

Algorytmy Google wybierają przedstawicieli do Kongresu?

8 listopada 2022

Robert Epstein i jego zespół badawczy z Amerykańskiego Instytutu Badań i Technologii Behawioralnych monitorują treści polityczne online wysyłane do wyborców w stanach gdzie trudno określić faworyta. W ramach badań zespół analizuje wyniki wyszukiwań w wyszukiwarkach „Google” i „Bing”, wiadomości wyświetlane na stronie głównej „Google”, tweety wysyłane przez „Twittera”, blokowane wiadomości e-mail w „Gmailu”, automatycznie odtwarzane sugerowane filmy wideo w należącym do Google serwisie „YouTube” itp.

Badanie wykazało ponad 1,9 miliona przypadków „efemerycznych doświadczeń”, które Google i inne firmy wykorzystywały do „zmiany opinii i preferencji głosowania” – pisze Epstein w artykule z 6 listopada dla „Daily Caller”. „Efemeryczne doświadczenia” to krótkotrwałe treści, które natychmiast znikają bez pozostawiania śladów po odebraniu przez użytkownika.

Zespół spodziewa się, że do dnia wyborów liczba takich „efemerycznych doświadczeń” przekroczy 2,5 miliona. Epstein zidentyfikował około tuzina nowych form manipulacji online, które są prawie wyłącznie kontrolowane przez Google i kilka innych firm technologicznych.

Ich skuteczność jest oszałamiająca – uważa Epstein. Wyniki wyszukiwarek, które faworyzują jednego kandydata, miały tak duży wpływ na niezdecydowanych wyborców, że nawet 80 procent takich osób w niektórych grupach demograficznych zmieniło swoje preferencje wyborcze już po jednym wyszukiwaniu. „Starannie spreparowane sugestie wyszukiwania, które migają podczas wpisywania wyszukiwanego hasła, mogą zmienić podział 50/50 wśród niezdecydowanych wyborców na podział 90/10 i nikt

nie będzie wiedział, że zostali oni zmanipulowani” – pisze Epstein.

Epstein napisał, że przed wyborami w 2022 r. w wynikach wyszukiwania Google w swingowych stanach, takich jak Arizona, Floryda i Wisconsin, widać „wysoki poziom liberalnych uprzedzeń”. Wyniki wyszukiwania z Bing nie wskazywały na taką stronniczość.

W wielu stanach swing liberalne źródła wiadomości stanowią 92 procent automatycznie odtwarzanych filmów wysyłanych do użytkowników YouTube, co może potencjalnie „setki tysięcy głosów” przesunąć na danego kandydata.

Autorstwo: Andrzej Kumor

Na podstawie: [DailyCaller.com](https://www.dailycaller.com)

Źródło: [Goniec.net](https://goniec.net)