

## Rév István: A politika halála Darwintól Trumpig 2016

<http://m.magyararancs.hu/publicisztika/a-politika-halala-101919>

2016/50. (12. 15.)

Aleksandr Kogan, a Cambridge Egyetem „Proszociális és Jólét Pszichológiai Laboratóriumának” vezetője – akit saját honlapja, életrajza és publikációs jegyzéke, ki tudja, miért, Aleksandr Spectre név alatt tüntet fel – 2013 nyarán saját céget alapított.

A Global Research Partners egy év alatt hatalmas adatbázist épített, ami ma negyvenmillió amerikai Facebook-használó pszichológiai profilját tartalmazza. Az adatok túlnyomó részét Kogan az Amazon Mechanical Turk elnevezésű online munkaerő-közvetítő, feladatmegoldó és „crowdsourcing” piacon toborzott jelentkezőktől gyűjtötte. (Az Amazon Kempelen Farkas „sakkautomatájának” mechanikus törökjéről nevezte el ezt az oldalát.) Kogan egy dollárt ígért azoknak, akik hajlandók voltak kitölteni egy pszichológiai kérdőívet, és egyúttal hozzáférést biztosítottak a Facebook-profiljukhoz is. A profilokon keresztül Kogan hozzájutott a felhasználók gyanútlan ismerőseinek adataihoz is. (Egy Facebook-felhasználónak 2014-ben átlagosan 340 ismerőse volt.) Bár a kérdőívet kitöltőknek azt ígérték, hogy az adatokat kizárólag kutatási célra használják majd, és a kutatás lezárása után megsemmisítik az adatbázist, 2014 végén Kogan/Spectre az állományt eladta a Strategic Communications Laboratories (SCL) nevű, viselkedéskutatással, valamint marketinggel és kommunikációval foglalkozó angol vállalatnak.

Mint a tortasütés

Az SCL-t 1990-ben alapították, fő működési területe a fogyasztói és választói magatartás befolyásolása, de a katonai dezinformációban is járatos. Az SCL saját állítása szerint „lélektani műveleteket” (psychological operations, PSYOP) szervez, melyek során testre szabott, személyre szelektált információt juttat el a célközönség tagjaihoz, így befolyásolva érzelmeiket, motivációikat, reakcióikat, végső soron döntéseiket és viselkedésüket. Miután 2005-ben Sir Geoffrey Pattie lett a cég elnöke – Sir Geoffrey rövid ideig a Thatcher-kormány információs minisztere volt, de hadügyi államtitkár-helyettesként is működött –, az SCL betört a „pszichológiai hadviselés” piacára is. Ha a megrendelő például egy ellene készülő puccs veszélyét érzékeli, az SCL „demotiválja” a katonaságot, vagy segíthet leszerelni az

elégedetlenkedő civileket. Az SCL honlapjának tanúsága szerint 1994 óta 25 választási kampányban vett részt, többek között Romániában, Nigériában, Kenyában, Thaiföldön, Indonéziában, Ukrajnában, Trinidad és Tobagóban, Saint Vincent és a Grenadin szigeteken. Sikerült a választott kormánnyal szemben, időlegesen helyreállítani a monarchiát Nepálban – és kiléptetnie Nagy-Britanniát az Európai Unióból.

A brit népszavazás kampányában a Cambridge Analytica, az SCL leányvállalata volt a kilépés mellett agitáló csapat adatkoordinátora. A cég a Facebook egyik legújabb reklámtermékét, az ún. „dark postot” használta arra, hogy a címzetteknek testre, azaz pszichológiai profilra szabott üzenetet juttasson el. A referendum előtti napokban egy migránsellenes hirdetés 110 ezer variánsát küldték szét a Facebookon. Tavaly novemberben, az I. világháború befejeződésének emléknapján az átlagosnál hazafiasabb lelkületűnek ítélt választók azt az üzenetet kapták a Twitteren, hogy a két világháborúban elesettek akaratát teljesítik, ha a kilépésre szavaznak. A Brexit váratlan sikere részben annak volt köszönhető, hogy a kilépéspártiak a Cambridge Analytica algoritmusának segítségével több választót mozgósítottak, mint a maradás hívei; ők otthon maradtak.

A Cambridge Analytica egyik tulajdonosa az amerikai Robert Mercer. Bár Donald Trump azt állította, hogy – szemben Hillary Clintonnal – a kampányát nagyrészt saját vagyonából, meg az interneten gyűjtött kis adományokból finanszírozta, a Bloomberg hírügynökség adatai szerint Mercer volt a 2016-os elnökválasztás legnagyobb támogatója: több mint 47 millió dollárt juttatott republikánus jelölteknek, legnagyobb részt Trumpnak. Mercer minden jelentős jobboldali és szélsőjobboldali alapítvány és szervezet támogatója, a Breitbart News nevű szélsőjobboldali online hír- és véleményportál tízmillió dollárt kapott tőle az elmúlt évben. Augusztusban Steve Bannon, a Breitbart News rasszista főszerkesztője lett Trump kampányfőnöke, a választások után Trump őt nevezte ki a Fehér Ház stratégiai főtanácsadójává. Bannon a Cambridge Analytica igazgatósági tagja.

