



V Bruselu dne 26.5.2021
COM(2021) 262 final

**SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ, EVROPSKÉMU
HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU A VÝBORU REGIONŮ**

Pokyny Evropské komise k posílení kodexu zásad boje proti dezinformacím

1 ÚVOD

Krise COVID-19 jasně dokládá, jaké hrozby a výzvy představují pro naše společnosti dezinformace. „Infodemie“ – rychlé šíření falešných, nepřesných nebo zavádějících informací o pandemii – představovala značná rizika pro zdraví osob, systémy veřejného zdraví, účinné krizové řízení, hospodářství a sociální soudržnost. Pandemie také zvýšila úlohu, jakou v našich životech hraje digitální technologie, a způsobila, že tato technologie stále zásadněji ovlivňuje to, jak pracujeme, učíme se, navazujeme vztahy, zajišťujeme své hmotné potřeby a zapojujeme se do občanské diskuse. Zvýšila také význam zajištění toho, aby online ekosystém byl bezpečným prostorem, a prokázala, že i přes značné úsilí, jež bylo doposud vynaloženo, existuje naléhavá potřeba většího nasazení v boji proti dezinformacím¹.

Přístup EU k boji proti dezinformacím od počátku² vycházel z ochrany svobody projevu a dalších práv a svobod zaručených Listinou základních práv EU. V souladu s těmito právy a svobodami není cílem strategie EU kriminalizovat nebo zakazovat dezinformace jako takové, ale dosáhnout větší transparentnosti a odpovědnosti online prostředí a jeho aktérů, zvýšit transparentnost postupů moderování obsahu, posilovat vliv občanů a podporovat otevřenou, demokratickou debatu³. Za tímto účelem se EU snažila mobilizovat všechny příslušné zúčastněné strany, včetně orgánů veřejné správy, podniků, médií, akademické obce a občanské společnosti.

Ústřední místo v úsilí EU zaujímá samoregulační kodex zásad boje proti dezinformacím⁴. Mezi signatáři kodexu, který platí od října 2018, jsou nyní přední online platformy působící v EU a mimo jiné také významná obchodní sdružení zastupující odvětví evropské reklamy. Komise považuje kodex za podstatný úspěch, první svého druhu. Poskytl inovativní nástroj pro zajištění větší transparentnosti a odpovědnosti online platform, jakož i strukturovaný rámec pro sledování a zlepšování politik platform v oblasti dezinformací.

Posouzení kodexu zásad, které provedla Komise v roce 2020⁵, však odhalilo závažné nedostatky. Tyto nedostatky zahrnují nejednotné a neúplné uplatňování kodexu platformami a členskými státy, omezení, která jsou dána samoregulační povahou kodexu, a rovněž mezery v pokrytí závazků vyplývajících z kodexu. Posouzení také poukázalo na nedostatek vhodných mechanismů pro sledování, včetně klíčových ukazatelů výkonnosti, nedostatečnost závazků týkajících se přístupu k datům platform pro účely výzkumu v oblasti dezinformací a omezenou účast ze strany zúčastněných stran, zejména z odvětví reklamy. Komise proto v Akčním plánu pro evropskou demokracii⁶ oznámila, že vydá pokyny pro posílení kodexu jako součást komplexních opatření zaměřených na řešení dezinformací v online prostředí a že předloží zvláštní právní předpis o transparentnosti politické reklamy.

¹ Společné sdělení „Boj proti dezinformacím o COVID-19 – pravda a mýty“ (JOIN(2020) 8 final).

² V akčním plánu proti dezinformacím (JOIN (2018) 36 final) Evropská komise a vysoká představitelka stanovily komplexní strategii boje proti dezinformacím v EU.

³ Podmínky online platform se mohou týkat i obsahu, který je škodlivý, ale nikoli nezákonný, ale pokud dezinformace představují nezákonný obsah (např. nenávistné výroky nebo teroristický obsah), použijí se příslušná legislativní nápravná opatření.

⁴ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/code-practice-disinformation>

⁵ SWD(2020) 180 final.

⁶ COM(2020) 790 final.

S cílem zintenzivnit boj proti dezinformacím stanoví akt o digitálních službách⁷, který navrhla Komise, spoluregulační rámec prostřednictvím kodexů zásad pro řešení systémových rizik spojených s dezinformacemi. Dále zavádí rozsáhlá opatření v oblasti transparentnosti, která se týkají moderování obsahu a reklamy, a navrhuje závazné a vymahatelné právní povinnosti velmi velkých online platform⁸ posuzovat a řešit systémová rizika ohrožující základní práva nebo vyplývající z úmyslné manipulace se službou, již poskytují.

Pokyny vycházejí z dosavadních zkušeností Komise ze sledování a hodnocení kodexu⁹ a ze zprávy Komise o volbách v roce 2019¹⁰. Přispívají také k reakci Komise na závěry Evropské rady z prosince 2020¹¹. S cílem shromáždit podklady pro pokyny zorganizovala Komise mnohostranné diskuse zúčastněných stran¹² a pracovní setkání pro členské státy.

Tyto pokyny představují názory Komise na to, jak by platformy a jiné příslušné zúčastněné strany měly posílit svá opatření k řešení mezer a nedostatků v kodexu a vytvořit transparentnější, bezpečnější a důvěryhodnější online prostředí. Jednou z oblastí, ve kterých kodex nedosáhl dostatečného pokroku, je zejména demonetizace dezinformací, kdy online reklamy stále podněcují k šíření dezinformací¹³. Online platformy a všechny ostatní subjekty ekosystému online reklamy by tak měly převzít odpovědnost a spolupracovat, aby odřízly dezinformace od finančních toků. Dále by revidovaný kodex měl zvýšit závazky zaměřené na omezení manipulativního chování, posílit nástroje ke zvýšení vlivu uživatelů, zvýšit transparentnost politické reklamy a dále zvýšit úlohu komunity výzkumných pracovníků a ověřovatelů faktů. Pokyny rovněž vytvářejí základ pro zdokonalený, spolehlivý rámec pro sledování posíleného kodexu. Cílem posíleného kodexu by rovněž mělo být dosahnout širší účasti nových signatářů, včetně dalších online platform působících v EU i jiných příslušných subjektů.

Posílení kodexu nabízí zúčastněným stranám brzkou možnost navrhnout vhodná opatření s ohledem na přijetí navrhovaného aktu o digitálních službách. A zejména, cílem pokynů rovněž je přeměnit stávající kodex zásad na „kodex chování“, jak se předpokládá v jeho článku 35. Z účasti na posíleném kodexu budou mít užitek především velmi velké

⁷ Návrh nařízení Evropského parlamentu a Rady o jednotném trhu digitálních služeb (akt o digitálních službách) a o změně směrnice 2000/31/ES (COM(2020) 825 final). Odkazy na akt o digitálních službách v tomto dokumentu je třeba chápat jako odkazy na znění navržené Komisí.

⁸ Návrh aktu o digitálních službách definuje v článku 25 velmi velké platformy jako online platformy, jež poskytují své služby určitému počtu průměrných měsíčně aktivních příjemců služby v Unii, který odpovídá 10 % populace Unie.

⁹ Commission's September 2020 Assessment (Posouzení Komise ze září 2020) (SWD (2020) 180 final).

¹⁰ Report on the 2019 elections to the European Parliament (Zpráva o volbách do Evropského parlamentu v roce 2019) (SWD (2020) 113 final) https://ec.europa.eu/info/files/com_2020_252_en.pdf_en

¹¹ <https://www.consilium.europa.eu/media/47344/1011-12-20-euco-conclusions-cs.pdf>

¹² Shrnutí diskusí se zúčastněnými stranami je k dispozici zde: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/summary-multi-stakeholder-discussions-preparation-guidance-strengthen-code-practice-disinformation>.

¹³ Z důkazů rovněž vyplývá, že příjmy z online reklam stále ještě významně přispívají ke zpeněžování („monetizaci“) dezinformačních webových stránek, včetně reklam velkých značek nevědomky umístovaných vedle dezinformačního obsahu (viz např. zpráva platformy Global Disinformation Index <https://disinformationindex.org/2020/03/why-is-ad-tech-giving-millions-to-eu-disinformation-sites/> a zpráva hnutí Avaaz https://secure.avaaz.org/campaign/en/youtube_climate_misinformation/).

platformy¹⁴, a to s ohledem na nové povinnosti, které se na ně budou vztahovat podle navrhovaného aktu o digitálních službách, zejména pokud jde o posuzování rizik, zmírňování rizik, posilování vlivu uživatelů a transparentnost v oblasti reklamy. Menší platformy a jiné zúčastněné strany budou mít také prospěch z toho, že přijmou příslušné závazky podle posíleného kodexu, budou moci těžit z jeho osvědčených postupů a chránit se před ohrožením své pověsti, vyplývajícím ze zneužití jejich systémů k šíření dezinformací.

Aniž je dotčena konečná shoda spolunormotvůrců ohledně aktu o digitálních službách nebo ohledně legislativní iniciativy Komise o transparentnosti politické reklamy, posílený kodex zásad může posloužit online platformám jako nástroj ke zlepšení jejich politik a zmírnění rizik spojených s dezinformacemi, která jejich služby představují pro demokracii.

Posilování kodexu není jen prozatímním krokem. Tyto pokyny vyzývají k rozvinutí kodexu v silný, stabilní a pružný nástroj, který ze své podstaty činí online platformy transparentnějšími a odpovědnějšími.

2 MONITOROVÁNÍ EPIDEMIE COVID-19 – VÝSLEDKY A ZÍSKANÁ POUČENÍ

Kromě poučení získaných při hodnocení kodexu zásad byly shromážděny nové poznatky v rámci programu monitorování vytvořeného v návaznosti na společné sdělení „Boj proti dezinformacím o COVID-19“¹⁵, během něhož signatáři kodexu z online platformy podávali měsíčně zprávy o opatřeních přijatých v boji proti dezinformacím o onemocnění COVID-19 v EU.

Program monitorování poskytl nejen hloubkový přehled o opatřeních přijatých v boji proti dezinformacím ohledně COVID-19 na základě závazků kodexu, ale provedl také kodex „zátěžovým testem“.

Ze zpráv platformy vyplývá, že závazky kodexu byly prováděny prostřednictvím účinných opatření v různých oblastech, jako je větší zviditelnění spolehlivých zdrojů na jejich službách; vývoj a zavádění nových nástrojů a služeb k usnadnění přístupu ke spolehlivým informacím; opatření k řešení obsahu s nepravdivými nebo zavádějícími informacemi, které pravděpodobně mohou způsobit fyzickou újmu nebo narušit účinnost politik v oblasti veřejného zdraví; výslovný zákaz reklamy, která COVID-19 využívá nebo šíří dezinformace o tomto onemocnění.

Celkově tento program prokázal, že kodex poskytuje agilní, strukturovaný rámec, který může být zaveden a převeden na rozhodná opatření signatářů v boji proti dezinformacím v krizových situacích a který doplňuje povinnosti podle platných regulačních rámců. Kodex rovněž poskytl užitečnou strukturu pro monitorování těchto opatření za mimořádné situace a dynamické přesouvání důrazu podle toho, jak se krize vyvíjela (např. zaměřit se na dezinformace kolem vakcín proti COVID-19).

Současně program COVID-19 vyjevil některé nedostatky stávajícího rámce pro sledování kodexu zásad.

¹⁴ Ve smyslu článku 25 aktu o digitálních službách, jak ho navrhuje Komise. Definice viz poznámka pod čarou č. 8.

¹⁵ Společné sdělení „Boj proti dezinformacím o COVID-19 – pravda a mýty“ (JOIN(2020) 8 final).

