

Kodeks EU-a o suzbijanju dezinformacija

PREAMBULA

U kontekstu Komunikacije Europske komisije „Suzbijanje dezinformacija na internetu: europski pristup“^[1] (dalje u tekstu „Komunikacija“), izvješća Stručne skupine na visokoj razini^[2], zaključaka Vijeća od 28. lipnja 2018.^[3] i raznih važnih inicijativa diljem Europe^[4] posvećenih rješavanju problema koji nastaju zbog širenja dezinformacija, društva i udruge s popisa u Prilogu 1. ovom Kodeksu („potpisnici“) prepoznaju svoju ulogu u doprinosu rješavanju problema koje donose dezinformacije.

Kako je predviđeno u Komunikaciji Komisije, Komisija i Stručna skupina na visokoj razini u svojem izvješću, za potrebe ovog Kodeksa, pojam „dezinformacija“ definiraju kao „dokazivo lažnu ili obmanjujuću informaciju“ koja je kumulativno

(a) „smišljena, iznesena i širi se radi stjecanja ekonomske koristi ili namjernog zavaravanja javnosti“ i

(b) „može naškoditi javnom interesu“ jer uključuje „ugrožavanje demokratskih političkih procesa i procesa donošenja politika, ali i javnog dobra kao što su zaštita zdravlja građana EU-a, okoliša i sigurnosti“.^[5]

Pojam „dezinformacija“ ne uključuje zavaravajuće oglašavanje, pogreške pri izvješćivanju, satiru i parodiju, kao ni pristrane vijesti i komentare i njime se ne dovode u pitanje pravne obveze, samoregulatorni kodeksi oglašavanja i standardi zaštite od zavaravajućeg oglašavanja.

Potpisnici prepoznaju i prihvaćaju zaključke Komisije da je „izloženost građana velikoj količini dezinformacija, uključujući obmanjujuće i potpuno lažne informacije, jedan od glavnih izazova s kojima se Europa suočava. Naša otvorena demokratska društva ovise o javnim raspravama kojima se omogućuje da dobro informirani građani u okviru slobodnih i pravednih političkih procesa izraze svoje mišljenje“.^[6]

Kako Komisija u više navrata potvrđuje u Komunikaciji^[7], potpisnici poštuju temeljno pravo na slobodu izražavanja i na otvoren internet i svjesni su osjetljive ravnoteže koju valja održati pri bilo kakvom pokušaju ograničavanja širenja i utjecaja inače zakonitog sadržaja.

Širenje dezinformacija ima brojne aspekte i utječe na brojne aktere, zbog kojih se i lakše odvija, i upravo zato svi dionici mogu pridonijeti suzbijanju širenja dezinformacija.

U tom su duhu potpisnici sastavili ovaj Kodeks i njegove priloge, koji su njegov sastavni dio, i preuzimaju obveze navedene uz njihovo ime. S obzirom na širinu obveza navedenih u Kodeksu i raznolikost uključenih dionika, potpisnici preuzimaju samo obveze koje se odnose na proizvod i/ili uslugu koje nude, njihovu ulogu u lancu vrijednosti te njihove tehničke

kapacitete i sustave odgovornosti u skladu s pravom EU-a, što ovisi o njihovoj ulozi u stvaranju i širenju predmetnog sadržaja. Stoga se u Kodeksu na pojedine potpisnike koji su prihvatili određene obveze, kako je navedeno u Prilogu 1., upućuje izrazom „relevantni potpisnik”. To ne znači da su svi potpisnici Kodeksa dužni preuzeti svaku obvezu. U Prilogu 2. navode se dobre postojeće prakse. Potpisnici su suglasni s povremenim izmjenama Priloga zbog tržišnih, tehničkih i drugih promjena.

Potpisnici prepoznaju da Kodeks dopušta različite pristupe ostvarenju ciljeva njegovih odredbi jer različiti potpisnici posluju različito, s različitom svrhom i tehnologijama i imaju različite korisnike.

