

Fake news - dezinformacja online

próby przeciwdziałania tym zjawiskom z perspektywy instytucji międzynarodowych oraz wybranych państw UE, w tym Polski

Warszawa, grudzień 2020 r.

Opracowanie: Departament Strategii Biura KRRiT

Agnieszka Ogrodowczyk, Dyrektor

Maria Borkowska, Ekspert

Ewa Murawska-Najmiec, Ekspert

Katarzyna Twardowska, Ekspert

Spis treści

Słowo wstępne	5
1. Wyjaśnienie i uściślenie pojęć	7
2. Inicjatywy instytucji europejskich	10
3. Weryfikacja faktów - fact-checking	22
3.1. Działania Komisji Europejskiej na rzecz weryfikacji faktów.....	22
3.2. Wykorzystanie nowych technologii.....	22
3.3. Inicjatywy na rzecz weryfikacji faktów w wybranych krajach	23
4. Przeciwdziałanie dezinformacji w wybranych krajach	24
4.1. Francja - ustawa o zwalczaniu manipulowania informacją.....	24
4.2. Niemcy - ustawa: sankcje, weryfikacja faktów.....	26
4.3. Norwegia - weryfikacja faktów, samoregulacja, społeczeństwo obywatelskie	28
4.4. Włochy - samoregulacja	29
4.5. Wielka Brytania - badanie wpływu dezinformacji online na społeczeństwo	30
5. Otoczenie prawne w Polsce	30
6. Badania na temat zjawiska dezinformacji w Polsce	33
6.1. Bezpieczne wybory. Badanie opinii o (dez)informacji w sieci.....	33
6.2. Dezinformacja w sieci. Analiza wiarygodności kanałów informacyjnych.....	35
6.3. Nieprawdziwe informacje z perspektywy polskich dziennikarzy	38
7. Inicjatywy na rzecz przeciwdziałania dezinformacji w Polsce	40
7.1. Inicjatywy administracji państwa	40
7.2. Inicjatywy organizacji pozarządowych	47
7.3. Inicjatywy środowisk akademickich i naukowych	50
7.4. Inicjatywy mediów.....	51
7.5. Międzynarodowa samoregulacja agencji prasowych.....	55
7.6. Okrągły Stół SAR	55
7.7. Przeciwdziałanie dezinformacji związanej z pandemią COVID-19	56
8. Edukacja medialna	61
8.1. Edukacja medialna a dotychczasowa rola KRRiT	62
8.2. Edukacja medialna: nowe obowiązki wynikające z nowelizacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych	65
8.3. Inne kraje: przykłady dobrych praktyk w zakresie edukacji medialnej	67
9. Rola KRRiT	70
10. Wnioski i rekomendacje	71
Bibliografia	75

Słowo wstępne

Dezinformacja podważa zaufanie do instytucji, mediów tradycyjnych i cyfrowych oraz szkodzi demokracjom przez utrudnianie obywatelom podejmowania świadomych decyzji. [...] Ogranicza wolność słowa, która stanowi prawo podstawowe zapisane w Karcie Praw Podstawowych Unii Europejskiej. Wolność wypowiedzi obejmuje poszanowanie wolności i pluralizmu mediów oraz prawo obywateli do posiadania opinii oraz pozyskiwania i przekazywania informacji i idei bez ingerencji władz publicznych i bez względu na granice państwowe. Głównym obowiązkiem podmiotów państwowych w zakresie wolności słowa i wolności mediów jest powstrzymanie się od ingerencji i cenzury oraz zapewnienie środowiska sprzyjającego włączeniu społecznemu i pluralistycznej debacie publicznej¹.

W Polsce, zgodnie z art. 213 Konstytucji RP oraz art. 6 ust. 1 ustawy o radiofonii i telewizji, rolę tę pełni Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji stojąc na straży wolności słowa i prawa do informacji, samodzielności dostawców usług medialnych i interesu odbiorców, zapewniając otwarty i pluralistyczny charakter radiofonii i telewizji. Krajowa Rada realizuje te wartości m.in. poprzez ochronę odbiorców przed treściami mogącymi propagować działania sprzeczne z prawem, z polską racją stanu i dobrem społecznym, w szczególności przed treściami dyskryminującymi, nawołującymi do nienawiści lub zagrażającymi fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich.

Wpisujące się w ten kontekst przeciwdziałanie i zwalczanie dezinformacji leży w interesie zarówno obywateli jak i organów państwa. W ocenie KRRiT wolność wypowiedzi i wolność słowa muszą być przedmiotem szczególnej ochrony w stosowaniu narzędzi służących walce z dezinformacją. Jak bronić jednego z podstawowych praw człowieka, jakim jest prawo do wolności słowa, jednocześnie ograniczając niepożądane zjawiska mogące przecież wpływać na decyzje polityczne, gospodarcze i społeczne? Pytanie to szczególnie wybrzmiewa w kontekście środowiska, w jakim najczęściej pojawiają się zmanipulowane treści. Z badań wynika, że są to najczęściej media społecznościowe, a więc Internet i platformy internetowe, które dotychczas traktowane były przez użytkowników jako przestrzeń nieograniczonej swobody wypowiedzi i wolności. Tymczasem, jak podkreśla Parlament Europejski, *szerzenie fałszywych informacji i dezinformacji w mediach społecznościowych lub w wyszukiwarkach internetowych poważnie podważa wiarygodność tradycyjnych mediów, co z kolei ogranicza ich zdolność do pełnienia funkcji społecznego nadzoru².*

Dyskusja o rozprzestrzenianiu się fake newsów i dezinformacji w przestrzeni mediów społecznościowych i na platformach udostępniania wideo wpisuje się także w kontekst implementacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, której przepisy nakładają konkretne obowiązki na państwa członkowskie, w tym organy regulacyjne, a także na dostawców audiowizualnych usług medialnych i – po raz pierwszy – dostawców platform udostępniania wideo (więcej na ten temat w rozdziale o edukacji medialnej).

Intensywna debata, która od kilku lat toczy się na forach międzynarodowych i krajowych obejmuje możliwe sposoby przeciwdziałania nieładowi informacyjnemu i rolę, jaką w tym zakresie powinny pełnić organy państwa, podmioty rynkowe i organizacje społeczne. Niniejsze opracowanie ma na celu przedstawienie najważniejszych dokumentów instytucji europejskich w tej sprawie, prezentację rozwiązań przyjętych w wybranych krajach oraz naświetlenie sytuacji w Polsce. W publikacji podjęto także próbę sformułowania wniosków, które mogą posłużyć do dalszych prac w ramach przeciwdziałania opisywanym zjawiskom.

¹ *Zwalczanie dezinformacji w Internecie: podejście europejskie*, Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Społeczno-Ekonomicznego i Komitetu Regionów COM(2018) 236.

² Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 3 maja 2018 r. w sprawie pluralizmu mediów i wolności mediów w Unii Europejskiej, 2017/2209 (INI), Dz.U.UE C z dnia 6 lutego 2020 r.

Obserwując skalę zjawiska i konsekwencje społeczne rozprzestrzeniania się dezinformacji, niektóre państwa europejskie, nie czekając na wdrożenie do krajowych przepisów dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych z 2018 r., uchwaliły przepisy mające na celu zminimalizowanie skutków tego zjawiska.

We Francji uchwalono ustawę o zwalczaniu manipulowania informacją. Zgodnie z jej przepisami w okresie wyborczym operatorzy platform internetowych muszą zapewnić użytkownikom lojalną, jasną i przejrzystą informację na temat podmiotów, które przekazują platformie wynagrodzenie za promowanie treści będących przedmiotem debaty publicznej, informację na temat wykorzystania danych osobowych użytkownika w ramach promowania takich treści oraz muszą upublicznić kwoty wynagrodzenia otrzymanego za ich promowanie, jeśli przekracza ona 100 EUR. Francuski organ regulacyjny może m.in. odrzucić wnioski o koncesję, jeśli uzna, że projektowana usługa medialna może stanowić poważne zagrożenie dla takich wartości jak godność ludzka, wolność myśli i opinii, ale też dla podstawowych interesów Narodu, w tym właściwego funkcjonowania jego instytucji.

W Niemczech przyjęto ustawę, na mocy której platformy udostępniania treści muszą m.in. oferować użytkownikom łatwy w obsłudze dostęp do możliwości składania i rozpatrywania skarg, usuwać w ciągu 24 godzin treści, które w sposób oczywisty są niezgodne z prawem, usuwać fałszywe wiadomości w ciągu 7 dni oraz informować skarżących o rezultatach ich skarg, a co pół roku publikować raport z informacją o liczbie skarg i sposobie ich rozpatrzenia.

Niemal wszystkie globalne platformy internetowe (Facebook, Google, Twitter, Microsoft) w regulaminach korzystania ze swoich usług opisują szczegółowo mechanizmy zgłaszania skarg przez użytkowników i weryfikacji informacji. Procesy weryfikacji są zwykle wielostopniowe, a działania operatorów platform stopniowalne w zależności od wagi konkretnego przypadku.

Takim przypadkiem w Polsce były m.in. konta Marszu Niepodległości, Młodzieży Wszechpolskiej, Obozu Narodowo-Radykalnego i Ruchu Narodowego, które w 2016 r. zniknęły z platformy społecznościowej Facebook. Spotkało się to nie tylko ze sprzeciwem tych środowisk, ale i falą krytyki ze strony tych, którzy nie byli bezpośrednio zaangażowani w działalność ruchów. Zdaniem przedstawiciela Facebooka konta te naruszały standardy społeczności w zakresie mowy nienawiści. Po licznych wyjaśnieniach konta zostały przywrócone. Sprawa zablokowania w 2018 r. stowarzyszenia Społeczna Inicjatywa Narkopolityki (SIN), czeka na swój finał w sądzie, gdyż próby odwołania się od tej decyzji przez mechanizm, który stworzył Facebook, nie przyniosły rezultatu³.

Jak bardzo dezinformacja może wpływać na działania ludzi przekonać mogliśmy się w 2020 r., w czasie trwania pandemii COVID-19. Niniejszy dokument zawiera także informacje o inicjatywach podejmowanych w celu walki z fake newsami dotyczącymi koronawirusa przez europejskie i polskie instytucje i organizacje. Jak stwierdza się w Komunikacie „Walka z dezinformacją wokół COVID-19 – dajemy do głosu faktom”, *konieczna jest wyważona reakcja ze strony wszystkich grup społecznych, w zależności od stopnia szkody, zamiaru, formy rozpowszechniania, zaangażowania podmiotów i ich pochodzenia. W związku z tym informacjom wprowadzającym w błąd można zaradzić przez dobrze ukierunkowane sprostowania i obalenie mitów oraz inicjatywy na rzecz umiejętności korzystania z mediów; z drugiej strony dezinformacji należy przeciwdziałać za pomocą innych środków, w tym działań podejmowanych przez rządy*⁴.

Witold Kołodziejski,
Przewodniczący KRRiT

³ <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/spoleczna-inicjatywa-narkopolityki-pozywa-facebook-za-blokade-kont-dlaczego>.

⁴ *Walka z dezinformacją wokół Covid-19 – dajemy do głosu faktom*, wspólny komunikat Komisji Europejskiej i Wysokiego Przedstawiciela Unii ds. Zagranicznych i Polityki Bezpieczeństwa do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiej, Europejskiego Komitetu Społeczno-Ekonomicznego i Komitetu Regionów, JOIN (2020)8 final.

1. Wyjaśnienie i uściślenie pojęć

Dezinformacja jest działaniem celowym zmierzającym do wywołania zmian w świadomości odbiorców, zmian postaw wobec zjawisk oraz wywołania określonej reakcji społecznej, gospodarczej czy politycznej. Rozwój technologii sprawia, że zjawisko to w ostatnich latach znacznie przybrało na sile i z łatwością rozprzestrzenia się na skalę globalną. Kampanie dezinformacyjne sięgają nieufność oraz zaostrzają istniejące podziały społeczne, co może mieć poważne konsekwencje dla bezpieczeństwa zarówno w poszczególnych krajach, jak i na całym świecie.

Jak podkreśla Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 23 listopada 2016 r. w sprawie unijnej komunikacji strategicznej⁵, wroga propaganda przeciwko UE przyjmuje wiele różnych form i wykorzystuje różnorakie narzędzia, często dostosowane do specyfiki państw członkowskich, czego celem jest m. in. poróżnienie państw członkowskich oraz sparaliżowanie procesu decyzyjnego, a także osłabienie i zniszczenie europejskiego przesłania opartego na wartościach demokratycznych, prawach człowieka i praworządności.

Niezwykłe nasilenie rozprzestrzeniania się dezinformacji bez wątpienia wynika z rozwoju nowoczesnych mediów, w tym mediów społecznościowych, a co za tym idzie, powiązane jest także z szumem informacyjnym powodowanym wielością informacji, jakie docierają z wielu różnych kanałów komunikacji do użytkownika. Jak pokazuje praktyka, tzw. *fake news* mają tendencję do szybszego rozpowszechniania się niż wiarygodne i rzetelne informacje. Mogą więc stać się potężnym orężem w politycznej czy rynkowej rywalizacji.

Popularne określenie *fake news* (ang. fałszywe wiadomości) używane jest zarówno, gdy mowa o fałszywych czy nieprawdziwych wiadomościach, jak i wówczas, gdy mamy do czynienia z bardziej złożonym zjawiskiem dezinformacji. Zdarza się, że pojęcie to służy do określania treści „niewygodnych”, rozpowszechnianych przez oponentów w sporze politycznym. Wydaje się więc, że termin ten jest mylący i nieadekwatny do prawidłowego opisu sytuacji manipulowania informacją w nowym środowisku mediów. W zamian można podjąć próbę opisu zjawiska nieładu informacyjnego.

Według raportu Rady Europy⁶ z listopada 2017 r. istnieją trzy kategorie nieładu informacyjnego (*information disorder*):

„Mis”-informacja - występuje gdy rozpowszechniane informacje są nieprawdziwe, ale nie zostały stworzone z zamiarem wyrządzenia szkody;

Dezinformacja - gdy fałszywe informacje są tworzone i rozpowszechniane świadomie z zamiarem wyrządzenia krzywdy lub szkody;

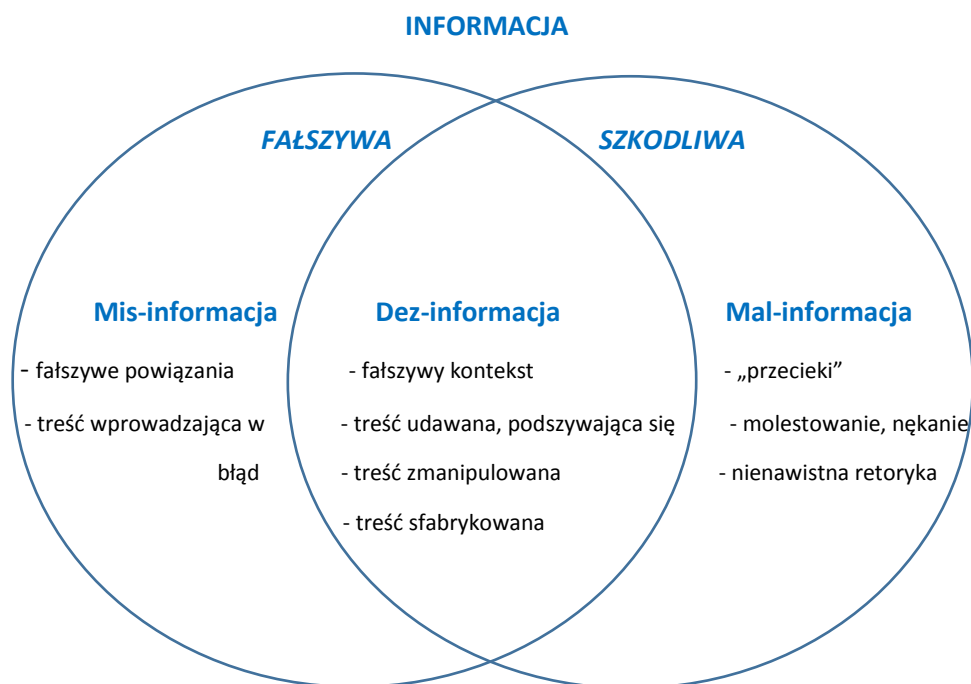
„Mal”⁷-informacja - gdy rozpowszechniane informacje są oparte na faktach, ale powstały w celu wyrządzenia krzywdy lub szkody; następuje to często poprzez upublicznianie informacji prywatnych.

⁵ Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 23 listopada 2016 r. w sprawie unijnej komunikacji strategicznej w celu przeciwdziałania wrogiej propagandzie stron trzecich (2016/2030(INI)).

⁶ Claire Wardle, Hossein Derakhshan, *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Council of Europe report, DGI(2017)09. Więcej informacji: patrz Załącznik.

⁷ mal (fr.) - źle, mal (hiszp.) - krzywda.

Schemat nr 1. Nieład informacyjny - klasyfikacja



Źródło: Wardle, Derakhshan, *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Council of Europe, 2017

Przedstawiony powyżej schemat pomaga wyodrębnić wspólną dla dwóch zbiorów grupę informacji, która budzi szczególny niepokój, ponieważ stwarza zagrożenie dla praw człowieka i dla bezpieczeństwa. Dotyczy to szczególnie procesów wyborczych, gdy fałszywe treści tworzone są z rozmysłem w celu wyrządzenia szkody (dezinformacja) i wpłynięcia w ten sposób na wynik wyborów.

Serwisy społecznościowe spowodowały demokratyzację dystrybucji informacji⁸. Doniesień ze świata nie wybierają w nich redaktorzy i dziennikarze, selekcji dokonują sami użytkownicy, udostępniając na swoich profilach wybrane informacje – te, które wcześniej udostępnili ich znajomi, a więc osoby, do których mają zaufanie. W ten sposób często wpadają w pułapkę zastawioną przez kogoś, kto w walce o odsłony zwiększające jego przychody reklamowe wykorzystuje tabloidowe tytuły, powiela cudze treści czy preparuje nieprawdziwe informacje.

W nieprawdziwe informacje łatwiej uwierzyć nie tylko dlatego, że podają je znajomi, ale też dlatego, że te wiadomości dobrze wpasowują się w upodobania czy przekonania adresata. Stają się kolejnym potwierdzeniem tego, co sądzimy na dany temat, a to powoduje, że odbiorcy zamykają się w tzw. bańkach informacyjnych i nie są otwarci na weryfikację informacji, którą uznają za prawdopodobną bo pochodzącą od znajomego, zamkniętego w podobnej bańce informacyjnej.

Ważnymi impulsami do rozprzestrzeniania się dezinformacji jest też fakt, że fałszywe informacje zwykle wywołują skrajne emocje. Są one najczęściej konstruowane tak, aby odbiorcom się bardzo spodobały, zainteresowanie wzbudził już sam nagłówek informacji, albo też, żeby wywołały niezadowolenie lub oburzenie. Istotna jest też motywacja ludzi udostępniających fake news, którzy często sami nie wierzą w te doniesienia, ale uważają, że to jest coś, co ich znajomi w sieci społecznościowej chcieliby przeczytać i przesyłają fałszywą informację dalej.

⁸ <https://www.crazynauka.pl/prawda-czy-falsz-czy-zdolasz-odroznic-te-wiadomosci/>

Według analiz MIT Media Lab prawda potrzebuje średnio sześć razy więcej czasu niż fake news, by dotrzeć do 1500 osób na Twitterze, a nieprawdziwa wiadomość ma średnio 70% więcej szans na bycie retweetowaną niż ta prawdziwa. Najczęściej powielane są fake newsy polityczne⁹.

Deinformacja i propaganda stanowią elementy wojny hybrydowej. Parlament Europejski podkreśla w związku z tym potrzebę zwiększenia świadomości poprzez komunikację instytucjonalną, badania prowadzone przez ośrodki analityczne/akademickie, kampanie w mediach społecznościowych, inicjatywy społeczeństwa obywatelskiego, rozwijanie umiejętności korzystania z mediów oraz inne użyteczne działania.

Szczególnym przykładem dezinformacyjnego manipulowania treścią może być, coraz częściej pojawiające się w przestrzeni publicznej, zjawisko zwane *deepfake* (ang. głęboki fałsz). Polega ono na łączeniu i nakładaniu nieruchomych lub ruchomych obrazów na obrazy źródłowe przy użyciu uczących się systemów komputerowych. Uzyskane w ten sposób, łudząco realistyczne przekazy filmowe, stwarzają możliwość głębokiej manipulacji na przykład poprzez zamianę twarzy prezentowanych postaci¹⁰.

Niepokojące jest też zjawisko finansowania fake news przez reklamodawców i firmy technologiczne, co wynika z funkcjonującego obecnie modelu reklamowego, który pozwala m.in. na zbyt łatwe monetyzowanie przestrzeni na stronach, bez odpowiedniego sprawdzenia kontekstu, w jakim pojawia się przekaz konkretnego reklamodawcy. Wpływ na to ma duża dysproporcja między popytem a podażą powierzchni reklamowych w Internecie¹¹.

Jednym z powszechnych zarzutów związanych z praktykami sprawdzania faktów jest to, że poprzez podkreślanie fałszywych informacji w kanałach informacyjnych, sprawdzający fakty w rezultacie zwiększają widoczność tych fałszywych informacji, a tym samym zwiększają ich wpływ. Naukowcy przeanalizowali wyniki ankiety przeprowadzonej wśród ponad 500 uczestników. Odkryli, że powtarzając fałszywe nagłówki wiadomości, ludzie są bardziej skłonni w nie uwierzyć, a informacje ostrzegawcze przed dezinformacją niekoniecznie zmniejszają prawdopodobieństwo, że ktoś uwierzy w dany nagłówek. Jednak ich obecność zwiększa ogólną wrażliwość na fałszywe wiadomości. Naukowcy ostrzegają, że potrzebne są skuteczniejsze rozwiązania, które zapobiegą przede wszystkim rozpowszechnianiu się fałszywych wiadomości¹².

Jak powstaje dezinformacja?

Podmioty zainteresowane wprowadzeniem do obiegu fałszywych informacji, chcąc wyrzucić określony efekt tj. wpłynąć na decyzje czy postawę użytkowników, posługują się często już istniejącą informacją lub opinią na dany temat. Chcąc wywołać odpowiednią reakcję, zniekształcają (modyfikują) jej pierwotny kształt, dodają do niej nowe, tym razem już fałszywe, informacje lub półprawdy, zwykle trudne do zweryfikowania przez użytkownika. Tak spreparowane informacje zwykle są nacechowane emocjonalnie. Sprzyja to wywołaniu w użytkowniku chęci dzielenia się tą wiadomością w kręgach

⁹ <https://www.technologyreview.com/2018/03/08/144839/fake-news-spreads-faster-than-the-truth-and-its-all-our-fault/>

¹⁰ Wikipedia.pl.

¹¹ <https://www.wirtualnemedi.pl/arttykul/firmy-technologiczne-finansuja-fake-newsy-strony-z-dezinformacja-dostaja-z-reklam-235-mln-dol-finansowanie-reklam-dochody-z-fake-newsow-dezinformacja>

¹² <https://www.poynter.org/reporting-editing/2019/why-is-fake-news-so-prevalent-researchers-offer-some-answers/>

swoich znajomych poprzez zamieszczanie w sieciach społecznościowych. W ten sposób dezinformacja ulega wzmocnieniu, zaczyna rozprzestrzeniać się niezależnie od pierwotnego źródła i autora treści. Procesowi temu sprzyjają stosowane w mediach społecznościowych algorytmy, wysoko pozycjonujące treści, które zdobywają popularność wśród użytkowników. Zgodnie z teorią Marshalla McLuhana¹³ charakter i cechy środka komunikacji mają w tym przypadku większy wpływ na odbiorcę niż sama przekazywana wiadomość.

Mechanizm ten, choć nie jest zapewne jedynym wykorzystywanym narzędziem, dobrze obrazuje, co ma bezpośredni wpływ na skalę zjawiska i jak trudno je zwalczać.

Potwierdzeniem istnienia takich mechanizmów są wyniki badania *Fake news z perspektywy polskich dziennikarzy*¹⁴ przeprowadzonego w 2017 r. które, z perspektywy mediów masowych, pokazuje podział fake newsów na trzy typy:

- całkowita nieprawda - podaje się nieprawdziwe, sprzeczne, z premedytacją sfabrykowane, fakty/informacje;
- prawda jest sporna - odbiorca jest wprowadzony w błąd, poprzez nadanie odpowiedniego kontekstu faktom lub przedstawienie ich w sposób selektywny;
- manipulacja cytatem - umiejętnie umieszczenie wypowiedzi danej osoby w kontekście, wycinanie zdań zmieniające sens wypowiedzi i dzięki temu wspierające konkretną tezę.

2. Inicjatywy instytucji europejskich

Od 2015 r. instytucje europejskie próbują przeciwdziałać dezinformacji, szczególnie w kontekście ponad 50 wyborów - parlamentarnych, prezydenckich oraz lokalnych, które odbyły się w państwach członkowskich w latach 2018-2020, a także w związku z wyborami do Parlamentu Europejskiego, które miały miejsce w maju 2019 r. Ostatnie lata dowiodły, że w kilkunastu krajach Unii Europejskiej zorganizowane kampanie dezinformacyjne miały wpływ na wybory i referenda¹⁵.

Jak wykazało badanie opinii publicznej Eurobarometer przeprowadzone w 2017 roku na zlecenie Komisji Europejskiej:

- 73% użytkowników Internetu w UE było zaniepokojonych dezinformacją w okresie przedwyborczym;
- 83% uważało fałszywe informacje za zagrożenie dla demokracji.

Dlatego też, zdaniem Komisji, konieczne było podjęcie pilnych działań, które pomogłyby zapewnić wolność i uczciwość procesów demokratycznych.

W ostatnich latach instytucje europejskie podjęły szereg działań mających na celu przeciwdziałanie dezinformacji:

¹³ Marshall McLuhan kanadyjski teoretyk komunikacji. W latach 60. twierdził, że ludzkość wkracza w *wiek informacji* a elektroniczne media, zwłaszcza telewizja, stworzyły tzw. globalną wioskę, w której *medium jest przekazem*.

¹⁴ http://publicdialog.pl/wp-content/uploads/2018/07/Raport_Badanie-fake-news-23-05-2017.pdf

¹⁵ Freedom on the Net Report 2017, Freedom House.

Tabela nr 1. Kalendarium działań instytucji europejskich odnoszących się do dezinformacji

marzec 2015	Powołanie East StratCom Task Force
październik 2016	Rezolucja w sprawie unijnej komunikacji strategicznej w celu przeciwdziałania wrogiej propagandzie stron trzecich ¹⁶ – Parlament Europejski
wrzesień 2017	Raport w sprawie nieładu informacyjnego – Rada Europy
marzec 2018	Raport Grupy ekspertów wysokiego szczebla (HLEG) ds. fałszywych informacji i dezinformacji – Komisja Europejska
marzec 2018	Zalecenie w sprawie ról i obowiązków pośredników internetowych – Rada Europy
marzec 2018	Studium <i>Algorytmy a prawa człowieka</i> , Komitet ekspertów ds. pośredników internetowych (MSI-NET) ¹⁷ – Rada Europy
kwiecień 2018	Komunikat w sprawie zwalczania dezinformacji w Internecie – Komisja Europejska
maj 2018	Rezolucja w sprawie pluralizmu mediów i wolności mediów w Unii Europejskiej – Parlament Europejski
wrzesień 2018	Komunikat w sprawie wolnych i uczciwych wyborów – Komisja Europejska
październik 2018	Kodeks postępowania w sprawie dezinformacji (samoregulacja podmiotów działających na jednolitym europejskim rynku cyfrowym) – inicjatywa Komisji Europejskiej
grudzień 2018	Plan działania przeciwko dezinformacji – Komisja Europejska
marzec 2019	Europejski Tydzień Edukacji Medialnej – inicjatywa Komisji Europejskiej
czerwiec 2019	Komunikat w sprawie postępów w realizacji Planu działania przeciwko dezinformacji – Komisja Europejska
luty 2020	Strategia kształtowania cyfrowej przyszłości Europy (Komunikat) – Komisja Europejska
maj 2020	Raport ERGA <i>Ocena realizacji Kodeksu postępowania w sprawie dezinformacji</i> – inicjatywa Komisji Europejskiej
czerwiec 2020	Konsultacje publiczne w sprawie aktu prawnego o usługach cyfrowych (Digital Services Act - DSA) – Komisja Europejska
czerwiec 2020	Konkluzje w sprawie umiejętności korzystania z mediów - Rada Unii Europejskiej
czerwiec 2020	Komunikat <i>Walka z dezinformacją wokół COVID-19 - dajemy dojsć do głosu faktom</i> – Komisja Europejska i Wysoki Przedstawiciel Unii ds. Zagranicznych i Polityki Bezpieczeństwa

¹⁶ Freedom on the Net Report 2017, Freedom House.

¹⁷ Więcej informacji: patrz Załącznik, pkt.4

czerwiec 2020	Uruchomienie Europejskiego Obserwatorium Mediów Cyfrowych (EDMO) – inicjatywa Komisji Europejskiej
wrzesień 2020	Ocena realizacji Kodeksu w sprawie dezinformacji – Komisja Europejska
grudzień 2020	Komunikat <i>Europejski plan działania na rzecz demokracji (EDAP)</i> - Komisja Europejska
grudzień 2020	Plan działania na rzecz odbudowy i transformacji unijnego sektora medialnego i audiowizualnego – Komisja Europejska
grudzień 2020	Akt Prawny o usługach cyfrowych (DSA) – Komisja Europejska

Po decyzji¹⁸ Rady Europejskiej w marcu 2015 r., kiedy to podkreślono potrzebę *przeciwstawienia się trwającym kampaniom dezinformacyjnym prowadzonym przez Rosję*, w Europejskiej Służbie Działań Zewnętrznych (ESDZ) **powołano grupę zadaniową East StratCom**, która we współpracy z odpowiednimi służbami Komisji, miała koncentrować się na informowaniu o strategiach politycznych UE wobec jej wschodniego sąsiedztwa. Działania grupy służą zwiększeniu zdolności UE do prognozowania i upowszechniania wiedzy na temat prorosyjskich działań dezinformacyjnych. W ciągu dwóch lat (wrzesień 2015 - listopad 2017) grupa zidentyfikowała i zdemaskowała 3500 przypadków prorosyjskiej dezinformacji polegającej na zaprzeczaniu publicznie dostępnym faktom, powielanych w wielu wersjach językowych i wielokrotnie powtarzanych.

Równoległe, dyskusja na temat zagrożeń wynikających z dezinformacji odbywała się na forum Parlamentu Europejskiego. W październiku 2016 r. przyjął on **Rezolucję w sprawie unijnej komunikacji strategicznej w celu przeciwdziałania wrogiej propagandzie stron trzecich**¹⁹.

Z kolei w **Raporcie**²⁰, przygotowanym jesienią 2017 r. na zlecenie Rady Europy, podjęto próbę określenia ram definicyjnych dotyczących rozumienia pojęcia nieładu informacyjnego. Raport zawiera też rekomendacje wynikające z zagrożenia, jakie stanowi nieład informacyjny, adresowane do wszystkich zaangażowanych stron, w tym do rządów, organizacji medialnych i firm technologicznych.

W styczniu 2018 r. Komisja Europejska powołała do życia Grupę Wysokiego Szczebla ds. fałszywych wiadomości i dezinformacji w Internecie (HLEG) pod kierownictwem ówczesnej przewodniczącej ERGA, prof. Madeleine de Cock Buning. Zgodnie z przygotowanym przez Grupę raportem²¹ *dezinformację należy rozumieć jako wszelkie formy nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji - tworzonych, przedstawianych i rozpowszechnianych w celu uzyskania korzyści gospodarczych lub wprowadzenia w błąd opinii publicznej - które mogą wyrządzić szkodę publiczną*.

Na początku marca 2018 r. Rada Europy przyjęła **wytyczne dotyczące ról i obowiązków pośredników internetowych, wyszukiwarek i mediów społecznościowych**. W wydanej w związku z

¹⁸ <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-11-2015-INIT/pl/pdf>.

¹⁹ http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0187_PL.html. Więcej informacji: patrz Załącznik, pkt. 1.

²⁰ *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Claire Wardle and Hossein Derakhshan, September 2017. Więcej informacji: patrz Załącznik, pkt. 2.

²¹ *A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*, DG for Communication Networks, Content and Technology, 7 March 2018. Więcej informacji: patrz Załącznik, pkt. 3.

tym **Rekomendacji**²² wzywa się państwa członkowskie do przyjęcia, w formie odpowiednich przepisów prawa, zobowiązań w zakresie ochrony i promowania praw człowieka w środowisku cyfrowym oraz określenia odpowiednich obowiązków pośredników internetowych.

W kwietniu 2018 r. nastąpił ważny moment w europejskich działaniach nastawionych na przeciwdziałanie dezinformacji, wraz z opublikowaniem **Komunikatu** Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, pt. **Zwalczanie dezinformacji w Internecie: podejście europejskie**²³.

W dokumencie tym zaproponowano narzędzia samoregulacyjne do walki z dezinformacją w Internecie, w tym:

- Kodeks postępowania w sprawie dezinformacji online;
- wsparcie dla niezależnej sieci weryfikacji faktów;
- narzędzia do stymulowania dziennikarstwa wysokiej jakości.

Tym samym, zarysowane zostały propozycje konkretnych działań, jakie zdaniem Komisji można podjąć w krajach członkowskich.

W odpowiedzi na Komunikat, Parlament Europejski wydał miesiąc później **Rezolucję**²⁴ w sprawie pluralizmu mediów i wolności mediów w Unii Europejskiej. Również ten dokument podkreśla znaczenie skutecznych systemów samoregulacji mediów społecznościowych i platform internetowych.

W dniu 12 września 2018 r., w orędziu o stanie Unii, Przewodniczący Komisji Europejskiej ogłosił wprowadzenie nowych przepisów w celu lepszej ochrony unijnych procedur demokratycznych przed manipulacjami ze strony państw trzecich lub interesów prywatnych (**Komunikat**²⁵ w sprawie wolnych i uczciwych wyborów europejskich). KE zaproponowała w nim środki, które miały pozwolić na zwiększenie przejrzystości internetowych reklam politycznych oraz możliwość nakładania sankcji za nielegalne wykorzystywanie danych osobowych w celu świadomego wpływania na wyniki wyborów europejskich. Celem była reakcja na potencjalne zagrożenia związane z wyborami, a tym samym wzmocnienie odporności systemów demokratycznych w Unii.

Plan działania przeciwko dezinformacji

Na początku grudnia 2018 r. Unia Europejska przedstawiła zapowiadany **Plan działania**²⁶, mający na celu zwiększenie wysiłków na rzecz zwalczania dezinformacji w Europie i poza jej granicami, aby chronić europejskie systemy demokratyczne i debatę publiczną w przededniu wyborów do

²² Recommendation CM/Rec(2018)2 of the Committee of Ministers to member States on the roles and responsibilities of internet intermediaries (Adopted by the Committee of Ministers on 7 March 2018 at the 1309th meeting of the Ministers' Deputies. Więcej informacji: patrz Załącznik, pkt. 5.

²³ Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, *Zwalczanie dezinformacji w Internecie: podejście europejskie*, Bruksela, 26.4.2018, COM(2018) 236 final.

²⁴ Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 3 maja 2018 r. w sprawie pluralizmu mediów i wolności mediów w Unii Europejskiej (2017/2209(INI)). Więcej informacji: patrz Załącznik, pkt. 6.

²⁵ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0637&from=EN>. Więcej informacji: patrz Załącznik, pkt. 7.

²⁶ Joint Communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. *Action Plan against disinformation*. Brussels, 5.12.2018 JOIN(2018) 36 final. Więcej informacji: patrz Załącznik, pkt. 8.

Parlamentu Europejskiego oraz szeregu wyborów krajowych i lokalnych, które miały mieć miejsce w państwach członkowskich przed końcem 2020 r.

W Planie skupiono się na czterech filarach (patrz: tabela poniżej), które mają znaczenie dla budowania zdolności UE do przeciwdziałania dezinformacji i wzmocnienia współpracy między państwami członkowskimi a UE, w tym m. in. poprzez mobilizowanie sektora prywatnego do zwalczania dezinformacji.

Tabela nr 2. Plan działania przeciwko dezinformacji

<i>Dezinformacja jest wyzwaniem, które nieustannie ewoluuje, a jako zjawisko może być niezwykle szkodliwa dla procesów demokratycznych i debat społecznych. Coraz bardziej niekorzystny wpływ dezinformacji na społeczeństwo w całej Unii Europejskiej wymaga skoordynowanego, wspólnego i zrównoważonego podejścia do jej kompleksowego zwalczania²⁷</i>	
<p>POPRAWA WYKRYWANIA, ANALIZOWANIA I UJAWNIANIA DEZINFORMACJI</p> <p>Inwestowanie w narzędzia cyfrowe, umiejętności analizy danych oraz wyspecjalizowany personel w instytucjach UE i w państwach członkowskich.</p> <p>Ocena zasięgu i wpływu dezinformacji.</p>	<p>ŚCIŚLEJSZA WSPÓŁPRACA I WSPÓLNA REAKCJA NA DEZINFORMACJĘ</p> <p>Ustanowienie systemu wczesnego ostrzegania w celu powiadamiania o kampaniach dezinformacyjnych w czasie rzeczywistym.</p> <p>Państwa członkowskie wyznaczają punkty kontaktowe zajmujące się dezinformacją i wymianą informacji na ten temat.</p>
<p>MOBILIZOWANIE SEKTORA PRYWATNEGO DO ZWALCZANIA DEZINFORMACJI</p> <p>Wprowadzenie w życie obowiązującego w całej UE Kodeksu postępowania w sprawie zwalczania dezinformacji.</p> <p>Jego sygnatariuszami stały się największe przedsiębiorstwa internetowe, takie jak Google, Facebook, Twitter i Mozilla.</p> <p>Regularne sprawozdania od stycznia do maja 2019 r. i możliwe działania regulacyjne w przypadku niezadowolających wyników.</p>	<p>PODNIOSZENIE ŚWIADOMOŚCI I ZWIĘKSZANIE ODPORNOŚCI SPOŁECZNEJ</p> <p>Ukierunkowane kampanie w Europie i poza jej granicami.</p> <p>Aktywne uczestnictwo społeczeństwa obywatelskiego w identyfikacji i ujawnianiu dezinformacji.</p> <p>Wspieranie niezależnych mediów i podmiotów weryfikujących fakty.</p>

Źródło: Przedstawicielstwo KE w Polsce, *Dezinformacja na cenzurowanym*.

Kodeks postępowania dotyczący dezinformacji online

Kodeks²⁸, którego podpisanie zapowiadał Komunikat Komisji z kwietnia 2018 r., i którego wprowadzenie w życie określono jako jeden z czterech filarów Planu działania, został podpisany 16 października 2018 r. przez najważniejsze przedsiębiorstwa internetowe - Facebook, Google, Twitter i

²⁷ https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/56286/plan-dzia%C5%82ania-na-rzecz-zwalczania-dezinformacji_pl.

²⁸ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformat>.

Mozilla, a także stowarzyszenie handlowe reprezentujące platformy internetowe oraz stowarzyszenia reprezentujące branżę reklamową i reklamodawców. W maju 2019 r. do grona sygnatariuszy dołączył Microsoft, a w czerwcu 2020 r. - TikTok.

Dokument zawiera pięć podstawowych grup zobowiązań:

- ograniczenie możliwości zamieszczania reklam i zachęt ekonomicznych dla podmiotów rozpowszechniających dezinformację w Internecie;
- zwiększenie przejrzystości reklam politycznych poprzez oznaczanie reklam politycznych i udostępnianie możliwości do przeszukiwania repozytoriów takich reklam;
- przeciwdziałanie stosowaniu przez podmioty działające w złych zamiarach technik manipulacyjnych w usługach platform w celu sztucznego zwiększenia rozpowszechniania informacji w Internecie i umożliwienia gwałtownego rozprzestrzeniania się fałszywej narracji oraz ujawnianie takich technik;
- tworzenie funkcji technologicznych, które dają pierwszeństwo wiarygodnym informacjom, tak aby użytkownicy dysponowali większą liczbą instrumentów i narzędzi do krytycznej oceny treści, do których mają dostęp w Internecie;
- podejmowanie wspólnych działań z weryfikatorami informacji i środowiskiem naukowym, w tym inicjatyw w zakresie umiejętności korzystania z mediów.

Sygnatariusze Kodeksu zobowiązali się ponadto do comiesięcznego raportowania Komisji Europejskiej realizacji zobowiązań zawartych w dokumencie oraz do współpracy z Komisją w zakresie oceny Kodeksu, w tym poprzez zapewnianie dostępu do odpowiednich danych.

Komisja Europejska przeprowadziła ocenę efektywności Kodeksu przy wsparciu ze strony Europejskiej Grupy Regulatorów ds. Usług Audiowizualnych (ERGA), zapowiadając wcześniej, że jeśli wyniki byłyby niezadowolające, może zaproponować dalsze działania, w tym regulacyjne.

W opublikowanej 10 września 2020 r. ocenie²⁹ Komisja zauważa, że Kodeks okazał się cennym instrumentem i zapewnił ramy dla zorganizowanego dialogu między odpowiednimi interesariuszami - pierwsze tego rodzaju na świecie - w celu zapewnienia większej przejrzystości i odpowiedzialności za politykę platform w zakresie dezinformacji. Podkreślono jednak, że w celu zapewnienia pełnego i spójnego stosowania u wszystkich interesariuszy i we wszystkich państwach członkowskich, kodeks powinien być dalej ulepszany w kilku obszarach poprzez zapewnienie wspólnych definicji, jaśniejszych procedur, bardziej precyzyjnych i kompleksowych zobowiązań, takich jak przejrzyste kluczowe wskaźniki wydajności (KPI) i odpowiednie monitorowanie. Powinien też zostać poszerzony o udział w nim podmiotów rynkowych, aby objąć innych odpowiednich interesariuszy, w szczególności z sektora reklamy.

W połowie czerwca 2019 r., przed szczytem Rady Europejskiej, Komisja i Wysoki Przedstawiciel opublikowały wspólny **komunikat³⁰ w sprawie postępów w zwalczaniu dezinformacji**, czyli Sprawozdanie z realizacji Planu działania przeciwko dezinformacji. Uznano w nim, że *działania podejmowane przez UE - jak również przez wielu dziennikarzy, weryfikatorów faktów, platformy, organy krajowe, naukowców i społeczeństwo obywatelskie – przyczyniły się do powstrzymania ataków i*

²⁹ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/assessment-code-practice-disinformation-achievements-and-areas-further-improvement>. Więcej informacji: patrz Załącznik, pkt. 10.

³⁰ https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=comnat:JOIN_2019_0012_FIN.

do ujawnienia prób ingerowania w demokratyczne procesy. Większa świadomość społeczna utrudniła podmiotom o złych zamiarach ingerencję w debatę publiczną.

W Komunikacie podkreślono, że pomimo wyraźnych osiągnięć, konieczne są dalsze działania. W celu przeciwdziałania nowym tendencjom i praktykom oraz w celu skuteczniejszego wykrywania i ujawniania kampanii dezinformacyjnych, konieczne są ciągłe badania i zapewnienie odpowiednich zasobów kadrowych.

Kompetencje Komisji Europejskiej

27 listopada 2019 r. Parlament Europejski przegłosował wybór nowej Komisji Europejskiej pod przewodnictwem Ursuli von der Leyen. Kwestie związane z szeroko rozumianymi mediami oraz z przeciwdziałaniem dezinformacji znalazły się w zakresie kompetencji dwojga komisarzy: wiceprzewodniczącej Komisji Europejskiej, komisarza ds. praworządności, Věry Jourové oraz komisarza ds. rynku wewnętrznego, Thierry Bretona.

W listach powierzających im zadania (tzw. *mission letters*), Przewodnicząca Komisji zaleciła by:

Thierry Breton – komisarz ds. rynku wewnętrznego³¹:

- poprowadził prace nad skoordynowanym europejskim podejściem do sztucznej inteligencji (AI). Ma on opracować europejską strategię w sprawie danych oraz kierować pracami nad nowym aktem prawnym o usługach cyfrowych (Digital Services Act);
- wniósł wkład w działania nad zapobieganiem i przeciwdziałaniem dezinformacji i fałszywym informacjom w Internecie, przy jednoczesnym zachowaniu wolności wypowiedzi, wolności prasy i pluralizmu mediów;
- skoncentrował się na budowie jednolitego systemu bezpieczeństwa cybernetycznego, w szczególności na certyfikacji dostępu, wdrażaniu przepisów dotyczących bezpieczeństwa sieci i systemów informatycznych, strategiach szybkiego reagowania w sytuacjach kryzysowych i innych istotnych obszarach;
- włączył się w realizację zaktualizowanego planu działania na rzecz edukacji cyfrowej.

Věra Jourová, wiceprzewodnicząca KE, komisarz ds. praworządności, ma za zadanie³²:

- koordynować prace związane z realizacją Planu Działania na rzecz Europejskiej Demokracji w celu przeciwdziałania zagrożeniom związanym z interwencją zewnętrzną podczas europejskich wyborów. Prace powinny objąć wnioski ustawodawcze w zakresie płatnej reklamy politycznej i finansowania europejskich partii politycznych;
- koordynować prace związane z potrzebą wzmocnienia odporności europejskich systemów demokratycznych. Ma współpracować ze wszystkimi komisarzami właściwymi w zakresie przeciwdziałania dezinformacji i fałszywym informacjom. Działania te muszą być prowadzone z zagwarantowaniem prawa wolności wypowiedzi, wolności prasy i pluralizmu mediów. Jeśli efekty działania Kodeksu postępowania w sprawie dezinformacji będą niezadowalające, wiceprzewodnicząca KE ma zaproponować interwencję regulacyjną;

³¹ https://ec.europa.eu/commission/commissioners/sites/comm-cwt2019/files/commissioner_mission_letters/president-elect_von_der_leyens_mission_letter_to_thierry_breton.pdf.