- *Kvalita podávání zpráv.* Existují podstatné rozdíly v konzistentnosti, kvalitě a podrobnosti podávaných zpráv. Nedostatek dostatečně podrobných údajů, zejména na úrovni členských států, znamenal, že z poskytnutých informací nebylo často jasné, zda vykazovaná opatření byla prováděna ve všech členských státech nebo ve všech jazycích EU. Překážkou bránící účinnějšímu sledování a porovnávání platform je dále to, že neexistuje dohodnutá šablona pro podávání zpráv.
- *Klíčové ukazatele výkonnosti.* Kvalita a podrobnost podávaných zpráv se časem zlepšila, avšak poskytované údaje ještě nejsou vždy odpovídající a dostatečně podrobné, aby bylo možné změřit míru plnění závazků nebo účinek přijatých opatření.
- *Nezávislé posouzení.* Monitorování COVID-19 potvrdilo potřebu nezávislého ověřování zpráv signatářů, zejména zda byly vykazované politiky a opatření prováděny na úrovni členských států a ve všech jazycích EU a zda podávané zprávy dostatečně řeší obavy z dezinformací existující na vnitrostátní úrovni¹⁶.
- *Nedostatečné pokrytí ověřování faktů.* Během „infodemie“ COVID-19 signatáři zintenzívnili činnosti ověřování faktů na svých službách, které začínají být dostupné také pro uživatele soukromých aplikací pro zasílání zpráv. Obsah, který nezávislí ověřovatelé faktů označili jako falešný, se však často objevuje na platformách znovu v důsledku toho, že neexistuje centralizované úložiště ověřování faktů.
- *Pokračující zpeněžování dezinformací pomocí umístování reklam.* Navzdory opatřením, jejichž cílem je omezit zpeněžování dezinformací, z příslušných výzkumů vyplývá, že problémy v této oblasti přetrvávají¹⁷.

3 HORIZONTÁLNÍ OTÁZKY, KTERÉ JE TŘEBA ŘEŠIT

3.1 Posílení závazků směřujících k dosažení cílů kodexu

Závazky stávajícího kodexu zásad nejsou dostatečně účinné z hlediska poskytování komplexní reakce na dezinformační jevy. Jsou zapotřebí silnější a konkrétnější závazky ve všech oblastech kodexu, jež umožní řešit mezery a nedostatky, včetně nových a vznikajících rizik. Aby se zajistilo, že kodex zůstane živoucím nástrojem, měli by signatáři vytvořit stálý mechanismus pro jeho pravidelné přizpůsobování.

3.2 Rozšířená působnost

„Infodemie“ kolem pandemie COVID-19 prokázala, že i zavádějící informace¹⁸ (nepravdivé nebo zkreslené informace šířené bez zlého úmyslu) mohou způsobit

¹⁶ Jak je uvedeno ve sdělení z června 2020, Komisi s programem monitorování COVID-19 pomáhá skupina evropských regulačních orgánů pro audiovizuální mediální služby.

¹⁷ Průzkum provedený platformou Global Disinformation Index v lednu a únoru 2021 se zaměřením na Francii, Německo, Itálii a Španělsko ukazuje, že většina společností zabývajících se reklamními technologiemi nemá konkrétní politiky pro dezinformační obsah týkající se onemocnění COVID-19, nebo že tyto politiky jsou porušovány a nadále financují zpravodajské weby, jež byly veřejně označeny za šířitele dezinformací: <https://disinformationindex.org/2021/02/ad-funded-covid-19-conspiracy-sites-a-look-at-the-eu/>. Z průzkumu, který provedlo hnutí Avaaz v srpnu 2020, vyplynulo, že obsah zveřejňovaný na deseti čelných webových stránkách šířících zavádějící informace v oblasti zdraví má podle odhadu téměř čtyřikrát více zobrazení na Facebooku než odpovídající obsah webových stránek deseti vedoucích zdravotnických institucí: https://secure.avaaz.org/campaign/en/facebook_threat_health/.

veřejnosti značnou újmu, stanou-li se virálními. Hlavním cílem ovšem zůstávají dezinformace v úzkém smyslu¹⁹, avšak v posíleném kodexu by se signatáři měli zavázat, že budou mít zavedeny vhodné politiky a budou přijímat přiměřená opatření ke zmírňování rizik, jež dezinformace představují, pokud existuje nebezpečí vážné újmy veřejnosti a pokud bude náležitě zaručena svoboda projevu. Uživatelé musí mít možnost porovnávat tyto informace se spolehlivými zdroji a být informováni, pokud informace, s nimiž se setkávají, prokazatelně nejsou pravdivé. V souladu s tím a v závislosti na jejich povaze by se ne všechny závazky kodexu vztahovaly na zavádějící informace.

Tyto pokyny používají – pro větší přehlednost – při odkazování na různé jevy, které je třeba řešit, zastřešující pojem „dezinformace“, i když jasně uznávají, že mezi nimi existují závažné rozdíly²⁰. Dezinformace v tomto smyslu zahrnují dezinformace v užším smyslu, zavádějící informace, jakož i informační vlivové operace²¹ a zahraniční vměšování²² do informačního prostoru, včetně vměšování zahraničních aktérů, kdy je používána manipulace s informacemi s účinkem způsobení vážné újmy veřejnosti.

3.3 Rozšíření účasti

Mezi signatáři stávajícího kodexu jsou významné online platformy působící v EU. Širší účast zavedených a vznikajících platform by však mohla zajistit komplexnější a koordinovanější reakci na šíření dezinformací. Potenciální noví signatáři mohou zahrnovat poskytovatele online služeb, kteří rozšiřují informace mezi veřejností, jako jsou menší sociální média nebo vyhledávací služby (např. subjekty nabízející služby na vnitrostátní nebo regionální úrovni nebo specializované/tematické služby). Vzhledem k příslušné zátěži spojené s dodržováním předpisů, včetně povinností podávat zprávy, by závazky podle posíleného kodexu měly zohledňovat rozsah služeb signatářů. Zatímco velmi velké online platformy budou podle navrhovaného aktu o digitálních službách muset přijmout robustnější opatření pro řešení příslušných systémových rizik, opatření použitelná pro menší nebo vznikající služby by jim neměla působit nepřiměřenou zátěž.

Soukromé služby pro zasílání zpráv mohou být rovněž zneužity k přiživování dezinformací a zavádějících informací, jak bylo možné pozorovat v nedávných předvolebních kampaních a během pandemie COVID-19²³. Takoví poskytovatelé služeb by se jako signatáři kodexu mohli zavázat ke konkrétním opatřením vhodným pro daný typ služeb, bez jakéhokoli oslabení šifrování, které je u služeb tohoto typu často

¹⁸ Akční plán pro evropskou demokracii definuje zavádějící informace takto: „zavádějícími informacemi se rozumí falešný nebo zavádějící obsah sdílený bez škodlivého úmyslu, ačkoliv účinky škodlivé být mohou, např. když lidé v dobré víře sdílejí nepravdivé informace s přáteli a rodinou“.

¹⁹ Akční plán pro evropskou demokracii definuje dezinformace takto: „dezinformacemi se rozumí falešný nebo zavádějící obsah, který je šířen s úmyslem klamat nebo zajistit hospodářský či politický prospěch a který může způsobit újmu veřejnosti“.

²⁰ V případě potřeby pokyny rozlišují mezi jednotlivými podkategoriemi.

²¹ Jak jsou definovány v Akčním plánu pro evropskou demokracii: „informačními vlivovými operacemi se rozumí koordinované úsilí domácích nebo zahraničních aktérů o ovlivňování cílové skupiny pomocí řady klamavých prostředků, včetně potlačování nezávislých informačních zdrojů v kombinaci s dezinformacemi“.

²² Jak je definováno v Akčním plánu pro evropskou demokracii: „zahraničním vměšováním do informačního prostoru, často prováděným v rámci širší hybridní operace, se může rozumět agresivní dezinformační úsilí o narušení svobodného utváření a vyjadřování politické vůle jednotlivců ze strany zahraničního státního aktéra nebo jeho agentů“.

²³ „Stop the virus of disinformation“ (Zastavit virus dezinformací), United Nations Interregional Crime and Justice Research Institute (Výzkumný institut OSN pro otázky meziregionálního zločinu a trestní spravedlnosti, UNICRI), <http://www.unicri.it/sites/default/files/2020-11/SM%20misuse.pdf>.

používáno, a s náležitým ohledem na ochranu soukromí a práva na soukromý a rodinný život včetně komunikací.

Pro zvýšení dopadu kodexu na omezení zpeněžování dezinformací je klíčová širší účast zúčastněných stran z ekosystému reklamy mimo okruh stávajících signatářů kodexu (evropských a vnitrostátních sdružení v odvětví reklamy). Kodexu by zejména prospělo větší zapojení značek (zejména značek se značnými výdaji na online reklamu), jakož i dalších účastníků z odvětví online reklamy (např. reklamních burz, poskytovatelů reklamních technologií, komunikačních agentur) a dalších subjektů poskytujících služby, které lze použít ke zpeněžování dezinformací (např. služeb elektronických plateb, platform pro elektronické obchodování, systémů skupinového financování / dárcovství)²⁴.

Noví signatáři by mohli zahrnovat i jiné zúčastněné strany, jež mohou mít významný dopad díky svým prostředkům, nástrojům, řešením nebo příslušným specifickým odborným znalostem, včetně ověřovatelů faktů, organizací poskytujících ratingy dezinformačních webových stránek nebo posuzujících dezinformace, jakož i poskytovatelů technologických řešení, jež mohou podpořit úsilí o potírání dezinformací. Takové organizace mohou výrazně přispět k účinnému provádění kodexu a k jeho úspěchu.

3.4 Přizpůsobené závazky

Pro usnadnění širší účasti by posílený kodex měl zahrnovat přizpůsobené závazky, jež odpovídají rozmanitosti služeb, které signatáři poskytují, a konkrétním úlohám, které hrají v rámci ekosystému.

Signatáři by měli přijmout závazky, které odpovídají jejich službám. Účast v kodexu a přijetí jeho závazků jsou i nadále dobrovolné, avšak aby byla zajištěna efektivita kodexu jako nástroje pro zmírňování rizik, signatáři by v zásadě neměli upouštět od závazků, které odpovídají jejich službám. Pokud se signatáři rozhodnou, že konkrétní závazek odpovídající jejich službám nepřijmou, měli by to veřejně zdůvodnit v duchu 68. bodu odůvodnění navrhovaného aktu o digitálních službách. Signatáři, kteří poskytují prostředky, nástroje nebo řešení pro boj s dezinformacemi, by mohli přijmout vhodné závazky a podpořit svými odbornými znalostmi další signatáře kodexu. Veškeré požadavky na podávání zpráv kladené na takové organizace by měly být přizpůsobeny jejich poslání.

3.5 Evropské středisko pro sledování digitálních médií

Pro účinné přispívání k řešení problému dezinformací je velmi důležité se opírat o podporu multidisciplinární komunity včetně ověřovatelů faktů, akademických výzkumných pracovníků a dalších příslušných zúčastněných stran. S cílem přispět k vytvoření takové komunity a usnadnit její práci bylo založeno Evropské středisko pro sledování digitálních médií (EDMO)²⁵. Poskytováním podpory nezávislým výzkumným pracovníkům a ověřovatelům faktů bude Evropské středisko pro sledování digitálních

²⁴ „How COVID-19 conspiracists and extremists use crowdfunding platforms to fund their activities“ (Jak konspirátoři v oblasti COVID-19 a extremisté využívají platformy skupinového financování k financování svých činností), EUDisinfoLab <https://www.disinfo.eu/publications/how-covid-19-conspiracists-and-extremists-use-crowdfunding-platforms-to-fund-their-activities/>.

