



Komisja Europejska opublikowała 28 lutego sprawozdania platform Facebook, Google i Twitter na temat postępów poczynionych w styczniu 2019 r. w wypełnianiu ich zobowiązań w zakresie zwalczania dezinformacji. Te trzy platformy internetowe, będące sygnatariuszami kodeksu postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji, zostały poproszone o składanie comiesięcznych sprawozdań z działań przed wyborami do Parlamentu Europejskiego w maju 2019 r.

Główne wnioski ze sprawozdań sygnatariuszy:

- **Facebook** nie przedstawił informacji na temat wyników działań podjętych w styczniu w odniesieniu do kontroli umieszczania reklam. Wcześniej zapowiedział, że w marcu 2019 r. udostępni ogólnounijne archiwum reklamy politycznej i reklamy tematycznej. Sprawozdanie zawiera aktualne informacje na temat przypadków ingerencji w państwach członkowskich UE, które pochodziły z państw trzecich, ale nie zawiera informacji o liczbie fałszywych kont usuniętych z powodu ich szkodliwych działań wymierzonych konkretnie w Unię Europejską.
- **Google** przekazał dane dotyczące działań podjętych w styczniu w celu poprawy kontroli umieszczania reklam w UE w podziale na państwa członkowskie. Przedstawione wskaźniki nie są jednak wystarczająco szczegółowe i nie wyjaśniają w jakim zakresie podjęto działania w celu rozwiązania problemu dezinformacji, a w jakim zakresie w innych celach (np. reklama wprowadzająca w błąd). 29 stycznia Google opublikował nową politykę dotyczącą „reklamy wyborczej” i będzie publikować sprawozdania z przejrzystości w zakresie reklam, gdy tylko reklamodawcy zaczną zamieszczać takie reklamy. Google nie przedstawił konkretnych dowodów wdrożenia polityki w zakresie integralności swoich usług za styczeń.
- **Twitter** nie podał żadnych wskaźników dotyczących swoich zobowiązań na rzecz lepszej kontroli umieszczania reklam. W kwestii przejrzystości reklam politycznych, w przeciwieństwie do tego, co zapowiedziano w sprawozdaniu z realizacji w styczniu, Twitter odroczył decyzję do czasu przedłożenia sprawozdania z lutego. Jeżeli chodzi o integralność usług, Twitter dodał pięć nowych zbiorów kont, w tym wiele kont z państw trzecich, do swojego archiwum potencjalnych operacji zagranicznych, które jest publicznie dostępne i można je przeszukiwać. Nie podał jednak informacji na temat wskaźników umożliwiających pomiar postępów.

Co dalej?

Opublikowane dziś sprawozdania obejmują działania podjęte przez firmy

Wpisany przez Anna Jędrzejewska
piątek, 01 marca 2019 09:15

internetowe w styczniu 2019 r. Następne miesięczne sprawozdanie, obejmujące działania z lutego, zostanie opublikowane w marcu 2019 r. Pozwoli to Komisji upewnić się, że przed wyborami europejskimi w maju 2019 r. wypracowano skuteczną politykę pozwalającą zapewnić integralność procesów wyborczych.

Przed końcem 2019 r. Komisja przeprowadzi kompleksową ocenę pierwszego 12-miesięcznego okresu stosowania kodeksu. Jeżeli jej wyniki okażą się niezadowolające, Komisja może zaproponować dalsze działania, w tym o charakterze regulacyjnym.

Przebieg procedury

Monitorowanie postępów w ramach kodeksu postępowania stanowi część planu działania na rzecz zwalczania dezinformacji, który Unia Europejska przyjęła w grudniu ubiegłego roku, aby budować zdolności i zacieśnić współpracę między państwami członkowskimi a instytucjami UE na rzecz aktywnego zwalczania zagrożeń związanych z dezinformacją.

Sygnatariusze, którzy opublikowali sprawozdania, przystąpili do kodeksu postępowania w październiku 2018 r. na zasadzie dobrowolności. W styczniu 2019 r. Komisja Europejska opublikowała pierwsze sprawozdania sygnatariuszy kodeksu postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji. Kodeks ma umożliwić osiągnięcie celów określonych w komunikacie Komisji przedstawionym w kwietniu 2018 r. poprzez ustanowienie szerokiego zakresu zobowiązań obejmujących pięć obszarów:

- Wyeliminowanie przychodów z reklam w odniesieniu do kont i stron internetowych wprowadzających w błąd oraz zapewnienie reklamodawcom odpowiednich narzędzi bezpieczeństwa i informacji na temat stron internetowych zawierających dezinformację.
- Publiczne ujawnianie reklam politycznych i podejmowanie wysiłków na rzecz upubliczniania reklamy tematycznej.
- Wypracowanie konkretnej i publicznie dostępnej polityki w zakresie tożsamości i botów internetowych oraz podejmowanie działań na rzecz zamykania fałszywych kont.
- Oferowanie informacji i narzędzi pomagających użytkownikom w podejmowaniu świadomych decyzji, a także przedstawianie zagadnień będących przedmiotem zainteresowania opinii publicznej z różnych perspektyw przy jednoczesnym ekspozowaniu wiarygodnych źródeł.
- Zapewnienie naukowcom spełniającego wymogi prywatności dostępu do danych, w celu śledzenia i lepszego zrozumienia rozprzestrzeniania i wpływu dezinformacji.

Od stycznia do maja 2019 r. Komisja prowadzi ukierunkowane comiesięczne, pośrednie monitorowanie działań sygnatariuszy platformy służących wdrożeniu zobowiązań wynikających z kodeksu, które są najbardziej istotne i pilne w celu zapewnienia integralności wyborów. Mianowicie: kontrola umieszczania reklam (zobowiązanie nr 1); reklama polityczna i reklama tematyczna (zobowiązania 2-4); oraz integralność

Wpisany przez Anna Jędrzejewska
piątek, 01 marca 2019 09:15

usług (zobowiązania 5 i 6).

Kodeks postępowania idzie również w parze z zaleceniem zawartym w pakiecie dotyczącym wyborów ogłoszonym przez przewodniczącego Junckera w orędziu o stanie Unii z 2018 r. Pakiet ten ma na celu zapewnienie wolnych, uczciwych i bezpiecznych wyborów do Parlamentu Europejskiego. Zaproponowano między innymi większą przejrzystość internetowych reklam politycznych oraz możliwość nałożenia kar za nielegalne wykorzystanie danych osobowych do świadomego wywierania wpływu na wynik wyborów. W związku z tym państwa członkowskie utworzyły krajową sieć współpracy w dziedzinie wyborów, składającą się z właściwych organów – takich jak organy wyborcze, organy ds. cyberbezpieczeństwa, organy ds. ochrony danych i organy ścigania – oraz wyznaczyły punkt kontaktowy wchodzący w skład europejskiej sieci współpracy w dziedzinie wyborów. Pierwsze spotkanie tej sieci miało miejsce 21 stycznia 2019 r., a drugie 27 lutego 2019 r.

Więcej o działaniach UE w sprawie dezinformacji:

http://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-6647_pl.htm

http://europa.eu/rapid/press-release_MEMO-18-6648_pl.htm