³² https://ec.europa.eu/commission/commissioners/sites/comm-cwt2019/files/commissioner_mission_letters/mission-letter-jourova-2019-2024_en.pdf.

- wobec istotnego znaczenia, jakie dla europejskiej demokracji ma wolność i pluralizm mediów, zadaniem komisarz ds. praworządności jest identyfikowanie zagrożeń dla pluralizmu mediów przy wykorzystaniu narzędzia, jakim jest Monitor Pluralizmu Mediów oraz inicjowanie międzynarodowych projektów wspierających niezależną i różnorodną działalność dziennikarską.

Strategia kształtowania cyfrowej przyszłości Europy

W lutym 2020 r. nowa Komisja Europejska przedstawiła **Strategię kształtowania cyfrowej przyszłości Europy**. Strategia zawarta jest w Komunikacie³³ Komisji obejmującym trzy następujące obszary w perspektywie najbliższych pięciu lat:

- technologia dla ludzi;
- sprawiedliwa i konkurencyjna gospodarka;
- otwarte, demokratyczne i zrównoważone społeczeństwo.

Strategia zapowiada szereg nowych inicjatyw regulacyjnych i politycznych stawiając sobie za cel stworzenie modelu do naśladowania dla innych regionów świata.

Pierwsze inicjatywy, przyjęte jednocześnie ze Strategią to:

- Europejska strategia w zakresie danych³⁴;
- Biała Księga w sprawie sztucznej inteligencji (AI), której towarzyszą konsultacje społeczne.

W czerwcu 2020 r. Rada Unii Europejskiej przyjęła Konkluzje w sprawie umiejętności korzystania z mediów w stale zmieniającym się świecie. Rada UE, jako unijny organ decyzyjny, składający się z ministrów wszystkich państw członkowskich UE, zawarła je w 19 rekomendacjach skierowanych do Komisji Europejskiej (jedną z kompetencji Rady jest wzywianie KE do określonych działań), do państw członkowskich (w ramach ich kompetencji i z należytym poszanowaniem zasady pomocniczości) oraz do obu tych adresatów. Konkluzje te przytoczone są w Załączniku, pkt.12.

Działania podejmowane w celu zwalczania dezinformacji związanej z pandemią COVID-19

W marcu 2020 r. członkowie Rady Europejskiej wydali **wspólne oświadczenie**³⁵, w którym zobowiązywali się do zdecydowanego zwalczania dezinformacji i zwiększania odporności społeczeństw europejskich na nieprawdziwe lub wprowadzające w błąd informacje związane z pandemią COVID-19. Zobowiązali też Komisję Europejską do zintensyfikowania działań w tym zakresie.

Podsumowanie podjętych działań znalazło się w opublikowanym przez Komisję i Wysokiego Przedstawiciela **wspólnym Komunikacie**³⁶, który analizuje bezpośrednią reakcję na dezinformację i proponuje konkretne rozwiązania.

Oprócz monitorowania realizacji zobowiązań wynikających z Kodeksu postępowania w sprawie dezinformacji, szczególnie pod kątem wprowadzających w błąd treści dotyczących pandemii COVID-19,

³³ <https://ec.europa.eu/info/files/communication-shaping-europes-digital-future>.

³⁴ https://ec.europa.eu/info/files/communication-european-strategy-data_pl.

³⁵ <https://www.consilium.europa.eu/media/43093/26-vc-euco-statement-pl.pdf>.

³⁶ Wspólny Komunikat do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiej, Rady, Europejskiego Komitetu Społeczno-Ekonomicznego i Komitetu Regionów. *Walka z dezinformacją wokół COVID-19 – dajemy do głosu faktom*. Bruksela, dnia 10.06.2020 r. JOIN(2020) 8 final. Więcej informacji: patrz Załącznik, pkt. 13.

Komisja Europejska publikuje na specjalnie w tym celu stworzonych stronach informacje, które mogą być przydatne dla obywateli i instytucji krajów członkowskich w tym kontekście³⁷.

Platformy będące sygnatariuszami Kodeksu informują Komisję na bieżąco o krokach podejmowanych w celu przeciwdziałania dezinformacji. Obejmują one inicjatywy mające na celu:

- promowanie i eksponowanie sprawdzonych treści na poziomie UE i państw członkowskich. Na przykład wyszukiwarka Google nadaje priorytet artykułom opublikowanym przez unijne organizacje zajmujące się weryfikacją informacji, które w pierwszej połowie 2020 r. wygenerowały ponad 155 mln odsłon, a LinkedIn przestało do blisko 10 mln swoich członków zainteresowanych tematyką UE krótkie streszczenie wiadomości „European Daily Rundown”;
- zwiększenie świadomości użytkowników: Facebook i Instagram „przekierowały” ponad 2 mld użytkowników do zasobów organów ds. zdrowia, w tym WHO;
- wykrywanie i utrudnianie zachowań manipulacyjnych - Twitter zablokował ponad 3,4 mln podejrzanych kont ukierunkowanych na dyskusje dotyczące wirusa;
- ograniczenie reklam związanych z dezinformacją związaną z koronawirusem, aby uniemożliwić reklamodawcom zarabianie na nich. Wszystkie platformy ułatwiły zamieszczanie reklam związanych z koronawirusem przez organy ds. zdrowia publicznego i organizacje opieki zdrowotnej.

Realizując wspólny komunikat, Komisja będzie co miesiąc gromadzić od platform konkretne wskaźniki służące monitorowaniu skuteczności i wpływu ich strategii w zakresie ograniczania rozprzestrzeniania się dezinformacji związanej z pandemią koronawirusa.

Europejska Grupa Organów Regulacyjnych ds. mediów (ERGA) przeprowadziła wśród swoich członków kwerendę dotyczącą ewentualnych działań podejmowanych przez organy regulacyjne lub nadzorowane przez nie media w związku z pandemią i towarzyszącą jej dezinformacją.

Najczęstszą aktywnością wymienianą przez respondentów kwestionariusza były apele organów regulacyjnych, którzy przypominali nadawcom o ich niezwykle ważnej roli w stanach nadzwyczajnych i o konieczności zachowania rzetelności w przekazywanych informacjach (BG, CY, CZ, FR, HR, HU, IT, LV, PT, NL, PL). Wiele organów regulacyjnych uruchomiło specjalne strony internetowe lub zakładki na swoich stronach (FR, HR, IT, SI, CZ, CY, EL, NO, PL) poświęcone informacjom związanym z pandemią. W niektórych krajach wykorzystano je do prowadzenia kampanii informacyjnych przedstawiających zjawisko dezinformacji w sposób zrozumiały także dla dzieci. W niektórych przypadkach zastosowano różne wersje językowe ważnych informacji (np. w Islandii informacje dostępne były w języku islandzkim, angielskim, polskim, arabskim, hiszpańskim, perskim, kurdyjskim, litewskim i tajskim). Dostrzegając trudną sytuację nadawców w okresie pandemii, niektóre organy regulacyjne wprowadziły lub przyjęły do wiadomości czasowe zawieszenie niektórych wymagań programowych lub zobowiązań finansowych (LV, IE, PL), ogłosiły konkursy na najlepsze audycje dotyczące COVID-19 (LV, IE), lub wystąpiły do rządu o przyznanie dodatkowych środków mediom komercyjnym (LV). W kilku krajach nadawcy publiczni zostali zobligowani do bezpłatnego udostępniania nadawcom komercyjnym treści

³⁷ Reakcja UE na koronawirusa, Walka z dezinformacją podczas pandemii koronawirusa, Wskazówki dla konsumentów i przedsiębiorstw dotyczące oszustw związanych z COVID-19, UE przeciwko dezinformacji <https://euvsdisinfo.eu/think-before-you-share/>.

informacyjnych dotyczących pandemii, tak by zapewnić możliwie najszerszy zasięg wiarygodnych informacji (LV, HR).

Europejski plan działania na rzecz demokracji (EDAP) i Plan działania na rzecz odbudowy i transformacji unijnego sektora medialnego i audiowizualnego

Na początku grudnia 2020 r. Komisja Europejska przedstawiła dwa istotne dla rynku mediów dokumenty: Europejski plan działania na rzecz demokracji (European Democracy Action Plan - EDAP), mający na celu wzmocnienie pozycji obywateli i budowę odporniejszych demokracji w całej UE oraz Plan działania na rzecz odbudowy i transformacji unijnego sektora medialnego i audiowizualnego, związany szczególnie z trudną sytuacją spowodowaną pandemią COVID-19.

Dokumenty zawierają szereg propozycji dotyczących dezinformacji, wzmocnienia uczciwości wyborów, zwiększenia uczestnictwa demokratycznego i wzmocnienia sektora mediów. Choć nie są to teksty regulacyjne, a tzw. ramy wysokiego szczebla, to powiązane są ściśle z regulacjami w wielu obszarach, w tym za pośrednictwem aktu prawnego o usługach cyfrowych (DSA), który ustanawia *mechanizm ochronny współregulacji* w odniesieniu do wzmocnionego Kodeksu postępowania w zakresie dezinformacji.

Publikacja obu planów działania spotkała się z odzewem ze strony branży medialnej. Nadawcy zaapelowali o to, by przyjęty w następstwie planów system regulacji był spójny w stosunku do wszystkich uczestników szeroko rozumianego rynku mediów oraz by przyszłe plany uwzględniały inwestycje w treści, pluralizm mediów i wiarygodne wiadomości.

Szersze omówienie obu dokumentów można znaleźć w Załączniku - pkt. 14 i 15.

Akt prawny o usługach cyfrowych (Digital Services Act - DSA) oraz Akt prawny o rynkach cyfrowych (Digital Markets Act - DMA)

15 grudnia 2020 r. Komisja Europejska opublikowała zapowiadane propozycje dotyczące aktu prawnego o usługach cyfrowych (DSA) oraz aktu prawnego o rynkach cyfrowych (DMA).

Ogłoszenie propozycji Aktu prawnego o usługach cyfrowych poprzedziło przeprowadzenie otwartych konsultacji publicznych skierowanych do wszystkich zainteresowanych: dostawców usług cyfrowych, w tym platform internetowych, przedsiębiorstw, które docierają do konsumentów przez Internet, organów publicznych, organizacji pozarządowych, środowisk akademickich i innych zainteresowanych stron. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji wzięła udział w ww. konsultacjach. Wyniki konsultacji zostały wykorzystane w procesie opracowywania propozycji Komisji tworzących pakiet związany z aktem prawnym o usługach cyfrowych.

Oba akty prawne przyjmą formę rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady, co oznacza, że będą bezpośrednio stosowane w porządkach prawnych państw członkowskich bez konieczności transpozycji.³⁸





Proponowany akt prawny o usługach cyfrowych (DSA) ma na celu *stworzenie bezpieczniejszej przestrzeni cyfrowej, w której chronione są podstawowe prawa wszystkich użytkowników usług*

³⁸ Jest to główna metoda przyjmowania unijnych aktów. Ma zastosowanie do ok. 85 obszarów polityki.

cyfrowych, natomiast DMA ustanowi równe szanse dla wspierania innowacji, wzrostu i konkurencyjności, zarówno na jednolitym rynku europejskim, jaki i w wymiarze globalnym.

DSA ma określić wspólne, ale dostosowane do indywidualnych potrzeb obowiązki i zasady odpowiedzialności dla dostawców infrastruktury sieciowej, takich jak dostawcy dostępu do Internetu i dostawcy usług hostingowych oraz dla platform internetowych, takich jak rynki internetowe i platformy mediów społecznościowych. Oddzielny poziom regulacji miałby zastosowanie do bardzo dużych platform, docierających do ponad 10% użytkowników na obszarze UE. W DSA po raz pierwszy pojawiły się kompleksowe przepisy dotyczące nadzoru i egzekwowania, które umożliwiają nakładanie grzywnien w wysokości do 6% całkowitego rocznego obrotu platform. Nowe ramy regulacyjne przewidują utworzenie Rady Krajowych Koordynatorów ds. usług cyfrowych, która ma posiadać specjalne uprawnienia w zakresie nadzorowania bardzo dużych platform. Więcej na ten temat w Załączniku, pkt. 16.

Tabela nr 3: Akt prawny o usługach cyfrowych

	Co to oznacza dla obywateli <ul style="list-style-type: none">• Większy wybór, niższe ceny• Mniejsze ryzyko trafienia na nielegalne treści• Lepsza ochrona praw podstawowych
	Co to oznacza dla dostawców usług cyfrowych <ul style="list-style-type: none">• Pewność prawa, harmonizacja przepisów• Prostsze podejmowanie i rozwijanie działalności w Europie
	Co to oznacza dla firm korzystających z usług cyfrowych <ul style="list-style-type: none">• Większy wybór, niższe ceny• Dostęp do ogólnounijnych rynków za pośrednictwem platform• Równe szanse w starciu z dostawcami nielegalnych treści
	Co to oznacza dla społeczeństwa <ul style="list-style-type: none">• Większa demokratyczna kontrola i nadzór nad platformami systemowymi• Mniejsze ryzyko systemowe pod względem manipulacji lub dezinformacji

Źródło: Komisja Europejska, (https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_pl)

Z kolei proponowany akt prawny o rynkach cyfrowych (DMA) ma ustanowić ramy ex ante dla platform cyfrowych wyznaczonych jako strażnicy dostępu (ang. gatekeepers). Strażnicy podlegaliby długiej liście obowiązków i zakazów ex ante, z których wiele jest inspirowanych przeszłymi i trwającymi dochodzeniami antymonopolowymi przeprowadzonymi przez Komisję i krajowe organy ds. konkurencji. Obejmują one zakaz wykorzystywania danych użytkowników i faworyzowania własnych usług. Naruszenie zobowiązań przez strażników dostępu może skutkować grzywną w wysokości do 10% ich całkowitego światowego obrotu, podczas gdy systematyczne naruszanie DMA może prowadzić do

podjęcia dodatkowych kroków lub, w ostateczności, strukturalnych środków zaradczych. Więcej na ten temat w Załączniku, pkt. 17.

Utworzenie Europejskiego Obserwatorium Mediów Cyfrowych

W ramach realizacji kolejnego elementu wspomnianego już Planu działania przeciwko dezinformacji, Komisja Europejska w postępowaniu konkursowym przeprowadzonym pod koniec 2019 r. wybrała Europejskie Obserwatorium Mediów Cyfrowych – EDMO jako podmiot działający na rzecz wzmocnienia zdolności i zacieśniania współpracy między państwami członkowskimi a UE w obszarze poprawy wykrywania i analizowania dezinformacji w Internecie. W skład EDMO, którego pracami kieruje Europejski Instytut Uniwersytecki we Florencji bazując na wiedzy eksperckiej swojego Centrum Pluralizmu Mediów i Wolności Mediów, wchodzi również: Ateńskie Centrum Technologii, które zapewnia wsparcie technologiczne, a także koordynuje społeczne obserwatorium dezinformacji i analizy mediów społecznościowych (SOMA), duński Uniwersytet Aarhus i włoska organizacja weryfikująca fakty, Pagella Politica.

Projekt EDMO rozpoczął swoją działalność w czerwcu 2020 r. Ma stać się europejskim centrum walki z dezinformacją w Internecie, które połączy zasoby, dostarczy narzędzia i instrumenty sieciowe oraz stworzy bezpieczną przestrzeń dostępu do danych dla osób weryfikujących fakty i badaczy, którzy pracują nad obaleniem, ujawnieniem, zrozumieniem i analizą działań, trendów i technik dezinformacyjnych w Internecie.

Druga faza projektu zakłada stworzenie krajowych/regionalnych ośrodków badawczych mediów cyfrowych w całej Europie. Fundusze na ten cel w wysokości 9 mln EUR zostaną udostępnione w ramach zaproszenia do składania wniosków w ramach instrumentu „Connecting Europe”, który ma zostać ogłoszony w 2020 r. Autorzy zgłaszanych projektów powinni zwrócić uwagę na to, aby proponowane narzędzia i działania przyniosły korzyści bezpośrednio lub pośrednio obywatelom w każdym wieku, w szczególności tym, którzy nie posiadają umiejętności krytycznej oceny treści dostępnych za pośrednictwem mediów społecznościowych.

Innym, skromniejszym narzędziem finansowym Komisji Europejskiej są fundusze przyznawane w ramach „Preparatory Action on Media literacy for All” (2018-2020). Budżet programu wynosi 500 000 EUR. Środki przyznawane są w celu wspierania przedsięwzięć podnoszących umiejętności świadomego korzystania z mediów, ochrony przed dezinformacją i odpowiedzialnego korzystania z mediów społecznościowych. Nabór wniosków w ramach ostatniej edycji tego programu trwał do 30 września 2020 r. Maksymalna kwota wsparcia nie może przekroczyć 60% całkowitych kosztów projektu. Więcej informacji na ten temat znajduje się w Drogowskazu Medialnym oraz na stronach KE³⁹.

Komisja Europejska zapowiada także uruchomienie, na lata 2021-2027, nowego projektu dotyczącego „Media literacy”. Ma on powstać w ramach programu „Kreatywna Europa” i dysponować znacznie większym budżetem niż „Preparatory Action on Media literacy for All”⁴⁰.

³⁹ <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/aktualnosci/news,3011,dofinansowanie-przez-komisje-europejska-projektow-z-zakresu-edukacji-medialnej.html>.

⁴⁰ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/preparatory-action-media-literacy-all-call-proposals-2020>.

3. Weryfikacja faktów - fact-checking

Niepokój związany z pojawianiem się nieprawdziwych informacji, rozpowszechnianych w celu wyrządzenia szkody, wywołuje naturalną potrzebę odwołania się do wiarygodnych podmiotów, które w obiektywny sposób weryfikują prawdziwość informacji.

Organizacje zajmujące się demaskowaniem fake newsów pojawiły się w ostatnich latach w wielu krajach. W 20 krajach europejskich w 2016 r. działało 34 fact checkerów⁴¹. Na początku 2017 r. na świecie działało 114 takich podmiotów, rok później już 137.

Najczęściej są to organizacje pozarządowe, często zrzeszone w międzynarodowych sieciach. Ze względu na misję i metody działania można je podzielić na „raportujące” i „reformujące”. Jest też szersza, częściowo pokrywająca się z pozostałymi, kategoria - niezależnych ekspertów.

3.1. Działania Komisji Europejskiej na rzecz weryfikacji faktów

Jednym z elementów walki z dezinformacją, zapowiedzianym w Raporcie z wdrażania Komunikatu Komisji z kwietnia 2018 r., jest wsparcie dla utworzenia niezależnej europejskiej sieci weryfikatorów faktów. Wsparcie to początkowo polegało na organizowaniu warsztatów i konferencji poświęconych tej problematyce. Popularyzacja wiedzy wraz z możliwością nawiązania kontaktów przez uczestników konferencji przyczyniły się do utworzenia mapy takich inicjatyw w państwach członkowskich oraz podjęcia współpracy między nimi.

Niezależne organizacje mogły również ustalić, które narzędzia i usługi są niezbędne do skutecznego demaskowania fake newsów (np. dostęp do danych EUROSTAT, narzędzia do tłumaczenia z różnych języków, dostęp do automatycznego strumienia weryfikacji stosowanego w ramach różnych platform). W sieci fact-checkerów dyskutowano, jak można usprawnić realizowane procesy oraz oceniać ich skuteczność. Dokonywano także ustalania standardów zawodowych i etycznych dla osób zajmujących się niezależną weryfikacją faktów. Jednym z celów było zapewnienie narzędzi i wsparcia infrastrukturalnego dla organizacji.

W celu poprawy wykrywania i rozumienia różnych rodzajów zagrożeń dezinformacyjnych Komisja Europejska zapewniła sfinansowanie **SOMA**⁴² (Społeczne obserwatorium ds. dezinformacji i analizy mediów społecznych). Jednym z jego zadań jest stworzenie pilotażowej infrastruktury IT⁴³ wspierającej fact-checking.

3.2. Wykorzystanie nowych technologii

Komisja Europejska od 2013 r. finansuje działania w zakresie badań i innowacji ukierunkowanych na rozwój nowych technologii pomocnych w ocenie wiarygodności treści publikowanych w Internecie.

⁴¹ Graves, L. and F. Cherubini. 2016. *The Rise of Fact-checking Sites in Europe*. Reuters Institute for the Study of Journalism.

⁴² *Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis*, www.disinfobservatory.org.

⁴³ *Report from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the implementation of the Communication “Tackling online disinformation: a European Approach”, Brussels, 5.12.2018.*

Obecnie w ramach Europejskiej Rady ds. Badań Naukowych (ERBN - ERC)⁴⁴ i programu "Horyzont 2020" podejmowanych jest szereg działań mających na celu poprawę zrozumienia dezinformacji internetowych i opracowanie nowych narzędzi weryfikacji treści. Projekty **Comprop** i **Botfind** badają, w jaki sposób zautomatyzowane systemy rozpowszechniania i ukierunkowywania propagandy wpływają na dyskurs publiczny w Europie. Projekt **Debunker** analizuje nieporozumienia wokół problemów społecznych w Europie i możliwe strategie ograniczania ich wpływu. Projekt **Invid** koncentruje się na opracowywaniu narzędzi do weryfikacji treści audiowizualnych. Inny projekt Horyzont 2020, **Fandango**, analizuje rozwiązania, które pomagają tradycyjnym mediom w lepszym wykrywaniu fałszywych narracji w Internecie. Najnowsze działania to: **Eunomia** (rozwiązanie open source do identyfikacji źródeł informacji), **SocialTruth** (rozproszony ekosystem umożliwiający łatwy dostęp do różnych usług weryfikacyjnych), **Provenance** (pośrednie bezpłatne rozwiązanie do weryfikacji treści cyfrowych) i **WeVerify** (wyzwania związane z weryfikacją treści dzięki weryfikacji uczestniczącej). Powyższe projekty adresowane są do społeczności aktywnych w walce z dezinformacją online.

3.3. Inicjatywy na rzecz weryfikacji faktów w wybranych krajach

Organizacje weryfikujące fakty pojawiają się w różnych krajach, często zrzeszając się w sieci ułatwiające współpracę, niekiedy pod auspicjami Komisji Europejskiej.

Przykładem takiej sieci weryfikatorów może być Międzynarodowa Sieć Weryfikująca Fakty (**IFCN**) działająca w powiązaniu z amerykańską szkołą dziennikarstwa - Instytutem Poyntera. Zrzesza ona 63 certyfikowane przez siebie organizacje dziennikarskie na całym świecie, wymagając od nich wykazania się bezstronnością i uczciwością, przejrzystością: źródeł, finansowania, organizacji, metodologii oraz jawną i uczciwą polityką odnośnie sprostowań.

Inicjatywy w zakresie weryfikacji faktów działają często w powiązaniu z nadawcami, wydawcami prasy lub organizacjami dziennikarskimi.

⁴⁴ ERC - European Research Council - niezależna instytucja mająca na celu wspieranie wysokiej jakości badań naukowych poprzez promowanie najlepszych naukowców, inżynierów i pracowników akademickich, niezależnie od dziedziny realizowanych badań. Działa w ramach siódmego programu ramowego Unii Europejskiej dotyczącego badań naukowych.

4. Przeciwdziałanie dezinformacji w wybranych krajach

4.1. Francja - ustawa o zwalczaniu manipulowania informacją⁴⁵

Bezpośrednią przyczyną przyjęcia ustawy z dnia 22 grudnia 2018 r. była potrzeba szczególnej ochrony kampanii wyborczych przed efektami manipulowania informacją. Dotyczy to wyborów prezydenckich, do Zgromadzenia Narodowego, senackich oraz do Parlamentu Europejskiego.

W okresie wyborczym (tj. na trzy miesiące przed wyborami aż do ich zakończenia) operatorzy platform internetowych mają obowiązek:

- zapewniania użytkownikom lojalnej, jasnej i przejrzystej informacji na temat tożsamości osób fizycznych oraz osób prawnych (forma prawna, siedziba, cel działalności) lub osób, w imieniu których ta osoba działa, a które przekazują platformie wynagrodzenie za promowanie treści informacyjnych będących przedmiotem debaty publicznej;
- zapewniania użytkownikom lojalnej, jasnej i przejrzystej informacji na temat wykorzystania jego danych osobowych w ramach promocji treści informacyjnych będących przedmiotem debaty publicznej;
- upubliczniania kwoty wynagrodzenia otrzymanego za promowanie takich treści informacyjnych, jeżeli kwota ta przekracza 100 EUR.

Według ustawy, w okresie wyborczym nie mogą być publikowane:

nieściste lub wprowadzające w błąd stwierdzenia lub podejrzenia, które mogłyby wpłynąć na uczciwość wyborów, masowo rozpowszechniane w Internecie w sposób umyślny, automatyczny lub z wykorzystaniem sztucznej inteligencji.

Z zakresu ustawy wyłączone są treści i audycje o charakterze satyrycznym.

Ustawa wprowadza zmiany w Kodeksie Wyborczym, określa sankcje karne i finansowe za naruszanie przepisów (1 rok więzienia i 75 tys. EUR kary) oraz wprowadza nowe narzędzia walki z rozpowszechnianiem fałszywych informacji w okresie wyborczym. Jednym z takich narzędzi jest powołanie nowej instancji, tj. działającego wyłącznie w okresie wyborczym 24-godzinnego sądu cywilnego, który może zakazać rozpowszechniania przez platformy internetowe fałszywych informacji. W przypadku odwołania, sąd musi wydać decyzję w ciągu 48 godzin od przekazania sprawy.

Ponadto, ustawa ta znowelizowała także ustawę medialną oraz ustawę oświatową. Organ regulacyjny CSA może odrzucić wniosek koncesyjny jeśli uzna, że projektowana usługa medialna może stanowić poważne zagrożenie nie tylko dla dotychczasowych wartości takich jak: godność ludzka, wolność i własność, wolność myśli i opinii, ochrona dzieci i młodzieży, zachowanie porządku publicznego, obrona narodowa, ale też dla podstawowych interesów Narodu, w tym właściwego funkcjonowania jego instytucji.

Wprowadzona została procedura administracyjnego zawieszenia koncesji na okres wyborczy lub cofnięcia koncesji po uprzednim wystosowaniu ostrzeżenia o naruszeniu. CSA może zawiesić lub cofnąć koncesję dla nadawcy programu radiowego/telewizyjnego, który podlega kontroli innego kraju,

⁴⁵ <https://www.legifrance.gouv.fr/eli/loi/2018/12/22/2018-1202/jo/texte>.

i który narusza fundamentalne interesy państwa francuskiego lub uczestniczy w destabilizacji instytucji państwa francuskiego.

Ustawa nakłada również na operatorów platform internetowych obowiązki informacyjne wobec użytkowników i organów państwa, w tym obowiązek:

- udostępnienia użytkownikom łatwo rozpoznawalnych i łatwo dostępnych narzędzi do zgłaszania fałszywych informacji;
- zapewnienia transparentności stosowanych algorytmów;
- promowania treści pochodzących z agencji prasowych i usług komunikacji audiowizualnej;
- zwalczania kont, które na masową skalę propagują fałszywe informacje;
- informowania użytkowników o sponsorach, sponsorowanych treściach dotyczących interesu ogólnego oraz otrzymanych od sponsorów kwotach w związku z promowaniem tego typu treści;
- informowania o prowadzonych działaniach z zakresu edukacji medialnej i informacyjnej;
- corocznego składania do CSA raportu na temat działań podjętych w ww. zakresach.

Ponadto, CSA otrzymała prawo wydawania rekomendacji dla platform internetowych w związku z przeciwdziałaniem zjawisku dezinformacji, a także została zobowiązana do kontroli realizacji przepisów ustawy w tym zakresie oraz sporządzania okresowych raportów nt. wdrożenia i efektywności podjętych działań.

W celu realizacji zobowiązań wynikających z ustawy, CSA opracowała przekrojowe, oparte na współpracy podejście, tworząc Zespół Projektowy, który prowadzi prace monitorujące, prowadzi wymianę z Komitetem Ekspertów i działa jako punkt kontaktowy z platformami oraz Komitet Ekspertów, złożony z profesjonalistów z doświadczeniem naukowym, prawniczym, ekonomicznym, technologicznym i etycznym. Komitet jest uprawniony do opracowywania wniosków i wydawania opinii w konsultacji z Zespołem Projektowym.

Zgodnie z delegacją ustawową, w ramach przygotowań do oceny efektywności działań wynikających z ustawy, na początku 2020 r. CSA rozesłała do platform kwestionariusz w sprawie realizacji zobowiązań związanych z przeciwdziałaniem manipulowaniu informacją. Odpowiedzi na kwestionariusz nadesłało jedenastu operatorów, reprezentujących szesnaście różnych usług internetowych, takich jak wyszukiwarki, platformy udostępniania plików wideo, fora internetowe lub media społecznościowe. Na tej podstawie CSA opublikowała w lipcu 2020 r. pierwszy raport oceniający odnoszący się do 2019 r.

Jeśli chodzi o mechanizmy raportowania, mimo że zostały one dobrze rozwinięte przez platformy, brak jest danych dotyczących zasobów ludzkich i finansowych przeznaczonych na moderację treści, co utrudnia ocenę ich skuteczności. CSA sugeruje włączenie do raportów kategorii „fałszywej informacji” oraz opisu podejmowanych środków zaradczych, uruchomienie „awaryjnego” procesu raportowania w sytuacjach kryzysowych, rozwijanie partnerstwa z zewnętrznymi weryfikatorami faktów i łączenie zasobów za pośrednictwem wspólnej publicznej bazy danych.

W kwestii nakazanej ustawą przejrzystości algorytmów, brak zrozumiałości i niepełność odpowiedzi udzielanych przez platformy nie pozwoliły CSA na właściwą analizę zgodności z wymogiem ustawowym. Regulator przypomniał platformom, że dane związane tajemnicą handlową nie będą

ujawniane publicznie i zachęcił operatorów do przedłożenia dodatkowych informacji na temat ich polityki dotyczącej algorytmów (kryteria, wykorzystywane dane i rola, jaką odgrywają algorytmy w moderowaniu treści) oraz większej przejrzystości dla użytkowników w zakresie parametrów i możliwości ich dostosowania.

CSA w raporcie podkreśliła też brak spójności w odniesieniu do stosowanych mechanizmów (oznaczanie treści lub zwiększenie / zmniejszenie widoczności treści) oraz procesu pracy (outsourcing, zespół, brak usługi sprawdzania faktów) w odniesieniu do obowiązku promowania treści pochodzących od wydawców i agencji informacyjnych oraz audiowizualnych usług medialnych. W związku z tym CSA zachęca platformy do jasnego określania źródła treści, wyjaśniania użytkownikom, w jaki sposób i dlaczego treść jest identyfikowana jako „zaufana”, oraz odpowiedniego oznaczania treści pochodzących od agencji informacyjnych i dostawców mediów audiowizualnych.

Jeśli chodzi o zwalczanie kont masowo rozpowszechniającymi fałszywe informacje, operatorzy platform podkreślali trudność w ich identyfikacji. CSA w swoim raporcie zachęca więc platformy do przekazywania dodatkowych informacji na temat mechanizmów i procesu wykrywania oraz przychodów z reklam generowanych przez takie konta.

W kwestii informowania użytkowników o tożsamości osób płacących za promocję treści informacyjnych, platformy zasadniczo identyfikują treści sponsorowane i stosują jasną politykę reklamową. Istnieją natomiast różne podejścia w odniesieniu do specjalnie sponsorowanych treści związanych z kwestiami interesu publicznego, od całkowitego zakazu po ograniczone możliwości targetowania. CSA zaleca w związku z tym wprowadzenie jasnego systemu oznaczania treści, przyjęcie środków w celu zabezpieczenia znaków towarowych, usprawnienie dialogu z innymi platformami w celu zharmonizowania podejścia, udostępnianie publicznie swojej „biblioteki reklamowej” z wysokim poziomem przejrzystości (wydana kwota, nazwa reklamodawcy, itp.).

Ze względu na środki i narzędzia promujące umiejętność korzystania z mediów, platformy są zaangażowane w inicjatywy MIL głównie poprzez partnerstwa ze stowarzyszeniami lub instytucjami publicznymi lub wspieranie finansowe projektów badawczych. Niektóre platformy zapewniają również w swoich usługach obszary przeznaczone dla określonych zasobów dla młodych odbiorców lub środków, które pozwalają użytkownikom na jednoznaczne zidentyfikowanie odpowiednich i zaufanych treści. CSA zachęca platformy do uruchamiania bardziej wielowymiarowych projektów skierowanych do osób w każdym wieku i do udostępniania większej ilości danych środowisku akademickiemu, aby umożliwić na przykład ocenę wpływu środków MIL.

Generalnie rzecz biorąc francuski regulator audiowizualny pozytywnie ocenił chęć operatorów do współpracy i rozwój owocnego dialogu, wzywając jednocześnie platformy do dostarczania większej ilości informacji, aby umożliwić skuteczną ocenę działań przez nie podejmowanych - zwłaszcza w odniesieniu do zasobów ludzkich i finansowych przeznaczonych na przeciwdziałanie zaburzeniom informacji, ich zrozumiałość i transparentność algorytmów.

Wzmocnione zostały również przepisy dotyczące edukacji medialnej i informacyjnej, przede wszystkim w ustawie oświatowej oraz w ustawie medialnej. Więcej na ten temat w rozdziale 8.

4.2. Niemcy - ustawa: sankcje, weryfikacja faktów

Niemiecki Bundestag w 2017 r. przyjął ustawę mającą na celu poprawę egzekwowania prawa w sieciach społecznościowych (*Netzwerkdurchsetzungsgesetz*, tzw. *NetzDG*).

Ustawa dotyczy usług świadczonych drogą elektroniczną, które mają ponad 2 mln użytkowników zarejestrowanych z terytorium Niemiec (np. Facebook, Twitter i YouTube). Wyłączone z zakresu ustawy są natomiast takie serwisy jak LinkedIn czy WhatsApp.

Zgodnie z ustawą wskazane platformy muszą:

- oferować użytkownikom łatwy w obsłudze system składania skarg oraz rozpatrywać skargi niezwłocznie po ich otrzymaniu;
- usuwać w ciągu 24 godz. treści, które w sposób oczywisty są niezgodne z prawem (nienawistna retoryka, zniesławienie, nawoływanie do nienawiści, treści pornograficzne - zgodnie z Kodeksem Karnym);
- usuwać fałszywe wiadomości w ciągu 7 dni;
- informować skarżących o rezultatach ich skarg;
- wyznaczyć reprezentanta w Niemczech do obsługi potencjalnych kar finansowych i procedur sądowych;
- publikować co pół roku raport z informacją na temat liczby skarg (dotyczy to tylko tych platform, które otrzymują ponad 100 skarg rocznie).

Siedmiodniowy okres na usunięcie treści nie obowiązuje tych platform, które przekażą zadanie decydowania o legalności treści organowi samoregulacyjnemu. Organem takim, zgodnie z akredytacją Federalnego Urzędu Sprawiedliwości, został Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM). Do tej pory⁴⁶ tylko Facebook i YouTube przystąpiły do samoregulacji, co oznacza, że obie platformy mogą teraz zgłaszać do oceny FSM wątpliwe przypadki nielegalnych treści. Notoryczne naruszanie ustawy może być ukarane grzywną do 50 mln EUR.

Przeciwnicy ustawy wskazywali, że narusza ona zasadę wolności wypowiedzi i w związku z tym stoi w sprzeczności z Konstytucją. Frakcje Parlamentu Federalnego z Partii Zielonych, partii liberalnej i partii lewicowej apelowały o zniesienie ustawy, a przynajmniej o zastąpienie jej bardziej umiarkowaną.

W oparciu o przepisy ustawy NetzDG, w lipcu 2019 r. niemiecki Federalny Urząd Sprawiedliwości (BfJ) nałożył na Facebook grzywnę w wysokości 2 mln EUR za niekompletny wykaz wszystkich skarg dotyczących nielegalnych treści w raporcie złożonym za pierwsze półrocze 2018 r. Zgodnie z informacją podaną przez ten urząd, w raporcie Facebooka z lipca 2018 r. brakowało kilku ustawowych wymogów informacyjnych, uwzględniono tylko część skarg dotyczących nielegalnych treści oraz udzielono błędnych informacji w sprawie opinii otrzymanych w związku ze skargami.

Jak wymagało tego uzasadnienie do ustawy NetzDG, powinna ona podlegać ocenie nie później niż trzy lata po jej wejściu w życie (czyli do 1 października 2020 r.), a o wynikach oceny ma zostać poinformować niemiecki Bundestag. W raporcie ewaluacyjnym, zatwierdzonym we wrześniu 2020 r. przez Radę Ministrów, stwierdza się, że cele wyznaczone przez ustawę NetzDG zostały w znacznym stopniu osiągnięte i istnieje potrzeba jej poprawy w jedynie pojedynczych punktach.

Wyniki raportu opierają się na niezależnej opinii prawnej, ustaleniach Federalnego Urzędu Sprawiedliwości (BfJ), raportach przejrzystości opublikowanych przez dostawców do drugiej połowy 2019 r. oraz pomiarze kosztów przestrzegania przepisów przez Federalny Urząd Statystyczny.

⁴⁶ stan na kwiecień 2020 r.

Zgodnie z oceną rządu, ustawa zapewniła bardziej konsekwentne i skuteczniejsze zwalczanie nienawiści i agitacji w Internecie. Odnotowano znaczną poprawę w sposobie, w jaki sieci społecznościowe rozpatrują skargi użytkowników dotyczące treści przestępczych, przy czym nie ma dowodów na niepożądane skutki uboczne, takie jak nadmierne blokowanie, czego obawiali się jej oponenty.

Wskazana potrzeba działań legislacyjnych dotyczy jedynie dalszego rozwoju istniejących regulacji, na przykład spowodowania by kanały zgłaszania stały się bardziej przyjazne dla użytkowników oraz rozszerzenia kompetencji Federalnego Urzędu Sprawiedliwości (BfJ).

Kwestie te zasadniczo uwzględnione już zostały w ustawie o zwalczaniu prawicowego ekstremizmu i przestępstw z nienawiści (GBRH)⁴⁷, przyjętej przez parlament federalny 18 czerwca 2020 r. oraz w projekcie ustawy zmieniającej ustawę o egzekwowaniu prawa w sieci, która jest obecnie w trakcie prac parlamentarnych.

Zgodnie z pierwszą z wymienionych ustaw, niektóre posty w sieciach społecznościowych muszą być nie tylko usuwane przez dostawców, ale również zgłaszane do Federalnego Urzędu Kryminalnego (BKA). W celu usprawnienia ścigania zgłoszeniu podlega również adres IP i numer portu, który był ostatnio przypisany do profilu obciążonego użytkownika. Ustawa ma wejść w życie dziesięć miesięcy po publikacji w dzienniku urzędowym, czyli prawdopodobnie w maju 2021 r.

Z kolei zatwierdzony 1 kwietnia 2020 r. przez rząd federalny projekt nowelizacji ustawy NetzDG przewiduje:

- procedurę roszczenia wzajemnego, w ramach której użytkownicy (osoby zamieszczające treści i osoby składające skargi) będą mogli ponownie zamieścić treści usunięte w sposób nieuzasadniony i poddać je ponownej ocenie;
- uznanie organów arbitrażowych utworzonych na podstawie prawa cywilnego za właściwe do rozstrzygania sporów między użytkownikami a sieciami społecznościowymi w postępowaniach pozasądowych;
- zobowiązanie platform do wprowadzenia bardziej przyjaznych dla użytkownika kanałów raportowania;
- wymagania dotyczące zwiększenia wartości informacyjnej raportów przejrzystości składanych przez platformy.

Równoległe z ustawą pojawiły się inicjatywy dotyczące weryfikacji faktów. Podjęły je zarówno media publiczne pod marką *Tagesschau*, jak pozarządowa organizacja badawcza non-profit - *Correctiv*. W ten sposób sprawdzane są fakty podawane w wiadomościach zarówno w mediach tradycyjnych, jak i w sieciach społecznościowych.

4.3. Norwegia - weryfikacja faktów, samoregulacja, społeczeństwo obywatelskie

Przed wyborami parlamentarnymi w 2017 r. w Norwegii powstała inicjatywa pod nazwą *Faktisk*, której zadaniem miało być sprawdzanie faktów. Stworzyły ją wspólnie dwa tabloidy: *Verdens*

⁴⁷ Gesetzes zur Bekämpfung des Rechtsextremismus und der Hasskriminalität (<http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/19/201/1920163.pdf>)

Gang i *Dagbladet*, publiczny nadawca NRK oraz komercyjny program telewizyjny TV2. Finansowanie inicjatywy pochodzi od właścicieli czterech wydawców oraz organizacji *Fritt Ord*, zajmującej się swobodą wypowiedzi.

Faktisk sprawdza wiadomości pojawiające się w norweskich mediach i mediach społecznościowych, w publicznych debatach i wypowiedziach polityków, a także śledzi skargi zgłaszane przez opinię publiczną. Główne tematy dotyczą klimatu, wyborów w Norwegii i spraw międzynarodowych. *Faktisk* szereguje każde zgłoszenie w skali prawdziwości od jednego do pięciu i udostępnia je w postaci tekstu lub krótkiego filmu na własnej stronie internetowej, za pośrednictwem platform mediów społecznościowych takich jak Facebook i Snapchat oraz w telewizji. *Faktisk* używa do tych celów otwartych formatów, tak aby inne firmy medialne mogły korzystać z jego zasobów. Strona internetowa *Faktisk* jest jedną z najpopularniejszych w Norwegii.

Inną inicjatywą adresowaną do społeczeństwa obywatelskiego w Norwegii jest narzędzie do weryfikowania faktów dla czytelników prasy pod nazwą *Reader Critic*, opracowane przez gazetę *Dagbladet*. System ten pozwala czytelnikom zgłaszać niedokładności w treści gazety i automatycznie powiadamia o tym autora danego artykułu. W pierwszych dziewięciu miesiącach programu *Reader Critic Dagbladet* otrzymał 20 tys. opinii na temat 10 tys. artykułów od 5 tys. użytkowników. Informacje najczęściej wskazywały błędy gramatyczne, ale zidentyfikowano też inne, bardziej poważne błędy.

4.4. Włochy - samoregulacja

W listopadzie 2017 r. organ regulacyjny ds. mediów i telekomunikacji AGCOM powołał tzw. „okrągły stół techniczny”, mający na celu ochronę pluralizmu mediów i uczciwości informacji publikowanych w Internecie. Do udziału AGCOM zaprosił wszystkie zainteresowane strony (platformy cyfrowe, wydawców prasy i innych dostawców usług audiowizualnych i dostawców treści). Grupa przyjęła zestaw wytycznych dotyczących monitorowania przejrzystości informacji publikowanych przez platformy internetowe podczas kampanii wyborczej. Zgodnie z tymi wytycznymi, platformy miały oferować użytkownikom narzędzia do identyfikacji fałszywych wiadomości. Ponadto utworzono pięć grup roboczych zajmujących się takimi tematami, jak: umiejętność korzystania z mediów, dezinformacja w Internecie i jej analiza, systemy sprawdzania faktów oraz systemy monitorowania fałszywych reklam internetowych.

Rok później AGCOM opublikował wstępne wyniki⁴⁸ badania analizującego wpływ nowych platform cyfrowych na systemy informacyjne oraz raport⁴⁹ na temat internetowych strategii dezinformacyjnych i ich łańcucha wartości. Raport potwierdza, że okrągły stół jest najlepszym środowiskiem do opracowywania rozwiązań i wskazywania niezbędnych inicjatyw legislacyjnych.

AGCOM stoi na stanowisku, że inicjatywy te nie powinny mieć na celu regulacji treści. Mogą jednak odnosić się do zasad stosowania algorytmów, zapewnienia przejrzystości działania platform z perspektywy użytkowników oraz dotyczyć zapewnienia dostępu do profilowania danych przez niezależne strony trzecie.

⁴⁸ <https://www.agcom.it/documents/10179/12791486/Allegato+22-11-2018/3aff8790-8039-4456-8f9a-dae2497289a4?version=1.0>.

⁴⁹ <https://www.agcom.it/documents/10179/13325831/Pubblicazione+20-12-2018/7db41746-11e8-43d4-824b-003d80a6284d?version=1.0>.

4.5. Wielka Brytania - badanie wpływu dezinformacji online na społeczeństwo

Izba Gmin Wielkiej Brytanii przeprowadziła szeroko zakrojone badanie wpływu dezinformacji rozpowszechnianej w celach spowodowania zamieszania i nieporozumień w zakresie wyborów politycznych obywateli, w tym w sprawie wpływu Rosji na referendum dotyczące Brexitu. W lutym 2019 r. został opublikowany obszerny raport⁵⁰ w tej sprawie, wskazujący na odpowiedzialność rządów i regulacji prawnych w kwestii egzekwowania przejrzystości w środowisku cyfrowym. W raporcie stwierdzono, że użytkownik musi mieć możliwość uzyskania informacji na temat źródła informacji i podmiotu, który je sfinansował. Musi też wiedzieć, dlaczego dana informacja trafiła właśnie do niego.

Raport stał się podstawą do powstania Białej Księgi⁵¹ w sprawie szkód online, opublikowanej wspólnie przez Ministerstwo Cyfryzacji, Mediów, Kultury i Sportu oraz Ministerstwo Spraw Wewnętrznych. Dokument ten rozpoczął konsultacje rządowe prowadzone w ramach prac legislacyjnych. Przewiduje się przyjęcie kodeksu postępowania, który obligowałby media społecznościowe, z jednej strony do zagwarantowania dostępu do informacji wysokiej jakości, z drugiej zaś do ochrony użytkowników przed szkodliwymi treściami. Punkt ciężkości ma spoczywać na konieczności ochrony odbiorców, bez przesądzania o prawdziwości zamieszczanych treści. Takie podejście ma zapewnić zgodność projektowanych rozwiązań z przestrzeganiem wolności słowa. Biała Księga jest przedmiotem ożywionej debaty.

