



Komentarz KBN

Nr 14 (103) / 2022

29 grudnia 2022 r.



Niniejsza publikacja ukazuje się na warunkach międzynarodowej licencji publicznej
Creative Commons 4.0 – uznanie autorstwa – na tych samych warunkach – użycie niekomercyjne.

This work is licensed under a [Creative Commons Attribution – NonCommercial – ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Wojna na media społecznościowe. (Selektywna) polityka informacyjna Facebooka a wojna w Ukrainie

[Dominika Dziwisz](#)

W 2013 r. podczas spotkania wysokich rangą amerykańskich i rosyjskich przedstawicieli sił zbrojnych, generał [Nikołaj Makarow](#) powiedział: „Informacji używa się do niszczenia narodów, a nie sieci. Dlatego cieszymy się, że wy, Amerykanie, jesteście tak głupi (sic!), by zbudować całe cyberdowództwo, które nie ma misji wojny informacyjnej”. Był to jasny przekaz na temat rosyjskich priorytetów wykorzystania cyberprzestrzeni, które z powodzeniem są wprowadzane z życie podczas wojny w Ukrainie w 2022 r. Media społecznościowe odgrywają tutaj pierwszoplanową rolę jako źródło wiadomości, aktywizmu, gromadzenia wsparcia, sprzeciwu i oczywiście manipulacji. Dlatego wielokrotnie rosyjska wojna z Ukrainą jest nazywana pierwszą pełnowymiarową „wojną w mediach społecznościowych”. Niestety, niedostosowane do realiów regulaminy i praktyka działania najbardziej popularnych mediów społecznościowych powodują, że stały się one narzędziami sprzyjającymi dezinformacyjnej polityce Moskwy. Wydaje się, że Rosja zyskała potężnego sojusznika – Facebooka.

Wojna na media

Wojny od zawsze były motorem napędowym większości wynalazków, w tym m.in. przyczyniały się do rozwoju i doskonalenia technologii komunikacyjnych, takich jak radio podczas I wojny światowej, radar, tranzystor, a potem komputery podczas II wojny światowej oraz ARPANET, czyli prototyp współczesnego Internetu z końca lat 60. XX w., który zgodnie z intencją wynalaz-

ców miał przetrwać rosyjski atak nuklearny. Wraz z rozwojem nowych koncepcji propagandy i kampanii informacyjnych w XX wieku, [komunikacja ze społeczeństwem stała się zasadniczym elementem polityki państwa](#). Równocześnie na znaczeniu zyskały wynalazki związane z tą dziedziną.

Pierwszym konfliktem regularnie pokazywanym w telewizji była wojna wietnamska w latach 1955-1975. Kilkanaście lat później, podczas wojny w Zatoce Perskiej (1990-91), po raz pierwszy ruchome obrazy wojny były transmitowane w czasie rzeczywistym i jednocześnie na całym świecie. Telewizja CNN, która wynegocjowała z Saddamem Husajnem prawa do transmisji na żywo z Bagdadu, w tamtym czasie stała się jedynym prawdziwie globalnym źródłem informacji i obowiązkowym kanałem dla obywateli i przywódców państw. Wojna domowa w Syrii od 2011 r., ze względu na wysokie kompetencje cyfrowe Syryjczyków, jest z kolei uważana za „[najbardziej cyfrowo udokumentowaną wojnę w historii](#)”.

Natomiast wojna rosyjsko-ukraińska rozpoczęta w 2022 r. coraz częściej jest określana mianem „[pierwszej wojny w mediach społecznościowych](#)”, bo walczące strony mogą w nich na bieżąco publikować w sieci społecznościowej wysokiej jakości wideo-raporty z linii frontu z szybkim retweetowaniem lub udostępnianiem. Ponieważ każdy posiadacz smartphona może być „korespondentem wojennym”, to działania w mediach społecznościowych zwiększyły także możliwości przekazywania nieprawdziwych informacji i manipulacji informacją. Tym samym, media społecznościowe stały się kolejnym frontem, na którym rozgrywa się wojna. Frontem intensywnie i z powodzeniem wykorzystywanym przez Rosjan, np. [poprzez podszywanie się pod znane media](#) i rozpowszechnianie fałszywych lub hejterskich informacji. Szybkość przesyłania i rozprzestrzeniania informacji sprzyja dezinformacji i manipulowaniu opinią publiczną również poprzez kreatywne zarządzanie systemami sztucznej inteligencji. Jak wykazał [raport](#) Media Development Foundation (MDF), Rosjanie mają w tym niespodziewanego sojusznika. Od początku rosyjskiej inwazji, Meta, operator Instagrama i Facebooka, blokuje informacje z Ukrainy i utrudnia Ukraincom uzyskiwanie wiarygodnych informacji o przebiegu wojny.

