

PYTANIA KONSULTACYJNE DO DAUM - CZĘŚĆ DRUGA
USŁUGI PLATFORM UDOSTĘPNIANIA WIDEO (VSP)

I. ORGANIZACJA ELEKTRONICZNEGO WYKAZU VSP

1. Czy zgłoszenie do wykazu prowadzonego w formie elektronicznej przez organ regulacyjny i dostępnego publicznie (w celu identyfikacji dostawców VSP podlegających DAUM) jest wystarczający dla zapewnienia użytkownikom i KRRiT dostępu do pełnej, aktualnej informacji o działających w Polsce platformach VSP? Jeśli nie, jaki inny system powinien być zastosowany?

W zasadzie wszyscy uczestnicy konsultacji uznali taką formę za wystarczającą.

Jednocześnie wskazywali, że obowiązki nałożone na dostawców VSP powinny mieć charakter rejestracji, a sam wykaz powinien być ukształtowany podobnie dla platform VSP i dostawców VoD, podobnie określając konsekwencje niedokonania właściwego i terminowego zgłoszenia (Cyfrowy Polsat SA, Agora SA, TVN SA, Telewizja Polska SA).

Rzecznik Praw Obywatelskich (RPO) podkreślił, że wykaz powinien być dostępny także dla osób niepełnosprawnych - jego forma winna uwzględniać ich ograniczenia percepcyjne. Jedynym podmiotem, który wskazał, że być może wystarczające byłoby monitorowanie sieci jest, podmiot komercyjny zajmujący się badaniem internetu Polskie Badania Internetu sp. z.o.o. (PBI).

2. Czy elektroniczna forma komunikacji, umożliwiająca dostawcom VSP przekazywanie informacji o ich działalności jest wystarczającym sposobem zapewnienia łatwego i prostego w użyciu mechanizmu zgłaszania i aktualizacji własnych danych?

Uczestnicy konsultacji uważają taką formę za wystarczającą. Jedynie RPO zwrócił uwagę, że warto rozważyć także inne kanały komunikacji. TVN SA zastrzegł, że taka forma jest wystarczająca, o ile będzie umożliwiała ustalanie tożsamości osób dokonujących zgłoszenia w imieniu platformy udostępniania treści video.

3. Jakie informacje powinno zawierać zgłoszenie („karta informacyjna”) do wykazu, o którym mowa powyżej, przesyłane w formie elektronicznej przez dostawców VSP, aby użytkownicy i organ regulacyjny w wystarczający sposób mogli zidentyfikować podmiot i usługę?

Uczestnicy konsultacji wskazywali na dane pozwalające zidentyfikować określonego dostawcę VSP (nazwa, adres siedziby, inne dane identyfikujące przedsiębiorcę: NIP, numer KRS lub CEDiG oraz dane umożliwiające skuteczny i efektywny kontakt np. adres mailowy/ adres witryny internetowej).

Telewizja Polska SA, CDA SA oraz Krajowa Izba Producentów Audiowizualnych (KIPA) podkreśliły, że dane takie powinny również obejmować informacje o właścicielu rzeczywistym danego dostawcy VSP, jego strukturze właścicielskiej oraz aplikacjach, za pośrednictwem których dana platforma zapewnia dostęp do zagregowanych treści.

Firma badawcza

PBI:

- zasadne jest także wskazanie w zgłoszeniu osób odpowiedzialnych za nadzór na treściami udostępnianymi na danej platformie.

IZBY

KIPA:

- w ramach ujawnionych informacji widzi konieczność określenia liczby użytkowników danego dostawcy, jego obrotów i źródeł finansowania prowadzonej działalności (np. reklama, model subskrypcyjny).

4. Czy w zgłoszeniu („karcie informacyjnej”) dostawca VSP powinien wskazać kryteria, które spełnia identyfikując się jako dostawca podlegający polskiej jurysdykcji?

Uczestnicy konsultacji - poza jednym z serwisów internetowych - wskazali, że dostawca VSP winien wskazać tego rodzaju kryteria, a organ regulacyjny je zweryfikować. Jednocześnie zwrócono uwagę, że karta informacyjna udostępniona przez organ mogłaby dostawcy taki obowiązek ułatwić, np. formułując listę kryteriów, z których dostawca VSP wybierałby przesłanki odnoszące się do ustalenia jego jurysdykcji.

II. PRZEKAZY HANDLOWE

1. W jaki sposób powinien być oznaczony audiowizualny przekaz handlowy w VSP?

Urzędy publiczne

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK):

- brak obecnie kontroli działalności twórców internetowych tzw. influencerów i konieczność zastosowania odpowiednich środków w odniesieniu do przekazów handlowych w kontekście ich współpracy z przedsiębiorcami. Postulują zwiększenie skuteczności regulacji poprzez wzmocnienie istniejących mechanizmów, regulaminów korzystania z usług VSP. Postuluje wprowadzenie obowiązkowego oznaczania filmów służących promocji produktów umieszczanych w ramach usług VSP i zastosowanie ujednoczonej, wyraźnej metody oznaczania tego typu zawartości, np. przez zastosowanie znaku graficznego lub napisu wyświetlającego się w trakcie odtwarzania danego filmu.
- w celu zwiększenia skuteczności tego typu regulacji, zasadne byłoby także umożliwienie użytkownikom zgłoszenia treści bez stosownych oznaczeń. Art. 28b ust. 3 dyrektywy 2018/1808 zakłada przejrzyste i przyjazne dla użytkowników mechanizmy umożliwiające im zgłaszanie lub sygnalizowanie dostawcy takiej platformy treści niedopuszczalnych wskazanych w art. 28b ust. 1 lit. a)-c), obowiązek ten nie obejmuje przekazów handlowych. Najprostszą i najbardziej efektywną metodą byłoby zastosowanie istniejących systemów zgłaszania filmów naruszających regulamin korzystania z usług VSP i rozszerzenie tej funkcjonalności także na taką zawartość.
- obowiązujący art. 14 ust. 1 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną przewiduje, już istnienie mechanizmu zgłaszania zawartości bezprawnej do podmiotu świadczącego usługi drogą elektroniczną. W polskim systemie prawa funkcjonują już określone mechanizmy dotyczące m.in. VSP, których istnienie warto uwzględnić przy dokonywaniu implementacji dyrektywy 2018/1808.
- tego typu działania wpłynęłyby na podniesienie poziomu bezpieczeństwa i świadomości konsumentów, korzystających z usług VSP oraz mających styczność z przekazami kreowanymi przez influencerów, które mogą mieć charakter działań promocyjnych.

Nadawcy - w sposób analogiczny jak w przypadku usług VoD (Agora SA, ITI Neovision SA, Cyfrowy Polsat SA, TVN SA, Telewizja Polska SA).

VoD - CDA SA odpowiada twierdząco; odpowiedzialność za oznaczanie reklam po stronie dostawcy treści, dostawca platformy powinien zapewnić odpowiednie narzędzia.

VSP- wszyscy - tak. Oznaczenia wyświetlane w narożniku ekranu, w materiale umieszczanym przez użytkownika Wirtualna Polska (WP).

IZBY - tak, przekaz handlowy oznaczony i wyświetlany w sposób widoczny dla odbiorcy i jednoznaczny (Związek

Pracodawców Branży Internetowej IAP Polska (IAB), Izba Wydawców Prasy (IWP)), np. poprzez pasek informacyjny w górnym rogu okienka wyświetlany podczas całego przekazu (KIPA).

Firma badawcza - tak, oznakowanie reklam z licznikiem czasu ich trwania (PBI).

Uniwersytety/ Eksperti - tak jak w telewizji linearnej (Uniwersytet Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy (UKW)).

NGO - przekazy handlowe w VSP powinny być oznaczane w sposób analogiczny jak w przypadku usług VoD (Kreatywna Polska).

Osoby fizyczne- trudno powiedzieć.

2. Czy można zastosować w tym zakresie rozwiązania obowiązujące w audiowizualnych usługach medialnych?

Urzędy publiczne

RPO:

- zastosowanie dodatkowych rozwiązań skierowanych do nadawców programów streamingowych.

UOKiK:

- zwraca uwagę na obecny brak kontroli działalności twórców internetowych tzw. influencerów i konieczność zastosowania odpowiednich środków w odniesieniu do przekazów handlowych w kontekście ich współpracy z przedsiębiorcami. Odpowiedź podobna jak w przypadku pytania pierwszego.

Nadawcy

Agora SA, ITI Neovision SA, Cyfrowy Polsat SA, TVN SA:

- tak, można zastosować rozwiązania obowiązujące w audiowizualnych usługach medialnych.

Telewizja Polska SA:

- wątpliwości co do skuteczności, ale generalnie tak.

VoD - CDA SA uznał, że tak, można zastosować rozwiązania obowiązujące w audiowizualnych usługach medialnych.

VSP - WP tak, widzowie muszą być poinformowani o tym, co oglądają. Wprowadzenie do regulaminów zasad i ich egzekwowania z uwzględnieniem odpowiedzialności dostawców VSP.

IZBY, Firma badawcza, Uniwersytety/ Eksperti - tak (IAB, KIPA, IWP, Rada Reklamy, PBI, UKW).

NGO - tak, przekaz handlowy oznaczony i wyświetlany w sposób widoczny dla odbiorcy i jednoznaczny, np. poprzez pasek informacyjny w górnym rogu okienka wyświetlany podczas całego przekazu (Kreatywna Polska).

Osoby fizyczne - trudno powiedzieć.

3. W jaki sposób powinna być zamieszczona informacja o lokowaniu produktu? Czy tak jak w przypadku audiowizualnych usług medialnych, czy w inny sposób? Jaki?

Urzędy publiczne

RPO:

- w przypadku transmisji streamingowych konieczne może być oznaczenie programu stałym znakiem np. graficznym lub tekstowym.

Nadawcy, VoD, Uniwersytety/ Eksperti - tak, jak w przypadku audiowizualnych usług medialnych.

VSP - można stosować rozwiązania analogiczne do audiowizualnych usług medialnych na żądanie. Należy przy tym uwzględnić specyfikę funkcjonowania platform VSP - lokowania będą co do zasady zawarte w materiale umieszczanym przez użytkownika.

Firma badawcza

PBI:

- metoda stosowana obecnie dla audiowizualnych usług medialnych dla TV wydaje się odpowiednia (za pomocą znaku graficznego informującego o fakcie lokowania produktu, na początku, na końcu oraz w momencie wznowienia, po przerwie na reklamę).

IZBY - w przypadku przekazów handlowych do VSP powinny mieć zastosowanie kryteria stosowane wobec dostawców VoD. Tak jak w przypadku audiowizualnych usług medialnych.

NGO - tak, może to być np. pasek w rogu ekranu, który pojawia się na początku i na końcu przekazu lub informacja w opisie filmu (Kreatywna Polska).

4. Jak zapewnić, aby handlowe przekazy audiowizualne w VSP dotyczące alkoholu nie były specjalnie kierowane do małoletnich, np. poprzez zakaz umieszczania tych przekazów przy audycjach i wideo dla dzieci?

Urzędy publiczne

Biuro Rzecznika Praw Dziecka (BRPD) - uznało, że propozycja dot. "zakazu umieszczania ww. przekazów przy audycjach i wideo dla dzieci" jest zasadna.

Nadawcy i VoD - zdaniem nadawców zasadny byłby zakaz umieszczania tych przekazów przy audycjach i wideo dla dzieci. (ITI Neovision SA, Cyfrowy Polsat SA, TVN SA, Telewizja Polska SA, CDA SA).

VSP - można ograniczyć możliwość umieszczania tego rodzaju przekazów przy materiałach dla dzieci. Należy przy tym uwzględnić specyfikę funkcjonowania platform VSP - przekazy handlowe mogą pochodzić od dostawcy VSP lub mogą być zawarte w materiale umieszczanym przez użytkownika (WP).

IZBY i NGO

KIPA, Kreatywna Polska:

- ograniczenia takiego można dokonać poprzez odpowiednie modele kategoryzowania i organizowania treści, które wyeliminują możliwość sąsiedowania przekazów dotyczących alkoholu lub nieodpowiednich dla małoletnich z audycjami i wideo kierowanymi do dzieci. Ważne jest też ustanowienie mechanizmu zgłaszania przypadków, gdy nieodpowiednia treść znajdzie się wśród wideo dla dzieci. Pomocne mogą być również filtry kontroli rodzicielskiej

Rada Reklamy:

- w przypadku przekazów handlowych do VSP powinny mieć zastosowanie kryteria stosowane wobec dostawców VoD.