5. Otoczenie prawne w Polsce

W polskim systemie prawnym nie ma jednorodnej regulacji dotyczącej problematyki fałszywych informacji. Zagadnienia związane z rozpowszechnianiem takich treści w przestrzeni publicznej zostały uregulowane w różnych aktach prawnych, regulujących różne obszary stosunków społecznych.

W szerokim zakresie zagadnienie to zostało objęte przepisami ustawy z 26 stycznia 1984 r. - **Prawo prasowe**, która obejmuje prasową działalność wydawniczą i dziennikarską. Kluczowe znaczenie ma w szczególności treść art. 6 ust. 1 tej ustawy, zgodnie z którym prasa jest zobowiązana do prawdziwego przedstawiania omawianych zjawisk oraz art. 12 ust. 1, zgodnie z którym dziennikarz jest zobowiązany zachować szczególną staranność i rzetelność przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych, a w szczególności sprawdzać zgodność z prawdą uzyskanych wiadomości lub podać ich źródło.

Publikowanie w prasie informacji nieprawdziwych nie podlega, co do zasady, karze. Autor, redaktor lub inna osoba, która opublikowała materiał prasowy, ponosi natomiast odpowiedzialność cywilną za naruszenie prawa wynikające z opublikowania materiału prasowego.

Publikacja materiału prasowego, także prawdziwego, może naruszać dobra osobiste osoby fizycznej lub prawnej, na przykład przez nieuzasadnioną krytykę, bezprawne ujawnianie informacji z życia prywatnego, ujawnianie informacji objętych tajemnicą prawnie chronioną, zniesławienie. W przypadkach, w których przedmiotem naruszenia jest dobre imię, rozstrzygający będzie z reguły dowód prawdziwości publikowanych informacji. Jeżeli natomiast okaże się, że opublikowane

⁵⁰ <https://www.parliament.uk/business/committees/committees-a-z/commons-select/digital-culture-media-and-sport-committee/news/fake-news-report-published-17-19/>.

⁵¹ <https://www.gov.uk/government/consultations/online-harms-white-paper>.

informacje są nieprawdziwe, to odpowiedzialność dziennikarza będzie zależała od ustalenia, czy przy zachowaniu należytej staranności i rzetelności, dziennikarz mógł powziąć wątpliwość co do wiarygodności swoich źródeł informacji.

W wyroku z dnia 14 maja 2003 r. Sąd Najwyższy zajął stanowisko, że zachowanie przez dziennikarza, działającego w obronie interesu społecznie uzasadnionego, szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystaniu materiału prasowego, powoduje, iż jego opublikowanie nie jest działaniem bezprawnym także wtedy, gdy okaże się, że materiał ten zawiera informacje nieprawdziwe. Zdaniem Sądu Najwyższego, obowiązki rzetelnego informowania i prawdziwego przedstawiania zjawisk nie mogą być utożsamiane z wymaganiem wykazania prawdziwości zarzutów. Prowadziłoby to bowiem - wobec ograniczenia środków pozostających do dyspozycji dziennikarzy - do istotnego ograniczenia możliwości wypełniania zadań stojących przed prasą w demokratycznym społeczeństwie.

Trybunał Konstytucyjny w uzasadnieniu uchwały z 2 marca 1994 r. podnosi, że wolność słowa, podobnie jak wszelkie inne prawa i wolności jednostki, nie ma charakteru absolutnego i może być poddawana koniecznym ograniczeniom, co *expressis verbis* dopuszczone jest także przez Konwencję Europejską (art. 10 ust. 2 i art. 11). Ustanawianie tych ograniczeń należy do kompetencji ustawodawcy, konieczne jest jednak spełnienie trzech warunków. Po pierwsze, ustawowe ograniczenie wolności może nastąpić tylko wówczas, gdy dopuszczone jest w sposób wyraźny w innych przepisach konstytucyjnych, bądź, gdy konieczne jest wzajemne harmonizowanie wolności słowa z innymi zasadami, normami i wartościami konstytucyjnymi. Po drugie, ustawowe ograniczenia wolności słowa wprowadzane mogą być tylko w zakresie niezbędnym i traktowane być muszą w kategoriach wyjątków. Ich istnienie zawsze musi wynikać z wyraźnie sformułowanych przepisów ustawowych i zakazane jest opieranie ich na domniemaniu. Przy wykładni takich przepisów ustawowych zawsze należy też przyznawać pierwszeństwo takiemu ich rozumieniu, które w najpełniejszy sposób koresponduje z konstytucyjną zasadą wolności słowa. Po trzecie, ani poszczególne ograniczenia ustawowe, ani też ich suma nie mogą naruszać istoty zasady wolności słowa. Jak stwierdził Trybunał Konstytucyjny: *ustawy zwykłe mogą konkretyzować bądź uzupełniać przepisy Konstytucji dotyczące praw i wolności... nie mogą jednak naruszać istoty tych praw.*

W **prawie karnym** rozpowszechnianie fałszywych informacji, jako takie, nie podlega penalizacji. Art. 212 § 1 Kodeksu karnego opisujący znamiona występku zniesławienia kładzie akcent na czynności pomawiania, a nie na prawdziwość informacji będących przedmiotem czyjejś wypowiedzi. Zniesławienie polega na pomawianiu o takie postępowanie lub właściwości, które mogą poniżyć w oczach opinii publicznej lub narazić na utratę zaufania potrzebnego do pełnienia danego stanowiska, zawodu lub rodzaju działalności. W ujęciu kodeksowym zniesławienie godzi w dobre imię (tzw. cześć zewnętrzną) innego podmiotu, a nie dotyczy obowiązku „mówienia prawdy”. W doktrynie prawa istnieje spór co do tego, czy zniesławienie może dotyczyć informacji prawdziwych. Z treści art. 213 k.k. można bowiem wyprowadzić wniosek, że karalne pomówienie w określonych warunkach może obejmować swoją treścią także informacje polegające na prawdzie. Przeciwnicy tego poglądu powołujący się, między innymi, na linię orzeczniczą Europejskiego Trybunału Praw Człowieka (ETPC), stoją z kolei na stanowisku, że za przekazywanie informacji prawdziwych nie można karać.

Prawo cywilne stoi na straży dóbr osobistych osób fizycznych i osób prawnych. Art. 23 Kodeksu cywilnego zawiera przykładowe wyliczenie tych dóbr i wymienia wśród nich: zdrowie, wolność, cześć, swobodę sumienia, nazwisko lub pseudonim, wizerunek, tajemnicę korespondencji, nietykalność

mieszkania, twórczość naukową, artystyczną, wynalazczą i racjonalizatorską. Niektóre z dóbr osobistych, a w szczególności dobre imię, mogą zostać naruszone na skutek rozpowszechniania informacji nieprawdziwych. Informacje te muszą jednocześnie godzić w cześć jednostki.

Naruszenie dobrego imienia to przypisanie danej osobie postępowania lub właściwości, które mogą ją poniżyć w oczach opinii publicznej lub narazić na utratę zaufania potrzebnego do zajmowania stanowiska, wykonywania zawodu lub rodzaju działalności. Naruszenie czci może nastąpić zarówno przez pomówienie o ujemne postępowanie w życiu osobistym i rodzinnym, jak i przez zarzucenie niewłaściwego postępowania w życiu zawodowym, naruszające dobre imię danej osoby. Zgodnie z art. 24 k.c. osoba, której dobro osobiste zostało naruszone może żądać, aby ten, kto dopuścił się naruszenia, dopełnił czynności potrzebnych do usunięcia jego skutków, w szczególności, aby złożył oświadczenie o odpowiedniej treści i formie. Może również żądać zadośćuczynienia pieniężnego lub zapłaty określonej kwoty na wskazany cel społeczny.

Ustawa z 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną penalizuje podawanie przez usługodawcę świadczącego usługi drogą elektroniczną nieprawdziwych danych w granicach nałożonego na niego obowiązku informacyjnego. Obowiązek ten dotyczy umieszczania ogólnodostępnych informacji o okolicznościach związanych z samym usługodawcą i jego działalnością. Ustawa nie reguluje przekazywania informacji nieprawdziwych za pomocą usług świadczonych drogą elektroniczną. W szczególnych przypadkach usługodawca świadczący usługi hostingu może jednak ponosić odpowiedzialność za rozpowszechnianie fałszywych danych (informacji) umieszczonych w zasobach udostępnianego przez ten podmiot systemu teleinformatycznego przez osobę trzecią (usługobiorcę). Będzie się tak działo wówczas, gdy bezprawny charakter danych wynika z przepisów odrębnych, a sam usługodawca uzyskał wiarygodną wiadomość o bezprawnym charakterze przechowywanych danych dostarczonych przez usługobiorcę i nie uniemożliwił dostępu do tych danych.

Rozpowszechnianie informacji nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd może być w określonej sytuacji traktowane jako czyn nieuczciwej konkurencji. Zgodnie z art. 14 ust. 1 **ustawy z 16 kwietnia 1992 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji**, czynem nieuczciwej konkurencji jest rozpowszechnianie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd wiadomości o sobie lub o innym przedsiębiorcy/przedsiębiorstwie, w celu przysporzenia korzyści lub wyrządzenia szkody. Chodzi w szczególności o informacje o osobach kierujących przedsiębiorstwem, wytwarzanych towarach lub świadczonych usługach, stosowanych cenach, sytuacji gospodarczej lub prawnej.

Rozpowszechnianiem takich wiadomości jest również posługiwanie się nieprzystługującymi lub nieściśłymi tytułami, stopniami albo innymi informacjami o kwalifikacjach pracowników, nieprawdziwymi atestami, nierzetelnymi wynikami badań, nierzetelnymi informacjami o wyróżnieniach lub oznaczeniach produktów lub usług. Opisany czyn nieuczciwej konkurencji podlega zarówno odpowiedzialności karnej, jak i cywilnej.

Odpowiedzialność karną za podawanie nieprawdziwych lub zatajanie prawdziwych danych w informacjach przewidują również art. 287a, 288a i 288b **ustawy z 27 maja 2004 r. o funduszach inwestycyjnych i zarządzaniu alternatywnymi funduszami inwestycyjnymi**. Karze podlega podawanie nieprawdziwych lub zatajanie prawdziwych danych wpływających w istotny sposób na treść informacji zawartych w prospekcie informacyjnym albo w warunkach emisji, w kluczowych informacjach dla inwestorów bądź w informacji dla klienta alternatywnego funduszu inwestycyjnego.

6. Badania na temat zjawiska dezinformacji w Polsce

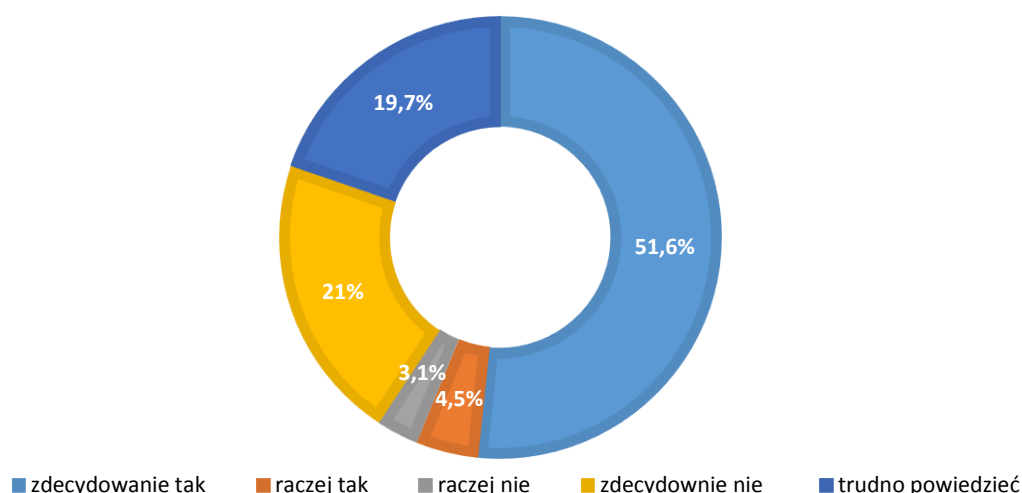
6.1. Bezpieczne wybory. Badanie opinii o (dez)informacji w sieci

W maju 2019 r. Państwowy Instytut Badawczy - Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa NASK opublikował wyniki badania „Bezpieczne wybory”, którego celem było sprawdzenie świadomości i oceny zjawiska politycznej manipulacji w sieci. Badanie zostało przeprowadzone na grupie 1000 użytkowników Internetu w wieku powyżej 15 lat. Kontekstem był kalendarz wyborczy, w ramach którego w ciągu kilkunastu miesięcy w Polsce odbywały się wybory do Parlamentu Europejskiego, Sejmu, Senatu i wybory prezydenckie⁵².

Raport wskazuje, że ponad połowa polskich internautów przyznaje, że w ostatnich miesiącach zetknęła się z manipulacją lub dezinformacją, a 35% Polaków ze sfałszowanymi informacjami w sieci spotyka się raz w tygodniu lub częściej. Przy czym aż 19% ankietowanych twierdzi wprost, że nie sprawdza wiarygodności internetowych informacji, ani ich źródeł.

Wykres nr 1

Czy masz zaufanie do treści publikowanych w Internecie?



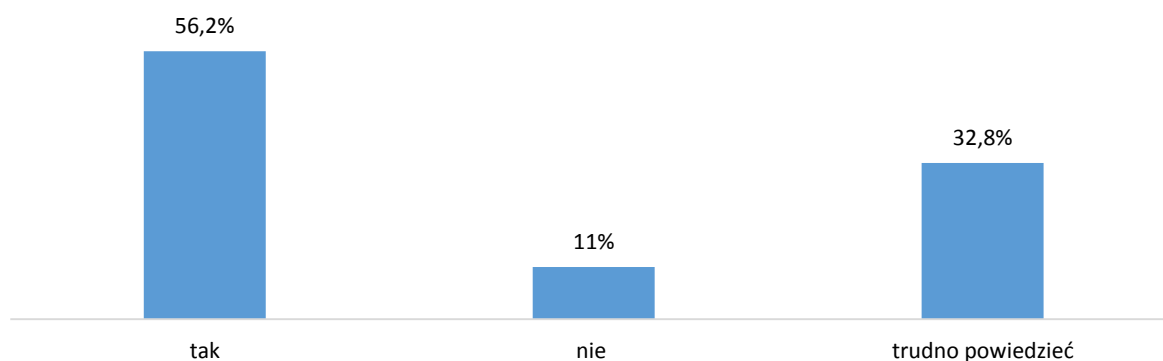
Źródło: Raport *Bezpieczne wybory. Badanie opinii o (dez)informacji w sieci.*, NASK, maj 2019 r.

Badani szacują, że średnio 30% treści internetowych jest zmanipulowanych. Większość internautów (63,9%) dostrzega zjawisko dezinformacji w Internecie mającej na celu wpływ na wynik wyborów w Polsce. Jedynie 30,5% ankietowanych ufa sondażom wyborczym.

Wykres nr 2

Czy w ostatnich 6 miesiącach spotkałeś się w Internecie z informacjami, które były sfałszowane, zmanipulowane?

⁵² <https://www.nask.pl/pl/o-nask/eksperti-nask/publikacje-naukowe/1631,Badania-NASK-ponad-polowa-Polakow-styka-sie-z-manipulacja-i-dezinformacja-w-inte.html>.

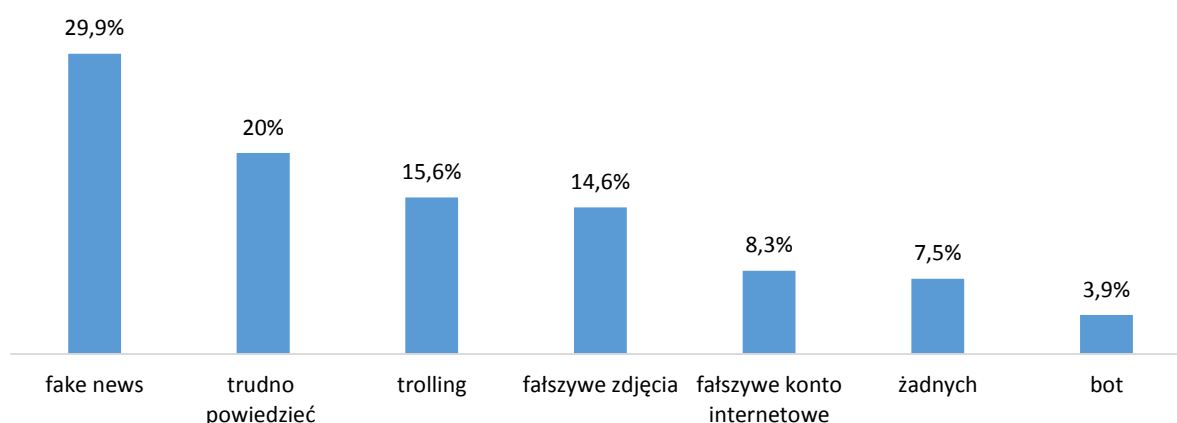


Źródło: Raport *Bezpieczne wybory. Badanie opinii o (dez)informacji w sieci.*, NASK, maj 2019 r.

Manipulacje w sieci codziennie lub kilka razy w tygodniu dostrzega prawie co czwarty internauta (23,9%). Najczęściej są to fake news, trolling (zazwyczaj anonimowe ataki na polityczną konkurencję lub jej zwolenników), fałszywe konto internetowe.

Wykres nr 3

Których z niżej wymienionych form dezinformacji lub manipulacji doświadczyłeś?



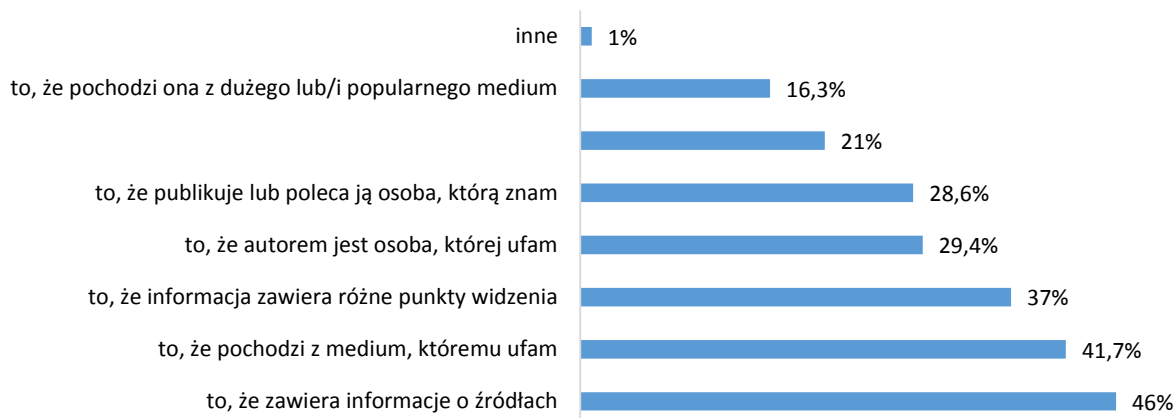
Źródło: Raport „Bezpieczne wybory. Badanie opinii o (dez)informacji w sieci.”, NASK, maj 2019 r.

Z badania wynika, że dla ufających treściom zamieszczanym w Internecie, główną miarą wiarygodności jest osobiste zaufanie do źródła, autora lub portalu. Według deklaracji jedynie 7,9% rozsyła lub „lajkuje” informacje, które mają charakter informacji nieprawdziwych, a 11,6% robi to w sposób nieintencjonalny.

Jedną z podstawowych form obrony przed manipulacją jest sprawdzanie informacji pod kątem oceny ich wiarygodności.

Wykres nr 4

Co jest najważniejsze w ocenie wiarygodności informacji znalezionych w Internecie?



Źródło: Raport „Bezpieczne wybory. Badanie opinii o (dez)informacji w sieci.”, NASK, maj 2019 r.

Ponad 1/3 internautów (37,1%) nigdy nie sprawdza, czy informacje, które czyta w sieci to informacje wiarygodne, również ponad 1/3 robi to sporadycznie (37,8%). Jedynie 25,5% internautów zadeklarowało, że często dokonuje weryfikacji informacji.

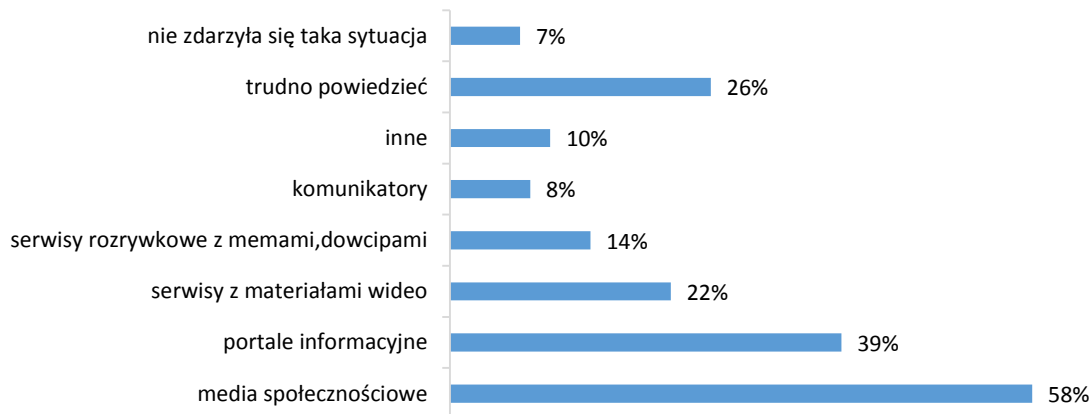
6.2. Dezinformacja w sieci. Analiza wiarygodności kanałów informacyjnych

Eksperti rynku są zgodni co do tego, że w walce ze zjawiskiem dezinformacji kluczowe jest wspieranie wysokiej jakości dziennikarstwa i pluralistycznych mediów informacyjnych, a także edukacja, rozwijanie umiejętności krytycznego myślenia i kompetencji cyfrowych, w szczególności wśród młodych ludzi.

Z raportu *Dezinformacja w sieci. Analiza wiarygodności kanałów informacyjnych* przygotowanego przez IAB Polska i opublikowanego w lipcu 2018 r. wynika, że głównym źródłem nieprawdziwych informacji z kraju i ze świata są media społecznościowe. Ponad połowa internautów, zapytanych o środowiska internetowe, gdzie najczęściej zdarzało im się natrafić na nieprawdziwe informacje, wskazywała media społecznościowe. Były one wskazywane przez 58% pytanych, drugie miejsce (39%) zajęły portale informacyjne.

Wykres nr 5

Źródła nieprawdziwych informacji online



Źródło: Raport *Dezinformacja w sieci. Analiza wiarygodności kanałów informacyjnych*, IAB Polska, lipiec 2018 r.

Z badania IAB Polska wynika także, że najczęściej to sami internauci rozpowszechniają nieprawdziwe informacje w sieci. Częściej są to osoby nieznane (58%), niż grono znajomych (20%).

Badanie *Dezinformacja w sieci* zostało opublikowane w momencie przedstawienia przez IAB Europe we współpracy z innymi organizacjami branży reklamy online i platformami internetowymi projektu Kodeksu Dobrych Praktyk dotyczących dezinformacji online. Dokument ten został przygotowany w ramach prac grupy roboczej powołanej przez Komisję Europejską, która zajęła się tematem fake news w 2017. Po przeprowadzeniu konsultacji społecznych na temat postrzegania fake news, opublikowała komunikat *Zwalczanie dezinformacji w Internecie: podejście europejskie (COM(2018)236*⁵³. Więcej na ten temat w rozdziale 2.

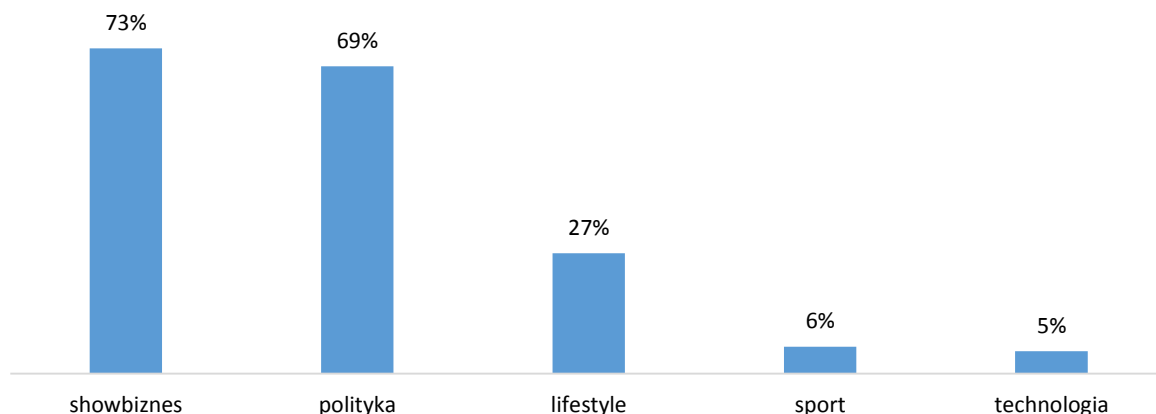
Z badania PAYBACK Opinion Poll⁵⁴ wynika, że ponad 60% Polaków zna pojęcie fake news, a 80% badanych miało osobiście styczność z takim przekazem. Wśród tematów, których najczęściej dotyczą fałszywe wiadomości, ankietowani wymienili: show-biznes (73%), politykę (69%) oraz lifestyle (27%). Najrzadziej ich zdaniem nieprawdziwe informacje dotyczą kategorii takich jak technologia (5%) i sport (6%).

Wykres nr 6

Dezinformacja - tematyka

⁵³ <https://iab.org.pl/aktualnosci/raport-iab-polska-to-media-spoecznościowe-sa-glównym-zródlem-dezinformacji-fake-news-w-sieci/>.

⁵⁴ Payback to największa w Polsce multipartnerska platforma lojalnościowa ułatwiająca angażowanie klientów. Umożliwia dostęp do bazy blisko 8 milionów aktywnych użytkowników zbierających punkty u wielu partnerów. Program Payback jest częścią międzynarodowej grupy American Express.

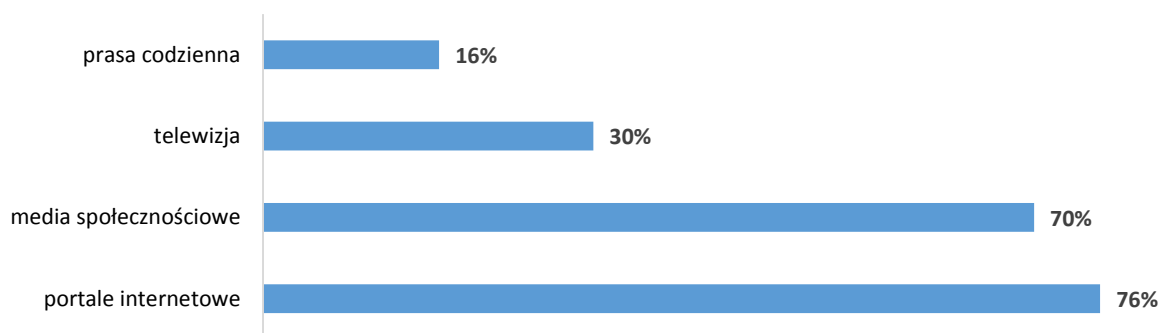


Źródło: Badanie PAYBACK Opinion Poll, listopad 2017 r.

Według uczestników badania przeprowadzonego przez PAYBACK najczęściej fake newsów pojawia się na portalach internetowych (76%) oraz w mediach społecznościowych (70%). Rządziej ankietowani spotykają się z tego typu informacjami w telewizji (30%) oraz prasie codziennej (16%).

Wykres nr 7

Miejsce pojawiania się nieprawdziwych informacji

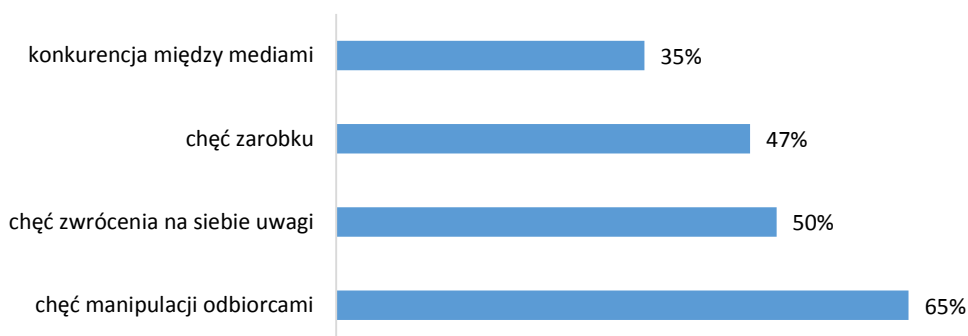


Źródło: Badanie PAYBACK Opinion Poll, listopad 2017 r.

W opinii ankietowanych głównym powodem pojawiania się nieprawdziwych informacji jest chęć manipulacji odbiorcami (65%). W dalszej kolejności wymieniane były chęć zwrócenia na siebie uwagi przez polityków czy gwiazdy (50%) oraz chęć zarobku przez podmiot lub osobę publikującą nieprawdziwą informację (47%). Przy tej okazji ankietowani wskazywali również na dużą konkurencję wśród mediów i spowodowany tym wyścig w jak najszybszym publikowaniu newsów (35%).

Wykres nr 8

Powody pojawiania się dezinformacji



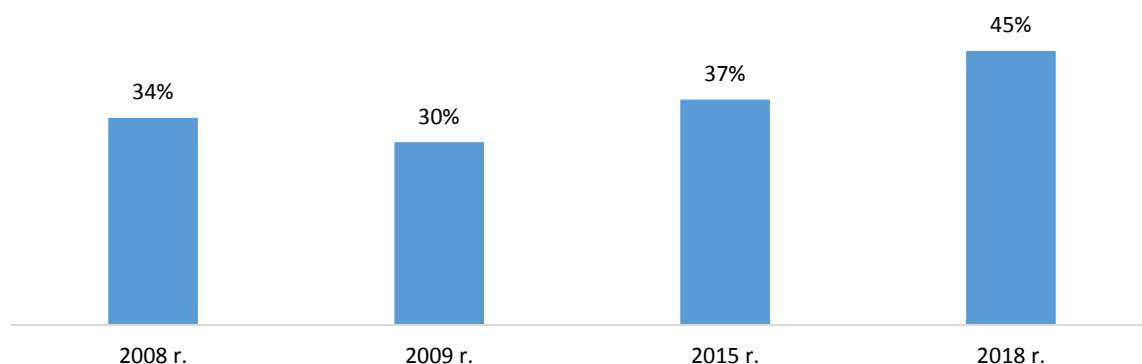
Źródło: Badanie PAYBACK Opinion Poll, listopad 2017 r.

Większość uczestników badania (71%) uważa też, że skala pojawiających się nieprawdziwych informacji stanowi zagrożenie dla postrzegania mediów jako wiarygodnego źródła informacji, a zjawisko ich publikowania będzie się pogłębiać (83%). 72% postrzega rozpowszechnianie dezinformacji jako niebezpieczne, a ponad połowa potwierdza, że powinny pojawić się zewnętrzne regulacje i/lub instytucje monitorujące media pod kątem potencjalnie nieprawdziwych informacji. Co druga osoba jest zdania, że rozpowszechnianie nieprawdziwych wiadomości powinno być karalne.

Blisko 40% osób zapytanych przez PAYBACK twierdzi, że nigdy nie dało się nabrać na błędną informację. Prawie 1/3 uczestników badania zdarzyło się uwierzyć w fałszywą informację, pomimo że zdecydowana większość (97%) ankietowanych deklaruje, że weryfikuje informacje w innych mediach. Co druga osoba robi to tylko, gdy nie jest pewna prawdziwości przekazu. Ponadto 57% respondentów zwraca uwagę na źródło informacji tylko wtedy, gdy jej treść wzbudza wątpliwości, a tylko 22 % robi to zawsze.⁵⁵

Wykres nr 9

Czy znalazł(a) Pan(i) w Internecie informacje, które później okazały się nieprawdziwe?



Źródło: Badanie *Aktualne problemy i wydarzenia*, CBOS, wrzesień 2018 r.⁵⁶

6.3. Nieprawdziwe informacje z perspektywy polskich dziennikarzy

Z badania *Fake news z perspektywy polskich dziennikarzy* przeprowadzonego na zlecenie agencji Public Dialog przez Instytut ARC Rynek i Opinia wynika, że 42% dziennikarzy spotyka się z dezinformacją kilka razy dziennie, raz dziennie lub kilka razy w tygodniu⁵⁷. Dzieje się to zarówno w trakcie poszukiwania tematów do pracy, weryfikacji tworzonych newsów i otrzymywanych informacji. Co jednak istotne, aż 42% badanych dziennikarzy przyznało, że w ciągu miesiąca uwierzyło w przynajmniej jedną nieprawdziwą informację.

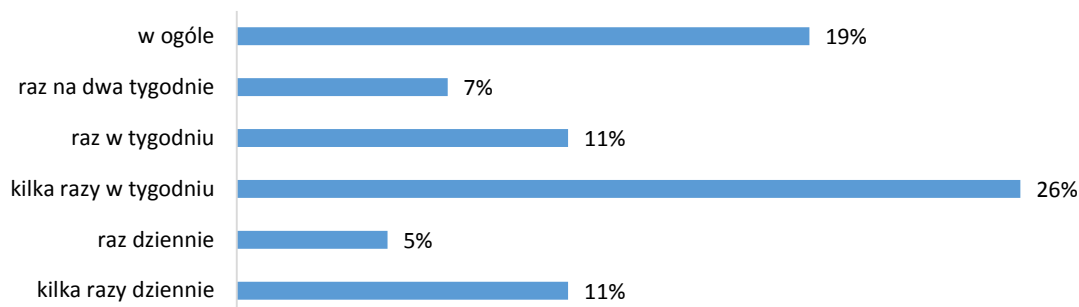
⁵⁵ <https://www.payback.net/pl/baza-wiedzy/komunikaty-prasowe/raport/fake-news-najczesciej-pojawiaja-sie-w-show-biznesie-i-polityce/>, listopad 2018 r.

⁵⁶ Badanie *Aktualne problemy i wydarzenia* zostało przeprowadzone przez CBOS w dniach 6-13 września 2018 r. metodą wywiadów bezpośrednich (face-to-face) wspomaganym komputerowo (CAPI), na liczącej 1023 osoby reprezentatywnej próbie losowej dorosłych mieszkańców Polski.

⁵⁷ http://publicdialog.pl/wp-content/uploads/2018/07/Raport_Badanie-fake-news-23-05-2017.pdf.

Wykres nr 10

Jak często dziennikarze mają do czynienia z dezinformacją?

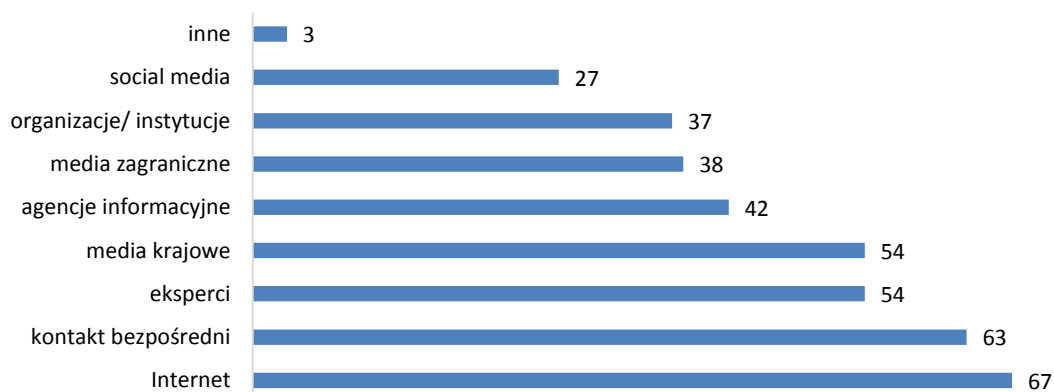


Źródło: *Fake news z perspektywy polskich dziennikarzy*, Instytut ARC Rynek i Opinia, kwiecień 2017 r.

Problem nieprawdziwych informacji przybiera na sile, co jest związane z dynamicznym rozwojem mediów, także mediów społecznościowych, które ułatwiają dystrybucję treści, również tych nieprawdziwych. Dziennikarze weryfikują informacje korzystając z Internetu (67%) i kontaktów bezpośrednich (63%). Ponad połowa badanych (54%) odwołuje się także do wiedzy ekspertów, bądź informacji z mediów krajowych.

Wykres nr 11

Źródła weryfikacji danych przez dziennikarzy (w %)



Źródło: *Fake news z perspektywy polskich dziennikarzy*, Instytut ARC Rynek i Opinia, kwiecień 2017 r.

Większość badanych jako najczęstsze źródło nieprawdziwych informacji wskazuje Internet (70%) i media społecznościowe (58%). Niemal połowa (48%) uważa, że politycy i osoby publiczne także podają i rozpowszechniają nieprawdziwe informacje.

Autorzy raportu wskazali typy nieprawdziwych informacji i poprosili respondentów o wskazanie, z którym z nich mają najczęściej do czynienia. Najczęściej spotykany typ dezinformacji to ten, gdzie selektywnie, jednostronnie przekazuje się wiadomości i nie informuje się o kontekście relacjonowanych historii (65%). Ponad połowa badanych wskazuje też, że często spotyka się ze zmyślonymi historiami, które mają być poparciem dla jakiejś tezy (54%).

W opinii badanych dziennikarzy główną przyczyną pojawiania się fałszywych przekazów jest tabloidyzacja mediów (67%), duża konkurencja (66%), która sprawia, że podmioty nie dochowują należytej staranności jeśli chodzi o rzetelność informacji. Pojawianiu się nieprawdziwych komunikatów

sprzyja także szybkie tempo rozpowszechniania informacji (46%) i brak czasu na ich weryfikację (53%). Kolejną ważną przyczyną był wirusowy charakter informacji (44%) - skoro internauci coś sobie udostępniają, to dziennikarze są skłonni traktować tę informację jako ważną.

Zdecydowana większość badanych (ponad 90%) jest zdania, że zjawisko będzie się pogłębiać. A blisko jedna czwarta z nich uważa, że obecne zapisy prawa prasowego nie są wystarczające i powinny zostać zaktualizowane. Walka z nieprawdziwymi informacjami powinna się odbywać przez edukację społeczeństwa (73% badanych) oraz demaskowanie źródeł nieprawdziwej informacji (57%).

7. Inicjatywy na rzecz przeciwdziałania dezinformacji w Polsce

7.1. Inicjatywy administracji państwa

W opublikowanym we wrześniu 2019 r. przez Państwowy Instytut Badawczy NASK raporcie *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej* wymienionych zostało szereg działań i inicjatyw podejmowanych przez administrację państwa w celu skutecznego przeciwdziałania dezinformacji.

Biuro Bezpieczeństwa Narodowego

BBN uwzględnia problem dezinformacji na szczeblu ogólnopaństwowym i strategicznym podczas prac nad rekomendacjami do nowej Strategii Bezpieczeństwa Narodowego. W ujęciu międzynarodowym dezinformacja jest najczęściej skierowana w procedury demokratyczne i ma podważyć zaufanie obywatela do państwa, co podważa bezpieczeństwo narodowe. Działania dezinformacyjne wprowadzają obywateli w błąd i sieją niepewność, co uniemożliwia z kolei podejmowanie suwerennych, opartych na wiarygodnych informacjach decyzji. BBN postuluje, aby odpowiedź na dezinformację miała charakter systemowy, a zarządzanie systemem komunikacji odbywało się na poziomie strategicznym.

System komunikacji strategicznej i przeciwdziałanie dezinformacji powinny obejmować następujące obszary:

- koordynację komunikacji strategicznej (komórka StratCom);
- aktywne przeciwstawianie się dezinformacji (monitoring, analiza i kształtowanie polskiej przestrzeni informacyjnej, angażowanie obywateli, mediów, platform internetowych, organizacji pozarządowych);
- zwiększenie świadomości społecznej (szkolenia, edukacja medialna na wszelkich poziomach nauczania);
- aktywna obrona cyberprzestrzeni (monitorowanie i reagowanie na zagrożenia w Polsce i poza granicami przez placówki dyplomatyczne i siły zbrojne);
- polski soft power (budowanie kanałów komunikacji wykorzystujących kulturę masową, długofalowe działania zmierzające do kreowania pozytywnego wizerunku na świecie

i uniemożliwiających prowadzenie kampanii dezinformacyjnych wymierzonych w Polskę)⁵⁸.

Ministerstwo Sprawiedliwości

Pod koniec 2020 r. Ministerstwo Sprawiedliwości przygotowywało projekt ustawy o ochronie wolności słowa⁵⁹. Zgodnie z projektem serwisy społecznościowe nie będą mogły usuwać treści ani blokować kont użytkowników, jeśli treści na nich zamieszczane nie naruszają polskiego prawa. W razie usunięcia treści lub zablokowania konta, użytkownik będzie mógł złożyć skargę do serwisu. Ten będzie miał 24 godziny na jej rozpatrzenie. Niezadowolony z rozstrzygnięcia użytkownik będzie mógł zwrócić się do serwisu o przywrócenie dostępu, a w razie nieuwzględnienia tego wniosku - do sądu.

Projekt przewiduje też walkę z zamieszczaniem treści bezprawnych. W przypadku otrzymania przez serwis skargi na zamieszczenie bezprawnej treści, w tym naruszającej dobra osobiste, serwis będzie musiał rozpatrzyć ją w ciągu doby. W przypadkach zaskarżenia decyzji portalu do sądu, ten będzie musiał w ciągu siedmiu dni wydać rozstrzygnięcie. W celu zapewnienia sprawności nowej procedury ustawa przewiduje utworzenie w jednym z sądów okręgowych, sądu ochrony wolności słowa na wzór niedawno powstałych sądów własności intelektualnej. Postępowanie sądowe ma być prowadzone wyłącznie elektronicznie.

Prawomocne postanowienie sądu ma być natychmiastowo wykonalne. W razie niewykonania orzeczenia oraz w przypadku innych naruszeń z ustawy, np. braku ustanowienia pełnomocnika czy braku raportowania sprawozdań, serwis może ponieść karę administracyjną nałożoną przez Urząd Komunikacji Elektronicznej – do 8 mln zł.

Zgodnie z projektem ministerstwa w polskim prawie ma się pojawić także nowa instytucja: ślepy pozew. Oznacza to, że osoba, której dobra osobiste zostaną naruszone przez nieznaną jej osobę, będzie mogła złożyć pozew o ochronę dóbr osobistych bez wskazania danych pozwanego. Wystarczy podać adres URL zasobu danych internetowych, na którym zostały opublikowane obraźliwe treści, daty i godziny publikacji oraz nazwy profilu lub loginu użytkownika. Po uruchomieniu prac rządowych nad projektem zostanie on poddany konsultacjom.

Ministerstwo Spraw Zagranicznych

Ministerstwo koncentruje swoją uwagę na:

- podnoszeniu świadomości urzędników nt. zagrożeń dezinformacyjnych;
- budowaniu zdolności instytucjonalnych MSZ;
- współpracy z komórkami ds. komunikacji strategicznej w krajach i instytucjach UE i NATO;
- projektowaniu i wdrażaniu działań aktywnych tj. prowadzeniu projektów i kampanii informacyjnych;
- współpracy i wsparciu polskich organizacji pozarządowych.

⁵⁸ Raport *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej. Państwo Społeczeństwo Polityka Biznes*, NASK, Warszawa, wrzesień 2019 r.

⁵⁹ <https://www.rp.pl/Internet/312169887-Nowy-projekt-ustawy-o-ochronie-wolnosci-slowa-Fake-news-bedzie-zwalczany-przez-slepy-pozew.html>

Ministerstwo przyczyniło się do powstania w 2018 r. nowego mechanizmu międzyresortowego tzw. Zespołu Roboczego ds. Zagrożeń Hybrydowych przy Rządowym Zespole Zarządzania Kryzysowego. W 2019 r. utworzono w MSZ komórkę, która identyfikuje i przeciwdziała dezinformacji stosowanej wobec priorytetów polskiej polityki zagranicznej.

Ministerstwo Cyfryzacji

Na początku grudnia 2018 r. Ministerstwo Cyfryzacji poinformowało, że zwalczanie dezinformacji chce oprzeć na tzw. działaniach miękkich, czyli edukowaniu odbiorców, promowaniu właściwych wzorców i samoregulacji⁶⁰. Ministerstwo planuje także prace nad rozwiązaniami technicznymi, które pozwoliłyby wesprzeć administrację publiczną w odpowiednim rozpoznawaniu fałszywych informacji, zwłaszcza tych, które są inspirowane przez środowiska antypolskie, w szczególności prorosyjskie, których celem jest dezawuowanie działań Polski czy działań NATO. Resort informuje też o podjęciu współpracy z mediami społecznościowymi w celu wypracowania kodeksu dobrych praktyk w walce z dezinformacją.

Dokument dotyczący ustawy z 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną

KRRiT w ramach prac grupy roboczej w 2017 r. opiniowała przedstawiony przez Ministerstwo Cyfryzacji dokument nowelizacji Ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną oraz innych ustaw (zwaną dalej Uśude).

W aktualnych przepisach tej ustawy został uregulowany mechanizm „zgłos i usuń” (*notice and takedown*) w odniesieniu do informacji opublikowanych bezprawnie. Zgodnie z zasadą „zgłos i usuń”, usługodawca (np. YouTube lub Facebook) nie odpowiada za treści opublikowane przez użytkowników. Odpowiedzialność powstaje dopiero wówczas, gdy usługodawca zignoruje zgłoszenie o bezprawności tych treści.