²⁵ <https://edmo.eu/>

médií a jeho vnitrostátní centra zvyšovat schopnost odhalovat a analyzovat dezinformační kampaně. Evropské středisko pro sledování digitálních médií může hrát důležitou úlohu při dosažení některých cílů kodexu. Proto se očekává, že signatáři kodexu budou s Evropským střediskem pro sledování digitálních médií podle potřeby spolupracovat.

3.6 Systém včasného varování

Jak je popsáno v akčním plánu proti dezinformacím z roku 2018²⁶, online platformy by měly spolupracovat se systémem včasného varování EU, který propojuje všechny členské státy EU a příslušné orgány EU s cílem umožnit společné reakce na dezinformace pomocí sdílení informací a poskytování včasné výstrahy před dezinformačními kampaněmi. V souvislosti s tím by posílený kodex měl zkoumat možnosti zesílení takové spolupráce, zejména usnadněním neformální výměny mezi signatáři, která jim umožní prezentovat svou práci a poznatky a která také zajistí úzké, efektivní a soudržné vazby na vnitrostátní úrovni mezi všemi členskými státy a signatáři podle potřeby. Přitom by měla být zohledněna i spolupráce s Evropským střediskem pro sledování digitálních médií, jak uvedeno výše.

4 KONTROLA UMISŤOVÁNÍ REKLAMY

Jak bylo již vysvětleno, pro úspěch kodexu je klíčové rozhodné opatření zaměřené na demonetizaci šířitelů dezinformací. Závazky podle posíleného kodexu by proto měly řešit podrobnější, přizpůsobená opatření k řešení rizik dezinformací spojených s šířením reklamy na internetu, a to s ohledem na nadcházející regulační požadavky obsažené v navrhovaném aktu o digitálních službách, které se vztahují na veškerou online reklamu, včetně politické reklamy a tematické reklamy a, v použitelné míře, v oznámené iniciativě týkající se politické reklamy.

4.1 Demonetizace dezinformací

Kodex by měl posílit závazky zaměřené na odstránění dezinformací šířených na vlastních službách signatářů nebo na webových stránkách třetích osob od finančních toků²⁷. Aby se zvýšila transparentnost a odpovědnost v oblasti umisťování reklam, měli by signatáři, kteří se na umisťování reklam podílejí, včetně společností zabývajících se reklamními technologiemi²⁸, určit kritéria, jež používají při umisťování reklam, a přijmout opatření, která umožní ověřovat vstupní/cílovou stránku reklam, s cílem vyhnout se umisťování reklam vedle dezinformačního obsahu nebo na místech, o nichž je známo, že opakovaně slouží ke zveřejňování dezinformací. Platformy by se měly zavázat zejména ke zpřísnění požadavků způsobilosti a přezkumu obsahu z hlediska jeho zpeněžování a programů pro sdílení příjmů z reklam v rámci svých služeb a zakázat účast aktérů, kteří systematicky

²⁶ JOIN(2018) 36 final.

²⁷ Z důkazů je rovněž zřejmé, že příjmy z online reklam stále významně přispívají ke zpeněžování dezinformačních webových stránek, včetně reklamy od velkých značek, které jsou nevědomky umisťovány vedle dezinformačního obsahu. Například platforma Global Disinformation Index odhaduje, že dezinformačním stránkám zaměřeným na Evropu plynou každoročně příjmy z reklamy ve výši zhruba 76 milionů USD. <https://disinformationindex.org/2020/03/why-is-ad-tech-giving-millions-to-eu-disinformation-sites/>.

²⁸ Určitý omezený počet společností zabývajících se reklamními technologiemi již takové politiky přijal.

umísťují obsah vyvrácený jako dezinformace²⁹. Platformy by se dále měly zavázat také k posílení příslušných politik a postupovat s náležitou péčí s cílem vyloučit účast v reklamních sítích nebo v systémech pro výměnu reklamy webových stránek, které trvale šíří dezinformační obsah.

Závazky v této oblasti by měly být také založeny na dostupnosti a zavádění nástrojů zajišťujících bezpečnost značek a na zlepšování těchto nástrojů, jež by měly začleňovat informace a analýzy od ověřovatelů faktů, výzkumných pracovníků a jiných příslušných zúčastněných osob, které poskytují informace např. o zdrojích dezinformačních kampaní. Vlastníci značek a další inzerenti, podporovaní takovými informacemi a nástroji, by se měli zavázat, že učiní vše, co je v jejich silách, aby zabránili umístování své reklamy vedle dezinformačního obsahu nebo na místech, která opakovaně zveřejňují dezinformace.

4.2 Zlepšování spolupráce mezi příslušnými subjekty

K dosažení hmatatelných výsledků je nezbytná úzká spolupráce různých subjektů v ekosystému reklamy. Za tímto účelem, jak je stanoveno v oddíle 3.3, je klíčová širší účast zúčastněných stran z ekosystému reklamy. Posílený kodex by měl poskytnout rámec pro takovou širší účast posilující spolupráci všech příslušných aktérů a dále usnadňující probíhající meziodvětvové iniciativy v této oblasti³⁰.

V rámci posíleného kodexu by se všichni aktéři, kteří se zabývají nákupem, prodejem a umístování digitální reklamy, měli zavázat k výměně osvědčených postupů a posilování spolupráce. Taková spolupráce by měla usnadnit začleňování a tok informací v celém hodnotovém řetězci reklamy, zejména informací důležitých pro identifikaci šířitelů dezinformací při plném dodržování všech příslušných pravidel pro ochranu údajů.

Spolupráce mezi platformami by též mohla zahrnovat výměnu informací o dezinformačních reklamách, které některá platforma odmítla, aby se zabránilo tomu, že se objeví na jiných platformách – například vytvořením společného úložiště odmítnutých reklam – pro informaci jiným platformám, jejichž služby mohou být také dotčeny.

Opatření k odříznutí dezinformací od finančních toků by měla být rozšířena prostřednictvím účasti subjektů činných v hodnotovém řetězci online zpeněžení, jako jsou služby elektronických plateb online, platformy pro elektronické obchodování a příslušné systémy skupinového financování / dárcovství.

²⁹ Viz například Zpráva Avaaz za rok 2020, „Why is YouTube Broadcasting Climate Misinformation to Millions?“ (Proč YouTube šíří zavádějící zprávy o klimatu mezi miliony lidí?): https://secure.avaaz.org/campaign/en/youtube_climate_misinformation/.

³⁰ Globální aliance pro odpovědná média, která zahájila činnost v červnu 2019 pod záštitou Světové federace inzerentů, zahrnuje signatáře kodexu z platforem a reklamního odvětví, jakož i další významné zúčastněné strany z celého reklamního ekosystému. V současné době vypracovává soubor společných odvětvových definic a norem pro to, jak je škodlivý obsah napříč platformami zařazován do kategorií, schvalován inzerenty a prováděn platformami v jejich reklamních produktech a nástrojích zajišťujících bezpečnost značek. Aliance zejména zavádí samostatnou kategorii pro dezinformace a pro zavádějící informace, které mají být do tohoto souboru zahrnuty. Viz WFA „Interim Report on Activities related to the EU Code of Practice on Disinformation“ (Průběžná zpráva Světové federace inzerentů o činnostech týkajících se kodexu zásad EU zásad boje proti dezinformacím), září 2020, s. 2: https://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=69683.

4.3 Závazky zaměřené na řešení reklam obsahujících dezinformace

V rámci posíleného kodexu by se signatáři měli zavázat k tomu, že navrhnou vhodné a přizpůsobené zásady inzerce, které řeší zneužívání jejich reklamních systémů pro šíření dezinformací³¹. Tyto zásady by měli soustavně a účinně prosazovat. Za tímto účelem by měli signatáři spolupracovat s ověřovateli faktů na identifikaci reklam, jež obsahují dezinformace, které byly na základě faktů potvrzeny a odhaleny. Aby se zajistilo jednotné provádění, měli by se signatáři zavázat, že své stávající systémy ověřování a přezkumu reklam přizpůsobí tak, aby bylo zajištěno, že reklamy umístěné prostřednictvím jejich služeb nebo v rámci jejich služeb jsou v souladu s jejich zásadami inzerce ve vztahu k dezinformacím. Signatáři by se rovněž měli zavázat, že pokud odmítnou nebo odstraní dezinformační reklamu nebo deaktivují reklamní účty³², jasně vysvětlí inzerentům, které zásady inzerce byly porušeny.

5 POLITICKÁ REKLAMA A TEMATICKÁ REKLAMA

„Politická reklama“ a „tematická reklama“³³ hrají důležitou roli při utváření politických kampaní a veřejných debat týkajících se klíčových společenských problémů. Takový online placený obsah může sehrát rozhodující roli při formování veřejného mínění a ovlivňovat výsledek voleb. Organizace voleb v EU je většinou regulována na úrovni členských států, kde politickou reklamu včetně její transparentnosti ovlivňují různá příslušná pravidla. V Akčním plánu pro evropskou demokracii Komise oznámila právní předpis k posílení transparentnosti politické reklamy. Aby byla zajištěna přiměřená úroveň transparentnosti a odpovědnosti v této oblasti, je na podporu širšího právního rámce nutné dále posílit závazky stanovené v kodexu.

Revize kodexu v této oblasti bude muset zohlednit připravovaný legislativní návrh Komise o transparentnosti sponzorovaného politického obsahu a příslušná ustanovení navrhovaného aktu o digitálních službách. Posílený kodex poslouží jako důležitý nástroj, který přinese hmatatelný pokrok na podporu stávajícího právního rámce a připraví rovněž podmínky pro silnější právní předpisy a prostřednictvím tohoto nového legislativního rámce, až bude zaveden, navrhne řešení vedená průmyslem na podporu jeho provádění a dosažení trvalého pokroku v této oblasti.

Za účelem jednotného a efektivního provádění závazků je zapotřebí sdílené chápání signatářů, co je „politická reklama“ a „tematická reklama“, které náležitě zohledňuje stávající příslušné vnitrostátní právní rámce. Signatáři by měli zajistit dodržování příslušných právních předpisů a sladění svých postupů s připravovaným právním předpisem o transparentnosti sponzorovaného politického obsahu.

³¹ Z důkazů vyplývá přetrvávání online reklamy, jež obsahuje dezinformace, které ověřovatelé faktů již zjistili a odhalili. Viz „Facebook Approved Ads With Coronavirus Misinformation“ (Facebook schválil reklamy se zavádějícími informacemi o koronaviru): <https://www.consumerreports.org/social-media/facebook-approved-ads-with-coronavirus-misinformation/>.

³² Jak Komise konstatovala, politiky platform sledují řadu cílů, z nichž některé nejsou zvlášť přizpůsobené tak, aby řešily dezinformace – např. nepodporované komerční nároky, podvodné obchodní praktiky. Viz SWD(2020) 180 final.

³³ Žádná společná definice tematické reklamy v současnosti v kodexu neexistuje, avšak podle všeho existuje shoda v tom, že tematická reklama je taková reklama, která obsahuje sponzorovaný obsah týkající se společenských problémů nebo souvisí s diskusí o otázkách obecného zájmu, která by mohla mít dopad na veřejné mínění. Příklady takových problémů mimo jiné zahrnují změnu klimatu, otázky životního prostředí, imigrace nebo COVID-19.