Firma badawcza - reklama alkoholu powinna być dozwolona tylko po uprzedniej rejestracji odbiorcy na platformie (rejestracja wymagająca podania wieku) i akceptacji regulaminu. Dostępna tylko dla osób powyżej 18 roku życia (PBI).

Uniwersytety/Eksperti - dostawcy VSP w tym zakresie podlegać powinni ogólnym przepisom prawa, podobnie jak dostawcy audiowizualnych usług medialnych (UKW).

Osoby fizyczne - oczywiście, że powinien być bezwzględny zakaz emisji reklam napojów alkoholowych, w tym piwa przy audycjach i wideo dla dzieci.

5. Jakie środki powinni zastosować dostawcy VSP, aby spełnić ww. wymogi?

Urzędy publiczne - brak odpowiedzi.

Nadawcy

Agora SA, ITI Neovision SA, TVN SA, Telewizja Polska SA:

- jest to kwestia odpowiedniej redakcji regulaminów VSP – tak, aby twórcy treści byli odgórnie zobowiązani do przestrzegania odpowiednich regulacji.

VoD

CDA SA:

- dostawca VSP może informować użytkowników zamieszczających na platformie dostawcy VSP swoje wideo o obowiązkach i konieczności stosowania się do nich, w ramach odpowiednich zapisów regulaminu, oświadczeń użytkowników o zapoznaniu się z wymogami. Może też ew. przygotować narzędzia dla samych użytkowników do odpowiedniego np. samodzielnego oznaczania przekazów handlowych + wytyczne.

VSP - wprowadzenie obowiązku filtrowania treści. Rolą platformy powinno być zapewnienie reklamodawcom narzędzi umożliwiających im wywiązanie się z ich podstawowego obowiązku, aby nie kierować powyższych reklam do dzieci. Narzędzia te obejmują wyłączenia treści, czy profilowanie demograficzne pod kątem wieku.

Firma badawcza

PBI:

- VSP powinien być zobowiązany do przechowywania informacji o ID użytkownika, ID wyświetlonej reklamy oraz rejestrować timestamp każdej emisji. KRRiT lub wydawcy powinni zapewnić stworzenie repozytorium pozwalającego na weryfikowanie prawidłowości realizacji wymogów ustawowych.

IZBY i NGO

KIPA, Kreatywna Polska - środki (nie podano jakie) powinny być zapisane w regulaminie serwisu VSP.

Uniwersytety/Eksperti - zastosować osiągnięcia Sztucznej Inteligencji, selekcionować przekazy w celu ograniczenia np. możliwości dotarcia reklam alkoholu do dzieci.

Osoby fizyczne - trudno powiedzieć

6. Czy odpowiednim rozwiązaniem byłoby ustalenie w regulaminach usługi VSP obowiązku zgłoszenia przez użytkownika umieszczającego wideo, że zawiera ono przekaz handlowy, jak również wymogu złożenia przez takiego użytkownika oświadczenia, że przekaz ten spełnia warunki, o których mowa w art. 9 ust 1 DAUM?

Urzędy publiczne - brak odpowiedzi.

Nadawcy, VoD, Firma badawcza

Cyfrowy Polsat SA, TVN SA, Telewizja Polska SA, CDA SA, PBI:

- tak. Odpowiednim rozwiązaniem byłoby określenie w regulaminie, że użytkownik umieszczający wideo jest zobowiązany oznaczyć je odpowiednio do obowiązującego systemu oznaczeń.

VSP - przynajmniej taki obowiązek.

IZBY i NGO

IAB, IWP, Rada Reklamy, KIPA:

- tak. Warto zastosować takie rozwiązanie, gdyż skłoni użytkownika do refleksji dotyczącej zamieszczanej każdorazowo treści w serwisie VSP. Przeniesie również ciężar odpowiedzialności z platformy na użytkownika, dlatego platforma usług VSP powinna być zobowiązana do weryfikacji takich oświadczeń i ich zgodności z regulaminem i wymogami ustawowymi.

Uniwersytety/Eksperti - warte rozważenia w konsultacjach z właścicielami platform (UKW).

NGO

Kreatywna Polska:

- tak, warto zastosować takie rozwiązanie, gdyż skłoni użytkownika do refleksji dotyczącej zamieszczanej każdorazowo treści w serwisie VSP. Przeniesie również ciężar odpowiedzialności z platformy na użytkownika, dlatego platforma usług VSP powinna być zobowiązana do weryfikacji takich oświadczeń i ich zgodności z regulaminem i wymogami ustawowymi.

Osoby fizyczne - trudno powiedzieć.

7. W jaki sposób dostawca VSP ma dokonywać kontroli przekazów handlowych umieszczonych w wideo użytkownika pod kątem zgodności z oświadczeniem złożonym przez użytkownika?

Urzędy publiczne - brak odpowiedzi.

Nadawcy

Telewizja Polska SA:

- utworzenie systemu zgłaszania niezgłoszonych treści przez użytkowników, odbiorców końcowych, w efekcie którego dane zgłoszenie byłoby przedmiotem analizy w ramach procedury regulaminu VSP.

VoD - CDA SA nie widzi sposobu dokonywania kontroli „ze względu na art.14 ust.1 w zw. Z art.15 USUDE-VSP działa tylko na wiarygodną wiadomość lub urzędowe zawiadomienie co do naruszenia prawa przez wskazaną konkretnie treść. Sam nie sprawdza, nie przeszukuje treści dodanych przez użytkowników.

VSP

WP:

- przez filtrowanie treści. Zasady analogiczne jak w przypadku odpowiedzialności wynikającej z art. 14 ustawy o świadczeniu usług drogą elektroniczną.

Firma badawcza

PBI:

- stworzenie możliwości zgłaszania nieprawidłowości przez innych użytkowników platformy;
- zastosowanie algorytmu wyszukującego słowa kluczowe, które mogłyby wskazywać na przekaz

- handlowy; fizyczne sprawdzenie (losowo wybranych) wideo pod kątem zgodności z oświadczeniem;
- losowa kontrola filmów nie wskazanych przez algorytm.

IZBY, NGO

KIPA, Kreatywna Polska:

- może tego dokonywać np. poprzez systemy służące do identyfikacji treści takie jak content ID, mechanizm zgłoszeń dokonywanych przez użytkowników, które powinny podlegać weryfikacji dokonywanej przez platformę. Dobrym rozwiązaniem byłoby ustanowienie większej wiarygodności zgłoszeń dla niektórych użytkowników tzw. trusted flaggers.

Uniwersytety/Eksperti - poprzez własną kontrolę przed publikacją materiału, albo za pomocą Sztucznej Inteligencji (UKW).

Osoby fizyczne -trudno powiedzieć.

III. OCHRONA MAŁOLETNIICH

1. Jakie środki (w tym techniczne) powinni stosować dostawcy VSP w celu ochrony małoletnich przed nieodpowiednimi treściami?

Urzędy publiczne

BRPD:

- środki ochrony powinny zostać wybrane na podstawie analizy skuteczności obecnych rozwiązań krajowych i rozwiązań funkcjonujących w innych krajach UE.

RPO:

- weryfikacja wieku powinna być dwustopniowa, jako że zwykle zaznaczenie okienka jako potwierdzenie ukończenia 18 lat wydaje się być niewystarczające.

Większość respondentów stoi na stanowisku, że środki ochrony powinny być analogiczne jak w przypadku dostawców usług VoD. Dodatkowo niektórzy nadawcy (Telewizja Polska SA) sugerują, by w przypadku braku wątpliwości dostawcy VSP co do wieku małoletniego, miał on możliwość zablokowania mu dostępu do nieodpowiednich treści.

VoD

CDA SA:

- dostawca platformy powinien jedynie dostarczyć użytkownikom narzędzia do klasyfikowania treści, sam jedynie reagując na ewentualne zgłoszenia. Powinien zostać zastosowany system „notice and takedown”.

VSP

Google Poland sp. z o.o.:

- należy uwzględnić specyfikę ich funkcjonowania, zgodnie z którą ewentualne nieodpowiednie dla małoletnich treści zawarte są w materiale umieszczanym przez użytkownika. Stąd też ich wstępna klasyfikacja powinna być dokonywana właśnie przez niego, z ewentualną następczą weryfikacją VSP w określonych przypadkach. System taki funkcjonuje na przykład na YouTube. Platforma ta oferuje ponadto narzędzia techniczne umożliwiające rodzicom nadzór nad dziećmi korzystającymi z jej usług online.

W opinii innego podmiotu, dostawcy VSP powinni stosować wszelkie dostępne formy kontroli, uzasadnione

obecnym stanem technologii, w tym, zgodnie z samoregulacją IAB, weryfikację za pomocą karty kredytowej.

IZBY i NGO

KIPA, Kreatywna Polska:

- wprowadzenie mechanizmu weryfikacji i zgłaszania nieodpowiednich treści przez użytkowników końcowych, jednak zdaniem platform poleganie na „ocenach użytkowników” może być niewiarygodne i niewykonalne. Powinien zostać ustanowiony system identyfikacji treści szkodliwych i nieodpowiednich dla dzieci oraz wprowadzona możliwość sygnalizowania przez rodzica, że z serwisu korzysta dziecko, a wówczas treści powinny być blokowane.

Firma badawcza

PBI:

- platforma VSP powinna dać możliwość blokowania przez system treści oznaczonych jako nieodpowiednie. Weryfikacja wieku powinna ich zdaniem opierać się na deklaracji wieku użytkownika przy zakładaniu profilu na platformie VSP.

Uniwersytety/Eksperci (UKW) sugerują, że może konieczne będzie powiązanie usług dostawców VSP z usługami firm oferujących filtry przekazów w rodzaju „blokad rodzicielskich”.

2. Jaki system oznakowania audycji i wideo powinien być zastosowany w związku z ochroną małoletnich?

Przeważająca większość respondentów jest zdania, że dla dostawców VSP system powinien być jednakowy jak w przypadku usług VoD. Instytucje publiczne (RPO) oraz firma badawcza (PBI) uważają, że oznaczenie powinno być widoczne przez cały czas trwania audycji i odtwarzania wideo za pomocą „istotnej wielkości znaku graficznego”.

3. Czy należy skorzystać z oznakowania stosowanego już w usługach linearnych?

ITI Neovision SA, RPO, CDA SA i WP poparli pomysł stosowania oznakowania treści analogicznie jak w usługach linearnych były jednak głosy przeciwne temu rozwiązaniu.

Nadawcy (Telewizja Polska SA) zwracają uwagę, że logika konsumpcji treści nielinearnych jest odmienna od konsumpcji treści w usługach linearnych, stąd rozwiązanie mogłoby nie być skuteczne. Można by rozważyć (TVN SA) zmodyfikowanie i ujednoczenie zasad kwalifikacji treści i stosowanie ich wówczas dla całego rynku (nadawców, dostawców VoD oraz VSP) – na podstawie doświadczeń innych państw (np. Holandia). Pozostali respondenci nie zajęli w tej sprawie stanowiska.

Urzędy publiczne (RPO) sugerują namysł nad dodatkowymi oznakowaniami - np. w formie komunikatu dźwiękowego, co wynika również z konieczności dostosowania programu do potrzeb osób z niepełnosprawnościami.

4. W jaki sposób dostawcy VSP powinni zapewnić system kontroli rodzicielskiej, tak aby był on prosty i łatwy w użyciu?

W kwestii zapewniania przez VSP prostego i łatwego w użyciu systemu kontroli rodzicielskiej respondenci zaproponowali szereg rozwiązań, które w opinii przeważającej większości powinny być powiązane z systemem kwalifikowania treści.

Urzędy publiczne

- udostępnienie wiedzy o takim systemie;
- system powinien zostać zbadany przez grupę docelową (rodziców, opiekunów);

- system kontroli rodzicielskiej nie powinien być dodatkowo płatny.

Nadawcy

- zbieranie danych o użytkownikach powiązane z profilami/ kontami dla dzieci, które rodzic może sam zdefiniować dla danej platformy;
- uniwersalne rozwiązanie dla całego rynku (automatycznie blokujące treści) Single Sign On Kids;
- aplikacja, z której dziecko korzysta, do pewnego wieku dziecka mogłaby być powiązana z urządzeniem mobilnym rodzica, sygnalizując przypadki dostępu do nieodpowiednich treści.

VSP

- obowiązki w zakresie kontroli rodzicielskiej powinny uwzględniać realia technologiczne i organizacyjne związane z udostępnianiem VSP.

