



MBI

MEZINÁRODNÍ
BEZPEČNOSTNÍ
INSTITUT

Mezinárodní bezpečnostní institut, z.ú.,
Na Ořeškovce 580/4, Praha 6, PSČ 162 00
IČO: 07313209

Evropský kodex zásad boje proti šíření dezinformací

(Code of Practice on Disinformation)

Zdroje:

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/annual-self-assessment-reports-signatories-code-practice-disinformation-2019>

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

Autor: Evropská Komise

Řada subjektů (přední sociální sítě, zástupci online platforem a obchodní sdružení společností zaměřených na oblast inzerce a reklamy apod.), podepsala v září roku 2018 v Bruselu „Evropský kodex zásad boje proti šíření dezinformací“, dále jen „**Kodex**“.

Vzhledem k rozsahu uvedených závazků a vzhledem k různorodosti zúčastněných stran se signatáři zavázali plnit pouze takové závazky, které odpovídají jimi nabízenému produktu nebo službě, jejich úloze v hodnotovém řetězci, jejich technickým možnostem a jejich režimům odpovědnosti.

Samotné vytvoření Kodexu bylo reakcí na konstatování Evropské Komise, že občané Evropské Unie jsou vystavováni rozsáhlým dezinformacím, včetně zavádějících nebo vyloženě lživých informací. Tento stav byl chápán jako obecně narůstající problém, kterému je proto třeba čelit opatřeními na různých úrovních.

Pro účely Kodexu byla proto definována „**dezinformace**“ jako „**prokazatelně falešná nebo zavádějící**“ informace, která splňuje všechny níže uvedené **podmínky**:

(a) „vzniká, prezentuje se a šíří za účelem ekonomického prospěchu nebo úmyslného podvádění veřejnosti“

a



Mezinárodní bezpečnostní institut, z.ú.,
Na Ořechovce 580/4, Praha 6, PSČ 162 00
IČO: 07313209

(b) „může působit veřejné škody“ a je míněna jako „ohrožení demokratických politických a rozhodovacích procesů a veřejných statků, jako např. ochrany zdraví občanů EU, životního prostředí nebo bezpečnosti“.

Pojem „dezinformace“ naproti tomu **nezahrnuje** klamavou reklamu, chyby ve zpravodajství, satiru a parodii ani předpojaté zprávy a komentáře, které se jako vyhraněné jasně identifikují, a nijak se nedotýká závazných právních povinností, samoregulačních kodexů chování a norem týkajících se klamavé reklamy.

Účelem tohoto kodexu je určit opatření, která by signatáři mohli zavést za účelem řešení problémů souvisejících s uvedenými dezinformacemi.

Signatáři Kodexu považují za relevantní:

- zavést pojistky proti dezinformacím;
- zlepšit kontrolu zveřejňované reklamy, zejména s cílem snížit příjmy pro šířitele dezinformací;
- zajistit transparentnost politické a tematické reklamy zaměřené na aktuální problémy mj. proto, aby uživatelé měli možnost pochopit, proč se stali cílem dané reklamy;
- zavést a prosazovat přiměřená politická opatření zaměřená proti zkreslování skutečnosti;
- zintenzivnit a demonstrovat účinnost snah zaměřených na rušení falešných účtů a zavést systém jasného značení a pravidel pro fungování botů a zajistit, že si jejich aktivity nebude možné splést s činností lidí;
- zintenzivnit a sdělovat účinnost snah zaměřených na zajištění integrity služeb v souvislosti s účty, jejichž účelem a cílem je šíření dezinformací, a to v souladu se specifickými podmínkami, které na základě svého posouzení stanovil příslušný signatář, a ve shodě s článkem 8 Evropské úmluvy o lidských právech, základním právem na anonymitu a pseudonymitu a zásadou přiměřenosti;
- investovat do technologických prostředků, které umožní upřednostňovat ve vyhledávacích a v informačních nebo jiných distribučních kanálech s automatickým řazením informací relevantní, pravdivé, přesné a případně též úřední informace. Signatáři by však neměli být v žádném případě nuceni státními orgány k tomu, aby mazali nebo zpřístupňovali jinak zákonný obsah či zprávy, a neměli by tak činit ani na základě dobrovolně přijatých pravidel pouze z toho důvodu, že jsou považovány za „nepravdivé“;



Mezinárodní bezpečnostní institut, z.ú.,
Na Ořechovce 580/4, Praha 6, PSČ 162 00
IČO: 07313209