5.1 Účinné označování politické reklamy a tematické reklamy

Kodex by měl obsahovat posílené závazky zajišťující transparentnost a zveřejňování politické reklamy i tematické reklamy a zohledňovat příslušná ustanovení navrhovaného aktu o digitálních službách³⁴ i připravované legislativní iniciativy týkající se transparentnosti politické reklamy, aniž jsou dotčeny stávající regulační rámce. Tyto reklamy by měly být jasně a účinně označeny, měly by být odlišitelné jako placený obsah a uživatelé by měli mít možnost pochopit, že zobrazený obsah obsahuje reklamu týkající se politických nebo společenských problémů. Posílený kodex by mohl obsahovat soubor společných kritérií a příkladů znaků a označení politické reklamy a tematické reklamy. Signatáři by případně měli začlenit příslušný výzkum zaměřený na zlepšení účinnosti označení při informování uživatelů³⁵. Kodex by měl obsahovat závazky zaměřené na zajištění toho, aby označení zůstalo na místě, když uživatelé sdílejí politické reklamy nebo tematické reklamy organickým způsobem³⁶, takže zůstanou i nadále označeny jako reklamy.

5.2 Závazky týkající se ověřování a transparentnosti politických reklam a tematických reklam

Signatáři, kteří zveřejňují politické reklamy a tematické reklamy, by měli zajistit, aby byla uživatelům viditelná totožnost inzerenta, včetně konkrétního závazku, jenž zavádí povinnost transparentnosti v souladu s požadavky navrhovaného aktu o digitálních službách³⁷.

Signatáři by měli také vynaložit rozumné úsilí s cílem zajistit prostřednictvím účinných systémů ověřování a povolování, že dříve než bude povoleno umístění reklam tohoto druhu, budou splněny všechny nezbytné podmínky.

5.3 Transparentnost platform pro zaslání zpráv

Revidovaný kodex zásad by měl obsahovat nové, přizpůsobené závazky týkající se využívání platform pro zaslání zpráv k šíření politických reklam a tematických reklam, a to při plném dodržování obecného nařízení o ochraně osobních údajů (GDPR) a požadavků EU na soukromí v elektronických komunikačních službách. Výše uvedený požadavek, aby v případě sdílení sponzorovaného politického obsahu mezi uživateli byl tento obsah i nadále označen jako placený, by se měl v co největší míře vztahovat i na sponzorovaný politický obsah sdílený mezi platformami pro zaslání zpráv. Za tímto účelem by signatáři měli vypracovat řešení, která jsou slučitelná se šifrovací technologií často používanou platformami pro zaslání zpráv, bez jakéhokoli oslabení šifrování.

5.4 Cílení politických reklam

Mikrocílení politické reklamy může vyvolat různé obavy. Vyvolává otázky ohledně souladu s pravidly pro ochranu údajů, neboť mikrocílení vychází z osobních informací a

³⁴ Zejména článek 24.

³⁵ Dobber et al., „Effectiveness of online political ad disclosure labels: empirical findings“ (Účinnost označení odhalujících online politickou reklamu: empirická zjištění), březen 2021: <https://www.uva-icds.net/wp-content/uploads/2021/03/Summary-transparency-disclosures-experiment-update.pdf>.

³⁶ Organický obsah je bezplatný obsah, který uživatelé sdílejí mezi sebou navzájem, aniž za něj platí. To zahrnuje také situace, kdy uživatelé sdílejí mezi sebou sponzorovaný obsah, který se tak stává organickým obsahem.

³⁷ Článek 30 návrhu aktu o digitálních službách.

někdy zahrnuje sofistikované techniky psychologického profilování³⁸. Může se dotýkat práva voličů na obdržení informací, protože mikrocílení umožňuje zadavatelům politické reklamy zasílat zprávy uzpůsobené pro cílové skupiny, zatímco jiné skupiny mohou být o tyto informace ochuzeny. Mikrocílení ztěžuje ověřování faktů nebo kontrolu takových reklam a jednotlivcům ztěžuje prosazovat svá práva, a to i pokud jde o ochranu údajů. To na druhé straně může zvyšovat riziko politické polarizace³⁹.

Posílený kodex by měl přispívat k omezení nebo vyloučení rizik spojených s mikrocílením politické reklamy a/nebo tematické reklamy na jednotlivce. V této souvislosti by měl být zajištěn plný soulad s nařízením GDPR a dalšími příslušnými právními předpisy, zejména získání platného souhlasu tam, kde je to vyžadováno⁴⁰. Přístup k informacím by měl být usnadněn tak, aby příslušným orgánům umožňoval vykonávat monitorovací a vymáhací funkci.

Signatáři by se měli zavázat, že zajistí, aby občané byli jasně informováni, pokud jsou předmětem mikrocílení, a aby se jim dostalo smysluplných informací o kritériích a datech, která byla pro tento účel použita. Měli by provádět důrazná související opatření v oblasti transparentnosti, včetně specializovaných knihoven reklamy s možností vyhledávání, obsahujících všechny mikrocílené reklamy nabízené konkrétním skupinám uživatelů⁴¹, spolu s informacemi o kritériích cílení a zasílání.

5.5 Lepší úložiště reklamy a minimální funkce rozhraní pro programování aplikací (API)

Posílený kodex by měl zajistit, aby se platformy signatářů zavázaly ke zlepšení, pokud jde o úplnost a kvalitu informací v jejich úložištích politických reklam, tak aby tato úložiště skutečně obsahovala veškerý sponzorovaný politický obsah, který je předkládán. Tato úložiště by měla poskytovat aktuální, pravidelně aktualizované informace o objemu a rozpočtu politické reklamy předkládané zadavateli politické reklamy v členských státech, kolikrát byla každá reklama zobrazena online a kritéria pro zacílení použitá inzerentem, s ohledem na příslušná ustanovení navrhovaného aktu o digitálních službách a připravovaného právního předpisu o politické reklamě⁴².

Některé platformy vytvořily rozhraní pro programování aplikací (API) nebo jiná rozhraní umožňující uživatelům a výzkumným pracovníkům provádět personalizované vyhledávání v jejich úložištích politické reklamy. Funkce těchto API jsou však velmi omezené. Posílený kodex by měl zajistit, aby API pro úložiště politických reklam

³⁸ Konkrétní povinnosti týkající se transparentnosti jsou uvedeny v návrhu aktu o digitálních službách, jakož i v návrhu aktu o digitálních trzích.

³⁹ Viz například Papakyriakopoulos et al., „Social media and microtargeting: Political data processing and the consequences for Germany“ (Sociální média a mikrocílení: zpracování politických dat a důsledky pro Německo), *Big Data & Society*, listopad 2018, doi 10.1177/2053951718811844, nebo Lewandowsky et al., „Understanding the influence of online technologies on political behaviour and decision-making“ (Pochopení vlivu online technologií na politické chování a rozhodování), EUR 30422 EN, Úřad pro publikace Evropské unie, Lucemburk.

⁴⁰ Podrobněji viz Evropský sbor pro ochranu osobních údajů, [Pokyny č. 05/2020 k souhlasu podle nařízení 2016/679](#) a [Guidelines 08/2020 on the targeting of social media users \(Pokyny č. 08/2020 k cílení na uživatele sociálních médií\)](#) (uvádějící příklady, kdy je pro cílenou reklamu vyžadován souhlas).

⁴¹ Knihovny reklamy, jsou-li vybaveny nezbytnými daty, lze například používat k ověřování, zda ve stejnou dobu došlo online k expozici politickým sdělením.

⁴² Viz článek 30 návrhu aktu o digitálních službách.

platformem obsahovala soubor minimálních funkcí, jakož i soubor minimálních kritérií pro vyhledávání, jež umožní uživatelům a výzkumným pracovníkům provádět přizpůsobené vyhledávání za účelem získání dat v reálném čase, ve standardních formátech a umožní snadnější porovnávání, výzkum a monitorování platformem. Jsou-li vytvořena úložiště tematických reklam, měla by mít srovnatelné funkce API a schopnosti vyhledávání. Závazky by měly také zaručovat široký přístup k API a jejich pravidelnou aktualizaci, aby splňovaly potřeby výzkumných pracovníků.

6 INTEGRITA SLUŽEB

Posílený kodex by měl stanovit komplexní pokrytí současných i nově vznikajících forem manipulativního chování, které se používá pro šíření informací. Měl by zohledňovat vyvíjející se povahu šíření dezinformací a větší rizika, která jsou s ním spojena, například skutečnost, že dezinformační kampaně mohou být součástí hybridních hrozeb pro bezpečnost, zejména ve spojení s kybernetickými útoky⁴³. Měl by obsahovat přizpůsobené závazky zaměřené na řešení zranitelných míst a zajištění transparentnosti a odpovědnosti, pokud jde o opatření, jež signatáři přijímají za účelem omezení manipulativního chování, které podle jejich příslušných podmínek poskytování služby není v rámci služeb signatářů povoleno, také s ohledem na připravované regulační požadavky uvedené v navrhovaném aktu o digitálních službách⁴⁴.

6.1 Společný výklad nepřijatelného manipulativního chování

Pro zajištění jednotného přístupu by posílený kodex měl zajistit, aby se signatáři shodli na společném výkladu manipulativního chování na platformách, které není v rámci jejich služeb povoleno, včetně „neautentického chování“, aniž jsou dotčeny stávající právní předpisy EU a členských států. Tento výklad by měl být dostatečně široký, aby zahrnoval celé spektrum chování, s jehož pomocí se subjekty s nekalými úmysly mohou pokoušet služby zmanipulovat. Za tímto účelem by signatáři měli sestavit komplexní seznam manipulativních taktik, technik a postupů, jež představují nepřijatelné neautentické chování napříč jejich službami. Zjištěné techniky by měly být dostatečně definovány, aby bylo možné porovnávat výskyt nepřijatelného chování mezi jednotlivými platformami, jakož i účinnost opatření, která jsou proti němu přijímána. Společný výklad by měl poskytnout sdílený heslář pro signatáře, regulační orgány, občanskou společnost a jiné zúčastněné strany sloužící k projednávání problémů online dezinformací a manipulací jak v rámci kodexu zásad, tak na jiných fórech, jako je systém včasného varování EU a evropská síť pro volební spolupráci, a při přípravě na použití navrhovaného aktu o digitálních službách. Tato práce by měla zohlednit rychle se vyvíjející situaci, pokud jde o taktiky, techniky a postupy, a odrážet tyto možné změny při vypracování terminologie a definic.

6.2 Posílené závazky zaměřené na omezení nepřijatelného manipulativního chování

Posílený kodex by měl stanovit nové závazky v oblasti nepřijatelného manipulativního chování; měly by pokrývat celé spektrum manipulativních technik a vyžadovat účinné

⁴³ Společné sdělení o zvýšení odolnosti a posílení kapacit pro řešení hybridních hrozeb (JOIN(2018) 16 final).

⁴⁴ Ustanovení čl. 26 odst. 1 písm. c) návrhu aktu o digitálních službách určuje „úmyslnou manipulaci“ se službami jako systémové riziko, proti kterému musí velmi velké platformy přijmout opatření ke zmírnění rizik.

reakce na tyto techniky. Závazky by měly vyžadovat, aby se signatáři zabývali vyvíjejícími se manipulativními technikami, jako jsou např. operace typu „hack-and-leak“ (zmocnění se dat a jejich zveřejnění), převzetí účtů, vytváření neautentických skupin, vydávání se za jinou osobu, „deep fakes“ (videomontáže), „fake engagement“ (kupování falešných aktivit) nebo neprůhledné zapojení vlivných uživatelů. Kromě toho by závazky neměly pouze vyžadovat, aby signatáři zveřejňovali příslušné politiky, ale měly by také stanovit základní prvky, cíle a měřítka pro opatření přijímaná proti nepřipustnému manipulativnímu chování. Posílený kodex by měl zohledňovat povinnosti v oblasti transparentnosti systémů umělé inteligence, jež vytvářejí obsah nebo s ním manipulují, a seznam manipulativních postupů, které jsou zakázány podle návrhu aktu o umělé inteligenci⁴⁵.

