

Czy to początek końca Facebooka?

19 marca 2019

„Ludzie coraz bardziej potrzebują prywatnego cyfrowego środowiska, które będzie przypominać pokój dzienny. Uważam, że powinniśmy pracować na rzecz świata, w którym ludzie mogą do siebie mówić z zachowaniem poufności i żyć swobodnie, wiedząc, że mogą kontrolować to, kto ma dostęp do informacji na ich temat, i że to wszystko nie zostaje w sieci na zawsze” – tak, w wolnym tłumaczeniu, Mark Zuckerberg na swoim blogu uzasadnia nadchodzące zmiany.

Zmiany zaskakujące, bo przecież Facebook dał się poznać miliardom użytkowników jako miejsce, w którym o prywatność trzeba się postarać. Do tej pory zasadą była widoczność wszystkiego, co nie zostało ukryte przez samych użytkowników. Czy na Facebooku „zorientowanym na prywatność”, ułatwiającym kontrolę nad własnymi danymi i budowanie prywatnych, niewidocznych dla innych relacji, ta zasada faktycznie zostanie odwrócona?

Plan Zuckerberga bez szczegółów

Trudno powiedzieć. Zuckerberg nie wyjawiał jeszcze kroków, które mają przełożyć jego polityczny manifest na cyfrową rzeczywistość. Nie znamy też harmonogramu: czy to projekt na lata, czy nadchodząca gwałtownie rewolucja. Bardzo możliwe, że ten plan dopiero powstaje, w oparciu o reakcje giełdy i samych użytkowników na szumną zapowiedź nowego kierunku. Być może to tylko piarowe opakowanie dla – mało popularnego – planu połączenia prywatnych komunikatorów (WhatsApp, Instagram i Messenger) w jedną aplikację, która będzie wspierać szyfrowanie i komunikację w grupach. A być może sygnał, że naprawdę idzie nowe.

Ostatnie dwa lata to dla Facebooka i jego szefa droga przez pole minowe. Od afery z udziałem Cambridge Analytica (która ujawniła ogromną skalę „wycieku” danych z portalu do innych firm i możliwości manipulowania poglądami użytkowników), poprzez kolejne przesłuchania w amerykańskim Kongresie, kary nakładane przez europejskie organy antymonopolowe i naciski regulatorów zaniepokojonych skalą dezinformacji – Facebook bez przerwy się tłumaczy. I coraz więcej obiecuje, ryzykując, że z pośrednika, który miał jedynie ułatwiać komunikację między użytkownikami, stanie się wydawcą globalnej gazety, ze wszystkimi tego konsekwencjami.

Model biznesowy, na którym wyrosła potęga Facebooka, jest w stanie działać tak długo, jak długo odpowiedzialność (w wymiarze karnym i finansowym) za to, co się dzieje na portalu, ponoszą sami użytkownicy. To ich ryzyko, jeśli wrzucą coś, do czego nie mają praw autorskich albo co narusza dobra osobiste innych ludzi. To oni, w najgorszym razie, będą się musieli tłumaczyć w sądzie i płacić odszkodowania. Rola Facebooka do tej pory ograniczała się do moderowania treści zgodnie z własną polityką (którą portal często zmieniał i dość arbitralnie stosował), bez inwestowania w przejrzystość i procedury odwoławcze dla ludzi, których konta były blokowane. W jego interesie było to, żeby nowych treści ciągle przybywało, bo ostatecznie to „kontent” angażuje użytkowników i napędza zyski z reklam.

Inni „sprzątają” po Facebooku

Ten model generowania zysku wyraźnie się kończy. Regulatorzy po obu stronach Atlantyku mają już dość układu, w którym Facebook zarabia i korzysta na swojej ograniczonej odpowiedzialności, a im zostawia „sprząatanie” skutków ubocznych. Tym bardziej że żadna państwowa policja i żaden – choćby szybki i internetowy – sąd nie jest w stanie przerobić skali spraw, jakie generuje żywa i zróżnicowana sieć miliardów ludzi. Tego po prostu nie da się posprzątać. Zuckerberg musi

mieć świadomość ściany, do której właśnie dotarło jego imperium. Albo pogodzimy się z tym, że globalna platforma jest i pozostanie miejscem, przez które przetaczają się wszystkie plagi cyfrowej cywilizacji (od hejtu po polityczną manipulację i dezinformację), albo trzeba ją będzie zamknąć.

Dwa lata temu, w lutym 2017 r., Zuckerberg z właściwym sobie optymizmem i rozmachem ogłaszał wizję połączonego świata, który – dzięki globalnej platformie – negocjuje wspólne standardy, „promuje pokój i zrozumienie, podnosi ludzi z biedy i przyspiesza postęp nauki”. Tamta narracja nasuwała skojarzenia z oświeconym władcą cyfrowego imperium, który nagle zapragnął na siłę uszczęśliwić swoich poddanych. Mieliśmy podstawy, żeby obawiać się kolejnych eksperymentów z NewsFeedem zaprojektowanym tak, by oddziaływać na nasze emocje i światopogląd, kolejnych fal cenzury i kolejnych wersji „standardów społeczności”, z których wreszcie wyłoni się ład i porządek à la Zuckerberg.

Dzisiejsza narracja to wyraźny odwrót od tych ambicji i zapowiedź oddania pola samym użytkownikom. Zuckerberg zdaje się mówić: już nie chcemy was wychowywać i negocjować z wami reguł społecznych, sami się dogadajcie! Sęk w tym, że w 2019 r. jesteśmy w innej rzeczywistości prawnej i politycznej. Pewnych procesów nie da się zatrzymać, bo dla wielu wpływowych graczy – od samych partii politycznych po przemysł rozrywkowy – stało się oczywiste, że informacyjna potęga platform wymaga ujarzmnienia.

Przyszłość pod znakiem zapytania

Za parę tygodni Parlament Europejski będzie głosować nad dyrektywą o prawie autorskim – być może – wywali do kosza zasadę ograniczonej odpowiedzialności za publikowane treści, na której wyrosła potęga platform społecznościowych. Jeśli to się stanie, nie wystarczy kolejna zmiana regulaminu: Mark będzie musiał się zmierzyć z finansowymi konsekwencjami tego,

że pod swoją marką publikuje nie zawsze legalne treści. I zapewne wykorzysta do tego – niepopularne wśród użytkowników – filtry blokujące możliwość wrzucenia czegokolwiek, co mogłoby naruszyć prawo autorskie. Już teraz Facebook sprawdza każdy plik z obrazem lub dźwiękiem pod tym kątem, więc wiemy, że dysponuje odpowiednią technologią.

Ten scenariusz to początek końca platformy, która miała służyć otwartej wymianie informacji i budowaniu „globalnej społeczności”. Zamiast publikować memy i promować idee w sposób widoczny dla wszystkich, użytkownicy – żeby nie ryzykować starcia z prywatną cenzurą blokującą wszystko, co niesie ryzyko odpowiedzialności prawnej – będą się organizować w zamkniętych grupach. Jeśli Facebook rzeczywiście postawi na poufność komunikacji i szyfrowanie, żaden regulator nie będzie w stanie zmusić go do „posprzątania” mowy nienawiści czy politycznej dezinformacji.

Pytanie tylko, czy reklamodawcy będą w równym stopniu chętni płacić za treści wyświetlane na platformie, której życie społeczne obumiera, a ruch przenosi się do podziemia? Założę się, że Facebook ma pomysł, jak ten problem rozwiązać, ale nie ogłosi go na publicznym blogu.

Autorstwo: Katarzyna Szymielewicz

Źródła: Panoptikon.org, Polityka.pl