

INFORMACE

Boj proti šíření dezinformací¹⁾ Evropský kodex zásad boje proti šíření dezinformací

Opatření přijatá Evropskou unií, jejími členskými státy a dalšími zúčastněnými stranami by měla omezit výskyt a dopad dezinformací na internetu a musí být v souladu s právním rámcem vymezeným Listinou základních práv Evropské unie a Evropskou úmluvou o lidských právech. Nezbytným předpokladem řádného rozhodování ve svobodných a demokratických společnostech je především svoboda projevu, která je zakotvena v článku 11 Listiny základních práv Evropské unie a v článku 10 Evropské úmluvy o lidských právech. Svoboda projevu platí pro tištěná, televizní, rozhlasová a internetová média a její součástí je právo zastávat názory a přijímat a rozšiřovat informace nebo myšlenky „bez zasahování veřejné moci a bez ohledu na hranice“, jakož i nedílné a s ním spjaté hodnoty svobody sdělovacích prostředků a jejich plurality.

Pro účely **Evropského kodexu zásad boje proti šíření dezinformací**²⁾ byla přijata *definice dezinformace* jako prokazatelně falešné nebo zavádějící informace, která vzniká, prezentuje se a šíří za účelem ekonomického prospěchu nebo za účelem úmyslného podvádění veřejnosti, může působit veřejné škody a jejím záměrem je ohrožení demokratických politických a rozhodovacích procesů a veřejných statků, jako je například ochrana zdraví občanů EU, životního prostředí nebo bezpečnosti.³⁾ Tento *pojem 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.

Boj proti dezinformacím je složitý z mnoha důvodů. Jedním z hlavních je v právním státě nezbytné sebeomezení s ohledem na respekt k zaručeným právům a svobodám, když platí proklamace Evropské komise, že všechna

¹⁾ Informace je zpracována z otevřených zdrojů – zejména <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation> a z textu Evropského kodexu zásad boje proti šíření dezinformací.

²⁾ Brusel, 2018.

³⁾ Bod 2.1 Sdělení EK „Boj proti dezinformacím na internetu: evropský přístup“, dostupný z <https://1url.cz/9Kowo>, dále jen Sdělení EK.

opatření přijatá za účelem boje proti dezinformacím musejí přísně respektovat svobodu projevu a zahrnovat pojistky, které zajistí prevenci jejich zneužití, např. cenzurování kritického, satirického, nesouhlasného nebo šokujícího obsahu. Měla by přísně dodržovat závazek Evropské komise k otevřenému, bezpečnému a spolehlivému internetu.⁴⁾ Dalším důvodem je skutečnost, že šíření dezinformací má mnoho rovin, ve kterých figuruje široké spektrum aktérů, kteří šíření dezinformací usnadňují a zároveň jsou vystaveni jeho dopadům a svou roli v boji proti šíření dezinformací hrají všechny tyto zúčastněné strany.

Kodex umožňuje signatářům přistupovat k naplňování smyslu ustanovení v něm uvedených různým způsobem, vždy však za plného dodržování právních předpisů EU a členských států v oblasti hospodářské soutěže. Při realizaci opatření nesmí docházet mezi signatáři ke sdělování nebo výměně neveřejných informací (cen, marketingových a reklamních strategií, nákladů a výnosů, obchodních podmínek a ujednání se třetími stranami, dodacích podmínek, obchodních podmínek, distribuční strategie). V oblasti služeb tento Kodex platí jen na území států Evropského hospodářského prostoru.

Kodex nemá být také chápán jako náhrada nebo výklad stávajícího právního rámce – zejména Listiny základních práv EU, Evropské úmluvy o lidských právech. Směrnice 2000/31/ES, nařízení (EU) 2016/679, směrnice 2005/29/ES, směrnice 2006/114/ES a judikatury ESD a Evropského soudu pro lidská práva týkající se přiměřenosti opatření, jejichž účelem je omezovat přístup ke škodlivému obsahu a šíření takového obsahu.

Účelem Kodexu je popsat opatření, která by signatáři mohli zavést za účelem řešení problémů, které s dezinformacemi souvisejí.

Kodex poskytuje také soupis cílů, které signatáři považují za důležité [část I. ÚČELY, body (i) až (xi)]. Z pohledu veřejné správy si dovoluji upozornit na

bod (iii) – zajištění transparentnosti politické a tematické reklamy zaměřené na aktuální problémy mj. proto, aby uživatelé měli možnost pochopit, proč se stali cílem dané reklamy,

bod (iv) – zavedení a prosazování přiměřených politických opatření zaměřených proti zkreslování skutečnosti,

bod (vii) – investování 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,

bod (viii) – zajištění transparentnosti, která uživatelům umožní pochopit, proč se stali cílem dané politické či tematické reklamy zaměřené na aktuální

⁴⁾ Bod 3.1.1 Sdělení EK.

problémy, a to i s pomocí indikátorů věrohodnosti zdrojů obsahu, majitelů médií či ověřování identity,

bod (x) – snížení viditelnosti informací zlepšením dohledatelnosti věrohodného obsahu.

Poznámka k části I. – je dobré, že se klade důraz na technické možnosti, které uživatelům nabídnou přístup ke zdrojům, „které jim umožní pochopit“ - měla by však předcházet i výchovná a vzdělávací činnost, která by uživatelům umožnila s takto poskytnutými technickými nástroji správně, efektivně pracovat, aby byli reálně „schopni pochopit“.