- zajistit transparentnost, která uživatelům umožní pochopit, proč se stali cílem dané politické či tematické reklamy zaměřené na aktuální problémy, a to i s pomocí indikátorů věrohodnosti zdrojů obsahu, majitelů médií či ověřování identity;
- snížit viditelnost dezinformací zlepšením dohledatelnosti věrohodného obsahu;
- zvážit posílení uživatelů tím, že budou mít k dispozici nástroje, které jim umožní interaktivní používání internetu podle vlastních představ tak, aby mohli objevovat obsah a mít přístup k různým zdrojům zpráv reprezentujícím alternativní názory, a snadno přístupné nástroje, které jim umožní hlásit případy dezinformací;
- přijmout vhodná opatření, která v souladu se zásadami ochrany soukromí umožní přístup k údajům za účelem ověřování faktů a výzkumné činnosti, a budovat spolupráci spočívající v poskytování příslušných údajů o fungování jejich služeb, včetně údajů poskytovaných pro účely nezávislých analýz v rámci akademického výzkumu a obecných informací o algoritmech.

Kodex obsahuje souhrn konkrétních závazků signatářů v oblastech:

- kontrola umístování reklamy,
- politická reklama a tematická reklama zaměřená na aktuální problémy,
- integrita služeb,
- posílení spotřebitelů,
- posílení vědecké obce.

Přílohou Kodexu jsou příklady „Best Practices“, týkající se konkrétně již existujících postupů a metod sociálních sítí Facebook, Google, Twitter, Mozilla a YouTube.

Na příslušné signatáře byl s podpisem současně vztažen soubor klíčových ukazatelů výkonnosti, vztahujících se k plnění jejich závazků, a byl také stanoven další postup, týkající se posouzení jejich pokroku v dodržování Kodexu.

Signatáři, tj. vesměs subjekty, poskytující služby na internetu a sociálních sítích, nyní zpracovali své první výroční zprávy o dodržování Kodexu. Evropská Komise dne 30. října 2019 zveřejnila své první každoroční sebehodnocení signatářů Kodexu tak, aby následně provedla komplexní posouzení účinnosti Kodexu, které má být předloženo začátkem roku 2020.

Hodnotící zprávy aktuálně předložily tyto subjekty:

- World Federation of Advertisers,
- Twitter,
- Marketing Communication Association,
- Mozilla,



Mezinárodní bezpečnostní institut, z.ú.,
Na Ořechovce 580/4, Praha 6, PSČ 162 00
IČO: 07313209

- Microsoft,
- Interactive Advertising Bureau Europe,
- Google,
- Facebook,
- the trade association representing online platforms and other innovative tech companies EDiMA,
- European Association of Communications Agencies,
- Asociace Komunikačních agentur (Česká republika),
- Association des Agences Conseils en Communication.

Jednotlivé hodnotící zprávy se navzájem od sebe dosti podstatně liší jak svým rozsahem, tak i vypovídací hodnotou svého obsahu. Celkově však naznačují komplexní úsilí signatářů o plnění jejich závazků za posledních 12 měsíců. Kodex, jako samoregulační standard, poskytl signatářům příležitost k větší transparentnosti politik platform pro dezinformace a rámec pro strukturovaný dialog pro sledování, zlepšování a účinné provádění těchto politik. Představuje to pokrok v situaci, která panovala před vstupem Kodexu v platnost, zatímco další signatáři a komunita jako celek jsou stále nezbytní.

Zprávy signatářů Kodexu rovněž naznačují určité zintenzivnění společného úsilí mezi platformami a dalšími zúčastněnými stranami, včetně kontrolních pracovníků, výzkumných pracovníků, občanské společnosti a vnitrostátních orgánů. Jejich cílem bylo zlepšit odolnost služeb platform proti různým formám vměšování a manipulaci s médii a zředit distribuci dezinformací. Poskytování údajů a nástrojů vyhledávání výzkumné komunitě je však stále ještě epizodické a svévolné a neodpovídá plnému rozsahu výzkumných potřeb. Kromě toho je spolupráce s kontrolory v celé EU stále sporadická a bez plného pokrytí všech členských států a jazyků EU. Je třeba vyvinout další úsilí směrem k mechanismu, který umožní skutečně nezávislým organizacím spolupracovat s platformami (mimo jiné prostřednictvím příslušného přístupu k souborům dat pro účely výzkumu a ochrany osobních údajů).