IZBY i NGO

- kategoryzacja treści nieodpowiednich dla dzieci, które rodzic może odznaczyć jako niechciane;
- wybór treści dostosowanych do wieku dziecka podanego przez rodziców;
- możliwość wyboru czasu na jaki kontrola rodzicielska jest włączona;
- możliwość przeglądania historii wyświetlanych w serwisie treści i zgłaszania nieprawidłowości.

Firma badawcza

- tworzenie osobnych platform/ aplikacji przeznaczonych dla dzieci;
- blokowanie treści oznaczonych jako nieodpowiednie przez skuteczne systemy kontroli rodzicielskiej.

5. Czy system ten powinien być powiązany z systemem kwalifikowania treści np. według kategorii wiekowych?

Przeważająca większość uczestników konsultacji zgadza się z sugestią powiązania systemu kontroli rodzicielskiej z systemem kwalifikowania treści np. według kategorii wiekowych (RPO, TVN SA, CDA SA, WP, P4 sp. z o.o. (Play), KIPA, Rada Reklamy, PBI, UKW, Kreatywna Polska).

6. Jak zapewnić prawidłową kwalifikację treści, do których dostęp powinien być ograniczony za pomocą blokady rodzicielskiej?

Urzędy publiczne - RPO - należy tu uwzględnić definicję patotreści w internecie zawartą w raporcie RPO.

Nadawcy

TVN SA:

- korzystanie z rozwiązań funkcjonujących w innych krajach (np. Holandii) - konieczność „rozwiązania algorytmu” (jednolitego dla całego rynku) w przypadku zamiaru rozpowszechnienia konkretnego przekazu. Algorytm mógłby być efektem konsultacji pomiędzy KRRiT, nadawcami oraz dostawcami VoD.

Telewizja Polska SA:

- rodzice powinni mieć możliwość zgłaszania sugestii w sprawie kategorii wiekowej, do której mogłaby być zakwalifikowana dana treść.

VSP

- należy uwzględnić specyfikę ich funkcjonowania, zgodnie z którą ewentualne nieodpowiednie dla małoletnich treści zawarte są w materiale umieszczanym przez użytkownika. Stąd też ich wstępna klasyfikacja powinna być dokonywana właśnie przez niego, z ewentualną następczą weryfikacją VSP w

określonych przypadkach. W przypadku niewłaściwej kwalifikacji dostawca VSP miałby mieć możliwość zastosowania wobec użytkownika sankcji wynikających z regulaminu. Dostawcy usług powinni zapewnić prosty w obsłudze mechanizm i instrukcję pomocną podczas klasyfikowania treści.

IZBY i NGO

- mechanizm w rodzaju content ID;
- oznaczanie treści przez użytkowników;
- możliwość zgłaszania treści uznanych za nieodpowiednie.

Firma badawcza

- wskazanie listy czynników wpływających na klasyfikację treści dla osób niepełnoletnich w momencie udostępniania wideo.

Osoba fizyczna

- stosowanie kodu PIN przez użytkowników posiadających dzieci poniżej 18 r.ż.

Uniwersytety/Eksperci

- zapewnienie prawidłowej kwalifikacji treści nie jest możliwe, toteż pierwotnej kwalifikacji powinien dokonać dostawca audiowizualnych usług medialnych, zaś platforma VSP powinna ew. skorygować kwalifikację. Instancją ostateczną powinna być KRRiT.

IV. REKLAMA W VoD ARTYKUŁÓW ŻYWNOŚCIOWYCH LUB NAPOJÓW, KTÓRE ZAWIERAJĄ SKŁADNIKI ODŻYWCZE I SUBSTANCJE O DZIAŁANIU ODŻYWCZYM LUB FIZJOLOGICZNYM, ZWŁASZCZA TŁUSZCZE, KWASY TŁUSZCZOWE TRANS, SÓL LUB SÓD ORAZ CUKRY, NIEZALECANE W NADMIERNYCH ILOŚCIACH W CODZIENNEJ DIECI

1. Czy w przypadku samo- lub współregulacji z udziałem VSP, przekazy handlowe, o których mowa powyżej (patrz ramka) powinny być kwalifikowane na podstawie tych samych kryteriów, jakie stosują nadawcy programów?

Urzędy publiczne - tak, wydaje się, że dla skuteczności osiągnięcia celów, zasady kwalifikacji powinny być tożsame.

Nadawcy, Operatorzy, IZBY, Uniwersytety/Eksperci, NGO: Wydaje się, że zasadne byłoby wykorzystanie rozwiązań stosowanych już w usługach linearnych. Analogicznie jak w przypadku nadawców i dostawców VoD.

VoD - do dyskusji (CDA SA).

VSP - Zasady dotyczące handlowych przekazów audiowizualnych powinny być dopasowane do możliwości VSP i być proporcjonalne. Platformy nie mogą przestrzegać tych zasad bez ingerowania w treści reklamy. W związku z tym, powyższe zasady powinny zatem mieć zastosowanie wyłącznie do reklam, nad którymi VSP faktycznie ma znaczącą kontrolę (Google Poland sp. z o.o.).

Osoby fizyczne - trudno powiedzieć.

2. Na czym miałyby polegać ograniczenie kontaktu (nietowarzyszenie) tego rodzaju przekazów handlowych w przypadku VSP (zakaz emisji tego rodzaju przekazów handlowych przed uruchomieniem pliku, na początku odtwarzania audycji lub pliku wideo, w trakcie i na ich końcu, zakaz umieszczania takich przekazów w określonej części platformy, której treści skierowane są do dzieci)?

Urzędy publiczne

BRPD:

- zakaz umieszczania takich przekazów w określonej części platformy, której treści skierowane są do dzieci.

Nadawcy

ITI Neovision SA:

- zakaz emisji tego rodzaju przekazów handlowych na platformie lub w określonej części platformy, której treści skierowane są do dzieci, w innych przypadkach - przed uruchomieniem pliku, na początku odtwarzania audycji lub pliku wideo, w trakcie i na końcu treści skierowanych do dzieci. Zakaz eksponowania ich przy treściach skierowanych do dzieci do wieku 12 lat.

TVN SA:

- rozwiązania analogiczne jak w przypadku dostawców VoD.

VoD

- odpowiednie zapisy dla użytkowników w tym regulaminowe, stworzenie oddzielnej zakładki jako "strefy bezpiecznej" i odpowiedniego zobowiązania regulaminowego użytkowników plus oświadczenia. A w razie zgłoszeń stosowanie procedury blokowania.

VSP - wszystkie w pytaniu wymienione ograniczenia powinny mieć zastosowanie.

IZBY i NGO

- nie powinny być obecne przekazy handlowe nie spełniające kryteriów. Zakaz emisji tego tych przekazów przed uruchomieniem pliku, na początku odtwarzania audycji lub pliku wideo, w trakcie i na ich końcu ani w żadnym widocznym miejscu na stronie serwisu VSP. Należy również wyeliminować treści zawierające artykuły spożywcze i napoje szkodliwe dla dzieci (i nie tylko dzieci) z treści wideo, które są dostępne dla dzieci, a także nie ujawniać ich w sekcji proponowanych czy promowanych wideo.

Firma badawcza - powinny zostać określone limity liczby bloków reklamowych przed i po programach dla dzieci.

Uniwersytety/Eksperci - zakaz umieszczania tego typu przekazów handlowych w części platformy, której treści skierowane są do dzieci.

Osoby fizyczne - trudno powiedzieć.

V. OCHRONA OGÓŁU UŻYTKOWNIKÓW

1. W jaki sposób należy określić w regulaminie VSP zasady umieszczania przez użytkowników audycji i wideo, aby zapewnić, że nie będą one zawierały nielegalnych i szkodliwych treści (patrz ramka)? Czy takie środki jak: obowiązek złożenia przez użytkownika oświadczenia, że audycja lub wideo nie zawiera ww. treści, obowiązek przekazania informacji umożliwiających identyfikację użytkownika, pouczenie o sankcjach regulaminowych lub karnych w związku z umieszczeniem ww. treści są właściwe i wystarczające?

Zaproponowane w pytaniu środki są właściwe (BRPD, TVN SA, Telewizja Polska SA, CDA SA, WP, UKW).

Urzędy publiczne

RPO - kieruje do swojego raportu „Patotreści w Internecie” i podkreśla potrzebę stosowania sankcji w praktyce,

wobec faktu, że regulacje w tej sprawie są zazwyczaj martwe. Wskazuje też na potrzebę zadbania o współpracę między podmiotami monitorującymi a platformami oraz o szybkość i skuteczność reakcji.

VSP

Google Poland sp. z o.o.

- obowiązek przekazania informacji umożliwiających identyfikację użytkownika jest nieproporcjonalny do zamierzonego celu i byłby sprzeczny z podstawowymi zasadami ochrony danych osobowych.

IZBY I NGO

KIPA i Kreatywna Polska

- regulamin powinien jasno wskazywać, jakiego rodzaju treści i przekazy są niedozwolone oraz określać sankcje za nieprzestrzeganie regulaminu w tym zakresie.

Rada Reklamy

- wypracowanie odpowiednich regulaminów jest też właściwym rozwiązaniem.

Firma badawcza (PBI) sugeruje, że oprócz zapewnienia użytkownikom VSP możliwości zgłaszania niewłaściwych treści, jednocześnie powinno się rozwijać i wdrażać algorytmy rozpoznające takie treści.

Uniwersytet (UKW) zaproponował dodatkowo weryfikację każdego nowego użytkownika przez platformę VSP pod kątem prawdziwości podanych danych identyfikacyjnych przed zamieszczeniem pierwszego filmu.

2. Co powinni uwzględnić dostawcy VSP przy tworzeniu systemów umożliwiających użytkownikowi ocenę nielegalnych i szkodliwych treści (patrz ramka), aby były one przejrzyste i łatwe w użyciu np. czytelny sposób „oznakowania treści” jako nielegalnych lub szkodliwych umieszczony przy audycji lub wideo? Co należy uwzględnić projektując obsługę tych systemów?

Urzędy publiczne i VSP - zgoda, że powinien to być czytelny sposób „oznakowania treści” jako nielegalnych lub szkodliwych, umieszczony przy audycji lub wideo. Kluczowe znaczenie ma szybkość reakcji na zgłoszenie, nawet w przypadku, jeśli treść nie zostanie zablokowana. W takim przypadku odmowa musi być zrozumiała dla użytkownika.

Nadawcy (TVN SA), proponują m. in. skorzystanie z istniejących praktyk (np. YT), zaznaczając potrzebę ich maksymalnego uproszczenia. Przed zablokowaniem zakwestionowanych treści dostawca VSP powinien jednak dokonywać weryfikacji zgłoszenia. Ważne jest również, by systemy umożliwiały użytkownikowi łatwy dostęp do katalogu naruszeń.

VoD (CDA SA) zwrócił uwagę na znaczenie opracowania dobrych regulaminów wyposażonych w FAQ, wytyczne dla społeczności oraz ewentualnie narzędzia do znakowania treści.

Firma badawcza (PBI) postuluje widoczny dostęp do systemu z linkiem do systemu zgłoszeń umieszczonym przy oknie wyświetlania wideo, krótki i intuicyjny formularz zgłoszeniowy, zapewnienie poufności i informowanie o rozpatrzeniu zgłoszenia oraz bieżącą informację o stanie zgłoszenia.

IZBY I NGO

KIPA i Kreatywna Polska

- konieczne jest jasne i zrozumiałe dla odbiorców i użytkowników oznaczenie niewłaściwych treści, tak by przed obejrzeniem mogli oni przewidzieć „jakiego rodzaju będzie to treść i co będzie zawierać”.

Jasna powinna być także kategoryzacja szkodliwych i nielegalnych treści, aby było jasne, jakie treści należy zgłaszać jako naruszające regulamin.

Uniwersytety/Eksperci

UKW

- należy uwzględnić w platformie stosowny interfejs, umożliwiający „odhaczenie” zagrożeń (w celu uświadomienia użytkownika o tych zagrożeniach).

3. Jakie mechanizmy powinni przyjąć dostawcy VSP, aby umożliwić użytkownikom zgłaszanie lub sygnalizowanie dostawcy platformy nielegalne i szkodliwe treści (patrz ramka)? W jaki sposób weryfikować zasadność zgłoszeń użytkowników? W jaki sposób VSP powinny wykorzystywać informację na temat skali zgłoszeń użytkowników? Jak wyeliminować zagrożenia wynikające z wykorzystywania systemu dla innych celów np. nieuczciwej konkurencji, celów politycznych, osobistych itp.?