Potpisnici prepoznaju da strukovne udruge koje su potpisale ovaj Kodeks ne preuzimaju obveze u ime svojih članova. Međutim, te se udruge obvezuju da će svoje članove u potpunosti upoznati s ovim Kodeksom te ih prema potrebi poticati da ga prihvate ili poštuju njegova načela.

Primjena ovog Kodeksa za svakog je potpisnika ograničena na usluge koje pruža u državama koje su ugovorne stranke Europskog gospodarskog prostora.

Potpisnici, uključujući udruge potpisnice, obvezuju se na poduzimanje mjera predviđenih ovim Kodeksom na način koji je potpuno u skladu s pravom EU-a i nacionalnim pravom o tržišnom natjecanju. Potpisnici, na primjer, ne smiju raspravljati ni o kakvim komercijalno osjetljivim informacijama i ne smiju ih priopćavati ili razmjenjivati. To uključuje informacije koje nisu javne a tiču se cijena, strategija marketinga i oglašavanja, prihoda i rashoda, uvjeta poslovanja s trećim stranama (uključujući strategiju nabave), uvjeta opskrbe, trgovinskih programa ili strategija distribucije.

Kodeks se primjenjuje u okviru postojećih propisa EU-a i država članica i ni u kojem slučaju nije zamjena za postojeći pravni okvir ili njegovo tumačenje, i osobito (ali ne isključivo):

- Povelje Europske unije o temeljnim pravima,
- Europske konvencije o ljudskim pravima,
- Direktive 2000/31/EZ, osobito njezinih članaka od 12. do 15., koja se primjenjuje na svaku obvezu iz ovog Kodeksa koja se odnosi na prijenosnike informacija, pružatelje usluga privremene pohrane informacija ili pružatelje usluga smještaja informacija na poslužitelju kao što su pružatelji mrežnih usluga, tražilice, preglednici, internetske platforme za blogove, internetski forumi, platforme za dijeljenje videosadržaja, društvene mreže itd. ili na svaku obvezu koju oni preuzimaju,
- Uredbe (EU) 2016/679 o zaštiti pojedinaca u vezi s obradom osobnih podataka i o slobodnom kretanju takvih podataka,
- Direktive 2005/29/EZ o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu,
- Direktive 2006/114/EZ o zavaravajućem i komparativnom oglašavanju,

- sudske prakse Suda Europske unije i Europske konvencije o ljudskim pravima kad je riječ o proporcionalnosti mjera kojima se ograničava pristup štetnim sadržajima i njihov optjecaj.

I. SVRHA

Svrha je Kodeksa utvrditi mjere koje bi potpisnici mogli provoditi radi rješavanja problema koji nastaju zbog „dezinformacija”.

U skladu s Komunikacijom Komisije, potpisnici Kodeksa prepoznaju važnost nastojanja da:

- (i) primijene mjere zaštite od dezinformacija;
- (ii) poboljšaju kontrolu prikaza oglasa, kako bi se smanjili prihodi osoba koje šire dezinformacije;
- (iii) osiguraju transparentnost političkog i tematskog oglašavanja, među ostalim i zato da korisnici znaju zašto im je upućen određeni oglas;
- (iv) provode i promiču prihvatljive politike suzbijanja lažnog prikazivanja činjenica;
- (v) povećaju i demonstriraju djelotvornost mjera za zatvaranje lažnih računa te uvedu jasne sustave označivanja botova i pravila o botovima kako se njihove aktivnosti ne bi mogle zamijeniti za ljudske interakcije;
- (vi) povećaju djelotvornost mjera za očuvanje integriteta usluga, i da izvješćuju o njima, zbog računa kojima je svrha i namjera širenje dezinformacija, ovisno o okolnostima koje procijeni i utvrdi relevantni potpisnik te u skladu s člankom 8. Europske konvencije o ljudskim pravima, temeljnim pravom na anonimnosti i pseudonimnost te načelom proporcionalnosti;
- (vii) u skladu s člankom 10. Europske konvencije o ljudskim pravima i načelom slobode mišljenja, ulažu u tehnološka sredstva s pomoću kojih se u pretragama, obavijestima o novom sadržaju ili drugim automatski rangiranim distribucijskim kanalima prednost, prema potrebi, daje relevantnim, izvornim, točnim i pouzdanim informacijama. Ipak, državna tijela ne bi smjela zahtijevati od potpisnika da spriječe pristup inače zakonitom sadržaju ili porukama ili da brišu takve sadržaje samo zato što ih se smatra „lažnima” niti bi potpisnici o tome trebali svojevóljno odlučivati;
- (viii) osiguraju transparentnost kako bi korisnici znali zašto im je upućen određeni politički ili tematski oglas, među ostalim s pomoću pokazatelja vjerodostojnosti izvora sadržaja, podataka o vlasnicima medija i/ili provjerenog identiteta;
- (ix) smanje vidljivost dezinformacija tako da omoguće lakše pronalaženje vjerodostojnog sadržaja;
- (x) razmotre jačanje položaja korisnika alatima za prilagođeno i interaktivno korištenje interneta radi lakšeg pronalaženja sadržaja i pristupa različitim izvorima vijesti

