

جوجل» تشدّد قواعد مكافحة الإعلانات المضلّة بشأن التغير المناخي



سان فرانسيسكو- أ.ف.ب

شدّدت «جوجل» و«يوتيوب» قواعدهما لمكافحة الإعلانات والمحتويات التي تنكر الاحترار المناخي ومسبباته، من خلال اعتماد تدابير أكثر صرامة تستهدف هذا النوع من المعلومات المضلّة. وباتت «جوجل» الأولى في مجال الترويج الرقمي ومنصّتها لأشرطة الفيديو تحظران الإعلانات والمحتويات المدرّة للعائدات التي «تتعارض مع التوافق العلمي الراسخ بشأن وجود التغير المناخي وأسبابه»، بحسب ما جاء في تحديث للقواعد الموجهة إلى المروّجين. ولم تعد الإعلانات الزائفة أو المضلّة محظورة فحسب؛ بل بات منتج محتوى تدرج في سياق النزعة إلى التشكيك في واقع التغير المناخي يمنعون من جني عائدات إعلانية. وتنطبق هذه القواعد على الإعلانات التي تعرّف التغير المناخي على أنه من نسج الخيال أو ضرب احتيال؛ وتلك التي تنكر واقع الاحترار على المدى الطويل أو انبعاثات غازات الدفيئة أو الأنشطة البشرية التي تتسبّب برفع حرارة الأرض. وتقيد المجموعة التي تتخذ من كاليفورنيا مقراً لها أصلاً الإعلانات المرتبطة ببعض المسائل الحساسة، مثل الأسلحة

النارية أو الحوادث المأسوية لكن إنكار التغير المناخي لم يكن ضمن هذه المواضيع. وفي كانون الثاني/يناير، اتهمت منظمة «آفاز» الأمريكية غير الحكومية «يوتيوب» بتوجيه ملايين المستخدمين نحو أسرطة تنفي واقع التغير المناخي. وفي الأغلب تُتهم المنصّات الإلكترونيّة بتفضيل المحتويات التي تثير مشاعر قويّة لتعزيز الرواج ودرّ مزيد من العائدات الإعلانية. وردّت «يوتيوب» بالقول: إنها تبذل قصارى جهدها للحدّ من انتشار المحتويات التي تطرح إشكالية، مع التشديد على أنها لا تزيل تلك التي لا تتعارض مع قواعدها. وقال مدير «آفاز» فادي قران إنه «قرار مهمّ لجوجل.. قد يقلب المعادلة في الاقتصاد المشكّك بالتغير المناخي». وأردف أنه «ينبغي لمواقع أخرى أن تحذو حذو جوجل؛ وذلك قبل ثلاثة أسابيع من مؤتمر الأطراف المناخي ومع ازدياد المعلومات المضلّلة للنيل من صدقية هذه القمّة الحاسمة». وزار «يوتيوب» أكثر من مليار مشاهد شهري في العالم. «هذا الصيف، بحسب مجموعة «إي ماركت»

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024