

Facebook i Google chcą walczyć z fałszywymi newsami

16 listopada 2016

Chęć walki z fałszywymi newsami pojawiła się po zwycięstwie Donalda Trumpa. Czy byłaby równie silna po zwycięstwie Hillary Clinton i czy społeczeństwo informacyjne potrzebuje takiego filtra informacji?

Po wyborczym zwycięstwie Donalda Trumpa wylansowano teorię, że zwycięstwo było zasługą Facebooka i rozprowadzania za jego pośrednictwem fałszywych newsów. Ta teoria jest podwójnie wadliwa. Po pierwsze opiera się na założeniu, że wszyscy ludzie są głupi i wierzą tylko w to co powie im Facebook (a to wysoce wątpliwe). Po drugie Trump nie wygrał liczbą głosów, ale skorzystał z pewnych cech amerykańskiego systemu wyboru prezydenta.

Niezależnie od tego wszystkiego teoria o „zwycięstwie przez fałszywe newsy” zrobiła karierę. Efekty ujawniają się teraz. Zarówno Google jak i Facebook zapowiadają walkę z fałszywymi newsami. Paradoksalnie może to zagrozić wolności słowa.

Google chce walczyć z fałszywymi newsami poprzez odcinanie im źródeł dochodu.

„Ograniczymy serwowanie reklam na stronach które przedstawiają informację błędnie, nieprawidłowo lub zatajają informacje o wydawcy, treści wydawcy lub głównym celu istnienia serwisu” – oświadczył przedstawiciel Google (cytat za Mashable.com).

Facebook postępuje podobnie – już zmienił brzmienie polityki Facebook Audience Network. Teraz jest jeszcze bardziej jasne, że reklamy nie będą wyświetlane na stronach pokazujących mylące lub nielegalne treści, włącznie z serwisami zawierającymi fałszywe newsy.

„Zaktualizowaliśmy politykę jednoznacznie wyjaśniając, że to dotyczy fałszywych newsów. Nasza ekipa będzie nadal uważnie sprawdzać wszystkich ewentualnych wydawców i monitorować tych już obsługiwanych by zapewnić zgodność z polityką” – oświadczył przedstawiciel Facebooka (cytat za „NY Times”).

Te dwa oświadczenia są dość znaczące. Dwóch sieciowych gigantów – Google i Facebook – wyszło z roli bezstronnych pośredników, którzy jedynie przekazują ludziom informacje. To koniec epoki argumentów w rodzaju „jesteśmy tylko słupem ogłoszeniowym”. Niestety biorąc na siebie odpowiedzialność za jakość newsów Google i Facebook dają sobie również prawo do decydowania o tym co należy uznawać za prawdę.

Pierwsze co nasuwa się na myśl to serwisy w rodzaju „AszDziennik” albo „The Onion” (czyli serwisy z satyrą newsową). One rozprawdzają fałszywe newsy, choć z drugiej strony nie kryją się z ich fałszywością. Ich treści są w pewnym sensie prawdziwe bo są otwarcie fałszywe. Z drugiej jednak strony można spotkać się z sytuacjami, gdy fałszywy news z serwisu „The Onion” krążył po sieci jako prawdziwy i nie wszyscy dostrzegali w nim tylko żart.

Satyra newsowa to tylko początek. Problemy z oceną prawdziwości newsów dotyczą także kwestii światopoglądowych. Dla niektórych ludzi nieprawdziwy lub niepełny będzie każdy news, który nie wspomni o rzekomym niepolskim pochodzeniu jakiegoś polityka (choćby to pochodzenie nie miało znaczenia dla opisywanej sprawy).

Samo krytykowanie pewnych zjawisk jest czasem uważane za nieprawdę. Przykładowo „Dziennik Internautów” od lat pisze o copyright trollingu. Niektórzy ludzie (głównie prawnicy zarabiający na trollingu) uważają całą tę krytykę za nieprawdę. Ich zdaniem ściganie piratów jest zawsze dobre, może być bezwzględne i każdy kto to krytykuje sam jest piratem. W przeszłości widzieliśmy kopie różnych skarg na nas pisanych do różnych instytucji. Te skargi były mocno zabawne,

irracjonalne, ale stało za nimi być może głębokie przekonanie o tym, że krytykowanie pewnych zjawisk jest z zasady nieprawdą.

Ludzie mogą mieć ogromne problemy z odróżnieniem opinii od faktów, a w dziennikarstwie te dwie warstwy informacji niemal zawsze się mieszają (i wcale nie jest to cecha tylko współczesnego dziennikarstwa). Określanie prawdy i nieprawdy stanie się jeszcze trudniejsze gdy wejdziemy w głąb przekonań religijnych. Dla części mieszkańców naszego kraju publikacje wspólnot wyznaniowych będą prawdziwe lub fałszywe w zależności od przekonań.

W najlepszych gazetach zdarzają się newsy wprowadzające w błąd lub ewidentnie niedorobione. Poza tym najbardziej obiektywne dziennikarstwo może się okazać treścią bezprawną. Pisaliśmy kiedyś o tym, że relacja z Sejmu może naruszać dobra osobiste. Czy Facebook, Google lub inny sieciowy pośrednik mają decydować o tym co jest prawdą?

Dopiero w przyszłości przekonamy się jak Facebook i Google będą egzekwować swoją politykę wobec „fałszywych newsów”. Być może niewiele się zmieni i oświadczenia mają tylko charakter wizerunkowy. Tak czy owak wypada zaznaczyć, że sieć w której korporacje czuwają nad prawdą i fałszem wcale nie musi być lepsza od sieci bez takich nadzorców.

Autorstwo: Marcin Maj

Źródło: DI.com.pl