YouTube cenzuruje filmy z prośbą o MODLITWĘ o uzdrowienie z koronawirusa



YouTube rozszerzył swoje zasady dotyczące tak zwanej „dezinformacji medycznej związanej z COVID-19". Popularna platforma do udostępniania wideo zakazała teraz wszystkich filmów, które szukają modlitwy lub uzdrowienia wiarą z koronawirusa.

„Bezpieczeństwo naszych twórców, widzów i partnerów jest naszym najwyższym priorytetem" – twierdził YouTube na swojej stronie z zasadami na temat tak zwanej dezinformacji medycznej związanej z COVID-19. „Oczekujemy od każdego z was pomocy w ochronie tej wyjątkowej i tętniącej życiem społeczności. Ważne jest, abyś zrozumiał nasze wytyczne dla społeczności i rolę, jaką odgrywają w naszej wspólnej odpowiedzialności za zapewnienie bezpieczeństwa YouTube".

Te zasady dotyczące dezinformacji na temat COVID-19 uniemożliwiają filmowanie „sprzeczne z lokalnymi władzami ds. zdrowia lub *Światową Organizacją Zdrowia* (WHO)".

Oznacza to, że każdy film, który kwestionuje wytyczne WHO lub innych lokalnych organów ds. zdrowia dotyczące zapobiegania, diagnozowania, leczenia lub przekazywania COVID-19, zostanie ocenzurowany w YouTube. Filmy, które również kwestionują wytyczne dotyczące dystansu społecznego i samoizolacji, a także samo istnienie COVID-19, są również zakazane na portalu.

Jeśli chodzi o filmy, które mówią o leczeniu COVID-19, zasady YouTube będą kategorycznie zakazywać wszelkich treści „zachęcających do stosowania domowych środków zaradczych, modlitwy lub rytuałów zamiast leczenia medycznego, takiego jak konsultacja z lekarzem lub wizyta w szpitalu".

Obejmuje to wszystkie treści, które zalecają stosowanie iwermektyny lub hydroksychlorochiny, kwestionują skuteczność masek w zapobieganiu rozprzestrzenianiu się COVID-19 i twierdzących, że noszenie masek może mieć negatywny wpływ na zdrowie. Polityka obejmuje nawet cenzurowanie filmów zawierających twierdzenia „o szczepieniach przeciwko COVID-19, które są sprzeczne z konsensusem ekspertów z lokalnych organów ds. zdrowia lub WHO".

Masowa cenzura YouTube jest „dobra dla biznesu"

12 sierpnia niektórzy dyrektorzy YouTube dołączyli do panelu na globalnej konferencji, aby omówić zagrożenie tak zwaną dezinformacją dotyczącą COVID-19. Podczas rozmowy dyrektor YouTube i globalny szef opieki zdrowotnej i zdrowia publicznego Garth Graham powiedział, że platforma do udostępniania wideo usunęła ponad 800 000 filmów „niedopasowanych pod względem naukowym".

Graham porównał masową cenzurę do „wyrywania chwastów" w ogrodzie. Dodał, że jego firma szuka sposobu na udostępnienie użytkownikom YouTube różnego rodzaju treści, które mogą ich zaangażować i odciągnąć od tak zwanej dezinformacji o COVID-19.

„Musisz zastąpić to interesującymi rzeczami, których ludzie szukają, ponieważ często ludzie szukają odpowiedzi i mogą skłaniać się ku niewłaściwym rzeczom" – powiedział Graham.

Pokazuje to, że YouTube będzie nadal cenzurować wszelkie

treści, które, jak twierdzi, popychają swoich użytkowników „do niewłaściwych rzeczy”.

Pytanie, które należy zadać, brzmi, dlaczego YouTube nalega na to. Neal Mohan, dyrektor ds. produktów, odpowiedział, że platforma do udostępniania wideo chce być lepsza w moderowaniu treści, ponieważ jest to dobre dla biznesu.

W poniedziałek 23 sierpnia Mohan ogłosił, że YouTube ma już dwa miliony twórców treści, którym regularnie płaci. Mohan twierdził, że w ciągu ostatnich trzech lat YouTube dał twórcom treści ponad 30 miliardów dolarów za publikację filmów w witrynie. Jest to dodatek do 14-letniego programu, który dzieli się pieniędzmi z reklam za każdym razem, gdy oglądany jest popularny film, oraz innymi metodami bezpośredniego wynagradzania twórców treści.

Ale Mohan powiedział, że haczyk polega na tym, że YouTube będzie aktywnie nagradzać tylko twórców treści, „którzy grają zgodnie z zasadami”. Oznacza to, że tym twórcom, którzy otrzymują wynagrodzenie od YouTube, zabrania się dzielenia twierdzeniami, które witryna uzna za wprowadzające w błąd.

Aby jeszcze bardziej zapobiec rozprzestrzenianiu się tak zwanych dezinformacji dotyczących COVID-19, Mohan powiedział, że firma współpracuje z organami zdrowia publicznego i twórcami treści, aby publikować filmy, które odzwierciedlają myśl głównego nurtu na temat koronawirusa.

„Mam nadzieję, że jesteśmy postrzegani jako ostatecznie pozytywny głos” – powiedział Mohan.

Źródło:

WesternJournal.com

Support.Google.com

StatNews.com

Axios.com