

FACEBOOK ZABLOKOWAŁ BADANIA UNIWERSYTECKIE. TWIERDZI, ŻE CHODZI O PRYWATNOŚĆ

Facebook zablokował profile naukowców z Uniwersytetu w Nowym Jorku, którzy prowadzili badania dotyczące przejrzystości i obecności dezinformacji w reklamach dystrybuowanych na platformie – informują w środę media. Zdaniem badaczy, ich działalność jest przez Facebooka blokowana i wyciszana.

Koncern Marka Zuckerberga poinformował, że blokada kont badaczy ma związek z naruszeniem przez grupę naukowców warunków korzystania z serwisu, zabraniających masowego gromadzenia publicznie dostępnych danych (scrapingu) bez pozwolenia użytkowników, których dotyczą.

Naukowcy jednak odpierają te zarzuty i argumentują, że Facebook chce uciszyć ich działalność oraz zablokować prowadzone badania.

Na czym polegała praca naukowców?

Zespół NYU Ad Observatory, w którego skład wchodzi [zablokowani na Facebooku badacze](#), został powołany, by przeanalizować zjawiska towarzyszące reklamie politycznej na Facebooku, takie jak dezinformacja i polaryzacja. Grupa zajmuje się również badaniem tego, kto sponsoruje umieszczone na Facebooku reklamy polityczne i na jakiej podstawie trafiają do poszczególnych grup użytkowników. Według naukowców, ich praca ma duże znaczenie przede wszystkim dla **analizy dezinformacji politycznej ze względu na brak działań fact-checkingowych giganta wobec wypowiedzi polityków**.

W ramach swojej pracy zespół stworzył wtyczkę Ad Observer, która automatycznie gromadzi dane o reklamach politycznych na Facebooku, wyświetlanych osobom posiadającym aktywne rozszerzenie w swoich przeglądarkach. Ad Observer zbiera również informacje o sposobach targetowania przekazu politycznego, lecz – jak podkreślają twórcy rozszerzenia – robi to z poszanowaniem prywatności, nie gromadząc żadnych danych pozwalających na identyfikację poszczególnych osób (takich jak ID użytkownika na Facebooku, lista znajomych czy nazwa profilowa).

Dane z rozszerzenia trafiają następnie do publicznej bazy danych, z której mogą korzystać naukowcy i dziennikarze zajmujący się problematyką związaną z [reklamami politycznymi i dezinformacją na Facebooku](#).

Jak twierdzi zespół badawczy, który stworzył wtyczkę, dane przez nią gromadzone pomogły już ujawnić szereg nieprawidłowości, np. brak zgodności z zapisami regulaminowymi zobowiązujących polityków do otwartego deklarowania opłacania treści politycznych w serwisie. W oparciu o dane z Ad

Observera powstała również analiza dezinformacji wskazująca, że ta rozpowszechniana przez ugrupowania skrajnie prawicowe jest dla użytkowników dużo bardziej interesująca i klikalna, niż dezinformacja generowana przez centrystów czy obozy lewicowe.

Jakie informacje o reklamie politycznej oferuje Facebook?

Biblioteka Reklam Facebooka oferuje pewien zakres informacji na temat zamieszczanych na platformie ogłoszeń; według samego koncernu powstała po to, by rozwiać wątpliwości wokół przejrzystości biznesu reklamowego Facebooka.

W bibliotece nie znajdzie się jednak informacji o tym, na jakiej podstawie reklamy są targetowane na poszczególne grupy użytkowników. Facebook udostępnia je jedynie w ramach programu badawczego FORT, który sam kontroluje.

Według jednej z badaczek zaangażowanych w projekt nowojorskiej uczelni – Laury Edelson, **Facebook chce uciszyć w ten sposób niewygodnych naukowców i zablokować niezależne badania działań platformy.** Jak napisała w środę na Twitterze, liczba pokrzywdzonych blokadą kont naukowców to już kilkadziesiąt osób, które mają całkowicie zablokowaną możliwość kontynuowania swojego projektu badawczego. W rozmowie z agencją Bloomberg naukowczyni dodała, że jej zdaniem „najgorsze jest to, że Facebook wykorzystuje do uzasadnienia tej decyzji prywatność użytkowników”.

Zdaniem samego koncernu, [troska o prywatność użytkowników Facebooka jest zasadna](#), ponieważ – jak oceniła firma – rozszerzenie Ad Observer narusza ją, gromadząc dane od osób, które nie wyraziły na to zgody.

Pytania o dostępność projektów badawczych

Facebook zachowuje się ostrożnie – dostęp do danych użytkowników platformy niejednokrotnie został wykorzystany przez strony trzecie w złej wierze, **czego uczy np. skandal z firmą analityczną Cambridge Analytica w roli głównej.** Wykorzystała ona bez wiedzy i zgody użytkowników dane 87 mln osób korzystających z portalu Marka Zuckerberga, m.in. do celów marketingu politycznego w kampanii republikańskiego kandydata na prezydenta USA Donalda Trumpa w 2016 roku.

Po ujawnieniu afery w 2018 roku Facebook zmienił politykę dostępu do danych użytkowników w swoich usługach, zabraniając w praktyce ich wykorzystania przez strony trzecie i zostawiając drobne wyjątki dla uzasadnionych celów badawczych.

Według Facebooka, decyzja o blokadzie kont naukowców z Nowego Jorku jest słuszna i zgodna z wytycznymi, które w kwestii prywatności użytkowników portalu wyznaczyła Federalna Komisja Handlu USA.

Koncern podkreślił również, że wielokrotnie wcześniej współpracował z zespołem badaczy, dostarczając im dane o które prosili, a pierwsze ostrzeżenie o tym, że korzystają nieprawidłowo z platformy, wobec czego mogą zostać z niej wykluczeni, naukowcy mieli od firm otrzymać już w ub. roku.

Chcemy być także bliżej Państwa – czytelników. Dlatego, jeśli są sprawy, które Was nurtują; pytania, na które nie znacie odpowiedzi; tematy, o których trzeba napisać – zapraszamy do kontaktu. Piszcie do nas na: redakcja@cyberdefence24.pl. Przyszłość przynosi zmiany. Wprowadzamy je pod

hasłem #CyberIsFuture.



Reporterskie śledztwo o współczesnych metodach prowadzenia wojny informacyjnej

Sklep.Defence **24**

Fot. Reklama