

REKLAMA POLITYCZNA NA FACEBOOKU ZAGROŻENIEM DLA BRYTYJSKICH WYBORÓW?

Facebook pozwoli na publikację reklam politycznych mówiących nieprawdę? Wygląda na to, że kontrowersyjna polityka platformy przetestowana zostanie na wyborach w Wielkiej Brytanii już w grudniu, które nie bez przyczyny uznane zostały za jedne z najważniejszych .

„Kontrowersyjna polityka zezwalająca politykom na wyświetlanie fałszywych reklam na Facebooku obejmie Wielką Brytanię, gdy kraj przygotowuje się do głosowania w historycznych grudniowych wyborach” – donosi CNN Business. Platforma będzie w dalszym ciągu blokowała wyświetlanie reklam, które bezpośrednio linkują do treści, które już zostały zdemaskowane jako fałszywe. Jednak, jeśli polityk sam powtórzy te same fałszywe treści, platforma zezwoli na ich publikację.

Jak wynika z doniesień portalu, polityka koncernu Marka Zuckerberga jest popierana przez byłego wicepremiera Wielkiej Brytanii a obecnie (od 2018 roku) pracownika Facebooka Nicka Clegga, który nie tak dawno, bo jeszcze w 2016 roku sam odnosił się negatywnie do fałszywych treści rozpowszechnianych w trakcie kampanii informacyjnej przed referendum w sprawie Brexitu. Jak przekazuje CNN, Facebook nie będzie sprawdzał reklam politycznych wypuszczanych przez brytyjskie partie polityczne oraz kandydatów biorących udział w kampanii do zaplanowanych na grudzień wyborów. Jednak reklamy wypuszczane przez inne grupy działające w politycznie, jak np. grupa Leave.EU działająca na rzecz przekonania Brytyjczyków do opuszczenia wspólnoty europejskiej oraz dążące do ostatecznego wyjścia Wielkiej Brytanii ze struktur UE, cały czas przeciąganych przez brytyjski parlament.

We wrześniu, podczas wystąpienia w Waszyngtonie, Clegg bronił Facebooka stwierdzając, że to nie platforma powinna być odpowiedzialna za sprawdzenie treści publikowanych przez polityków. „W otwartych demokracjach wyborcy słusznie uważają, że co do zasady powinni samodzielnie być w stanie ocenić, co mówią politycy” – stwierdził, podkreślając jednocześnie, że ma wątpliwości czy społecznie akceptowalne byłoby, gdyby to prywatna firma stała się „samozwańczym sędzią” oceniającą wypowiedzi polityków. Jednocześnie podkreślił, że platforma wyznaczy jasną granicę każdej wypowiedzi, które mogą w rzeczywistym świecie wywołać przemoc.

Damian Collins, członek brytyjskiego parlamentu, który przewodzi przesłuchaniom parlamentarnym odnośnie Facebooka, w komentarzu dla CNN Business Friday stwierdził, że „ludzie nie powinni być w stanie rozpowszechniać dezinformacji podczas kampanii wyborczych tylko dlatego, że płacą za to Facebookowi”. Jednocześnie brytyjski polityk naciskał na byłego wicepremiera, aby platforma utrzymała dotychczasowe zasady względem wszystkich użytkowników. „Musisz zadać sobie pytanie, czy Nick Clegg wywarł jakąś pozytywną zmianę na Facebooku. Z pewnością nie zrobił tego z naszej perspektywy” - powiedział Collins dla CNN Business.

Podobna zapowiedz polityki koncernu w Stanach Zjednoczonych wywołała reakcję polityków, członków Kongresu a nawet niektórych pracowników Facebooka. Dość szybko „społecznościowy” rywal

platformy Twitter, zapowiedział, że od listopada wprowadzi zakaz reklamy politycznej na platformie. "Podjęliśmy decyzję, by wstrzymać wszystkie polityczne reklamy na całym świecie na Twitterze. Wierzymy, że na zasięg wiadomości o treści politycznej trzeba zasłużyć, a nie go kupić" - stwierdził pod koniec października Jack Dorsey, współzałożyciel i dyrektor generalny serwisu.

Przyspieszone, grudniowe wybory będą pierwszym przypadkiem, gdy polityka Facebooka względem treści politycznych zostanie przetestowana w dużym kraju anglojęzycznym. Z uwagi na problemy z opuszczeniem Unii Europejskiej przez Wielką Brytanię, są one opisywane jako jedne z najważniejszych wyborów. Nowo wybrani parlamentarzyści zdecydują nie tylko o prawnych ramach wystąpienia z UE, ale czy w ogóle to nastąpi w najbliższym czasie .

Czytaj też: ["Wojna z prawdą". Zuckerberg przyczyną porażki Clinton w wyborach?](#)