Бойкот Facebook, или “На зеркало неча пенять”...

Волна протестов, накрывшая Соединённые Штаты Америки, естественным образом захлестнула соцсети. И отражение событий в главном, пусть и немного кривоватом зеркале мировой революции, оказалось таким страшным, что Facebook же и обвинили в экстремизме и разжигании национальной розни.

Дошло до того, что за "экстремистские и расистские высказывания" Facebook объявили бойкот крупнейшие рекламодатели. Должно быть, инициаторы бойкота и не слыхивали о том, что "на зеркало неча пенять, коли рожа крива". Что думают блоггеры, чем живут, о том и пишут.

Похоже, без потерь Facebook из нынешней передряги не выбраться. К первым числам июля к бойкоту, инициированному борцами за гражданские права из США, присоединились все, кто не хочет ссориться с этими борцами.

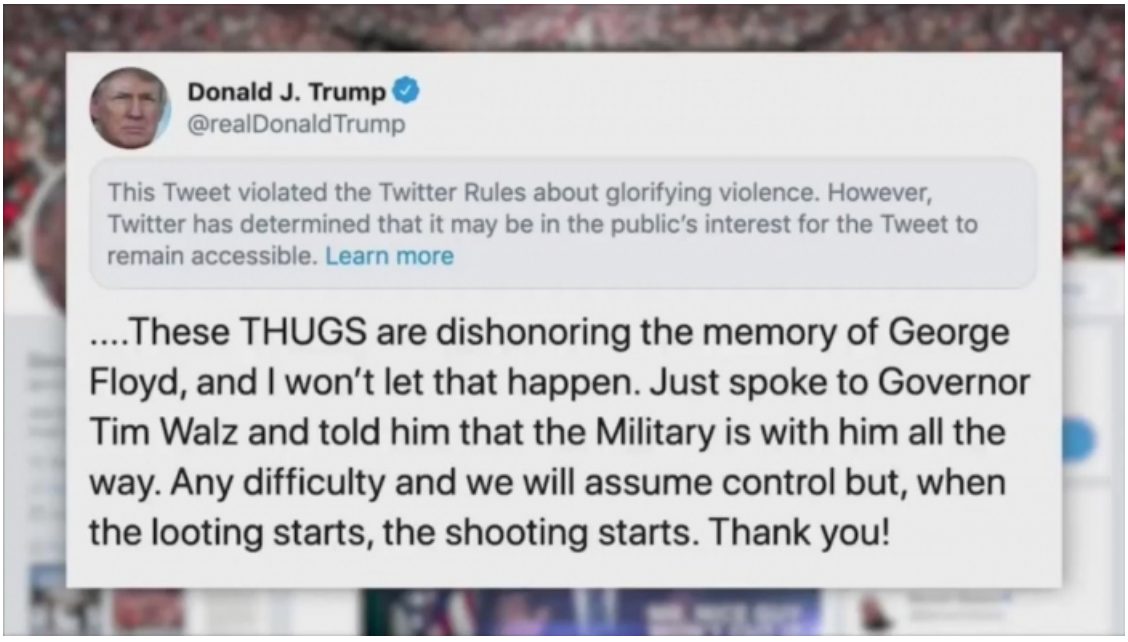
Давление на крупнейшую соцсеть, цель которого, заставить модераторов заблокировать все "ненавистнические" высказывания – становится всё масштабнее. Так, 3 июля о приостановке рекламы на Facebook вслед за американскими компаниями заявили крупнейшие канадские банки.

И это несмотря на то, что Facebook подключил к мониторингу искусственный интеллект, с помощью которого заблокировано 250 блогов организаций и сторонников расового превосходства в Facebook и Instagram. Сегодня 90 процентов "экстремистских" публикаций блокируется ещё до жалоб пользователей. Но пока аргументы администрации соцсети организаторов бойкота не убеждают, и те продолжают партнеров соцсети отказаться от прибыли, полученной на ненависти. То есть, не размещать рекламу в Facebook.

Напомню, всё началось с того, что полицейский применил при задержании чернокожего подозреваемого удушающий приём. Задержанный, Джордж Флойд, погиб, а США захлестнула волна протестов. Волнения перекинулись в Европу, причём, пока одни били витрины и грабили магазины, другие, не жалея сил, боролись с расовой ненавистью и экстремизмом в СМИ и соцсетях.

Скандал вокруг Facebook спровоцировало высказывание американского президента Дональда Трампа:

> "когда начинаются погромы, начинается стрельба".



Сегодня эту публикацию уже не найти. Кросспост в фейсбук удалили как призыв к ненависти и насилию

Заявление признали экстремистским, призывающим к насилию и разжигающим расовую ненависть, и удалили из соцсети.