- koji zastupaju drukčija stajališta, kao i lako dostupnim alatima za prijavljivanje dezinformacija;
- (xi) poduzmu prihvatljive mjere da za provjere činjenica i istraživanja omoguće pristup podacima u skladu s pravilima o zaštiti privatnosti te da surađuju pružanjem relevantnih podataka o načinu funkcioniranja svojih usluga, uključujući podatke za neovisna znanstvena istraživanja i opće informacije o algoritmima.

Ovim se Kodeksom ne dovode u pitanje druge inicijative za suzbijanje dezinformacija na platformama.

Potpisnici ovaj Kodeks prihvaćaju u dobroj vjeri, na temelju pravednog i iskrenog iskaza svojih namjera. Kako bi se omogućilo sveobuhvatnije razumijevanje Kodeksa, obvezama u sljedećem ulomku prethodi uvodno objašnjenje detaljne svrhe i konteksta svake skupine obveza u pet relevantnih područja obuhvaćenih Kodeksom.

II. OBVEZE

II.A. Nadzor objavljivanja oglasa

Budući da:

- Potpisnici prepoznaju ciljeve navedene u Komunikaciji i, znajući da je komercijalni aspekt samo jedan od mnogih aspekata dezinformacija, potvrđuju da je potrebno „znatno poboljšanje nadzora prikaza oglasa, posebno kako bi se smanjili prihodi osoba koje šire dezinformacije.”^[8]
- Relevantni potpisnici uložiti će komercijalno prihvatljiv trud u provedbu politika i postupaka; neće prihvaćati naknade ili na drugi način promicati račune i internetske stranice koje dosljedno iznose netočne informacije o sebi.
- Potpisnici prepoznaju da sve strane uključene u kupnju i prodaju internetskih oglasa te pružanje usluga povezanih s oglašavanjem trebaju surađivati kako bi se povećala transparentnost u sustavu internetskog oglašavanja, a time i djelotvorno nadziranje, kontroliranje i ograničavanje oglašavanja na računima i internetskim stranicama u vlasništvu osoba koje šire dezinformacije.
- Kako bi se ubuduće uspješno izbjeglo neprimjereno postavljanje oglasa na internetske stranice s dezinformacijama, poznate alate za zaštitu robnih marki koji su već u širokoj upotrebi potrebno je dodatno unaprijediti zbog prirode tog sadržaja.^[9]
- Potpisnici prepoznaju da pokazatelji vjerodostojnosti i informacije dobivene od organizacija za provjeru činjenica te nova neovisna mreža za provjeru činjenica koju će nakon njezina osnutka potpomagati Europska komisija mogu pružiti dodatne podatke o osobama koje šire dezinformacije.

