

HUOM! Tämä on alkuperäisen artikkelin rinnakkaistallenne. Rinnakkaistallenne saattaa erota alkuperäisestä sivutuksestaan ja painoasultaan.

Käytä viittauksessa alkuperäistä lähdettä:

Tuomi, A. (2021). Tunnista tekaistut ravintola-arviot. Vitriini 27.4.2021.
<https://www.vitriini.fi/ilmio/tunnista-tekaistut-ravintola-arviot.html>.

PLEASE NOTE! This is an electronic self-archived version of the original article. This reprint may differ from the original in pagination and typographic detail.

Please cite the original version:

Tuomi, A. (2021). Tunnista tekaistut ravintola-arviot. Vitriini 27.4.2021.
<https://www.vitriini.fi/ilmio/tunnista-tekaistut-ravintola-arviot.html>.

Tunnista tekaistut ravintola-arviot

- Teksti: Aarni Tuomi
- Kuvat: Jari F. Lampén

Tekaistut ravintola-arviot ovat yksi digiajan mukanaan tuomista negatiivisista ilmiöistä. Ravintoloitsijan näkökulmasta korostuu tilanteen hallinta.

Mihin menisin viikonloppuna illalliselle tai mitä ruokaa tilaisin tänään kotiin? Digiaikana pohdintojen toteuttamisessa seuraava askel on usein nettiarvioiden lueskelu. Onpa kyseessä kansainvälinen TripAdvisor tai suomalainen Eat.fi, turvaudumme ostopäätöksissämme entistä useammin bittiavaruuden kollektiiviseen mielipiteeseen, eWOM- eli electronic word of mouth -viestintään.

Yhdysvaltalainen elämysanalytiikkayritys Qualtrics kartoitti viime vuonna, että jopa 93 prosentissa ostopäätöksistä tukeudutaan jossain asiakaspolun vaiheessa tuntemattomien ihmisten jättämiin nettiarvioihin. Varsinkin nuoret aikuiset tuntuvat tukeutuvan anonyymiin palautteeseen muita ikäryhmiä useammin.

Nettiarvioiden suosion taustalla piilee varsin yksinkertainen ajatus, että toisten asiakkaiden kokemukset tuotteesta tai palvelusta antavat siitä realistisemmän kuvan kuin yrityksen oma markkinointiviestintä. Näin ainakin oletetaan.

Konekin tuottaa uskottavia arvioita

Nettiarvioiden räjähdysmäinen kasvu on tuonut mukanaan myös negatiivisia ilmiöitä. Todelliseen kokemukseen pohjaamattomat, deep fake- eli tekaistut arviot ovat yksi esimerkki digiajan synnyttämistä negatiivisista ilmiöistä. Tutkimukset ovat kerta toisensa jälkeen osoittaneet, että jopa viidesosa nettiarvioista saattaa olla tekaistuja, alustasta riippuen.

Harvard Business Review -aikakauslehdessä julkaistu tuore tutkimus kartoitti tekaistujen nettiarvioiden markkinaa. Kalifornian yliopiston tutkimustiimi identifioi satoja suljettuja Facebook-ryhmiä, joissa kymmenet tuhannet tekaistujen arvioiden ostajat ja myyjät kohtaavat päivittäin. Markkinan laajuudesta kertovat myös Amazonin julkaisemat luvut. Vuonna 2019 yritys käytti 500 miljoonaa dollaria ja työllisti 8 000 henkilöä pelkäämään tekaistujen nettiarvioiden tunnistamiseen ja poistamiseen.

Perinteisesti tekaistuja arvioita nettiin ovat kirjoittaneet anonyymit ihmiset. Luonnollisen kielen käsittelyjärjestelmien kehittyessä arviisivuile on ilmestynyt myös koneoppimistekniikoilla tekaistuja arvioita. Haaga-Helia ammattikorkeakoulun tutkimus selvitti, kuinka OpenAI:n kehittämä GPT-2-järjestelmä soveltuu tekaistujen ravintola-arvioiden generointiin, ja kuinka uskottavia tällä koneoppimistekniikalla tekaistut arviot ovat.

Tutkimuksessa sadalle ravintola-alan ammattilaiselle esitettiin joukko sekä koneoppimistekniikalla tekaistuja että ihmisten tekemiä ravintola-arvosteluja. Vastaajien tehtävänä oli arvioida, ovatko arvostelut ihmisen vai koneen kirjoittamia. Tulosten mukaan vain noin puolet arvioista, 53 prosenttia, tunnistettiin oikein. Osa GPT-2:n generoimista arvioista oli niin uskottavia, että jopa 87 prosenttia ravintola-ammattilaisista uskoi niiden olevan ihmisen käsialaa.

Suhtaudu kriittisesti nettiarvioihin

Mitä alan työntekijöiden ja ravintoloitsijoiden tulisi tietää tekaistuista nettiarvioista, ja miten niihin pitäisi suhtautua?

Tärkeintä on suhtautua nettiarvioihin kriittisesti. Tutkijat ovat määrittäneet muutamia strategioita tekaistujen arvioiden tunnistamiseen. Huomiota tulisi ensinnäkin kiinnittää arvion antajan profiiliin. Sen rekisteröitymisajankohta, arvioiden määrä ja niiden vaihteluväli kertovat luotettavuudesta paljon. Esimerkiksi jos arvioita on jätetty vain yksi, ja sekin samana päivänä käyttäjän rekisteröitymisen kanssa, on todennäköistä, että arvio on tekaistu.

Arvion jättäjän profiilin lisäksi huomiota tulisi kiinnittää itse arvioon. Lyhyet, samoja sanoja toistavat tekstit ovat usein tekaistuja. Sama koskee arvioita, jotka ovat hieman aiheen vierestä ja keskittyvät esimerkiksi ruoan, juoman ja palvelun kommentoinnin sijaan vaikkapa ravintolan lähialueen aktiviteetteihin. Myös kirjoitusvirheisiin ja lauserakenteisiin kannattaa kiinnittää huomiota. Etenkin koneoppimistekniikalla tekaistut arviot sisältävät harvoin kirjoitusvirheitä, mutta niiden lauserakenteet ovat usein epäloogisia ja muistuttavat enemmän ajatusten virtaa kuin loogista argumentointia.

Ravintoloitsijan näkökulmasta korostuu myös tilanteen hallinta. Aidon ja tekaistun arvion tunnistamisen vaikeuden vuoksi myös tekaistuilta vaikuttaviin arvioihin kannattaa vastata asiallisesti ja yrityksen markkinointistrategian mukaisesti.

Tekstin kirjoittaja Haaga-Helia ammattikorkeakoulun opettaja Aarni Tuomi tutkii orastavan teknologian vaikutuksia palvelualoihin.