийлэх эрх чөлөөний зааг-Хэвлэл мэдээлэл, нийгмийн сүлжээгээр явуулж бй худал хуурмаг мэдээлэл ба гүтгэлэг доромжлолын эсрэг юм хийвэл зохилтой вэ? Хэлэлцүүлэг. Фридрих Эбертийн Сан. УБ. 2017

⁵ <http://ikon.mn/n/14oj>

Ашигласан бүтээлийн жагсаалт

1. *Болд-Эрдэнэ Б.* 2001. Реклам, харилцаа, сэтгэл зүй, билэгдэл. УБ.
2. *Болд-Эрдэнэ Б.* 2006. Олон нийтийн харилцаа. УБ.
3. *Өнөрбаяр Г.* 2007. Олон нийтийн санаа бодол & PR. УБ. ‘
4. *Сант марал сан.* 2017. Монголын нийгэм, улс төр, эдийн засгийн байдлын талаарх олон нийтийн санаа бодол судалгаа. УБ.
5. www.ikon.mn
6. www.theguardian.com
7. www.facebook.com
8. www.time.com

Summary

This article discusses how social media algorithms work and what are its' negative and positive effects for society on the example of Facebook. It considered about fake news results on Facebook, especially on political elections of countries. Also, ways to minimize harms of Facebook algorithms are offered.