Stoga se potpisnici ovog Kodeksa obvezuju na sljedeće:

1. Relevantni potpisnici obvezuju se da će uvesti politike i postupke za zaustavljanje oglašivačkih i monetizacijskih poticaja za relevantna ponašanja, kao što su iznošenje netočnih bitnih informacija o sebi ili svrsi i namjeni određene internetske stranice. Te politike i postupci mogu uključivati, na primjer, ograničenje usluga oglašavanja ili ograničavanje plaćenih prikaza te bi se mogli provoditi u partnerstvu s organizacijama za provjeru činjenica. Takvim se politikama i postupcima može, prema potrebi:
 - (a) promicati i/ili obuhvatiti primjenu alata za zaštitu i provjeru robnih marki;
 - (b) omogućiti suradnja s vanjskim društvima za provjere;
 - (c) pomagati i/ili omogućiti oglašivačima da procijene medijske strategije kupnje i internetske reputacijske rizike;
 - (d) omogućiti oglašivačima potreban pristup računima koji su specifični za klijente kako bi mogli pratiti prikaze oglasa i odlučiti o mjestu prikaza oglasa.

II.B. Političko i tematsko oglašavanje

Budući da:

- Potpisnici prihvaćaju poziv iz Komunikacije na prepoznavanje važnosti transparentnosti političkog i tematskog oglašavanja.
- Takva je transparentnost potrebna da bi korisnici znali zašto im je upućen određeni oglas.
- Potpisnici prepoznaju da bi pristupi tematskom oglašavanju trebali odražavati europsko tržište političkog i tematskog oglašavanja te da bi trebalo uzeti u obzir Preporuku Europske komisije o mrežama suradnje za vrijeme izbora, transparentnosti na internetu, zaštiti od kibersigurnosnih incidenata i borbi protiv kampanja dezinformiranja u kontekstu izbora za Europski parlament.

Stoga se potpisnici ovog Kodeksa obvezuju na sljedeće:

2. Potpisnici se obvezuju da će nastaviti poštovati zahtjev utvrđen u pravu EU-a i nacionalnim propisima te naveden u samoregulatornim kodeksima^[10] da bi se svi oglasi trebali jasno razlikovati od uredničkog sadržaja, uključujući vijesti, bez obzira na njihov oblik i bez obzira na korištenje medij. Oglas u mediju koji sadržava vijesti ili urednički sadržaj trebao bi biti prikazan ili označen tako da bude jasno vidljivo da je riječ o plaćenom oglasu.
3. Relevantni potpisnici obvezuju se da će omogućiti jasno javno označavanje političkog oglašavanja (koje je definirano kao oglasi za izbor ili protiv izbora nekog kandidata ili nekog rezultata referenduma na nacionalnim i europskim izborima), što bi moglo uključivati identitet stvarnog naručitelja i utrošene iznose.
4. Relevantni potpisnici obvezuju se da će uložiti razuman napor u osmišljavanje načina jasnog javnog označavanja „tematskog oglašavanja”, uključujući radnu definiciju pojma „tematsko oglašavanje” koja ne ograničava izvješćivanje o političkim raspravama i objavljivanje političkog mišljenja, ali isključuje komercijalno

oglašavanje. S obzirom na neizbježne posljedice na slobodu izražavanja, potpisnici potiču suradnju sa stručnjacima kako bi se istražili pristupi kojima je moguće postići transparentnost uz istodobno poštovanje temeljnih prava. Izrada te definicije ne smije utjecati na područja koja pokrivaju samoregulatorne organizacije u oglašivačkom sektoru.

II.C. Integritet usluga

Budući da:

- U skladu s Komunikacijom Komisije potpisnici prepoznaju „važnost jačanja i demonstracije učinkovitosti napora koji se ulažu u zatvaranje lažnih računa” te važnost uspostave „jasnih sustava i pravila za označivanje botova i osiguravanje toga da se njihove aktivnosti ne mogu zamijeniti za ljudske interakcije”.^[11]
- Relevantni potpisnici prepoznaju važnost internetskih usluga koje uključuju i promiču mjere zaštite od dezinformacija.
- Relevantni potpisnici naglašavaju da prije pokretanja novih usluga razmatraju mogućnost primjene i promicanja mjera zaštite od lažnog prikazivanja činjenica, kao svoju trajnu obvezu.
- Relevantni potpisnici razmatraju mogućnost da se takve mjere koliko je to moguće primijene i u postojećim uslugama, nakon njihova preispitivanja.
- Relevantni potpisnici trebali bi povećati i demonstrirati djelotvornost mjera za očuvanje integriteta usluga zbog računa kojima je svrha i namjera širenje dezinformacija, ovisno o okolnostima koje procijeni i utvrdi relevantni potpisnik.
- U skladu s člankom 8. Europske konvencije o ljudskim pravima^[12] potpisnicima ne bi trebalo zabraniti mogućnost anonimnog ili pseudonimnog korištenja računa i usluga.

