



Deinformacja: UE ocenia kodeks postępowania i publikuje sprawozdania platform na temat dezinformacji związanej z koronawirusem

Bruksela, 10 września 2020 r.

Komisja przedstawia dziś swoją [ocenę](#) wdrożenia i skuteczności [kodeksu postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji](#). Z oceny wynika, że kodeks okazał się bardzo cennym instrumentem, pierwszym tego rodzaju na świecie, i zapewnił ramy dla zorganizowanego dialogu między odpowiednimi zainteresowanymi stronami w celu większej przejrzystości strategii platform przeciwko dezinformacji w UE. Jednocześnie w ocenie zwrócono uwagę na pewne niedociągnięcia wynikające głównie z samoregulacyjnego charakteru kodeksu.

Wiceprzewodnicząca do spraw wartości i przejrzystości Věra **Jourová** powiedziała: *Kodeks postępowania pokazał, że platformy internetowe i sektor reklamowy mogą wiele zrobić, aby przeciwdziałać dezinformacji, gdy są poddawane kontroli publicznej. Platformy muszą być jednak bardziej odpowiedzialne i przejrzyste. Nadszedł czas, by wyjść poza środki z zakresu samoregulacji. Europa jest najlepiej przygotowana, by odgrywać wiodącą rolę i proponować instrumenty na rzecz bardziej odpornej i sprawiedliwej demokracji w coraz bardziej cyfrowym świecie.*

Thierry **Breton**, komisarz ds. rynku wewnętrznego, powiedział: *Organizacja i zabezpieczenie naszej cyfrowej przestrzeni informacyjnej stały się priorytetem. Kodeks to wyraźny przykład na to, w jaki sposób instytucje publiczne mogą skuteczniej współpracować z przedsiębiorstwami z sektora technologii, aby zapewnić rzeczywiste korzyści naszemu społeczeństwu. Jest to jedyne w swoim rodzaju narzędzie, dzięki któremu Europa może asertywnie bronić swoich interesów i wartości. Walka z dezinformacją to wspólna odpowiedzialność, którą sektor technologii i reklamy musi w pełni przyjąć.*

Komisja, wspierana przez europejską grupę regulatorów audiowizualnych usług medialnych (ERGA), współpracuje z platformami internetowymi i stowarzyszeniami reklamowymi przy monitorowaniu skutecznej realizacji zobowiązań określonych w kodeksie postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji. Ocena kodeksu objęła pierwsze 12 miesięcy jego funkcjonowania. Rezultaty są pozytywne. W szczególności zwiększono odpowiedzialność platform i kontrolę publiczną nad środkami podejmowanymi przez sygnatariuszy w celu przeciwdziałania dezinformacji w UE. Jakość informacji ujawnianych przez sygnatariuszy kodeksu jest jednak nadal niewystarczająca, a niedociągnięcia ograniczają skuteczność kodeksu.

W ocenie wskazano następujące niedociągnięcia:

- brak odpowiednich kluczowych wskaźników skuteczności działania na potrzeby oceny skuteczności strategii platform w zakresie przeciwdziałania zjawisku dezinformacji;
- brak jaśniejszych procedur, wspólnej definicji i bardziej precyzyjnych zobowiązań;
- brak dostępu do danych umożliwiających niezależną ocenę pojawiających się tendencji i zagrożeń stwarzanych przez dezinformację w internecie;
- brak współpracy strukturalnej między platformami a środowiskiem naukowym;
- potrzebę zaangażowania innych zainteresowanych stron, w szczególności z sektora reklamy.

Sprawozdania z działań podjętych w celu zwalczania dezinformacji w odniesieniu do koronawirusa

Od początku pandemii koronawirusa i „infodemii” Komisja określiła we [wspólnym komunikacie](#) z 10 czerwca 2020 r. zrównoważone i kompleksowe europejskie podejście do dezinformacji w odniesieniu do koronawirusa i pozostaje w ścisłym kontakcie z platformami przestrzegającymi kodeksu postępowania, aby zapewnić skuteczne stosowanie zawartych w nim zabezpieczeń.

Platformy mogą poprawić swoje wyniki w porównaniu z wcześniejszymi osiągnięciami w ramach kodeksu. Podjęte działania doprowadziły do konkretnych i wymiernych rezultatów, tj. zwiększenia znaczenia autorytatywnych źródeł informacji oraz dostępności nowych narzędzi, dzięki którym użytkownicy mogą krytycznie oceniać treści dostępne w internecie i zgłaszać ewentualne nadużycia.

Kryzys doprowadził również do zacieśnienia współpracy z weryfikatorami informacji i badaczami oraz, w niektórych przypadkach, do depozycjonowania lub usuwania treści, które po sprawdzeniu okazały się nieprawdziwe lub wprowadzające w błąd i potencjalnie szkodliwe dla zdrowia ludzi.

