

EUROKONWERSATORIA

Koordynatorka: Joanna Różycka-Thiriet
2. Konwersatorium

j.rozycka@schuman.pl
18 października 2023 r.

Zajęcia 18 października dotyczyły zjawiska dezinformacji oraz tego, jak Unia Europejska próbuje z nim walczyć. Naszym gościem był Filip Szulik-Szarecki zajmujący się dezinformacją w Fundacji Schumana i Fundacji Geremka.

Swoje wystąpienie zaczął od pokazania, że mimo iż ok. 90% Polaków popiera członkostwo Polski w UE, to w internecie mamy do czynienia z masową narracją antyunijną. Wojownicy Klawiatury (to projekt fact-checkingowy obu Fundacji) przebadali komentarze w internecie i 87% z nich było Unii nieprzychylnych. Okazuje się, że niewielka, ok. 5-procentowa (wg badań) grupa przeciwników Unii, nadaje ton w internecie. Zalewające nas treści internetowe, np. antyunijne, wpływają na nastroje. Te ostatnie produkują nie tylko Rosjanie. Powiedział, że fake news o tym, że będziemy jeść robaki zamiast mięsa, przetoczył się w tym samym momencie przez całą Europę. Podobnie jak ten o zakazie produkcji samochodów spalinowych. Czyli nie są to przypadki dezinformacji ograniczające się do polskiej debaty publicznej.



Następnie dodał, że według Eurobarometru z 2018 roku 83% respondentów uważa, że dezinformacja zagraża demokracji, a 51% Europejczyków sądzi, że padło ofiarą dezinformacji online. Zdaniem Filipa Szulika-Szareckiego to niepokojące, że tylko tyle osób ma świadomość, że pada ofiarą dezinformacji. Niektórym się wydają, że dezinformacja jest prowadzona topornie. Tymczasem jest ukierunkowywana pod konkretną grupę odbiorców, tak żeby uwzględnić ich poglądy, wrażliwość.

Według badania z 2021 76% badanych w wieku 18-29 lat wskazuje media społecznościowe jako źródło informacji.

W grupie uczniów i studentów to aż 91%. Ekspert stwierdził, że gdyby ludzie zaczęli czytać prasę papierową, to byłby duży krok naprzód w walce z dezinformacją.

Filip Szulik-Szarecki podkreślił, że media społecznościowe zarabiają przede wszystkim na reklamach dzięki danym użytkowników i zaangażowaniu użytkowników. Zbierają więc informacje o użytkownikach i podsyłają im treści, którzy tamci łykają jak narkomani. Zwrócił uwagę, że kolejne media są w tym coraz bieglesze, a TikTok jest tutaj bardzo dobrym przykładem. Rekomendując nam treści wykorzystuje się takie dane jak wiek, płeć, hasła z wyszukiwarek, zatrzymanie się użytkownika w trakcie przeglądania treści, wejście na dany profil, informacje, na jakim urządzeniu korzystamy z tych mediów.

Wyjaśnił, że algorytm podrzuca nam treści, które mają nas poruszać, bo coś nas interesuje i zajmuje, ale może też rekomendować dokładnie przeciwstawne treści (wzbudzą w nas negatywne emocje i wynikające z nich zaangażowanie). Zwykle proponują treści, które nie wzbudzają zbytnej refleksji.

Następnie na przykładzie strony www.hownormalami.eu opowiedział, jakie informacje można o nas zebrać na podstawie samego naszego wyglądu. To na przykład przybliżony wiek, płeć, poziom naszej atrakcyjności. Filip Szulik Szareckim opowiedział, że wiek i płeć w dużej mierze decydują o tym, co widzimy w mediach społecznościowych, nawet jeśli nie łączy się to z jakimś naszym zaangażowaniem. Np. mężczyzna w średnim wieku może otrzymać informacje od prawicowych polityków, bo w takiej grupie poparcie dla danych poglądów jest większe.

Treści podsuwane przez media społecznościowe mogą być też traumatyczne dla użytkowników (zacytował przypadek ciężarnej, której pokazywano informacje sugerującej chorobę dziecka). Facebook daje złudzenie, że możemy wyłączyć niechciane reklamy, ale, jak pokazała Fundacja Panoptykon na powyższym przykładzie, to wyłączanie nie działa. Poza tym na podstawie dokumentów wyniesionych z firmy przez amerykańską sygnalistkę wiemy, że Facebook identyfikuje zaledwie 3-5% przypadków mowy nienawiści, a jeszcze mniej treści podlegających do przemocy. Może to sprzyjać sytuacjom takim jak atak na Kapitol w USA.