И понеслось.

Организаторы проекта "Stop Hate for Profit", который, того и гляди, сделает миллиардера Цукерберга миллионером, – известные как борцы за права человека и соблюдение законности международные организации "Свободная пресса", "Здравый смысл" и гражданские правозащитные группы из США –

"Цвет перемен" и Антидиффамационная лига.

Цель проекта "Stop Hate for Profit", который сопровождается мощной PR-кампанией, – оказать давление на соцсеть, дабы та удалила все ненавистнические высказывания. И добиваются своей цели организаторы более, чем эффективно.

Борьба с Facebook только началась, а уже почти 200 крупнейших американских и европейских рекламодателей соцсети разорвали июльские контракты на размещение рекламы в соцсети.

Следующей ступенькой станет глобальное давление, - обещают борцы с заработками на ненависти, и угрожают подтолкнуть регуляторов в Европе занять более жесткую позицию по отношению к Facebook. Параллельно организаторы бойкота привлекают к акции крупные телекоммуникационные и медийные компании США.

В Facebook при этом трудятся, не жалея сил. К экспертизе привлекаются эксперты по гражданским правам, которые вырабатывают критерии для блокировки высказываний.

Что огорчает борцов за правду, так это масштаб доходов Facebook. Распространение бойкота за пределы Соединенных Штатов, конечно, значительно снизит рекламные доходы соцсети, но вряд ли окажет серьезное финансовое влияние. Например, в Unilever обязался приостановить свои расходы в США на Facebook до конца года. По словам Ричарда Гринфилда из LightShed Partners, компании, занимающейся исследованиями в области медиа и технологий, это составляет около десяти процентов от общего объёма (250 миллионов долларов в год) рекламных трат Unilever на Facebook.

Чтобы удар стал более ощутимым, борцы за правду призывают крупнейших рекламодателей, таких как Unilever и Honda, которые приостановили рекламу в США, разорвать контракты с Facebook по всему миру.

Удар по репутации оказался болезненным. Уже в первые дни июня акции Facebook упали на 8,3 процента, а капитализация сократилась на 56 миллиардов долларов.

Борцам за правду этого оказалось маловато. Facebook, мол, всё равно сделал не всё, и разжигатели ненависти используют соцсеть как рупор.

В результате активной работы пиарщиков за пару недель к акции "Stop Hate for Profit" бойкоту присоединились сеть кофеен Starbucks, Unilever – компания по производству потребительских товаров. Крупнейший производитель спортивной обуви, Адидас, заявил, что его "дочка", Reebok, приостановит рекламу в Facebook и Instagram в июле.

Генеральный директор Coca-Cola Co Джеймс Куинси пообещал, что приостановит размещение рекламы во всех социальных сетях по всему миру как минимум на 30 дней.

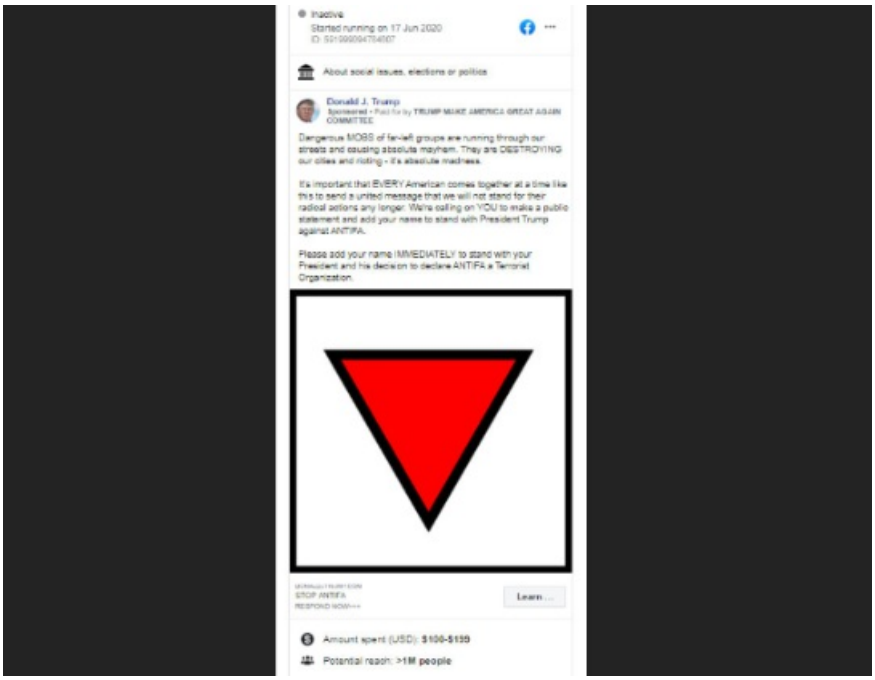
Рекламу на Facebook в США до конца июля заморозили Merc. Ford, HP, Леви Страусс, Nivea, производитель отбеливателей Clorox Co, Verizon Communications Inc, производитель мороженого Бен и Джерри, Пепсико, Лего и десятки других крупнейших игроков рекламного рынка.