Ani słowa o wojnie

Facebook jest [najczęściej używaną siecią społecznościową w Ukrainie](#). Według [danych Global Logic](#) na Facebooku zarejestrowanych jest 15,45 miliona Ukraińców, co odpowiada 58 procentom wszystkich ukraińskich internautów. W związku z popularnością tej sieci ukraińskie media od lat przeznaczają znaczną część swoich zasobów na dystrybucję treści na Facebooku. W przypadku mediów lokalnych i regionalnych, aż połowa ich odbiorców pozyskiwana jest właśnie za pośrednictwem Facebooka. Co za tym idzie, wydawcy, chcąc podkreślić znaczenie tego medium w swoich strategiach, inwestowali w reklamę i zatrudniali specjalistów ds. marketingu mediów społecznościowych (Social Media Marketing, SMM).

Od początku rosyjskiej inwazji w lutym 2022 r. zwiększyła się liczba niezależnych lokalnych wydawców publikujących na Facebooku i innych popularnych platformach internetowych. W konsekwencji, media społecznościowe stały się głównym źródłem informacji dla Ukraińców. Z założenia takie informacje z pierwszej ręki powinny być zweryfikowane, prawdziwe i w interesie publicznym dotkniętych społeczności. Niestety, oprócz działań rosyjskich trolli, uzyskanie wiarygodnych informacji o wojnie utrudniają nakładane przez Facebooka na większość ukraińskich

mediów ograniczenia. Według badań przeprowadzonych przez Media Development Foundation, Facebookowe strony ukraińskich mediów były demonetyzowane, a nawet odcinane od publikowania, tymczasowo lub na stałe, z powodu naruszenia określonych zasad. Innymi słowy, jeśli w treści artykułu znajdowały się słowa lub zwroty kluczowe, jak „batalion Azow” lub materiały filmowe z linii frontu, Facebook blokował publikowanie tych treści.

(Selektywna) polityka informacyjna

Z 59 przebadanych przez MDF ukraińskich stron internetowych, które informują o przebiegu wojny, aż 27 jest ograniczonych przez **Facebooka** i nie może dotrzeć do swoich docelowych odbiorców. Niektórzy wydawcy przez wiele miesięcy nie uzyskali informacji na czym polegało naruszenie. Wynika to z braku przejrzystej komunikacji ze strony zespołu wsparcia Facebooka, a także jasnych wytycznych nt. nieakceptowalnych w publikacjach treści. Zgodnie z [wypowiedzią Andrija Boborykina](#), jednego ze współautorów badania i dyrektora generalnego portalu Ukraińska Prawda, Meta (właściciel Facebooka) „nigdy nie podejmowała prób zidentyfikowania kluczowych kontrowersyjnych tematów i zapewnienia dodatkowych wskazówek dla wydawców, odnośnie do tego, jak traktować te tematy na ich platformie”.

Facebook rozróżnia dwa powody nałożenia sankcji wymierzonych w ukraińskie strony z lokalnymi wiadomościami. Jest to albo naruszenie praw autorskich albo publikowanie treści związanych z wojną określanymi jako „problematiczne” lub „drażliwe”. Zgodnie z ogólnymi zasadami "[standardów społeczności](#)", status strony może być przypisany do jednej z trzech kategorii: zielonej (bez naruszeń), żółtej (niektóre naruszenia), np. za publikację zdjęć zmarłych po masakrze w Buczy, lub czerwonej (znaczące naruszenia), np. za używanie w opisie posta słowa „orkowie”, które podkreślają brutalność i bezmyślność rosyjskich oddziałów atakujących Ukrainę. Zaawansowane [algorytmy Facebooka](#) wykrywają i usuwają zdecydowaną większość treści naruszających zasady, zanim ktokolwiek je zgłosi. Pierwszy etap weryfikacji treści rozpoczyna się od wykorzystania modeli uczenia maszynowego do rozpoznawania tego, co znajduje się na zdjęciu lub w tekście. Wyniki analizy są następnie wykorzystywane do tworzenia jeszcze bardziej szczegółowych modeli określających prognozy w zakresie osób i treści, np. pozwalające ocenić, czy w publikowanym materiale zawiera się mowa nienawiści lub drastyczne treści. Ostatecznie, to zespoły weryfikacyjne podejmują decyzję o usunięciu „szkodliwych” treści.

Zdaniem Boborykina to właśnie administratorzy stron są najsłabszym ogniwem systemu weryfikacji treści. Zbyt mała liczba zatrudnionych, a w konsekwencji przepracowanie administratorów, bez wiedzy o realiach wojny w Ukrainie, a także zbytne zawierzenie procedurom opartym na sztucznej inteligencji (AI) wpływa na nieregularną moderację treści.

Oszukać sztuczną inteligencję

Blokowanie niektórych treści ma związek nie tylko z tym, że Facebook wykorzystuje procesy oparte na sztucznej inteligencji i zatrudnia zbyt mało pracowników. Według [Felixa Karttego](#) z inicjatywy „Reset” na rzecz cyfrowej przejrzystości, Rosjanie są wyszkoleni w oszukiwaniu sztucznej inteligencji i manipulowania algorytmami. Sposób działania rosyjskich trolli jest prosty. Prosyjskie treści zalewane są falami polubień i pozytywnymi komentarzami. Natomiast treści pro-ukraińskie i krytykujące działania Rosji są zgłaszane jako naruszenia „standardów społeczności”.

