

Twitter – czy to się dzieje naprawdę?

31 sierpnia 2022

W sierpniu wyciekł ocenzone raport opisujący katastrofalny stan bezpieczeństwa Twittera. Autor raportu, Peiter „Mudge” Zatko, haker, ekspert od bezpieczeństwa, został zatrudniony przez platformę w 2020 r., by naprawić błędy Twittera. Firma najwyraźniej nie była jednak gotowa na zmiany i zamiast zabrać się do pracy, zwolniła eksperta, który wytknął jej błędy.

A do naprawienia jest sporo! Ocenzona (przez prawników dbających o wizerunek firmy) wersja raportu Mudge’a obejmuje ok. 200 stron. Wybór Adama Haertle z Zaufanej Trzeciej Strony koncentruje się na cyberbezpieczeństwie, ale pokazuje przy tym wpływ zaniedbań na przestrzeganie wolności i praw człowieka.

Często powtarzamy na przykład, że mikrotargetowanie jest problemem, bo może służyć do manipulowania niczego nieświadomymi wyborcami. Dzięki Mudge’owi dowiadujemy się, że może posłużyć również do ścigania osób, które chcą korzystać z wolnego Internetu wbrew zakazom swojego rządu: „Twitter chętnie sprzedawał reklamy chińskim podmiotom, choć sam serwis jest w Chinach zablokowany. Istniało podejrzenie, że za reklamodawcami stały organizacje, które dzięki mikrotargetowaniu reklam mogły ustalić tożsamość chińskich użytkowników omijających państwowe blokady”.

W tym zakresie użytkownicy i użytkowniczki Twittera w Europie są lepiej chronieni (przynajmniej teoretycznie) dzięki prawu ochrony danych osobowych. Ale nie są chronieni przed tym, że platformy walczą o zysk, nawet kiedy wiedzą, że odbywa się to kosztem naszych wolności i praw – i kiedy im tego zakazano. Mudge pisze: „Twitter używał ciasteczek bezpieczeństwa do targetowania reklam. Gdy Francja tego zakazała, przedłużono okres wyłączania tej funkcji o miesiąc, by maksymalnie

»wycisnąć« rynek francuski”.

Nie dziwi nas też, że zysk jest również motywacją kierownictwa Twittera: „Kierownictwo firmy dostaje bonusy w oparciu o wskaźniki wzrostu, więc nie jest zainteresowane wykrywaniem i usuwaniem fałszywych kont i botów”, ...ani to, że platformy mają wielki problem z manipulacją i dezinformacją. Rozliczanie wskaźników wzrostu to oczywistość, ale nie aż tak oczywiste jest to, w jaki sposób wzrost przekłada się na dezinformację. Kto jeszcze musi nagłośnić problem, by korporacje przestały skrzętnie pudrować swoje winy?

„Kiedy Mudge wynajął zewnętrzną firmę do audytu możliwości Twittera w zakresie zwalczania spamu, manipulacji i dezinformacji, wyniki okazały się tak fatalne, że kierownictwo Twittera kazało audytorom (bez wiedzy Mudge’a) przepuścić raport przez zewnętrzną firmę prawniczą, która usunęła z niego najgorsze fragmenty, mogące zagrozić reputacji Twittera w razie wycieku treści raportu”.

Na podstawie: ZaufanaTrzeciaStrona.pl

Źródło: Panoptikon.org