Stoga se potpisnici ovog Kodeksa obvezuju na sljedeće:

5. Relevantni potpisnici obvezuju se da će donijeti i u EU-u provoditi jasne politike o identitetu i zloupotrebi automatiziranih botova u svojim uslugama. Takve bi mjere mogle uključivati neke od mjera iz Priloga 2. ovom Kodeksu.
6. Relevantni potpisnici obvezuju se da će donijeti i objavom na platformi učiniti dostupnima korisnicima u EU-u politike kojima se definira nedopušteno korištenje automatiziranih sustava.

II.D. Jačanje položaja potrošača

Budući da:

- U skladu s člankom 10. Europske konvencije o ljudskim pravima^[13] i načelom slobode mišljenja državna tijela ne bi smjela zahtijevati od potpisnika da spriječe pristup inače zakonitom sadržaju ili porukama ili da brišu takve sadržaje samo zato što ih se smatra „lažnima” niti bi potpisnici o tome trebali svojevrijedno odlučivati.

- Potpisnici ovog Kodeksa prepoznaju važnost smanjenja vidljivosti dezinformacija koja bi se postigla lakšim i bržim pronalaženjem pouzdanih sadržaja i smatraju da bi položaj korisnika trebalo ojačati alatima za prilagođeno i interaktivno korištenje interneta, kako bi mogli lakše pronaći sadržaje i pristupiti različitim izvorima vijesti koji zastupaju drukčija stajališta, te lako dostupnim alatima za prijavljivanje dezinformacija, kako je navedeno u Komunikaciji.
- Relevantni potpisnici trebali bi ulagati u tehnološka sredstva s pomoću kojih se u pretragama, obavijestima o novom sadržaju ili drugim automatski rangiranim distribucijskim kanalima prednost, prema potrebi, daje relevantnim, izvornim i pouzdanim informacijama.
- Potpisnici ovog Kodeksa prepoznaju da je transparentnost potrebna da bi korisnici znali zašto im je upućen određeni politički ili tematski oglas.
- Takva bi transparentnost trebala odražavati važnost jednostavnije procjene sadržaja s pomoću pokazatelja vjerodostojnosti izvora sadržaja, podataka o vlasnicima medija i provjerenog identiteta. Ti bi se pokazatelji trebali temeljiti na objektivnim kriterijima koje bi udruženja informativnih medija trebala podržati, u skladu s novinarskim načelima i postupcima.
- Potpisnici prepoznaju da je u tijeku zakonodavni rad na razvoju standarda transparentnosti glavnih parametara rangiranja koji su uvršteni u nacrt Uredbe o odnosima platformi i poduzeća i rad Stručne skupine EU-a za umjetnu inteligenciju te pravnu stečevinu EU-a o zaštiti potrošača.

Stoga se potpisnici ovog Kodeksa obvezuju na sljedeće:

7. Relevantni potpisnici obvezuju se da će ulagati u proizvode, tehnologije i programe kao što su oni u Prilogu 2. kako bi pomogli korisnicima da donose informirane odluke kada naiđu na internetske vijesti koje su možda lažne, među ostalim i potporom izradi i primjeni djelotvornih pokazatelja pouzdanosti u suradnji s informativnim ekosustavom.
8. Relevantni potpisnici obvezuju se da će ulagati u tehnološka sredstva s pomoću kojih se u pretragama, obavijestima o novom sadržaju ili drugim automatski rangiranim distribucijskim kanalima prednost, prema potrebi, daje relevantnim, izvornim i pouzdanim informacijama.
9. Relevantni potpisnici obvezuju se da će ulagati u značajke i alate s pomoću kojih će korisnici moći lakše pronaći različite perspektive o temama od javnog interesa.
10. Potpisnici se obvezuju na suradnju s civilnim društvom, državnim tijelima, obrazovnim ustanovama i drugim dionicima radi potpore širenju kritičkog promišljanja i digitalne medijske pismenosti.
11. Potpisnici se obvezuju na poticanje tržišnog prihvaćanja alata zahvaljujući kojima potrošači mogu saznati zašto im se prikazuju određeni oglasi.