Mercer a póker-világranglista 62 841. helyezettje, ám vagyonát nem kártyán nyerte. Számítógéptudósként kezdte pályáját az IBM Watson laboratóriumában, ahol mesterséges intelligenciával és beszédfelismeréssel foglalkozott, majd a Renaissance Technologies nevű befektetési alapnál állt munkába. A céget a félig magyar származású James Simons, az elmúlt évtizedek egyik legkülönösebb matematikusa, a hidegháború korának sikeres katonai kódfejtője alapította. Mercer 2009-ben a Renaissance Technologies társelnöke lett. A cég ma hozzávetőleg 25 milliárd dollárt kezel, legsikeresebb alapja 1994 és 2014 között évi 71,8 százalékos hasznot termelt. A Renaissance Technologies a világ legismertebb, nagy gyakoriságú kereskedést

folytató hedge fundja, amely matematikai és statisztikai algoritmusok alapján másodpercenként hatalmas részvénytömeget mozgat a piacon. (Clinton terveit között a nagy gyakoriságú kereskedelem, a high-frequency trade külön adóztatása is szerepelt. Mercer nemcsak ideológiai okokból, hanem profitjának védelmében is támogatta Trumpot.)

A Renaissance Technologies sok szempontból a cambridge-i céghez hasonló induktív logikával működik: hatalmas mennyiségű, részben periferiális, látszólag lényegtelen, valós idejű adat alakítja folyamatosan az algoritmusokat, és a számítógépek ennek alapján hozzák meg a döntéseket. A Cambridge Analyticát Mercer hozta össze Trumppal – aki a kampány során azt állította, minden közvélemény-kutatás, előrejelzés, adathalászat csak szemfényvesztés, a legfontosabb az emberek hangját meghallani, és személyesen meggyőzni őket arról, hogy Amerika újra nagyváros, csak bízni kell benne.

„A viselkedést a személyiség határozza meg, és minél többet tudunk azokról a pszichológiai mozgatókról, amelyek az egyes emberek személyiségét meghatározzák, annál könnyebben tudjuk megérteni és így befolyásolni döntéseiket. Ezt nevezzük a pszichografikus profil alapján folytatott, a magatartást befolyásoló, személyre szabott mikromarketingnek; ez volt a fegyverünk a Trump-kampányban” – nyilatkozta Alexander Nix, a Cambridge Analytica igazgatója. A cég azt állítja, hogy 230 millió amerikai választóról rendelkezik egyenként 3000-5000 adattal – demográfiai, jövedelmi, pénzügyi adatokkal, információval a hiteltörlesztésről, a vásárlási szokásokról, a vallási hovatartozásról, a politikai, ideológiai elkötelezettségről, az egészségi állapotról, a választási hajlandóságról, a lakhatásról, az egyes választók hobbijáról, ízléséről, és vélhetőleg szexuális szokásairól is. „Nem minden adat informatív önmagában” – állítja a Cambridge Analytica. „A szavazói profil elkészítése olyan, mint a tortasütés: a hozzávalók összességéből, összerakásából áll össze a kívánatos végeredmény.”

A Trump és Clinton harmadik televíziós vitáját követő percekben a Cambridge Analytica 175 ezer különböző üzenetet zúdított a Facebookra. A feltételezett pszichológiai profilra optimalizált küldemények néha csak egy apróságban – színben, formában, a címben, a mellékelt fényképben vagy a feliratban – különböztek egymástól. A neurotikusnak ítélt, fegyverbolond polgár viharos tájban amerikai zászlót égető, arabnak tűnő férfiakat ábrázoló fotót kapott; a kertés házban élő, biztos anyagi háttérű, kiegyensúlyozott konzervatív családapának postázott rövid videón apa és fia vadásznak békésen az erdőben – a szöveg pedig azt állítja, Clinton betiltaná a fegyvertartást. Olyan mexikói, haiti származású címzettek, akikről feltételezhető volt, hogy inkább Clintonra voksolnának, a szavazástól tartózkodásra biztattak –

hiszen győzni nemcsak a hívek mozgósításával, de az ellenfél potenciális szavazóinak otthon tartásával is lehet.

Ki lennél a Star Warsban?

