



PISM | POLSKI INSTYTUT SPRAW MIĘDZYNARODOWYCH
THE POLISH INSTITUTE OF INTERNATIONAL AFFAIRS

BIULETYN

Nr 10 (1452), 27 stycznia 2017 © PISM

Redakcja: Sławomir Dębski (dyrektor PISM) • Rafał Tarnogórski (redaktor prowadzący)
Katarzyna Staniewska (sekretarz redakcji)
Karolina Borońska-Hryniewiecka • Anna Maria Dynier • Patryk Kugiel
Sebastian Płóciennik • Patrycja Sasnal • Marcin Terlikowski • Tomasz Żornaczuk

Ku większej kontroli mediów internetowych: niemieckie wnioski po kampanii prezydenckiej w USA

Miłosława Fijałkowska

Przebieg wyborów prezydenckich w Stanach Zjednoczonych pokazał, że walka o głosy wyborców prowadzona za pomocą mediów społecznościowych umożliwia szybsze rozprzestrzenianie fałszywych informacji, propagandy i dezinformacji. W zbliżającej się kampanii wyborczej w Niemczech może wystąpić podobny scenariusz. By temu zapobiec, rząd niemiecki zamierza podjąć działania prewencyjne, jednak wobec nowych form internetowego zagrożenia mogą się one okazać niewystarczające.

Na amerykańską kampanię wyborczą silnie wpłynęła działalność „trolli” internetowych oraz aktywność w mediach społecznościowych takich jak Facebook i Twitter. Do rozpowszechniania fałszywych informacji (*fake news*), „lajkowania” i szerzenia propagandy wykorzystywano boty – specjalne programy komputerowe, podszywające się w internetowych aplikacjach pod prawdziwych użytkowników. W kampanii uaktywniły się też media i portale oferujące treści radykalne, m.in. TheBlaze.com, DrudgeReport, Newsmax.com oraz portal alternatywnej prawicy Breitbart News, znany z ostrej retoryki. Z kolei portal WikiLeaks kilkakrotnie publikował wykradzione przez hakerów dokumenty działające na niekorzyść kandydatki Demokratów.

Przebiegowi kampanii i metodom jej prowadzenia w USA przyglądano się w innych państwach, w których wkrótce odbędą się wybory, szczególnie w Niemczech. Jesienią 2017 r. wybrani zostaną posłowie do Bundestagu. Niemiecki rząd nie chce powtórzenia amerykańskiego modelu kampanii, dlatego zamierza temu zapobiegać, m.in. ściślej kontrolować media społecznościowe.

Bariery dla propagandy w mediach społecznościowych. W Niemczech zasięg mediów społecznościowych jest zdecydowanie mniejszy niż w Stanach Zjednoczonych. 21% Amerykanów jest użytkownikami Twittera, a blisko 60% – Facebooka, podczas gdy w Niemczech Twittera używa niecałe 15% obywateli, a Facebooka – niecałe 30% (wg portalu Statista.de). Tymczasem to właśnie portale społecznościowe są kluczowe w strategiach politycznych ruchów ekstremistycznych i partii radykalnych w Niemczech, jak ocenia organizacja Jugendschutz, zajmująca się m.in. monitorowaniem w internecie politycznego ekstremizmu i treści karalnych, szczególnie zagrażających młodzieży.

Mniejsza jest też siła oddziaływania partii antysystemowych. Poparcie dla skrajnie prawicowych partii, jak Alternatywa dla Niemiec (AfD), jest dużo mniejsze niż w innych krajach europejskich. Głosząca antyimigranckie, antyislamskie, antyunijne i antynatowskie hasła AfD zdobyła wprawdzie miejsca w 10 landtagach w wyborach regionalnych i według ogólnokrajowych sondaży dociera do ok. 12% wyborców, co plasuje ją na czwartym miejscu w sondażach poparcia dla partii politycznych. Jest to jednak wynik zdecydowanie gorszy niż holenderskiej Partii na rzecz Wolności czy francuskiego Frontu Narodowego, prowadzących w sondażach we własnych krajach.

Kolejną tamą dla agresywnej propagandy są prawne restrykcje dotyczące wolności słowa, znacznie surowsze w Niemczech niż w USA. Ustęp 130 kodeksu karnego daje możliwość wymierzenia kary od 3 miesięcy do 5 lat osobie, która podlega do nienawiści wobec innej osoby bądź grupy osób ze względu na narodowość, pochodzenie, etniczność, religię lub nawołuje wobec nich do przemocy, również w internecie. W lipcu 2016 r. policja kryminalna w 14 landach wkroczyła do mieszkań ponad 60 osób. Były one podejrzane o zamieszczanie rasistowskich komentarzy, gróźb i wezwań do nienawiści wobec cudzoziemców. Około 40 przypadków dotyczyło publikowania postów o treściach rasistowskich i propagowania nazizmu na Facebooku. Niemieccy użytkownicy internetu mogą zatem za swoją działalność zostać ukarani. Przepisy nie obejmują jednak zjawisk takich jak dezinformacja, *fake news* czy aktywność botów.