W związku z tym, oprócz oceny kodeksu postępowania, Komisja publikuje dziś również pierwsze sprawozdania [bazowe](#) na temat działań podjętych do 31 lipca przez sygnatariuszy kodeksu w celu zwalczania nieprawdziwych i wprowadzających w błąd informacji związanych z koronawirusem. Działania takie obejmują inicjatywy mające na celu:

- **promowanie i eksponowanie autorytatywnych treści** na poziomie UE i państw członkowskich. Na przykład wyszukiwarka Google pokazuje jako pierwsze artykuły opublikowane przez unijne organizacje zajmujące się weryfikacją informacji, które w pierwszej połowie 2020 r. wygenerowały ponad 155 mln odsłon, a LinkedIn przesłało „European Daily Rundown”, krótkie streszczenie wiadomości opracowane przez doświadczonego dziennikarza, do blisko 10 mln swoich członków zainteresowanych tematyką UE;
- **zwiększenie świadomości użytkowników**: Facebook i Instagram skierowały ponad 2 mld osób do zasobów organów ds. zdrowia, w tym WHO;
- **wykrywanie i utrudnianie zachowań manipulacyjnych**: Twitter zajął się 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.

Opierając się na działaniach wymienionych we wspólnym komunikacie i usuwając niedociągnięcia wskazane w dzisiejszej ocenie kodeksu, Komisja będzie realizować swoje kompleksowe podejście poprzez przedstawienie do końca roku dwóch uzupełniających się inicjatyw: europejskiego planu działania na rzecz demokracji i aktu prawnego o usługach cyfrowych. Przyczynią się one do dalszego wzmocnienia działań UE na rzecz przeciwdziałania dezinformacji i dostosowania się do zmieniających się zagrożeń i manipulacji, wspierania wolnych i niezależnych mediów, lepszego regulowania cyfrowej przestrzeni informacyjnej i modernizacji podstawowych zasad wszystkich usług internetowych. [Konsultacje publiczne](#) w sprawie tej pierwszej inicjatywy trwają do 15 września, a w sprawie drugiej zakończyły się wcześniej w tym tygodniu.

Kontekst

Opublikowana dziś ocena stanowi realizację konkretnego elementu [Planu działania na rzecz zwalczania dezinformacji z grudnia 2018 r.](#), w którym zobowiązano Komisję do przeprowadzenia kompleksowej oceny kodeksu po zakończeniu początkowego dwunastomiesięcznego okresu jego stosowania. Platformy internetowe będące sygnatariuszami kodeksu (Google, Facebook, Twitter, Microsoft, Mozilla, a od czerwca 2020 r. również TikTok) zobowiązały się do wdrożenia strategii mających na celu:

- 1) ograniczenie możliwości zamieszczania reklam i zachęt ekonomicznych dla podmiotów rozpowszechniających dezinformację w internecie;
- 2) zwiększenie przejrzystości reklam politycznych poprzez oznaczanie reklam politycznych i udostępnianie możliwych do przeszukiwania repozytoriów takich reklam;
- 3) 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;
- 4) 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; oraz
- 5) podejmowanie wspólnych działań z weryfikatorami informacji i środowiskiem naukowym, w tym inicjatyw w zakresie umiejętności korzystania z mediów.

W kodeksie zwrócono się do sygnatariuszy, w tym stowarzyszeń branżowych reprezentujących branżę reklamową, o przekazywanie informacji na temat realizacji swoich zobowiązań w oparciu o [roczne sprawozdania z samooceny](#) oraz o współpracę z Komisją przy ocenie kodeksu. W opublikowanej dziś ocenie uwzględniono te roczne sprawozdania z samooceny, [badanie](#) przeprowadzone przez niezależną

firmę konsultingową Valdani, Vicari and Associates, [sprawozdanie z monitorowania](#) opracowane przez europejską grupę regulatorów audiowizualnych usług medialnych (ERGA) oraz [sprawozdanie Komisji na temat wyborów w 2019 r.](#)

Dalsze informacje

[Kodeks postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji](#)

[Plan działania na rzecz zwalczania dezinformacji z 2018 r.](#)

[Wspólny komunikat – Walka z dezinformacją wokół COVID-19 – dajemy dojsć do głosu faktom](#)

[Walka z dezinformacją podczas pandemii koronawirusa](#)

[Zestawienie informacji](#)

Strona internetowa: UE przeciwko dezinformacji <https://euvsdisinfo.eu/think-before-you-share/>

[Europejskie Obserwatorium Mediów Cyfrowych](#)

IP/20/1568

Kontakty z mediami:

[Johannes BAHRKE](#) (+32 2 295 86 15)

[Charles MANOURY](#) (+32 2 291 33 91)

Zapytania od obywateli: Serwis [Europe Direct](#) – tel. [[00 800 67 89 10 11](#)] lub [e-mail](#)