„Trump olyan, mint egy tökéletesen opportunistá algoritmus, amit kizárólag a közönség reakciója alakít” – mondta egy amerikai matematikus 2016 augusztusában. Ez azonban csupán az igazság fele: a közönség reakcióját legalább részben a feltételezett profil alapján küldött üzenetek alakítják. A jelölt nem azt mondja, amit a passzív és motiválatlan közönség gondol, hanem azt, amit a kampány által manipulált közönség a végtelenített visszacsatolási folyamatban hallani akar.

A Cambridge Analyticának nincs közvetlen kapcsolata a hírneves egyetemmel, mégsem teljesen félrevezető az utalás. 1886-ban az egyetem Cavendish Laboratóriumában – ahol később Watson és Crick megfejtette a DNS titkát – kezdtek el először pszichometrikus kísérleteket végezni. Az elmúlt évtizedben a laboratóriumban dolgozott egy bizonyos Michal Kosinski nevű pszichológus és szociálpszichológus. Kosinski 2013-ban első szerzője volt az Amerikai Tudományos Akadémia Közleményeiben (Proceedings of the National Academy of Sciences) megjelent, „Az emberi viselkedés digitális adataiból következtetni lehet a személyiségjegyekre” c., két tudóstársával együtt jegyzett írásnak. A tanulmány állításainak igazolására az interneten mellékelt demonstráció, a Magic Souce névre hallgató „predikációs motor” több millió felhasználót készített arra, hogy megismerje (és megossa Kosinskival) személyisége még saját maga előtt is homályban maradt vonásait. Kosinski, akit 2013-ban már a világ ötven legbefolyásosabb adatspecialistája között tartottak számon, tavaly újabb írást tett közzé az Akadémia Közleményeiben, amelyben tudományos alaposággal érvelt amellett, hogy „a számítógép által végzett személyiségelemzés alaposabb és megbízhatóbb annál, amire az ember valaha képes lehet”. Tíz Facebook-like alapján az adatelemző algoritmus jobb személyleírást ad, mint az illető munkahelyi kollégája; 150 adatpont alapján a gép jobban ismeri a személyt, mint a saját édesanyja, és 300 betáplált adat segítségével az algoritmus pontosabb profilt készít, mint amire az elemzett személy élettársa képes lenne. A gép egy idő után többet tud rólad, mint te saját magadról. Pontosabban: egyre inkább hasonlítani kezdesz arra a profilra, amelybe – személyes adataid megszerzése után – az algoritmus besorolt, és aminek alapján a profilodhoz illő reklámokkal, hírekkel, üzenetekkel és sugalmakkal eláraszt a gép. Vagy inkább a gép gazdája. De Kosinski és egy munkatársa már 2007-ben elindította a MyPersonality applikációt, amelynek pszichológiai kérdőívét közel egymillióan töltötték ki; ők egyúttal a cambridge-i pszichometrikus laboratórium számára engedélyezték a hozzáférést a Facebook-profiljukhoz. A feltételezések szerint ezen

információk jó része is a Cambridge Analytica adatbankjában kötött ki.

Mindez azonban sehol sincs a Vonvon.me kvízeinek népszerűségétől. A Vonvon – saját honlapja szerint – ma a világelső mobil szórakoztató platform, havi 200 millió felhasználója 1,7 milliárd oldalmegtekintést produkál. A Vonvon „pszichológiai” tesztek futtat: „ki lennél te a Star Warsban”, „melyik királylány lettél volna a középkorban”, „kivel csókolóznál, kit ölnél meg legszívesebben” „mi lenne a kedvedre való munka az Északi-sarkon”, „ki az öt leghűségesebb barátod”, „hogyan akarsz legjobban kinézni százéves korodban”. A dél-koreai illetőségű oldal kérdőíveit az elérhető adatok szerint közel húszmillió, elsősorban 25 év alatti nő töltötte ki. Az ebből kinyerhető információkat pszichografikus profilokat készítő vállalkozások vásárolják fel. A Vonvon kvizeit a Cosmopolitan, az ElitDaily és más női magazinok hirdetik, amelyek aztán saját marketingjükhez használják az adatokat.

2014-ben minden egyes Facebook-felhasználó átlagosan 3 dollár és 82 cent hasznot hajtott a Facebooknak; egy évvel korábban csak 2 dollár 76 centet. Az amerikai felhasználók 14,34 dollárt az előző évi 9,30 dollárral szemben. A növekedés elsősorban a személyre szabott hirdetéseknek, a „dark post” bevezetésének volt köszönhető. Ha a Facebook valamilyen morális megfontolásból netán hajlandó is lenne lemondani a haszon egy részéről (de miért lenne hajlandó?), és megtiltani az adatvadász cégeknek, hogy a Facebookot sötét céljaikra használják, akkor sem nagyon tehetné ezt meg. Trumpot egyetlen szilícium-völgyi technológiai befektető, Peter Thiel támogatta. Thiel nemcsak a „transition teamnek”, az elnöki hatalmat átvevő testületnek, hanem a Facebook igazgatótanácsának is a tagja.

