

Polskie wybory na „Facebooku”

2 maja 2020



Jak polskie partie polityczne wykorzystują możliwości reklamowe „Facebooka” w walce wyborczej? Kto odpowiada za to, która reklama dotrze do potencjalnego wyborcy? Kto chce dotrzeć do kobiet z prowincji uczących się w dużych miastach? Jak zapewnić przejrzystość kampanii wyborczej w mediach społecznościowych i umożliwić użytkownikom realną kontrolę nad wykorzystywaniem ich danych? W dzisiejszym odcinku podcastu „Panoptikon 4.0” rozmowa o wnioskach płynących z raportu „Kto (naprawdę) cię namierzył? „Facebook” w polskiej kampanii wyborczej”.