Przykładowo, kiedy prezydent Ukrainy Wołodymyr Zełenski poinformował media o nalocie na szpital położniczo-dziecięcy w ukraińskim mieście Mariupol 9 marca, Rosjanie bombardowali Facebook informacjami zaprzeczającymi zniszczeniu szpitala i oskarżając Ukrainę o inscenizację incydentu. Jednocześnie zgłaszali, że publikowane przez Ukraińców informacje są nieprawdziwe i łamią zasady serwisu. Facebook zareagował z opóźnieniem i usunął wpisy dopiero, gdy o ich istnieniu [poinformowała agencja Reutera](#).

Wydaje się, że Facebook nie wyciągnął wniosków z błędów popełnianych w przeszłości, kiedy był oskarżany o szerzenie nienawiści i dezinformacji, a nawet [podsycanie ludobójstwa](#) muzułmanów Rohingya w Mjanmie. Zgodnie z [raportem](#) sporządzonym przez Business for Social Responsibility, Meta nie była świadoma własnego potencjału wyrządzania szkód i niewiele zrobiła, aby ustalić fakty w terenie. Równie słabo Facebook radzi sobie z [kryzysem treści wokół Ukrainy](#). Przykładowo, blokuje wezwania do przekazania darowizny na rzecz ukraińskiego wojska, ale nie wykrywa i nie blokuje na czas fałszywych kont podszywających się pod znane organizacje charytatywne.

Podsumowanie

Polityka informacyjna stworzona w Dolinie Krzemowej pomaga Rosjanom w rozpowszechnianiu dezinformacji, a dziennikarzom ukraińskim odbiera głos. Administratorzy Facebooka mają kilka dziesiąt sekund na podjęcie decyzji, czy post może zostać opublikowany, czy nie. Na co dzień mają do czynienia z obrazami przemocy, które zazwyczaj nie są zgodne z zasadami Facebooka. Innymi słowy, posty żyją lub umierają w zależności od szybkiej decyzji przepracowanego i nieświadomego sytuacji administratora. Taka sytuacja jest szczególnie tragiczna dla dziesiątek małych, lokalnych i regionalnych wydawców, którzy utracili możliwość publikowania ważnych dla Ukraińców informacji z pierwszej linii frontu.

[Martha Dark](#), dyrektorka Foxglove Legal, brytyjskiej grupy non-profit zajmującej się wymiarem sprawiedliwości, która zajmuje się kwestiami złego traktowania moderatorów treści na Facebooku, skomentowała, że „Pomimo swojej (Facebooka, przyp. aut.) wielkości i kolosalnych zysków, sytuacja na Ukrainie pokazała, że systemy Facebooka są całkowicie nieprzygotowane do radzenia sobie z totalną wojną informacyjną (...) Nikt nie mówi, że moderowanie strefy działań wojennych jest łatwym zadaniem. Trudno jednak pozbyć się wrażenia, że Facebook nie podejmuje poważnych wysiłków, aby zwiększyć skalę i naprawić moderację treści – ponieważ zrobienie tego pochłonęłoby jego marżę zysku”. Trudno się z tym nie zgodzić, kiedy z każdym nowym kryzysem Meta składa obietnice ulepszania swoich systemów i większego uwzględniania wszystkich kulturowych i językowych niuansów postów na całym świecie. W zeszłym roku firma przyjęła nawet poważnie brzmiącą [politykę dotyczącą praw człowieka](#), która koncentrowała się na tych kwestiach. Natomiast blokowanie ukraińskich wydawców jest dowodem na to, że praktyki publikacji na Facebooku się nie zmieniają. Nie ma także klarownych kryteriów blokowania i usuwania treści ani sprawnych mechanizmów ostrzegawczych, a na odpowiedź z Facebooka czeka się wielokrotnie miesiącami.

Prowadzi to do konkluzji, że media społecznościowe nie mogą być dłużej postrzegane wyłącznie jako kolejna platforma informacyjna. Wojna rosyjsko-ukraińska pokazuje, że współczesne konflikty ewoluują, wykorzystując powszechność mediów społecznościowych do wywierania wpływu na opinię publiczną. [Niektórzy znawcy mediów są zdania](#), że „aby mieć dostęp do rzetelnych informacji w tak gorącym czasie, najlepiej sięgnąć po pilota i włączyć telewizję”, bo tradycyjne media o wiele lepiej radzą sobie z weryfikacją faktów. Możliwe, że po części tak właśnie jest (choć przykładów nierzetelności „starych mediów” jest dużo), ale to tak jakby cofnąć rozwój mediów o co najmniej dwadzieścia lat. W dobie szybkiej informacji internetowej, tradycyjne media nie nadążają. Dlatego taki powrót do przeszłości mógłby być bolesny dla nas wszystkich.