



Στις αρχές Ιουνίου, με αφορμή το θάνατο του Τζόρτζ Φλόιντ, ξεκίνησε στις ΗΠΑ η εκστρατεία «Σταματήστε το μίσος για το κέρδος», με την οποία καλούνται οι διαφημιστικές εταιρείες να σταματήσουν τον Ιούλιο να αγοράζουν διαφημίσεις στο facebook.

Με την έναρξη της καμπάνιας, στις αρχές Ιουνίου, περισσότερες από 160 εταιρείες, συμπεριλαμβανομένων της Unilever και της εταιρείας τηλεπικοινωνιών Verizon, υπέγραψαν συμφωνία ώστε να μην αγοράσουν για ένα μήνα διαφημίσεις από τη μεγαλύτερη διεθνώς πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης (facebook).

Η εκστρατεία δημοσιοποιήθηκε και στην Ευρώπη, ώστε να συμμετάσχουν και ευρωπαϊκές εταιρείες. Στόχος της καμπάνιας είναι η ευαισθητοποίηση των Αρχών της Ευρώπης ώστε να λάβουν αυστηρότερη στάση απέναντι στο facebook.

Τον Ιούνιο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ανακοίνωσε νέες οδηγίες για τις εταιρείες τεχνολογίας, συμπεριλαμβανομένου και του facebook, ώστε να υποβάλουν μηνιαίως αναφορές για τον τρόπο που αντιμετωπίζουν την παραπληροφόρηση για το θέμα της πανδημίας.

Αντιδρώντας στο κλίμα που επικρατεί το facebook ανακοίνωσε ότι ομάδα ειδικών του επεξεργάζεται μεθόδους αντιμετώπισης της ρητορικής μίσους και πως οι επενδύσεις του στην τεχνητή νοημοσύνη έχουν καταφέρει να βρίσκουν το 90% των αναρτήσεων ρητορικής μίσους πριν αυτές καταγγελθούν.

Βασικά αιτήματα της εκστρατείας «Σταματήστε το μίσος για το κέρδος» είναι η δημιουργία μιας ξεχωριστής μεθόδου που θα βοηθάει όσους στοχοποιούνται λόγω φυλής ή άλλου χαρακτηριστικού, περισσότερη διαφάνεια σχετικά με την καταγραφή των περιστατικών ρητορικής μίσους και τέλος να μην δημιουργείται κέρδος από κακόβουλο περιεχόμενο.

[Στοιχεία από ιστοσελίδα ΕJC, 29.6.2020](#)