II.E. Jačanje uloge istraživačke zajednice

Budući da:

- U skladu s Komunikacijom i Izvješćem stručne skupine na visokoj razini potpisnici ovog Kodeksa potvrđuju važnost „poduzimanja potrebnih mjera da za provjere činjenica i istraživanja omoguće pristup podacima u skladu s pravilima o zaštiti privatnosti” i „suradnje pružanjem relevantnih podataka o načinu funkcioniranja svojih usluga, uključujući podatke za neovisna znanstvena istraživanja i opće informacije o algoritmima”^[14].

Stoga se potpisnici ovog Kodeksa obvezuju na sljedeće:

12. Relevantni potpisnici obvezuju se da će podržavati neovisne napore koji se poduzimaju u dobroj vjeri radi praćenja dezinformacija i razumijevanja njihova učinka, uključujući neovisnu mrežu za provjeru činjenica koju će nakon njezina osnutka potpomagati Europska komisija. To će uključivati razmjenu skupova podataka u kojima su osobni podaci zaštićeni, zajednička istraživanja ili, ako je relevantno i moguće, suradnju s akademskim zajednicama i organizacijama civilnog društva.
13. Relevantni potpisnici obvezuju se da na svojim platformama neće zabranjivati ili onemogućivati istraživanja dezinformacija i političkog oglašavanja u dobroj vjeri.
14. Relevantni potpisnici obvezuju se na poticanje istraživanja dezinformacija i političkog oglašavanja.
15. Relevantni potpisnici obvezuju se da će jedanput godišnje organizirati skup kako bi se potaknula rasprava s članovima akademske zajednice, zajednice za provjeru činjenica i članovima vrijednosnog lanca.

III. MJERENJE I PRAĆENJE DJELOTVORNOSTI KODEKSA

Skup ključnih pokazatelja uspješnosti naveden u nastavku primjenjuje se na relevantne potpisnike u pogledu obveza koje su preuzeli.

16. Relevantni potpisnici obvezuju se na sastavljanje godišnjeg izvješća o svojem radu na suzbijanju dezinformacija koje će biti javno dostupno i otvoreno za neovisnu reviziju. Izvješće može sadržavati pojedinosti o svim poduzetim mjerama i napretku koji su potpisnici ostvarili u smislu poboljšanja transparentnosti u vezi s dezinformacijama, kao što su:
 - a. politike i provedbene aktivnosti koje se odnose na smanjenje mogućnosti monetizacije za izvore dezinformacija u skladu s obvezom iz točke 1.;
 - b. mjere za povećanje vidljivosti raznih oblika političkog oglašavanja među potrošačima u skladu s obvezama iz točke II.B;
 - c. mjere za integraciju i uvođenje politika za zaštitu integriteta njihovih usluga u kontekstu dezinformacija u skladu s obvezama iz točke II.C;
 - d. mjere za jačanje položaja potrošača proizvodima, alatima, tehnologijama i programima u skladu s obvezama iz točke II.D;

