

DEZINFORMÁCIE POČAS VOLIEB OHROZUJÚ ICH INTEGRITU, ALE POČAS PANDÉMIE NÁM IDE O ŽIVOT

Sociálne médiá pomáhajú tlačiť problematické naratívy do verejného priestoru



Volebné plagáty v uliciach Bratislavy. (Zdroj: SME - Marko Erd)

Je to už mesiac, čo sme si zvolili novú vládu, čiže sa môžeme s istým odstupom pozrieť na to, v čom boli tieto voľby iné ako predchádzajúce. Viacerí analytici sa zhodli, že fenoménom volieb bol facebook, a to aj napriek tomu, že šesťkrát viac ľudí si skôr zapne televíziu, aby si pozreli večerné správy. Originálni a autentickí politici sú v kurze a keď ešte vedia naplno využiť studnicu možností, ktoré v súčasnosti facebook ponúka, výsledok sa dostaví. Napríklad videá, či už profesionálne, alebo podomácky vyrobené, ktoré aj prostredníctvom cielenej politickej reklamy na sociálnej sieti videli tisícky ľudí. Takmer tretina z nás si pozrela dnes už pamätné video z Cannes, v ktorom Igor Matovič dokázal veľmi jednoducho a presne pomenovať to, čo ľudia chceli počuť. Zdá sa, že práve v Cannes sa rozbehol k mohutnému finišu, aký nemá v kontexte našich volieb obdobu, keď za mesiac dokázal prešprintovať všetkých protivníkov a presvedčiť neveriteľných 16 percent ľudí. A to všetko aj vďaka facebooku. Presný vplyv sociálnych médií na volebný výsledok sa zistiť nedá, ale s istotou vieme, že kampaň bez sociálnych médií je v súčasnosti nepredstaviteľná.

Toxický odpad

Sociálne médiá na čele s facebookom však okrem priamej komunikácie a efektívnej mobilizácie priniesli do volieb aj niečo iné. Odstránili všetky filtre a bariéry, aby nám do politického diskurzu vpustili toxický odpad v podobe antisystémových a dezinformačných naratívov. A keďže princíp fungovania facebooku sa odvíja skôr od kvantity, čiže počtu interakcií, ako od kvality, čím viac sú podobné naratívy populárne, o to väčšia je šanca, že preniknú do verejného priestoru. Hoci sa podobné extrémistické prejavy či názory dostávali do politického diskurzu aj v minulosti, ich nositeľmi boli väčšinou extrémistické alebo ultraradikálne strany, pričom médiá upozorňovali na nebezpečenstvo jednoduchých riešení na zložité problémy. S rastúcim vplyvom sociálnych médií však intenzívne narastá aj šírenie klamlivého, manipulačného či propagandistického obsahu, ktorý nepodlieha novinárskym štandardom.

Podľa databázy Blbec.online je u nás aktuálne vyše 1500 zdrojov, ktoré šíria takýto obsah na facebooku. Toto číslo však nezahrňa súkromné facebookové skupiny, ktorých je neúrekom a ktoré vytvárajú veľmi špecifické názorové bubliny. Monitoring otvorených facebookových skupín pred voľbami poukazuje, že až v 20 percentách príspevkov týchto skupín prevládali konšpirácie a alarmujúce správy o možnom zasahovaní do volieb.

Preberanie slovníka antisystému

Počas posledných volieb sa ani štandardné politické strany neštítali prevziať problematiku naratívov v snahe zabojsť o antisystémového voliča. Prispeli tak k legitimizácii a štandardizácii pojmov ako „zlo z Istanbulu“, „dženderizmus“ či „ultraliberálny fašizmus“, ktoré prichádzali z dezinformačných webových stránok alebo facebookových skupín. Prenikanie antisystému do mainstreamu však nie je slovenské špecifikum, ide o trend, ktorý v posledných rokoch sledujeme vo viacerých krajinách. V roku 2017, teda rok po brexite a Trumpovom víťazstve, stáli v Holandsku proti sebe vo voľbách liberál Mark Rutte a xenofób Geert Wilders. Hoci Rutte vyšiel z volieb nakoniec víťazne, bol nútený prejavovať aj svoju tvrdú stránku. V reakcii na nacionalistickú a protimoslimskú kampaň Wildersa vyzval tých, čo sa nevedia prispôbiť, aby z Holandska odišli.

Wilders, ktorý pripomínal Trampa používaním twitteru, síce skončil v izolácii na druhom mieste, ale tému migrantov sa mu podarilo pretlačiť do mainstreamovej politickej debaty. Spoločným menovateľom v oboch prípadoch sú sociálne médiá, ktoré pomáhajú tlačiť problematiku naratívov do verejného priestoru.

Chromá kačka

Čo však robí facebook, aby obmedzil šírenie klamlivého a problematického obsahu na svojej sociálnej platforme? Bohužiaľ, stále veľmi málo. A to aj napriek tomu, že spolu s ďalšími platformami podpísal Kódex postupov proti šíreniu dezinformácií EÚ a zaviedol nové pravidlá s cieľom zvýšiť transparentnosť politickej reklamy. Ako však dokazuje aj náš volebný monitoring, problémy s vymáhaním a implementovaním vlastných pravidiel pretrvávajú. Je napríklad veľa slovenských facebookových stránok, ktoré sa snažia vystupovať ako nezávislé spravodajské weby, hoci majú zjavné prepojenia na konkrétne politické strany a počas volieb sa aktívne zapájali do politickej kampane.

Hoci sedem stránok, ktoré takýmto spôsobom podporovali [LSNS](#), facebook tesne pred voľbami zablokoval, ich administrátori si na druhý deň vytvorili nové stránky a pokračovali vo svojich aktivitách. Ďalším problémom je nahlasovanie problematického obsahu, ktorý porušuje pravidlá, pričom proces rozhodovania, či zmazať, alebo ponechať takýto obsah, je neprehľadný. Napríklad

nahlásenie falošných účtov a botov a ich zablokovanie trvá v najlepšom prípade mesiace a mnohé takéto účty nakoniec bez problémov fungujú ďalej.

Dôvera je kľúčová

V posledných týždňoch sme svedkami toho, že problematický obsah sa na facebooku nešíri len počas volieb, ale aj počas prebiehajúcej pandémie. Hoci šírenie hoaxov počas volieb môže negatívne ovplyvniť ich integritu, v súvislosti s [koronavírusom](#) môže mať aj smrteľné následky. Aj preto apelujeme na spoločnosť Facebook, aby zlepšila vymožitelnosť svojich pravidiel a aby dokázala promptnejšie a efektívnejšie odstraňovať problematický obsah. Vznik nezávislého fact-checkera je krok správnym smerom. Je tiež dôležité, aby sa zodpovedne správali aj politici a nezneužívali súčasnú situáciu na politické ciele. V čase pandémie je vysoká dôvera a trpezlivosť našich občanov kľúčová, nemusí však trvať večne.

Článok bol publikovaný 1. apríla 2020 ako spoločný komentár s [Globsecom](#) na stránke [SME](#).