Do treści bezprawnych zgodnie z Uśude należą:

- niezamówiona informacja handlowa, jako czyn nieuczciwej konkurencji;
- niedozwolone korzystanie przez usługobiorcę z danych osobowych;
- treści zabronione znajdujące się na liście Państwowego Instytutu Badawczego - Naukowej i Akademickiej Sieci Komputerowej (NASK), takie jak:
 - materiały przedstawiające seksualne wykorzystywanie dziecka;
 - treści nakłaniające do samookaleczeń i samobójstwa;
 - twarda pornografia;
 - rasizm i ksenofobia.

W roboczym dokumencie istniały zapisy mówiące, że świadczenie drogą elektroniczną usług dostępnych na terytorium Polski mogłoby podlegać polskiemu prawu niezależnie od tego, w jakim kraju znajdują się siedziby firm świadczących te usługi (np. Facebook, Twitter lub YouTube). Jednym z celów byłaby walka z tzw. mową nienawiści i fałszywymi informacjami (fake news).

⁶⁰ <https://www.cyberdefence24.pl/ministerstwo-cyfryzacji-przeciwko-dezinformacji-polska-ma-plan-walki-z-fake-newsami>.

Kwestie związane z przepisami prawa własności intelektualnej, w tym prawa autorskiego i praw pokrewnych oraz dotyczące nadawania radiowego i telewizyjnego pozostałyby poza obszarem objętym Uśude.

Proponowano wówczas zdefiniowanie wiarygodnego zgłoszenia wiadomości o bezprawnym charakterze. Oprócz wskazania danych wnioskodawcy, miałyby ono zawierać wskazanie naruszonego przepisu prawa, opis sposobu jego naruszenia, wskazanie podmiotu, którego dotyczy naruszenie prawa lub informacje o charakterze chronionego dobra.

Na usunięcie bezprawnej informacji przewidziano 7 dni. Jednocześnie proponowano także wprowadzenie możliwości złożenia sprzeciwu przez usługobiorcę. Jeśli ktoś zablokowałby dany komentarz lub film np. na YouTube, można byłoby się temu sprzeciwić. Jeśli sprzeciw nie zostałby uwzględniony przez usługodawcę, to osoba, której treść zablokowano, dowiedziałaby się kto spowodował to zablokowanie, tj. przekazał usługodawcy tzw. wiarygodne zgłoszenie. Osoba, od której pochodziła zablokowana treść, mogłaby wówczas złożyć pozew do sądu, a ten w ciągu 24 godzin musiałby zdecydować czy przywrócić zablokowaną treść.

Ponadto, zgodnie z przedstawionym w 2017 r. dokumentem, usługodawcy nie mogliby ograniczać ani w jakikolwiek inny sposób utrudniać dostępu do tych usług lub dystrybucji przekazanych do rozpowszechniania komunikatów lub wypowiedzi ze względu na linię programową, treść czy regulamin świadczenia usług. W komentarzach zwrócono uwagę na możliwy problem, podnoszony przez wydawców gazet internetowych, wynikający z interpretacji tego przepisu jako zakazu warunkowego dostępu w formie abonamentów i prenumerat (coraz więcej wydawców korzysta z takiego modelu biznesowego), jak również na jego konflikt z prawem redakcji do kształtowania linii programowej (ograniczenie możliwości moderowania komentarzy).

Dodatkowo przewidywano również nowelizację Ustawy o radiofonii i telewizji poprzez dodanie ust. 3 do art. 3a. Zgodnie z tym przepisem, Przewodniczący KRRiT miałby być krajowym punktem kontaktowym w zakresie usług świadczonych drogą elektroniczną w ramach środków społecznego przekazu, polegających w szczególności na wymianie materiałów prasowych lub zamieszczaniu treści wytwarzanych przez usługobiorców.

Do zadań podmiotu prowadzącego punkt kontaktowy należałoby w zakresie działań administracji:

- zbieranie, opracowywanie i przekazywanie państwom członkowskim informacji w zakresie świadczenia usług drogą elektroniczną;
- prowadzenie skrzynki elektronicznej oraz publikowanie informacji w zakresie działania punktu kontaktowego;
- prowadzenie i koordynacja przygotowywania informacji na żądanie państw członkowskich i Komisji Europejskiej;
- zbieranie i przekazywanie państwom członkowskim informacji o ważnych rozstrzygnięciach administracyjnych i sądowych dotyczących sporów oraz praktyk, obyczajów i zwyczajów w zakresie handlu elektronicznego (usług);
- współpraca i wymiana informacji między organami administracji publicznej oraz punktem kontaktowym dla usługodawców i usługobiorców.

Do zadań podmiotu prowadzącego punkt kontaktowy dla usługodawców i usługobiorców należałoby:

- prowadzenie skrzynki elektronicznej oraz udzielanie odpowiedzi na pytania usługodawców i usługobiorców;
- gromadzenie, aktualizowanie i udostępnianie ogólnych informacji na temat: praw i obowiązków usługodawców i usługobiorców, procedur reklamacyjnych i naprawiania szkody w przypadku zaistniałych sporów łącznie z informacjami na temat praktycznych procedur;
- gromadzenie, aktualizowanie i udostępnianie szczegółowych danych dotyczących organów, stowarzyszeń lub organizacji, od których można otrzymać szczegółowe informacje lub praktyczną pomoc;
- współpraca i wymiana informacji z właściwymi organami administracji publicznej.

Ponadto, zgodnie z przedstawionym wówczas roboczym dokumentem, KRRiT miałyby inicjować, wspierać i promować powstawanie oraz zapewnić wykonanie na zasadzie samoregulacji lub współregulacji, kodeksów dobrych praktyk w dziedzinie środków społecznego przekazu, innych niż wyłącznie audiowizualne usługi medialne.

Samoregulacja i punkt kontaktowy

Podczas posiedzenia Komisji Cyfryzacji, Innowacyjności i Nowoczesnych Technologii, które odbyło się w dniu 5 grudnia 2018 r., jej Przewodniczący, poseł Paweł Pudłowski, poprosił obecnych na sali przedstawicieli Ministerstwa Cyfryzacji o ustosunkowanie się do przyjętych w Niemczech rozwiązań prawnych, które - jak stwierdził - zobowiązują portale do eliminacji nieprawdziwych informacji. Odpowiedzi na pytanie udzielił ówczesny pełnomocnik ministra ds. społeczeństwa informacyjnego: (...) *znana jest nam ta ustawa, natomiast jej kierunek nie jest przez nas popierany. Powód jest prosty - kary tam nakładane i restrykcje zostały przez nas odnotowane jako takie, które krok po kroku ograniczałyby przestrzeń wolności słowa. Uznaliśmy, że ten kierunek jest błędny.*

Zamiast wprowadzania nowych regulacji prawnych, Ministerstwo Cyfryzacji proponuje samoregulację platform internetowych, za pośrednictwem których dochodzi do rozpowszechniania fałszywych informacji. Wśród pożądanых działań wymienia m.in. ograniczenie sponsorowania treści stanowiących dezinformację, zapewnienie większej przejrzystości w odniesieniu do treści sponsorowanych, wprowadzenie środków służących identyfikacji i zamykaniu fałszywych kont oraz walce z botami.

W lipcu 2018 roku Ministerstwo Cyfryzacji zorganizowało spotkanie otwarte dla interesariuszy, którego celem *było poznanie ich opinii na temat najskuteczniejszych form walki z fake news, w szczególności zaś omówienie możliwości samoregulacji lub rekomendacji i ich preferowanego zakresu.* Zwracając uwagę na konieczność usuwania treści niezgodnych z prawem, uczestnicy spotkania podkreślali znaczenie swobody wypowiedzi w Internecie.

Przykładem działań podejmowanych przez resort w celu zagwarantowania swobody wypowiedzi w Internecie, jest podpisanie 28 listopada 2018 r. przez Ministerstwo Cyfryzacji porozumienia z przedstawicielami Facebooka, przewidującego utworzenie w Polsce tzw. punktu

kontaktowego⁶¹. Dzięki niemu polscy użytkownicy portalu, których treści lub konta zostały usunięte lub zablokowane⁶², będą mieli możliwość wnioskowania o ponowne rozpatrzenie sprawy. Zgodnie z informacją podaną na stronie internetowej Ministerstwa, *decyzję o przywróceniu treści, profilu lub strony Facebook podejmie w oparciu o swoje standardy społeczności. (...) usunięte treści, konta lub profile zostaną ponownie sprawdzone pod kątem zgodności ze standardami, a treści, konta lub profile, które w wyniku ponownego sprawdzenia zostaną uznane za zgodne z nimi, zostaną odblokowane. W przypadku każdego otrzymanego w ten sposób wniosku, Facebook dołoży wszelkich starań, by przestać do punktu kontaktowego uzasadnioną odpowiedź w ciągu 72 godzin od momentu jego otrzymania.* Początkowo usługa ograniczona będzie do określonych przypadków usunięcia treści, takich jak organizacja zbiorów publicznych i organizacja zgromadzeń. Z czasem będzie jednak rozbudowywana.

Rządowe Centrum Bezpieczeństwa

RCB jest strukturą ponadresortową, której celem jest zoptymalizowanie i ujednoczenie postrzegania zagrożeń przez poszczególne resorty, a tym samym podwyższenie stopnia zdolności radzenia sobie z trudnymi sytuacjami przez właściwe służby i organy administracji publicznej.

Do podstawowych zadań RCB należy dokonywanie pełnej analizy zagrożeń, w oparciu o dane uzyskiwane ze wszystkich możliwych „ośrodków kryzysowych” funkcjonujących w ramach administracji publicznej oraz w oparciu o dane od partnerów międzynarodowych. Ponadto do zadań RCB należy opracowywanie optymalnych rozwiązań pojawiających się sytuacji kryzysowych, a także koordynowanie przepływu informacji o zagrożeniach⁶³.

W ramach Rządowego Centrum Bezpieczeństwa powołany został Zespół Roboczy Rządowego Zespołu Zarządzania Kryzysowego ds. zagrożeń hybrydowych.

Jednym z wniosków z ćwiczeń Systemu Reagowania Kryzysowego NATO była potrzeba powołania na szczeblu rządowym komórki, która umożliwiłaby udzielenie wspólnej odpowiedzi na zagrożenia hybrydowe. Konieczność pilnych działań w tym zakresie wynikała z potrzeb krajowych zobowiązań sojuszniczych oraz członkostwa w Unii Europejskiej.

Prace Zespołu dotyczą m.in:

- przeciwdziałania zagrożeniom hybrydowym w kontekście osłony kluczowych inwestycji państwowych;
- zapewnienia bezpieczeństwa organizacji i przebiegu procesów wyborczych;
- monitoringu i analizy aktywności zagranicznych mediów w odniesieniu do sytuacji w Polsce oraz w zakresie tematyki polskiej;

⁶¹ <https://www.gov.pl/web/cyfryzacja/pierwsze-tego-typu-porozumienie-ministerstwo-cyfryzacji-i-facebook>.

⁶² W ostatnich latach decyzje Facebooka o zablokowaniu niektórych profili i stron wzbudzały w Polsce spore kontrowersje. W październiku 2016 roku zdecydowano o tymczasowym usunięciu z platformy strony Marszu Niepodległości, która – zdaniem Richarda Allana, wiceprezenta odpowiedzialnego za politykę publiczną w regionie Europy, Bliskiego Wschodu i Afryki – naruszała standardy społeczności w zakresie mowy nienawiści. W kwietniu 2018 roku Facebook zablokował natomiast konta Obozu Narodowo-Radykalnego i Narodowego Odrodzenia Polski, dowodząc, iż „organizacje te otwarcie propagują poglądy rasistowskie, antysemitki i homofobiczne”.

⁶³ www.rcb.gov.pl.

- działań informacyjno-edukacyjnych mających zwiększyć odporność społeczną na zagrożenia;
- przedsięwzięć w zakresie przeciwdziałania zagrożeniom hybrydowym podejmowanym we współpracy z NATO i UE.

Rządowe Centrum Bezpieczeństwa publikuje comiesięczny *Monitor bezpieczeństwa granicy wschodniej RP*, którego odrębnym rozdziałem jest *Bezpieczeństwo informacyjne*, gdzie sygnalizowane i analizowane są najważniejsze działania dezinformacyjne dotyczące Polski, mające budować negatywny obraz Polski na zewnątrz, a także oddziaływać na opinię publiczną i procesy społeczno-polityczne w kraju. Centrum organizuje seminaria i konferencje oraz szkolenia z zakresu komunikacji. Prowadzi też aktywną działalność na forach międzynarodowych. W polu zainteresowań RCB znajduje się współpraca z NATO w ramach tzw. platformy ds. przeciwdziałania zagrożeniom hybrydowym z Ukrainą i ewentualnie innymi państwami spoza Sojuszu⁶⁴.

Zespół CERT Polska

Zespół CERT Polska działa w strukturach Państwowego Instytutu Badawczego NASK. Jest pierwszym powstałym w Polsce zespołem reagowania na incydenty (z ang. Computer Emergency Response Team)⁶⁵. Od początku istnienia główne działania skupiają się wokół zadań dotyczących bezpieczeństwa i współpracy z podobnymi jednostkami na całym świecie.

Do głównych zadań CERT Polska należy:

- rejestrowanie i obsługa zdarzeń naruszających bezpieczeństwo sieci;
- aktywne reagowanie w przypadku wystąpienia bezpośrednich zagrożeń dla użytkowników;
- współpraca z innymi zespołami CERT/CSIRT w Polsce i na świecie;
- udział w krajowych i międzynarodowych projektach związanych z tematyką bezpieczeństwa teleinformatycznego;
- działalność badawcza z zakresu metod wykrywania incydentów bezpieczeństwa,
- analizy złośliwego oprogramowania i systemów wymiany informacji o zagrożeniach;
- rozwijanie własnych narzędzi do wykrywania, monitorowania, analizy i korelacji zagrożeń;
- regularne publikowanie Raportu CERT Polska o bezpieczeństwie polskich zasobów Internetu;
- działania informacyjno-edukacyjne, zmierzające do wzrostu świadomości w zakresie bezpieczeństwa teleinformatycznego.

BezpieczneWybory.pl

W październiku 2018 r., przed wyborami samorządowymi, Ministerstwo Cyfryzacji razem z NASK, ABW i PKW uruchomiło serwis BezpieczneWybory.pl edukujący w zakresie dezinformacji i manipulacji

⁶⁴ Raport *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej. Państwo Społeczeństwo Polityka Biznes*, NASK, Warszawa, wrzesień 2019 r.

⁶⁵ <https://www.cert.pl/o-nas/>

w Internecie⁶⁶. Serwis zawiera konkretne wskazówki, na jakie treści trzeba szczególnie uważać w mediach społecznościowych, jak sprawdzić czy konto jest prawdziwe i wiarygodne, omawia takie zjawiska jak trolling, fałszywe konta i boty internetowe. Zawierający szereg infografik serwis jest adresowany do trzech grup odbiorców: wyborców, komitetów i komisji wyborczych⁶⁷.

7.2. Inicjatywy organizacji pozarządowych

W Polsce pojawiają się wciąż nowe inicjatywy zmierzające do ograniczenia zjawiska fałszywych informacji i przeciwdziałania dezinformacji, co w dużej mierze związane jest z międzynarodowymi programami wsparcia innowacyjnych rozwiązań technologicznych, jak w przypadku projektów Google'a czy projektów unijnych.

Stowarzyszenie Demagog

Stowarzyszenie Demagog, którego misją jest działanie na rzecz poprawy jakości debaty publicznej w Polsce, prowadzi Akademię Fact-Checkingu, w ramach której w szkołach średnich prowadzone są warsztaty z krytycznego korzystania z informacji.

Stowarzyszenie Demagog jako pierwsza w Polsce profesjonalna organizacja weryfikująca informację inicjuje projekt, którego celem jest dostarczanie młodym ludziom niezbędnej wiedzy, jak czerpać informację z rzetelnych i wiarygodnych źródeł⁶⁸. Wychodząc naprzeciw wyzwaniom masowej dezinformacji, pojawiającego się kłamstwa, plotek i mistyfikacji w Internecie oraz mediach, Stowarzyszenie uczy młodych ludzi, jak odróżniać prawdziwe informacje od fałszywych.

W planie warsztatów znajdują się takie zagadnienia jak:

- odróżnianie informacji nieprawdziwych od prawdziwych;
- rozróżnianie faktów od opinii;
- dlaczego warto sprawdzać źródła, na które powołują się autorzy informacji;
- selekcjonowanie oraz wybieranie wiarygodnych i rzetelnych źródeł informacji;
- wpływ nieprawdziwych informacji na nasze życie;
- informacja a mistyfikacja;
- narzędzia, za pomocą których możemy weryfikować informacje (szczególnie ważne w czasach szybkiego przepływu informacji);
- warsztaty praktyczne - czyli fact-checking w praktyce.

W maju 2019 r. Demagog jako pierwsza polska organizacja dołączył do programu weryfikacji informacji Facebooka (International Fact-Checking Network), powołanego aby wspierać rozwijające się inicjatywy weryfikowania faktów na całym świecie. Zgodnie z zasadami programu, gdy Demagog oceni treść jako fałszywą, Facebook umieści ją w Aktualnościach na dalszej pozycji, znacznie zmniejszając jej zasięg. Ma to zapobiegać rozprzestrzenianiu się oszustw i zmniejszyć liczbę osób, które taką informację

⁶⁶ www.wirtualnemedia.pl/artukul/fake-newsy-i-boty-w-internecie-ministerstwo-cyfryzacji-stawia-na-edukacje-i-samoregulacje.

⁶⁷ <https://bezpiecznewybory.pl/>.

⁶⁸ https://demagog.org.pl/analizy_i_raporty/fake-news-jak-nie-dac-sie-nabrac/.

widzą. Zasięg stron i domen, które udostępniają fałszywe wiadomości także zostanie zmniejszony. Zostaną one również pozbawione możliwości korzystania z narzędzi reklamowych i monetyzacji na Facebooku. Pomaga to ograniczyć rozpowszechnianie fałszywych wiadomości motywowanych finansowo.

Obecnie w programie weryfikacji informacji Facebooka uczestniczy 52 zewnętrznych partnerów na całym świecie, którzy sprawdzają prawdziwość treści w 42 językach. W Polsce od kwietnia 2019 roku weryfikacją treści Facebooka zajmuje się również Agence France Presse (AFP).

Infoops – Fundacja Bezpieczna Cyberprzestrzeń

Fundacja Bezpieczna Cyberprzestrzeń jest niezależną organizacją pozarządową działającą od czerwca 2010 r. Główną misją jest wzmocnienie świadomości w obszarze zagrożeń pochodzących z cyberprzestrzeni. Fundacja zajmuje się edukacją, przeprowadza gry sztabowe i ćwiczenia, organizuje wydarzenia zraszając środowisko bezpieczeństwa teleinformatycznego. Buduje również potencjał naukowo-badawczy poprzez realizowanie raportów, ekspertyz czy projektów z branży cyberbezpieczeństwa. W ramach prowadzonych działań Fundacja realizuje InfoOPS projekt, który przybliży czytelnikom informacje o zjawisku wojny informacyjnej oraz informuje o incydentach dezinformacji w polskojęzycznym środowisku informacyjnym⁶⁹.

INDID Media Watch – Instytut Dialogu i Dyskursu

Instytut Dyskursu i Dialogu z Torunia uruchomił program stałej obserwacji mediów zgodnie z jednolitą i uniwersalną metodologią opracowaną w konsultacjach ze środowiskiem ekspertów. Jest to narzędzie, którym mogą posługiwać się wolontariusze z całego kraju w celu oceny jakości przekazów danego medium. Metodologia jest przygotowywana w taki sposób, żeby nie faworyzować żadnej ze stron sporu, ani jednego typu medium. Wolontariusz – niezależnie od swoich poglądów – będzie w stanie wyłapać niepokojące zjawisko i pomóc je nagłośnić oraz napiętnować.

Do końca 2019 roku INDID Media Watch realizowany był w ramach projektu „Aktywni Obywatele naprawiają debatę publiczną! Kontrola obywatelska przekazów medialnych w formie wolontariatu jako praktyczna edukacja obywatelska”, który został dofinansowany w ramach programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich 2018. Najnowszy raport ma dotyczyć monitoringu przekazów medialnych z kampanii prezydenckiej w 2020 r.⁷⁰.

Wojownicy Klawiatury

„Wojownicy Klawiatury” to inicjatywa skupiona na budowaniu społeczności zaangażowanej w walkę ze zmanipulowanymi treściami dotyczącymi Unii Europejskiej⁷¹. Weryfikacja dotyczy zarówno informacji pojawiających się w mediach społecznościowych, jak i w mediach tradycyjnych. Jest to projekt koordynowany przez Komisję Europejską – Przedstawicielstwo w Polsce, Front Europejski i Fundację Centrum im. Bronisława Geremka w porozumieniu z siecią kilkudziesięciu innych podmiotów.

W grupie społecznościowej „Wojownicy Klawiatury”, użytkownicy Internetu dobrowolnie i oddolnie dementują nieprawdziwe informacje i mity na temat Unii Europejskiej. Grupa powstała

⁶⁹ <https://www.cybsecurity.org/pl/dezinformacja-czyli-sztuka-manipulacji/>.

⁷⁰ <https://indid.pl/project/mokamprez/>

⁷¹ <https://partycypacjaobywatelska.pl/wojownicy-klawiatury-spolecznosc-w-walce-z-fake-newsami/>.

w celu pokazania, że warto przeciwstawiać się kłamstwom w mediach i nie zostawiać ich bez komentarza. Badania mówią, że blisko 80% internautów nie weryfikuje przeczytanych informacji, więc brak reakcji przyczynia się do tego, że fałszywe treści są powielane i uznawane za słuszne.

Członkowie grupy regularnie reagują na nieprawdziwe informacje lub promują konkretny europejski temat. Wysyłają też innym „wojownikom” link do fałszywego tweeta lub postu na Facebooku oraz propozycję odpowiedzi. Dzięki temu każdy, kto zobaczy oryginalny przekaz, będzie wiedział, że zawiera on nieprawdziwe informacje.

Projekt zakłada też organizację spotkań w różnych punktach Polski, które mają służyć zacieśnianiu więzi między „Wojownikami Klawiatury” na terenie całego kraju. Dzięki głębszej integracji członkowie grupy mają zyskać wzajemne wsparcie i poczucie, że mogą się mobilizować do działania przy zwalczaniu dezinformacji.

Innym projektem realizowanym pod szyldem „Wojowników Klawiatury” odnoszącym się do kwestii jakości debaty publicznej w mediach społecznościowych jest, współtworzony przez użytkowników Internetu, globalny eksperyment weDialogue. Służy on przetestowaniu nowych rozwiązań w zakresie komentowania treści w Internecie i ma dać odpowiedź na pytanie, jak projektować platformy internetowe przeznaczone do komentowania wiadomości, aby sprzyjały prowadzeniu jakościowego dialogu. Celem eksperymentu jest podniesienie kultury dyskursu publicznego oraz zapobieganie zjawiskom trollingu i przemocy cyfrowej.

Fundacja Panoptykon

Głównym celem organizacji jest działanie na rzecz wolności i ochrony praw człowieka. W ramach fundacji uruchomiono projekt Cyfrowa Wyprawka, na który składają się materiały edukacyjne oraz cykl szkoleń i warsztatów dla nauczycieli i innych osób uczących. Projekt zawiera scenariusze lekcji dotyczące m.in. tematyki manipulacji i dezinformacji, bazę wiedzy na temat fake newsów i propagandy oraz wskazówki eksperckie dotyczące m.in. krytycznej oceny treści medialnych.

Fundacja Panoptykon we współpracy z Fundacją Reporterów przygotowała też przewodnik *Stop dezinformacji* adresowany do dziennikarzy i redakcji, w którym podjęto próbę odpowiedzi na najważniejsze problemy związane z dezinformacją:

- jak weryfikować źródła informacji i samą informację przy pomocy dostępnych, w większości darmowych, narzędzi;
- jak relacjonować wybory, tak by ograniczać negatywny wpływ dezinformacji na proces wyborczy;
- jak w długofalowej perspektywie (nie tylko w kontekście wyborów) budować pozycję swojej redakcji jako rzetelnej i godnej zaufania⁷².

Twórcy przewodnika uznali, że zarówno sami dziennikarze, jak i redakcje powinni zadbać o bezpieczeństwo swojej komunikacji i przygotować odpowiednie procedury, żeby ochronić się przed atakiem, a jeśli do niego dojdzie - sprawnie zareagować. W przewodniku znalazły się odpowiedzi, jak dziennikarze i redakcje mogą chronić się przed takimi zjawiskami, w szczególności przed nękaniami w sieci (np. zorganizowanymi kampaniami manipulacji bądź nienawiści mającymi na celu zdyskredytowanie niewygodnych mediów).

⁷² <https://panoptykon.org/wiadomosc/stop-dezinformacji-przewodnik-dla-dziennikarzy-i-redakcji>.

7.3. Inicjatywy środowisk akademickich i naukowych

Raport Uniwersytetu Oksfordzkiego

Przed wyborami do Parlamentu Europejskiego naukowcy z Uniwersytetu Oksfordzkiego pochylili się nad zagadnieniem rozprzestrzeniania się w Internecie dezinformacji oraz tzw. "junk news" (śmieciowe informacje) - wiadomości silnie nacechowanych emocjami, ideologią, niezgodnych ze stanem faktycznym. W analizie *Junk News During the EU Parliamentary Elections* poddano ocenie wpisy internautów z Twittera w języku angielskim, niemieckim, hiszpańskim, francuskim, szwedzkim, włoskim i polskim. Naukowcy sprawdzili, jaki odsetek treści można uznać za dezinformację lub "junk news". Badanie obejmowało okres od 5 do 20 kwietnia 2019 r. (Twitter) oraz od 5 kwietnia do 5 maja 2019 r. (Facebook). Przeanalizowano 584 062 tweety od 187 743 unikalnych użytkowników serwisu, z czego 137 658 to wpisy z linkiem. Odsyłały one do 5774 serwisów Internetowych. Z Polski pod uwagę wzięto 56 575 tweetów⁷³.

Naukowcy zwrócili uwagę na polskiego Twittera, gdzie rozpowszechniane treści niskiej jakości generowały 21% ruchu w badanym okresie. To znacznie więcej niż w innych krajach, takich jak Niemcy (2,8%), Francja (4%) czy Wielka Brytania (1,4%).

Badacze z Uniwersytetu Oksfordzkiego wymieniają źródła publikacji „śmieciowych informacji”, którymi w ich ocenie są media spełniające co najmniej trzy z pięciu kryteriów:

- brak profesjonalizmu (brak transparentności w podawaniu informacji o autorach, redakcji, wydawcy i właścicielach, niezamieszczanie sprostowań);
- styl (teksty nacechowane emocjonalnie, zawierające ataki personalne, mylące nagłówki, wielkie litery);
- generalizacje i wiele zdjęć, wiarygodność (poleganie na nieprawdziwych informacjach, teoriach spiskowych, brak fact-checkingu i wykorzystywanie niewiarygodnych źródeł);
- stronniczość (obecność ideologii w przekazach, promowania poszczególnych partii, nieoddzielanie informacji od opinii);
- podrabianie (upodobnianie wyglądu strony do profesjonalnych mediów).

Badacze uznali, że najpopularniejsze „śmieciowe wiadomości” skupiały się na wątkach antyimigracyjnych i antyislamskich. Część z nich napisano też z punktu widzenia eurosceptycyzmu. Tego typu treści swoją popularność zdobywają głównie na Facebooku, gdzie - jak piszą autorzy raportu - liczba polubień czy komentarzy pojedynczych „śmieciowych wiadomości” może nawet czterokrotnie przewyższyć wyniki najlepszych, najbardziej profesjonalnych wiadomości. Uniwersytet zwrócił też uwagę na stosunkowo niewielki odsetek informacji pochodzących ze źródeł rosyjskich, takich jak rt.com czy sputniknews.com.

Uniwersytet Warszawski

Przypis Powszechny - narzędzie, nad którym pracuje grupa studentów w ramach *Inkubatora* Uniwersytetu Warszawskiego. Aplikacja instalowana do przeglądarki internetowej pozwoli użytkownikom dowiedzieć się, czy tekst, który czytają w sieci, może mieć znamiona informacji

⁷³ <https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2019/05/EU-Data-Memo.pdf>.

nieprawdziwej. Po włączeniu wtyczki dodatkowe wpisy będą wyświetlane obok tekstu konkretnego materiału w Internecie. Taką formę, ze względu na podobieństwo do przypisów w książkach, twórcy nazywają przypisem. Dzięki niej użytkownicy będą dzielić się informacjami na temat budzących wątpliwość fragmentów artykułów znajdujących się w sieci. Przypisy zamieszczone przez jedną osobę bezpośrednio do fragmentu tekstu, będą widoczne dla pozostałych użytkowników. Dzięki temu zaoszczędzą oni czas, który przeznaczyliby na szukanie wiarygodnych źródeł. W pierwszym etapie planowana jest aplikacja dostępna w formie wtyczki do Google Chrome, a także do Firefoxa czyli dwóch najpopularniejszych przeglądarek w Polsce. Aplikacja ma zapobiegać wpływowi dezinformacji, mitów i manipulacji danymi na opinię publiczną⁷⁴. Powstał prototyp pierwszej wersji aplikacji i przeprowadzone zostały testy użyteczności interfejsu. Obecnie trwają prace nad upublicznieniem pierwszej wersji aplikacji.

Open Source - Open Mind - projekt powstał jako odpowiedź studentów Uniwersytetu Warszawskiego na zagrożenie powszechnym manipulowaniem informacją i rosnącą „popularnością” zjawiska, jakim jest dezinformacja. Jego organizacją zajmują się studenci Uniwersytetu Warszawskiego, chcący wesprzeć zarówno twórców, jak i odbiorców treści. Wszyscy zainteresowani mogą wziąć udział w zajęciach edukacyjnych zorganizowanych we współpracy ze Stowarzyszeniem Demagog, w trakcie których uczestnicy uczą się rozpoznawania nieprawdziwych informacji oraz przeciwdziałania ich skutkom. Projekt jest realizowany w ramach programu *UW: Inicjatywy dla otoczenia*, organizowanego we współpracy z inicjatywą Santander Universidades, realizowaną w Polsce przez Santander Bank Polska SA⁷⁵. W 2019 r. ukazał się poradnik *Jak zwalczać dezinformację?* będący podsumowaniem projektu, w którym znalazły się praktyczne wskazówki dotyczące różnych sposobów identyfikacji dezinformacji oraz narzędzia, z których możemy korzystać przy weryfikacji treści⁷⁶.

7.4. Inicjatywy mediów

W badaniu Eurobarometer⁷⁷ przeprowadzonym w 2018 roku internauci wskazali na ogromnie ważną rolę mediów w tym zakresie. Według 49% polskich użytkowników sieci, to właśnie dziennikarze powinni zwalczać zjawisko fałszywych informacji. Dopiero na drugim miejscu znalazły się organy państwowe (40%). Co ciekawe, polscy internauci są grupą, która najczęściej w UE podkreślała działania organizacji pozarządowych (22%).

W czerwcu 2018 r. przy współpracy Zakładu Komunikowania Międzynarodowego i Mediów Uniwersytetu Jagiellońskiego, Związku Pracodawców Mediów Publicznych, **Telewizji Polskiej** oraz **Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji** odbyło się seminarium *Fake news - ich wpływ na funkcjonowanie instytucji medialnych. Doświadczenia polskie i zagraniczne praktyki*⁷⁸. Przedstawiciel KRRiT⁷⁹ wskazywał na znaczenie mediów społecznościowych w rozprzestrzenianiu się dezinformacji, choć dezinformacja ma miejsce także w mediach tradycyjnych. Podkreślał odpowiedzialność, jaka spoczywa na dziennikarzach i mediach, wskazując na trudne do skodyfikowania aspekty etyczne i niezależność

⁷⁴ <https://iuw.edu.pl/pl/projects/przypis-powszechny/>.

⁷⁵ <https://www.wdib.uw.edu.pl/studenci/1680-studenci-beda-zwalczac-fake-newsy-dolacz-do-nich>.

⁷⁶ <https://www.ism.uw.edu.pl/wp-content/uploads/2018/10/handbook-osom.pdf>.

⁷⁷ *Fake news and disinformation on line*, Flesz Eurobarometer, luty 2018 r.

⁷⁸ Patrz <https://akademia.tvp.pl/37853813/seminarium-fakenews-ich-wplyw-na-funkcjonowanie-instytucji-medialnych-doswiadczenia-polskie-i-zagraniczne-praktyki-cz-2>.

⁷⁹ KRRiT reprezentował na konferencji prof. Janusz Kawecki, Członek Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji.

zawodu dziennikarza. W tym kontekście odwołał się do ustawy Prawo prasowe, która zobowiązuje dziennikarza do zachowania szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów (...) zwłaszcza do sprawdzania zgodności z prawdą uzyskanych wiadomości⁸⁰. Ponadto prawo to zobowiązuje dziennikarza do prawdziwego przedstawiania zjawisk, działań zgodnych z etyką zawodową i zasadami współżycia społecznego⁸¹.

W erze mediów społecznościowych każdy może publikować informacje, nie zważając na standardy, które powinny towarzyszyć przygotowywaniu materiałów. Dlatego nową rolą dziennikarzy i redakcji jest sprawdzanie faktów, czyli tzw. *fact-checking*. Choć rolą fact checkerów powinno być dążenie do obiektywnego weryfikowania faktów często bywają one odzwierciedleniem podziałów panujących w świecie bieżącej polityki czy podziałów społecznych, które przekładają się w widoczny sposób także na rynek mediów elektronicznych, czy rynek prasy w Polsce. Podziały te dotyczą także środowiska dziennikarskiego, które angażuje się w niektóre projekty fact checkingowe.

Sprawdzam.afp.com to projekt uruchomiony przez globalną agencję informacyjną Agence France-Presse (AFP), której misją jest dostarczanie dokładnie sprawdzonych i bezstronnych informacji na całym świecie. Podczas wyborów prezydenckich we Francji w 2017 r., w odpowiedzi na pojawiające się w sieci fałszywe treści, dziennikarze AFP postanowili założyć serwis fact-checkingowy, na którym weryfikują informacje pochodzące z innych źródeł, i są szeroko rozpowszechniane w sieci. Obecnie stroną można czytać w dziewięciu różnych językach - francuskim, angielskim, hiszpańskim, portugalskim, katalońskim, indonezyjskim, malajskim, arabskim i polskim. Fact checkerzy AFP działają w 31 krajach na całym świecie. AFP razem z innymi mediami na świecie (m.in. The Associated Press) realizuje program, który polega na weryfikacji informacji pojawiających się na Facebooku. Posiada certyfikat International Fact-checking Network (IFCN), a rzetelność i prawdziwość treści udostępnianych na Facebooku ocenia w Polsce od maja 2019 r.

Sprawdzimy.info to powstały w lipcu 2020 r. portal stworzony w celu walki z fake newsami. Serwis prowadzi Fundacja na rzecz Rzetelnej Debaty Publicznej, której powołaniu patronuje Ordo Iuris⁸². Założeniem portalu jest, by każdy użytkownik mógł opierać swoją wiedzę na wiarygodnych i sprawdzonych informacjach. W swojej działalności serwis odwołuje się do analiz i ekspertyz naukowych oraz opinii fachowców. Tworzy społeczność osób zajmujących się zwalczaniem manipulacji dotyczących różnych dziedzin życia. Celem projektu jest podniesienie poziomu debaty publicznej poprzez eliminowanie rozpowszechnianych w wielu miejscach fake newsów⁸³.

W związku z nasilającym się zjawiskiem dezinformacji coraz więcej podmiotów zajmuje się też weryfikacją informacji, m.in. **Centrum Monitoringu Wolności Prasy** działające przy Stowarzyszeniu Dziennikarzy Polskich, które *broni wolności słowa zgodnie z art. 10 Europejskiej Konwencji o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności, a szczególnie swobody dziennikarza w docieraniu do źródeł informacji, umacnia wolność prasy i mediów elektronicznych, strzeże wykorzystania wolności słowa*⁸⁴.

W ramach należącego do Google Funduszu Innowacyjnego Digital News (DNI Innovation), wspierającego rozwój europejskich inicjatyw z zakresu jakościowego dziennikarstwa w Internecie, w

⁸⁰ Art.12, ust.1, pkt 1 ustawy Prawo prasowe.

⁸¹ Art. 10, ust.1 ustawy Prawo prasowe.

⁸² <https://ziemkiewicz.dorzeczy.pl/kraj/145843/sprawdzimyinfo-nowy-portal-do-sprawdzania-faktow-pod-patronatem-or-do-iuris.html>.

⁸³ <https://sprawdzimy.info/o-nas/>.

⁸⁴ <https://cmwp.sdp.pl/o-nas/>.

2018 r. dofinansowanych zostało kilkanaście podmiotów z branży mediów w Polsce. Wśród nich znalazły się projekty skupione na weryfikacji informacji: Konkret24, Demaskator24.pl, TruDat⁸⁵.

W październiku 2018 r. Grupa TVN uruchomiła projekt fact-checkingowy⁸⁶ - **Konkret24**. Portal zajmuje się dezinformacją i analizą wiadomości w sieci, a także weryfikuje wypowiedzi polityków i fakty, na które się w nich powołują. Portal należy do grupy portali informacyjnych TVN. Celem projektu jest głównie tworzenie jakościowego dziennikarstwa i ochrona odbiorcy przed dezinformacją, gdyż w ocenie jego twórców, jakość i weryfikacja informacji dużo bardziej niż inne rozwiązania mogą pomóc w walce z nieprawdziwymi informacjami⁸⁷.

Demaskator24.pl to projekt Agencji Informacyjnej Polska Press (AIP). Innowacyjna platforma redakcyjna wspierana przez doświadczonych redaktorów AIP oraz obudowana najnowszymi narzędziami technologicznymi, weryfikuje najbardziej „gorące” newsy ukazujące się w mediach społecznościowych oraz na stronach internetowych pod kątem ich prawdziwości i rzetelności dziennikarskiej. Rezultaty weryfikacji informacji są publikowane na specjalnie utworzonej platformie internetowej. Na stronie internetowej czytelnicy mogą też zgłaszać materiały do weryfikacji, a z Akademii Demaskatora24.pl mogą dowiedzieć się, jak samodzielnie weryfikować informacje⁸⁸. Twórcy chcieliby, aby ich projekt stał się uniwersalnym rozwiązaniem do weryfikacji prawdziwości wiadomości, a dzięki wykorzystaniu doświadczenia i zasobów redakcyjnych Polska Press Grupy dotyczył nie tylko weryfikacji informacji ogólnopolskich, ale także regionalnych i lokalnych⁸⁹.

Serwis **TruDat** uruchomiony przez spółkę Glob360 (m.in. właściciela portalu natemat.pl) kilka razy w miesiącu publikuje analityczne teksty opisujące problematykę i informacje, które ukazały się na różnych stronach internetowych. Na końcu analizy zamieszczone jest jednoznaczne stwierdzenie, czy treść jest prawdziwa czy fałszywa⁹⁰.

Wydawcą serwisu **Antyfake.pl** demaskującego fałszywe informacje jest spółka Iberion, do której należy także kilkanaście innych serwisów internetowych poświęconych m.in. rozrywce (pikio.pl), gotowaniu (smakosze.pl), informacjom o Warszawie (wawainfo.pl), technologii, grom i nauce (techgame.pl), motoryzacji (zdrogi.pl)⁹¹.

W ramach działań Fundacji „Przeciwdziałamy Dezinformacji” powstał portal **Fakenews.pl** poświęcony weryfikacji fake newsów. W serwisie znajdują się zarówno najnowsze jak i archiwalne fake newsów z takich dziedzin jak: polityka, zdrowie, rozrywka, społeczeństwo, technologia i koronawirus wraz z źródłami weryfikującymi⁹².

⁸⁵ <https://newsinitiative.withgoogle.com/dnifund/report/>

⁸⁶ Projekty fact –checkingowe zajmują się sprawdzaniem informacji pojawiających się w mediach i przestrzeni publicznej. Organizacje fact-checkingowe wykorzystując technikę weryfikacji informacji oceniają czy przekazywane użytkownikom twierdzenia są prawdziwe. Dokonują tego na podstawie odwoływania się do rzetelnych i pierwotnych źródeł informacji.

⁸⁷ <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/konkret-24-beata-biel-fact-checking-tvn>, listopad 2018 r.

⁸⁸ <https://demaskator24.pl/demaskator24-pogromca-falszywych-informacji-co-politycy/ar/16494949>.

⁸⁹ <https://www.signs.pl/demaskator-falszywych-newsow-z-dofinansowaniem-google,33203,artykul.html>.

⁹⁰ <http://grupanatemat.pl/trudat/>.

⁹¹ <https://iberion.pl/#projekty>.

⁹² <https://fakenews.pl/>

Działania Facebooka w Polsce

Portal społecznościowy Facebook, który chce uczyć swoich użytkowników, jak rozpoznać rozprzestrzeniającą się w sieci dezinformację, wraz z Polską Agencją Prasową, w październiku 2018 r., rozpoczął kampanię edukacyjną *Nie ufaj nagłówkom, zwróć uwagę na zdjęcia, sprawdź źródło, poszukaj opinii innych osób*. Celem kampanii jest edukacja użytkowników Facebooka, by krytycznie czytali to, co pojawia się w ich telefonach komórkowych czy laptopach. Przedsięwzięcie obejmuje serię infografik ze wskazówkami, jak świadomie czytać treści w Internecie. Stosowanie wskazówek podczas czytania informacji może spowodować, że podejście użytkownika będzie dużo bardziej krytyczne. Wśród zaleceń znajduje się m.in. sprawdzanie adresów URL stron internetowych (wiele stron z fałszywymi informacjami naśladuje autentyczne źródła), zwracanie uwagi na nietypowe formatowanie oraz sprawdzanie, czy informacja nie jest dowcipem⁹³.

Serwis opiera swoje działania na trzech filarach:

- usuwa treści i twórców, którzy naruszają zasady portalu i standardy społeczności;
- ogranicza zasięg fałszywych treści oraz motywacje ekonomiczne do ich publikowania;
- informuje użytkowników o kontekście treści, które widzą i edukuje w zakresie świadomego odbioru wiadomości⁹⁴.

Facebook stworzył też Standardy Społeczności, czyli zestaw zasad określających co jest dozwolone, a co zabronione na platformie. Pracowały nad nimi zróżnicowane międzynarodowe zespoły, a także członkowie społeczności oraz zewnętrzni eksperci i naukowcy zajmujący się m.in. technologią i bezpieczeństwem publicznym⁹⁵.

Facebook uruchomił Bibliotekę Edukacji Cyfrowej, która jest zestawem gotowych scenariuszy lekcyjnych, które mają pomóc młodym ludziom w rozwijaniu umiejętności potrzebnych do poruszania się w cyfrowym świecie, rozważnego odbierania informacji oraz odpowiedzialnego tworzenia treści i dzielenia się nimi. Lekcje zaplanowano jako interaktywne i zachęcające do aktywności dyskusje grupowe, ćwiczenia, quizy i gry. Wszystkie opracowano na podstawie konsultacji z młodzieżą. Można z nich korzystać w klasie (podczas zajęć indywidualnych lub grupowych), w ramach programów pozaszkolnych oraz w domu⁹⁶.

W ramach zwalczania rozpowszechniania fałszywych informacji na Facebooku i Instagramie serwis współpracuje, w niektórych krajach, w tym w Polsce, z niezależnymi weryfikatorami informacji, certyfikowanymi przez niezależną sieć IFCN (International Fact-Checking Network), aby sprawniej identyfikować i weryfikować fałszywe informacje. Publikuje też na swoich stronach szczegółowe informacje o tym jakiej weryfikacji podlegają informacje, i na co powinni zwracać uwagę wydawcy publikując swoje treści⁹⁷.

⁹³ <http://centrumprasowe.pap.pl/cp/pl/news/info/128470,,kampania-edukacyjna-facebook-i-pap-jak-rozpoznawac-falszywe-informacje>.

⁹⁴ Raport *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej. Państwo Społeczeństwo Polityka Biznes*, NASK, Warszawa, wrzesień 2019 r.

⁹⁵ jw.

⁹⁶ <https://www.facebook.com/safety/educators>.

⁹⁷ <https://www.facebook.com/help/publisher/182222309230722?rdhrc>.

7.5. Międzynarodowa samoregulacja agencji prasowych

Na początku grudnia 2018 r. podczas międzynarodowej konferencji pod hasłem *Agencje prasowe kontra fake news*, którą organizowała w Tiranie Albanian Telegraphic Agency (ATA), trzynaście europejskich agencji informacyjnych - w tym **Polska Agencja Prasowa (PAP)** - podpisało rezolucję w sprawie walki z fałszywymi informacjami.

Uzgodnienia agencji prasowych obejmują:

- bezpośrednią współpracę, mającą na celu weryfikowanie informacji i szybkie wykrywanie nieprawdziwych wiadomości;
- rozwój skutecznych narzędzi oraz zasad, które pozwolą użytkownikom Internetu i dziennikarzom walczyć z dezinformacją;
- promowanie mediów godnych zaufania i edukowanie użytkowników;
- zwiększenie przejrzystości informacji online poprzez rozwój profesjonalnego dziennikarstwa;
- ochronę różnorodności i zrównoważony rozwój rzetelnego ekosystemu mediów.

Dodatkowo agencje obrwały za cel *zwiększenie przejrzystości wiadomości internetowych, dzięki zaangażowaniu w rozwój profesjonalnego dziennikarstwa, a także ochronę różnorodności i trwałości rzetelnego ekosystemu mediów informacyjnych. Wzywamy wszystkie agencje informacyjne, bez względu na to, czy są one finansowane przez państwo, czy prywatne, jak również międzynarodowe stowarzyszenia agencji prasowych, aby przyłączyły się do przestrzegania rezolucji* - napisano w deklaracji.

