

GOOGLE I FACEBOOK INWESTUJĄ MILIONY DOLARÓW W BADANIA NAD NOWYMI TECHNOLOGIAMI. SĄ WĄTPLIWOŚCI

Google, Facebook, Microsoft i Amazon wydają dziesiątki milionów dolarów na finansowania naukowców i badań ściśle związanych z ich modelem biznesowym – donosi napisał brytyjski tygodnik „New Statesman”. To stwarza problem etyczny, ponieważ przedmiot badań jest również często ich głównym fundatorem.

W ciągu ostatnich pięciu lat sześć wiodących ośrodków badawczych w Unii Europejskiej pozyskało dziesiątki milionów dolarów od [Google'a](#), [Facebooka](#), Amazona i Microsoftu na badania problemów związanych z modelami biznesowymi firm technologicznych, od [ochrony prywatności i danych](#) po etykę sztucznej inteligencji i konkurencję na rynkach cyfrowych.

Na przykład Instytut Etyki Sztucznej Inteligencji na Monachijskim Uniwersytecie Technicznym otrzymał w 2019 r. grant od Facebooka w wysokości 7,5 mln dolarów (29 mln złotych) na sfinansowanie pięciu lat badań, a Instytut badań Internetu i Społeczeństwa im. Humboldta w Berlinie przyjął prawie 14 mln euro (64 mln złotych) od Google'a od momentu założenia w 2012 r. Technologiczny gigant odpowiada za jedną trzecią finansowania zewnętrznego instytutu.

„New Statesman” znalazł dowody na to, że niektórzy wysoką rangą badacze nie ujawniają swojego finansowania. Inni z kolei ostrzegają, że rosnąca zależność od finansowania z branży rodzi pytania o to, w jaki sposób firmy technologiczne wpływają na debatę na temat etyki rynków, które stworzyły.

„Te firmy nie próbują wymazać wszelkiej krytyki, próbują za to wzmocnić tę krytykę, która im bardziej odpowiada – krytykę, z którą mogą żyć” - powiedział naukowiec chcący zachować anonimowość.

„Podobnie jak przemysł tytoniowy w latach siedemdziesiątych, firmy Big Tech rozwija się wraz z tworzeniem niepewności co do wpływu swoich produktów i modelu biznesowego. Jednym ze sposobów, w jaki to robią, jest utrzymywanie grup przyjaznych sobie badaczy, którzy zgodnie z oczekiwaniami powtarzają problemy firm Big Tech, co przydaje im powagi w oczach prawodawców” - pisze magazyn.

„New Statesman” zwraca również uwagę, że część badaczy sponsorowanych przez branżę doradza lub doradzało np. Komisji Europejskiej czy rządowi brytyjskiemu, jak na przykład profesor filozofii i etyki informatycznej Luciano Floridi z Oksfordzkiego Instytutu Internetu, „jeden z najlepiej ustosunkowanych ekspertów w dziedzinie polityki technologicznej w Europie, a także jeden z najlepiej finansowanych”.

W zeszłym roku Floridi nadzorował i był współautorem badania, które wykazało, że niektóre alternatywne i komercyjne wyszukiwarki podawały użytkownikom więcej błędnych informacji na temat

opieki zdrowotnej niż Google. Autorzy badania nie ujawnili żadnych powiązań finansowych, pomimo wieloletnich związków Floridiego z Google.

Jeden z naukowców wypowiadających się pod warunkiem zachowania anonimowości zauważył, że "centra +miękkich pieniędzy+, takie jak Oksfordzki Instytut Internetu, wywierają silną presję na pracowników, by szukali zewnętrznych źródeł finansowania, ponieważ nie prowadzą programów nauczania wystarczających do pokrycia kosztów utrzymania personelu".

Naukowcy z instytucji finansowanych przez Big Tech powiedzieli "New Statesman", że nie odczuwają żadnej zewnętrznej presji, by być mniej krytycznymi wobec dobroczyńców uczelni w swoich badaniach.

Anonimowa osoba powiedziała jednak, że firmy zazwyczaj rozpoznają bezkrytycznych naukowców – najlepiej tych z powiązaniem politycznymi – którzy być może już popierali przekonania zgodne z linią Big Tech.

Google podkreślił współpracę z przychylnymi naukowcami jako kluczowy cel w swojej strategii, ujawnionej w październiku 2020 r., w celu lobbowania na rzecz unijnej ustawy o rynkach cyfrowych (Digital Markets Act) – szeroko zakrojonego ustawodawstwa, które może poważnie podważyć dominację rynkową gigantów technologicznych.

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.



Fot. Reklama