6.3 Přízpůsobení závazků, spolupráce a transparentnosti

Aby se zajistila trvalá relevantnost a přiměřenost, posílený kodex by měl vytvořit mechanismus, jehož prostřednictvím lze jeho závazky s postupem času přizpůsobovat na základě nejnovějších důkazů o chování a taktikách, technikách a postupech, jež subjekty s nekalými úmysly používají.

Signatáři by se měli zavázat, že vytvoří kanály pro výměnu mezi svými příslušnými týmy pro vytváření důvěry, kybernetickou bezpečnost a bezpečnost. Tyto kanály pro výměnu by měly usnadnit aktivní sdílení informací o vlivových operacích a zahraničních zásazích v informačním prostoru na službách signatářů, a to s cílem zabránit opakování takových kampaní na jiných platformách. Výsledky a získaná ponaučení by měly být uvedeny v ročních zprávách signatářů o monitorování, projednány ve stálé pracovní skupině⁴⁶ a pravidelně zpřístupňovány ve společných datových formátech⁴⁷.

Závazky by měly zajistit, aby veškeré politiky a opatření byly jasně sdělovány uživatelům, a to i prostřednictvím střediska pro transparentnost⁴⁸. Signatáři by se rovněž měli zavázat, že veškerá opatření proti nepřipustnému manipulativnímu chování budou řešit v rámci interního systému pro vyřizování stížností, a to při zohlednění příslušných ustanovení navrhovaného aktu o digitálních službách⁴⁹.

7 POSÍLENÍ POSTAVENÍ UŽIVATELŮ

Pro omezení dopadu dezinformací je klíčové posílení postavení uživatelů. Lepší pochopení fungování online služeb, jakož i nástroje, které podporují odpovědnější chování na internetu nebo které umožňují uživatelům zjišťovat falešný nebo zavádějící obsah a nahlašovat ho, mohou dramaticky omezit šíření dezinformací. Závazky podle kodexu v této oblasti by měly být rozšířeny, aby zahrnovaly široké spektrum služeb, včetně například přizpůsobených závazků pro služby zasílání zpráv. Měly by také obsahovat mechanismy, jež umožní odvolat se proti opatřením, která signatáři přijali

⁴⁵ COM(2021) 206 final.

⁴⁶ Ohledně stálé pracovní skupiny viz oddíl 9.2.3 níže.

⁴⁷ Při tom by se měly zohlednit také nepřátelské dezinformační a vlivové taktiky a techniky: <https://cogsec-collab.org/>.

⁴⁸ Ohledně centra pro transparentnost viz oddíl 9.2.2 níže.

⁴⁹ Zejména článek 17, který se již vztahuje na rozhodnutí neslučitelná s jejich podmínkami, včetně rozhodnutí o zrušení nebo znemožnění přístupu k obsahu, pozastavuje nebo ukončuje poskytování služby vcelku nebo zčásti danému příjemci, nebo rozhodnutí o pozastavení nebo zrušení účtu příjemce.

v návaznosti na hlášení uživatelů. Signatáři by též měli brát konkrétní ohled na situaci dětí, které mohou být vůči dezinformacím obzvláště zranitelné.

7.1 Závazky zaměřené na opatření posilující mediální gramotnost

Někteří signatáři vyvíjeli úsilí v oblasti mediální gramotnosti, přičemž poskytovali uživatelům příslušné nástroje. Podle posíleného kodexu by se signatáři měli zavázat, že budou v tomto úsilí pokračovat, a zejména se zavázat k většímu zapojení komunity pro zvyšování mediální gramotnosti do návrhu a provádění nástrojů a do posuzování kampaní v oblasti mediální gramotnosti v rámci svých služeb, a to i s cílem chránit děti. Toto úsilí by rovněž mohlo být sladěno s iniciativami Komise v oblasti mediální gramotnosti⁵⁰, včetně nového akčního plánu digitálního vzdělávání (2021–2027)⁵¹, s cílem využít příslušných synergií. Skupina odborníků pro mediální gramotnost, která působí v rámci Komise⁵², a Evropské středisko pro sledování digitálních médií (EDMO) mohou za tímto účelem poskytnout podporu pro vytvoření stálého rámce pro diskusi.

7.2 Závazek zaměřený na „bezpečný návrh“

Návrh a architektura online služeb mají značný dopad na chování uživatelů⁵³. Signatáři by se proto měli zavázat, že budou vyhodnocovat rizika, jež představují jejich systémy, a navrhnu architekturu svých služeb tak, aby minimalizovala rizika spojená⁵⁴ s šířením a zesilováním dezinformací⁵⁵. To by mohlo zahrnovat také předběžné testování architektury systémů. Signatáři by rovněž měli investovat do výzkumu a vyvíjet prvky a návrhy produktů, jež posilují kritické myšlení uživatelů, jakož i odpovědné a bezpečné využívání jejich služeb.

Online platformy by mohly také spolupracovat s poskytovateli technologických řešení s cílem začlenit do jejich služeb řešení, jež umožní kontrolovat pravost či správnost nebo určit původ nebo zdroj digitálního obsahu⁵⁶.

⁵⁰ Viz zejména opatření uvedená v Akčním plánu pro evropskou demokracii (COM(2020) 790 final) a Akčním plánu pro média a audiovizuální odvětví (COM (2020) 784 final).

⁵¹ Akční plán digitálního vzdělávání (COM(2020) 624 final) předkládá návrh na vypracování pokynů pro učitele a pedagogy s cílem čelit dezinformacím a podporovat digitální gramotnost prostřednictvím vzdělávání a odborné přípravy.

⁵² <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-literacy>

⁵³ Viz např. Lewandowsky et al., „Understanding the influence of online technologies on political behaviour and decision-making“ (Pochopení vlivu online technologií na politické chování a rozhodování), EUR 30422 EN, Úřad pro publikace Evropské unie, Lucemburk, 2020.

⁵⁴ Viz návrh aktu o digitálních službách, čl. 26 odst. 1 písm. c) o posuzování souvisejících rizik.

⁵⁵ Jednoduché technické intervence (např. vyskakovací okna dotazující se uživatele, zda skutečně chtějí sdílet odkazy, které si neprohlédli) mohou přimět uživatele, aby obsah před jeho šířením zkontrolovali, a pomoci tak omezit šíření nepravdivých a/nebo zavádějících informací uživateli, kteří jednají v dobré víře. Příklady: Výzva, kterou používá Twitter – „Check it out before you Tweet it“ (před tweetnutím zkontrolujte): <https://help.twitter.com/en/using-twitter/how-to-retweet>;

Informační panely YouTube pro ověřování faktů: <https://support.google.com/youtube/answer/9229632?hl=cs>; Oznámení ve vyskakovacím oknu na Facebooku před sdílením obsahu, jehož chybnost prokázal ověřovatel faktů: <https://www.facebook.com/journalismproject/programs/third-party-fact-checking/faqs>;

„Know your Facts tool“ (nástroj Ověřte si fakta) na TikToku: <https://newsroom.tiktok.com/en-gb/taking-action-against-covid-19-vaccine-misinformation>.

⁵⁶ V oddíle 3.3 pokyny vyzývají zúčastněné strany, které mohou přispět svými prostředky, nástroji nebo řešeními přínosnými pro boj proti dezinformacím, aby se i ony připojily k signatářům kodexu.

Poskytovatelé online systémů využívajících umělou inteligenci by také měli zohlednit příslušná ustanovení navrhovaného aktu o umělé inteligenci.

7.3 Odpovědnost doporučovacích systémů

Díky tomu, že doporučují pořadí, v němž jsou informace předkládány, mají doporučovací systémy značný vliv na to, k jakým informacím se uživatel skutečně dostane. Je mimořádně důležité, aby se signatáři posíleného kodexu zavázali, že zajistí transparentnost svých doporučovacích systémů, pokud jde o kritéria používaná pro stanovení priority informací nebo snížení jejich priority, s možností, aby uživatelé mohli sami upravit algoritmy určující pořadí. Toto vše by mělo být provedeno při náležitém zohlednění zásady svobody sdělovacích prostředků s přihlédnutím k požadavkům v příslušných ustanoveních návrhu aktu o digitálních službách⁵⁷.

Závazky by měly též obsahovat konkrétní opatření ke snížení rizik toho, že doporučovací systémy budou podporovat virální šíření dezinformací, jako např. vyloučení nepravdivých a/nebo zavádějících informací z doporučovaného obsahu, pokud byly odhaleny nezávislými ověřovateli faktů, a z webových stránek a subjektů, které trvale šíří dezinformace.

7.4 Viditelnost spolehlivých informací veřejného zájmu

Pandemie COVID-19 zvýraznila to, jak je zejména v dobách krize důležité prosazovat informace veřejného zájmu, které jsou spolehlivé, jako jsou informace zdravotnických orgánů o opatřeních zaměřených na předcházení onemocnění nebo o bezpečnosti vakcín⁵⁸. Signatáři zavedli různá řešení s cílem poskytovat tyto informace uživatelům, zajistit jejich zviditelnění a snadný přístup k nim. V návaznosti na tyto zkušenosti by se signatáři posíleného kodexu měli zavázat, že budou pokračovat ve vývoji a uplatňování takových specifických nástrojů (např. informačních panelů, bannerů, vyskakovacích oken, map a pobídek), které upřednostňují spolehlivé zdroje a navádějí uživatele na témata zvláštního veřejného a společenského zájmu nebo v krizových situacích.

K prohloubení stávajících závazků podle kodexu⁵⁹, které se týkají upřednostňování relevantního, autentického a spolehlivého obsahu, by se signatáři měli rovněž zavázat ke zveřejňování informací popisujících metody, jež v této souvislosti používají jejich doporučovací systémy. Tyto informace by měly být dostupné v centru pro transparentnost. Signatáři kodexu by měli zvážit zajištění toho, aby tyto informace bylo možné ověřit třetími stranami nebo prostřednictvím nezávislého auditu, také se zohledněním příslušných ustanovení návrhu aktu o digitálních službách.

⁵⁷ Zejména v článcích 26, 27 a 29.

⁵⁸ Zprávy o monitorování onemocnění COVID-19 poskytují data o počtu zobrazení nebo míře prokliku informačních panelů a bannerů poskytujících takové informace: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/reports-march-actions-fighting-covid-19-disinformation-monitoring-programme>

⁵⁹ Viz závazek č. 8 kodexu zásad boje proti dezinformacím.

7.5 Varování pro uživatele, kteří přicházejí nebo přišli do styku s falešným nebo zavádějícím obsahem

Odhalování nepravdivých a/nebo zavádějících informací má klíčový význam pro potírání dezinformací⁶⁰. Někteří signatáři navázali spolupráci s nezávislými ověřovateli faktů a/nebo vytvořili interní moderátorské týmy pro označování falešného nebo zavádějícího obsahu. Kodex však v současné době příslušné závazky neobsahuje. A proto – spolu s novými závazky zaměřenými na jednotné uplatňování ověřování faktů, jak je uvedeno v oddíle 8.3 níže – by se signatáři měli zavázat, že ve všech jazycích EU, v nichž jsou poskytovány jejich služby, poskytnou systémy pro pravidelné a jednotné označování obsahu, u něhož bylo zjištěno, že se jedná o obsah označený jako falešný nebo zavádějící, a pro vydávání cílených varování uživatelům, kteří s takovým obsahem přišli do styku. Signatáři by se měli zavázat, že budou informovat uživatele, proč konkrétní obsah nebo účty byly označeny, omezeny nebo jinak postiženy přijatými opatřeními, a o základu pro takové opatření. Signatáři by se měli zavázat, že budou své systémy označování a varování navrhopvat v souladu s nejmodernějšími vědeckými důkazy, pokud jde o to, jak maximalizovat dopad takových intervencí, přičemž zejména zajistí, aby byly navrženy tak, že přilákají pozornost uživatelů⁶¹.