Deklarację podpisały następujące agencje informacyjne: ATA z Albanii, AZERTAC z Azerbejdżanu, FENA z Bośni i Hercegowiny, BTA z Bułgarii, HINA z Chorwacji, CNA z Cypru, ANA MPA z Grecji, AGERPRES z Rumunii, TANJUG z Serbii, TASR ze Słowacji, AA z Turcji, UKRINFORM z Ukrainy oraz PAP z Polski.

Przy okazji tych działań, prezes PAP zapowiedział, że w ciągu kilku miesięcy agencje prasowe wypracują rozwiązania, które pozwolą skutecznie eliminować nieprawdziwe informacje. Będzie to przede wszystkim szybka wymiana informacji, pogłębione badanie (*deep research*) i monitoring⁹⁸.

7.6. Okrągły Stół SAR

Raport Global Disinformation Index⁹⁹ wskazuje, że za rozwój globalnego segmentu dezinformacji pośrednio odpowiedzialny jest obecny model reklamowy i firmy technologiczne oferujące w nim swoje rozwiązania.

⁹⁸ <https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/pap-wspolnie-z-europejskimi-agencjami-informacyjnymi-zapowiada-walke-z-fake-newsami>.

⁹⁹ <https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/firmy-technologiczne-finansuja-fake-newsy-strony-z-dezinformacja-dostaja-z-reklam-235-mln-dol-finansowanie-reklam-dochody-z-fake-newsow-dezinformacja>. Global Disinformation Index to organizacja non-profit zajmująca się m.in. zjawiskiem monitorowania problemu fake newsów i jego konsekwencji.

W sieci rozprzestrzenia się zjawisko tzw. *fraudów* w reklamie, które polega głównie na nieuczciwym klikaniu w linki reklamowe. Dotyczy to reklam rozliczanych w systemie PPC (*pay per click*). Mianem tzw. *click fraud* określa się kliknięcia, które mają na celu albo zaprzestanie wyświetlania danej reklamy (wyczerpanie limitu), albo wyłudzenie pieniędzy. W tym drugim przypadku tworzone są nawet specjalne serwisy, które mają generować dodatkowe kliknięcia. W przypadku prawdziwie zorganizowanych akcji z zakresu *click fraud*, zatrudniane są osoby, które mają klikać w reklamy.

Na potrzeby raportu przebadano reklamy pojawiające się na ponad 20 tys. stron internetowych, zidentyfikowanych przez organizacje fact-checkingowe jako miejsca, w których regularnie publikowane są materiały o charakterze dezinformacyjnym. Z badań wynika, że każdego roku na stronach zawierających dezinformacje pojawiają się reklamy o łącznej wartości około 235 mln dolarów.

We wnioskach z raportu zaznaczono, że niepokojące zjawisko finansowania fake news przez reklamodawców i firmy technologiczne wynika z funkcjonującego obecnie modelu reklamowego, który pozwala m.in. na zbyt łatwe monetyzowanie przestrzeni na stronach, bez odpowiedniego sprawdzenia kontekstu, w jakim pojawia się przekaz konkretnego reklamodawcy. Wpływ na to ma duża dysproporcja między popytem a podażą powierzchni reklamowych w Internecie.

W Polsce Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR, które podpisało *Kodeks postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji*¹⁰⁰, jest inicjatorem akcji mającej na celu zainteresowanie i włączenie jak największej liczby uczestników rynku reklamowego do pracy nad wdrożeniem standardów transparentności i jakości ruchu w Internecie. Obecnie SAR realizuje projekt *Okrągłego Stołu* poświęcony przeciwdziałaniu dezinformacji w Internecie oraz jej skutkom dla użytkowników sieci, konsumentów i reklamodawców.

7.7. Przeciwdziałanie dezinformacji związanej z pandemią COVID-19

Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) po kilku tygodniach od rozpoczęcia pandemii ostrzegła, że towarzyszy jej również infodemia, czyli fala dezinformacji, która zalewa Internet z prędkością porównywalną do tej, z jaką rozprzestrzenia się SARS-CoV-2. Zdaniem organizacji są to m.in. teorie spiskowe przypisujące powstanie koronawirusa wynalezieniu technologii łączności nowej generacji 5G, wiążące zapadalność na chorobę COVID-19 z pochodzeniem etnicznym, a także reklamy produktów obiecujących możliwość dostępu do kuracji lub szczepionek przeciwko koronawirusowi, których nie ma na rynku.

Z badań opublikowanych w czasopiśmie *American Journal of Tropical Medicine and Hygiene*¹⁰¹ analizowane przez naukowców fałszywe wiadomości w powszechnym odbiorze miały znamiona wiarygodności, gdyż konstrukcją językową przypominały porady medyczne, jakich internauci często szukają w sieci. Zalecano w nich m.in. spożycie ogromnych ilości czosnku lub przedawkowywanie witamin w ramach ochrony przed zakażeniem. Eksperti znaleźli również artykuły zachwalające picie krowiego moczu, który miałby chronić organizm przed koronawirusem.

W swojej pracy zespół badawczy podkreślił, że odpowiedzialność za zwalczanie dezinformacji dotyczącej koronawirusa spoczywa przede wszystkim na rządach poszczególnych krajów, platformach

¹⁰⁰ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/roadmaps-implement-code-practice-disinformation>.

¹⁰¹ <https://www.cyberdefence24.pl/fake-newsy-o-covid-19-przyczyna-smiercia-ponad-800-osob>.

internetowych oraz organizacjach międzynarodowych. Jak jednak podkreślono, firmy technologiczne zbyt wolno, mimo deklarowanych działań, reagują na pojawiające się na ich platformach fałszywe treści.

Od połowy stycznia 2020 r. do 12 marca w polskich mediach ukazało się 235 tys. publikacji o koronawirusie. W tym samym czasie opublikowano aż 1,1 mln postów w mediach społecznościowych¹⁰².

Największy przyrost publikacji przypadł na ostatnie dni lutego i początek marca, kiedy dziennikarze zaczęli podejmować temat zagrożenia dotarciem epidemii do Polski. Trzy na cztery wzmianki o COVID-19 pojawiały się w Internecie, a na dalszych pozycjach znalazły się radio, prasa i telewizja.

Niemal pięciokrotnie wyższa liczba publikacji w mediach społecznościowych pokazuje, jak bardzo jesteśmy aktywni w tej przestrzeni. Wśród najbardziej angażujących treści znalazły się prześmiewcze memy czy samodzielnie tworzone filmy. Treści o największych zasięgach nie należały do tych tworzonych przez ekspertów w dziedzinie epidemiologii czy medycyny.

W raporcie pojawia się też lista najczęstszych fake newsów o koronawirusie. Najbardziej popularne fake newsy dotyczyły powstrzymywania koronawirusa poprzez przyjmowanie witaminy C.

Nieco rzadziej pojawiały się następujące informacje:

- picie alkoholu chroni przed koronawirusem,
- zażywanie kokainy chroni przed koronawirusem,
- picie wody co 15 minut chroni przed koronawirusem,
- witamina D zapobiega zakażeniu koronawirusem,
- chińskie towary są zainfekowane koronawirusem,
- udostępniane zdjęcie przez internautów (fotografia z Chin) przedstawiające masowy grób ofiar koronawirusa,
- maski ochronne obronią osoby zdrowe przed koronawirusem,
- tuszowanie zachorowań związanych z wprowadzeniem sieci 5G,
- teorie spiskowe na temat broni biologicznej.

W tym kontekście tym cenniejsze stały się inicjatywy, które powstały w czasie pandemii i których celem jest weryfikacja fake newsów dotyczących koronawirusa.

Na stronie administracji publicznej www.gov.pl pojawiła się zakładka **Walczymy z fałszywymi informacjami**, w której opublikowano odpowiedzi na pytania pojawiające się w przestrzeni publicznej szczególnie w pierwszych tygodniach pandemii. Przestrzegano przed przekazywaniem niesprawdzonych informacji i wskazywano, z jakich oficjalnych źródeł korzystać przy szukaniu wiedzy o działaniach podejmowanych przez różne organy państwa. Zachęcano do ostrożności i weryfikacji

¹⁰² Badanie medialne. *Analiza obecności koronawirusa w mediach*, PRESS-SERVICE Monitoring Mediów i Agencja Publicon, marzec 2020 r.

newsów np. tych dotyczących rozprzestrzeniania się choroby, zasad kwarantanny, czy wprowadzanych kolejnych obostrzeń itp.

1 kwietnia 2020 r. Państwowy Instytut Badawczy - Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa NASK rozpoczęła kampanię informacyjną **#OznacZDezinfo**, której celem było zachęcenie użytkowników do proaktywnych postaw w Internecie: oznaczania oraz zgłaszania dezinformacji. Hasło kampanii stanowiło jednocześnie akronim, którego rozwinięcie przybiera formę poradnika dla internautów¹⁰³.

O - Odpowiedzialnie udostępniaj

Z - Zrozum cel

N - Nie wierz krzykliwym nagłówkom

A - Analizuj treść

C - Czekaj, aż opadną emocje

Z - Zgłaszaj dezinformację

W poradniku znalazły się informacje, na jakich stronach szukać sprawdzonej wiedzy o koronawirusie, na co szczególnie uważać w sieci, jakie motywacje przyświecają nadawcom dezinformacji i skąd najczęściej pochodzą fake newsy na temat COVID-19.

Fałszywe informacje można zgłaszać np. do moderatorów danego serwisu oraz organizacji fact-checkingowych. Natomiast próbę wyłudzenia lub fałszywą stronę można zgłosić do CERT Polska pod adresem: <https://incydent.cert.pl>.

W marcu 2020 r. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji na swojej stronie internetowej uruchomiła zakładkę **COVID-19**¹⁰⁴. W trzech katalogach zamieszczała informacje dotyczące rynku mediów w Polsce, mediów w Europie oraz informacji o działaniach instytucji europejskich podejmowanych w związku z pandemią. W okresie od marca do października 2020 r. ukazało się ponad 30 informacji dotyczących m.in. bieżących zmian programowych w pierwszych tygodniach epidemii, wstrzymanych planów zdjęciowych, zmian w ramówkach nadawców radiowych i telewizyjnych. KRRiT informowała o nasilającym się zjawisku dezinformacji, badaniach źródeł informacji o koronawirusie, inicjatywach organizacji międzynarodowych mających na celu wsparcie branży medialnej w Europie i na świecie.

Na stronie www.krrit.gov.pl ukazywały się informacje dla nadawców mówiące m.in. że emisje komunikatów o podstawowych zasadach medycznych i higienicznych dotyczących zapobiegania rozprzestrzenianiu się wirusa COVID-19, nie będą wliczane do czasu reklamowego. Przewodniczący KRRiT wyraził też zrozumienie dla czasowego zawieszenia przez lokalnych nadawców realizacji niektórych zapisów programowych (m. in. w zakresie lokalności) w związku z epidemią.

Pod koniec marca na stronie pojawiło się też 10 zasad związanych z poszukiwaniem w mediach społecznościowych informacji o koronawirusie, opracowanych przez Stowarzyszenie Nauczycieli Edukacji Medialnej (KATOM) i Ministerstwo Edukacji z Korei Południowej:

1. Sprawdzajmy wiarygodność źródeł pozyskiwanych przez nas treści szczególnie tych, które zamieszczane są w mediach społecznościowych.

¹⁰³ https://www.dns.pl/sites/default/files/2020-04/OznacZDezinformacje_Poradnik.pdf.

¹⁰⁴ <http://www.krrit.gov.pl/dla-abonentow-i-konsumentow/covid--19---media/>

2. Zachowujmy krytycyzm i sprawdzajmy, czy dana informacja może mieć związek z ekonomicznym interesem autora lub platformy, na której dana treść się ukazuje.
3. Upewniamy się, czy informacje o charakterze medycznym opierają się na wiarygodnej wiedzy eksperckiej.
4. Analizujemy zdjęcia, wykresy czy treści wideo pod kątem ich adekwatności i bezstronności.
5. Uważajmy na mowę nienawiści, która nawołuje do przemocy lub dyskryminacji wobec osób z określonych grup lub regionów.
6. Nie przekazujemy, często spotykanych w mediach społecznościowych, plotek lub treści wprowadzających w błąd.
7. Planujmy czas spędzany na korzystaniu z mediów. Zadbajmy o czas bez mediów.
8. Unikajmy nadmiernej i nawracającej ekspozycji na te same lub powiązane informacje. Może to wzmacniać nasz niepokój.
9. Dzielmy się z bliskimi tym, co myślimy po obejrzeniu, przeczytaniu lub wysłuchaniu informacji dot. epidemii, ochrony zdrowia publicznego lub społecznych lęków.
10. Wynotujmy sobie dane kontaktowe do najbliższej stacji sanitarno-epidemiologicznej lub szpitala zakaźnego na wypadek, gdyby okazały się potrzebne.

Polska Agencja Prasowa wspólnie z GovTech Polska uruchomiła **#FakeHunter** - społeczny projekt weryfikacji treści publikowanych w Internecie, którego celem jest demaskowanie nieprawdziwych wiadomości dotyczących wirusa SARS-CoV-2¹⁰⁵. Napotkaną w sieci informację na temat koronawirusa, która budzi wątpliwość, można wysłać do zweryfikowania pod wskazany na stronie adres. Eksperti sprawdzą ją na podstawie wiarygodnych źródeł, a zgłaszający otrzyma link zwrotny z oceną. Jeśli informacja okaże się nieprawdziwa, można wkleić ten link w miejscu, gdzie znaleziono informację. Inicjatywę wspiera inna instytucja fact-checkingowa Demador.org.

Serwis **Odfekuj.info** został założony przez Ośrodek Analiz Prawnych, Gospodarczych i Społecznych im. Hipolita Cegielskiego. Na portalu można zapoznać się z weryfikacją zmanipulowanych i kłamliwych informacji, przekrojowymi analizami oraz artykułami. *Pandemia COVID-19 unaocznila jak wielkim problemem jest fake news. Obserwujemy to zwłaszcza w mediach społecznościowych.* Dlatego portal planuje „odfekować” rzeczywistość”. Serwis powstał przy wsparciu Narodowego Instytutu Wolności – Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego ze środków Programu Rozwoju Organizacji Obywatelskich na lata 2018 - 2030¹⁰⁶.

W kwietniu 2020 r. dziennik „Rzeczpospolita” rozpoczął kampanię pod hasłem **Odporni na dezinformację**, której celem jest zwiększenie społecznej odporności w tym zakresie¹⁰⁷. Do wirusów i chronienia się przed nimi nawiązuje pierwszy spot kampanii, w którym redaktor naczelny gazety, pełniący też funkcję Prezesa Izby Wydawców Prasy, pokazuje jak z pierwszej strony „Rzeczpospolitej”, dwóch gumek-recepturek i zszywacza własnoręcznie wykonać maseczkę ochronną. *Taka maska oczywiście nie ochroni przed COVID-19, ale może ochronić przed inną epidemią - epidemią dezinformacji. Rozpoczynamy kampanię walki z tą epidemią. Jako liderzy wiarygodności dziennikarskiej mamy taki obowiązek, mówi w spocie.* Jak podkreślił, *walczymy nie tylko z fake newsem, ale również z głupotą.* W kampanii wykorzystywane są trzy hasła reklamowe, odwołujące się do najbardziej powszechnych źródeł i przyczyn powstawania fake newsów: Komentarze z forum czy komentarze

¹⁰⁵ <https://fakehunter.pap.pl/o-projekcie>

¹⁰⁶ <https://odfekuj.info/onas/>.

¹⁰⁷ <https://www.rp.pl/stopfakenewsom>

ekspertów?, Znajomość fejków czy znajomość faktów? Opinie szerowane czy opinie szanowane? Kampania ma swój hashtag w mediach społecznościowych: #OdporniNaDezinformacje. W ramach kampanii powstał też Dekalog walki z dezinformacją czyli dziesięć haseł komunikujących, jak walczyć z epidemią fake newsów:

1. News odnosi się do faktów nie do opinii. Opinie to zwykle interpretacje faktów.
2. Nie wystarczy mieć poglądy. Do oceny sytuacji trzeba również włączyć myślenie.
3. Opieraj się nie na jednym, a na możliwie wielu źródłach.
4. Notka na platformie społecznościowej to nie zawsze jest wiarygodne źródło.
5. Jeśli nie identyfikujesz źródła, nie powtarzaj newsa.
6. Jeśli news wydaje ci się nieprawdopodobny, to pewnie tak jest.
7. Jeśli masz wątpliwości wobec newsa, to tym ważniejsza jest jego weryfikacja.
8. Pamiętaj, że granica między prawdą i fałszem jest bardzo cienka. To czasem jedno słowo.
9. Pamiętaj, że polityka składa się niemal wyłącznie z nieprawdy.
10. Zanim się wypowiesz, trzy razy pomyśl.

CyberDefence24.pl to serwis należący do grupy Defence24.pl, na którym pojawiają się analizy i komentarze poświęcone cyberbezpieczeństwu i kryptologii. Główny serwis grupy - Defence24.pl to polski portal zajmujący się tematyką przemysłu zbrojeniowego, sił zbrojnych i geopolityki. Do grupy należą też m.in.: serwisy Energetyka24.pl, Space24.pl, Infosecurity24.pl, i anglojęzyczny Defence24.com. W serwisie Cyberdefence24.pl demaskowane są głównie nieprawdziwe informacje dotyczące zagrożeń militarnych, cyberbezpieczeństwa i obronności. W trakcie pandemii pojawiały się na bieżąco aktualizowane przewodniki po fake newsach o koronawirusie¹⁰⁸, a także weryfikowane były informacje dotyczące bezpieczeństwa państwa i obywateli.

Działania serwisów społecznościowych

W walkę z epidemią koronawirusa w Polsce włączyły się także m.in.: platformy udostępniania wideo oraz serwis aukcyjny Allegro. W drugiej połowie marca, Facebook, chcąc ograniczyć dezinformację na temat COVID-19 zapowiedział, że na kontach użytkowników (także w Polsce) w Aktualnościach będzie cyklicznie wyświetlał zbiorcze informacje na temat epidemii koronawirusa pochodzące z oficjalnego źródła, czyli Ministerstwa Zdrowia. Podobny mechanizm zastosowano w wypadku wyszukiwarki. Jeśli użytkownik wyszukiwał informacje na temat koronawirusa na Facebooku lub kliknął taki hashtag na Instagramie, wyświetlony został specjalny komunikat przekierowujący na rządową stronę poświęconą COVID-19¹⁰⁹. Twórcy serwisu społecznościowego zapowiedzieli też, że będą usuwane z niego wszelkie materiały zawierające dezinformację i teorie spiskowe związane z epidemią COVID-19 oraz że będą blokowane treści oferujące rzekome lekarstwa na koronawirusa lub rzekomo skuteczne środki zapobiegające zarażeniu. Facebook nie był jedyną internetową platformą starającą się walczyć z fałszywi informacjami związanymi z pandemią. Politykę usuwania tego typu produktów wprowadziły też m.in. Twitter, Amazon oraz Allegro.

¹⁰⁸ www.cyberdefence24.pl/analizy/krotki-przewodnik-po-aktualnych-fake-newsach-o-koronawirusie.

¹⁰⁹ <https://www.wirtualnemedial.pl/artykul/facebook-walczy-z-dezinformacja-o-koronawirusie-bedzie-odsylal-do-oficjalnych-zrodel-dlaczego-jak-uniknac-koronawirusa-jak-sie-chronic-gdzie-kupic-maseczke>.

Twitter uruchomił w polskiej wersji serwisu mechanizm, który po wpisaniu w wyszukiwarce określeń związanych z koronawirusem odsyła użytkowników do wiarygodnych źródeł informacji związanych z chorobą i epidemią. Wszyscy polscy użytkownicy Twittera, którzy w wyszukiwarce wpisywali słowa „koronawirus”, „COVID-19” i ich różne konfiguracje, w tym obcojęzyczne odpowiedniki, widzieli komunikat odsyłający na internetową stronę Ministerstwa Zdrowia, na której zawarte są najważniejsze i sprawdzone informacje na temat epidemii.

Do początku marca 2020 r. Amazon, największy na świecie sprzedawca internetowy, usunął ze swojej oferty ponad milion specyfików rzekomo chroniących przed koronawirusem lub leczących go. Platforma zdecydowała też o blokadzie sprzedaży produktów, których ceny wielokrotnie wzrosły po wybuchu epidemii.

Nieco inną strategię przyjęła platforma sprzedażowa Allegro. Podobnie jak Amazon, może blokować lub usuwać fałszywe oferty, jednak z zachowaniem innych reguł niż te obowiązujące w amerykańskiej firmie. Oferty mogą być usuwane, jeżeli naruszają prawo lub regulamin Allegro. Każdy klient może zgłosić daną ofertę do weryfikacji za pomocą specjalnego linku, obecnego na wszystkich stronach z ofertami - wtedy obsługa serwisu może podjąć stosowne działania w przypadku naruszeń¹¹⁰.

8. Edukacja medialna

Jedną z kluczowych form przeciwdziałania i zwalczania dezinformacji jest powszechna edukacja medialna wszystkich grup społecznych i wiekowych, rozumiana jako długofalowy proces uczenia się przez całe życie (*life long learning*), ze szczególnym uwzględnieniem ochrony małoletnich przed treściami, które mogą zaszkodzić ich rozwojowi fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu.

Z cytowanych w rozdziale 6 badań NASK wynika, że mimo iż ponad połowa dorosłych internautów w Polsce deklaruje kontakt z manipulacją lub dezinformacją, a 35% napotyka je raz w tygodniu lub częściej, to aż 19% respondentów przyznaje, że nie sprawdza wiarygodności internetowych informacji, ani ich źródeł, a tylko 4,5% potrafi prawidłowo odróżnić fakty od opinii w przykładowych pytaniach testowych¹¹¹.

Wyniki badań nastolatków są jeszcze bardziej alarmujące. Większość badanych uczniów zna pojęcie fake news i natknęła się na to zjawisko w sieci, ale aż 36,1% deklaruje niezwracanie uwagi na źródła wiedzy przy korzystaniu z wyszukiwarki, co zdaniem badaczy, dowodzi braku świadomości, że treści umieszczane w Internecie mają zróżnicowaną wiarygodność i rzetelność¹¹². Kolejne badanie wskazuje, że 60% młodzieży w wieku gimnazjalnym ma problem z oceną prawdziwości stwierdzeń na podstawie informacji zawartych w przekazach medialnych czy wskazania przejawów manipulacji językowej w prostych tekstach reklamowych¹¹³.

W przeciwdziałaniu i walce z dezinformacją istotna jest ogólna wiedza o naturze mediów, poparta ćwiczeniem krytycznej analizy treści, umiejętnością osadzenia tych treści w konkretnym

¹¹⁰ www.wirtualnemedial.pl/arttykul/koronawirus-maski-oferty-na-allegro-po-zgloszeniach-blokuje-amazon-usunal-je-sam.

¹¹¹ <https://www.nask.pl/pl/o-nask/eksperci-nask/publikacje-naukowe/1631,Badania-NASK-ponad-polowa-Polakow-styka-sie-z-manipulacja-i-dezinformacja-w-inte.html>.

¹¹² NASK, *Raport z badania, Nastolatki 3.0*, Warszawa, 2017.

¹¹³ IBE, kwartalnik Edukacja 2016, 2(137), 67–78, Agnieszka Rypel, Instytut Filologii Polskiej i Kulturoznawstwa, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, *Umiejętności gimnazjalistów w zakresie odbioru tekstów*, 2016.

kontekście oraz ich oceną z różnych punktów widzenia. Istotne jest także wyrabianie nawyku weryfikacji autorów i źródeł pozyskiwanych treści oraz umiejętność odróżniania opinii od faktów.

Na potrzebę objęcia w Polsce edukacją medialną walki z dezinformacją wskazuje wyraźnie Biuro Bezpieczeństwa Narodowego w publikacji *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej. Państwo. Społeczeństwo. Polityka. Biznes*: „konieczne jest nauczanie uczniów krytycznego myślenia, rozpoznawania i reagowania na fake newsy, a także dostrzegania różnic między informacją zweryfikowaną, niezamierzonym wprowadzeniem w błąd, a faktyczną dezinformacją. (...) Uczniowie powinni wykształcić krytyczny stosunek wobec tego, co widzą w Internecie, a także rozpoznawać techniki perswazyjne, dostrzegać potencjalne zagrożenia oraz wiedzieć jak, kiedy i gdzie szukać wsparcia”¹¹⁴.

8.1. Edukacja medialna a dotychczasowa rola KRRiT

Zgodnie z ustawą o radiofonii i telewizji (Dz.U. Dz.U. z 2020 r. poz. 805), do zadań Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji należy obecnie upowszechnianie umiejętności świadomego korzystania z mediów (edukacji medialnej) oraz współpraca z innymi organami państwowymi, organizacjami pozarządowymi i instytucjami w zakresie edukacji medialnej.

KRRiT zainicjowała temat edukacji medialnej w Polsce już w 2000 r. zlecając naukowcom opracowanie raportu, który przekazała Ministerstwu Edukacji Narodowej, Ministerstwu Kultury i Dziedzictwa Narodowego oraz ośrodkom uniwersyteckim zajmującym się tą tematyką. Następnym krokiem było zorganizowanie konferencji naukowej pt. Edukacja medialna – potrzeba i wyzwanie przyszłości, która zapoczątkowała szeroką debatę publiczną o roli edukacji medialnej. Przez kolejne lata KRRiT prowadziła działania eksperckie i występowała jako centrum kompetencji w tej dziedzinie.

W latach 2008-2010 w KRRiT działał zespół ds. edukacji medialnej oraz Forum Edukacji Medialnej, w ramach którego odbywały się spotkania z udziałem środowisk naukowych, organizacji pozarządowych, mediów publicznych oraz ministerstw: kultury, edukacji, pracy, nauki, a także innych ekspertów w tej dziedzinie.

Od 2013 r. bezpośrednim cyfrowym narzędziem promowania przez KRRiT edukacji medialnej jest prowadzenie serwisu internetowego *Drogowskaz Medialny*, który informuje i edukuje o tym co, gdzie i kiedy dzieje się w edukacji medialnej, w jaki sposób można ją prowadzić, jak i czym badać oraz skąd czerpać inspiracje. Jego celem jest ułatwianie przepływu informacji między różnymi organizacjami, instytucjami i osobami prywatnymi. Znajdują się w nim między innymi szersze informacje o cytowanych w tym opracowaniu działaniach polskich i europejskich, a dział *Edukacja medialna w KRRiT* zawiera pogłębiony wykaz działań organu w tym zakresie w podziale na kolejne lata¹¹⁵.

Od 2019 r. KRRiT angażuje się w *Europejski Tydzień Edukacji Medialnej*¹¹⁶. Jest to nowa, docelowo cykliczna inicjatywa Komisji Europejskiej, której pierwsza edycja miała miejsce w marcu 2019 r. Celem tego przedsięwzięcia jest promocja krajowych, regionalnych i lokalnych przedsięwzięć

¹¹⁴ Raport *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej. Państwo. Społeczeństwo. Polityka. Biznes*, NASK, Cyber Policy, Warszawa, wrzesień 2019 r. s. 10.

¹¹⁵ <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/edukacja-medialna-w-krrit/>.

¹¹⁶ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/european-media-literacy-week>.

z zakresu edukacji medialnej: podmioty z krajów członkowskich UE mogą przez cały rok zgłaszać do specjalnie w tym celu utworzonego repozytorium na platformie Futurium¹¹⁷ realizowane przez siebie inicjatywy z zakresu edukacji medialnej - programy, projekty, wydarzenia, materiały edukacyjne itp. Na interaktywnej mapie Europy, w konturach kraju, z którego pochodzi zgłoszenie, prezentowane są nadchodzące wydarzenia wraz z krótkim opisem, a informacje o wydarzeniach zakończonych dostępne są za pomocą wyszukiwarki¹¹⁸. KRRiT informuje i zachęca do udziału w tej inicjatywie, a w pierwszym roku jej działania pełniła także rolę krajowego punktu kontaktowego poprzez weryfikację i zatwierdzanie projektów zgłaszanych z terytorium Polski¹¹⁹.

Ponadto, w ramach promocji edukacji medialnej KRRiT udziela patronatów inicjatywom dotyczącym rozwoju kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych, gromadzi wiedzę oraz uczestniczy w gremiach eksperckich. KRRiT wraz z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego reprezentuje Polskę w Grupie MLEG (*Media Literacy Expert Group*) przy Komisji Europejskiej. Jest także aktywnym członkiem ERGA (*European Regulators Group for Audiovisual Media Services*) - Grupy, której jednym z zadań, wynikających ze znowelizowanej dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, będzie wymiana dobrych praktyk w zakresie umiejętności korzystania z mediów. KRRiT należy także do EPRA (*European Platform of Regulatory Authorities*), w ramach której uczestniczy w stałej grupie roboczej dotyczącej *media literacy*.

Zgodnie ze *Strategią regulacyjną KRRiT na lata 2017-2022*, Krajowa Rada uznaje, że podstawowe zadania z dziedziny edukacji medialnej stanowią głównie domenę systemu edukacji, a także tych organów państwa, instytucji i organizacji, które dysponują zasobami organizacyjnymi i finansowymi do prowadzenia praktycznych działań na rzecz rozwijania kompetencji medialnych, informacyjnych i cyfrowych. Dotychczas Krajowa Rada postrzegała swoją rolę jako organu wspierającego ten proces, jednakże w związku z wyzwaniem, z którymi w cyfrowym świecie mierzą się społeczeństwa informacyjne oraz w związku z zadaniami państw członkowskich w zakresie edukacji medialnej, w tym wynikającymi ze znowelizowanej dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, zachodzi coraz pilniejsza potrzeba wypracowania systemowego, spójnego modelu edukacji medialnej w Polsce z jasnym i adekwatnym do pełnionej roli podziałem zadań poszczególnych organów i instytucji państwa, szkolnictwa wyższego, systemu edukacji, środowisk akademickich i organizacji pozarządowych oraz zapewnienie stabilnego finansowania i koordynacji w tej dziedzinie. Elementem tego systemu powinno być zaprojektowanie i cykliczna realizacja badania kompetencji medialnych i informacyjnych na reprezentatywnej grupie Polaków oraz ewaluacja i bieżąca korekta prowadzonych działań¹²⁰. Szczególną rolę w systemowym modelu edukacji medialnej powinien pełnić model

¹¹⁷ <https://ec.europa.eu/futurium/en/european-media-literacy-events>.

¹¹⁸ W 2019 r. do repozytorium zostały zgłoszone następujące przedsięwzięcia z Polski: II Kongres Kompetencji Cyfrowych zgłoszony przez Stowarzyszenie Miasta w Internecie, warsztaty w NiNA na temat modelu edukacji medialnej, informacyjnej i cyfrowej – MEMIC zgłoszone przez Fundację Nowoczesna Polska, kampania społeczna #jestnaswiecej oraz program Mega Misja zgłoszone przez Fundację Orange, News Literacy Global Conference zgłoszone przez Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu Adama Mickiewicza w Poznaniu.

¹¹⁹ <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/aktualnosci/news,2937,europejski-tydzien-edukacji-medialnej.html> <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/aktualnosci/news,2779,edukacja-medialna-w-2019-r---zaznacz-swoja-aktywnosc-na-interaktywnej-mapie-europy.html>. <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/aktualnosci/news,2781,europejski-tydzien-edukacji-medialnej.htm>.

¹²⁰ Stanowisko Polskiego Komitetu Programu Informacja dla Wszystkich przy Polskim Komitecie ds. UNESCO z 2011 r. w kwestii zapewnienia edukacji medialnej wszystkim grupom społecznym i wiekowym http://www.unesco.pl/fileadmin/user_upload/pdf/edukacja_medialna_PK_IFAP_stanowisko__1_.pdf.

kształcenia kadry nauczycielskiej oraz aktualizacja kompetencji medialnych i informacyjnych nauczycieli¹²¹.

KRRiT, w ramach swojej eksperckiej roli, ogłaszając w 2019 r. we współpracy z Ministerstwem Kultury i Dziedzictwa Narodowego konsultacje publiczne w sprawie kierunków implementacji znowelizowanej dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych¹²², pytała o opinie na temat:

- preferowanego kształtu nowego modelu edukacji medialnej w Polsce z podziałem na organy państwa (właściwe resorty i KRRiT) i podmioty rynkowe (nadawcy, dostawcy VoD i dostawcy platform udostępniania wideo);
- metod i narzędzi służących przeciwdziałaniu i zwalczaniu zjawiska dezinformacji;
- sposobów, w jakie dostawcy platform udostępniania wideo powinni wypełniać wynikające z dyrektywy obowiązki dotyczące informowania o systemach służących ochronie użytkowników.

Wyniki konsultacji¹²³ wskazały na potrzebę:

- zmian systemowych, a nawet uznania edukacji medialnej za jeden z kluczowych mechanizmów rozwoju państwa, gospodarki i społeczeństwa, uczynienie z niej jednego z filarów spójności społecznej;
- finansowania przez państwo działań z zakresu edukacji medialnej, szczególnie w obszarze rozwijania umiejętności krytycznego myślenia, krytycznego rozumienia otoczenia medialnego i zasad rządzących światem nowych mediów, a także czynników kulturowych, ekonomicznych i technologicznych wpływających na korzystanie z mediów, odróżniania prawdy od fake newsów, rozumienia, selekcji i tworzenia informacji;
- wzięcia przez państwo odpowiedzialności za stan edukacji medialnej w Polsce ze wspierającą rolą podmiotów rynkowych i organizacji pozarządowych.

Respondenci wskazali także możliwe role dla KRRiT: począwszy od wzięcia przez regulatora odpowiedzialności za edukację medialną w Polsce i stworzenia ciała koordynującego w tym zakresie, poprzez badanie stanu edukacji medialnej, wprowadzenie funduszu dla dostawców mediów i dostawców platform udostępniania wideo przeznaczonego na edukację medialną, systemową weryfikację działań tych dostawców oraz mierzenie skuteczności ich działań, po konsultacje z wszystkimi uczestnikami procesu edukacji medialnej w celu rozpoznania potrzeb, stanowisk i możliwości.

W kierunkach implementacji DAUM (lipiec, 2020 r.)¹²⁴, KRRiT postulowała:

¹²¹ Pomocny w tym zakresie może okazać się wypracowany w 2019 r. Model Edukacji Medialnej, Informacyjnej i Cyfrowej (MEMIC), którego głównym celem jest kształtowanie krytycznego rozumienia mediów i otoczenia medialnego przez nauczycieli w odpowiedzi na aktualne zmiany technologiczne, społeczne i kulturowe. MEMIC został opracowany przez: Polskie Towarzystwo Edukacji Medialnej, Polski Komitet do spraw UNESCO, Filmotekę Narodową - Instytut Audiowizualny, Fundację Nowoczesna Polska, Centrum Edukacji Obywatelskiej/Fundację Szkoła z Klasą oraz Stowarzyszenie Cyfrowy Dialog.

¹²² <http://www.krrit.gov.pl/regulacje-prawne/konsultacje-krrit/news,2873,krrit-oglasza-publiczne-konsultacje-w-sprawie-nowelizacji-dyrektywy-o-audiowizualnych-uslugach.html>.

¹²³ <http://www.krrit.gov.pl/regulacje-prawne/konsultacje-krrit/news,2918,wyniki-konsultacji-w-sprawie-nowelizacji-dyrektywy-o-audiowizualnych-uslugach-medialnych.html>.

¹²⁴ <http://www.krrit.gov.pl/regulacje-prawne/unia-europejska/dyrektywa-medialna/>.

- powołanie przy KRRiT rady, z obligatoryjnym udziałem właściwych urzędów administracji państwa, która będzie koordynowała działania z zakresu edukacji medialnej w Polsce;
- powierzenie KRRiT prowadzenia badań i oceny stanu realizacji edukacji medialnej w Polsce;
- zobowiązanie dostawców platform udostępniania wideo do zapewnienia użytkownikom odpowiednich środków i narzędzi kształtowania umiejętności korzystania z mediów oraz do podnoszenia świadomości tych użytkowników w tym zakresie;
- powierzenie KRRiT oceny, czy środki i narzędzia stosowane przez dostawców platform udostępniania wideo są odpowiednie;
- powierzenie KRRiT obowiązku sprawozdawczości do KE w zakresie promowania rozwoju umiejętności korzystania z mediów oraz stosowania środków w tym zakresie.

W zależności od przyjętych przez Parlament RP rozwiązań legislacyjnych¹²⁵, nowa rola KRRiT w zakresie edukacji medialnej powinna przede wszystkim uwzględniać jej rolę ekspercką, a także będzie wymagała wyposażenia jej w odpowiednie uprawnienia i narzędzia, w tym finansowe i kompetencyjne, w celu realizacji nowych zadań, w tym oceny odpowiedniości środków stosowanych przez dostawców platform udostępniania wideo (poniżej informacje na temat wymagań znolizowanej dyrektywy w tym zakresie) oraz sprawozdawczości do Komisji Europejskiej.

8.2. Edukacja medialna: nowe obowiązki wynikające z nowelizacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych

Demaskowanie dezinformacji i budowanie odporności na to zjawisko wymaga przede wszystkim wzmocnienia krytycznego myślenia¹²⁶. Kierunek ten odzwierciedlają normatywne i nienormatywne dokumenty unijne, w tym ww. znolizowana dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych (DAUM).

Przepisy DAUM poszerzają zakres znaczeniowy edukacji medialnej rozumianej jako *umiejętności, wiedza i rozumienie, które pozwalają obywatelom skutecznie i bezpiecznie używać mediów o umiejętność krytycznego myślenia niezbędną do dokonywania ocen, analizowania złożonych realiów oraz odróżniania opinii od faktów*. Ponadto, przepisy te wyraźnie wskazują, iż *niezbędne jest, by zarówno dostawcy usług medialnych, jak i dostawcy platform udostępniania wideo we współpracy ze wszystkimi zainteresowanymi stronami, promowali rozwój umiejętności korzystania z mediów we wszystkich grupach społecznych, wśród obywateli w różnym wieku, w różnych mediach, a także by postęp w tym zakresie był uważnie śledzony* (motyw 59 DAUM).

¹²⁵ Projekt ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz ustawy o kinematografii implementujący do polskiego porządku prawnego dyrektywę o audiowizualnych usługach medialnych został skierowany przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego do Rządowego Centrum Legislacji w dn. 8.09.2020 r. (wersja z dn. 7.09.2020 r.) <https://legislacja.gov.pl/projekt/12337952>.

¹²⁶ Por. Grzegorz Ptaszek, *Edukacja medialna 3.0 Krytyczne rozumienie mediów cyfrowych w dobie Big Data i algorytmizacji*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2019.

W tym celu przepisy dyrektywy nakładają bezpośrednie obowiązki na państwa członkowskie UE. Są to:

- promowanie rozwoju umiejętności korzystania z mediów i stosowanie środków w tym zakresie oraz cykliczne raportowanie do Komisji Europejskiej - pierwsze sprawozdanie do 19 grudnia 2022 r., a następnie co 3 lata (art. 33a);
- ustanowienie niezbędnych mechanizmów oceny odpowiedniości środków stosowanych przez dostawców platform udostępniania wideo oraz powierzenie oceny tych środków krajowemu organowi regulacyjnemu (art. 28b ust. 5)¹²⁷.

Zgodnie z art. 33a ust. 3 DAUM Komisja Europejska ma wydać wytyczne co do zakresu ww. sprawozdań.

Ponadto, na mocy art. 30b ust. 3 DAUM, organy regulacyjne należące do ERGA (*European Regulators Group for Audiovisual Media Services*) zostały zobowiązane do wymiany doświadczeń i sprawdzonych rozwiązań dotyczących stosowania ram regulacyjnych w zakresie audiowizualnych usług medialnych, w tym dotyczących umiejętności korzystania z mediów.

Przepisy DAUM nakładają także konkretne obowiązki na dostawców platform udostępniania wideo, którzy po raz pierwszy będą objęci zakresem tej dyrektywy. Ich zadaniem będzie między innymi oferowanie skutecznych środków i narzędzi kształtowania umiejętności korzystania z mediów oraz podnoszenie świadomości użytkowników odnośnie tych środków i narzędzi (art. 28b ust. 3 lit j). Środki te obejmują między innymi:

- ochronę małoletnich użytkowników przed nieodpowiednimi treściami w audycjach, wideo stworzonych przez użytkowników oraz w handlowych przekazach audiowizualnych poprzez uwzględnienie i stosowanie w regulaminach odpowiednich zapisów, oznakowanie przekazów handlowych, oznakowanie nieodpowiednich treści, utworzenie i obsługę systemów weryfikacji wieku użytkowników, systemy kontroli rodzicielskiej;
- ochronę ogółu odbiorców przed audycjami, wideo stworzonymi przez użytkowników oraz handlowymi przekazami audiowizualnymi, które zawierają nawoływanie do przemocy lub nienawiści ze względów określonych w art. 21 Karty Praw Podstawowych (płeć, rasa, kolor skóry, pochodzenie etniczne lub społeczne, cechy genetyczne, język, religia lub przekonania, poglądy polityczne lub wszelkie inne poglądy, przynależność państwowa, przynależność do mniejszości narodowej, majątek, urodzenie, niepełnosprawność, wiek lub orientacja seksualna);
- ochronę ogółu odbiorców przed audycjami, wideo stworzonymi przez użytkowników oraz handlowymi przekazami audiowizualnymi zawierającymi treści, których rozpowszechnianie jest przestępstwem na mocy prawa unijnego (publiczne nawoływanie do terroryzmu, pornografia dziecięca, przestępstwa na tle rasistowskim i ksenofobicznym);
- tworzenie i obsługę przejrzystych i przyjaznych dla użytkowników mechanizmów zgłaszania i oceny nieodpowiednich treści oraz informowanie użytkowników o podjętych w tej sprawie działaniach;

¹²⁷ Do celów wdrażania tych środków przez dostawców platform udostępniania wideo, przepisy dyrektywy zachęcają państwa członkowskie do stosowania współregulacji przewidzianej w art. 4a ust. 1 DAUM.

- tworzenie i obsługę przejrzystych, łatwych w użyciu i skutecznych procedur przyjmowania i rozpatrywania skarg użytkowników.

Zastosowanie tych środków powinno znacząco przyczynić się do budowania świadomości, odpowiedzialności i aktywnej postawy użytkowników platform internetowych. Dostawcy platform internetowych powinni być zatem naturalnym sprzymierzeńcem państw członkowskich UE w zakresie edukacji medialnej, w tym również w zakresie przeciwdziałania dezinformacji online i jej zwalczania.

Komplementarnym instrumentem edukacji medialnej służącym walce z dezinformacją jest rekomendowane w dokumentach Komisji Europejskiej¹²⁸ oraz w Kodeksie Postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji, którego sygnatariuszami są m.in. wielkie koncerny internetowe Facebook, Google, Twitter i Mozilla, uprzywilejowane pozycjonowanie przez dostawców platform treści pochodzących z wiarygodnych źródeł, w tym profesjonalnego dziennikarstwa, nacisk na działania fact checkerów (więcej na ten temat w rozdziale 3), dopuszczenie do badań środowisk naukowych oraz upodmiotowienie użytkowników, którzy powinni otrzymywać informacje o sposobach działania algorytmów, pozycjonowaniu i sekwencjonowaniu treści oraz o praktycznych konsekwencjach stosowania tych środków. Niektóre państwa członkowskie, np. Francja, nie czekając na implementację DAUM, wprowadziły własne przepisy w tym zakresie - patrz poniżej.

8.3. Inne kraje: przykłady dobrych praktyk w zakresie edukacji medialnej

Francja

We Francji przepisy cytowanej w rozdziale 4.2. *Ustawy o zwalczaniu manipulowania informacją* z grudnia 2018 r. nałożyły na platformy internetowe podlegające francuskiej jurysdykcji obowiązek walki z rozpowszechnianiem fałszywych informacji, w tym podejmowania działań na rzecz edukacji medialnej i informacyjnej. Ustawa ta dała także francuskiemu organowi regulacyjnemu ds. audiowizualnych (CSA) prawo do wydawania rekomendacji w stosunku do dostawców tych platform. *Rekomendacja CSA z 15 maja 2019 r. w sprawie operatorów platform internetowych w kontekście obowiązku zwalczania rozpowszechniania fałszywych informacji* zachęca ich m.in. do wspierania użytkowników w identyfikowaniu wiarygodnych źródeł informacji, do podnoszenia świadomości tych użytkowników na temat oddziaływania zamieszczanych przez nich treści oraz do rozwoju krytycznego myślenia, w szczególności u dzieci i młodzieży. CSA zachęca ich także do opracowania narzędzi służących analizie wiarygodności źródeł informacji (np. moduły wideo czy przewodniki) oraz zaleca im wspieranie projektów i tworzenie partnerstw na rzecz edukacji medialnej, informacyjnej i cyfrowej. CSA zachęca także dostawców platform do wspierania niezależnych inicjatyw podejmowanych przez dziennikarzy i naukowców, których celem jest lepsze zrozumienie i ilościowe określenie zjawiska dezinformacji, w szczególności poprzez zapewnienie im dostępu do danych, zgodnie z zasadami ochrony danych oraz z poszanowaniem bezstronności ich pracy. Rekomendacja organu regulacyjnego zachęca dostawców tych platform do prowadzenia kampanii informacyjnych i uświadamiających w zakresie edukacji medialnej i informacyjnej.

¹²⁸ Przykładowo Komunikat Komisji Europejskiej *Plan działania przeciwko dezinformacji*, Brussels, 5.12.2018 JOIN(2018) 36 final oraz Komunikat *Zwalczanie dezinformacji w internecie: podejście europejskie*, Bruksela, 26.4.2018 r. COM(2018) 236 final.