Část II Kodexu – ZÁVAZKY se dělí do následujících kapitol:

II.A. Kontrola umísťování reklamy

II.B. Politická reklama a tematická reklama zaměřená na aktuální problémy

II.C. Integrita služeb

II.D. Posílení spotřebitelů

II.E. Posílení vědecké obce

Z hlediska veřejné správy jsou důležité kapitoly II.B. a II.E.

Signatáři se v oblasti Politické reklamy a tematické reklamy zaměřené na aktuální problémy zavazují:

- dodržovat požadavek stanovený v právu EU i v zákonech členských států a uvedený v samoregulačních kodexech, že všechny reklamy by měly být bez ohledu na svou formu a bez ohledu na použité médium jasně odlišitelné od redakčního obsahu, včetně zpráv. Pokud se reklama objeví v médiu obsahujícím zprávy nebo redakční obsah, měla by být prezentována tak, aby byla snadno rozpoznatelná jako placená komunikace, nebo by měla být jako taková označena;

- že umožní zpřístupnění informací o politické reklamě (vymezené jako inzerce ve prospěch nebo v neprospěch zvolení určitého kandidáta nebo určitého hlasování v referendu v rámci vnitrostátních a evropských voleb), které by mohly zahrnovat informace o skutečné totožnosti sponzora a vynaložené finanční částce;

- že vynaloží přiměřené úsilí, aby vypracovali koncepci přístupu ke zveřejňování informací o „tematické reklamě zaměřené na aktuální problémy“.

V rámci tohoto úsilí by měla vzniknout pracovní definice „tematické reklamy zaměřené na aktuální problémy“, která nebude omezovat poskytování informací o politické diskusi a veřejné projevování politického názoru a která nebude zahrnovat komerční reklamu. Vzhledem k důsledkům souvisejícím se svobodou projevu signatáři usilují o zapojení odborných subjektů, jejichž úkolem by mělo být nalezení postupů, které umožní dosáhnout transparentnosti, ale zároveň i zaručit dodržování základních práv. Uvedená

definice musí být formulována tak, aby nezasahovala do oblastí působnosti samoregulačních reklamních organizací.

V oblasti Posílení vědecké obce se zavazují:

- podporovat nezávislé snahy zaměřené v dobré víře na sledování dezinformací a porozumění jejich dopadům, včetně nezávislé sítě ověřovatelů faktů, jejíž vznik usnadnila Evropská komise. Součástí toho bude sdílení souborů údajů podléhajících pravidlům pro ochranu soukromí, provádění společného výzkumu a v případech, kdy je to vhodné a možné, rovněž navazování dalších forem partnerství s akademiky a organizacemi občanské společnosti;

- že na svých platformách nebudou zakazovat výzkum prováděný v dobré víře v oblasti dezinformací a politické reklamy ani od takového výzkumu nebudou odrazovat;

- že budou podporovat výzkum v oblasti dezinformací a politické reklamy;

- že každoročně uspořádají akci na podporu diskusí v rámci akademické obce, komunity ověřovatelů faktů a členů hodnotového řetězce.

Část III Kodexu – MĚŘENÍ A SLEDOVÁNÍ ÚČINNOSTI KODEXU

Vyhodnocování účinnosti Kodexu je zamýšleno přes výroční a souhrnné zprávy signatářů a jejich podrobení kontrole ze strany nezaujaté třetí strany.

ČÁST IV Kodexu – LHŮTA PRO POSOUZENÍ

Kodex předpokládá dvanáctiměsíční lhůtu od svého podepsání, během níž se signatáři mají pravidelně scházet, analyzovat provádění Kodexu a jeho fungování. Po uplynutí 12 měsíců se pak signatáři měli sejit k vyhodnocení účinnosti ve vztahu k jednotlivým závazkům plynoucím z Kodexu. Taková setkání se mají poté konat každý rok, v případě potřeby ze strany signatářů i častěji.

První výroční zpráva signatářů byla vydána v říjnu roku 2019. První vyhodnocení účinnosti proběhlo v září roku 2020.

ČÁST V Kodexu – SIGNATÁŘI

Kodex se vztahuje pouze na jeho signatáře. V této části jsou i požadavky, které musejí splňovat kandidáti na signatáře. Dále právo signatářů upozornit na neplnění závazků ze strany některých jiných signatářů.

V říjnu roku 2018 podepsaly Kodex platformy Facebook, Google, Twitter, Mozilla, inzerenti a část reklamního průmyslu. TikTok podepsal Kodex v červnu roku 2020.

ČÁST VI Kodexu – VSTUP V PLATNOST

Platnost nastává po uplynutí jednoho měsíce od jeho podepsání a není časově omezena.

V květnu roku 2021 Evropská komise představila Směrnici pro posílení Kodexu. Cílem směrnice je vyplnit mezery a slabiny a vytvořit transparentnější, bezpečnější a důvěryhodnější online prostředí.

Směrnice má za cíl přeměnit existující Kodex na nástroj seberegulace, který je předpokládán zákonem o digitálních službách (DSA),⁵⁾ a nabízí možnost navrhnout odpovídající opatření vůči systémovým rizikům souvisejícím s dezinformacemi pramenícími z fungování a používání služeb dotčených platforem s ohledem na vyhodnocování rizik podle DSA.

Na podzim roku 2021 mají signatáři předložit Evropské komisi první návrh posíleného Kodexu.

(pgw)

⁵⁾ Viz <https://1url.cz/JKoo8>.