

ΕΝΑ ΘΕΤΙΚΟ ΒΗΜΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ

Συνεργασία Twitter και GARM για digital και brand safety

Το digital safety αποτελεί παγκόσμια θέμα μείζονος σημασίας. Κι αυτό γιατί ξεπερνά το στενό πλαίσιο του brand safety, της προστασίας δηλαδή των μαρκών από το να βρεθεί η επικοινωνία τους δίπλα σε επιβλαβές περιεχόμενο και να πληγεί η φήμη τους και επεκτείνεται στο societal safety, στην προστασία δηλαδή των χρηστών από επιβλαβές περιεχόμενο. Ο ΣΔΕ θεωρεί ότι η βελτίωση της ασφάλειας στο διαδίκτυο είναι κρίσιμη για την προστασία του ψηφιακού οικοσυστήματος. Για το λόγο αυτό αναπτύσσει δράσεις από το 2019, ενώ είναι από το 2021 μέλος της **Global Alliance for Responsible Media (GARM)**, της παγκόσμιας διακλαδικής συμμαχίας για το digital safety. Η GARM έχει στόχο τη διαμόρφωση πρωτοκόλλων, εργαλείων, πρακτικών και λύσεων για την ενίσχυση του digital safety, καθώς και τον περιορισμό της διάθεσης και της εκμετάλλευσης (monetization) επιβλαβούς περιεχομένου στο διαδίκτυο.

Συνάντηση μετά την εξαγορά του Twitter

Στο πλαίσιο αυτό, εκπρόσωποι της GARM συναντήθηκαν στα τέλη του 2022 με τη νέα ηγεσία του **Twitter**, τον **Έλον Μασκ**, με σκοπό την ενίσχυση της ψηφιακής ασφάλειας στη δημοφιλή πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης. Μετά την πρόσφατη εξαγορά του Twitter από τον δισεκατομμυριούχο επιχειρηματία και διάφορες αποφάσεις που μοιράστηκε με τους ακολούθους του μέσω tweets, διατυπώθηκαν εύλογα αναρίθμητες ανησυχίες σχετικά με θέματα ασφάλειας και πολλοί ήταν εκείνοι που αμφισβήτησαν ευθέως τη δυνατότητα της πλατφόρμας να παρέχει αξιόπιστο και κυρίως ασφαλές ψηφιακό περιεχόμενο. Ωστόσο, η συνάντηση της GARM με τον Έλον Μασκ ήρθε για να καθησυχάσει την παγκόσμια αγορά. Η GARM διατύπωσε τις ανησυχίες του κλάδου μετά την εξαγορά, ενώ δεν παρέλειψε να τονίσει τις προη-

γούμενες δεσμεύσεις του Twitter αναφορικά με το brand safety, τους ορισμούς, τα μέτρα και τα εργαλεία που χρησιμοποιούνταν στο παρελθόν με σκοπό την ανεξάρτητη επαλήθευση των δημοσιευθέντων στη δημοφιλή πλατφόρμα. Αποτέλεσμα της συνάντησης που πραγματοποιήθηκε την 1η Δεκεμβρίου 2022, ήταν η δέσμευση της πλατφόρμας να συνεργαστεί με την GARM για να ενδυναμώσει τα μέτρα περί brand safety που υπάρχουν σήμερα, αλλά και να αναπτύξει έναν οδικό χάρτη για περαιτέρω βελτιώσεις στο μέλλον εντός ενός αμοιβαία αποδεκτού χρονοδιαγράμματος.