7.6 Funkce označování škodlivých nepravdivých informací

Ačkoliv někteří signatáři již poskytují uživatelům specializovanou funkci označování nepravdivých a/nebo zavádějících informací, není tento prvek dosud dostupný na všech službách. Posílený kodex by měl obsahovat specializovaný závazek vyžadující, aby dotyční signatáři nabízeli na svých službách uživatelsky vstřícné, účinné postupy, jež umožní uživatelům označit dezinformace, které mohou veřejnosti nebo jednotlivci způsobit újmu. Tato funkce by měla rovněž podporovat systémy a mechanismy označování a pomoci identifikovat opakující se falešný informační obsah, který již byl označen jako falešný v jiných jazycích nebo na jiných službách, a to při plném respektování svobody projevu. Závazek by měl specifikovat, že tato funkce musí být náležitě chráněna před zneužitím (tj. taktikou „hromadného označování“ za účelem umlčení jiných hlasů) a musí být k dispozici ve všech jazycích členských států EU, v nichž jsou jejich služby poskytovány. Opatření přijímaná signatáři ve vztahu k označenému obsahu by měla respektovat svobodu projevu a neměla by být nepřiměřená. Opatření v této oblasti by mohla zahrnovat uplatnění transparentního postupu ověřování faktů v označeném obsahu s následnými navazujícími opatřeními, jako je označení obsahu v příslušných případech. Signatáři by se měli zavázat, že budou uživatelům poskytovat informace o opatřeních přijatých v návaznosti na oznámený obsah, např. zda byl obsah přezkoumán, a pokud ano, výsledky posouzení a veškerá opatření, jež byla ve vztahu k tomuto obsahu přijata. Stejně tak by měli být informováni i uživatelé, na jejichž obsah nebo účty se taková opatření vztahují, aby pochopili důvody přijatých opatření, a měli by mít přístup k vhodnému a transparentnímu mechanismu pro odvolání a domáhání se nápravy proti uplatněným opatřením.

⁶⁰ Příručka pro vyvracení nepravdivých informací 2020: <https://www.climatechangecommunication.org/wp-content/uploads/2021/01/DebunkingHandbook2020-Czech.pdf>.

⁶¹ Optimalizace se například může týkat vizuálního návrhu, určitého okamžiku nebo grafického znázornění intervence.

7.7 Dostupnost ukazatelů pro informovanou navigaci na internetu

Cílem posíleného kodexu není hodnotit věrohodnost redakčního obsahu. Vzhledem k obrovskému množství informací, které jsou k dispozici online, však mají uživatelé problémy s tím, které informační zdroje mají konzultovat a kterým mohou důvěřovat. Ukazatele důvěryhodnosti zaměřené na integritu zdrojů, vytvořené nezávislými třetími stranami ve spolupráci se zpravodajskými médii, včetně asociací novinářů a organizací pro svobodu sdělovacích prostředků, jakož i s ověřovateli faktů mohou podpořit uživatele při přijímání informovaných rozhodnutí⁶².

Signatáři by mohli usnadnit přístup k takovým ukazatelům a umožnit uživatelům, aby se rozhodli, zda je budou na svých službách využívat. V tomto případě by posílený kodex měl zajistit, aby signatáři uváděli transparentní údaje o takových ukazatelích třetích stran, včetně údajů o jejich metodice.

Zavádění takových ukazatelů důvěryhodnosti by mělo být plně v souladu se zásadami svobody a plurality sdělovacích prostředků. Za tímto účelem by mělo být ponecháno na uživatelích, aby se rozhodli, zda chtějí takové nástroje používat, či nikoli⁶³.

7.8 Opatření k potlačení dezinformací v aplikacích pro zasílání zpráv

Vedle iniciativ, jež byly v poslední době vytvořeny ve spolupráci s ověřovateli faktů⁶⁴, by signatáři, kteří poskytují soukromé aplikace pro zasílání zpráv, měli testovat a zavádět technické prvky pomáhající uživatelům identifikovat dezinformace šířené prostřednictvím těchto služeb. Tato řešení by měla být slučitelná s povahou těchto služeb, a zejména s právem na soukromé komunikace, a to bez jakéhokoli oslabení šifrování. Takové prvky by mohly například pomáhat uživatelům ověřit, zda konkrétní obsah, který obdrží, byl při ověřování faktů shledán falešným. Toho by mohlo být dosaženo např. pomocí řešení, jež zobrazují označení ověřování zpráv, je-li obsah ze sociálního média šířen pomocí aplikace pro zasílání zpráv. Signatáři by také mohli zvážit řešení, která by uživatelům umožnila porovnat obsah, který obdrželi prostřednictvím aplikace pro zasílání zpráv, s úložištěm ověřených faktů.

8 POSÍLENÍ VLIVU VĚDECKÉ OBCE A KOMUNITY OVĚŘOVATELŮ FAKTŮ

Vzhledem ke klíčovému přínosu vědecké obce a komunity ověřovatelů faktů pro účinnou strategii boje proti dezinformacím by posílený kodex měl stanovit rámec pro jejich spolehlivý přístup k datům platform a odpovídající podporu jejich činností.

⁶² Jako příklady takových ukazatelů lze uvést platformu Global Disinformation Index (Celosvětový index dezinformací), iniciativu Journalism Trust Initiative (Iniciativa důvěryhodnosti novinářů) nebo Trust Project (Projekt důvěry), a rovněž službu NewsGuard.

⁶³ Nástroje pro posuzování důvěryhodnosti informačních zdrojů, jako například tzv. známky důvěry, by měly být zpřístupněny uživatelům pro konzultaci, pokud si to budou přát. Uživatelům by také měla být dána možnost mít signály týkající se důvěryhodnosti mediálních zdrojů začleněné do automatizovaných systémů, které vybírají obsah objevující se v jejich uživatelských zdrojích a určují jeho pořadí.

⁶⁴ Organizace pro ověřování zpráv, podporované některými poskytovateli aplikací pro zasílání zpráv, poskytují uživatelům aplikací pro zasílání zpráv možnost ověřování faktů ze sdělení, jež obdrželi, prostřednictvím takových soukromých kanálů: <https://faq.whatsapp.com/general/ifcn-fact-checking-organizations-on-whatsapp/?lang=cs>.

8.1 Přístup k datům signatářů za účelem výzkumu v oblasti dezinformací

Výzkumní pracovníci, kteří nabízejí analýzu založenou na faktech, mají zásadní význam pro správné pochopení vývoje rizik spojených s dezinformacemi⁶⁵ a mohou přispívat k vytváření mechanismů pro zmírňování rizik. Tato práce je zcela závislá na přístupu k datům platform. Navrhovaný akt o digitálních službách poskytuje regulační mechanismus, který umožňuje, aby prověření výzkumní pracovníci měli přístup k datům za účelem výzkumu v oblasti rizik vyplývajících ze služeb platform⁶⁶. Posílený kodex by měl vytvořit rámec, který již v mezidobí před přijetím aktu o digitálních službách umožní výzkumným pracovníkům nezbytný přístup k datům platform a který také dlouhodobě usnadní vytvoření zvláštního rámce pro přístup k datům přizpůsobeného pro provádění výzkumu jevů souvisejících s dezinformacemi.

8.1.1 Obecný rámec pro přístup k datům

Za účelem posíleného kodexu by se příslušní signatáři, a zejména platformy, měli zavázat, že se budou podílet na tvorbě spolehlivého rámce pro přístup k datům pro výzkumné účely. Podmínky přístupu by měly být transparentní, otevřené a nediskriminační, přiměřené a odůvodněné. Pokud se jedná o osobní údaje, musí být podmínky v souladu s nařízením GDPR. Obecně řečeno by podmínky přístupu k jakýmkoli datům měly respektovat právo na soukromé komunikace a přiměřeně chránit práva a legitimní zájmy všech dotčených stran.

Signatáři by měli tento rámec vytvořit ve spolupráci s vědeckou obcí, Evropským střediskem pro sledování digitálních médií a příslušnými vnitrostátními orgány. Závazky by měly zahrnovat podrobný harmonogram očekávaného pokroku při návrhu a provádění tohoto rámce.

Rámec by měl předpokládat rozdílný přístup k datovým režimům s přiměřenými zárukami pro i) anonymizované a neosobní údaje a pro ii) data vyžadující další kontrolu, včetně osobních údajů. Rámec by měl stanovit možnost přístupu k určitým druhům údajů v reálném čase, aby se umožnilo urychlené posouzení vznikajících nebo vyvíjejících se rizik a návrhu vhodných opatření ke zmírnění rizik.

Rámec je ve stadiu tvorby, avšak signatáři by měli zkoumat v pilotních projektech dočasná řešení. Například využití „pískovišť“ by mohlo poskytnout přístup k příslušným datům platform za účelem výzkumu konkrétních témat pro omezený počet výzkumných pracovníků, který by posloužil jako podklad pro návrh rámce a testování operativních řešení pro širší přístup k datům platform.

8.1.2 Přístup k anonymizovaným a neosobním údajům

Posílený kodex by měl obsahovat závazek poskytovat, je-li to proveditelné, nepřetržitý, stabilní a harmonizovaný přístup v reálném čase k anonymizovaným, souhrnným nebo jinak neosobním údajům pro výzkumné účely prostřednictvím API nebo jiných otevřených a přístupných technických řešení, jež umožňují plné využití datových souborů.

⁶⁵ Toto má zásadní význam i pro informování signatářů, Komise, příslušných vnitrostátních orgánů a veřejnosti.

⁶⁶ Zejména článek 31.

Přístup k datovým řešením by měl usnadnit vyhledávání a analýzu dat. Příslušní signatáři by měli zajistit, aby funkce přístupových systémů splňovaly potřeby výzkumných pracovníků a byly interoperabilní. Závazky by měly zajišťovat postupy pro podávání zpráv o nefunkčnosti přístupových systémů a pro obnovení přístupu a opravu vadných funkcí v přiměřené lhůtě.

8.1.3 Přístup k datům vyžadujícím další kontrolu, včetně osobních údajů

Data, jež by mohla odhalovat osobní informace, včetně citlivých informací⁶⁷, vyžadují další zabezpečení a záruky. Přiměřenou ochranu zasluhují také důvěrné informace, zejména obchodní tajemství nebo data související s bezpečností služeb platform. Rámec pro přístup k datům by zároveň měl umožňovat, aby alespoň akademičtí výzkumní pracovníci měli přístup k datovým souborům potřebným pro pochopení zdrojů, vektorů, metod a způsobů šíření, které charakterizují daný dezinformační jev.

Za tímto účelem by kodex měl vytvořit transparentní postup zahrnující všechny příslušné zúčastněné strany, zejména platformy a vědeckou obec, pro vymezení podmínek pro přístup k těmto datovým souborům. Tyto podmínky by v zásadě měly být standardizované a pro všechny platformy jednotné. Tento postup by měl mimo jiné regulovat i) minimální standardy a kvalifikace pro výzkumné pracovníky, jimž bude udělen přístup; ii) minimální kategorie dat, která budou zpřístupněna; iii) technická a organizační bezpečnostní opatření, která je třeba dodržovat při zpracování takových dat, včetně omezení účelu a minimalizace dat, a iv) u pseudonymizovaných údajů veškerá opatření nezbytná k zabránění jejich opětovnému přiřazení⁶⁸.

8.1.4 Úloha Evropského střediska pro sledování digitálních médií (EDMO)

S ohledem na svou nezávislost a své koordinační funkce by Evropské středisko pro sledování digitálních médií mohlo poskytovat podporu v oblasti přístupu k datům, včetně pokynů týkajících se mimo jiné kategorií údajů, která mají být zpřístupněna, účelů, pro které lze data zpracovávat, a přiměřených bezpečnostních opatření pro zpracování osobních údajů a pro zabránění opětovnému přiřazení anonymizovaných údajů.