В ответ администрация Facebook заявила, что сняла посты и рекламные публикации, которые размещались в рамках предвыборной кампании президента США Дональда Трампа за разжигание расовой ненависти.

Под нож цензуры попали, в частности, публикации, в которых был изображен перевернутый красный треугольник, символ, который нацисты использовали для идентификации политических заключенных, и текст, призывающий пользователей Facebook подписать петицию против антифа, как организаторов беспорядков.

Трамп и генеральный прокурор США Уильям Барр неоднократно отмечали движение антифа как главного зачинщика беспорядков, но не приводили при этом весомых доказательств.

> "Наша политика запрещает использование фашистских символов без текста, осуждающего или обсуждающего символ", - сказал представитель компании Facebook.



Такой символ обнаружили в рекламных публикациях на Facebook, размещенных на страницах, принадлежащих Трампу, вице-президенту Майку Пенсу и в рекламных объявлениях и постах на странице "Team Trump".

> "Перевернутый красный треугольник - это символ, используемый Antifa, поэтому он был включен в рекламу об Antifa", - попытался оправдаться представитель избирательного штаба Трампа, Тим Мурто.

По данным Рейтер, рекламные публикации с перевёрнутым треугольником на Facebook просмотрели не менее 800 000 раз.

Отвечая на вопрос об удалении рекламы, на слушаниях в Комитете по разведке Палаты представителей США, глава политики безопасности Facebook Натаниэль Глейхер сказал, что компания будет последовательной и продолжит удалять символ, если он появится на других страницах соцсети.

Страсти накаляются, к опасности мнимой добавляется опасность реальная, и вот уже министерство внутренних дел США обращается к руководителям пяти крупных технологических компаний – Facebook, Twitter, Google, Snapchat и Apple. Правда, речь идёт не о разжигании ненависти, а действительно о национальной безопасности. Авторы обращения просят не использовать платформы социальных сетей для подстрекательства к насилию.

> "Я пишу, чтобы попросить вас положить конец насилию, распространяющемуся по всей нашей стране. Вы должны дать гарантию, что ваши платформы не будут использоваться в качестве инструмента для организации, содействия или подстрекательства к беспорядкам и нарушению законов", – сказано в обращении, подписанном исполняющий обязанности секретаря МВД Чадом Вольфом.

Вольф подчеркнул, что его ведомство совсем не против права граждан свободно выражать свое мнение, но правоохранители предупреждают, что соцсети могут стать удобным инструментом для общения преступников.

> "Использование социальных сетей для координации преступных действий угрожает безопасности нашей страны", - пишет Вольф.

Он попросил Facebook, Twitter, Google, Snapchat и Apple помочь прекратить обмен информацией о том, как нарушать комендантский час в городах, где находятся магазины или районы, предназначенные для разграбления или разрушения, для координации атак против определенных людей или групп людей.

Едва ли это обращение получит такую же массовую поддержку, как движение "Stop Hate for Profit". И не потому, что оно более или менее важно. Просто, не так ярко и злободневно звучит. Опять же, исходит от властей.

Facebook и другие соцсети теряют прибыль, теряют рекламодателей, и все попытки администрации угодить правым и неправым терпят фиаско. Но немало потратили на PR-кампанию и сторонники свободы, равенства и братства. Неужели эти бескорыстные люди бьются исключительно за правду?

Как-то с трудом в это верится. Скорее всего, всё это затеяно как предвыборная игра, и сторонники бойкота станут электоратом того кандидата, на которого укажут борцы за правду. Но возможен и другой вариант – кто-то ловит рыбку в мутной воде и скупает падающие пока акции Facebook, или же надеется отжать местечко для себя на плотно занятом гигантами рынке соцсетей.

О свободе слова в ходе всей этой грандиозной битвы вспомнили только в американском министерстве внутренних дел. И похоже, все забыли, или стараются не вспоминать о том, что основной контент соцсетей складывается из миллионов пользовательских постов. И как ни борись с этими пользователями, они будут выражать своё мнение, в том числе и по поводу расизма. И если кому-то не нравятся подобные высказывания, подумать стоит не о масштабной цензуре, а о том, что на самом деле происходит в обществе. На зеркало, как известно, неча пенять, коли рожа крива.