Urzędy publiczne

RPO:

- rekomenduje stworzenie systemu monitoringu oraz współpracę w tym zakresie z Okrągłym Stołem do walki z patotreściami, powołanym przy Rzeczniku Praw Obywatelskich;
- sugeruje rozważenie podjęcia dodatkowych środków w celu weryfikacji treści kontekstowych, które nie są wyłapywane bezpośrednio przez algorytm. W takiej sytuacji kluczowe może się okazać weryfikowanie treści przez osoby fizyczne, a nie jedynie przez stosowanie odpowiednich programów monitorujących.

Nadawcy

Telewizja Polska SA zwraca uwagę na istnienie dostawców VSP, którzy nie mają środków finansowych na identyfikowanie ruchu generowanego przez boty. W ich przypadku powinna istnieć możliwość wydłużenia czasu na reakcję po zgłoszeniu nielegalnych i szkodliwych treści.

VSP

Google Poland sp. z o.o.:

- zwraca uwagę na dużą liczbę błędnych zgłoszeń. Podkreśla, że platformy nie ingerują w treści przesyłane przez użytkowników, ani nie dokonują ich sprawdzenia ex ante, dlatego polegają na społeczności użytkowników, udostępniając im narzędzia do samodzielnej oceny szkodliwości publikowanych treści. Analiza wniosków o usunięcie pozwala jednak zauważyć, że wiele z nich dotyczy treści, które są zgodne z zasadą wolności słowa i nie naruszają prawa.

WP:

- zwraca uwagę na potrzebę zapewnienia, aby zgłoszenia były należycie precyzyjne i uzasadnione.

IZBY i NGO

KIPA i Kreatywna Polska:

- ustanowienie instytucji zaufanych zgłaszających (tzw. trusted flaggers). Zgłoszona treść powinna być blokowana do momentu weryfikacji zasadności zgłoszenia.

Firma badawcza (PBI) zasadność zgłoszenia i decyzję o zablokowaniu treści powinien podejmować moderator po osobistej weryfikacji.

Uniwersytety/Eksperti

UKW:

- VSP powinny umożliwić stały kontakt z użytkownikami. W przypadku drobnych naruszeń powinni zwracać uwagę użytkownikom w celu eliminacji szkodliwych treści, zaś w przypadku braku reakcji lub częstych naruszeń, użytkownik powinien być usuwany z bazy, nie mogąc już publikować na danej platformie.

VI. ZGŁOSZENIA UŻYTKOWNIKÓW W ZWIĄZKU Z UMIESZCZONYMI TREŚCIAMI

1. Czy powinien być określony ustawowo czas:

- a) rozpatrzenia przez VSP zgłoszenia nielegalnych lub szkodliwych treści,
- b) przekazania informacji do użytkownika dostarczającego treści,
- c) reakcji na odwołanie ze strony użytkownika?

Urzędy publiczne - powinien być określony ustawowo czas, a w szczególności w przypadku zgłaszania nielegalnych lub szkodliwych treści (RPO).

Nadawcy - zdecydowanie tak we wszystkich proponowanych zagadnieniach (najlepiej jak najkrótszy czas).

Dostawcy VoD - raczej nie, w zależności od konkretnych przypadków, raczej powinno być określone, że bez zbędnej zwłoki (CDA SA).

VSP – tak, z uwzględnieniem możliwości technicznych i organizacyjnych dostawców VSP (zgłoszenie nieprecyzyjne lub wątpliwe) oraz praw zgłaszającego (WP).

IZBY - tak, najlepiej w UŚUDE (IAB, Rada Reklamy).

Firma badawcza, Uniwersytety/Eksperti i NGO – tak (np.24h) (PBI, UKW, Kreatywna Polska).

2. W jaki sposób zapewnić obiektywność zespołów oceniających/weryfikujących?

Urzędy publiczne - nie udzielili odpowiedzi na to pytanie.

Nadawcy - muszą być spełnione określone kryteria (np. kompetentny zespół, wsparcie technologiczne i prawne) oraz wdrożone i opisane procedury w oparciu o wystandaryzowany formularz (ITI Neovision SA, Cyfrowy Polsat SA, Telewizja Polska SA).

Dostawcy VoD – to ma nie być sąd, ale wstępna ocena na „pierwszy rzut oka” (CDA SA).

VSP - odwołanie do samoregulacji i komisji przy organizacjach branżowych oraz jawnych regulaminów.

IZBY, Firma badawcza i NGO - wdrożone i opisane procedury w oparciu o ustandaryzowany formularz (IAB, Rada Reklamy) lub poprzez ustanowienie zespołu składającego się z przedstawicieli VSP, użytkowników, dostawców treści i organizacji konsumenckich (KIPA, Kreatywna Polska, PBI).

3. Jakie powinny być kryteria ocen stosowanych przez te zespoły?

Urzędy publiczne - zdaniem RPO kluczowe jest usuwanie szkodliwych i nielegalnych treści.

Nadawcy - większość brak odpowiedzi, pozostali - kryteria: weryfikacja zgłaszającego (podmioty zweryfikowane, znane, porozumienie), ocena użytkownika zamieszczającego treści („repeat infringer”, brak weryfikacji, błędne zgłoszenie), rodzaj naruszenia (np. dobra osobiste, prawo karne, autorskie) (ITI Neovision SA, Telewizja Polska SA).

VoD - prawo, doświadczenie życiowe, zdrowy rozsądek, zwyczaje (CDA SA).

VSP - odwołanie do samoregulacji (naruszenie regulaminu) (WP).

Izby i NGO - większość brak odpowiedzi, pozostali – zgodność z regulaminem, sposób klasyfikacji treści, częstotliwość i skala naruszeń (KIPA, Kreatywna Polska).

4. Czy decyzje zespołów oceniających powinny być znane opinii publicznej, a jeśli tak, w jakim zakresie?

Urzędy publiczne - tak, ale w niezbędnym zakresie (ze względu na dane osobowe i poszanowanie praw osobistych (BRPD), jawna polityka wydawanych decyzji (RPO). Część nie udzieliła odpowiedzi.

Nadawcy - niektórzy są za publikacją inni przeciwni. Większość jest zdania, że należy zapewnić przejrzystość zasad (Agora SA), ale rejestr z zablokowanymi treściami lub zgłoszeniami nie powinien być agregatorem linków do pirackich treści (ITI Neovision SA), Telewizja Polska SA - w całości. Część nadawców nie udzieliła odpowiedzi.

VoD - niekoniecznie (CDA SA).

VSP - tak (informacja zwrotna do umieszczającego materiał i żądającego jego usunięcia).

IZBY, firma badawcza, środowisko naukowe i NGO - tak, należy zapewnić przejrzystość zasad. Ponadto, baza z rozstrzygnięciami może być pomocna w ocenie treści przez użytkownika przed ich zamieszczeniem.

5. Czy o podejmowanych decyzjach powinien być powiadomiony organ regulacyjny?

Urzędy publiczne - tak (treści nielegalne zgłaszane do organów ścigania). Część z nich nie udzieliła odpowiedzi.

Nadawcy - większość przeciwna skoro mają być rejestry (ITI Neovision SA, Agora SA). Niektórzy są za (Cyfrowy Polsat SA) pod warunkiem zgody użytkownika i twórcy treści (Telewizja Polska SA).

VoD – niekoniecznie (CDA SA).

VSP - obowiązki powinny się ograniczać do wskazania własnej komórki, której obowiązkiem jest reagowanie, niektórzy są przeciwni, obowiązek na poziomie ogólnym i zobowiązać się do zgłaszania każdego przypadku do odpowiednich organów (WP).

IZBY i NGO - większość tak, ze względu na transparentność praktyk rynkowych i monitorowanie skali zjawiska. Możliwa rola organu odwoławczego.

Firma badawcza, Uniwersytety/Eksperci - nie.

6. Czy platforma powinna zamieścić na swojej stronie internetowej informację o sposobie postępowania w danym przypadku, zawierającą wskazanie środków prawnych i oznaczenie instytucji lub organów właściwych w sprawie np. według poniższego schematu:
- w przypadku naruszenia prawa autorskiego – zawiadomienie policji/prokuratury, wniesienie powództwa do sądu cywilnego?
 - w przypadku czynu karalnego np. rozpowszechniania pornografii, nawoływania do popełnienia przestępstwa np. znieważenia i zniesławienia, przestępstwa na tle rasistowskim, narodowościowym, etnicznym, rasowym czy wyznaniowym lub propagowania systemów totalitarnych – zawiadomienie policji/prokuratury?
 - w przypadku naruszenia dóbr osobistych – wniesienie powództwa do sądu cywilnego?
 - treści podlegających ochronie z DAUM – zawiadomienie organu regulacyjnego?

Urzędy publiczne - tak (BRPD, RPO). Część z nich nie udzieliła odpowiedzi.

Nadawcy - usprawnienie procedury, sankcji oraz transparentności, ustawowe zapewnienia jak w amerykańskim DMCA.

VoD - tak

VSP - zdanie podzielone, niektórzy przeciwni (tylko wskazanie właściwej komórki) inni, jeśli tak, to tylko na poziomie ogólnym (bez automatycznego zgłaszania do wymienionych organów).

IZBY, firma badawcza i NGO - większość tak (usprawnienie procedury i transparentności)

Uniwersytety/Eksperty - nie (zgłoszenie do organów ścigania tylko przestępstw).

7. Czy w celu zapewnienia transparentności działania VSP w związku z obsługą systemu składania skarg, VSP powinny udostępniać opinii publicznej informacje na ten temat? Co powinna zawierać taka informacja:
- liczbę skarg zgłoszonych w poszczególnych kategoriach?
 - liczbę skarg, w których zastosowano sankcje przewidziane regulaminem?
 - co jeszcze?

Urzędy publiczne - tak (plus kryteria: oceny zdarzenia oraz liczby podjętych interwencji). Część z nich nie udzieliła odpowiedzi.

Nadawcy - tak (liczba zablokowanych kont, zgłoszeń). Część z nich nie udzieliła odpowiedzi.

VoD - raczej na żądanie organu regulacyjnego.

VSP - raczej nie. Część z nich nie udzieliła odpowiedzi.

IZBY, środowisko naukowe i NGO – tak, ze względu na transparentność (plus rodzaj naruszeń).

Firma badawcza - brak odpowiedzi.

8. Czy informacja na temat typów skarg i sposobów ich rozstrzygnięcia powinna być powiązana z systemem zgłaszania naruszeń (odzwierciedlać kryteria ich kwalifikacji) i jak często powinna być aktualizowana?

Urzędy publiczne - tak (kilka razy w roku). Część z nich nie udzieliła odpowiedzi.

Nadawcy - Telewizja Polska SA uważa, że tak (np. kwartalnie).

VoD – tak (do samodzielnej decyzji VSP) (CDA SA).

VSP – większość nie udzieliła odpowiedzi. Raczej nie (WP).

IZBY i firma badawcza - większość nie udzieliła odpowiedzi.

Uniwersytety/Eksperti i NGO – tak.

Na wszystkie pytania z tego działu:

Przedstawiciel operatorów telekomunikacyjnych nie udzielił odpowiedzi na żadne pytanie.

Osoba fizyczna na wszystkie pytania – trudno powiedzieć.

VII. SANKCJE ZE STRONY VSP NAKŁADANE NA UŻYTKOWNIKÓW UMIESZCZAJĄCYCH NIELEGALNE LUB SZKODLIWE TREŚCI

1. Czy aby zapewnić skuteczność oddziaływania zasad i obowiązków określonych w regulaminie VSP powinno stosować sankcje w przypadku naruszeń?

Urzędy publiczne - tak (sankcje stosowane konsekwentnie). Część z nich nie udzieliła odpowiedzi.

Nadawcy - zdecydowanie tak (konieczne w celu zapewnienia skuteczności, blokada możliwości założenia nowych kont przez tych samych użytkowników).

VoD - tak, ale bez sztywnego narzucenia rodzaju sankcji (do decyzji VSP).

VSP - tak, ale nowa regulacja powinna uwzględniać dotychczas stosowane procedury. Sankcje ustalone w regulaminie i adekwatne do wykroczeń, możliwość kilku poziomów sankcji (WP).

IZBY, firma badawcza, Uniwersytety/Eksperti i NGO - tak, sankcje są konieczne w celu zapewnienia skuteczności.

2. Czy o nałożonych sankcjach dostawcy VSP powinni powiadamiać organ regulacyjny?

Urzędy publiczne – tak, każdorazowo, jeśli wskazane treści są nielegalne (RPO). Część nie udzieliła odpowiedzi.

Nadawcy - zdanie podzielone, niektórzy za (Cyfrowy Polsat SA, Telewizja Polska SA) (np. w przypadku braku zgody z decyzją VSP), inni przeciwni (Agora SA), wystarczy, jeśli taka informacja jest w dostępnych rejestrach (ITI Neovision SA).