Ponadto, przepisy ww. ustawy wprowadziły do francuskiej ustawy oświatowej nieznaczne liczebnie, ale istotne znaczeniowo następujące uzupełnienia¹²⁹:

- fragment dot. edukacji moralnej i obywatelskiej został uzupełniony o podkreśloną treść:

Celem edukacji moralnej i obywatelskiej jest sprawienie, by uczniowie stawali się odpowiedzialnymi i wolnymi obywatelami, by rozwinęli zmysł krytyczny i umieli przyjąć postawę refleksji, w tym w korzystaniu z Internetu i usług komunikacji łączności elektronicznej. (...) W kontekście edukacji moralnej i obywatelskiej uczniowie są przygotowani do rozwijania krytycznego i przemyślanego podejścia do informacji oraz do kształtowania odpowiedzialnych postaw w korzystaniu z interaktywnych narzędzi w stosunku do usług świadczonych drogą elektroniczną. Są oni informowani o sposobach weryfikacji wiarygodności informacji w celu kontrolowania upublicznionego w ten sposób wizerunku, o zagrożeniach związanych z ekspozycją siebie i innych osób, o prawach, które wynikają z Rozporządzenia UE RODO oraz ustawy dot. ochrony danych osobowych i działalności Krajowego Inspektora Danych Osobowych.

- fragment dotyczący podstawy programowej dla szkół gimnazjalnych został uzupełniony o podkreśloną treść:

Program nauczania gimnazjów obowiązkowo zawiera wstęp do edukacji ekonomicznej i społecznej, wstęp do edukacji technologicznej oraz edukację medialną i informacyjną, w ramach której zawiera się kształcenie krytycznej analizy dostępnych informacji.

- fragment dotyczący szkół wyższych kształcących nauczycieli został uzupełniony o podkreśloną treść:

Przygotowują one przyszłych nauczycieli i kadrę edukacyjną do (...) edukacji medialnej i informacyjnej, a także do uczenia się przez całe życie. Organizują szkolenia podnoszące świadomość na temat równości płci, walki z dyskryminacją, manipulowania informacją, kształcenia uczniów niepełnosprawnych, a także szkolenia w zakresie zapobiegania konfliktom i pokojowego ich rozwiązywania.

Irlandia

W Irlandii organ regulacyjny ds. audiowizualnych (BAI) firmuje niezależną i nieformalną sieć współpracy działającą na rzecz rozwoju edukacji medialnej *Media Literacy Ireland* (MLI). Sieć skupia ponad 120 krajowych członków instytucjonalnych z różnych sektorów, w tym przedstawicieli: Biura Rzecznika Praw Obywatelskich, instytutu sztuki filmowej, Biura Programu Kreatywna Europa, stowarzyszenia bibliotekarzy, stowarzyszenia reklamodawców, dostawców audiowizualnych usług medialnych oraz platform internetowych (Facebook, Google, Twitter). Udział w ww. sieci współpracy jest dobrowolny, a rolą organu regulacyjnego jest koordynacja i ułatwianie działań podejmowanych przez członków sieci¹³⁰.

Przykładowym działaniem MLI jest ogólnokrajowa kampania *Be Media Smart*, skierowana do wszystkich grup wiekowych. Motywem przewodnim była zachęta do roztropnego korzystania z treści medialnych, w tym używania krytycznego myślenia i sprawdzania rzetelności i wiarygodności tych

¹²⁹ Tłumaczenie robocze z języka francuskiego.

¹³⁰ Więcej informacji na <https://www.medialiteracyireland.ie/>.

treści¹³¹. Kampania prowadzona była w radiu i telewizji, prasie drukowanej oraz w mediach cyfrowych. Zgodnie z deklaracją przedstawicieli BAI, przygotowanie kampanii trwało 120 dni, jej szacunkowa wartość - ponad 300 tys. EUR przy poniesionych kosztach poniżej 20 tys. EUR.

Chorwacja

W 2019 r. Chorwacja po raz pierwszy zorganizowała krajowe Dni Edukacji Medialnej pod egidą chorwackiego organu regulacyjnego ds. mediów elektronicznych (AEM), we współpracy z UNICEF oraz Ministerstwem Kultury, Ministerstwem Nauki, Instytutem Audiowizualnym i stowarzyszeniami prasowymi. Zorganizowano 273 wydarzenia - warsztaty, projekcje filmów, wykłady itp., którymi objęto 13 tys. dzieci i młodzieży oraz 1850 edukatorów w 90 miejscowościach. Tematyka projektu dotyczyła takich zagadnień jak: tolerancja, krytyczne myślenie, poszanowanie godności ludzkiej, przeciwdziałanie mowie nienawiści, walka z fake newsami i manipulacją. Zgodnie z deklaracją przedstawicieli AEM, po stronie regulatora w projekt zaangażowanych było 6 pracowników, których wspierali partnerzy zewnętrzni, głównie UNICEF. Budżet projektu wyniósł 27,5 tys. EUR, intensywne przygotowania trwały 5 miesięcy, a realizacja projektu - 5 dni.

Wielka Brytania

W Wielkiej Brytanii, pod szyldem organu regulacyjnego (Ofcom), działa program na rzecz rozwoju edukacji medialnej *Making Sense of Media*. Celem programu i eksperckiej sieci o tej samej nazwie jest promowanie rozwoju umiejętności korzystania z mediów w Internecie, prowadzenie szerokich badań, ich publikacja oraz skoordynowanie działań z różnych obszarów w zakresie edukacji medialnej¹³². W skład eksperckiej sieci wchodzi przedstawiciele różnych sektorów, w tym środowisk akademickich i organizacji pozarządowych.

Przykładowym działaniem było wydanie przez Ofcom, we współpracy z brytyjskim Urzędem Ochrony Danych Osobowych, raportu o technologii „adtech” wykorzystywanej w strategiach reklamowych w celu precyzyjnego określania, jakie reklamy adresować do danego użytkownika¹³³.

Od lipca 2019 r. przy Ofcom działa także kilkunastoosobowy panel doradczy złożony m.in. z przedstawicieli UNESCO, BBC, Facebooka, Google, krajowego stowarzyszenia bibliotekarzy, Oxford Internet Institute oraz London School of Economics, który doradza regulatorowi w sprawach związanych m.in. z nowymi obszarami badawczymi oraz ewaluacją działań na rzecz zwiększania kompetencji medialnych i krytycznego myślenia wśród obywateli Wielkiej Brytanii.

Węgry

Na Węgrzech od 2014 r. działa projekt *Magiczna Dolina*. Firmuje go organ regulacyjny ds. mediów i komunikacji elektronicznej (NMHH), a zrealizowany został w partnerstwie publiczno-

¹³¹ *Be Media Smart and Stop, Think, and Check that information [we] can see, read or hear across any media platform is accurate and reliable.* Więcej informacji pod adresem www.bemediasmart.ie.

¹³² Więcej informacji o Making Sense of Media <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/media-literacy-research> oraz na <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/aktualnosci/news,2852,krytyczne-podejscie-do-mediow---dzialania-ofcomu.html>, <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/aktualnosci/news,2826,brytyjczycy-i-internet---korzysci-i-obawy-uzytownikow.html>, <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/aktualnosci/news,2806,co-jak-i-gdzie-ogladaja-dzieci-w-internecie-raport-brytyjskiego-organu-regulacyjnego-ofcom.html>.

¹³³ <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/aktualnosci/news,2807,czy-wiemy-jak-dziala-reklama-w-internecie-raport-brytyjskiego-urzedu-ochrony-danych-osobowych-ico-i-.html>.

prywatnym z udziałem rządu, operatorów telekomunikacyjnych oraz dostawców usług medialnych. Obecnie w ramach projektu działają dwa centra edukacji medialnej, w Budapeszcie i Debreczynie (trzeci ma być niebawem otwarty w Sopronie), do których na bezpłatne jednodniowe warsztaty przyjeżdżają grupy uczniów ze szkół z całego kraju. Podczas warsztatów w profesjonalnie przygotowanych studiach tematycznych, pod opieką przeszkolonych pracowników *Magicznej Doliny*, uczniowie są bezpośrednio zaangażowani w proces medialnej kreacji, np. projektowanie i wykonanie przykładowej okładki czasopisma/pierwszej strony gazety, opracowanie i nagranie krótkiej audycji radiowej, przygotowanie mini scenariusza, dobór rekwizytów i scenografii, zagranie ról, nagranie i zdubbingowanie krótkiego filmu przygodowego, realizację telewizyjnej audycji informacyjnej, wcielenie się w rolę prezentera prognozy pogody w studiu imitującym rzeczywiste studio, przygotowanie reklamy telewizyjnej, czy przestrzeganie w praktyce zasad bezpieczeństwa przy korzystaniu z technologii mobilnych i Internetu¹³⁴.

Włochy

We Włoszech, pod auspicjami krajowego organu regulacyjnego ds. komunikacji elektronicznej (AGCOM) powstał poradnik i dwa filmiki zamieszczone na YouTube pokazujące, jak unikać dezinformacji w Internecie. Opis inicjatywy znajduje się w *Drogowskazie Medialnym*¹³⁵.

9. Rola KRRiT

KRRiT w ramach swoich ustawowych działań regulacyjnych będzie systematycznie monitorować audiowizualne usługi medialne (programy i usługi VoD) sprawdzając stosowane przez ich dostawców środki służące ochronie użytkowników. Będzie także kontrolować realizację wynikających ze znowelizowanej DAUM ustawowych obowiązków, które po raz pierwszy obejmą dostawców platform udostępniania wideo w wybranych obszarach. Trzeba jednak jasno podkreślić, że nie będzie to monitoring treści, jakie użytkownicy Internetu zamieszczają na tych platformach.

Treści promowane sensacyjnymi leadami czy tytułami, a tym samym chętnie klikane przez użytkowników, sprzyjają tworzeniu szumu informacyjnego. Taka sytuacja to naturalne środowisko do rozprzestrzeniania się dezinformacji i fałszywych treści, co potwierdzają liczne badania. KRRiT, jako regulator rynku mediów stara się wpływać na jakość przekazów medialnych i chce, korzystając z przysługujących jej narzędzi, wspierać wysokiej jakości dziennikarstwo, zwracając, przede wszystkim nadawcom/dostawcom treści, uwagę na znaczenie prowadzenia wysokiej jakości debat publicznych, także w okresie przedwyborczym. W relacjach z platformami udostępniania treści KRRiT postulować będzie wysokie pozycjonowanie w katalogach rzetelnych treści pochodzących z wiarygodnych źródeł, po to by użytkownik w pierwszej kolejności miał kontakt ze sprawdzoną, obiektywną informacją.

Poprawie świadomości odbiorców służą kampanie edukacyjno-informacyjne poświęcone zagrożeniom związanym z dezinformacją. W ocenie KRRiT działania promujące edukację medialną, skierowane do ogółu społeczeństwa, mogą przyczynić się do zwrócenia uwagi obywateli na zjawisko, ostrzec ich przed zagrożeniami, a także podnosić kompetencje w zakresie świadomego korzystania

¹³⁴ Więcej na temat projektu pod adresem <https://magicvalley.eu/> oraz <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/aktualnosci/news,1553,wegry-edukacja-medialna-w-praktyce.html>.

¹³⁵ <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/aktualnosci/news,2853,wloski-przewodnik-jak-unikac-dezinformacji-w-mediach-spolescnosciowych.html>.

z mediów. To zadanie także dla mediów: publicznych i komercyjnych, które ze względu na masowy zasięg powinny brać aktywny udział w podnoszeniu kompetencji medialnych odbiorców.

W ocenie KRRiT konieczne jest położenie silnego akcentu w systemie oświaty na zdobywanie kompetencji medialnych i informacyjnych, i to na każdym etapie kształcenia. Wzorem krajów takich jak Francja czy kraje anglosaskie należy podejmować działania służące kształceniu krytycznych postaw w ocenie treści medialnych, wypracowywania, począwszy od wczesnego etapu kształcenia, mechanizmów rozpoznawania manipulacji czy dezinformacji oraz aktywnego uczestniczenia w tworzeniu narzędzi służących poprawianiu jakości treści.

Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, zgodnie ze swoimi ustawowymi kompetencjami, od lat promuje edukację medialną. Opisane w tym opracowaniu nowe wyzwania powinny prowadzić do wzmocnienia tych kompetencji np. w kierunku przystępowania do badań i projektów czy finansowania działań z zakresu edukacji medialnej. Pytanie o ustawowy zakres tych kompetencji rozstrzygnie się w ustawie implementującej do polskiego porządku prawnego przepisy znowelizowanej dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych, której projekt został złożony przez Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego do Rządowego Centrum Legislacji we wrześniu 2020 r.¹³⁶.

10. Wnioski i rekomendacje

Przeciwdziałanie i zwalczanie dezinformacji leży w interesie zarówno obywateli jak i instytucji państwa. Niniejsze opracowanie jest próbą opisanego problemu, w obliczu którego stoją wszystkie społeczeństwa i kraje świata.

W rozdziale 1 zdefiniowany został problem fake newsów i dezinformacji zarówno poprzez przywołanie dokumentów szeroko opisujących zjawisko i przyczyny jego powstawania, jak i opis mechanizmów i motywacji jego rozprzestrzeniania się we współczesnym świecie, szczególnie za pośrednictwem dynamicznie i w niekontrolowany sposób rozwijających się mediów społecznościowych. Dezinformacja stała się społecznym problemem na tyle poważnym, że może wpływać na funkcjonowanie państw i rządów oraz destabilizować sytuację polityczną - wynika to także z raportu NASK *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej*. Eksperti podkreślają w nim, że dezinformacja ma miejsce wtedy, kiedy rozpowszechniane informacje dotyczą kwestii ważnych z punktu widzenia interesu publicznego, mają wywołać niepewność lub wrogość, doprowadzić do zakłócenia procesów demokratycznych i są rozpowszechniane za pomocą zautomatyzowanych i agresywnych technik, takich jak boty, sztuczna inteligencja, mikrotargeting czy trollowanie¹³⁷.

Niestety, podejmowane od lat próby przeciwdziałania oraz zahamowania rozprzestrzeniania się dezinformacji online opisane w rozdziale 2, mimo wysiłków organizacji takich jak Rada Europy, Parlament Europejski czy Komisja Europejska okazały się daleko niewystarczające.

Poddając je krytycznej ocenie wskazać można przede wszystkim długotrwałe procedury ucierania się ostatecznych stanowisk, brak możliwości stosowania zdecydowanych rozwiązań w postaci skutecznych narzędzi eliminujących powstawanie czy osłabianie działania dezinformacji.

¹³⁶ <https://legislacja.gov.pl/projekt/12337952>.

¹³⁷ Raport *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej*. Państwo Społeczeństwo Polityka Biznes, NASK, Warszawa, wrzesień 2019 r.

Podpisanie w 2018 r. *Kodeksu postępowania w sprawie dezinformacji online* przez największe przedsiębiorstwa internetowe m.in. Facebook, Google, Twitter, Mozillę i TikTok omówione w rozdziale 2 nie przyniosło w praktyce spodziewanych efektów. Mimo wysiłków sygnatariuszy prowadzących stałe prace nad wdrożeniem kolejnych technicznych rozwiązań do walki z dezinformacją na platformach VSP, Komisja uznała, że tą drogą nie da się osiągnąć zadowalających rezultatów, i że należy wprowadzić mechanizmy współregulacyjne. Rozwiązania w tym zakresie mają znaleźć się w unijnym akcie prawnym o usługach cyfrowych (Digital Services Act).

Jak wynika z informacji zawartych w rozdziale 8 dodatkowe utrudnienie w tych działaniach stanowi, podnoszony wielokrotnie zarówno na forach europejskich jak i krajowych, niezadawalający poziom edukacji medialnej i ograniczona umiejętność krytycznej oceny informacji przez użytkowników. Niewystarczające, dla ograniczenia zjawiska dezinformacji, są także opisane w rozdziale 7 działania podejmowane przez organizacje zajmujące się weryfikacją informacji, ze względu na ich własne słabości. W skali międzynarodowej zalicza się do nich brak znajomości kontekstów regionu, historii i kultury oraz języka informacji, w skali krajowej uwikłanie w bieżącą sytuację polityczną i społeczną. Ograniczenie roli fact checkerów jest również związane z brakiem potrzeby użytkowników związanej z weryfikacją źródła i faktów. Z tych względów fact checkerzy nie są w stanie stworzyć skutecznej bariery przed zmasowanymi, często zaplanowanymi i strategicznie przeprowadzanymi działaniami dezinformacyjnymi.

Współczesnym standardem stało się korzystanie ze zintegrowanych i różnorodnych form przekazu, które docierają do odbiorców za pośrednictwem platform i portali internetowych, czy elektronicznych wersji prasy drukowanej. Wysokiej jakości treści dziennikarskie wypierane są przez „klikalne” tytuły pojawiające się masowo w serwisach, z których korzysta dziś użytkownik mediów. Na podstawie przytoczonych w rozdziale 6 badań młodzieży, internautów i dziennikarzy pokazane zostały określone skutki w postaci m.in. braku zaufania do informacji i braku nawyku weryfikacji faktów, czy podatność na manipulacje w mediach.

Włączenie regulatorów audiowizualnych w obszar treści dostępnych online nastąpiło w nowelizacji dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych (DAUM). Nowe przepisy nakładają na podmioty odpowiedzialne za ład medialny, takie jak Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji, nowe obowiązki wobec nowych usług - platform udostępniania plików wideo. Jak dotąd zjawisko szerzenia się dezinformacji nie zostało jednak objęte nowymi przepisami.

Działalność tych platform jest już obecnie objęta regulacjami wynikającymi z innych aktów prawnych, m.in. prawa prasowego, prawa świadczenia usług drogą elektroniczną, prawa telekomunikacyjnego, prawa o nieuczciwej konkurencji czy prawa o ochronie konsumentów. Już dziś platformy te podejmują różne działania związane z bezpieczeństwem informatycznym, ochroną danych osobowych, ochroną praw autorskich i praw pokrewnych czy dotyczących naruszeń kodeksu karnego i cywilnego. Warto więc rozważyć integrację różnych oczekiwań wobec platform i połączyć siły różnych instytucji państwa: Ministerstwa Cyfryzacji, Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Urzędu Ochrony Danych Osobowych, Urzędu Komunikacji Elektronicznej oraz KRRiT. Z punktu widzenia ekonomii działań struktur państwa oraz biorąc pod uwagę postulat proporcjonalności nakładanych na sektor prywatny obciążeń, niezbędne wydaje się skoordynowanie wszystkich działań podejmowanych na tym polu.

W przywoływanym kilkakrotnie w niniejszym opracowaniu, raporcie Państwowego Instytutu Badawczego NASK *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej* podkreśla się wyraźnie, że

odpowiedź na dezinformację powinna mieć charakter systemowy, a ważną rolę spełniłaby strategia państwa w tym zakresie wraz z wyznaczeniem podmiotu koordynującego poszczególne działania.¹³⁸

Mając powyższe argumenty na uwadze wydaje się, że dużo skuteczniejszymi niż dotychczas stosowane środki, mogą okazać się przepisy zawarte w zaproponowanym w ostatnich miesiącach przez Komisję Europejską akcie prawnym o usługach cyfrowych (DSA)¹³⁹ opisanym w rozdziale 2.

Proponowane w nim zapisy wskazują, iż kompleksowe rozwiązanie problemów ochrony użytkowników przed szkodliwymi treściami, w tym dezinformacją, wymaga wiążącej regulacji UE. Projekt wychodzi także naprzeciw postulatam samych platform, które, chwając jednolity standard ochrony danych określony w *rozporządzeniu Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych*¹⁴⁰ wskazywały, iż ewentualna regulacja dotycząca platform internetowych powinna być w jak największym stopniu zharmonizowana na obszarze całej UE.

W ocenie KRRiT, wyrażonej w konsultacjach tego aktu prawnego, przepisy powinny jasno określać zakres obowiązków i odpowiedzialności platform, m.in. w związku z celowym, skoordynowanym upowszechnianiem dezinformacji oraz powinny określać obowiązki dostawców platform z zakresu edukacji medialnej i informacyjnej w tym zakresie. Regulacja platform powinna zapewnić wdrożenie przez platformy rozsądnych i proporcjonalnych środków technicznych zapobiegających pojawieniu się niektórych rodzajów wyraźnie rozpoznawalnych nielegalnych treści. Środki takie powinny być ściśle zastrzeżone dla niektórych kategorii wyraźnie identyfikowalnych nielegalnych treści (np. treści terrorystycznych) oraz szczególnie szkodliwych dezinformacji (np. zakłócających demokratyczne wybory).

KRRiT zdecydowanie wspiera działania mające na celu zwiększenie przejrzystości działalności platform VSP. Poza środkami, które wchodzi w zakres art. 28b DAUM, działania platform w zakresie moderacji treści mają miejsce w środowisku, które nie podlega obecnie w znaczącym stopniu odpowiedzialności lub obowiązkowi przejrzystości. Nie istnieje żaden mechanizm prawny, który w rzeczywistości zmuszałby platformy do rozliczania się z takiej działalności, ani ze sposobu, w jaki podejmują one decyzje dotyczące ogromnych ilości treści w Internecie. W związku z tym konieczne jest systemowe podejście do regulacji ze szczególnym zwróceniem uwagi, w jaki sposób platformy reagują na kwestie o największym poziomie ryzyka dla użytkowników i społeczeństwa. W celu zapewnienia przestrzegania wymogów art. 28b DAUM platformy internetowe będą musiały udostępniać informacje na temat projektowania i funkcjonowania systemów, procesów i polityki w zakresie swoich usług, w tym na temat tego, jak są one stosowane w praktyce i jakie są ich skutki.

Na poziomie makro oczekuje się, że właściwy organ regulacyjny określi standardy przejrzystości dla platform w odniesieniu do podejmowanych przez nie decyzji dotyczących treści i sposobu funkcjonowania ich systemów. Podstawową kwestią (regulacyjną) jest zapewnienie systematycznego podejścia do tworzenia, przechowywania i organizacji takich informacji przez platformy w celu ułatwienia kontroli, analizy, audytu i wykorzystania ich do różnych celów. Właściwe organy regulacyjne

¹³⁸ Raport *Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej. Państwo Społeczeństwo Polityka Biznes*, NASK, Warszawa, wrzesień 2019 r.

¹³⁹ <https://www.europarl.europa.eu/news/pl/agenda/briefing/2020-10-19/1/parlament-okresli-swoje-priorytety-dla-przyszlej-ustawy-o-uslugach-cyfrowych>

¹⁴⁰ *Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE*

powinny mieć kompetencje do określania standardów przejrzystości, które pośrednik internetowy ma obowiązek zapewnić w przypadku udostępnianych treści i samego sposobu funkcjonowania swojej usługi. Standardy te winny dotyczyć takich kwestii jak kryteria stosowane przy określaniu naruszeń, dane związane z powiadomieniami i późniejszym usuwaniem treści, informacje o osobach zajmujących się moderowaniem treści, zasobach technicznych wykorzystywanych w tym celu oraz terminowości rozpatrywania skarg użytkowników. Ponadto, w ocenie KRRiT, właściwe organy powinny mieć dostęp do informacji o automatycznych systemach, z jakich platformy internetowe korzystają do wykrywania, usuwania lub blokowania niezgodnych z prawem treści, przynajmniej w zakresie, który jest konieczny do prowadzenia przez nie postępowań o charakterze karnym czy administracyjnym.

Zintegrowane, systemowe podejście na poziomie instytucjonalnym, ściśle określone obowiązki przypisane konkretnym organom państwa, regulatorom, dostawcom treści, platformom, fact checkerom, służące jak najlepszemu wykorzystaniu połączonych metod, wydaje się dużo skuteczniejszym sposobem niż stosowane dotychczas próby przeciwdziałania fake newsom i dezinformacji w środowisku online opisane także w niniejszej publikacji.

Przytoczone rozwiązania legislacyjne i dobre praktyki wyraźnie wskazują, że walka z dezinformacją wymaga połączenia wysiłków i intensywnej współpracy wszystkich zainteresowanych stron. Wnioski płynące z analizy licznych raportów i opracowań potwierdzają, że działania powinny być prowadzone jednocześnie na wielu poziomach i w wielu obszarach.

Ogromną rolę przypisuje się instytucjom naukowym. Badania nad zjawiskiem dezinformacji muszą posiadać walor obiektywności i racjonalnego spojrzenia. Wszelkie inne reakcje na te praktyki, pozbawione tych przymiotów będą skazane na upolitycznienie i emocjonalne reakcje społeczne.

Jednak bez aktywności społeczeństwa obywatelskiego walka z fake newsami jest skazana na porażkę. Pierwszą linią oporu dla rozprzestrzeniania się dezinformacji są odbiorcy i użytkownicy mediów, do których kierowane są te przekazy. Budowanie świadomości na temat prawdziwych intencji twórców dezinformacji i sposobów, w jaki zataczają one coraz szersze kręgi wpływając na decyzje zbiorowe i indywidualne, to podstawowe zadanie wszystkich odpowiedzialnych stron procesu zwalczania tego zjawiska. Edukacja medialna dzieci i młodzieży powinna być głęboko osadzona w systemie oświaty, a dla osób dorosłych - rozwijana przez organizacje pozarządowe. Powinna też stać się stałym elementem komunikacji platform udostępniania treści z ich użytkownikami.

Żadne działania wobec tak globalnego i powszechnego zjawiska nie będą skuteczne, jeśli pozostawi się je wyłącznie w sferze inicjatyw społecznych. Niezbędne jest więc stałe i adekwatne finansowanie prac naukowych w zakresie badania podstaw ekonomicznych i politycznych dezinformacji oraz sposobu funkcjonowania systemów sztucznej inteligencji. Stąd tak ważne jest ustalenie wymagań dla przejrzystości finansowania reklam na platformach czy opracowanie przepisów zabraniających wyświetlania reklam na stronach tworzonych wyłącznie w celu zamieszczania dezinformacji. Jednocześnie należy zapewnić odpowiednie warunki, w tym finansowe, dla działalności *fact checkerów* stojących na pierwszej linii frontu w walce z dezinformacją.

Bibliografia

1. *Zwalczanie dezinformacji w Internecie: podejście europejskie*, Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Społeczno-Ekonomicznego i Komitetu Regionów COM(2018) 236.
2. Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 3 maja 2018 r. w sprawie pluralizmu mediów i wolności mediów w Unii Europejskiej, 2017/2209 (INI), Dz.U.UE C z dnia 6 lutego 2020 r.
3. *Walka z dezinformacją wokół COVID-19 – dajemy do głosu faktom*, wspólny Komunikat Komisji Europejskiej i Wysokiego Przedstawiciela Unii ds. Zagranicznych i Polityki Bezpieczeństwa do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiej, Europejskiego Komitetu Społeczno-Ekonomicznego i Komitetu Regionów, JOIN (2020)8 final.
4. Freedom on the Net Report 2017, Freedom House.
5. *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Claire Wardle and Hossein Derakhshan, September 2017.
6. A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation, DG for Communication Networks, Content and Technology, 7 March 2018.
7. A multi-dimensional approach to disinformation. Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation, DG for Communication Networks, Content and Technology, 7 March 2018.
8. Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, *Zwalczanie dezinformacji w Internecie: podejście europejskie*, Bruksela, 26.4.2018, COM(2018) 236 final.
9. Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 3 maja 2018 r. w sprawie pluralizmu mediów i wolności mediów w Unii Europejskiej (2017/2209(INI)).
10. Joint Communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. *Action Plan against disinformation*. Brussels, 5.12.2018 JOIN(2018) 36 final
11. Wspólny Komunikat do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiej, Rady, Europejskiego Komitetu Społeczno-Ekonomicznego i Komitetu Regionów. *Walka z dezinformacją wokół COVID-19 – dajemy do głosu faktom*. Bruksela, dnia 10.06.2020 r. JOIN(2020) 8 final.
12. Reakcja UE na koronawirusa, *Walka z dezinformacją podczas pandemii koronawirusa, Wskazówki dla konsumentów i przedsiębiorstw dotyczące oszustw związanych z COVID-19, UE przeciwko dezinformacji* <https://euvsdisinfo.eu/think-before-you-share>
13. Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów w sprawie europejskiego planu działania na rzecz demokracji, Bruksela, dnia 3.12.2020 r., COM(2020) 790 final, https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/european-democracy-action-plan_pl
14. Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, *Europejskie media w cyfrowej dekadzie: Plan działania na rzecz wsparcia odbudowy i transformacji*, COM/2020/784 final, [EUR-Lex - 52020DC0784 - PL - EUR-Lex \(europa.eu\)](https://eur-lex.europa.eu/eur-lex-content/object/?uri=CELEXdoc_52020DC0784)
15. Graves, L. and F. Cherubini. 2016. *The Rise of Fact-checking Sites in Europe*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
16. *Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis*, www.disinforesearch.org
17. *Report from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on the*

- implementation of the Communication "Tackling online disinformation: a European Approach", Brussels, 5.12.2018*
18. *Badanie Aktualne problemy i wydarzenia*, CBOS, wrzesień 2018 r.
 19. *Raport Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej. Państwo Społeczeństwo Polityka Biznes*, Państwowy Instytut Badawczy - Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa NASK, Warszawa, wrzesień 2019 r.
 20. *Fake news and disinformation on line*, Flesz Eurobarometer, luty 2018 r.
 21. *Dwumiesięcznik Press*, 1. 09.2018 r.
 22. *Badanie medialne. Analiza obecności koronawirusa w mediach*, PRESS-SERVICE Monitoring Mediów i Agencja Publicicon, marzec 2020 r.
 23. *Państwowy Instytut Badawczy - Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa NASK, Raport z badania, Nastolatki 3.0*, Warszawa, 2017.
 24. *IBE, kwartalnik Edukacja 2016, 2(137), 67–78*, Agnieszka Rypel, Instytut Filologii Polskiej i Kulturoznawstwa, Uniwersytet Kazimierza Wielkiego, *Umiejętności gimnazjalistów w zakresie odbioru tekstów*, 2016.
 25. *Projekt ustawy o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz ustawy o kinematografii implementujący do polskiego porządku prawnego dyrektywę o audiowizualnych usługach medialnych skierowany przez Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego do Rządowego Centrum Legislacji w dn. 8.09.2020 r. (wersja z dn. 7.09.2020 r.)*
<https://legislacja.gov.pl/projekt/12337952>.
 26. *Grzegorz Ptaszek, Edukacja medialna 3.0 Krytyczne rozumienie mediów cyfrowych w dobie Big Data i algorytmizacji*. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2019
 27. *Komunikat Komisji Europejskiej Plan działania przeciwko dezinformacji*, Brussels, 5.12.2018 JOIN(2018) 36 final oraz *Komunikat Zwalczanie dezinformacji w internecie: podejście europejskie*, Bruksela, 26.4.2018 r. COM(2018) 236 final.
 28. *Be Media Smart and Stop, Think, and Check that information [we] can see, read or hear across any media platform is accurate and reliable*. Więcej informacji pod adresem www.bemediasmart.ie.
 29. *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Claire Wardle and Hossein Derakhshan, September 2017
 30. *Porozumienie w sprawie zasad rozpowszechniania reklam i wskazań sponsorskich dotyczących artykułów spożywczych lub napojów zawierających składniki, których obecność w nadmiernych ilościach w codziennej diecie dzieci jest niewskazana*, październik 2014 r.
 31. *Karta Ochrony Dzieci w Reklamie*, wrzesień 2019 r.
 32. *Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 23 listopada 2016 r. w sprawie unijnej komunikacji strategicznej w celu przeciwdziałania wrogiej propagandzie stron trzecich (2016/2030(INI))*.
 33. *Algorithms and Human Rights. Study on the human rights dimensions of automated data processing techniques and possible regulatory implications*, Committee of Experts on Internet Intermediaries (MSI-NET), marzec 2018.
 34. *Joint Communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Action Plan against disinformation*. Brussels, 5.12.2018 JOIN(2018) 36 final.
 35. *Akt o usługach cyfrowych: European Commission, Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a Single Market For Digital Services (Digital Services Act) and amending Directive 2000/31/EC*, Brussels, 15.12.2020 COM(2020) 825 final 2020/0361 (COD), https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-services-act-ensuring-safe-and-accountable-online-environment_pl
 36. *Akt o rynkach cyfrowych: European Commission, Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on contestable and fair markets in the digital sector (Digital Markets Act)*, Brussels, 15.12.2020 COM(2020) 842 final 2020/0374 (COD),

https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/digital-markets-act-ensuring-fair-and-open-digital-markets_pl

37. Wspólny Komunikat Komisji Europejskiej i Wysokiego Przedstawiciela Unii do Spraw Zagranicznych i Polityki Bezpieczeństwa do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiej, Europejskiego Komitetu Społeczno-Ekonomicznego i Komitetu Regionów *Walka z dezinformacją wokół COVID-19 – dajemy dość do głosu faktom.*

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:52020JC0008>.

Biblioteczka:

1. d'Ancona M. (2018), *Postprawda*, Warszawa.
2. Antipow E. (2018), *Postprawda - stary problem w nowym wydaniu*, w: T. Grabowski, M. Lakomy, K. Oświecimski, A. Pohl, *Postprawda. Spojrzenie krytyczne*, Kraków.
3. Aleksandrowicz T. R. (2016) *Podstawy walki informacyjnej*, wyd. Editions Spotkania, Warszawa.
4. Chudy W. (2003), *Kłamstwo społeczne i jego skutki*, w: A. Maryniarczyk, K. Stępień, *Błąd antropologiczny*, Lublin.
5. Gackowski T. (2012), (red.), *Quo vaditis? Interdyscyplinarne horyzonty nauk o mediach*, Warszawa.
6. Goban - Klas T. (1999), *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa -Kraków.
7. Kaszewski K. (2018), *Media o sobie*, Warszawa.
8. Kowalski T. (1998), *Media i pieniądze. Ekonomiczne aspekty działalności środków komunikowania masowego*, Warszawa.
9. Jan Kreft, *2019 Władza algorytmów u źródeł potęgi Googla i Facebooka*, Wydawnictwo UJ, Kraków.
10. Bąkiewicz K., *Fake news jako produkt medialny w dobie postprawdy. Studium przypadku Niebieskiego Wieloryba*. Rozprawa doktorska pod kierunkiem prof. UW, dr hab. Tadeusza Kowalskiego, Uniwersytet Warszawski, Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii, Warszawa 2019 r.

Załącznik

1. Rezolucja w sprawie unijnej komunikacji strategicznej - Parlament Europejski, październik 2016¹⁴¹

Dokument podkreśla, że wroga propaganda przeciwko UE przyjmuje wiele różnych form i wykorzystuje różnorakie narzędzia, często dostosowane do specyfiki państw członkowskich, czego celem jest m. in. poróżnienie państw członkowskich oraz sparaliżowanie procesu decyzyjnego, a także osłabienie i zniszczenie europejskiego przesłania opartego na wartościach demokratycznych, prawach człowieka i praworządności. Przypomina, że jednym z najważniejszych wykorzystywanych narzędzi jest wzbudzanie strachu i niepewności wśród obywateli UE oraz takie przedstawianie państw wrogich oraz podmiotów niepaństwowych, by wydawały się one dużo silniejsze niż ma to miejsce w rzeczywistości. Zauważa, że inne reżimy autorytarne na całym świecie wykorzystują strategie podobne do tych opracowanych przez Kreml.

Parlament wzywa instytucje UE do uznania, że komunikacja strategiczna i wojna informacyjna są nie tylko zewnętrznym, ale i wewnętrznym problemem UE. Wyraża zaniepokojenie tym, że niektóre państwa członkowskie nie zdają sobie w pełni sprawy z tego, iż są odbiorcami i areną propagandy i dezinformacji, i w tym kontekście wzywa organy UE do rozwiązania aktualnego problemu braku jasności oraz do uzgodnienia, co należy uznawać za propagandę i dezinformację, a także do gromadzenia danych i faktów dotyczących konsumpcji propagandy.

Dezinformacja i propaganda stanowią elementy wojny hybrydowej. Parlament Europejski podkreśla w związku z tym potrzebę zwiększenia świadomości poprzez komunikację instytucjonalną, badania prowadzone przez ośrodki analityczne/akademickie, kampanie w mediach społecznościowych, inicjatywy społeczeństwa obywatelskiego, umiejętność korzystania z mediów oraz inne użyteczne działania.

W dokumencie Parlament uznaje, że UE musi traktować priorytetowo swoje działania dotyczące komunikacji strategicznej, na które należy przeznaczyć odpowiednie zasoby.

Zwraca się do właściwych instytucji i organów UE o skrupulatne monitorowanie źródeł finansowania propagandy antyeuropejskiej i podkreśla, że potrzebna jest większa pula środków finansowych w ramach instrumentów UE na rzecz demokracji w celu wsparcia wolności mediów w krajach objętych europejską polityką sąsiedztwa (EPS). Wzywa w tym względzie Komisję do zapewnienia pełnego wykorzystania istniejących instrumentów, takich jak Europejski Instrument na rzecz Wspierania Demokracji i Praw Człowieka, EPS, mechanizm obserwacji wolności mediów w ramach Partnerstwa Wschodniego oraz Europejski Fundusz na rzecz Demokracji, w celu ochrony wolności i pluralizmu mediów.

Dokument podkreśla potrzebę wzmocnienia pluralizmu mediów oraz zwiększenia obiektywności, bezstronności i niezależności mediów w UE i jej sąsiedztwie, w tym wśród podmiotów niepaństwowych, m.in. poprzez wspieranie dziennikarzy oraz propagowanie badań związanych z mediami.

¹⁴¹ Rezolucja Parlamentu Europejskiego z dnia 23 listopada 2016 r. w sprawie unijnej komunikacji strategicznej w celu przeciwdziałania wrogiej propagandzie stron trzecich (2016/2030(INI)).

Parlament opowiada się w dokumencie za ściślejszą współpracą między instytucjami UE, Europejskim Funduszem na rzecz Demokracji, Organizacją Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie (OBWE), Radą Europy i państwami członkowskimi, aby uniknąć powielania inicjatyw i zapewnić synergię w zakresie podobnych działań.

Rezolucja wyraża zaniepokojenie wykorzystywaniem mediów społecznościowych i platform internetowych w celu nawoływania do nienawiści i podżegania do przemocy oraz wzywa państwa członkowskie do przyjęcia i zaktualizowania ustawodawstwa dotyczącego nawoływania do nienawiści, zarówno w Internecie, jak i poza nim.

Parlament Europejski wzywa w rezolucji państwa członkowskie do zapewnienia niezbędnych ram dla funkcjonowania rzetelnego dziennikarstwa i dostępności zróżnicowanych informacji w celu zwalczania koncentracji mediów, która ma negatywny wpływ na ich pluralizm. Kładzie też nacisk na potrzebę rozróżnienia między propagandą a krytyką.

2. Raport w sprawie nieładu informacyjnego - Rada Europy, wrzesień 2017

W raporcie, przygotowanym jesienią 2017 r. na zlecenie Rady Europy¹⁴², podjęto próbę określenia ram definicyjnych dotyczących rozumienia pojęcia nieładu informacyjnego. Raport zawiera ponadto rekomendacje wynikające z zagrożenia, jakie stanowi nieład informacyjny, adresowane do wszystkich zaangażowanych stron, w tym do rządów, organizacji medialnych i firm technologicznych.

W dokumencie podsumowano najważniejsze badania akademickie dotyczące konsumpcji informacji, w szczególności kontroli faktów i demaskowania dezinformacji. Raport zawiera 35 rekomendacji (poniżej) skierowanych do firm technologicznych, rządów krajowych, organizacji medialnych, społeczeństwa obywatelskiego, ministerstw właściwych w sprawach edukacji i instytucji finansujących badanie tych zjawisk.

Rekomendacje:

Co mogłyby robić platformy udostępniania treści?

- Stworzyć niezależną międzynarodową komisję złożoną z przedstawicieli różnych dyscyplin, która mogłaby doradzać platformom w sprawach dotyczących nieładu informacyjnego oraz działać jako bezstronny pośrednik między nimi.
- Dostarczać naukowcom danych na temat inicjatyw mających na celu poprawę jakości informacji. O ile platformy udostępniania treści są niechętne, jeśli chodzi o udostępnianie danych (np. w kwestii liczby osób, które po zobaczeniu treści oznaczonej jako „kwestionowana” nie udostępniają jej dalej), to badacze muszą mieć do nich lepszy dostęp, aby właściwie zidentyfikować nieład informacyjny i ocenić próby zwiększenia integralności publicznych przestrzeni komunikacyjnych. W związku z tym platformy powinny dostarczać naukowcom wszelkie możliwe dane, na pewno w większym stopniu niż robią to obecnie.
- Zapewnić przejrzyste kryteria dla wszelkich zmian algorytmów, które niżej pozycjonują treści. Modyfikacje za pomocą algorytmów lub technik uczenia maszynowego mogą

¹⁴² *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, Claire Wardle and Hossein Derakhshan, September 2017 (107 s.).

prowadzić do niezamierzonych konsekwencji, w wyniku czego niektóre rodzaje treści są pozycjonowane niżej lub usuwane. Zmiany muszą być dokonywane w sposób przejrzysty, aby można było niezależnie mierzyć i oceniać wpływ. Brak przejrzystości ze strony producentów treści rodzi zarzuty stroniczości i cenzury.

- Współpracować. Platformy współpracowały już w celu zwalczania terroryzmu i wykorzystywania dzieci. Powoli zaczynają również współpracować w kwestii nieładu informacyjnego.
- Wyróżniać szczegóły kontekstowe i tworzyć wskaźniki wizualne. Sieci społecznościowe i wyszukiwarki powinny automatycznie wyświetlać informacje kontekstowe i metadane, które pomogąby użytkownikom w określeniu prawdziwości treści (na przykład informację, kiedy witryna została zarejestrowana lub czy obraz jest nieaktualny). Aby zapewnić skuteczność, platformy udostępniania treści powinny wspólnie, we współpracy z psychologami kognitywistami, opracować spójny zestaw wskaźników wizualnych.
- Eliminować zachęty finansowe. Platformy udostępniania treści, podobnie jak sieci reklamowe, muszą opracować sposoby, aby uniemożliwić dostawcom dezinformacji czerpanie zysków z tego procederu.
- Rozwiązać problem amplifikacji komputerowej; szybciej reagować na pojawianie się automatycznych kont używanych do masowego rozsyłania treści.
- Odpowiednio moderować treści nieanglojęzyczne. Sieci społecznościowe muszą inwestować w technologię i personel, aby monitorować przypadki mis-informacji, dezinformacji i mal-informacji we wszystkich językach.
- Zwrócić uwagę na audio/wizualne formy mis- i dezinformacji. Problematiczny termin „fake news” doprowadził do nieuzasadnionego fiksowania się na dezinformacji opartej na tekście. Jednak badania wskazują, że sfabrykowane, zmanipulowane lub fałszywe wizualizacje kontekstowe częściej są wszechobecne niż fałszywe teksty. Można się spodziewać, że również sfabrykowane treści audio staną się coraz większym problemem.
- Dostarczać metadane zaufanym partnerom. Praktyka usuwania metadanych ze zdjęć i wideo (na przykład informacji o lokalizacji, dacie dostępu i sygnatur czasowych), mimo, iż chroni prywatność, często komplikuje weryfikację. Dlatego zaleca się, aby zaufanym partnerom zapewnić większy dostęp do takich metadanych.
- Zbudować narzędzia do sprawdzania faktów. Platformy udostępniania treści powinny tworzyć narzędzia do wspierania użytkowników w weryfikowaniu plotek i treści wizualnych, zwłaszcza w telefonach komórkowych.
- Budować „mechanizmy autentyczności”. W miarę jak produkcje audiowizualne stają się coraz bardziej wyrafinowane, potrzebujemy wyszukiwarek do budowania mechanizmów „autentyczności” i technologii znakowania, aby zapewnić mechanizmy wyłaniania oryginalnego materiału.
- Pracować nad rozwiązaniami, których celem będzie minimalizacja wpływu „baniek informacyjnych”.
- Pozwolić użytkownikom dostosować algorytmy pobierania i wyszukiwania. Użytkownicy powinni mieć możliwość świadomej zmiany algorytmów wpływających na wyniki

wyszukiwania i na dobór treści zapełniających ich kanały społecznościowe. Na przykład powinni mieć możliwość wyboru różnych treści politycznych lub zróżnicowanych treści międzynarodowych w swoich kanałach społecznościowych.

- Dywersyfikować ekspozycję pod kątem różnych poglądów i różnych osób. Istniejąca technologia algorytmiczna w sieciach społecznościowych, która zawiera sugestie dotyczące stron, kont lub tematów, powinna być zaprojektowana tak, aby zapewnić ekspozycję różnych typów treści i różnych osób. Powinna istnieć wyraźna wskazówka, że dzieje się to celowo. Chociaż poglądy lub treści mogą być niewygodne lub stawiać wyzwania, należy mieć świadomość, że istnieją różne perspektywy.
- Umożliwić użytkownikom prywatne korzystanie z informacji. Platformy udostępniania treści powinny oferować użytkownikom więcej możliwości korzystania z treści, zamiast publikować wszystko, co „lubią” lub „śledzą”, aby zminimalizować wpływ innych użytkowników na korzystanie z informacji.
- Zmienić terminologię używaną przez sieci społecznościowe. Trzy wspólne koncepcje platform społecznościowych, w sposób niezamierzony wpływają na to, jak unikamy różnorodnych poglądów i pozostajemy w naszych bańkach informacyjnych. Chodzi o terminy to follow, friend oraz to like. „Podążanie” (ang. to follow), dla większości ludzi, podświadomie wytwarza rodzaj porozumienia z innym użytkownikiem, więc emocjonalnie tworzy opór przed otwartością na różnorodne opinie. „Przyjaciel” (ang. friend) oznacza także rodzaj więzi, której nie chciałoby się mieć z tymi osobami, z którymi zdecydowanie się nie zgadzamy, ale które są dla nas ciekawe. Tak samo jest z „polubieniem” (ang. to like), które jest warunkiem przeczytania danej publikacji na Facebooku. Zamiast tego powinny zostać wprowadzone neutralne etykiety, takie jak łączenie się z kimś, subskrybowanie publikacji, tworzenie zakładek do historii itp.

