

WSPÓLNA DEFINICJA MOWY NIENAWIŚCI. SKUTECZNE NARZĘDZIE DO WALKI ZE SZKODLIWYMI MATERIAŁAMI?

Platformy społecznościowe, w tym Facebook, YouTube i Twitter, wspólnie ze Światową Federacją Reklamodawców (WFA) ustaliły wspólną definicję treści szkodliwych, w tym materiałów zawierających mowę nienawiści, przy których nie powinny być publikowane reklamy.

Wspólna definicja ma ułatwić serwisom wczesne wykrywanie oraz blokowanie szkodliwych treści, pozwoli też reklamodawcom na lepsze kontrolowanie przy jakich materiałach zamieszczane są ich komunikaty. Umożliwi ponadto stworzenie ustandaryzowanych metod pozwalających na porównanie tego, jakiego rodzaju treści pojawiają się na poszczególnych platformach internetowych i w jakiej skali.

Zdaniem Roba Rakowitza ze Światowej Federacji Reklamodawców (ang. World Federation of Advertisers, WFA) dzięki porozumieniu z platformami udało się "ustalić granice dotyczące treści, przy których absolutnie nie powinny być publikowane żadne treści reklamowe i których twórcy nie powinni zarabiać na legalnej reklamie".

Negocjacje pomiędzy platformami a reklamodawcami trwały 15 miesięcy, a szczegóły umowy zostały dopracowane przez powołane przez WFA w 2019 r. Globalne Stowarzyszenie Na Rzecz Odpowiedzialnych Mediów (Global Alliance for Responsible Media, GARM).

Porozumienie jest odpowiedzią na lipcowy bojkot Facebooka, w ramach którego ponad tysiąc przedsiębiorców czasowo wycofało swoje reklamy z platformy w proteście przeciwko niewystarczającej moderacji treści. Kampania "Stop Hate for Profit", w której udział wzięły największe światowe firmy, w tym m.in. Adidas czy Coca-Cola, zorganizowana została przez organizacje społeczne. Jej celem było przekonanie platform do zintensyfikowania walki z dyskryminacją i mową nienawiści w sieci.

"To dobrze, że platformy społecznościowe nareszcie zobowiązały się do skuteczniejszego wykrywania i usuwania nienawistnych treści. Mamy nadzieję, że porozumienie będzie przestrzegane i że nie są to jedynie puste obietnice" - skomentował Jonathan Greenblatt z amerykańskiej Ligi Przeciwno Zniesławieniu (Anti-Defamation League, ADL), jednego z organizatorów kampanii.