VoD - raczej nie (zbiorczo w rejestrach w danym okresie).

VSP - nie, decyzje w sprawie sankcji mogą zapadać bardzo często. Nowa regulacja powinna uwzględniać dotychczas stosowane procedury. Organ regulacyjny jako uzupełnienie stosowanych już procesów. Unijny kodeks jako punkt odniesienia do krajowych kodeksów (Google Poland sp. z o.o., WP).

IZBY, firma badawcza i NGO - tak, zwłaszcza w przypadku najcięższych naruszeń (IAB), informacja zbiorcza zawierająca: np. liczbę nałożonych sankcji, rodzaju i sposobu naruszenia). Pełna informacja w przypadku odwołania od decyzji (KIPA, Kreatywna Polska).

Uniwersytety/Eksperti - nie.

Osoba fizyczna - tak, KRRiT.

3. Jakie sankcje powinni stosować dostawcy VSP w przypadku umieszczenia przez użytkownika audycji lub wideo nielegalnych lub szkodliwych treści, np.:

- a) ostrzeżenie,
- b) informacja o naruszeniu przez użytkownika postanowień regulaminu umieszczona na jego koncie,
- c) usunięcie/zablokowanie tych treści,
- d) czasowe zawieszenie konta,
- e) zablokowanie/likwidacja konta,
- f) jakie inne?

Urzędy publiczne - od a) do e) (BRPD). Stopniowanie sankcji w zależności od rodzaju naruszenia. W przypadku nielegalnych treści współpraca z organami ścigania (szczególnie patostreaming) (RPO). Część z nich nie udzieliła odpowiedzi.

Nadawcy

Agora SA, ITI Neovision SA, Cyfrowy Polsat SA, Telewizja Polska SA:

- tak, wszystkie wymienione, (jedynie niekoniecznie w przypadku publikacji informacji o naruszeniu regulaminu przez danego użytkownika ze względu na możliwość utraty przez niego reputacji w przypadku błędnego zgłoszenia). Dodatkowo blokada możliwości założenia kolejnego konta przez tego samego użytkownika. Sankcje powinny być proporcjonalne do naruszenia.

VoD

CDA SA

- obecnie wyłącznie usunięcie lub zablokowanie konkretnych treści (wiarygodna wiadomość lub urzędowe zawiadomienie).

VSP - sankcje powinny być proporcjonalne do naruszenia. Nowa regulacja powinna uwzględniać dotychczas stosowane procedury.

IZBY, firma badawcza, środowisko naukowe i NGO - tak, wszystkie wymienione. Sankcje powinny być proporcjonalne do naruszenia. Każda decyzja o usunięciu lub zablokowaniu treści powinna być zweryfikowana. Dodatkowo blokada możliwości założenia kolejnego konta przez tego samego użytkownika.

Osoba fizyczna - tak, zwłaszcza w przypadku patostreamingu.

4. Czy VSP powinny podawać do publicznej wiadomości informację nt. zastosowanych sankcji?

Urzędy publiczne - tak (RPO).

Nadawcy - Cyfrowy Polsat SA, ITI Neovision SA, Telewizja Polska SA - tak (np. informacja dostępna w rejestrach).

VoD - nie (CDA SA).

VSP - tak, poza przypadkiem ostrzeżenia w trybie prywatnym (WP). Część nie udzieliła odpowiedzi.

IZBY, Uniwersytety/Eksperti i NGO – większość tak, system stosowanych sankcji powinien być jak najbardziej transparentny.

Firma badawcza - nie.

Na wszystkie pytania z tego działu:

Przedstawiciel operatorów telekomunikacyjnych nie udzielił odpowiedzi na żadne pytanie.

VIII. SKARGI UŻYTKOWNIKÓW DO VSP W ZWIĄZKU Z FUNKCJONOWANIEM STOSOWANYCH PRZEZ NIE SYSTEMÓW

1. Jak zapewnić przejrzystość, łatwość w użyciu i skuteczność tego rodzaju procedur?

Urzędy publiczne

RPO:

- należy korzystać z rozwiązań obecnie stosowanych w mediach społecznościowych. Każde zgłoszenie z odpowiedzią i informacją o podjętych działaniach. Istotna szybkość reakcji i transparentność procesu. Te same zasady analogiczne dla wszystkich użytkowników.

Nadawcy

Telewizja Polska SA:

- zasady stosowanych procedur opisane w regulaminie usługi. Procedury rozpatrywania powinny być restrykcyjnie ograniczone w czasie, w przypadku przekroczenia czasu interpretacja na korzyść strony wobec, której zastosowano sankcje.

Pozostali nie udzieliłi odpowiedzi.

VoD - samoregulacja, regulaminy, wytyczne dla społeczności FAQ, kodeksy postępowania.

VSP

Google Poland sp. z o.o., WP:

- nowa regulacja powinna uwzględniać dotychczas stosowane procedury. Aby ograniczyć strumień nieuzasadnionych sporów wykluczenie niektórych przypadków (znieślawienie nieobejmujące gróźb, rasizmu, spamu -poza dyrektywą);
- pozasądowe dochodzenie roszczeń powinno dotyczyć wyłącznie sporów związanych z ograniczoną liczbą tematów (art. 28b ust. 1 i 3). Ewentualne prowadzenie tzw. testu progowego oraz innych procedur regulacyjnych w celu eliminacji na wczesnym etapie trywialnych roszczeń. Koordynacja procedury świadczonej na podstawie zmienionej dyrektywy z podobnymi mechanizmami przewidzianymi w ramach rozporządzenia w sprawie propagowania sprawiedliwości i przejrzystości dla użytkowników biznesowych korzystających z usług pośrednictwa internetowego platformy do biznesu;
- przejrzyste zasady w regulaminach;
- informacja zwrotna i formularze kontaktowe.

IZBY, Firma badawcza i NGO

- system umożliwiający zgłoszenia powinien być dobrze widoczny na platformie. Sam proces prosty i krótki w realizacji. Użytkownik informowany na każdym etapie postępowania o swoich prawach i obowiązkach, system stosowanych sankcji powinien być jak najbardziej transparentny. Do rozważenia system ADR dot. żywności.

Uniwersytety/Eksperti - stały kontakt z użytkownikami, stosowny interfejs na platformach, stały monitoring treści.

2. Czy informacja nt. skarg i sposobu ich rozpatrzenia powinna być publicznie dostępna, a jeśli tak, to w jakim zakresie (uwzględniając ochronę słusznych praw skarżącego i osób trzecich np. prawa do prywatności) i jak często powinna być aktualizowana?

Urzędy publiczne - zdaniem RPO tak, w niezbędnym zakresie (ze względu na dane osobowe i poszanowanie praw osobistych). Informacje o skargach przedstawione anonimowo, statystycznie. Kluczowe dane o liczbie interwencji. Część nie udzieliła odpowiedzi.

Nadawcy - zdania podzielone. Niektórzy za (ze względu na treść poszczególnych rozstrzygnięć) (Telewizja Polska SA), inni przeciw (Agora SA). Większość nie udzieliła odpowiedzi.

VoD - nie (ewentualnie na żądanie organów uprawnionych).

VSP - nie (CDA SA), większość nie udzieliła odpowiedzi.

IZBY, Uniwersytety/Eksperti i NGO - tak, ale bez ujawnienia danych osobowych użytkownika, który dokonał naruszenia, jak i zgłaszającego.

Firma badawcza - nie (PBI).

3. Czy skarga i informacja nt. jej rozpatrzenia powinna być także przekazywana do organu regulacyjnego?

Urzędy publiczne - RPO - tak, w szczególności decyzje o zastosowaniu sankcji. Część nie udzieliła odpowiedzi.

Nadawcy - niektórzy za (w zależności od rodzaju naruszenia - te największym ciężarze gatunkowym) (Telewizja Polska SA) inni przeciw (Agora SA). Większość nie udzieliła odpowiedzi.

VoD - tak, ale w postaci zbiorczych raportów okresowych (konkretne sprawy na żądanie organu).

VSP - Większość nie udzieliła odpowiedzi, WP- nie.

IZBY, Firma badawcza i NGO - tak, ale w postaci zbiorczych raportów okresowych. W przypadku odwołania od decyzji zastosowanej sankcji informacja powinna być przekazana regulatorowi w pełnym zakresie. Ponadto, powinien być informowany o zastosowaniu najcięższych sankcji.

Uniwersytety/Eksperti – nie (UKW).

IX. WYMOGI ZWIĄZANE Z POSTĘPOWANIEM ORGANU REGULACYJNEGO W ZWIĄZKU Z FUNKCJONOWANIEM SYSTEMÓW STOSOWANYCH PRZEZ VSP

1. Jakie środki spełniałyby wymóg proporcjonalności i wykonalności w odniesieniu do wielkości oraz charakteru świadczonej usługi?

Urzędy publiczne - brak stanowiska.

Nadawcy - brak stanowiska poza Cyfrowym Polsatem SA, który wskazał, iż do kwestii tej odniesie się Komisja Europejska w zaleceniu w sprawie kryterium „zasadniczej funkcjonalności” definicji „platformy udostępniania wideo”, zatem nie jest potrzebne dalsze skalowania środków ochrony w zależności od wielkości podmiotu. Stanowisko tożsame z IAB.

VoD - brak stanowiska / odpowiedz nie na temat.

VSP - rozróżnieniem może być stopień zaangażowania platformy w prezentację, promowanie, dobór treści oraz wykorzystywanie treści użytkowników w celu prowadzenia własnej działalności reklamowej. Akcentowano też (WP) potrzebę wprowadzenia postępowania wyjaśniającego i wskazanie konieczności zastosowania środków naprawczych w określonym terminie, sankcje w przypadku braku reakcji - zapewnienie proporcjonalności do skali przewinienia, jego skutków i przychodów platformy.

Operatorzy telekomunikacyjni - brak stanowiska.

Firmy badawcze - wskazano iż środki te powinny być dostosowane do wysokości przychodów VSP (PBI).

Uniwersytety/Eksperci - odpowiedź nie na temat.

NGO - środki te powinny być dostosowane do możliwości technicznych, finansowych i administracyjnych platformy. Dodano, że do kwestii tej odniesie się Komisja Europejska w zaleceniu dotyczącym kryterium „zasadniczej funkcjonalności” definicji „platformy udostępniania wideo”, zatem nie jest potrzebne dalsze skalowania środków ochrony w zależności od wielkości podmiotu (Kreatywna Polska).

Osoby fizyczne - brak stanowiska.

2. Jak należałoby podzielić VSP według wielkości i charakteru usługi?

Urzędy publiczne - brak stanowiska.

Nadawcy - większość nadawców nie przedstawiała uwag w tej sprawie. Telewizja Polska SA zaproponowała, aby uwzględnić terytorialną obecność danej VSP - tj. w ilu krajach świadczona jest usługa. Ponadto informacja nt. ilości użytkowników także pozwoliłaby na umieszczenie rozmiaru danego VSP w odpowiedniej skali.

VoD - brak stanowiska / odpowiedz nie na temat.

VSP - wskazywano na kryterium przychodowe i oparte na liczbie użytkowników (WP).

Operatorzy telekomunikacyjni - brak stanowiska.

IZBY - kryterium liczby użytkowników serwisu, a także wielkość przychodów jakie serwis VSP generuje z tytułu płatnych subskrypcji czy reklam. Jak zauważył jeden z podmiotów, informacje na ten temat powinny być dostarczane okresowo do organu regulacyjnego (KIPA). Część respondentów wskazywała, że do czasu ogłoszenia zalecenia Komisji Europejskiej nie mogą przedstawić stanowiska w przedmiotowej sprawie (Rada Reklamy).

Firmy badawcze - kryterium liczby użytkowników serwisu (PBI).

Uniwersytety/Eksperci - wskazywano na potrzebę rozróżnienia platform krajowych i platform o zasięgu globalnym. Wszystkie platformy krajowe powinny podlegać jurysdykcji i kontroli krajowej (UKW).

NGO - do kwestii tej odniesie się Komisja Europejska w zaleceniu dotyczącym kryterium „zasadniczej funkcjonalności” definicji „platformy udostępniania wideo”. Podkreślono oczekiwanie, iż zalecenie pozwoli na wyłącznie spod zakresu dyrektywy DAUM podmiotów działających jedynie w skali krajowej, zatem nie jest potrzebne dalsze skalowanie [w prawie polskim] środków ochrony w zależności od wielkości podmiotu (Kreatywna Polska).