Τα επόμενα βήματα

Στη συνάντηση συμφωνήθηκαν τα ακόλουθα βήματα, προκειμένου να διασφαλιστεί η ψηφιακή ασφάλεια των brands: • Με σκοπό τη διασφάλιση της δέσμευσης του Twitter να μην εκμεταλλεύεται μη ασφαλές περιεχόμενο, εγκρίθηκε η δημιουργία αλγορίθμου που θα εξετάζει το περιεχόμενο προκειμένου να αποφευχθεί η πιθανότητα σφαλμάτων στην πλατφόρμα και να διασφαλιστεί έτσι η ασφάλεια των διαφημίσεων. • Προκειμένου να εμποδιστεί κάθε πιθανότητα παρουσίασης επιβλαβούς περιεχομένου στους χρήστες και να διασφαλιστεί πως το Twitter είναι μια ασφαλής πλατφόρμα για την παρουσίαση των brands, αποφασίστηκε η δημιουργία ενός προγράμματος social listening, που θα κατασκευαστεί από τρίτη ανεξάρτητη εταιρεία, αλλά θα το «τρέχει» το Twitter τακτικά, παρέχοντας ωστόσο στην τρίτη αυτή εταιρεία αυξημένη πρόσβαση σε δεδομένα με σκοπό τον έλεγχό τους. • Για να αυξηθεί η διαφάνεια στο Twitter και προκειμένου να αυξηθεί το επίπεδο ασφάλειας της πλατφόρμας ώστε να μπορεί να φιλοξενεί διαφημίσεις, το Twitter αποφάσισε να δημοσιοποιεί εκθέσεις διαφάνειας κάθε εξάμηνο, σε συντονισμό με τις εκθέσεις συγκεντρωτικών μετρήσεων (Aggregated Measurement Report)



Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

της GARM. • Προκειμένου να αυξηθεί η ασφάλεια για τους διαφημιζομένους, αποφασίστηκε η δημιουργία ψηφιακών εργαλείων που με τη βοήθεια αλγορίθμων θα εξετάζουν το περιεχόμενο κάθε καμπάνιας, προκειμένου να επιβεβαιώνεται πως συμφωνεί με τις αρχές της διαφάνειας και του ασφαλούς περιεχομένου, εργαλεία που θα σχεδιαστούν έχοντας ως πρότυπο τις κατηγορίες περιεχομένου της GARM. Παράλληλα, δρομολογήθηκε η δημιουργία εργαλείου targeting που θα βασίζεται στα αντίστοιχα εργαλεία που έχει αναπτύξει κατά καιρούς η GARM για τον ίδιο σκοπό. • Τέλος, με σκοπό την πιστοποίηση του brand safety και της αποτελεσματικότητάς του μέσω ανεξάρτητων ελεγκτικών φορέων που ευθυγραμμίζονται ωστόσο με τον κλάδο, το Twitter αποφάσισε να συνεχίσει τις συνομιλίες του με το Media Ratings Council (MRC), όπου με βάση ένα αυστηρό χρονοδιάγραμμα θα αποφασιστούν τα βήματα για την Πιστοποίηση Ασφάλειας Περιεχομένου.

Συνεργασία για περισσότερη διαφάνεια και μεγαλύτερη ψηφιακή ασφάλεια

Το Twitter ήδη επεξεργάζεται τα παραπάνω βήματα μετά τη συνάντηση με την GARM, ενώ το χρονοδιάγραμμα για κάθε βήμα ξεχωριστά έχει αναρτηθεί στο site της WFA μέσω του blog της GARM. Αξίζει να σημειωθεί πως οι ομάδες του Twitter και της GARM συνεργάζονται στενά με σκοπό την από κοινού εξεύρεση λύσεων τόσο όσον αφορά τη βιωσιμότητα του κλάδου, όσο και την προσαρμογή στα νέα δεδομένα. Τις εξελίξεις αυτές παρακολουθεί και ο ΣΔΕ, επισημαίνοντας την ανάγκη για περισσότερη διαφάνεια και μεγαλύτερη ψηφιακή ασφάλεια στις κοινωνικές πλατφόρμες προς όφελος των brands, των καταναλωτών, της κοινωνίας και της ίδιας της βιομηχανίας των Μέσων.