

„Facebook” zakazuje nienawiści w reklamach

28 czerwca 2020

Mark Zuckerberg, szef Facebooka, powiedział w piątek, że firma zakazuje mowy nienawiści w reklamach zamieszczanych w sieci społecznościowej, a także będzie oznaczać publikacje, które mogą być godne uwagi i mogą być cenne dla interesu publicznego, ale naruszają politykę firmy.

„Rozszerzamy nasze zasady reklamowe, aby zabraniać twierdzeń, że osoby określonej rasy, pochodzenia etnicznego, narodowości, przekonań religijnych, kasty, orientacji seksualnej, tożsamości płciowej lub statusu imigracyjnego stanowią zagrożenie dla bezpieczeństwa, zdrowia lub egzystencji innych osób” – napisał Zuckerberg na „Facebooku”.

Facebook rozszerza również swoją politykę, aby lepiej chronić migrantów, uchodźców i osoby ubiegające się o azyl przed reklamami, które mówią, że są gorsi od innych grup ludzi lub okazują im pogardę i obrzydzenie.

Zuckerberg zwrócił również uwagę, że czasami Facebook nie usuwa treści naruszających zasady mediów społecznościowych, jeśli wartość dla interesów publicznych przewyższa ryzyko szkody.

„Często oglądanie tego, co mówią politycy, leży w interesie publicznym, i podobnie jak media, które informują o tym, co powiedzą politycy, uważamy, że ludzie powinni móc to zobaczyć na naszych platformach. Wkrótce zaczniemy zaznaczać niektóre treści, których nie usuwamy, ponieważ zasługują na uwagę, a ludzie będą mogli zobaczyć, kiedy to nastąpi” – napisał.

Wcześniej Narodowe Stowarzyszenie na Rzecz Postępu Ludności Kolorowej (NAACP), Organizacja Ochrony Praw Obywatelskich Color of Change, United States Anti-Defamation League (ADL) i

inni obrońcy praw człowieka wezwali firmy do zaprzestania publikowania reklam na Facebooku w lipcu, aby zaprotestować przeciwko braku regulacji takich treści.

W piątek firma North Face ogłosiła, że nie będzie publikować reklam na Facebooku z powodu „postów z nienawiścią, przemocą i rasizmem” w sieci społecznościowej. Później jeden z największych amerykańskich operatorów telekomunikacyjnych Verizon Communications Inc dołączył do bojkotu, porzucając reklamy na Facebooku i Instagramie. Podobne oświadczenie złożyła firma Unilever.

Źródło: pl.SputnikNews.com