Co mogłyby robić rządy?

- Zlecić badania mające na celu mapowanie nieładu informacyjnego w swoich krajach, korzystając z mapy pojęciowej zawartej w niniejszym raporcie. Jakiego rodzaju nieładu informacyjnego są najbardziej powszechne? Jakiego rodzaju platformy służą najczęściej do rozpowszechniania? Jakiego rodzaju badania przeprowadzono, analizując reakcje odbiorców na tego typu treści w określonych krajach? Metodologia powinna być spójna we wszystkich tych badaniach, aby można było dokładnie porównać zjawiska zachodzące w różnych krajach.
- Regulować działalność sieci reklamowych. W sytuacji gdy platformy podejmują działania, aby zapobiec czerpaniu pieniędzy przez sfabrykowane portale „informacyjne”, wkraczają inne sieci, aby wypełnić lukę. Państwa powinny opracować przepisy, które nie pozwolą wyświetlać reklam na takich stronach.
- Wymagać przejrzystości reklam na Facebooku. Obecnie nie ma żadnego nadzoru nad tym, kto kupuje reklamy na Facebooku, jakie reklamy kupuje i do których użytkowników są one kierowane. Rządy krajowe powinny wymagać przejrzystości w tej kwestii, aby nabywcy reklam i Facebook mogli być pociągnięci do odpowiedzialności.
- Wspierać media publiczne i lokalne media informacyjne. Finansowe obciążenia nałożone na media informacyjne w ostatnich latach doprowadziły do powstania „pustyń informacyjnych” na niektórych obszarach. Jeśli poważnie myślimy o zmniejszeniu wpływu

nieładu informacyjnego, priorytetem musi być wspieranie inicjatyw dziennikarstwa wysokiej jakości na poziomie lokalnym, regionalnym i krajowym.

- Prowadzić zaawansowane szkolenia w zakresie bezpieczeństwa cyfrowego. Wiele instytucji rządowych używa specjalnie zaprojektowanych systemów komputerowych, które są niezwykle łatwe do „hakowania”, umożliwiając kradzież danych i generowanie informacji wyrządzających szkodę. Szkolenia powinny być dostępne na wszystkich szczeblach administracji, aby wszyscy mogli zapoznać się z najlepszymi praktykami w dziedzinie bezpieczeństwa cyfrowego oraz aby zapobiec próbom włamania i wyłudzenia informacji.
- Egzekwować minimalny poziom obecności na platformach treści pochodzących z mediów publicznych. Zachęcać platformy do współpracy z niezależnymi mediami publicznymi, aby zapewnić obecność w kanałach użytkowników wysokiej jakości wiadomości i analiz.

Co mogłyby robić organizacje medialne?

- Współpracować. Nie ma sensu sprawdzanie lub obalanie tych samych twierdzeń przez dziennikarzy różnych mediów informacyjnych. Jeśli chodzi o demaskowanie błędów lub dezinformacji, nie powinno być „wyłącznieści”. W związku z tym redakcje i organizacje zajmujące się sprawdzaniem faktów powinny współpracować, aby uniknąć powielania wysiłków, a dziennikarze mogli skupić się na innych tematach.
- Zaakceptować politykę strategicznej ciszy. Media powinny wypracować dobre praktyki, aby uniknąć manipulacji polegających na wzmocnieniu szkodliwych lub wprowadzających w błąd informacji.
- Zapewnić wysokie standardy etyczne we wszystkich mediach. Zdarzało się, że media informacyjne korzystały z wywołujących sensację nagłówków na Facebooku w sposób, którego nie akceptowałyby na własnych stronach internetowych. Media informacyjne powinny egzekwować przestrzeganie tych samych standardów, niezależnie od tego, gdzie są umieszczone ich treści.
- Demaskować źródła i treści. Media informacyjne coraz lepiej radzą sobie z faktami - sprawdzaniem i obalaniem plotek i treści wizualnych, ale muszą także nauczyć się śledzić w czasie rzeczywistym źródła ukryte za treścią. Kiedy treści są rozsyłane przez sieci botów lub luźno powiązane grupy osób, media informacyjne powinny to jak najszybciej identyfikować.
- Tworzyć więcej narzędzi umożliwiających krytyczne podejście do informacji. Kiedy demaskują dezinformację, powinny wyjaśniać opinii publicznej, w jaki sposób został przeprowadzony proces weryfikacji.
- Informować o skali i zagrożeniu, jakie stwarza nieład informacyjny. Media i organizacje zajmujące się newsami mają obowiązek informować odbiorców o skali „zatrucia” informacji na całym świecie oraz o konsekwencjach tego stanu dla społeczeństwa, jeśli chodzi o podważanie zaufania do instytucji, zagrożenie dla zasad demokracji oraz rozpalanie podziałów na tle narodowości, religii, pochodzenia etnicznego, rasy, klasy, seksualności lub płci.

- Skoncentrować się na poprawie jakości nagłówków. Zachowanie użytkowników pokazuje, że ludzie przeglądają nagłówki w sieciach społecznościowych bez klikania w cały artykuł. Stąd też większa odpowiedzialność mediów za odpowiednie redagowanie nagłówków. Badania wykorzystujące techniki przetwarzania języka naturalnego zaczynają automatycznie oceniać, czy nagłówki są przesadzone w stosunku do treści dostępnych w tekście artykułu. Może to zapobiec pojawianiu się niektórych nieodpowiedzialnych nagłówków.
- Nie rozpowszechniać treści sfabrykowanych. Media informacyjne muszą poprawić standardy dotyczące publikowania i rozpowszechniania informacji oraz treści pochodzących z sieci społecznościowych. Ich obowiązkiem jest również zapewnienie odpowiedniego używania nagłówków, wizualizacji, podpisów i statystyk w wiadomościach. Wprowadzające w błąd nagłówki clickbait, niewłaściwa interpretacja statystyk i nieprzypisane cytaty dodatkowo zanieczyszczają ekosystem informacyjny.

Co mogłoby robić społeczeństwo obywatelskie?

- Edukować opinię publiczną o zagrożeniach, jakie stanowi nieład informacyjny. Trzeba upowszechniać wiedzę o technikach perswazyjnych stosowanych przez tych, którzy szerzą dezinformację oraz o ryzykach, jakie niesie nieład informacyjny dla społeczeństwa (tj. sianie nieufności wobec oficjalnych źródeł oraz podziały według partii politycznych, religii, ras i klas).
- Działać jako uczciwi brokerzy. Organizacje non-profit i niezależne grupy mogą działać jako uczciwi brokerzy, łącząc różnych graczy w walce z nieładem informacyjnym, w tym firmy technologiczne, redakcje informacyjne, instytuty badawcze, decydentów politycznych, polityków i rządy.

Co mogłyby robić ministerstwa właściwe w sprawach edukacji?

- Współpracować na poziomie międzynarodowym, aby stworzyć standardowy program nauczania umiejętności korzystania z informacji. Program powinien być przygotowany dla wszystkich grup wiekowych, opierać się na najlepszych praktykach i koncentrować na elastycznych umiejętnościach badawczych, krytycznej ocenie źródeł informacji, wpływie emocji na krytyczne myślenie i działanie oraz na skutkach działania algorytmów i sztucznej inteligencji.
- Współpracować z bibliotekami. Biblioteki są jedną z nielicznych instytucji, do których zaufanie się nie zmniejszyło, a dla osób, które nie podlegają już procesowi kształcenia w pełnym wymiarze godzin, są one istotnym źródłem nauki umiejętności wymaganych do poruszania się po cyfrowym ekosystemie. Trzeba zapewnić społecznościom dostęp do wiadomości online i offline oraz materiałów do nauki umiejętności korzystania z mediów za pośrednictwem ich lokalnych bibliotek.
- Zaktualizować programy szkół uczących dziennikarstwa. Zapewnić by szkoły kształcące dziennikarzy nauczały monitoringu komputerowego i technik weryfikacji kryminalistycznej w celu znajdowania i uwierzytelniania treści rozpowszechnianych w sieciach społecznościowych, a także dobrych praktyk dotyczących zgłoszeń w zakresie nieładu informacyjnego.

Co mogłyby robić fundusze przyznające granty?

- Zapewnić wsparcie dla rozwiązań testowych. Trzeba zadbać o wystarczające środki finansowe na wsparcie testów wszelkich rozwiązań, na przykład w projektach dotyczących umiejętności korzystania z informacji, trzeba zapewnić pieniądze na badanie, jakie rodzaje materiałów i metodologia nauczania dają największy efekt. Istotne jest, aby naukowcy współdziałali z praktykami działającymi w wielu różnych branżach. Zamiast małych dotacji dla wielu podmiotów, potrzeba mniejszej liczby większych dotacji dla ambitnych, wielopartnerskich, międzynarodowych inicjatyw i grup badawczych.
- Wspierać rozwiązania technologiczne. Podczas gdy platformy udostępniania treści powinny być zobowiązane do samodzielnego opracowania szeregu rozwiązań, kluczowe znaczenie ma zapewnienie środków mniejszym startupom na projektowanie, testowanie i wprowadzanie innowacji w tej dziedzinie. Wiele rozwiązań trzeba wdrożyć na platformach społecznościowych i w wyszukiwarkach. Nie powinny one być rozwijane jako zastrzeżone technologie.
- Wspierać programy uczące krytycznego badania i umiejętności informacyjnych. Trzeba zapewnić wsparcie finansowe dla inicjatyw dziennikarskich, które mają pomóc użytkownikom poruszać się po ekosystemach informacyjnych, takich jak media publiczne, lokalne media informacyjne, oraz dla nauczycieli, którzy kształcą w zakresie umiejętności weryfikacji i sprawdzania faktów.

3. Grupa Wysokiego Szczębla ds. fałszywych wiadomości i dezinformacji w Internecie (HLEG) - Komisja Europejska, marzec 2018

W styczniu 2018 r. Komisja Europejska powołała do życia Grupę Wysokiego Szczębla ds. fałszywych wiadomości i dezinformacji w Internecie (HLEG) pod kierownictwem ówczesnej przewodniczącej ERGA, prof. Madeleine de Cock Buning. Zgodnie z przygotowanym przez nią w marcu 2018 r. raportem *dezinformację należy rozumieć jako wszelkie formy nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji - tworzonych, przedstawianych i rozpowszechnianych w celu uzyskania korzyści gospodarczych lub wprowadzenia w błąd opinii publicznej - które mogą wyrządzić szkodę publiczną.*

Warto zaznaczyć, że tak zdefiniowane pojęcie dezinformacji nie obejmuje kwestii związanych z tworzeniem i rozpowszechnianiem w sieci treści nielegalnych (takich jak zniesławienie czy nawoływanie do przemocy), które podlegają środkom regulacyjnym w prawie unijnym lub krajowym, ani zamierzonych, ale niewprowadzających w błąd zniekształceń faktów, takich jak satyra lub parodia.

W skład HLEG weszli przedstawiciele środowisk akademickich, platform internetowych, mediów informacyjnych oraz organizacji społeczeństwa obywatelskiego. Efektem działań zespołu miało być opracowanie unijnej strategii postępowania wobec problemu rozpowszechniania fałszywych wiadomości i dezinformacji. Podejście zalecane przez HLEG opiera się na pięciu elementach:

- poprawa przejrzystości informacji - udostępnianie danych na temat ich obiegu online;
- promowanie umiejętności korzystania z mediów i informacji;

- opracowanie narzędzi umożliwiających użytkownikom i dziennikarzom walkę z dezinformacją;
- zagwarantowanie różnorodności i trwałości ekosystemu mediów informacyjnych w Europie;
- promowanie badań nad dezinformacją i jej efektami.

4. Studium „Algorytmy a prawa człowieka”, Komitet ekspertów ds. pośredników internetowych (MSI-NET) - Rada Europy, marzec 2018

Propozycje dotyczące ustalenia standardów dotyczących ról i obowiązków pośredników internetowych były kluczowym zadaniem działającego w latach 2016-2017 Komitetu ekspertów ds. pośredników internetowych (MSI-NET). Komitet miał przygotować studium na temat ochrony praw człowieka w kontekście stosowania zautomatyzowanych technik przetwarzania danych (w szczególności algorytmów) oraz ewentualnych konsekwencji prawnych wynikających z tych praktyk¹⁴³. Analiza obejmuje m.in. wpływ stosowania algorytmów na sposób realizacji praw wynikających z zasady praworządności i prawa do uczciwego procesu.

W dokumencie podjęto próbę odpowiedzi na pytania: kto jest odpowiedzialny za naruszenie praw człowieka w oparciu o decyzje przygotowane algorytmicznie; czy jest to osoba, która zaprogramowała algorytm, operator algorytmu lub osoba, która wdrożyła decyzję? Czy istnieje różnica między taką decyzją a decyzją podejmowaną przez człowieka?

Autorzy Studium zwrócili uwagę na fakt, że wyzwania wynikające z wpływu algorytmów i technik zautomatyzowanego przetwarzania danych na prawa człowieka będą rosły, ponieważ systemy stają się coraz bardziej złożone i wzajemnie oddziałują na siebie w sposób, który staje się niedostępny dla ludzkiego umysłu. W opracowaniu dokonano identyfikacji obecnych zagrożeń pod kątem możliwych rozwiązań regulacyjnych. Państwa członkowskie, aby ograniczyć niekorzystne efekty działania algorytmów, mogą zastosować te rozwiązania w formie legislacji lub podstawy do przyjmowania kodeksów dobrych praktyk.

W podsumowaniu stwierdzono, że szereg tematów powiązanych z działaniem algorytmów, takich jak przetwarzanie danych (big data), uczenie maszynowe, sztuczna inteligencja i Internet rzeczy będzie wymagać dalszych badań w kontekście zachowania praw człowieka.

Główne konkluzje zawarte w Studium:

- Podmioty publiczne i pozarządowe powinny inicjować i wspierać interdyscyplinarne badania etycznych i prawnych implikacji związanych ze stosowaniem algorytmów, a także dokonywać wymiany dobrych praktyk w tym zakresie.
- Podmioty publiczne powinny być odpowiedzialne za decyzje podejmowane w oparciu o algorytmy. Należy zachęcać do ustalenia mechanizmów zadośćuczynienia przez państwo w przypadku, gdy w wyniku takich decyzji dochodzi do naruszenia praw obywateli. We

¹⁴³ Algorithms and Human Rights. Study on the human rights dimensions of automated data processing techniques and possible regulatory implications, Committee of Experts on Internet Intermediaries (MSI-NET), marzec 2018.

wszystkich obszarach administracji publicznej powinny być prowadzone systematyczne oceny wpływu działania algorytmów na prawa jednostki.

- Postęp technologiczny powinien być ściśle monitorowany i poddawany przeglądowi pod kątem występowania potencjalnych, negatywnych skutków jego oddziaływania. Szczególnie dotyczy to wykorzystania technik przetwarzania algorytmicznego podczas wyborów i kampanii wyborczych.
- Użytkownicy powinni mieć kompetencje do krytycznego rozumienia zasad funkcjonowania algorytmów i umiejętność radzenia sobie z nimi. W tym celu należy stosować wszelkie dostępne środki m. in. kampanie informacyjne i medialne. Natomiast podmioty, które wykorzystują w swojej działalności procesy algorytmiczne, powinny informować o stosowanych systemach i sposobie podejmowania przez nie decyzji.
- Branże, które opracowują systemy analityczne stosowane w algorytmicznych procesach decyzyjnych i procesach zbierania danych, ponoszą odpowiedzialność za stan świadomości odbiorców odnośnie do sposobu działania tych systemów. Dotyczy to przede wszystkim możliwych uprzedzeń społecznych, które mogą pojawić się w wyniku działania algorytmów.
- Należy opracować mechanizmy certyfikacji i audytu zautomatyzowanych technik przetwarzania danych, pod kątem ich zgodności z prawami człowieka. Podmioty publiczne i organizacje pozarządowe powinny promować dalszą ochronę praw człowieka w procesie rozwoju oprogramowania m.in. poprzez uwzględnienie etycznego podejścia oraz przyjęcie lepszych metod oceny ryzyka.
- Państwa nie powinny nakładać na pośredników internetowych ogólnego obowiązku stosowania zautomatyzowanych technik do monitorowania przechowywanych, przekazywanych i udostępnianych informacji, ponieważ takie monitorowanie narusza prywatność użytkowników i paraliżuje wolność wypowiedzi.
- Podmioty publiczne powinny współpracować z regulatorami sektorowymi (ubezpieczenia, agencje informacji kredytowej, banki, handel elektroniczny i inne) w celu opracowania standardów i wytycznych, służących zabezpieczeniu interesów konsumentów i ogółu społeczeństwa, w związku z zagrożeniami wynikającymi z zautomatyzowania decyzji.
- Istnieje wyraźna potrzeba tworzenia nowych instytucji, sieci i przestrzeni dla komunikacji w sprawach związanych z różnymi formami algorytmicznego podejmowania decyzji, w których decyzje te byłyby analizowane i oceniane.

Rada Europy, jako wiodąca organizacja na rzecz ochrony praw człowieka, jest właściwym miejscem do dalszego badania wpływu opisywanych zjawisk na korzystanie z praw człowieka w przestrzeni publicznej i prywatnej, w związku z tym dalsze jej prace powinny zmierzać do wskazania odpowiednich norm, wytycznych i instrumentów dla państw członkowskich.

5. Zalecenie w sprawie ról i obowiązków pośredników internetowych - Rada Europy, marzec 2018

Rada Europy w Zaleceniu z marca 2018 r. wzywa państwa członkowskie do:

- stworzenia bezpiecznego i sprzyjającego środowiska online, w którym wszystkie zainteresowane strony znają swoje prawa i obowiązki;
- stymulowania rozwoju odpowiednich ram samo- i współregulacyjnych;
- zapewnienia dostępności mechanizmów odwoławczych dla wszystkich roszczeń związanych z naruszaniem praw człowieka w środowisku cyfrowym.

Zalecenie podkreśla również znaczenie większej przejrzystości we wszystkich procesach moderowania treści.

Najważniejsze postulaty skierowane do rządów:

- Władze publiczne powinny składać *wnioski, żądania lub inne działania adresowane do pośredników internetowych, którzy naruszają prawa człowieka i podstawowe wolności* jedynie wtedy, gdy jest to przewidziane prawem.
- Ustawodawstwo przyznające władzom publicznym uprawnienia do ingerowania w treści internetowe powinno jasno określać zakres tych uprawnień i dostępną swobodę uznania instytucji publicznych, aby chronić przed arbitralnym stosowaniem przepisów.
- Kiedy pośrednicy internetowi ograniczają dostęp do treści stron trzecich, w oparciu o żądanie ze strony instytucji państwowych, organy państwa powinny zapewnić udostępnienie skutecznych mechanizmów odwoławczych i przestrzegać obowiązujących procedur.
- Kiedy pośrednicy usuwają treści na podstawie własnych warunków świadczenia usług, nie należy tego traktować jako cenzury. Nie oznacza to również nałożenia odpowiedzialności na pośredników za treści umieszczone przez strony trzecie.

Zalecenia skierowane do usługodawców (platform):

- Wymóg stosowania „prostego języka” w regulaminach i dostępnych formatów umożliwiających zapoznanie się z informacją o warunkach świadczenia usług.
- Zaproszenie do włączenia interesariuszy zewnętrznych w proces opracowywania warunków korzystania z usługi.
- Przejrzystość w kwestii stosowania ograniczeń treści oraz szczegółowe informacje na temat sposobu wykorzystania metod algorytmicznych i automatycznych.
- Wszelkie środki podjęte w celu usunięcia lub zablokowania treści na żądanie instytucji publicznych powinny być realizowane przy użyciu jak najmniejszych restrykcji.

6. Rezolucja w sprawie pluralizmu mediów i wolności mediów w Unii Europejskiej - Parlament Europejski, maj 2018

W przyjętej w maju 2018 r. rezolucji Parlament Europejski podkreśla, że nowe środowisko cyfrowe powoduje pogłębienie problemu dezinformacji. Wyraża zaniepokojenie potencjalnym zagrożeniem, jakie fałszywe informacje mogą stanowić dla wolności słowa i niezależności mediów, poprzez podważanie zaufania do tzw. treści redakcyjnych. Parlament zwraca jednocześnie uwagę, że rozprzestrzenianie się fałszywych informacji może wywierać negatywny wpływ na jakość debaty politycznej. Z tych względów w rezolucji podkreślono znaczenie skutecznych systemów samoregulacji mediów społecznościowych i platform internetowych.

Dzięki samoregulacji podmioty te mogłyby:

- opracować narzędzia umożliwiające użytkownikom zgłaszanie i oznaczanie ewentualnych fałszywych informacji;
- ustalić odpowiednie instrumenty do weryfikacji źródeł i sprawdzania faktów;
- wyłonić niezależne, bezstronne i certyfikowane organizacje, które zajmowałyby się ich stosowaniem.

W rezolucji podkreślono jednocześnie konieczność ochrony praw podstawowych obywateli, przestrzegając państwa członkowskie przed arbitralnym ograniczaniem dostępu użytkowników do informacji w wyniku stosowania środków technicznych, takich jak blokowanie, filtrowanie lub zamykanie kont, w tym również przez operatorów.

7. Komunikat w sprawie wolnych i uczciwych wyborów europejskich¹⁴⁴ - Komisja Europejska, wrzesień 2018

Zestaw środków przedstawionych przez Komisję obejmuje:

- Zalecenie w sprawie sieci współpracy w dziedzinie wyborów, zwiększenia przejrzystości w Internecie, ochrony przed cyberincydentami i zwalczania kampanii dezinformacyjnych.

Państwa członkowskie UE zachęca się do utworzenia krajowej sieci współpracy w dziedzinie wyborów, składającej się z właściwych organów – takich jak organy wyborcze, organy ds. cyberbezpieczeństwa, ochrony danych i organy ścigania – oraz do wyznaczenia punktu kontaktowego w ramach europejskiej sieci współpracy w dziedzinie wyborów.

- Zalecenie zapewnienia większej przejrzystości umieszczanych w Internecie reklam politycznych i ich pozycjonowania.

Europejskie i krajowe partie polityczne, fundacje i organizacje biorące udział w kampanii powinny udostępnić informacje o swoich wydatkach na kampanie reklamowe w Internecie, ujawniając, która partia lub polityczna grupa wsparcia stoi za daną internetową reklamą polityczną. Powinny one również publikować informacje na temat sposobu pozycjonowania tych reklam oraz grup docelowych, do których są one adresowane. W przypadku niestosowania się do tych zasad, państwa członkowskie powinny nałożyć krajowe sankcje.

- Zalecenie podjęcia przez organy krajowe, partie polityczne i media działań mających na celu ochronę ich sieci i systemów informatycznych przed zagrożeniami dla bezpieczeństwa cybernetycznego.

¹⁴⁴ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0637&from=EN>.

W tym celu organy krajowe, w ramach grupy współpracy ds. poziomu bezpieczeństwa sieci i systemów informatycznych wraz z Agencją UE ds. Cyberbezpieczeństwa i Komisją Europejską, opracowały wytyczne dotyczące stosowania unijnych przepisów o ochronie danych w kontekście wyborczym¹⁴⁵.

W świetle sprawy Cambridge Analytica i – bardziej ogólnie – rosnącego wpływu mikrotargetingu wyborców w oparciu o dane osobowe, Komisja przypomniała o obowiązkach w zakresie ochrony danych, które powinny być realizowane podczas wyborów do Parlamentu Europejskiego.

- Zaostrzenie przepisów dotyczących finansowania europejskich partii politycznych.

Nastąpiła zmiana rozporządzenia z 2014 r. o finansowaniu partii politycznych, która umożliwia nakładanie kar finansowych za naruszenie przepisów dotyczących ochrony danych w celu świadomego wpływania na wyniki wyborów europejskich. Kary obecnie wynoszą 5% rocznego budżetu danej europejskiej partii politycznej lub fundacji. Są one egzekwowane przez Urząd ds. Europejskich Partii Politycznych i Europejskich Fundacji Politycznych. Zgodnie z rozporządzeniem o którym mowa, ukarane partie nie mogą złożyć wniosku o finansowanie z budżetu ogólnego Unii Europejskiej w roku, w którym nałożono karę.

- Wydanie Rozporządzenia mającego na celu połączenie zasobów i wiedzy fachowej w dziedzinie technologii bezpieczeństwa cybernetycznego.

Komisja zaproponowała utworzenie sieci ośrodków kompetencji w dziedzinie bezpieczeństwa cybernetycznego, aby lepiej ukierunkować i koordynować dostępne środki finansowe przeznaczone na współpracę w dziedzinie bezpieczeństwa cybernetycznego, badania naukowe i innowacje. Nowe Europejskie Centrum Kompetencji w dziedzinie Cyberbezpieczeństwa zarządza wsparciem finansowym z budżetu UE przeznaczonym na bezpieczeństwo cybernetyczne i ułatwia wspólne inwestycje Unii, państw członkowskich i przemysłu w celu pobudzenia unijnej branży bezpieczeństwa cybernetycznego¹⁴⁶.

8. Plan działania przeciwko dezinformacji¹⁴⁷ - Parlament Europejski, grudzień 2018

W Planie skupiono się na czterech filarach, które mają znaczenie dla budowania zdolności UE do przeciwdziałania dezinformacji i wzmocnienia współpracy między państwami członkowskimi a UE:

¹⁴⁵ Ogólne rozporządzenie UE w sprawie ochrony danych ma zastosowanie od maja 2018 r. Dotyczy ono również europejskich i krajowych partii politycznych i innych podmiotów, takich jak pośrednicy danych i platformy mediów społecznościowych w kontekście wyborów <https://www.uodo.gov.pl/pl/file/727>.

¹⁴⁶ Wniosek ten został zrealizowany w innej formie, tj. poprzez zmianę rozporządzenia w sprawie „Agencji UE ds. Cyberbezpieczeństwa” ENISA, uchylecia rozporządzenia (UE) nr 526/2013 oraz certyfikacji cyberbezpieczeństwa w zakresie technologii informacyjno-komunikacyjnych poprzez rozszerzenie kompetencji Agencji. Tekst Rozporządzenia: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2017/PL/COM-2017-477-F3-PL-MAIN-PART-1.PDF>.

¹⁴⁷ Joint Communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. *Action Plan against disinformation*. Brussels, 5.12.2018 JOIN(2018) 36 final.

- Zwiększanie zdolności instytucji unijnych do wykrywania, analizowania i ujawniania dezinformacji: Grupa zadaniowa ds. komunikacji strategicznej, Komórka UE ds. Syntezy Informacji o Zagrożeniach Hybrydowych w Europejskiej Służbie Działań Zewnętrznych (ESDZ) oraz delegatury UE w krajach objętych europejską polityką sąsiedztwa zostały znacznie wzmocnione poprzez zatrudnienie dodatkowych, wyspecjalizowanych pracowników oraz wyposażenie w narzędzia do analizy danych. Budżet ESDZ na komunikację strategiczną wzrósł ponad dwukrotnie, z 1,9 mln EUR w 2018 r. do 5 mln EUR w 2019 r. Środki te zostały przeznaczone na walkę z dezinformacją i zwiększanie świadomości na temat jej negatywnych skutków. Państwa członkowskie UE powinny uzupełniać te działania, rozwijając własne środki do zwalczania dezinformacji.
- Wzmocnienie skoordynowanych i wspólnych reakcji na dezinformację: w marcu 2019 r. stworzony został System wczesnego ostrzegania (RAS), który ułatwia instytucjom UE i państwom członkowskim współpracę z G7 i NATO w zakresie wymiany danych i dokonywania ocen kampanii dezinformacyjnych oraz informowanie, w czasie rzeczywistym, o zagrożeniach związanych z dezinformacją.
- Mobilizowanie sektora prywatnego w celu zwalczania dezinformacji: Sygnatariusze Kodeksu ws. dezinformacji mieli szybko i skutecznie wdrażać zobowiązania podjęte w jego ramach, koncentrując się na pilnych działaniach związanych z wyborami do Parlamentu Europejskiego.

Działania te obejmowały w szczególności:

- zapewnienie przejrzystości w zakresie reklamy politycznej;
- zwiększenie wysiłków na rzecz zamykania aktywnych fałszywych kont;
- znakowanie interakcji nieprowadzonych przez człowieka (wiadomości automatycznie wysyłane przez „boty”);
- współpracę z podmiotami weryfikującymi fakty i badaczami w celu wykrywania kampanii dezinformacyjnych i zwiększenia widoczności i upowszechnienia sprawdzonych treści.

Komisja Europejska z pomocą ERGA miała zapewnić stałe monitorowanie realizacji tych zobowiązań.

- Podnoszenie świadomości i wzmacnianie odporności użytkowników na fałszywe informacje. Instytucje UE i państwa członkowskie, oprócz ukierunkowanych kampanii uświadamiających, będą promować umiejętność korzystania z mediów poprzez przeznaczone do tego programy. Udzielane będzie wsparcie krajowym multidyscyplinarnym zespołom niezależnych naukowców i podmiotów weryfikujących fakty w celu wykrywania i ujawniania kampanii dezinformacyjnych na wszystkich portalach społecznościowych.

9. Efekty realizacji Kodeksu w sprawie dezinformacji - raporty sygnatariuszy¹⁴⁸

Zgodnie z przyjętym Kodeksem postępowania w sprawie dezinformacji, jego sygnatariusze w okresie poprzedzającym wybory do Parlamentu Europejskiego składali Komisji co miesiąc raporty na temat realizowania poszczególnych grup swoich zobowiązań.

Kontrola reklam

Sygnatariusze podejmowali działania polegające na blokowaniu lub zamykaniu kont, zarejestrowanych w krajach UE, z których dokonywano naruszeń zasad umieszczania reklamy. W przypadku Facebooka reakcji takich było najwięcej, bo aż 1,2 mln, w przypadku Googla (wraz z Youtube) było to 157 tys. Twitter poinformował o odrzuceniu ponad 16 tys. reklam.

Przejrzystość reklam politycznych

Przed wyborami do Parlamentu Europejskiego wszyscy sygnatariusze Kodeksu podjęli działania mające na celu zapewnienie prawidłowego znakowania reklam politycznych i zagwarantowali do nich publiczny dostęp za pośrednictwem specjalnie utworzonych repozytoriów. Sygnatariusze zastosowali zasady dotyczące weryfikowania tożsamości podmiotów zamieszczających reklamy polityczne oraz znakowania takich reklam. Jeśli reklamodawca zakwalifikował reklamę jako związaną z kwestiami społecznymi, wyborami lub polityką, musiał ujawnić źródło i wysokość jej finansowania. Reklamy niespełniające tych wymagań były usuwane. Ponadto w przypadku repozytorium Facebooka reklama była opatrzona metryczką zawierającą informacje o liczbie i czasie odtworzeń oraz grupie docelowej (wiek, płeć i miejsce zamieszkania), do której przekaz był kierowany.

W okresie od 21 marca do 18 września 2019 r. w repozytorium reklam politycznych Google (EU Political Advertising on Google) znalazły się 76 702 reklamy, na które wydano łącznie 5 257 650 Euro (w Polsce w tym samym okresie - 9684 reklamy, łącznie za 742 300 zł).

Repozytorium reklam politycznych zamieszczanych na Facebooku można było znaleźć pod nazwą Ad Library Report (<https://www.facebook.com/ads/library/report>). Od końca marca do końca sierpnia 2019 r. w repozytorium znalazło się 444 000 reklam politycznych, na które wydano łącznie około 31,5 mln EUR. W Polsce były to 18 742 reklamy za ogólną kwotę 739 540 EUR.

Twitter nazwał swoje repozytorium Ads Transparency Center. W porównaniu z rozwiązaniami pozostałych sygnatariuszy Kodeksu, w jego przypadku trudniej było odszukać reklamy polityczne i informacje na ich temat. Reklamy w repozytorium Twittera były przechowywane zdecydowanie krócej - tylko przez 7 dni od momentu ich emisji. Dlatego też w raporcie Twittera brak jest danych nt. liczby i kwoty wydatków na reklamę polityczną. Już po wyborach do Parlamentu Europejskiego, pod koniec października 2019 r., Twitter ogłosił, że od 22 listopada 2019 r. będzie blokować wszelkie reklamy polityczne.

Integralność usług

Zgodnie z Kodeksem, sygnatariusze zobowiązali się do usuwania fałszywych kont oraz do blokowania spamu i innych nieregularnych działań.

¹⁴⁸ Na podstawie raportów składanych przez sygnatariuszy Kodeksu za styczeń-maj 2019 r., rocznych raportów samooceniających sygnatariuszy i wstępnej oceny KE.

Facebook w pierwszym kwartale 2019 r. zablokował założenie lub usunął 2,2 mld fałszywych kont. Platforma podjęła także działania mające na celu ograniczanie rozpowszechniania spamu, łącznie dotyczyło to 1,8 mld informacji kierowanych na terytorium UE.

Twitter uruchomił funkcję umożliwiającą zgłaszanie nielegalnych lub szkodliwych treści na początku 2019 roku. Od stycznia do sierpnia 2019 roku platforma zablokowała ok. 77 mln spamujących lub fałszywych kont.

Wchodzący w skład Google YouTube usunął w ciągu roku (od połowy 2018 do połowy 2019 r.) blisko 11 mln tzw. kanałów w związku z naruszeniami jego polityki w zakresie informacji wprowadzających w błąd oraz w związku z rozpowszechnianiem spamu. Około 56 tys. kanałów zostało zamkniętych z powodu „podszywania się”.

Wzmacnianie pozycji konsumentów

W ramach tego zobowiązania sygnatariusze Kodeksu zobowiązali się do oferowania swoim użytkownikom informacji i narzędzi pomagających im w podejmowaniu świadomych decyzji wyborczych bądź konsumenckich. Mieli też zapewnić przedstawianie zagadnień będących przedmiotem zainteresowania opinii publicznej z różnych perspektyw.

Facebook rozesłał przypomnienia o dacie wyborów do Parlamentu Europejskiego ze specjalnym „przyciskiem” kierującym do unijnej strony poświęconej wyborom lub strony krajowego organu wyborczego.

W ramach edukacji medialnej, Facebook we współpracy z organizacjami pozarządowymi, szkołami, uczelniami i podmiotami weryfikującymi fakty prowadził warsztaty na temat identyfikowania fałszywych informacji. W Polsce w ramach współpracy z Digital Youth Forum zorganizowane zostało trzydniowe szkolenie dla młodzieży, promujące bezpieczne, świadome i innowacyjne korzystanie z nowych technologii. Wzięło w nim udział 400 osób w wieku 13-17 lat, a kolejne 10 tys. uczniów ze 148 szkół uczestniczyło w wydarzeniu za pośrednictwem streamingu online. Organizowane były również szkolenia dla dziennikarzy i seniorów poświęcone identyfikacji fałszywych informacji.

Działalność Google w ramach realizacji tego punktu Kodeksu koncentrowała się przede wszystkim na tworzeniu sieci organizacji weryfikujących fakty. Platforma organizowała także szkolenia z zakresu edukacji medialnej poświęcone szczególnie bezpieczeństwu w Internecie.

Wzmacnianie pozycji środowisk badawczych

W celu realizacji tego postanowienia Kodeksu, platformy wskazały grupę ponad 60 naukowców z 11 krajów, w tym z Polski, którzy mieli mieć dostęp do danych Facebooka w celu prowadzenia badań nad dezinformacją. Badacze zostali wyłonieni przez amerykańskie organizacje finansujące rozwój nauk społecznych - *Social Science One* oraz *Social Science Research Council*. Poza tym, Facebook przyznał 19 grantów na całym świecie na prowadzenie badań nad mową nienawiści i zapobieganiem krzywdzeniu poza siecią tj. przenoszeniu się retoryki z sieci na zachowania w życiu rzeczywistym.

10. Monitorowanie i ocena realizacji zobowiązań Kodeksu postępowania w sprawie dezinformacji

Jak zapowiedziano w Planie działania przeciwko dezinformacji, Komisja Europejska postanowiła, że przy ocenie efektywności Kodeksu będzie współpracowała z Europejską Grupą

Regulatorów ds. Usług Audiowizualnych (ERGA). W tym celu ERGA utworzyła specjalną podgrupę, której powierzyła przeprowadzenie monitoringu realizacji zobowiązań Kodeksu przez jego sygnatariuszy w podziale na dwa etapy. Pierwszy z nich miał miejsce w okresie kampanii wyborczej do Parlamentu Europejskiego i dotyczył przede wszystkim zobowiązań w zakresie przejrzystości reklam politycznych. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji była jednym z 16 organów regulacyjnych, które włączyły się w prace zespołu ERGA i jednym z 13, które przeprowadziły pierwszą fazę monitoringu w pełnym zakresie.

Kontroli dokonano poprzez analizę reklam politycznych dostępnych w repozytoriach platform (organizacja repozytoriów oraz zakres przechowywanych tam materiałów pozostawały w decyzji Sygnatariuszy). Repozytoria reklamy politycznej zostały udostępnione przez platformy we wszystkich badanych krajach na kilka tygodni przed wyborami. W trakcie trwania monitoringu repozytoria ewoluowały pod względem struktury i zawartości. Chociaż znalazły się w nich informacje dotyczące tożsamości podmiotów politycznych, sponsorów i ogólnej kwoty wydanej na reklamę, badanie wykazało, że nie były one kompletne. Nie wszystkie reklamy polityczne były odpowiednio oznakowane, a jedyną platformą, która prowadziła działania w celu zwiększania przejrzystości reklam „zaangażowanych społecznie” (issue-based-ads) był Facebook. W jego repozytorium znalazły się informacje nt. źródeł przekazów dotyczących ważnych tematów, które w kampanii wyborczej pojawiły się w debacie publicznej.

O ile w trakcie kampanii do Parlamentu Europejskiego analiza ERGA koncentrowała się na reklamie politycznej, o tyle w drugiej fazie monitoringu objęła również pozostałe postanowienia Kodeksu, w tym szczególnie zobowiązania dotyczące wzmocnienia pozycji konsumentów i roli środowisk naukowych.

Niezależnie od monitoringu prowadzonego przez ERGA, na prośbę Komisji Europejskiej, sygnatariusze Kodeksu zobowiązani byli do przedstawienia własnej oceny wdrażania postanowień Kodeksu. Zadaniem ERGA było przeanalizowanie również tych raportów i ocena ich treści. Platformy zostały także zobowiązane do wskazania i sfinansowania prac niezależnego audytora.

W październiku 2019 r. Komisja Europejska opublikowała pierwsze roczne raporty samooceniające, przekazane jej przez sygnatariuszy Kodeksu. Zdaniem Komisji, sprawozdania z samooceny wskazują, że Kodeks, jako standard samoregulacyjny, dał szansę na większą przejrzystość w zakresie polityki platform wobec dezinformacji, a także stworzył ramy zorganizowanego dialogu w celu ich monitorowania i ulepszania. Stanowi to postęp w stosunku do sytuacji panującej przed wejściem Kodeksu w życie, przy czym konieczne jest dalsze poważne zaangażowanie zarówno poszczególnych sygnatariuszy jak i całej społeczności Internetu. Komisja zauważyła, że działania mające na celu wzmocnienie pozycji konsumentów i badaczy pozostają w tyle za pozostałymi zobowiązaniami Kodeksu. Ponadto współpraca z weryfikatorami faktów w całej UE jest wciąż sporadyczna i nie obejmuje wszystkich państw członkowskich i języków UE. Zdaniem Komisji, niezbędne są dalsze wysiłki w kierunku rozwijania współpracy platform z niezależnymi organizacjami, w tym poprzez odpowiedni i zgodny z ochroną danych osobowych, dostęp do zbiorów danych potrzebnych dla celów badawczych.

Pierwszy etap monitoringu efektywności Kodeksu podsumowany został w raporcie ERGA z czerwca 2019 r.¹⁴⁹, a raport końcowy ERGA opublikowany został w maju 2020 r.¹⁵⁰

¹⁴⁹ https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2019/06/ERGA-2019-06_Report-intermediate-monitoring-Code-of-Practice-on-disinformation.pdf.

ERGA zauważa w końcowym raporcie brak dostępu do danych i mechanizmów, które mogłyby umożliwić niezależną kontrolę i ocenę sprawozdań składanych przez sygnatariuszy Kodeksu. Sygnalizuje też konieczność sformułowania zharmonizowanych definicji i ujednoczenia sposobów realizacji zobowiązań, a także potrzebę wprowadzenia współregulacji.

W raporcie zawarto zalecenia odnoszące się do:

- Poprawy monitorowania istniejących zobowiązań Kodeksu poprzez sformułowanie odpowiednich wspólnych definicji (np. reklama polityczna, reklama oparta na problemach, itp.) oraz opracowanie wytycznych odnoszących się do relacji platform z podmiotami zewnętrznymi (weryfikatorami faktów, konsumentami i społecznością badawczą). Podkreślono, że krajowe organy regulacyjne powinny mieć lepszy dostęp do danych platform poprzez wspólną bazę danych, możliwość pozyskania informacji odnoszących się do poszczególnych krajów i ramy narzędzi monitorowania, które platformy musiałyby regularnie wypełniać.
- Poszerzenia istniejących zobowiązań Kodeksu poprzez opracowanie zaleceń dla platform, które miałyby na celu harmonizację realizacji ich zobowiązań oraz zachęcanie innych głównych platform do podpisania Kodeksu.
- Badania nowych narzędzi przeciwdziałania dezinformacji poprzez dodanie mechanizmów motywacyjnych i elementów egzekwowania w celu wskazania podejścia bardziej współregulacyjnego, na przykład „jasne obowiązki sprawozdawcze, bardziej zharmonizowane procedury i odpowiednie ramy czasowe”. W związku z tym ERGA odwołuje się do ogłoszonego aktu prawnego w sprawie usług cyfrowych¹⁵¹ jako okazji do zapewnienia ogólnych ram dla regulacji treści online, w tym walki z dezinformacją i stosowania ich wobec wszystkich platform udostępniających treści w Europie.

Ponadto w raporcie ERGA wzywa się do zwiększenia liczby sygnatariuszy Kodeksu¹⁵².

Na początku września 2020 r. Komisja Europejska opublikowała swoją ocenę Kodeksu postępowania w sprawie dezinformacji¹⁵³.

Za podstawowe mankamenty obowiązującego Kodeksu uznano brak dostępu do danych pozwalających na niezależną ocenę pojawiających się trendów i zagrożeń, jakie niesie ze sobą dezinformacja w Internecie, a także brak miarodajnych wskaźników efektywności. Dlatego należy opracować lepszy model współpracy między platformami a społecznością naukową. Sposobem na mobilizację platform i zapewnienie ich odpowiedzialności może stać się ustrukturyzowany program monitorowania. Okazją do zweryfikowania adekwatności takiego podejścia może stać się przewidziany we wspólnym komunikacie z czerwca 2020 r. program monitorowania dezinformacji wokół COVID-19.

¹⁵⁰ <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2020/05/ERGA-2019-report-published-2020-LQ.pdf>.

¹⁵¹ Digital Services Act.

¹⁵² Sygnatariusze Kodeksu do września 2020 r. to: Facebook, Google, Mozilla, Twitter, Microsoft, TikTok oraz stowarzyszenie handlowe reprezentujące platformy internetowe i stowarzyszenia reprezentujące branżę reklamową i reklamodawców: AACC (Association des agences conseils en communication), EACA, EDIMA, IAB Europe, SAR, UBA, WFA, AKA oraz Kreativitet & Kommunikation.

¹⁵³ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/assessment-code-practice-disinformation-achievements-and-areas-further-improvement>.

11. Europejski Tydzień Edukacji Medialnej

Z inicjatywy Komisji Europejskiej w marcu 2019 r. po raz pierwszy odbył się Europejski Tydzień Edukacji Medialnej¹⁵⁴. Zainaugurowała go międzynarodowa konferencja *Poinformowani obywatele w cyfrowym świecie* z udziałem ówczesnej Komisarz ds. Cyfrowej Gospodarki i Cyfrowego Społeczeństwa, Maryi Gabriel. Podkreśliła ona, że Komisja przykłada dużą wagę do dobrze poinformowanych i odpornych na dezinformację obywateli jako gwarancji wolnych i uczciwych wyborów.

Jest to też jeden z celów, dla których w znowelizowanej dyrektywie o audiowizualnych usługach medialnych wzmocniono obszar dotyczący edukacji medialnej - dyrektywa ta wprowadza obowiązki dla platform udostępniania wideo, państw członkowskich i dla samej KE (więcej na ten temat w rozdziale 8). Konferencja dotyczyła między innymi roli władz publicznych w zakresie wspierania dziennikarstwa wysokiej jakości i kompetencji medialnych społeczeństw, a także roli podmiotów rynkowych i organizacji pozarządowych w prowadzeniu edukacji medialnej. Podkreślano m.in. jak ważna jest koordynacja działań na szczeblu krajowym w realizacji polityk państw w zakresie edukacji medialnej, którą to rolę powinien pełnić organ regulacyjny ds. audiowizualnych albo inna, powołana w tym celu, niezależna instytucja pod warunkiem, że ma rozeznanie i doświadczenie w obszarze edukacji medialnej.

Inne działania zrealizowane w ramach pierwszego Europejskiego Tygodnia Edukacji Medialnej to m.in.: seminarium tematyczne w ramach Akademii ERGA (Bruksela, 18.03.2019 r.), międzynarodowy konkurs na najlepsze krajowe inicjatywy z zakresu edukacji medialnej¹⁵⁵, wspólne posiedzenie Komitetu Kontaktowego i Grupy Ekspertckiej ds. Edukacji Medialnej przy KE (*Media Literacy Expert Group*) oraz stworzenie repozytorium i interaktywnej mapy Europy jako narzędzi umożliwiających zgłaszanie krajowych, regionalnych i lokalnych inicjatyw z zakresu edukacji medialnej (łącznie zgłoszono około 300 inicjatyw)¹⁵⁶.

