

فیسبوک، گوگل، توئیتر و تیک تاک آیین نامه مبارزه با دروغ پراکنی استرالیا را امضا کردند - دیجیاتو

پیمان حسنی | دوشنبه، ۰۴ اسفند ۱۳۹۹

تعدادی از غول‌های تکنولوژی به منظور مبارزه با پخش اطلاعات نادرست در پلتفرم‌های خود، با آیین نامه مخصوصی که در این رابطه در استرالیا اجرا می‌شود توافق کردند.

فیسبوک، گوگل، مایکروسافت، تیک تاک، توئیتر و Redbubble، آیین نامه اجرایی استرالیا درباره دروغ پراکنی (Australian Code of Practice on Disinformation and Misinformation) را [امضا کردند](#). این شرکت‌ها همچنین وعده دادند تا تحت این آیین نامه سالانه گزارش‌هایی در مورد شفافیت در عملکرد خود منتشر کنند.

آیین نامه مورد بحث توسط سازمان غیرانتفاعی Digital Industry Group Inc به اختصار دیجی (DiGi) تدوین شده که حامی صنعت دیجیتال در استرالیا است. این آیین نامه از امضا کنندگان می‌خواهد تا مطابق با اعلامیه جهانی حقوق بشر به دروغ پراکنی واکنش دهند و شامل هفت رکن اصلی می‌شود.

رکن اول، صیانت از آزادی بیان است و طبق آن امضا کنندگان نباید تحت تأثیر دولت‌ها یا احزاب محتوا را در صورتی که قانون دیگری را نقض نکرده، صرفاً به دلیل اشتباه بودن احتمالی اطلاعات آن پاک کنند.

اصل بعدی، متمرکز بر حفاظت از حریم خصوصی است و اشاره می‌کند که اقدامات پلتفرم‌های دیجیتال برای مبارزه با دروغ پراکنی در پلتفرم‌هایشان نباید حریم خصوصی کاربران استرالیایی را زیر پا بگذارد.



قدرت بخشیدن به کاربران، اصل دیگری است که به منظور کمک به کاربران برای تصمیم گیری آگاهانه در مورد محتوایی است که منبع آنها خبرگزاری‌ها بوده و مدعی ارائه حقایق (factual) هستند.

رکن آخر پلتفرم‌های دیجیتال را وادار به برداشتن گام‌هایی برای ممنوع کردن، شناسایی و اقدام علیه پروفایل‌های جعلی می‌کند که با هدف دروغ پراکنی ایجاد شده‌اند.

آیین نامه مورد بحث شامل برخی محصولات و سرویس‌هایی می‌شود که به کاربران ساکن استرالیا ارائه می‌شوند. از جمله آنها می‌توان به محتوای پولی تولید شده توسط کاربران، محتوای اشتراک گذاشته شده (shared) و همچنین محتوای دیگری اشاره کرد که توسط موتورهای جستجو به کاربران نمایش داده می‌شوند.

سرویس‌های پیام رسان، سرویس‌های ایمیل و خدمات سازمانی (enterprise services) شامل این آیین نامه نمی‌شوند. علاوه بر این، محتوایی که با نیت سرگرم کردن دیگران یا آموزش، محتوای تایید شده توسط دولت ایالتی یا فدرال استرالیا، تبلیغات سیاسی یا محتوای تایید شده توسط حزب سیاسی مطیع قوانین استرالیا و همچنین محتوای خبری که طبق آیین نامه ویراستاری تولید شده‌اند، شامل این آیین نامه نمی‌شوند.

با اینکه تبلیغات سیاسی جزو محتوای دروغ پراکن نیست، اما امضاکنندگان آیین نامه باید سیاست‌هایی را اتخاذ کنند که شفافیت بیشتری در مورد منبع این تبلیغات به کاربران ارائه می‌کند. علاوه بر این، امضاکنندگان نباید تبلیغات را صرفاً بر اساس وابستگی سیاسی کاربر هدفمند کنند.

عضویت در این آیین نامه داوطلبانه بوده و مشارکت کنندگان می‌توانند از آن خارج شوند. امضاکنندگان ظرف شش ماه باید یک فرآیند مدیریت شکایات ایجاد کنند. این آیین نامه ۱۲ ماه دیگر بازنگری خواهد شد.

[دیجیاتو](#)