

Nobliści apelują o zakończenie kryzysu informacyjnego

8 września 2022

Maria Ressa i Dymitr Muratow, krytykujący totalitarne reżimy dziennikarze, laureaci Pokojowej Nagrody Nobla, wzywają do zakończenia kryzysu informacyjnego wywołanego przez cyberkorporacje. „Razem możemy powstrzymać korporacyjny i technologiczny atak na nasze życie i wolność, ale musimy działać już teraz” – twierdzą w apelu.

Popierani przez innych noblistów, a także wybitnych ekspertów (jak Shoshana Zuboff) oraz ponad 60 organizacji pozarządowych (w tym Panoptikon), apelowali do rządów wszystkich państw, ONZ i Unii Europejskiej o podjęcie kroków w stronę rozwiązania problemu dezinformacji, wojny informacyjnej i nadużyć w Internecie.

Nie bez powodu wielkie firmy technologiczne nazywa się „strażnikami dostępu”. To one dyktują warunki na cyfrowym rynku mniejszym podmiotom – certyfikują, szkolą i... kontrolują przepływ informacji w sieci.

Odpowiadają za to m.in. algorytmy rekomendacyjne, używane np. na portalach społecznościowych albo w przeglądzie newsów w wyszukiwarce. Korporacje dostarczające te narzędzia stają się więc współczesnymi kuratorami życia politycznego i społecznego. Firmy, które decydują o tym, jakie informacje zobaczymy w Internecie, nie weryfikują ich jakości ani prawdziwości. W efekcie przyczyniają się do szerzenia nierzetelnych informacji, ale także takich, które – chociaż prawdziwe – mają toksyczne działanie, np. podsycają lęki użytkownika.

W swoim apelu nobliści nie ograniczają się do krytyki modelu

biznesowego wielkich platform. Proponują też szereg reform. Wzywają UE m.in. do:

1. Skutecznego egzekwowania aktów o usługach cyfrowych (DSA) i rynkach cyfrowych (DMA), tak by te przepisy były czymś więcej niż tylko checklistą do odhaczenia dla firm. By zmuszały je do wprowadzania realnych zmian w modelu biznesowym, np. do rezygnacji z algorytmów, które zagrażają prawom podstawowym, wzmacniają rozprzestrzenianie się dezinformacji czy mowy nienawiści, także poza granicami UE.

Nie mamy wątpliwości – firmy z każdym prawem, które nakłada na nie więcej obowiązków, postępują podobnie: zamiast wdrożyć zmiany prokonsumenckie, starają się obchodzić nowe prawo albo wybierają rozwiązania karykaturalne, które mają za zadanie je zohydzić użytkownikom . Dlatego tak potrzebne jest przypilnowanie ich, żeby tym razem solidnie wdrożyły najnowsze regulacje. Przeczytaj o tym, jak DSA i DMA zmieniają branżę digital.

2. Pilnego zaproponowania przepisów, które zakazałyby mikrotargetingu w reklamie, a także uznania, że jest to praktyka fundamentalnie niezgodna z prawami człowieka.

DSA wprowadza pewne ograniczenia w wykorzystywaniu danych w celach reklamowych na platformach internetowych. Unia Europejska pracuje obecnie nad jeszcze dalej idącymi restrykcjami dotyczącymi mikrotargetowania reklam politycznych. Nie mamy wątpliwości, że choć to słuszny krok, zakaz nie powinien ograniczać się do reklam politycznych. Z przerażeniem wspominamy sceny z Raportu mniejszości, gdzie bohater jest inwigilowany przez reklamy w fizycznym świecie – czas powiedzieć „dość” inwigilacji przez biznes w sieci.

3. Rozprawienia się z machiną lobbingową i ograniczenia wymiany kadr między europejskimi instytucjami a dużymi firmami technologicznymi. Sprzeciwiamy się kampaniom, które udają oddolne inicjatywy, podczas gdy w rzeczywistości są

sponsorowane przez wielkich graczy.

O tym, jak wygląda lobbing w wykonaniu cybergigantów, przekonaliśmy się dobitnie przy pracach nad DSA. Wielomilionowe budżety, niejasne rekrutacje i ogromne kampanie mediów społecznościowych promujące fałszywą narrację to wielka machina. A po drugiej stronie – kilka małych organizacji społecznych dbających o to, żeby interesy cyberkorporacji nie były realizowane kosztem praw i wolności obywatelskich.

Ressa i Muratow to dziennikarze opozycjoniści, którzy wielokrotnie mieli okazję przekonać się o tym, że biznes technologiczny może dawać z jednej strony wolność od władzy krajowej, a z drugiej – szkodzić niezależnym mediom.

Platformy działają przede wszystkim dla zysku. Ale model obliczony na kliknięcia napędza podziały społeczne i kontrowersje. Powoduje także, że każda treść musi przebijać się przez morze niskiej jakości contentu. Nawet jeśli platformy udostępniają przestrzeń na rzetelne informacje i niezależnych ekspertów, są one często „dyskryminowane” przez algorytmy, które podbijają przede wszystkim treści generujące zaangażowanie.

Jednocześnie, jak czytamy w apelu, tylko 13% osób na świecie ma dostęp do darmowej prasy. Technologia pozwoliłaby to zmienić, jednak „potencjał technologii w zakresie rozwoju społeczeństw został przejęty przez Big Tech i ich model biznesowy, który celowo promuje kłamstwa” – jak podkreśla Ressa.

Na podstawie: [PeoplevsBig.tech](https://peoplevsbig.tech)

Źródło: [Panoptykon.org](https://panoptykon.org)