

FACEBOOK NIE POWINIEN ZMIENIAĆ ZASAD DOT. REKLAM POLITYCZNYCH

Facebook nie powinien zmieniać swoich zasad dotyczących emisji reklam politycznych i włączać wypowiedzi polityków w tych reklamach do programu weryfikacji faktów - ocenił jeden z członków rady dyrektorów Facebooka, miliarder Peter Thiel.

Thiel był w przeszłości również zaangażowany w działania w ramach kampanii prezydenckiej Donalda Trumpa przed wyborami w 2016 roku - przypomina dziennik "Wall Street Journal".

Jego zdaniem Facebook nie powinien się ugiąć pod ostrzałem krytyki ze strony opinii publicznej, która sugeruje, iż również reklamy polityczne powinny zostać objęte programem fact-checkingu a ich wyłączenie z weryfikacji to zezwolenie politykom na głoszenie kłamstw.

Z opinią Thiela nie zgadza się część dyrektorów i zarządu spółki Marka Zuckerberga, którzy chcą zmian w zasadach Facebooka i sugerują możliwość wprowadzenia całkowitego zakazu ich emisji na wzór decyzji podjętej przez inną platformę społecznościową - Twittera.

Decyzję Zuckerberga z października przedstawioną przez prezesa Facebooka jako zaangażowanie na rzecz ochrony wolności słowa, różnie przyjęły oba wiodące w USA stronnictwa polityczne - pisze "WSJ". Większość Republikanów, wraz ze zwolennikami prezydenta Donalda Trumpa przygotowującego się do kampanii reelekcyjnej, pochwała ruch Facebooka. Demokraci tymczasem oceniają, że firma mogłaby mocniej działać przeciw rozprzestrzenianiu się dezinformacji na platformie.

W 2016 roku operacje informacyjne realizowane z użyciem Facebooka oraz platform społecznościowych przez działającą na rzecz Kremla firmę Internet Research Agency z Petersburga znaną również jako "petersburska fabryka trolli" obejmowały również wykup reklam targetowanych na dotarcie do konkretnych odbiorców.