

„Facebook” obniży widoczność „fałszywych” newsów

16 grudnia 2016

„Facebook” nigdy nie był platformą całkiem neutralną. Teraz jednak będzie walczył z newsami „fałszywymi” na podstawie danych od społeczności, opinii wybranych organizacji oraz... w oparciu o liczbę udostępnień treści.



W listopadzie pisaliśmy, że „Facebook” będzie walczył fałszywymi newsami bo najwyraźniej przejął się tym, że oskarżono go o przyczynienie się do zwycięstwa Donalda Trumpa.

Przedwczoraj społecznościowy gigant ogłosił pierwsze działania, która mają zapewnić większą wiarygodność newsów na „Facebooku”. Tym samym firma ostatecznie wyszła z roli neutralnego „słupa ogłoszeniowego” i chce powiedzieć nam wszystkim, że od tej pory będzie strzegła słuszności dostarczanych nam informacji.

„Skupiliśmy nasze wysiłki na najgorszych z najgorszych” – zapewnił przedstawiciel Facebooka Adam Mosseri dodając, że na celownik trafiają zwłaszcza spamerzy działający dla własnego zysku. Tylko co chce zrobić „Facebook”?

Pierwszym krokiem będzie ułatwienie zgłaszania treści. Użytkownik kwestionujący jakiś post będzie mógł kliknąć w jego prawy górny róg. Następnie będzie mógł wybrać oznaczenie newsa jako „fałszywą historię” („fake story”). W następnym kroku „Facebook” zaproponuje możliwe rozwiązania problemu tzn. oznaczenie posta jako fałszywą wiadomość, ale także zablokowanie autora posta lub wysłanie wiadomości do autora posta o tym, że treść jest fałszywa.

Kolejnym posunięciem „Facebooka” będzie flagowanie treści dyskusyjnych. W tym celu „Facebook” będzie współpracował z zewnętrznymi podmiotami sprawdzającymi wiarygodność, które stosują się do zasad sprawdzania informacji przyjętych przez Poyntera (organizację szkolącą ludzi zajmujących się blogowaniem i różnymi formami dziennikarstwa).

„Facebook” będzie wybierał wiadomości do sprawdzenia na podstawie informacji od społeczności oraz „innych sygnałów”. Jeśli organizacja sprawdzająca wiarygodność uzna newsa za fałszywego, ten news będzie oflagowany i będzie przy nim umieszczony link do wyjaśnień. Oflagowane artykuły będą się pojawiać niżej w kanale wiadomości. Będzie można je udostępniać, ale zanim to zrobimy „Facebook” wyświetli nam ostrzeżenie.

„Facebook” będzie też brał pod uwagę liczbę udostępnień artykułów. Te mniej udostępniane będą automatycznie uznawane za potencjalnie wprowadzające w błąd. Mówiąc precyzyjniej – będzie to jedna z kwestii mających znaczenie dla rankingu newsów.

Sam zamiar walki z fałszywymi newsami może cieszyć, natomiast przyjęte środki będą wzbudzać wątpliwości. Fałszywe newsy nierzadko są wielokrotnie udostępniane zanim ktoś zorientuje się w oszustwie. Badania naukowe nad udostępnianiem treści mówią, że ludzie kierują się raczej emocjami niż racjonalną oceną sytuacji. W sieci najłatwiej roznosi się to, co wzbudza gniew.

Można też mieć wątpliwości co do sprawdzania newsów przez podmioty zewnętrzne. Wiadomo, że będą wśród nich Associated Press albo ABC News. To są podmioty z rynku mediów zainteresowane zdobywaniem zainteresowania czytelników. Można zadać pytanie, dlaczego akurat one mają oceniać wiarygodność swoich konkurentów?

Kontrowersyjne może być również obniżanie widoczności newsów oflagowanych. W ten sposób dochodzi nie tylko do wskazywania użytkownikom, że treść jest dyskusyjna. „Facebook” niby pozostaje neutralny (bo tylko „flaguje” treść), ale tak naprawdę stara się schować tę treść.

Już teraz pojawiły się głosy, że przyjęty system kontroli treści będzie sprzyjał liberałom i demokratom. Na stronie „Daily Wire” pojawił się artykuł konserwatywnego dziennikarza Bena Shapiro o tym, że organizacje sprawdzające wiarygodność będą raczej prolewicowe. Podobnie zareagowali inni konserwatywni publicyści np. Mark Hemingway z Weekly Standard napisał na „Twitterze”, że Poynter i PolitFact są „niezwykle stronnicze”.

Osobiście nie lubię dzielić świata na prawicę, lewicę, liberałów czy konserwatystów. Nie uważam też by każda z organizacji sprawdzających była „lewicowa”. Niemniej rozumiem krytykę przyjętego systemu. To „Facebook” dokonał wyboru organizacji, które mają sprawdzać newsy. Te organizacje nie będą opłacane, ale mogą realizować pewne swoje interesy. Kontrowersyjne jest także wnioskowanie wiarygodności informacji z liczby udostępnień albo nawet zgłoszeń. Jeśli drobny bloger opiszę prawdę niewygodną dla dużej partii politycznej to odpowiednia mobilizacja sił partyjnych może szybko zepchnąć informację jako „fałszywą”.

Autorstwo: Marcin Maj

Zdjęcie: [Simon](#) (CC0)

Źródło: DI.com.pl