Osoby fizyczne - brak stanowiska.

3. Jakie kryteria należy przyjąć w celu oceny odpowiedniości środków stosowanych przez VSP (przejrzystości, użyteczności i skuteczności procedur i systemów)?

Urzędy publiczne - brak stanowiska.

Nadawcy - Cyfrowy Polsat SA wskazał na oczekiwanie na przyjęcie zalecenia KE [w sprawie kryterium „zasadniczej funkcjonalności” definicji „platformy udostępniania wideo”].

VSP - WP zauważyła, że należałoby uwzględnić wielkość i zakres działania platform oraz ich możliwości w zakresie ponoszenia kosztów.

IZBY - IAB i Rada Reklamy oczekują na odniesie się tej kwestii przez KE w zaleceniu dotyczącym kryterium „zasadniczej funkcjonalności” definicji „platformy udostępniania wideo”. KIPA wskazała na kryterium skuteczności.

Uniwersytety/Eksperci i NGO - kryterium skuteczności (UKW i Kreatywna Polska).

VoD, operatorzy telekomunikacyjni, Urzędy publiczne, firmy badawcze i osoby fizyczne - brak stanowiska.

4. Czy organ regulacyjny powinien udostępniać publicznie informacje o skargach (dotyczących VSP), które rozpatruje oraz o sposobie ich rozstrzygnięcia?

Urzędy publiczne - tak (RPO).

Nadawcy - tak (Agora SA, Cyfrowy Polsat SA, Telewizja Polska SA).

VoD - w przypadku zastosowania proponowanego rozwiązania należy zadbać o anonimizację informacji dotyczących, tak użytkowników, jak i VSP (CDA SA).

VSP - jeden z respondentów wskazał na konieczność poszanowania praw platform, użytkowników i osób trzecich (WP).

IZBY - tak (IAB, IWP, KIPA, Rada Reklamy). Jeden z respondentów podkreślił konieczność ochrony danych osobowych.

Firmy badawcze - wskazano na celowość udostępniania statystyk o liczbie skarg rozpatrywanych aktualnie przez organ regulacyjny (PBI).

Uniwersytety/Eksperci - tak.

NGO - tak (konieczność ochrony danych osobowych).

Osoby fizyczne i operatorzy telekomunikacyjni - brak stanowiska.

X. POZASĄDOWY SYSTEM ROZSTRZYGANIA SPORÓW

1. Jaki system pozasądowego rozstrzygania sporów powinien być wprowadzony w stosunku do VSP:

- a) polubowne rozwiązywanie sporów podobne do systemu z Ustawy o rozwiązywaniu sporów konsumenckich,
- b) mediacja i postępowanie pojednawcze na podstawie Kodeksu Postępowania Cywilnego,
- c) postępowanie arbitrażowe między przedsiębiorcami,
- d) tryb mieszany?

Urzędy publiczne - w kwestii sporów z użytkownikami będącymi osobami fizycznymi wskazywano na polubowne rozwiązywanie sporów podobne do systemu z Ustawy o rozwiązywaniu sporów konsumenckich (RPO) oraz na mediacja i postępowanie pojednawcze (UOKiK).

Nadawcy

- wskazywano na postępowanie określone w pkt a-c (TVN SA);
- opowiedziano się też za polubownym rozwiązywaniem sporów określonym w lit. a) argumentując, że charakter relacji VSP - użytkownik powinien czerpać z doświadczeń regulacji stosunków na płaszczyźnie konsument – przedsiębiorca;
- w pozostałych przypadkach strony powinny szukać ochrony na ścieżce sądownictwa krajowego (Telewizja Polska SA).

VoD -CDA SA wskazał na tryb mieszany określony w lit. d.

VSP - niektórzy zwracali uwagę na możliwość zastosowania kilku alternatywnych rozwiązań. W ocenie jednego respondenta platformy zapewniają skuteczne mechanizmy służące rozstrzygnięciu sporów między użytkownikami lub między użytkownikami a dostawcami platform. Zatem, przypadki, w których użytkownicy są uprawnieni do eskalacji sporu w ramach procedury rozwiązywania sporów, powinny być ograniczone do najpoważniejszych rodzajów szkodliwych treści pozostających w zakresie dyrektywy. Zdaniem ww. respondenta, niezależna procedura pozasądowego dochodzenia roszczeń powinna dotyczyć wyłącznie sporów wymienionych w art. 28b ust. 1 i 3 zmienionej dyrektywy. Mechanizmy pozasądowego rozstrzygania sporów w związku z implementacją dyrektywy powinny jedynie sporów między platformami a ich użytkownikami będącymi osobami fizycznymi, podczas gdy spory między platformami a użytkownikami profesjonalnymi/firmami powinny podlegać rozporządzeniu PE i Rady 2019/1150 w sprawie propagowania sprawiedliwości i przejrzystości dla użytkowników biznesowych korzystających z usług pośrednictwa internetowego.

Operatorzy telekomunikacyjni - brak stanowiska.

IZBY

- wskazywano na rozwiązanie określone w lit. a, b oraz d.
- Preferowano rozwiązanie określone w lit. b.

Firmy badawcze - preferowano rozwiązanie określone w lit. b.

Uniwersytety/Eksperti - preferowano rozwiązanie określone w lit. b.

NGO i osoby fizyczne - brak stanowiska.

2. Kto powinien rozstrzygać spory wynikające z działalności VSP w ramach pozasądowego rozstrzygania sporów:

- a) KRRiT,
- b) UOKiK,
- c) organizacja branżowa – IZBY,
- d) organizacja współregulacyjna?

Urzędy publiczne

UOKiK

- w odniesieniu do sporów między konsumentem a przedsiębiorcą wynikających z zawartej z konsumentem umowy, możliwe byłoby powołanie nowego podmiotu uprawnionego do pozasądowego rozwiązywania sporów między konsumentami powstałych pomiędzy użytkownikami a dostawcami platformy udostępniania video. Podmiot taki musiałby spełniać wymogi jakościowe wynikające z ustawy z dnia 23 września 2016 r. o pozasądowym rozwiązywaniu sporów konsumenckich. Podmiot taki może być zarówno publiczny (o charakterze sektorowym umieszczony "w" lub "przy" strukturze organów publicznych), jak i niepubliczny (np. sektorowy utworzony przez przedsiębiorców z danej branży).

Nadawcy - jeden z respondentów wskazał na Prezesa UOKiK (Cyfrowy Polsat SA).

VoD - CDA SA wskazał na organizację branżową – IZBY, lub na organizację współregulacyjną.

VSP - WP wskazała na organizację współregulacyjną.

Operatorzy telekomunikacyjni - brak stanowiska.

IZBY - wskazywano na szerokie spektrum podmiotów od Sądu Arbitrażowego Rynku Audiowizualnego SARA działającego przy KIPA, przez Prezesa UOKiK, po organizację branżową - IZBY i organizację współregulacyjną (KIPA, Rada Reklamy, PBI).

Firmy badawcze - PBI wskazały na Prezesa UOKiK.

Uniwersytety/Eksperti - preferowano rozwiązanie określone w lit. a.

NGO - Sąd Arbitrażowy Rynku Audiowizualnego SARA działającego przy KIPA

Osoby fizyczne - KRRiT oraz IZBY.

XI. SYSTEM KAR DLA DOSTAWCÓW VSP W PRZYPADKU BRAKU REALIZACJI OBOWIĄZKÓW WYNIKAJĄCYCH Z DAUM LUB NIEWŁAŚCIWEJ ICH REALIZACJI

1. Biorąc pod uwagę ochronę konsumentów oraz uczciwe i równe warunki konkurencji, czy w przypadku braku zgłoszenia do wykazu powinna być zastosowana sankcja przewidziana w Ustawie o radiofonii i telewizji dla audiowizualnych usług medialnych (kara administracyjna z art. 53 - 54 Ustawy o radiofonii i telewizji), a dodatkowo zakaz prowadzenia działalności po trzykrotnym wezwaniu do zgłoszenia do wykazu?

Urzędy publiczne - brak stanowiska.

Nadawcy - TVN SA i Telewizja Polska SA opowiedziało twierdząco. Cyfrowy Polsat SA wskazał, że sankcje wobec

VSP powinny być analogiczne jak wobec dostawców VoD.

VoD - sankcje są dopuszczalne, ale powinny być wyważone, ewentualne wprowadzenie zakazu prowadzenia działalności może być dopuszczone, ale nie powinno uniemożliwiać dostawy naprawienia błędu w przyszłości i ponownego rozpoczęcia działalności po dokonaniu wymaganego prawem zgłoszenia (CDA SA).

VSP

WP:

- sankcje powinny być stosowane po bezskutecznym wezwaniu.

Google Poland sp. z o.o.:

- w przypadku, gdy wyraźne dowody wskazują, że platforma systematycznie nie wywiązuje się ze ustawowych obowiązków, organ regulacyjny może być uprawniony do przeprowadzenia postępowania. Nawet w przypadku systematycznych zaniedbań, przedsiębiorstwa powinny mieć możliwość przedstawienia dowodów przed neutralnym arbitrem lub sądem w celu obrony swoich racji. Postulowano przyjęcie podejścia opartego na analizie dużej liczby danych, celem zbadania czy poszczególne błędy są incydentalne i odstają od normy, czy reprezentującą poważniejszy, systemowy problem.

Operatorzy telekomunikacyjni - brak stanowiska.

IZBY i NGO

IAB, Rada Reklamy, Kreatywna Polska:

- sankcje wobec VSP powinny być analogiczne jak wobec dostawców VoD.

Firmy badawcze - nie.

Uniwersytety/Eksperti - tak.

Osoby fizyczne - brak stanowiska.

2. Czy w przypadku stwierdzenia naruszenia przez dostawcę VSP przepisów wynikających z art. 28b DAUM powinny mieć zastosowanie obecne przepisy art. 10 Ustawy o radiofonii i telewizji, (wezwanie)? Czy nałożenie kary powinno być poprzedzone wezwaniem i czy wezwanie powinno być obligatoryjne? Czy kara nadal może być nałożona, nawet w sytuacji, gdy VSP zareaguje pozytywnie na wezwanie?

Urzędy publiczne - brak stanowiska.

Nadawcy - część nadawców nie przedstawiła stanowiska. Nałożenie kary powinno być poprzedzone wezwaniem (Telewizja Polska SA), a sankcje wobec VSP powinny być analogiczne jak wobec dostawców VoD (TVN SA, Cyfrowy Polsat SA).

VoD - nałożenie kary powinno być poprzedzone wezwaniem. Kara nie powinna być nałożona w sytuacji pozytywnej reakcji na wezwanie (CDA SA).

VSP - sankcje powinny być stosowane po bezskutecznym wezwaniu (WP). W przypadku, gdy wyraźne dowody wskazują, że platforma systematycznie nie wywiązuje się ze ustawowych obowiązków, organ regulacyjny może być uprawniony do przeprowadzenia postępowania. Nawet w przypadku systematycznych zaniedbań, przedsiębiorstwa powinny mieć możliwość przedstawienia dowodów przed neutralnym arbitrem lub sądem w celu obrony swoich racji. Postulowano przyjęcie podejścia opartego na analizie dużej liczby danych, celem zbadania czy poszczególne błędy są incydentalne i odstają od normy, czy reprezentującą poważniejszy, systemowy problem (Google Poland sp. z o.o.).

Operatorzy telekomunikacyjni - brak stanowiska.

IZBY, NGO- Jedynie część respondentów przedstawiła stanowisko. Wskazywano, że sankcje wobec VSP powinny być analogiczne jak wobec dostawców VoD (Rada Reklamy, IAB, Kreatywna Polska).

Firmy badawcze, Uniwersytety/Eksperti - nałożenie kary powinno być poprzedzone wezwaniem. Kara nie powinna być nałożona w sytuacji, gdy VSP zareaguje pozytywnie na wezwanie (PBI).

Osoby fizyczne - brak stanowiska.

3. Co powinno stanowić podstawę do ustalenia wysokości nałożonej kary na dostawcę VSP?

- a) 1% przychodu VSP,
- b) wielokrotność średniego wynagrodzenia w sektorze przedsiębiorstw,
- c) jakie inne?

Urzędy publiczne - brak stanowiska.

Nadawcy - część nadawców nie przedstawiła stanowiska. Respondenci, którzy odpowiedzi na pytanie wskazali na rozwiązanie określone w lit. a, albo lit. a oraz rozwiązanie mieszane bazujące na propozycjach określonych w lit. a- b. (TVN SA, Telewizja Polska SA).

