

## CO Z ZAKAZEM REKLAM POLITYCZNYCH NA FACEBOOKU? AMERYKAŃSCY POLITYCY KRYTYKUJĄ ZASADY PLATFORMY

---

Facebook rozważa wprowadzenie zakazu reklam politycznych przed zbliżającymi się wyborami prezydenckimi w Stanach Zjednoczonych. Doniesienia o planowanych zmianach w funkcjonowaniu platformy wywołały burzliwą debatę na temat słuszności nowej strategii koncernu Marka Zuckerberga. „Zakaz reklam nie jest prawdziwym rozwiązaniem problemu dezinformacji” – apeluje środowisko polityczne.

Możliwość wprowadzenia zakazu reklam politycznych jest silnie dyskutowana wewnątrz firmy. W ten sposób platforma chce ochronić użytkowników przed wprowadzającymi w błąd treściami dotyczącymi wyborów prezydenckich. Z drugiej jednak strony pojawiają się głosy, że ich zablokowanie może mieć negatywny wpływ na kampanie kandydatów. Część ekspertów uważa, że radykalna polityka Facebooka sprawi, że sztaby rywali w wyścigu o fotel prezydenta będą miały ograniczoną możliwość reagowania na najnowsze wydarzenia w ramach social mediów, które są najszybszym kanałem komunikacji ze społeczeństwem – donosi agencja Bloomberg.

Wprowadzenie zakazu byłoby dużą zmianą dla Facebooka, który jak dotąd kierował się zasadą nieingerencji w reklamy polityczne. Takie podejście umożliwiło prowadzenie kampanii dezinformacyjnych oraz innych złośliwych treści w ramach popularnej platformy.

W tym miejscu warto przypomnieć, że przeciwnicy polityki Facebooka wskazują, iż firma nie robi wystarczająco wiele, aby ograniczyć złośliwe działania, które bezpośrednio oddziałują na użytkowników.

Facebook jest bardzo ważną platformą dla polityków i ich sztabów, zwłaszcza w czasie pandemii koronawirusa, gdy wiele osób zostało zmuszonych pozostać w domu. Obecny kryzys utrudnia również prowadzenie tradycyjnej kampanii wyborczej, ponieważ wielu obywateli obawia się tradycyjnych wieców, które mogą stanowić potencjalne zagrożenie dla zdrowia. W związku z tym znaczenie mediów społecznościowych jest ogromne – informuje Bloomberg.

Social media posiadają ogromną siłę oddziaływania na społeczeństwo, co skutecznie wykorzystał podczas ostatniej kampanii prezydenckiej Donald Trump. W 2016 roku obecnie sprawujący urząd prezydent użył reklam na Facebooku, aby w ten sposób dotrzeć do milionów wyborców. Wielu ekspertów uważa, że to właśnie dzięki tej strategii odniósł sukces.

Alex Stamos, były dyrektor ds. bezpieczeństwa Facebooka, podkreślił, że każdy zakaz dotyczący reklam politycznych w ramach mediów społecznościowych może przynieść korzyść Donaldowi Trumpowi. „Wylimitowanie internetowych reklam politycznych przynosi korzyści tylko tym, którzy mają pieniądze lub możliwości uzyskania informacji w mediach” – czytamy w jednym z twittów

eksperta. Jak zaznaczył, reklamy polityczne stanowią wyłącznie niewielką część przychodów dla Facebooka.

I'll say the same thing I did when Twitter made this move:

1) Political ads are a tiny part of FB's revenue and a huge PITA

2) Eliminating online political ads only benefits those with money, incumbency or the ability to get media coverage. Who does that sound like? <https://t.co/PmpASmU1YL>

— Alex Stamos (@alexstamos) [July 10, 2020](#)

Politycy Partii Demokratycznej szybko skrytykowali pomysł tymczasowego ograniczenia reklam politycznych w ramach platformy. Rob Flaherty, przedstawiciel sztabu kampanii Joe Bidena, wskazał, że tego typu obostrzenia nie są wystarczającym środkiem w walce rozpowszechnianiem się dezinformacji. „Zgodnie z tą propozycją Prezydent mógł wykorzystać posty do zakazania głosowania korespondencyjnego, ale Demokraci nie mogli wyświetlać reklam zachęcających ludzi do zwrotu kart do głosowania” – wyjaśnił za pomocą Twittera Rob Flaherty.

To put a fine point on this: Under this proposal the President could use organic posts to suppress voting by mail (as he did today), but Democrats could not run ads encouraging people to return their mail ballots. <https://t.co/3qN0Tx6f2N>

— Rob Flaherty (@Rob\_Flaherty) [July 10, 2020](#)

Na ten sam problem zwrócił uwagę również Nell Thomas, przedstawiciel Democratic National Committee, który podkreślił, że tego typu działania Facebooka nie są rozwiązaniem istniejących problemów. „Powiedzieliśmy to siedem miesięcy temu @Google i powiemy to jeszcze raz @Facebook: zakaz reklam nie jest prawdziwym rozwiązaniem dezinformacji na twojej platformie” – czytamy na koncie twitterowym Nella Thomasa.

We said it seven months ago to @Google and we will say it again to @Facebook: a blunt ads ban is not a real solution to disinformation on your platform. <https://t.co/3JNVACpuoZ>  
<https://t.co/im8qUr5KL7>

— nell thomas (@nellwyn) [July 10, 2020](#)

Problem związany z reklamami politycznymi w mediach społecznościowych jest przedmiotem dyskusji wewnątrz gigantów branży. Warto przypomnieć, że Twitter zablokował większość tego typu treści, ale nadal umożliwia odpłatnie publikowanie materiałów dotyczących kwestii gospodarczych, środowiskowych lub społecznych. Z kolei YouTube sprzedał miejsca reklamowe na swojej platformie sztabowi Donalda Trumpa – donosi agencja Bloomberg.

Obecnie koncern Marka Zuckerberga zmagają się z problemami związanymi z rozpowszechnianiem się kampanii „Stop Hate for Profit”, która została zapoczątkowana przez amerykańskie organizacje praw

człowieka. Jak informowaliśmy wcześniej, w jej ramach giganci nawoływani są do bojkotu Facebooka i niewykupywanie reklam aż do momentu, w którym platforma nie wypracuje skutecznych mechanizmów walki z mową nienawiści na swoich platformach.

Do kampanii dołączyły takie marki jak: Ford, Adidas, HP, Coca Cola, Unilever, Starbucks czy grupa ubezpieczeniowa Aviva oraz sieć hoteli Intercontinental Hotels. To wszystko sprawiło, że dochody koncernu pochodzące z reklam w ramach platformy znacznie obniżyły się.

**Czytaj też:** ["Stop Hate for Profit". Czy Facebook jest to jeszcze w stanie powstrzymać?](#)