## Meghal a politika

A Cambridge Analytica és Donald Trump meglepő győzelmének története azonban még csak nem is 1886-ban, a cambridge-i pszichometrikus laboratórium felállításával kezdődik. Hanem legalább néhány évvel korábban, 1872-ben, amikor Charles Darwin megjelentette „Az ember és az állat érzelmeinek kifejezése” (The Expression of the Emotions in Man and Animals) c. könyvét. A könyv megírása előtt Darwin kérdőívet küldött a világ minden tájára, konzultált a párizsi Salpêtrière tébolyda pszichológusaival, kísérleteket végzett, fényképeket gyűjtött, s megfigyelte cseperedő gyerekeit is.

Ez volt az első mű a könyvkiadás történetében, amit fényképek illusztráltak; a fotók az érzelmek és azok kifejezésének univerzalitását voltak hivatva illusztrálni és bizonyítani. (Ezt az univerzalitást azóta is sokan vitatják.) Darwin könyve nemcsak Freudra hatott, de a japán Shigetaka Kuriatára is, aki 1998-ban vagy 1999-ben megalkotta az első emoji-t, a smiley névre hallgató emoticont avagy ideogramot. Az

Oxford Szótárak nem véletlenül választották az emoji-t 2015-ben az év szavának: a mosolygó, síró, dühöngő, utálkozó kis ábra ma a mobilkommunikációban az érzelmek azonnali, gondolkodás nélküli kifejezésének legtömörebb és legelterjedtebb eszköze. A Cambridge Analytica és a hozzá hasonló, pszichológiai adatokat elemző vállalkozások az emoji-kat is használva osztályozzák és manipulálják a megcélzott személyek millióit.

Ezeket a sorokat Berkeley-ben írom – és abszurdnak találom, hogy itt a szomszédban, a Szilícium-völgyben, a liberális, a maradiságtól irtózó és mindent felforgató technokraták által fejlesztett technológiát azok használják ma sikerrel, akiknek ásatag világfelfogása, anakronisztikus, reakciós ideológiája a legtávolabb áll a Szilícium-völgyben hangoztatott értékektől. Ezek az emberek nem arra költenek milliárdokat, hogy a legégetőbb problémákról értelmes társadalmi párbeszéd folyjon, hogy közösen sikerüljön megoldást találni a nyomorra, a kizsákmányolásra, a társadalmi és természeti szennyezésre, hanem arra költik a pénzt – Amerikában legalább magánvagyonokat, Magyarországon az adófizetőktől lopott milliárdokat –, hogy a választókat megvezessék.

A liberálisok, a felvilágosodás örökösei nehéz helyzetben vannak. Aki a racionális érvek meggyőző erejében s a nyilvános vitában hisz, nehezen szánja rá magát a hamis hírek terjesztésére, a közönség félrevezetésére, a demagógiára, az indulatok felkorbácsolására, arra, hogy habozás nélkül megsértse embertársai információs önrendelkezési jogát. De a szabadságszerető demokraták hitetlenkedése a gyűlöletet, agressziót szító demagógia láttán nem újdonság. Thomas Mann 1922-ben mondott beszédében diákokkal igyekezett megértetni a szabadság, a demokrácia, a Weimari Köztársaság megvédésének fontosságát, s ráébreszteni őket a nyers indulatok, az agresszió veszélyeire. „Könyörgöm” – kérlelte, hasztalan, Thomas Mann a fiatalokat –, „értsétek meg, a szabadság nem tréfa, de felelősség. Nehéz teher, különösen a gondolkodó ember számára”, akit a brutális háború vulgáris romantikájával igyekeznek eltéríteni a köztársaság és a demokrácia melletti kiállástól.

A liberális demokráciában a hatalom megosztása nemcsak a fékek és ellensúlyok rendszerét, a hatalmi ágak kölcsönös ellenőrzését biztosítja, de a döntések lassítására is szolgál. A hatalommegosztás teret és időt teremt a józan mérlegelésre, a racionális vitára és a társadalmi részvételre. Amíg a javaslatok megjárják a helyi és országos szinteket, amíg eljutnak a törvényhozóktól a végrehajtó hatalomig, amíg a bíróságok beavatkozhatnak és dönthetnek, s amíg mindeközben a sajtóban nyilvános vita folyhat az alternatívákról, addig mód van értelmes, tisztességes, a közjó érdekeit szem előtt tartó döntéseket hozni. Amikor a társadalmi döntések az algoritmusok által szimulált helyzetekben, azonnali, valóságos idejű, manipulált reakciók

eredményeként születnek meg, az értelmes mérlegelés elől elfogy a levegő. Ha a választás végeredménye a mesterségesen szított nyers indulatok eredője lesz, akkor vége a felelős állampolgárok közös ügyintézésének. Akkor meghal a politika.