VoD - postulowano oparcie się zysku (dochodzie) netto. Wskazywano na konieczność określenia górnego pułapu kary (CDA SA).

VSP - WP proponuje, aby wysokość kary była określona w odniesieniu do przychodu VSP z tytułu udostępniania platformy. Reszta podmiotów nie przedstawiła stanowiska.

Operatorzy telekomunikacyjni - brak stanowiska.

IZBY - zasady powinny być takie same dla dostawców VoD i VSP (IAB, Rada Reklamy).

Firmy badawcze - wskazano na rozwiązanie określone w lit. a (PBI).

Uniwersytety/Eksperti - wskazano na rozwiązanie określone w lit. b (UKW).

NGO- brak stanowiska.

Osoby fizyczne - wskazano na rozwiązanie określone w lit. a.

4. Jeżeli przyjmujemy, że kara finansowa powinna być ustalona jako pochodna rocznego przychodu wyłącznie z działalności VSP, to jak KRRiT powinna pozyskać informacje na temat wysokości tego przychodu?

Urzędy publiczne - brak stanowiska.

Nadawcy - większość nadawców nie przedstawiła stanowiska. Jeden respondent wskazał, że model pozyskiwania informacji powinien zostać opracowany przez ekspertów z dziedziny podatków oraz statystyki (Telewizja Polska SA).

VoD - postulowano oparcie się zysku (dochodzie) netto. Wskazywano na konieczność określenia górnego pułapu kary (CDA SA).

VSP - tylko jeden respondent odpowiedział na to pytanie, proponując oparcie się na udokumentowanej informacji przekazanej przez VSP (WP).

Uniwersytety/Eksperti - wskazano na informacje pochodzące z urzędu skarbowego (przychód z roku poprzedniego).

Operatorzy telekomunikacyjni, IZBY, Firmy badawcze, NGO, osoby fizyczne - brak stanowiska.

5. Czy w przypadku naruszeń mniejszej wagi, oprócz kar finansowych, mogą być zastosowane inne sankcje:
- a) upomnienie,
 - b) podanie do publicznej wiadomości,
 - c) jakie inne?

Urzędy publiczne - brak stanowiska.

Nadawcy - TVN SA wskazał, że można przewidzieć rozwiązanie analogiczne jak w przypadku dostawców VoD, Telewizja Polska SA zauważyła, że w przypadku naruszeń mniejszej wagi - w zupełności wystarczające sankcje określone w lit. a oraz b. Pozostali nadawcy nie przedstawili stanowiska.

VoD - wskazano na sankcje określone w lit. a oraz c (CDA SA).

VSP - WP odpowiedział na to pytanie, proponując sankcje określone w lit. a oraz b.

Operatorzy telekomunikacyjni - wskazano na sankcję określoną w lit. a.(Play)

IZBY, Firmy badawcze, Uniwersytety/Eksperti - wskazano na sankcję określoną w lit. a. (IAB, Rada Reklamy, UKW, PBI).

NGO, osoby fizyczne - brak stanowiska.

XII. JURYSDYKCJA

1. Nie kwestionując uprawnień kraju, który jest krajem pochodzenia danego dostawcy VSP, w jaki sposób chronić polskich odbiorców w przypadku VSP, które nie podlegają polskiej jurysdykcji? Czy KRRiT powinna zbierać skargi i przysyłać do organu właściwego w innych państwach członkowskich (wraz z opinią, tłumaczeniem na j. angielski)? Czy powinna monitorować sposób rozpatrzenia skargi?

Urzędy publiczne

RPO wskazał, że KRRiT powinna zbierać i przekazywać skargi do organów właściwych w innych państwach,

powinna także monitorować te postępowania.

Nadawcy - Cyfrowy Polsat SA, TVN SA i Telewizja Polska SA wskazali, że KRRiT powinna zbierać i przysyłać takie skargi oraz monitorować sposób ich rozpatrzenia. Można rozważyć możliwość stworzenia przez KRRiT punktu kontaktowego dla polskich odbiorców (Cyfrowy Polsat SA). Zauważono też, że KRRiT powinna mieć możliwość egzekwowania od organów regulacyjnych innych krajów członkowskich wydania decyzji, co do których termin wydania upłynął (Telewizja Polska SA).

VoD - tak (CDA SA).

VSP - krajowe podmioty z aprobatą podeszły do proponowanego rozwiązania dostrzegając w nim szansę na umożliwienie dochodzenia praw przez użytkowników (WP). Podmioty o zasięgu międzynarodowym krytycznie ustosunkowały się do tej propozycji, wskazując na niecelowość wykraczania poza standardy podstawowe określone w dyrektywie, oraz na związanie dostawcy wyłącznie standardami określonymi w prawie państwa pochodzenia. Konieczność uwzględnienia innych przepisów krajowych czy norm kulturowych poszczególnych państw, w których usługa jest realizowana (innych niż państwo pochodzenia) stanowiłoby nadmierne obciążenie dla dostawców usług (Google Poland sp. z o.o.).

Operatorzy telekomunikacyjni - brak stanowiska.

IZBY - KRRiT powinna zbierać i przysyłać takie skargi oraz monitorować sposób ich rozpatrzenia. Można rozważyć możliwość stworzenia przez KRRiT punktu kontaktowego dla polskich odbiorców (IAB). Jedynym skutecznym sposobem ochrony polskich użytkowników usług VSP, które nie podlegają polskiej jurysdykcji jest nałożenie przez sąd na pośrednika nakazu zablokowania użytkownikom dostępu do konkretnych treści lub całej platformy VSP uznanej przez organ regulacyjny i przez sąd za działającą z naruszeniem prawa (KIPA).

Firmy badawcze - tak.

Uniwersytety/Ekspertki - tak.

NGO - Jedynym skutecznym sposobem ochrony polskich odbiorców w przypadku VSP, które nie podlegają polskiej jurysdykcji jest możliwość nałożenia przez sąd na pośrednika nakazu zablokowania użytkownikom dostępu do konkretnych treści lub całej platformy VSP uznanej przez organ regulacyjny i przez sąd za działającą z naruszeniem prawa. KRRiT powinna zbierać i przysyłać skargi oraz monitorować sposób ich rozpatrzenia. Można rozważyć możliwość stworzenia przez KRRiT punktu kontaktowego dla polskich odbiorców (Kreatywna Polska).

Osoby fizyczne - tak.

2. Czy realizując przepisy DAUM dostawcy VSP będący pod jurysdykcją innego państwa członkowskiego UE, powinni wyznaczyć przedstawiciela do kontaktu z KRRiT?

Urzędy publiczne - RPO wskazał, że takie rozwiązanie nie byłoby konieczne, o ile uruchomiony zostanie inny kanał komunikacji skarg. Inni respondenci nie zajęli stanowiska.

Nadawcy - Telewizja Polska SA wskazała, że byłoby to rozwiązanie celowe, inny że ingerowanie w strukturę prywatnych VSP na tym etapie nie wydaje się konieczne. Inni respondenci nie zajęli stanowiska.

VoD - tak (CDA SA).

VSP - dwóch respondentów odniosło się do tej kwestii zajmując stanowisko krytyczne (WP, Google Poland sp. z

o.o.). Google Poland sp. z o.o. wskazał, że konieczność wyznaczenia punktów kontaktowych dla 27 (lub 26 opuszczeniu UE przez Wielką Brytanię) organów regulacyjnych oznaczałoby konieczność zatrudnienia dodatkowego personelu administracyjnego. Osoby takie musiałyby być w stanie porozumieć się w językach urzędowych odpowiednich państw członkowskich, co spowodowałoby znaczny wzrost barier i kosztów funkcjonowania przedsiębiorstw. Inny podmiot wskazał, że przy zastosowaniu analogicznej regulacji w stosunku do polskich platform oznaczałoby konieczność zapewnienia takiego przedstawiciela przez każdą platformę wobec wszystkich regulatorów w każdym kraju członkowskim. Zastosowanie takiego rozwiązania wydaje się zatem trudne do realizacji, do rozważenia jedynie w uzasadnionych przypadkach.

Operatorzy telekomunikacyjni - brak stanowiska

IZBY - tak, dostawcy serwisów VSP z innych państw członkowskich UE powinni wyznaczyć przedstawiciela do kontaktu z KRRiT. Ułatwi to komunikację, czy wdrożenie procedur mających na celu wyjaśnienie sprawy w przypadku podejrzenia naruszenia prawa, a także przyspieszy dochodzenie roszczeń (KIPA).

Firmy badawcze - nie, KRRiT powinna kontaktować się ze swoim odpowiednikiem w państwie członkowskim UE, pod którego jurysdykcją jest dana platforma VSP, w celu zgłoszenia skargi i monitorowania statusu rozwiązania skargi (PBI).

Uniwersytety/Eksperti - nie, dostawcy VSP powinni być w stałym kontakcie z odpowiednim urzędem europejskim, który umożliwiłby kontakt z KRRiT i regulatorami z innych państw (UKW).

NGO - nie.

Osoby fizyczne - tak.

XIII. SAMO- I WSPÓREGULACJA W VSP

1. Które niżej wymienione obszary powinny być przedmiotem samo- lub współregulacji:

- a) informacje identyfikujące platformę (wzór informacji, jej zawartość i sposób umieszczenia),
- b) informacje na temat skarg (typologia) i sposób ich rozstrzygnięcia,
- c) informacje o organie regulacyjnym jako organie właściwym,
- d) sposób oznakowania reklamy,
- e) sposób umieszczania reklamy tzw. niezdrowej żywności w związku z ochroną małoletnich,
- f) sposób oznakowania treści (ochrona małoletnich),
- g) jakie inne?

Urzędy publiczne - brak odpowiedzi.

Nadawcy - brak odpowiedzi - analogicznie jak w przypadku nadawców i VoD (Cyfrowy Polsat SA, TVN SA), wszystkie (Telewizja Polska SA).

VoD - wszystkie (CDA SA).

VSP - wszystkie (WP).

Operatorzy telekomunikacyjni - brak odpowiedzi.

IZBY:

- analogicznie jak w przypadku nadawców i VoD (IAB, Rada Reklamy);
- wszystkie choć lepiej w ustawie (KIPA);
- sposób oznakowania reklamy, sposób oznakowania treści (ochrona małoletnich) (Rada Reklamy).

Firma badawcza - a),b),d), e),f) (PBI)

Uniwersytety/Eksperti - a),b),c) (UKW)

NGO - wszystkie (Kreatywna Polska), analogicznie jak w przypadku nadawców i VoD (Kreatywna Polska)

Osoba fizyczna - brak odpowiedzi.

2. Czy jest możliwe ustalenie przez samych dostawców w ramach kodeksów samoregulacyjnych lub w ramach współregulacji z aktywnym udziałem KRRiT, ujednoczenie (zestandaryzowanie) podanych wyżej informacji?

Urzędy publiczne - brak odpowiedzi.

Nadawcy - tak (TVN SA, Telewizja Polska SA).

VoD - być może (CDA SA).

VSP - tak (WP).

IZBY - tak (Rada Reklamy, KIPA).

Firma badawcza - tak (PBI).

Uniwersytety/Eksperti - tak, w zakresie platform krajowych (UKW).

NGO - tak, choć jest to trudne do osiągnięcia (Kreatywna Polska).

Osoba fizyczna - brak odpowiedzi.

3. Czy byłaby możliwa (a jeśli tak, to w jakim zakresie) współpraca między platformami w obszarze rozwijania algorytmów służących do identyfikacji treści, które nie powinny znajdować się na platformie czy ustalania rekomendacji w zakresie minimalnych standardów tych algorytmów? Czy te działania mogłyby odbywać się w ramach samo- lub współregulacji? Na czym mogłyby polegać wspierająca rola KRRiT w tym zakresie?

Urzędy publiczne - brak odpowiedzi.

Nadawcy - tak (TVN SA, Telewizja Polska SA).

VoD - tak (CDA SA).

VSP - tak (WP).

IZBY - tak (KIPA).

Firma badawcza - nie (PBI).

Uniwersytety/Eksperti - tak (UKW).

NGO - tak (Kreatywna Polska).

Osoba fizyczna - brak odpowiedzi.

Respondenci zwracają uwagę na fakt, że w przypadku sposobu działania algorytmów obowiązują prawa własności intelektualnej oraz tajemnica przedsiębiorstwa.

4. Czy możliwe byłoby powołanie wspólnego ciała, któremu dostawcy VSP powierzyliby wspólne rozpatrywanie skarg? Czy i na jakich warunkach KRRiT powinna autoryzować (certyfikować) takie ciała?