Za podpory Evropského střediska pro sledování digitálních médií jsou nyní zkoumány možnosti kodexu chování podle článku 40 nařízení GDPR, a to s cílem zajistit správné uplatňování požadavků týkajících se ochrany soukromí a osobních údajů v souvislosti se sdílením osobních údajů mezi platformami a výzkumnými pracovníky. Nařízení GDPR stanoví obecné podmínky pro zpracování osobních údajů také formou sdílení osobních údajů mezi platformami a výzkumnými pracovníky. Takový kodex by snížil právní nejistoty a rizika pro platformy poskytující přístup k datům a zajistil by bezpečné a harmonizované prostředí pro zpracování osobních údajů pro výzkumné účely⁶⁹. Posílený kodex by měl zavazovat signatáře k tomu, aby v případě potřeby usnadnili vypracování kodexu chování podle článku 40 nařízení GDPR.

⁶⁷ Ve smyslu článku 9 nařízení GDPR.

⁶⁸ Jak vyžaduje nařízení GDPR, pokud se jedná o osobní údaje, musí být jejich zveřejnění založeno na jasném právním základě s přiměřenými zárukami, včetně režimu podle článku 9 pro zvláštní kategorie osobních údajů.

⁶⁹ Z diskuse zúčastněných stran vyplynulo, že signatáři kodexu a výzkumná obec tuto iniciativu podporují: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/summary-multi-stakeholder-discussions-preparation-guidance-strengthen-code-practice-disinformation>.

8.1.5 Přístup k datům pro jiné zúčastněné strany

Jiné zúčastněné strany, například organizace občanské společnosti, neakademická výzkumná centra a investigativní novináři, také hrají důležitou úlohu při odhalování a analýze dezinformačních kampaní, formulování politické reakce, jakož i při zvyšování povědomí veřejnosti a sociální odolnosti. Signatáři kodexu by měli zejména v členských státech, které nedisponují dostatečnou akademickou kapacitou, umožnit dostatečnou úroveň přístupu těmto zúčastněným stran, a to v souladu s požadavky týkajícími se soukromí a na základě zesílené kontroly, aby nedošlo ke zneužití osobních údajů a opětovnému přiřazení pseudonymizovaných údajů.

8.2 Rámec spolupráce mezi signatáři a výzkumnými pracovníky

Za účelem podpory a posílení postavení širší multidisciplinární komunity nezávislých výzkumných pracovníků by měl kodex vytvořit rámec pro transparentní, otevřenou a nediskriminační spolupráci mezi signatáři a vědeckou obcí v EU, pokud jde o zdroje a podporu poskytovanou výzkumným pracovníkům. Tento rámec by měl umožňovat, aby vědecká obec nezávisle řídila finanční prostředky poskytnuté signatáři na výzkum v oblasti dezinformací, stanovovala vědecké priority a transparentní postupy přidělování prostředků na základě vědeckého přínosu. V této souvislosti by při přidělování takových zdrojů mohlo být nápomocno Evropské středisko pro sledování digitálních médií.

8.3 Spolupráce s ověřovateli faktů

Ověřovatelům faktů patří významná role při řešení fenoménu dezinformací⁷⁰. Posuzují a ověřují obsah na základě faktů, důkazů a kontextových informací a zvyšují povědomí uživatelů o dezinformacích na internetu. Posílený kodex by měl předvídat větší podporu jejich práce a zvýšit rozsah činností ověřování faktů ve všech členských zemích a všech jazycích EU.

8.3.1 Formy spolupráce

Vzhledem ke značným mezerám a k nestejnému uplatňování činností ověřování faktů v jednotlivých službách a členských státech⁷¹ by se signatáři platform měli zavázat ke konkrétním krokům s jasnými cíli a lhůtami zaměřeným na rozšíření své spolupráce s ověřovateli faktů, která by zajišťovala jednotné uplatňování ověřování faktů v rámci jejich služeb. Úsilí by se mělo zaměřit zejména na členské státy a jazyky, v nichž ověřování faktů není dosud poskytováno⁷².

Toho by mohlo být dosaženo prostřednictvím mnohostranných dohod mezi platformami a nezávislými organizacemi pro ověřování faktů, které splňují vysoké etické a profesní normy. Takové dohody by měly být založeny na transparentních, otevřených a nediskriminačních podmínkách a měly by zajišťovat nezávislost ověřovatelů faktů. Dohody by měly stanovit spravedlivé odměňování ověřovatelů faktů za práci využívanou

⁷⁰ Organizace pro ověřování faktů pravidelně zveřejňují nestranné zprávy o správnosti vyjádření veřejných osobností a významných institucí a dalších široce rozšířených tvrzení, jež představují zájem pro společnost. Jsou nezávislé a řídí se přísnými pravidly etiky a transparentnosti, jako jsou pravidla stanovená Mezinárodní sítí ověřování faktů (IFCN) (<https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles>).

⁷¹ <https://www.disinfo.eu/publications/bulgaria%3A-the-wild-wild-east-of-vaccine-disinformation/>

⁷² Mapa činností EDMO v EU v oblasti ověřování faktů: <https://edmo.eu/fact-checking-activities/>.

platformami, podporovat přeshraniční spolupráci ověřovatelů faktů a usnadňovat tok ověřování faktů mezi službami signatářů.

Vzhledem ke své úloze při podpoře společných činností ověřovatelů faktů má Evropské středisko pro sledování digitálních médií dobré předpoklady k tomu, aby podporovalo platformy a ověřovatele faktů při vytváření společného rozhraní pro ověřovatele faktů, výměnu informací mezi ověřovateli faktů a podpoře přeshraniční spolupráce⁷³.

8.3.2 Využití ověřování faktů a jeho začlenění do služeb signatářů

Posílený kodex by měl zahrnovat závazky vyžadující důslednější využívání práce ověřovatelů faktů a její začlenění do služeb platform, a to i v oblasti programových reklamních systémů a video obsahu. Platformy by se měly zavázat k využívání mechanismů, jež umožňují rychlé a důsledné začlenění ověřování faktů do jejich služeb poté, co jim budou ověřovateli faktů oznámeny, včetně rychlého a účinného označení. Příslušní signatáři by měli usnadnit vytvoření společného úložiště článků s ověřováním faktů vytvořených ověřovateli faktů a zkoumat technologická řešení k usnadnění jejich účinného využití na všech platformách a ve všech jazycích s cílem předcházet výskytu dezinformací, které byly ověřovateli faktů demaskovány⁷⁴.

8.3.3 Přístup ověřovatelů faktů k příslušným informacím

Aby se maximalizovala kvalita a dopad ověřování faktů, měl by posílený kodex zajistit, aby se signatáři z platform zavázali, že budou poskytovat ověřovatelům faktů automatizovaný přístup k informacím o opatřeních, jež signatáři přijali v souvislosti s ověřeným obsahem a s ověřováním faktů. Informace by měly vyčíslit i) interakce uživatelů v čase (např. počet zobrazení, kladných ohlasů, sdílení, komentářů před ověřením faktů a po něm)⁷⁵ s obsahem, který byl ověřen, a ii) dosah ověřování faktů v čase v online službách, na kterých byla zveřejněna. Platformy a ověřovatelé faktů by se měli dohodnout na společném rozhraní pro ověřování faktů, s cílem zajistit jednotný způsob využívání a odměňování práce ověřovatelů faktů a poskytování zpětné vazby ze strany platform. Kodex by kromě toho měl předpokládat pravidelnou výměnu informací mezi příslušnými signatáři kodexu a komunitou ověřovatelů faktů zaměřenou na další posilování spolupráce.

9 SLEDOVÁNÍ KODEXU

Posílený kodex by měl být doprovázen spolehlivým systémem sledování navazujícím na dosavadní zkušenosti Komise se sledováním kodexu, včetně programu COVID-19. Vylepšený systém sledování by měl stanovit pravidelné posouzení toho, jak signatáři plní závazky kodexu, podněcovat ke zlepšení jejich politik a opatření a umožňovat hodnocení účinnosti kodexu jako nástroje pro boj proti dezinformacím. Vylepšený systém sledování by měl posílit odpovědnost online platform v mezidobí před přijetím aktu o digitálních službách a poskytnout rámec mimo jiné pro strukturovaný dialog s velmi velkými

⁷³ S cílem dále podpořit činnost evropských ověřovatelů faktů, jejich spolupráci a vytvoření společně dohodnutých profesních norem podpoří pilotní projekt „Integrita sociálních médií“ návrh kodexu pro profesní integritu evropských ověřovatelů faktů ve spolupráci s Evropským střediskem pro sledování digitálních médií. Viz: roční pracovní program přijatý podle rozhodnutí Komise C(2020) 2259.

⁷⁴ Pokud jde o vytvoření úložišť ověřování faktů, měli by signatáři usilovat o synergie s Evropským střediskem pro sledování digitálních médií (EDMO).

⁷⁵ To by mohlo rovněž zahrnovat anonymizované demografické údaje a lokalizaci těch, kdo sdílejí/obdrží ověřený obsah.

platformami, pokud jde o vypracování a zavedení opatření pro posuzování a zmírňování rizik v očekávání právních povinností, které jim vyplynou z navrhovaného aktu o digitálních službách.

Vzhledem k těmto cílům by měly být stávající závazky kodexu v oblasti sledování posíleny rozšířeny tak, aby vytvářely spolehlivý rámec, do něhož budou začleněny níže uvedené základní prvky. Posílený kodex by měl zejména zajistit, aby signatáři poskytovali informace a data pro sledování ve standardizovaných formátech, v členění podle členských států a včas.

9.1 Klíčové ukazatele výkonnosti

Sledování kodexu by mělo být založeno na klíčových ukazatelích výkonnosti, které mohou měřit provádění a účinnost závazků kodexu a dopad kodexu na fenomén dezinformací. Za tímto účelem jsou relevantní dvě třídy klíčových ukazatelů výkonnosti: i) ukazatele úrovně služeb, které měří výsledky a dopad politik prováděných signatáři za účelem splnění svých závazků podle kodexu, a ii) strukturální ukazatele, které měří celkový dopad kodexu na dezinformace v EU.

9.1.1 Ukazatele úrovně služeb

Podle revidovaného kodexu by se signatáři měli zavázat, že zformulují konkrétní ukazatele úrovně služeb. Ukazatele úrovně služeb by měly účinně měřit plnění závazků kodexu a dopad politik signatářů. Měly by být dostatečně pružné, aby mohly vystihovat rozdílnou povahu služeb signatářů a současně umožnit jednotné vykazování a srovnávání napříč službami.

Posílený kodex by měl vyžadovat, aby signatáři určili minimální soubor kvalitativních a kvantitativních ukazatelů zaměřených mimo jiné na hodnocení níže uvedených prvků, tyto ukazatele vykazovali a zavázali se k jejich plnění:

- Dopad zavedených nástrojů a prvků na zvyšování povědomí uživatelů a posilování postavení uživatelů, včetně interakcí uživatelů s těmito nástroji a prvky⁷⁶.
- Dopad nástrojů a prvků, které zobrazují nebo zvýrazňují spolehlivé informace veřejného zájmu, včetně interakcí uživatelů s těmito nástroji a prvky⁷⁷.
- Počet ověřování faktů, procento ověřeného obsahu oproti obsahu označenému uživateli a finanční prostředky poskytnuté na činnosti v oblasti ověřování údajů.
- Dopad činností v oblasti ověřování údajů a interakcí uživatelů s informacemi, které byly ověřeny jako nepravdivé nebo zavádějící⁷⁸.