Następnie ekspert opowiedział o obrazach kreowanych przez sztuczną inteligencję. Może się ona przyczynić się do szybszego tworzenia dezinformujących treści np. zdjęć, które mają potwierdzać jakieś wymyślone wydarzenia; można wygenerować twarze osób do fałszywych profili, fałszywe grafiki służące różnym poglądom. Obrazy łudzące podobne do rzeczywistych. Weryfikowanie takich fejków to duże wyzwanie, bo produkowanie fałszywek stało się łatwe. Ale sztuczna inteligencja może też pomóc w rozpoznawaniu dezinformacji, są prowadzone takie projekty.

A potem wspomniał o DSA - akcie o usługach cyfrowych przyjętym przez Unię Europejską. Wprowadzany jest etapami. Najpierw objął największe platformy (mające ponad 45 mln użytkowników miesięcznie), ale docelowo ma objąć też innych usługodawców internetowych, którzy świadczą usługi unijnym użytkownikom (siedziba firmy może się znajdować poza Unią, ale to nie zwalnia jej ze stosowania DSA).

DSA ma ograniczyć wykorzystywanie algorytmów bazujących na śladach naszej aktywności w internecie. Stanowi, że algorytm rekomendujący treści nie może dyskryminować użytkownika. Jeśli zostaniemy zbanowani, to mamy wiedzieć dlaczego, bo wykluczenie z platformy cyfrowej wpływa na przebieg debaty publicznej, na wykluczenie cyfrowe danej osoby. DSA wymusza udostępnienie opcji wyświetlania treści chronologicznie. Regulaminy mają być napisane prostszym językiem, być bardziej zrozumiałe dla użytkowników. Ma też sprzyjać promowaniu wartościowej informacji, zamiast dezinformacji. Daje również szansę na przeprojektowanie systemów algorytmów, bo na razie rekomenduje treści emocjonujące, coraz bardziej polaryzujące, kontrowersyjne.

DSA zobowiązuje również kraje członkowskie do wyznaczenia pełnomocników, którzy będą kontaktami dla użytkowników, żeby się można było do nich zwrócić w razie problemów. Tymczasem w Polsce nadal nie mamy takiego podmiotu. Powinien to być urząd neutralny politycznie.

Obecnie na mocy DSA toczy się już postępowanie Komisji w sprawie platformy X (dawny Twitter) i dezinformacji w kontekście ataku Hamasu na Izrael. DSA to mimo wszystko nowa jakość, ponieważ do tej pory mieliśmy tylko dobrowolny kodeks dobrego postępowania, na podstawie którego platformy tłumaczyły się z banów i zawieszek konta. Co więcej z DSA się nie da wypisać (jak Elon Musk wypisał Twittera z kodeksu po jego przejściu), a kary za nieprzestrzeganie mogą wynosić do 6% rocznych obrotów.

Jeden z uczestników zapytał o karanie za fake newsy. Filip Szulik-Szarecki wyjaśnił, że twórcami dezinformacji, deep fejków są fałszywe konta, trolle często związane z Rosją. DSA wprowadza większą odpowiedzialność platform za treści, ale też Unia raczej nie ukaże za konkretnego fejka. Dezinformacja jest problemem, który ciężko ścigać, bo zawsze można powiedzieć, że się coś opublikowało w dobrej wierze; ciężko karać nie ocierając się o cenzurę.



DSA zobowiązuje platformy między innymi do zapobiegania propagandzie, jeden z uczestników zapytał więc, czy nie pozostawia to zbyt dużej dowolności samym mediom. Filip Szulik-Szarecki przyznał, że treści można w różny sposób interpretować, więc pewnie czeka nas jeszcze wiele batalii z platformami, ale stworzenie procedury odwoławczej i podmiotów krajowych odpowiadających za realizację DSA, prawo użytkownika do kontaktu z żywą osobą jest już dużym krokiem naprzód. Powinno to właśnie ułatwić walkę z cenzurą w internecie poprzez ścieżkę odwoławczą, której do tej pory nie mieliśmy.

Należy się cieszyć, że jesteśmy w Unii Europejskiej, bo tak wielki rynek jest w stanie coś wymusić na tak wielkich korporacjach.



Działania Fundacji Schumana realizowane są z dofinansowaniem Unii Europejskiej.



Eurokonwersatoria objęte są honorowym patronatem Przedstawicielstwa Komisji Europejskiej w Polsce.