12. Zalecenia Rady Unii Europejskiej zawarte w Konkluzjach w sprawie umiejętności korzystania z mediów¹⁵⁷

Rada zwraca się do państw członkowskich, by:

- Metodycznie pracowały nad uwrażliwianiem opinii publicznej na wagę umiejętności korzystania z mediów i wspierały konsekwentne opracowywanie strategii na rzecz umiejętności korzystania z mediów i ich wdrażanie.
- Wspierały tworzenie i rozwój sieci ds. umiejętności korzystania z mediów (krajowych, regionalnych, lokalnych, tematycznych), po to by gromadzić stosownych interesariuszy

¹⁵⁴ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/european-media-literacy-week>, <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/aktualnosci/news,2779,edukacja-medialna-w-2019-r---zaznacz-swoja-aktywnosc-na-interaktywnej-mapie-europy.html>.

¹⁵⁵ <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/aktualnosci/news,2782,komisja-europejska-przynajme-nagrody-w-zakresie-edukacji-medialnej.html>.

¹⁵⁶ <https://ec.europa.eu/futurium/en/european-media-literacy-events>, <http://www.krrit.gov.pl/drogowskaz-medialny/aktualnosci/news,2781,europejski-tydzien-edukacji-medialnej.html>.

¹⁵⁷ Konkluzje Rady w sprawie umiejętności korzystania z mediów w stale zmieniającym się świecie (2020/C 193/06) [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XG0609\(04\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XG0609(04)&from=EN).

i umożliwić im współpracę oraz tworzenie trwałych, długoterminowych projektów i inicjatyw na rzecz umiejętności korzystania z mediów.

- Wypracowały podejście do umiejętności korzystania z mediów w każdym wieku oparte na uczeniu się przez całe życie i w tym kontekście zapewniły wsparcie projektom pilotażowym i badawczym po to, by tworzyć lub rozwijać i oceniać nowe metodologie, działania i treści dostosowane do konkretnych potrzeb grup docelowych.
- Wspierały tworzenie i upowszechnianie materiałów do nauczania i ćwiczenia umiejętności korzystania z mediów oraz wypracowywanie metodycznego podejścia do podnoszenia kompetencji osób pracujących w różnych zawodach (np. bibliotekarzy, pracowników muzeów, osób pracujących z młodzieżą, nauczycieli, specjalistów ds. umiejętności korzystania z mediów, dziennikarzy) po to, by wzmacniali swoją rolę w rozwijaniu umiejętności korzystania z mediów przez obywateli.
- Zachęcały instytucje kultury, organizacje społeczeństwa obywatelskiego oraz organizacje dziennikarskie, by uwzględniały programy uczenia się umiejętności korzystania z mediów przez całe życie, wspierały wszelkiego rodzaju organizacje medialne, zwłaszcza media publiczne, opracowywały i promowały inicjatywy na rzecz umiejętności korzystania z mediów oraz uczestniczyły w inicjatywach i projektach innych interesariuszy.
- Kontynuowały badanie możliwości promowania i wspierania profesjonalnego dziennikarstwa jako trwałego elementu globalnego środowiska mediów cyfrowych.
- Udoskonalaly istniejące modele szkoleniowe, a w razie potrzeby opracowywały nowe po to, by rozwijać umiejętności cyfrowe w europejskim sektorze kultury i sektorze kreatywnym, i tym samym sprzyjać skutecznemu stosowaniu innowacyjnych technologii oraz nadążać za postępem technologicznym.

Zwraca się do Komisji, by:

- We współpracy z państwami członkowskimi udoskoniła i rozwinęła koncepcję Europejskiego Tygodnia Umiejętności Korzystania z Mediów i zachęcała do uczestnictwa w tym wydarzeniu.
- W ramach Europejskiego Obserwatorium Mediów Cyfrowych wypracowała mechanizmy ułatwiające współpracę oraz dobrowolną wymianę pomysłów i praktyk między różnymi interesariuszami.
- Zaproponowała możliwe dalsze kroki w celu znalezienia długoterminowych, metodycznych i skutecznych rozwiązań po to, by zaradzić dezinformacji, na podstawie wyników już istniejących i przyszłych kompleksowych badań i analiz, w tym z należytym uwzględnieniem prac prowadzonych w tej dziedzinie przez Europejską Grupę Regulatorów Audiowizualnych Usług Medialnych i niezbędnej współpracy między krajowymi organami regulacyjnymi.
- W kontekście Planu działania UE dotyczącego praw człowieka i demokracji 2020 - 2024 oraz w związku z opracowywaniem nowego aktu prawnego o usługach cyfrowych, europejskiego planu działania na rzecz demokracji oraz planu działania dotyczącego mediów i sektora audiowizualnego zastanowiła się, czy nie potrzeba skuteczniejszych metod pozwalających zaradzić problemom dezinformacji, ale nieutrudniających przy tym

ochrony praw podstawowych, w których to metodach jedną z kluczowych zasad byłyby przejrzystość i odpowiedzialność platform.

- Zadbana, by uwzględnione zostały lokalna specyfika i potencjał różnych państw członkowskich oraz potrzeba szerokiej współpracy między stosownymi interesariuszami we wszystkich państwach członkowskich, tak by potencjalne środki mogły zostać zastosowane i były skuteczne, a także by można je było skutecznie i niezależnie weryfikować.
- We współpracy z państwami członkowskimi opracowała metodyczne kryteria i procesy oceny finansowanych przez UE projektów i inicjatyw na rzecz umiejętności korzystania z mediów oraz stworzyła jednolitą, porównywalną metodologię raportowania przez państwa członkowskie rozwoju umiejętności korzystania z mediów, w ramach przyszłych wytycznych, które przewidziano w zmienionej dyrektywie o audiowizualnych usługach medialnych i które Komisja wyda po konsultacji z Komitetem Kontaktowym.

Zwraca się do Komisji i państw członkowskich, by w ramach swoich kompetencji:

- Kontynuowały i podejmowały dalsze starania na rzecz metodycznego, kompleksowego, międzysektorowego podejścia do rozwijania umiejętności korzystania z mediów i uwrażliwiania na wagę tych umiejętności. Staraniom krajowym podejmowanym w tym celu, w tym inicjatywom wsparcia finansowego, powinny towarzyszyć starania na szczeblu UE.
- Sprzyjały lepszemu wykorzystywaniu możliwości, jakie dają fundusze i programy UE, po to by wspierać edukację medialną oraz różnorodne projekty i inicjatywy na rzecz umiejętności korzystania z mediów (np. wsparcie dla mediów poprzez program „Kreatywna Europa”, zwłaszcza nowe działania w zakresie wsparcia dla mediów) oraz rozwijać dodatkowe źródła finansowania, a także tworzyć synergię między właściwymi programami UE.
- Dopilnowały, by środki na rzecz umiejętności korzystania z mediów skierowane do małoletnich w ramach strategii na rzecz lepszego Internetu dla dzieci nadążały za stale ewoluującym środowiskiem cyfrowym.
- Finansowały i promowały metodyczne i regularne badania nad umiejętnością korzystania z mediów oraz oddziaływaniem mediów i platform cyfrowych (np. badania na temat środków i inicjatyw na rzecz umiejętności korzystania z mediów; badania nad wpływem nowych mediów i platform komunikacyjnych na dobrostan obywateli; badania nad działaniem algorytmów i sztucznej inteligencji i ich wpływem na opinię publiczną, życie ludzi i korzystanie z mediów, a także na europejski sektor medialny i audiowizualny).
- Wspierały sektor audiowizualny w rozwijaniu dobrych jakościowo europejskich treści i platform dystrybucyjnych, z uwzględnieniem wpływu gospodarczego pandemii COVID-19 na sektor audiowizualny w ogóle.
- Zachęcały platformy i media do współpracy w opracowywaniu narzędzi i procesów, które promowałyby ekspozycję i wyszukiwalność dobrych jakościowo źródeł informacji, wraz z ekspozycją i wyszukiwalnością jakościowych treści audiowizualnych.

13. Działania na rzecz walki z dezinformacją wokół pandemii COVID-19¹⁵⁸

Jak podkreślono w Komunikacie Komisji, zwalczanie przepływu dezinformacji wymaga działań zwiększających odporność obywateli z wykorzystaniem istniejących narzędzi UE, a także współpracy ze strony właściwych organów państw członkowskich, społeczeństwa obywatelskiego, platform mediów społecznościowych i na arenie międzynarodowej. Działania te muszą odbywać się z pełnym poszanowaniem wolności wypowiedzi oraz innych praw i podstawowych wartości. Kryzys wywołany pandemią COVID-19 wystawił na próbę UE i jej demokratyczne społeczeństwa, ukazując, jak radzą sobie one z wyzwaniem, jakim jest dezinformacja.

Kluczowe znaczenie mają następujące zagadnienia:

Zrozumienie:

- Ważne jest rozróżnienie treści niezgodnych z prawem i treści, które są szkodliwe, ale nie są nielegalne. Zatarły się granice między różnymi formami treści fałszywych lub wprowadzających w błąd, między dezinformacją, która jest z natury zamierzona a informacjami wprowadzającymi w błąd, które nie muszą być zamierzone. Działania dezinformujące mogą obejmować ukierunkowane działania wywierania wpływu przez podmioty zagraniczne lub mieć podłoże czysto ekonomiczne. Konieczna jest wyważona reakcja na te wyzwania.
- Konieczne jest objęcie kontrolą publiczną większej ilości danych oraz poprawa zdolności analitycznych.

Komunikacja:

W trakcie kryzysu związanego z pandemią UE zintensyfikowała działania informacyjne o zagrożeniach oraz wzmocniła współpracę z innymi podmiotami międzynarodowymi w walce z dezinformacją. Utworzyła też stronę internetową, dostępną w językach narodowych, poświęconą sposobom zwalczania dezinformacji związanej z pandemią¹⁵⁹.

- Europejska Służba Działań Zewnętrznych, działając wraz z Komisją, usprawniła komunikację strategiczną i dyplomację publiczną w państwach trzecich, w tym w sąsiedztwie UE.
- Przedstawicielstwa Komisji w państwach członkowskich mają odgrywać bardziej aktywną rolę w krajowych debatach.

Współpraca

- Konieczna jest poprawa współpracy zarówno wewnątrz UE jak i tej z państwami trzecimi i partnerami międzynarodowymi.
- Konieczne są dalsze działania przy zastosowaniu istniejących kanałów, takich jak system wczesnego ostrzegania oraz unijne zintegrowane reagowanie na szczeblu politycznym

¹⁵⁸ Wspólny komunikat Komisji Europejskiej i Wysokiego Przedstawiciela Unii do Spraw Zagranicznych i Polityki Bezpieczeństwa do Parlamentu Europejskiego, Rady Europejskiej, Europejskiego Komitetu Społeczno-Ekonomicznego i Komitetu Regionów *Walka z dezinformacją wokół COVID-19 – dajemy dajść do głosu faktom*. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:52020JC0008>.

¹⁵⁹ https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/health/coronavirus-response/fighting-disinformation_pl.

w sytuacjach kryzysowych. Kanały te zostaną udoskonalone, aby wzmocnić ich możliwości, poprawić analizę ryzyka oraz niezbędną sprawozdawczość w czasach kryzysu.

- Należy zacieśnić współpracę z partnerami międzynarodowymi, w tym WHO, w ramach mechanizmu szybkiego reagowania grupy G7, z NATO i innymi, co usprawni wymianę informacji oraz najlepszych praktyk.
- W ramach pakietu „Drużyna Europy” UE zwiększy wsparcie i pomoc dla organizacji społeczeństwa obywatelskiego, niezależnych mediów i dziennikarzy w państwach trzecich oraz będzie w większym stopniu wspierała monitorowanie naruszeń wolności prasy oraz opowiadała się za bezpieczniejszym środowiskiem medialnym.
- Komisja będzie nadal współpracowała z platformami internetowymi i wspierała sieć współpracy w zakresie ochrony konsumenta, do której należą organy krajowe, aby zwalczać praktyki naruszające prawo ochrony konsumentów. Wielu konsumentów zostało wprowadzonych w błąd, przez co zakupili oni nieskuteczne lub potencjalnie niebezpieczne produkty lub produkty po zawyżonych cenach, mimo że platformy internetowe usunęły miliony reklam wprowadzających w błąd.

Przejrzystość:

- Komisja ściśle monitoruje działania platform internetowych wynikające z kodeksu postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji. Konieczne są dodatkowe wysiłki, lepsza przejrzystość i większa rozliczalność.
- Platformy internetowe powinny przedkładać comiesięczne sprawozdania zawierające bardziej szczegółowe informacje na temat swoich działań promujących wiarygodne treści i ograniczających dezinformację wokół koronawirusa i związane z tym reklamy. Powinny również zacieśnić współpracę z weryfikatorami informacji – we wszystkich państwach członkowskich i we wszystkich językach – i naukowcami oraz w sposób bardziej przejrzysty wdrażać swoje działania informujące użytkowników, którzy stykają się z dezinformacją.
- W oparciu o prace nowo utworzonego Europejskiego Obserwatorium Mediów Cyfrowych UE wzmocni swoje wsparcie dla weryfikatorów informacji i naukowców.
- Zapewnienie wolności wypowiedzi i pluralistycznej debaty demokratycznej jest centralnym elementem reakcji Komisji na dezinformację. Komisja będzie nadal monitorowała wpływ, jaki na prawo i wartości UE mają środki nadzwyczajne wprowadzone przez państwa członkowskie w kontekście koronawirusa.
- Kryzys pokazał, jak ważna jest rola wolnych i niezależnych mediów w dostarczaniu społeczeństwu wiarygodnych, sprawdzonych informacji, co wnosi wkład w ratowanie życia. UE wzmocni zatem swoje wsparcie dla niezależnych mediów i dziennikarzy w UE i na świecie.
- Komisja wzywa państwa członkowskie do zwiększenia wysiłków w celu zapewnienia, by dziennikarze mogli pracować w bezpiecznych warunkach oraz by jak najlepiej wykorzystali środki w ramach reakcji gospodarczej UE i pakietu na rzecz odbudowy w celu wsparcia mediów, które dotkliwie odczuły skutki kryzysu, przy poszanowaniu ich niezależności.

Wzmacnianie pozycji obywateli

- Podnoszenie świadomości oraz zwiększanie odporności społeczeństwa umożliwi obywatelom uczestnictwo w debacie demokratycznej przez zachowanie dostępu do informacji i wolności wypowiedzi, promowanie umiejętności korzystania z mediów i informacji, w tym myślenia krytycznego i umiejętności cyfrowych.
- Można to osiągnąć dzięki projektom w zakresie umiejętności korzystania z mediów oraz wspieraniu organizacji społeczeństwa obywatelskiego.
- Komisja zamierza zaproponować, w tym w ramach najbliższego Planu działania w dziedzinie sektora audiowizualnego i mediów, działania służące podniesieniu świadomości i krytycznego myślenia wśród różnych grup w oparciu o potencjał mediów społecznościowych. Plan będzie opierać się na znowelizowanej dyrektywie o audiowizualnych usługach medialnych, która wymaga od platform udostępniania wideo zapewnienia skutecznych środków i narzędzi w zakresie umiejętności korzystania z mediów.

14. Europejski Plan Działania na rzecz Demokracji (EDAP)

We wprowadzeniu do dokumentu Komisja podkreśla znaczenie możliwości formułowania przez obywateli własnych osądów. W tym celu podczas wyborów powinni oni móc podejmować własne decyzje w przestrzeni publicznej, w której można swobodnie wyrażać różnorodne poglądy oraz w której wolne media, środowisko akademickie i społeczeństwo obywatelskie odgrywają rolę w podtrzymywaniu otwartej debaty wolnej od nieupoważnionej ingerencji, czy to krajowej, czy zagranicznej.

W ocenie Komisji, demokracja w UE stoi w obliczu poważnych wyzwań – zarówno w Internecie, jaki i poza nim – takich jak narastające zjawisko ekstremizmu, ingerencje w wybory, rozpowszechnianie informacji służących manipulacji czy groźby pod adresem dziennikarzy.

W Europejskim planie działania na rzecz demokracji zapowiedziano działania:

1. Promujące wolne i uczciwe wybory.
2. Umacniające wolność mediów.
3. Zwalczające dezinformację.

W 2023 r., na rok przed wyborami do Parlamentu Europejskiego, Komisja oceni realizację Planu.

Promowanie wolnych i uczciwych wyborów oraz demokratycznego uczestnictwa

Najważniejsze działania w tej dziedzinie to między innymi:

- Przedstawienie propozycji przepisów mających na celu zapewnienie większej przejrzystości w dziedzinie sponsorowanych treści politycznych (tzw. reklama polityczna).
- Przedstawienie wniosku dotyczącego przeglądu rozporządzenia w sprawie finansowania europejskich partii politycznych¹⁶⁰.

¹⁶⁰ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02014R1141-20180504>

- Uruchomienie wspólnego mechanizmu operacyjnego za pośrednictwem europejskiej sieci współpracy ds. wyborów umożliwiającego tworzenie wspólnych zespołów ekspertów i ścisłą współpracę z grupą ds. bezpieczeństwa sieci i informacji w celu przeciwdziałania zagrożeniom dla procesów wyborczych. Mechanizm ten będzie stanowić uzupełnienie innych środków chroniących procedury wyborcze i infrastrukturę wyborczą przed zagrożeniami, w tym atakami cybernetycznymi, oraz wspierających wolne i uczciwe wybory, zwłaszcza podczas pandemii COVID-19.
- Promowanie lepszego wykorzystywania unijnych funduszy strukturalnych do finansowania działalności społeczeństwa obywatelskiego oraz budowania zdolności i struktur instytucjonalno-administracyjnych potrzebnych do zaangażowania obywatelskiego sprzyjającego debacie i do aktywnego udziału w życiu politycznym. Wykorzystywanie unijnych funduszy i możliwości w ramach strategii UE na rzecz młodzieży, programu edukacji obywatelskiej, programu „Kreatywna Europa” i programu na rzecz równości w celu wspierania zaufania do demokracji i dostępu do demokratycznego uczestnictwa.

Wspieranie wolności i pluralizmu mediów

Aby umacniać wolność i pluralizm mediów oraz zapewnić dziennikarzom bezpieczniejsze środowisko pracy, tak by mogli wykonywać ją bez lęku i narażania się na zastraszanie, Komisja:

- zaproponuje zalecenie w sprawie bezpieczeństwa dziennikarzy, zwracając szczególną uwagę na groźby wobec dziennikarek;
- przedstawi inicjatywę na rzecz ukrócenia nadużywania pozwów przeciwko uczestnictwu publicznemu (SLAPP) wykorzystywanego do tłumienia debaty publicznej;
- będzie ściśle współpracowała z państwami członkowskimi w ramach zorganizowanego dialogu i zapewni trwałe finansowanie projektów dotyczących prawnej i praktycznej pomocy dla dziennikarzy w UE i na świecie;
- zaproponuje dalsze środki wspierające pluralizm mediów oraz zwiększenie przejrzystości struktury własności mediów oraz przejrzystości reklam państwowych, między innymi za pośrednictwem nowego Mechanizmu monitorowania własności mediów (*Media Ownership Monitor*).

Przeciwdziałanie dezinformacji

Demokracje na całym świecie zmagają się z rosnącą liczbą fałszywych informacji, które mogą destabilizować instytucje demokratyczne i podważać zaufanie obywateli. Aby zintensyfikować walkę z dezinformacją Komisja:

- ulepszy metody zwalczania zagranicznych ingerencji w unijnej przestrzeni informacyjnej, w tym zaproponuje nowe instrumenty umożliwiające obciążanie winnych kosztami;
- pokieruje przekształceniem Kodeksu postępowania w zakresie dezinformacji w ramy oparte na współregulacji i przewidujące odpowiedzialność platform internetowych, zgodnie z mającym wejść w życie aktem prawnym o usługach cyfrowych;
- wiosną 2021 r. wyda wytyczne zaostrożające Kodeks postępowania i ustanowi solidniejsze ramy monitorowania jego wdrażania.

15. Plan działania na rzecz odbudowy i transformacji unijnego sektora medialnego i audiowizualnego

Przyjmując Plan działania na rzecz odbudowy i transformacji unijnego sektora medialnego i audiowizualnego Komisja zwróciła uwagę, że sektory te, szczególnie dotknięte kryzysem związanym z koronawirusem, mają zasadnicze znaczenie dla demokracji, różnorodności kulturowej Europy i jej autonomii cyfrowej.

Plan działania koncentruje się na trzech obszarach działalności i dziesięciu konkretnych działaniach, które mają pomóc sektorowi medialnemu w wyjściu z kryzysu poprzez zapewnienie płynności i wsparcia finansowego oraz w transformacji poprzez pobudzenie inwestycji służących wdrożeniu transformacji zarówno cyfrowej, jak i ekologicznej. Jednocześnie działania te mają zapewnić odporność tego sektora w przyszłości i wzmocnić pozycję obywateli i przedsiębiorstw w Europie.

Odbudowa

W ramach Instrumentu na rzecz Odbudowy i Zwiększania Odporności w każdym krajowym planie odbudowy i zwiększania odporności co najmniej 20% wydatków będzie przeznaczonych na technologie cyfrowe. Do realizacji tego celu zaliczane będą środki mające na celu zwiększenie produkcji i rozpowszechniania treści cyfrowych, takich jak media cyfrowe. Ponadto plan działania ma na celu:

- a. Ułatwienie dostępu do wsparcia UE za pomocą specjalnego narzędzia dla przedsiębiorstw medialnych umożliwiającego im znalezienie wszystkich istotnych dla nich możliwości finansowania ze środków unijnych. Dzięki temu przedsiębiorstwa dostaną wskazówki na temat tego, jak ubiegać się o odpowiednie wsparcie UE w kontekście wieloletnich ram finansowych na lata 2021–2027, ale również za pośrednictwem krajowych planów odbudowy i zwiększania odporności;
- b. Zwiększenie inwestycji w przemyśle audiowizualnym za pośrednictwem nowej inicjatywy MEDIA INVEST, której celem jest pozyskanie inwestycji o wartości 400 mln EUR w okresie siedmiu lat;
- c. Uruchomienie inicjatywy „NEWS” w celu połączenia działań i wsparcia dla sektora mediów informacyjnych. Inicjatywa obejmuje pilotażowy projekt inwestycyjny NEWS realizowany z fundacjami i innymi partnerami prywatnymi, dostęp do pożyczek objętych gwarancją InvestEU, dotacje oraz Europejskie Forum Mediów Informacyjnych prowadzone we współpracy z sektorem. Szczególna uwaga zostanie poświęcona mediom lokalnym.

Transformacja

Plan działania ma na celu wspieranie ekologicznej i cyfrowej transformacji sektora poprzez:

- d. Zachęcanie do tworzenia europejskich przestrzeni danych pochodzących z mediów na potrzeby ich wymiany i innowacji;

- e. Wspieranie europejskiej koalicji branżowej na rzecz wirtualnej i rozszerzonej rzeczywistości, aby pomóc unijnym mediom w czerpaniu korzyści z tych technologii, oraz uruchomienie VR Media Lab na potrzeby projektów dotyczących nowych sposobów opowiadania i interakcji;
- f. Ułatwianie dyskusji i działań, aby sektor stał się neutralny dla klimatu do 2050 r.

Aktywizacja i wzmocnienie

W centrum działań przedstawionych w Planie działania znaleźli się obywatele i przedsiębiorstwa, co ma na celu aktywizację Europejczyków i wzmocnienie ich pozycji. Działania obejmują:

- g. Rozpoczęcie dialogu z branżą audiowizualną w celu poprawy dostępu do treści audiowizualnych i ich dostępności w całej UE, aby pomóc branży w zwiększeniu skali działalności i dotarciu do nowych odbiorców i konsumentów, którzy dzięki temu będą mogli korzystać z szerokiego zakresu treści;
- h. Wsparcie europejskich talentów medialnych, w tym poprzez promowanie różnorodności przed kamerą i za nią oraz poprzez wyszukiwanie i wspieranie przedsiębiorstw medialnych typu start-up;
- i. Wzmocnienie pozycji obywateli, w tym poprzez zwiększanie umiejętności korzystania z mediów i wspieranie tworzenia niezależnych alternatywnych agregatorów wiadomości;
- j. Zacieśnienie współpracy między organami regulacyjnymi w ramach europejskiej grupy regulatorów audiowizualnych usług medialnych (ERGA) w celu zapewnienia właściwego funkcjonowania rynku mediów w UE.

16. Akt prawny o usługach cyfrowych

Zakres i odpowiedzialność

Akt prawny o usługach cyfrowych (DSA) ma obejmować swoim zakresem wszystkie usługi pośrednictwa internetowego, w szczególności platformy internetowe takie jak media społecznościowe i platformy handlowe, nawet jeśli nie mają one siedziby w UE.

Ma nałożyć większą odpowiedzialność na dostawców usług hostingowych, w szczególności na media społecznościowe, ale zachowuje obecne wyłączenie odpowiedzialności, a także zakaz nakładania przez państwa członkowskie ogólnych obowiązków monitorowania.

Główne zmiany wobec zasad odpowiedzialności zawartych w dyrektywie o handlu elektronicznym, które zostaną przeniesione do przyszłego DSA, mają na celu umożliwienie pośrednikom angażowania się w dobrowolne działania przeciwko nielegalnym treściom (bez ponoszenia odpowiedzialności), jednocześnie zapewniając przejrzystość moderacji treści i prawa

zainteresowanych użytkowników. Po ich włączeniu do DSA zasady odpowiedzialności stałyby się również bezpośrednio stosowane we wszystkich państwach członkowskich.

Projekt regulacji harmonizuje również treść, formę i procedurę nakazów, które sądy krajowe lub organy administracyjne mogą wydawać w celu nakazania pośrednikom podjęcia działań przeciwko określonej treści lub dostarczenia *konkretnej informacji o jednym lub większej liczbie konkretnych użytkowników indywidualnych*.

Tym samym, projekt zwiększa poziom odpowiedzialności dostawców usług hostingowych w odniesieniu do nielegalnych treści, nakładając na nich obowiązek reagowania *terminowo, rzetelnie i obiektywnie* na wszystkie zawiadomienia o potencjalnie nielegalnych treściach (w tym usług i produktów) otrzymane za pośrednictwem wiążącego mechanizmu oznaczania (flagowania). Media społecznościowe musiałyby również tymczasowo zawieszać świadczenie usługi użytkownikom, którzy często udostępniają treści nielegalne w sposób oczywisty, oraz niezwłocznie poinformować właściwy organ egzekwowania prawa w przypadku podejrzenia popełnienia poważnego przestępstwa.

Jeśli chodzi o zakres, Komisja przewiduje, że DSA powinien mieć zastosowanie do usług pośredniczących, w szczególności takich jak media społecznościowe i platformy handlowe.

Usługi pośrednictwa stanowią podzbiór „usług społeczeństwa informacyjnego”, które są zdefiniowane w dyrektywie (UE) 2015/1535 i regulowane w dyrektywie o handlu elektronicznym jako *każda usługa zwykle świadczona za wynagrodzeniem, na odległość, drogą elektroniczną i na indywidualne żądanie odbiorcy* i obejmują:

- zwykły kanał dostępu, czyli usługę polegającą na transmisji w sieci komunikacyjnej informacji dostarczonych przez odbiorcę usługi lub zapewnienie dostępu do sieci komunikacyjnej;
- buforowanie, czyli usługę polegającą na transmisji w sieci komunikacyjnej informacji dostarczonych przez odbiorcę usługi, obejmującą automatyczne, pośrednie i tymczasowe przechowywanie tych informacji, wyłącznie w celu usprawnienia dalszego przekazywania informacji innym odbiorcom na ich żądanie;
- hosting, czyli usługę polegającą na przechowywaniu informacji dostarczonych przez i na żądanie usługobiorcy.

Platformy internetowe, takie jak media społecznościowe i handel internetowy, definiuje się jako dostawców usług hostingowych, którzy na żądanie usługobiorcy przechowują i rozpowszechniają informacje opinii publicznej (tj. potencjalnie nieograniczonej liczbie osób trzecich). DSA nie ma zatem mieć zastosowania do usług komunikacji interpersonalnej, takich jak e-maile lub prywatne usługi przesyłania wiadomości.

Jeśli chodzi o usługi świadczone przez podmioty spoza UE, proponowany DSA przewiduje objęcie zakresem regulacji usługodawców niezależnie od miejsca prowadzenia przez nich działalności lub miejsca zamieszkania, pod warunkiem, że świadczą oni usługi w Unii, o czym świadczy „istotny związek” z Unią.

Zakłada się, że istnieje istotny związek w przypadku, gdy usługodawca:

- ma siedzibę w UE; lub
- ma znaczną liczbę użytkowników w co najmniej jednym państwie członkowskim; lub
- kieruje swoje działania do jednego lub kilku państw członkowskich.

To ostatnie można określić na podstawie wszystkich istotnych okoliczności, w tym czynników, takich jak korzystanie z języka lub waluty, możliwość zamawiania produktów lub usług lub korzystanie z domeny danego kraju. Fakt, że strona internetowa jest technicznie dostępna z Unii, nie jest sam w sobie wystarczającą podstawą, aby uznać go za wskazujący na istotny związek z Unią.

Zgodnie z propozycją, dostawcy usług hostingowych muszą udostępniać osobom fizycznym lub podmiotom systemy do oznaczania nielegalnych informacji, a także reagować na wszystkie otrzymywane powiadomienia w tej kwestii *terminowo, rzetelnie i obiektywnie*.

Projekt regulacji precyzuje, że powiadomienie zawierające wszystkie elementy określone w projekcie ma *prowadzić do faktycznej wiedzy lub świadomości [w zakresie zasad odpowiedzialności] na temat danej informacji* (tj. usługodawca będzie musiał je szybko usunąć lub ponieść odpowiedzialność).

Tworząc swój system oznaczania, dostawca ma umożliwić i ułatwić składanie powiadomień zawierających wszystkie te elementy, które obejmują wyraźne wskazanie lokalizacji potencjalnie nielegalnego przedmiotu *w szczególności dokładny adres URL/adresy URL oraz, w razie potrzeby, dodatkowe informacje umożliwiające jego identyfikację*.

W projekcie dodano zabezpieczenia przed nieuzasadnionym usunięciem, wymagając od dostawców, aby zawsze wyjaśniali użytkownikowi, że jego treści zostaną usunięte, i informowali o możliwościach dochodzenia roszczeń.

Wewnętrzny system rozpatrywania skarg musi być również dostępny w mediach społecznościowych (chyba że są to małe lub mikroprzedsiębiorstwa), które również muszą zapewniać, że decyzje dotyczące skarg są *terminowe, rzetelne i obiektywne*, i nie są podejmowane wyłącznie w sposób zautomatyzowany, a w stosownych przypadkach są usuwane bez zbędnej zwłoki.

Należyta staranność i przejrzystość

Projekt regulacji zakłada, że pośrednicy internetowi będą musieli podjąć szereg środków należytej staranności, aby chronić użytkowników przed nielegalnymi treściami (w tym usługami i produktami), jednocześnie chroniąc wolność wypowiedzi.

Obowiązki dotyczące należytej staranności i przejrzystości różnią się w zależności od charakteru i wielkości usługi. Od wszystkich pośredników wymaga się przejrzystości i „sumienności”, gdy moderują treści udostępniane przez użytkowników.

Oprócz podstawowych przepisów, które mają zastosowanie do wszystkich platform, dostawcy usług hostingowych (np. udostępnianie plików i chmura) będą musieli rozpatrywać wszystkie powiadomienia o potencjalnie nielegalnych treściach otrzymane za pośrednictwem wiążącego mechanizmu oznaczania.

Platformy, które również upubliczniają przechowywane treści (media społecznościowe i platformy handlowe), będą musiały:

- tymczasowo zawiesić świadczenie usługi użytkownikom, którzy często dostarczają treści w sposób oczywisty niezgodne z prawem, oraz niezwłocznie poinformować właściwy organ ścigania w przypadku podejrzenia popełnienia poważnego przestępstwa;

- sprawdzać tożsamość sprzedawców, zanim zostaną wpuszczeni na platformę; i
- dostarczyć użytkownikom informację o reklamach wyświetlanych na interfejsie platformy, w tym zrozumiałych informacji o głównych parametrach służących do określenia użytkownika, któremu reklama jest wyświetlana.

Im więcej obowiązków dotyczących należytej staranności nakłada się na platformy, tym wyższe zabezpieczenia będą musiały one wprowadzić, aby chronić użytkowników przed nieuzasadnionym usunięciem.

Proponowany DSA zawiera dodatkowe obowiązki dla „bardzo dużych platform internetowych” (VSP), czyli takich, które co miesiąc świadczą usługi co najmniej 45 milionom aktywnych użytkowników na terenie UE. Liczba ta odpowiada mniej więcej 10% ludności UE.

Zdaniem Komisji konieczne jest nałożenie na VLP wyższych standardów jeśli chodzi o obowiązki w zakresie należytej staranności, ponieważ ze względu na swój zasięg niosą one wyższy poziom ryzyka (systemowego) dla społeczeństwa i gospodarki UE niż mniejsze platformy. Mogą na przykład w większym zakresie kształtować opinię publiczną, ułatwiać transakcje gospodarcze i rozpowszechniać nielegalne treści.

Wszyscy dostawcy i pośrednicy online mają zostać zobowiązani do wyraźnego informowania swoich użytkowników w regulaminach o wszelkich ograniczeniach, które nakładają w związku z korzystaniem ze swoich usług, w tym o zasadach i narzędziach moderowania treści (również zautomatyzowanych).

Będą też musieli (chyba że są mikroprzedsiębiorstwami lub małymi przedsiębiorstwami) publikować roczne sprawozdania z działań związanych z moderowaniem treści, które mogłyby wpłynąć na „widoczność i dostępność” treści dostarczanych przez użytkowników.

Jeśli chodzi o dodatkowe zobowiązania bardzo dużych platform (VLP), mają zostać one zobowiązane do oceny ryzyka pod kątem korzystania z ich usług w celu rozpowszechniania nielegalnych treści lub negatywnego wpływu na prawa podstawowe, bezpieczeństwo publiczne lub wybory. Ma to polegać na analizie tego, jak ich systemy moderowania treści i rekomendacji oraz ich systemy wyboru i wyświetlania reklam wpływają na to ryzyko. Partnerzy VLP będą również musieli podjąć środki w celu złagodzenia tego ryzyka, takie jak dostosowanie swoich systemów moderowania treści i rekomendacji lub zacieśnienie współpracy z zaufanymi podmiotami sygnalizującymi i innymi platformami.

Projekt DSA wymaga od VLP zatrudniania niezależnych audytorów zewnętrznych do sprawdzania zgodności ich funkcjonowania z zasadami i zobowiązaniami, które podjęli w kodeksach postępowania.

Gdy audytorzy wydadzą negatywny raport z audytu, VLP będą musiały przedstawić raport wyjaśniający, w jaki sposób zastosowali się do zaleceń audytorów w celu osiągnięcia zgodności lub jakie alternatywne środki zgodności proponują, jeśli postanowią nie stosować się do zaleceń.

VLP będą musiały także być bardziej przejrzyste w zakresie sposobu wykonywania niektórych działań (systemy rekomendacji, reklama internetowa, publikacja raportów) oraz umożliwić organom regulacyjnym i badaczom dostęp do niektórych swoich danych.

Egzekwowanie przepisów

Propozycja DSA zawiera bardzo szczegółowe zasady dotyczące nadzoru i egzekwowania (wraz z rozszerzonymi zasadami dotyczącymi bardzo dużych platform, VLP). Główną rolę przypisano tu władzom państw członkowskich przy wsparciu nowo utworzonej Europejskiej Rady Usług Cyfrowych (EBDS).

Za egzekwowanie przepisów odpowiedzialne będą te państwa członkowskie, w których usługodawca ma główną siedzibę. W przypadku usługodawców, którzy nie mają siedziby w UE, ale oferują usługi w UE, państwo członkowskie, w którym znajduje się przedstawiciel prawny usługodawcy będzie miało uprawnienia do egzekwowania rozporządzenia. Projekt zawiera również mechanizm umożliwiający państwu członkowskiemu, które nie jest właściwe, zwrócić się do państwa członkowskiego, w którym usługodawca ma siedzibę, o ocenę domniemanego naruszenia rozporządzenia.

Państwa członkowskie będą musiały wyznaczyć jeden lub więcej właściwych organów, które będą odpowiedzialne za stosowanie i egzekwowanie przepisów. Jeden z tych organów będzie musiał zostać wskazany jako koordynator usług cyfrowych (DSC) na szczeblu krajowym.

DSC będzie podlegał wymogom związanym z wykonywaniem uprawnień nadzorczych, w szczególności w zakresie bezstronności, przejrzystości i niezależności oraz sporządzania sprawozdań z działalności. Organ taki ma otrzymać szereg szeroko zakrojonych uprawnień dochodzeniowych i egzekucyjnych (w tym uprawnienia do żądania informacji, inspekcji na miejscu, uprawnienia do przyjmowania zobowiązań od dostawców i nadawania im wiążącego charakteru, do nakazania zaprzestania naruszeń i nakładania grzywien zgodnie z ustaleniami).

Organy pełniące rolę koordynatorów usług cyfrowych będą mogły ponadto uczestniczyć we wspólnych dochodzeniach przeciwko platformom działającym w kilku państwach członkowskich.

Użytkownicy będą mieli prawo wnosić skargi na dostawców do DSC państwa członkowskiego, w którym mieszka użytkownik, a DSC będzie mógł przekazać skargę do DCS państwa członkowskiego, w którym dostawca ma siedzibę.

Aby ułatwić kontakt z władzami, usługodawcy będą musieli ustanowić pojedynczy punkt kontaktowy.

Jeśli chodzi o bardzo duże platformy, projekt ustanawia wzmocniony system nadzoru, w ramach którego DCS kraju siedziby może zostać poproszony przez Komisję lub przez EBDS o zbadanie podejrzanego naruszenia.

W przypadku utrzymywania się naruszeń Komisja ma mieć prawo do interwencji, a DCS państwa członkowskiego siedziby zostać usunięty ze sprawy.

Zgodnie z projektem, Komisja ma być uprawniona do przeprowadzania dochodzeń, przyjmowania środków tymczasowych i nakładania zobowiązań wiążących dla VLP. Komisja ma mieć również daleko idące uprawnienia, w tym prawo do żądania informacji od samej platformy oraz od każdego innego podmiotu gospodarczego, który może wiedzieć o domniemanym naruszeniu.

W przypadku nieprzestrzegania rozporządzenia, środków tymczasowych lub wiążących zobowiązań, Komisja będzie mogła przyjąć decyzję o niezgodności nakazującą VLP ich przestrzeganie i będzie mogła nakładać na VLP kary lub okresowe płatności.

Przed podjęciem takich decyzji Komisja musiałaby ostrzec VLP o decyzji, którą zamierza podjąć, a VLP miałyby mieć prawo do bycia wysłuchanym i prawo dostępu do akt.

W przypadku nadzwyczajnych okoliczności wpływających na bezpieczeństwo publiczne lub zdrowie publiczne Komisja ma być uprawniona do sporządzania protokołów kryzysowych w celu koordynacji szybkiego, zbiorowego i transgranicznego reagowania. Nadzwyczajne okoliczności to nieprzewidziane zdarzenia, takie jak trzęsienia ziemi, pandemie, akty terroryzmu, w przypadku których platformy mogą być nadużywane do szybkiego rozprzestrzeniania nielegalnych treści lub dezinformacji.

Zgodnie z projektem VLP będą zachęcane do sporządzania i stosowania specjalnych protokołów kryzysowych przez ograniczony czas.

Jeśli chodzi o kary, ich wysokość jest różna w zależności od tego, czy chodzi o VLP, czy nie. W przypadku VLP Komisja będzie mogła nałożyć grzywny w wysokości do 6% całkowitego obrotu przedsiębiorstwa w poprzednim roku obrotowym. W określonych przypadkach będą mogły również zostać nałożone okresowe kary pieniężne w wysokości do 5% średniego dziennego obrotu przedsiębiorstwa w poprzednim roku obrotowym.

W przypadku innych dostawców państwa członkowskie będą musiały określić zasady i poziomy grzywien, ale propozycja stanowi, że grzywny nakładane przez państwa członkowskie nie mogą przekraczać tych określonych dla VLP.

Europejska Rada Usług Cyfrowych (EBDS)

Europejska Rada Usług Cyfrowych (EBDS) to grupa doradcza, która będzie miała służyć radą DSC i Komisji w zakresie stosowania rozporządzenia. Przewodniczyć ma jej Komisja, ale składać się ma z organów pełniących rolę koordynatorów usług cyfrowych (DSC) (można by zaprosić inne władze).

Projektowane zadania EBDS:

- wspieranie koordynacji wspólnych dochodzeń;
- wspieranie właściwych organów w analizie raportów i wyników audytów VLP;
- wydawanie opinii, zaleceń lub porad dla DCS;
- doradzanie Komisji w sprawach związanych z podjęciem środków egzekwujących wobec VLP;
- wspieranie i promowanie opracowywania i wdrażania europejskich norm, wytycznych, raportów i kodeksów postępowania; identyfikowanie pojawiających się problemów.

Zgodnie z propozycją DSA, ogólnounijne kodeksy postępowania mogą przyczynić się do prawidłowego stosowania rozporządzenia. Powinny jasno określać swoje cele, zawierać kluczowe wskaźniki wydajności i obowiązki sprawozdawcze. EBDS będzie regularnie monitorować i oceniać takie kodeksy.

W przypadku pojawienia się ryzyka systemowego Komisja ma być dodatkowo uprawniona do zaproszenia VLP, a także innych podmiotów, takich jak organizacje społeczeństwa obywatelskiego, do udziału w opracowywaniu unijnych kodeksów postępowania.

W przypadku reklamy internetowej Komisja będzie musiała doprowadzić do opracowania kodeksów postępowania w ciągu jednego roku od daty rozpoczęcia stosowania niniejszego rozporządzenia. Kodeksy te mają przyczynić się do zwiększenia przejrzystości reklam internetowych.

17. Akt prawny o rynkach cyfrowych

Akt prawny o rynkach cyfrowych odnosi się do negatywnych konsekwencji wynikających z pewnych zachowań platform pełniących funkcję cyfrowych „strażników” jednolitego rynku. Są to platformy, które mają znaczący wpływ na rynek wewnętrzny, służą jako strażnicy dostępu, umożliwiając użytkownikom biznesowym dotarcie do klientów i które mają lub będą mieć, jak można przewidzieć, ugruntowaną i trwałą pozycję. Może to dać im możliwość działania w charakterze twórców reguł i wąskich gardeł między przedsiębiorstwami a konsumentami. Czasami takie firmy mają kontrolę nad całymi ekosystemami platformy. Kiedy taki „strażnik” angażuje się w nieuczciwe praktyki biznesowe, może uniemożliwić lub spowolnić cenne i innowacyjne usługi swoich użytkowników biznesowych i ich konkurentów, zanim dotrą do konsumenta. Przykłady takich praktyk obejmują nieuczciwe wykorzystanie danych dotyczących firm działających na tych platformach lub sytuacje, w których użytkownicy są zablokowani w określonej usłudze i mają ograniczone możliwości przejścia na inną.

Akt prawny o rynkach cyfrowych opiera się na horyzontalnej platformie regulacji biznesowych¹⁶¹, na ustaleniach unijnego Obserwatorium Gospodarki Platform Internetowych oraz na rozległym doświadczeniu Komisji w radzeniu sobie z rynkami internetowymi poprzez egzekwowanie prawa konkurencji. W szczególności ustanawia zharmonizowane zasady określające i zakazujące strażnikom takich nieuczciwych praktyk oraz zapewniające mechanizm egzekwowania oparty na badaniach rynku. Ten sam mechanizm zapewni aktualizację obowiązków określonych w rozporządzeniu w stale zmieniającej się rzeczywistości cyfrowej.

Akt prawny o rynkach cyfrowych:

- ma zastosowanie tylko do głównych dostawców podstawowych usług platformy najbardziej podatnych na nieuczciwe praktyki, takich jak wyszukiwarki, sieci społecznościowe lub usługi pośrednictwa internetowego, które spełniają obiektywne kryteria prawne umożliwiające uznanie ich za strażników;
- definiuje progi ilościowe jako podstawę do zidentyfikowania domniemanych strażników dostępu. Komisja będzie również miała uprawnienia do uznawania przedsiębiorstw za strażników dostępu w wyniku badania rynku;
- zakazuje szeregu praktyk, które są wyraźnie nieuczciwe, takich jak blokowanie użytkownikom możliwości odinstalowania wstępnie zainstalowanego oprogramowania lub aplikacji;
- wymaga od strażników dostępu, aby aktywnie wprowadzali pewne środki, takie jak specjalne środki umożliwiające oprogramowaniu stron trzecich prawidłowe funkcjonowanie i współdziałanie z ich własnymi usługami;
- nakłada sankcje za jego nieprzestrzeganie, które mogą obejmować grzywny w wysokości do 10% światowego obrotu takiego „strażnika”, aby zapewnić skuteczność nowych przepisów. W przypadku powtarzających się naruszeń sankcje te mogą również obejmować obowiązek podjęcia środków strukturalnych, potencjalnie obejmujących zbycie niektórych

¹⁶¹ Regulation (eu) 2019/1150 of the European Parliament and of the Council of 20 June 2019 on promoting fairness and transparency for business users of online intermediation services, Official Journal of the European Union, L 186/57

przedsiębiorstw, w przypadku gdy nie jest dostępny inny równie skuteczny, alternatywny środek zapewniający zgodność;

- umożliwi Komisji prowadzenie ukierunkowanych badań rynku w celu oceny, czy do tych przepisów należy dodać nowe praktyki i usługi, aby zapewnić, że nowe zasady dotyczące strażników dostępu nadążają za szybkim tempem rozwoju rynków cyfrowych.