⁷⁶ Dopad by bylo možné měřit pomocí ukazatelů, jež kvantifikují úroveň interakce (např. zobrazení, míra prokliku, sdílení atd.) uživatelů s těmito nástroji a kvalitativně hodnotí, jak uživatelé vnímají užitečnost takových nástrojů. Ukazatele by rovněž měly obsahovat data o využívání nástrojů pro označování a hlášení obsahu, který je vnímán jako falešný.

⁷⁷ Dopad by bylo možné měřit pomocí ukazatelů, jež kvantifikují úroveň interakce (např. zobrazení, dojmy, míra prokliku, sdílení atd.) uživatelů s těmito nástroji a kvalitativně hodnotí, jak uživatelé vnímají užitečnost takových nástrojů.

⁷⁸ Dopad by bylo možné měřit pomocí ukazatelů, jež kvantifikují úroveň interakce (např. zobrazení, míra prokliku, sdílení) s jednotkami obsahu předtím a poté, co byly označeny nebo omezeny, neboť byly

- Počet odvolání proti opatřením, jež platformy přijaly kvůli obsahu v důsledku označení dezinformací, a informace o jejich výsledku.
- Počet webových stránek, účtů, profilů a skupin sdílejících dezinformace, vůči kterým byla uplatněna opatření snižující jejich viditelnost⁷⁹, a množství takového sdíleného obsahu.
- Dopad zjištěného nepřipustného manipulativního chování, včetně případů obsahu nebo účtů, jež byly odstraněny nebo omezeny⁸⁰.
- Počet partnerství mezi signatáři kodexu z reklamního průmyslu a třetími stranami, jež posuzují kvalitu informačních zdrojů.
- Dopad opatření použitých na kontrolu umístění reklamy⁸¹.
- Množství a podrobnost dat, jež byla zpřístupněna pro výzkumné účely, a počet evropských výzkumných organizací, jež mají přístup k datům platform.
- Množství zdrojů, jež signatáři zpřístupnili pro výzkum v oblasti dezinformací, a počet evropských výzkumných organizací, jež mají k těmto zdrojům přístup.
- Informace o lidské pracovní síle zapojené do plnění závazků kodexu⁸².

9.1.2 Strukturální ukazatele

Signatáři kodexu by se rovněž měli zavázat, že přispějí k vypracování strukturálních ukazatelů, jež mohou účinně měřit celkový dopad kodexu na fenomén dezinformací. Jak je podrobněji popsáno níže, signatáři by měli zřídit stálou pracovní skupinu, jejímž úkolem mimo jiné bude vypracování, testování a úprava strukturálních ukazatelů.

Strukturální ukazatele by například mohly vycházet z reprezentativních vzorků uživatelů v různých členských státech, přičemž cílem by bylo měřit výskyt stálých šířitelů dezinformací⁸³ v online médiích působících na evropské občany⁸⁴. Tyto ukazatele by mohly měřit zapojení veřejnosti do informačních zdrojů a obsahovat také pravidelné, standardizované průzkumy s cílem změřit, do jaké míry jsou občané vystaveni dezinformacím.

Do doby, než bude vytvořen stabilnější soubor strukturálních ukazatelů, by se měli signatáři a zúčastněné strany shodnout na minimálním životaschopném souboru strukturálních ukazatelů, který lze rychle provádět a testovat, a současně pracovat na vývoji stabilního souboru účinných strukturálních ukazatelů.

ověřeny jako falešné. Další ukazatele by mohly také poskytovat informace o tom, jak dochází k interakcím uživatelů.

⁷⁹ Včetně opatření, jako je snížení pořadí obsahu, jakož i uzavření profilů a skupin.

⁸⁰ Dopad lze měřit pomocí ukazatelů, jež kvantifikují úroveň interakce (např. zobrazení, míra prokliku, sdílení atd.) s obsahem, účty a případy předtím, než byly odstraněny, a předtím a poté, co byly omezeny.

⁸¹ Dopad lze měřit pomocí ukazatelů, jež kvantifikují počet umístění reklamy zobrazených na webových stránkách, u nichž bylo zjištěno, že trvale šíří dezinformace, a počet reklam obsahujících dezinformace, které byly odstraněny.

⁸² To zahrnuje počet pracovníků zaměstnaných pro provádění činností boje proti dezinformacím a jazyky, jež tyto činnosti pokrývají.

⁸³ Zjišťování šířitelů dezinformací by mělo vycházet z jasné a dohodnuté metodiky, stanovené širším souborem zúčastněných osob, včetně akademických výzkumných pracovníků, ověřovatelů faktů, nevládních organizací a organizací občanské společnosti.

⁸⁴ Mechanismus měření strukturálních ukazatelů by se mohl inspirovat tím, jak postupuje audiovizuální odvětví při měření sledovatelnosti.

9.2 Rámec pro sledování

Rámec pro sledování by měl umožňovat pravidelné posouzení toho, jak signatáři plní závazky kodexu, včetně změn a vývoje příslušných politik a opatření. Za tímto účelem by signatáři měli pravidelně podávat Komisi zprávy o plnění svých závazků, včetně příslušných klíčových ukazatelů výkonnosti.

Na základě kladných zkušeností s monitorovacími programy během voleb v EU v roce 2019⁸⁵ a pandemie COVID-19 se bude Komise při sledování provádění kodexu na úrovni členských států opírat o podporu ze strany skupiny evropských regulačních orgánů pro audiovizuální mediální služby (ERGA). Evropské středisko pro sledování digitálních médií a jeho centra by měly rovněž podpořit Komisi při analýze informací a dat sdělených signatáři a při posuzování dopadu kodexu na vnitrostátní úrovni a úrovni EU.

S ohledem na rady odborníků a podporu ze strany ERGA a EDMO bude Komise pravidelně posuzovat pokrok dosažený při provádění kodexu, jakož i dopad kodexu na fenomén dezinformací, a své závěry bude zveřejňovat. Komise může rovněž poskytovat další pokyny ohledně toho, jak by signatáři měli řešit zbývající nedostatky a mezery v kodexu.

9.2.1 Pravidelné podávání zpráv

Povinnosti podávání zpráv podle posíleného kodexu by měly zohledňovat velikost signatářů a druh služeb, jež poskytují. Poskytovatelé online služeb, které jsou široce využívány na úrovni EU a mají vyšší rizikové profily, pokud jde o šíření dezinformací, by měli každých šest měsíců podávat zprávu o plnění závazků, ke kterým se zavázali, a měli by uvést odpovídající ukazatele úrovně služeb. Měli by také jednou za rok posoudit rizika spojená s fenoménem dezinformací. Ostatní signatáři kodexu by měli podávat zprávy jednou za rok a poskytovat data odpovídající jejich činnostem. Signatáři, kteří poskytují prostředky, nástroje nebo řešení pro boj proti dezinformacím nebo kteří podporují kodex poskytováním odborných znalostí, by rovněž měli podávat každoročně zprávy o svých činnostech a zjištěních, jež mají význam pro provádění a účinnost kodexu. Podávání zpráv by mělo probíhat v souladu se stanoveným harmonogramem, který stanoví vykazovaná období a lhůty pro předložení. Data použitá pro měření klíčových ukazatelů výkonnosti by měla být členěna podle členských států.

Podávání zpráv by mělo být založeno na harmonizované šabloně, jež umožňuje, nakolik je to proveditelné, provádět srovnání mezi platformami. Signatáři by se kromě toho měli dohodnout na souboru standardních a kontrolovatelných formátů pro uvádění dat týkajících se klíčových ukazatelů výkonnosti. Tyto formáty by měly být vytvořeny společně s příslušnými zúčastněnými stranami ze stálé pracovní skupiny a měly by splňovat normy a používat metody vědecké obce a komunity ověřovatelů faktů. Tyto formáty by postupem času měly umožňovat průběžnou aktualizaci veřejného panelu přístupného prostřednictvím centra pro transparentnost, jak je uvedeno níže.

9.2.2 Centrum pro transparentnost

Za účelem zvýšení transparentnosti a odpovědnosti při provádění kodexu by se signatáři měli zavázat, že vytvoří a budou spravovat veřejně přístupné centrum pro

⁸⁵ <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/05/ERGA-2019-report-published-2020-LQ.pdf>

transparentnost. V centru pro transparentnost by signatáři měli uvádět konkrétní politiky, které přijali k provádění každého ze závazků kodexu, k němuž se zavázali, a poskytovat základní informace o tom, jak jsou tyto politiky prosazovány, včetně zeměpisného a jazykového pokrytí. Mělo by také obsahovat veřejný panel se zobrazením příslušných klíčových ukazatelů výkonnosti. Centrum pro transparentnost by mělo být navrženo tak, aby zejména umožňovalo srovnání mezi službami, jakého pokroku dosáhli signatáři v plnění závazků kodexu a jakých měřitelných dopadů bylo dosaženo v boji proti dezinformacím. Signatáři by se měli zavázat, že budou data v centru pro transparentnost pravidelně aktualizovat a zveřejňovat veškeré změny příslušných politik, a to nejpozději do 30 dnů od oznámení nebo provedení změny.

9.2.3 Stálá pracovní skupina

Posílený kodex by měl zřídít stálou pracovní skupinu, jejímž úkolem bude kodex rozvíjet a přizpůsobovat s ohledem na vývoj technologií, společnosti, trhu a právních předpisů. Pracovní skupinu by měli tvořit signatáři kodexu a zástupci Evropského střediska pro sledování digitálních médií, skupiny evropských regulačních orgánů pro audiovizuální mediální služby a na podporu její činnosti by mohli být přizváni také příslušní odborníci. Pracovní skupině by měla předsedat Komise a měli by v ní být zástupci Evropské služby pro vnější činnost. V souladu s celkovým cílem – poskytovat podklady pro přezkum a přizpůsobení kodexu – by činnosti pracovní skupiny měly mimo jiné zahrnovat:

- vytvoření metodiky pro posuzování rizik a systému rychlé reakce, který by byl používán v mimořádných situacích, jako jsou volby nebo krize,
- přezkum kvality a účinnosti harmonizované šablony pro podávání zpráv, jakož i formátů a metod zveřejňování dat pro účely sledování,
- optimalizaci kvality a přesnosti dat, jež mají být poskytována za účelem měření ukazatelů,
- přispívání k posuzování kvality a účinnosti ukazatelů úrovně služeb a jejich příslušné přizpůsobení,
- vytvoření, testování a přizpůsobení strukturálních ukazatelů a navržení mechanismů pro jejich měření na úrovni členských států,
- poskytování expertních vstupů a nejnovějších důkazů, jež mají význam pro závazky kodexu, jako jsou mimo jiné nové formy neautentického chování.

10 ZÁVĚR A DALŠÍ KROKY

Tyto pokyny stanoví klíčové prvky, které Komise považuje za nezbytné pro přeměnu kodexu v silnější nástroj k řešení dezinformací a vytvoření bezpečnějšího a transparentnějšího online prostředí.

Komise vyzývá signatáře kodexu, aby se sešli a realizovali posílení kodexu v souladu s těmito pokyny. Komise vybízí signatáře, aby na podzim předložili první návrh revidovaného kodexu, a umožnili tak jeho náležité projednání. Vyzývá také potenciální nové signatáře, aby přistoupili ke kodexu a podíleli se na jeho revizi, včetně již zavedených a nově vznikajících platforem, podnikových subjektů a dalších účastníků z odvětví online reklamy, jakož i jiných zúčastněných stran, jež mohou přispět zdroji nebo odbornými znalostmi k účinnému fungování kodexu.

Jelikož dezinformace jsou fenoménem, který nezná hranic, a s cílem posílit skutečný dopad kodexu zásad, byla by užitečná opatření v evropském sousedství, např. práce s občanskou společností, spolupráce s mediálními profesionály a iniciativy v oblasti mediální gramotnosti.