Urzędy publiczne - brak odpowiedzi.
 Nadawcy - tak (Telewizja Polska SA).
 VoD -nie (CDA SA).
 VSP - być może (WP).
 IZBY - tak, jeśli KRRiT będzie pełniła rolę organu nadzorującego i odwoławczego (KIPA), tak (Rada Reklamy).
 Firma badawcza - nie (PBI).
 Uniwersytety/Eksperti -nie (UKW).
 NGO - tak, jeśli KRRiT będzie pełniła rolę organu nadzorującego i odwoławczego (Kreatywna Polska).
 Osoba fizyczna - brak odpowiedzi.

XIV. EDUKACJA MEDIALNA I INFORMACJA O SYSTEMACH SŁUŻĄCYCH OCHRONIE UŻYTKOWNIKÓW

1. Jakie środki i narzędzia powinny oferować użytkownikom dostawcy VSP w celu kształtowania umiejętności korzystania z mediów oraz podnoszenia świadomości użytkowników w tym zakresie?

Urzędy publiczne
 FilMOTEKA Narodowa - Instytut Audiowizualny (FINA):

- pomocne mogłoby być współpraca VSP z organizacjami, które zajmują się wdrażaniem EMIC i dbają o bezpieczne korzystanie z treści. Wysokie pozycjonowanie treści rzetelnych i zweryfikowanych oraz usuwanie nierzetelnych. Pomocne mogą być też algorytmy usuwające treści niezgodne z przepisami DAUM.

RPO:

- udostępnianie użytkownikom przez VSP informacji o rozpoznawaniu fake newsów i dezinformacji oraz uświadomić ich w zakresie patotrześci i mowy nienawiści.

Biuro Rzecznika Praw Dziecka (BRPD):

- środki i narzędzia powinny być dobrane w oparciu o analizę skuteczności obecnych rozwiązań krajowych i rozwiązań funkcjonujących w innych krajach.

Nadawcy oraz VSP (Telewizja Polska SA, CDA SA, WP,) wymieniają przygotowanie specjalnych tutoriali, Q&A wytycznych dla użytkowników oraz przejrzyste napisane regulaminy platform.

IZBY, Uniwersytety/Eksperti i NGO (KIPA, Rada Reklamy, IAB, UKW, Kreatywna Polska) wskazują na rolę edukacji użytkowników z zakresu prawa autorskiego i praw pokrewnych i proponują szkolenia i kampanie informacyjne dot. zgodnego z prawem korzystania z mediów, a także możliwości zgłaszania ewentualnych skarg oraz jasne i proste w przekazie zapisy w regulaminach.

Na pytanie nie odpowiedzieli Agora SA, ITI Neovision SA, Cyfrowy Polsat SA, TVN SA, Google Poland sp. z o.o., Play, UOKiK.

2. Czy odpowiednim sposobem realizacji tego zadania byłoby informowanie:

- a) o obowiązkach VSP związanych z ochroną użytkowników,
- b) o sposobie rozpatrywania skarg na nielegalne i szkodliwe treści,
- c) o sposobie rozwiązywania sporów,
- d) o stosowanych przez VSP technicznych systemach wyszukiwania nielegalnych i szkodliwych treści (algorytmy) oraz o sposobach reagowania w przypadku identyfikacji takich treści?

Urzędy publiczne- w ocenie Biura Rzecznika Praw Dziecka środki i narzędzia powinny być dobrane w oparciu o analizę skuteczności obecnych rozwiązań krajowych i rozwiązań funkcjonujących w innych krajach.

Nadawcy, VSP, IZBY, Urzędy publiczne publiczna - a), b),c). (Agora SA, Telewizja Polska SA, FINA, RPO, KIPA, IWP).

VoD, VSP - za dyskusyjne, przy obecnym stanie prawnym, uznaje jedynie podawanie informacji o stosowanych przez VSP technicznych systemach (algorytmach) i sposobach wyszukiwania nielegalnych i szkodliwych treści. (CDA SA, WP).

Firma badawcza - wskazuje, że platformy mogą informować użytkowników o stosowanych algorytmach bez szczegółowych informacji, co do sposobu ich działania (PBI).

Uniwersytety/Eksperti - wskazują, że właściwym sposobem będzie podawanie informacji o obowiązkach VSP związanych z ochroną użytkowników oraz o stosowanych przez VSP technicznych systemach (algorytmach) i sposobach wyszukiwania nielegalnych i szkodliwych treści (UKW).

Na pytanie nie odpowiedzieli ITI Neovision SA, Cyfrowy Polsat SA, TVN SA, Google Poland sp. z o.o., Play, UOKiK.

Jeśli tak, to:

3. Co powinna zawierać informacja przekazywana przez VSP o sposobie zestawienia treści, o którym decyduje dostawca platformy (automatycznie lub za pomocą algorytmów, w szczególności poprzez eksponowanie, flagowanie i sekwencjonowanie)?

Urzędy publiczne - VSP powinny informować, jaki organ rozpatruje sprawę, także w przypadku skarg. Właściciele portali skutecznie powinni reagować na skargi, na podstawie określonych przepisów usuwać szkodliwe treści, a także informować o ryzykach związanych z korzystaniem z treści poprzez umieszczenie takiej informacji przy tych treściach (FINA).

Nadawcy - Telewizja Polska SA uznała, że informacja przekazywana użytkownikom przez VSP o sposobie zestawiania treści, o którym decyduje dostawca platformy, powinna zawierać kryteria na jakich opart dostarczenie określonych treści konkretnemu użytkownikowi.

Uniwersytety/Eksperti - informacje powinny zawierać szczegółowe wyjaśnienia sposobu zestawienia treści (UKW).

4. Jak należy zapewnić skuteczność (widoczność) wskazania przez dostawcę VSP organu właściwego w zakresie obowiązków wynikających z DAUM:

- a) na głównej stronie,
- b) poprzez podanie linku,
- c) jak inaczej?

W ocenie wszystkich podmiotów powinno być to miejsce widoczne (strona główna, stała część strony, strona z

regulaminem) według nadawców, można przewidzieć rozwiązania analogiczne jak w przypadku dostawców VoD (TVN SA), lub tam, gdzie znajdują się informacje o samej VSP, aby VSP nie próbowało ukryć tych informacji (Telewizja Polska SA). Użytkownik nie powinien mieć problemów z dotarciem do tej informacji.

5. Czy prowadzenie przez dostawców VSP kampanii informacyjnych na temat zmian w przepisach powinno być przedmiotem ustawowych obowiązków platform?

Urzędy publiczne - tak (FINA, RPO).

Nadawcy - zdaniem Telewizja Polska SA z uwagi na zagrożenia wynikające z niskiej świadomości zagrożeń płynących z mediów cyfrowych, nałożenie takiego obowiązku na VSP nie jest rozwiązaniem nieproporcjonalnym, TVN SA -nie.

VoD - nie (CDA SA).

VSP - nie, dodatkowe obowiązki informacyjne poza wynikającymi z przepisów prawa i działalności platformy wydają się nadmiarowe (WP).

Operatorzy - nie (Play).

IZBY - tak (KIPA).

NGO - tak (Kreatywna Polska).

Firma badawcza - nie (PBI).

Uniwersytety/Eksperci - nie, powinno to wynikać z interesu platform VSP, ale bez przymusu ustawowego (UKW).

6. Kto, oprócz dostawców VSP, powinien być zobowiązany do prowadzenia takich kampanii?

- a) MKiDN,
- b) KRRiT,
- c) nadawcy publiczni,
- d) kto jeszcze?

Urzędy publiczne - nadawcy prywatni, platformy, VoD MC, MEN (FINA), wszystkie wymienione oraz szkoły publiczne powinny uczestniczyć w kampaniach (RPO).

Nadawcy - emitowanie spotów w kampaniach społecznych informujących o działalności mediów w Polsce i na świecie - MEN i Min. Cyfryzacji w porozumieniu z KRRiT (TVN SA), KRRiT (Telewizja Polska SA).

VSP, Operatorzy telekomunikacyjni, Firma badawcza, Uniwersytety/Eksperci - MKiDN, nadawcy publiczni, KRRiT (CDA SA, WP, Play, PBI).

IZBY i NGO - organizacje pozarządowe (KIPA, Kreatywna Polska).

7. Czy w celach naukowych (niekomercyjnych) i za zgodą zainteresowanych stron środowiska naukowe i organizacje pozarządowe powinny mieć wgląd w sposób rozpatrywania konkretnych skarg, wobec których nie toczą się postępowania? Jeśli tak, to w jaki sposób (w jakim trybie, w jakim zakresie) i na czyj koszt? Czy i z jakich powodów dostawca VSP może odmówić udostępnienia tych informacji? Jak zdefiniować środowiska naukowe i organizacje pozarządowe, które mogą mieć dostęp do konkretnych skarg?

Urzędy publiczne - tak (FINA), tak z zastrzeżeniami dotyczącymi danych osobowych, na koszt badacza, przy

określeniu definicji ngo i środowiska naukowego (BRPD).

Nadawcy – podmioty naukowe powinny mieć wgląd w procedury na wymienionych w pytaniu warunkach, nie powinno to być jednak szczególnie dotkliwe finansowo dla VSP, z możliwością odmowy z uwagi na dane wrażliwe lub naruszenie dóbr osobistych (Telewizja Polska SA).

VSP - po uwzględnieniu zgody platform (WP).

IZBY, NGO - tak, bez danych osobowych (KIPA, Kreatywna Polska).

Firmy badawcze zgoda mogłaby wpływać na proces zgłaszania, treść skarg nie powinna być ujawniana (PBI)

Uniwersytety/Eksperci - tak, badania powinny być dokonywane na koszt instytucji realizującej badania.
Dostawca VSP nie powinien odmawiać udostępnienia danych (poza chronionymi) (UKW).

8. Biorąc pod uwagę europejskie podejście w zakresie walki z dezinformacją, czy należałoby zapewnić, aby dostawcy VSP mieli obowiązki:

- a) zapewniania przejrzystości algorytmów:
- b) promowania treści pochodzących z mediów audiowizualnych, prasy drukowanej i agencji prasowych jako tych, które opierają się na profesjonalnym dziennikarstwie i wiarygodnych źródłach? Jeśli tak, to w jaki sposób? Czy odpowiednim środkiem mogłoby być pozycjonowanie (promowanie) takich treści?
- c) walki z kontami masowo propagującymi fałszywe informacje (tzw. fake newsy),
- d) informowania użytkowników na temat tożsamości osób fizycznych lub prawnych, które przekazują im wynagrodzenie za promowanie informacji będących przedmiotem debaty publicznej,
- e) informowania użytkowników na temat rodzaju zamieszczanych treści, ich pochodzenia i sposobu rozpowszechniania,
- f) prowadzenia konkretnych działań z zakresu edukacji medialnej i informacyjnej.

Urzędy publiczne - tak (FINA, BRPD, RPO).

Nadawcy

Cyfrowy Polsat SA:

- wszystkie wątki są istotne i wymagają pogłębionej dyskusji. Wyższe pozycjonowanie treści pochodzących z zaufanych źródeł jest jednym ze skutecznych mechanizmów minimalizowania występowania fake newsów.

Telewizja Polska SA:

- obowiązek powinien dotyczyć informowania użytkownika na temat rodzaju zamieszczanych treści, ich pochodzenia i rozpowszechniania oraz walki z kontami masowo propagującymi fake newsy. Co do pozostałych obowiązków powstaje wątpliwość nadmiernej liczby obowiązków nakładanych na VSP, w przeciwnym wypadku obowiązki te powinny uwzględniać poszanowanie praw uczestników obrotu medialnego.

VoD

CDA SA:

- obowiązków nie może być za dużo po stronie VSP szczególnie, jeśli niektóre z nich mogą być wykonywane przez organy państwa i media publiczne.

VSP

WP:

- regulacje powinny uwzględniać tajemnicę przedsiębiorstwa, ochronę konkurencji, prawa użytkowników oraz koszty ich wprowadzania, faworyzowanie określonych źródeł informacji może być zawodne.

IZBY, NGO

IAB, Rada Reklamy, Kreatywna Polska, KIPA:

- wszystkie wątki są istotne i wymagają pogłębionej dyskusji. Wyższe pozycjonowanie treści pochodzących z zaufanych źródeł jest jednym ze skutecznych mechanizmów minimalizowania występowania fake newsów.

Firma badawcza - edukacja, jako podstawa walki z dezinformacją, którą powinno realizować państwo, media powinny popularyzować prawidłowe postawy (PBI).

Uniwersytety/Eksperti - bez obowiązku, ale opcjonalne rozwiązania zaczerpnięte z przedstawionych propozycji (UKW).