Kontrola nad internetem. Niemiecki rząd zamierza przeciwdziałać zagrożeniom w internecie. Na początku 2017 r. służby mają przedstawić konkretne propozycje działań w tym zakresie. Odpowiedzią Federalnego Ministerstwa Spraw Wewnętrznych na zagrożenie atakami hakerskimi jest nowa strategia cyberbezpieczeństwa. Oprócz udoskonalenia dotychczasowych technik obrony przed cyberatakami, przewiduje ona powołanie mobilnych sił szybkiego reagowania w ramach Federalnego Urzędu Bezpieczeństwa Technik Informatycznych (BSI), policji federalnej, wywiadu i kontrwywiadu. Specjalna jednostka złożona z ekspertów w dziedzinie technologii informacyjnych będzie zdolna m.in. do przeprowadzenia kontrataków na zagraniczne serwery.

Jeśli chodzi o media społecznościowe, wśród przewidywanych narzędzi jest, po pierwsze, szybsze usuwanie karalnych treści. Już pod koniec 2015 r., po przypadkach hejtu i propagandy w mediach społecznościowych w trakcie kryzysu migracyjnego, rząd porozumiał się z przedstawicielami mediów społecznościowych w sprawie kontroli zamieszczanych w nich treści. Uzgodniono, że zgłoszone administratorom karalne wpisy będą usuwane w ciągu 24 godzin. Facebook tylko w sierpniu 2016 r. usunął 100 tys. postów zawierających mowę nienawiści. W praktyce okazało się, że usuwanie treści nie zawsze jest tak szybkie, jak powinno. Świadczy o tym przypadek polityk partii Zielonych Renate Künast. Pomimo błyskawicznej interwencji fałszywy wpis pod jej zdjęciem, dotyczący Afgańczyka podejrzanego o zabójstwo studentki we Freiburgu, krążył na Facebooku kilka dni. Szef frakcji SPD Thomas Oppermann zaproponował wprowadzenie kar finansowych dla właścicieli mediów społecznościowych (nawet 500 tys. euro) za nieusunięcie w ciągu 24 godzin fałszywych informacji i wzywających do nienawiści komentarzy.

Drugie narzędzie to wymiana informacji między mediami społecznościowymi i ich większa odpowiedzialność. Niemcy domagają się od właścicieli tych portali inicjatywy zwalczania *fake news*, podobnej do tej z początku grudnia 2016 r. Wtedy to Facebook, YouTube, Microsoft i Twitter podpisały porozumienie w sprawie wymiany informacji o brutalnych, ekstremistycznych zdjęciach i filmach wideo. Dzięki tej współpracy znajdowanie i usuwanie treści zawierających propagandę terrorystyczną ma być szybsze i skuteczniejsze.

Trzecim narzędziem jest walka z dezinformacją. Minister spraw wewnętrznych Thomas de Maizière poinformował o zamiarze utworzenia centrum do walki z dezinformacją i zwalczania fałszywych informacji w internecie, które podlegałoby Federalnemu Urzędowi Prasowemu. Politycy CDU postulują dodatkowo wprowadzenie przepisów prawnych umożliwiających karanie za dezinformację, której celem jest „destabilizacja państwa”.

Narzędzie czwarte to odpowiedzialność polityków. Przedstawiciele wszystkich partii w Bundestagu zadeklarowali, że podczas kampanii nie będą posługiwać się *fake news* i manipulować informacjami. Politycy SPD zaproponowali nawet, by partie polityczne podpisały stosowne zobowiązanie. CDU poinformowała natomiast, że zamierza stworzyć zespół szybkiego reagowania na fałszywe informacje w internecie.

Najtrudniejsza kampania wyborcza w historii zjednoczonych Niemiec. Niemcy zamierzają przeciwdziałać wypaczeniom w najbliższej kampanii wyborczej. Planowane rozwiązania prawne i większa aktywność służb mogą w tym zdecydowanie pomóc, jednak poza kontrolą pozostają przede wszystkim działania „z zewnątrz”, zwłaszcza z Rosji. Chodzi o ataki hakerskie, jak te z 2015 r., kiedy nastąpiło włamanie do sieci komputerowej Bundestagu. Wykradziono wówczas poufne informacje, które mogą zostać upublicznione w okresie kampanijnym. Zapowiedzią tego było choćby ostatnie ujawnienie przez WikiLeaks protokołów z pracy komisji śledczej Bundestagu ds. amerykańskiej Agencji Bezpieczeństwa Narodowego (NSA).

W Niemczech istnieje również ryzyko zamachów terrorystycznych, które natychmiast zostaną wykorzystane do propagandy przez środowiska antysystemowe. Potwierdziły to reakcje polityków AfD na grudniowy zamach na jarmark bożonarodzeniowy w Berlinie. Zaledwie godzinę po tym wydarzeniu politycy partii, nie znając jeszcze faktów, zamieszczali na Twitterze i Facebooku pełne nienawiści wpisy, w których obwiniali uchodźców i obarczali kanclerz Angelę Merkel odpowiedzialnością za ofiary. Krótko po zamachu zarząd partii przyjął także strategię działań podczas najbliższej kampanii. AfD zobowiązuje się w niej do „właściwego” według niej informowania niemieckiego społeczeństwa o kwestiach „niewygodnych” dla obecnej koalicji rządzącej.

Działania niemieckiego rządu i bariery mediów społecznościowych nie mogą zapobiec ingerowaniu w najbliższą kampanię, a jedynie je ograniczyć. Najprawdopodobniej wystąpią próby manipulacji i propagandy czy ataki hakerskie, dlatego Niemcy muszą przygotować się na kampanię inną niż dotychczasowe – zapewne najtrudniejszą w swojej historii.