- e. „mjerenje upućenosti/zabrinutosti potrošača kad je riječ o dezinformacijama” u skladu s obvezama iz točke II.D;
 - f. korisnicima omogućiti alate za pronalaženje različitih perspektiva o temama od javnog interesa u skladu s obvezom iz točke 9.;
 - g. mjere za poboljšanje kapaciteta znanstvenika koji se bave istraživačkim radom i skupina civilnog društva za praćenje opsega i razmjera političkog oglašavanja u skladu s obvezom iz točke II.E;
 - h. poticanje edukacije korisnika o kritičkom promišljanju, digitalnim medijima i vještinama u skladu s obvezom iz točke 9.;
 - i. aktivnosti relevantnih potpisnika radi potpore istraživanjima u dobroj vjeri i/ili mreži za provjeru činjenica u određenoj godini u skladu s obvezom iz točke II.E.
17. Kad je riječ o oglašivačima, Svjetska federacija oglašivača (*World Federation of Advertisers, WFA*) sastavljat će zbirna izvješća kako bi se mogle pratiti i identificirati različite aktivnosti zaštite robnih marki i politika koje njihovi vlasnici primjenjuju.
18. Kad je riječ o agencijama za oglašavanje, Europsko udruženje agencija za tržišno komuniciranje (*European Association of Communications Agencies, EACA*) sastavljat će zbirna izvješća kako bi se mogle pratiti i identificirati različite aktivnosti zaštite robnih marki i politika koje primjenjuju agencije za oglašavanje, uključujući promicanje relevantnih alata, suradnju s vanjskim društvima za provjere, kao i metoda procjene strategija zakupa medijskog prostora te odlučivanja o mjestima prikazivanja oglasa s obzirom na povezani internetski rizik od dezinformacija.
19. IAB Europe (Udruga za interaktivni marketing), sastavljat će zbirna izvješća kako bi se mogle pratiti i identificirati različite aktivnosti zaštite robnih marki i politika koje primjenjuju njegovi članovi i članovi europskih nacionalnih udruga za interaktivni marketing, koje okupljaju dionike iz cijelog sustava internetskog oglašavanja.
20. Potpisnici se obvezuju da će odabrati objektivnu vanjsku organizaciju za reviziju godišnjih izvješća o samoprocjeni koja podnose relevantni potpisnici i ocjenjivati razinu napretka u ispunjavanju preuzetih obveza.
21. U skladu s obvezom br. 4 iz točke II.B. relevantni potpisnici surađivat će s Europskom komisijom i drugim ključnim dionicima na izradi radne definicije pojma „tematsko oglašavanje” na temelju koje će se definirati najučinkovitiji pristup kojim se postiže transparentnost i istovremeno poštuju temeljna prava da bi se poradilo na načinima jasnog javnog označivanja tematskog oglašavanja.

IV. RAZDOBLJE PROCJENE

Nakon potpisivanja Kodeksa slijedi razdoblje procjene od 12 mjeseci tijekom kojega će se potpisnici redovito sastajati i analizirati njegov napredak, primjenu i funkcioniranje.

Potpisnici će se sastati na kraju razdoblja procjene i ocijeniti učinkovitost Kodeksa i svih utvrđenih obveza. Razgovarat će o nastavku primjene Kodeksa i, prema potrebi, predložiti daljnje mjere. Te daljnje mjere mogu uključivati promjene u načinu praćenja aktivnosti potpisnika na temelju Kodeksa i učinka Kodeksa na dezinformacije. Rezultati te evaluacije bit će sažeti u izvješću sa zaključcima o preuzetim obvezama i ključnim pokazateljima uspješnosti relevantnih potpisnika.

Nakon razdoblja procjene potpisnici će se sastajati jedanput na godinu kako bi revidirali Kodeks i, prema potrebi, poduzeli daljnje korake. Ako budu smatrali da je to potrebno, mogu se sastajati i češće i razgovarati o funkcioniranju Kodeksa. Mogu sastavljati izvješća o ocjeni funkcioniranja i djelotvornosti Kodeksa.

Potpisnici pristaju surađivati s Europskom komisijom radi ocjene izvješćivanja o funkcioniranju Kodeksa. Takva suradnja može obuhvaćati:

- dostavu odgovarajućih informacija na zahtjev;
- obavješćivanje Komisije o novim potpisnicima ili povlačenju potpisnika,
- odgovaranje na pitanja i sudjelovanje u savjetovanjima Komisije,
- raspravljanje o spomenutoj procjeni i izvješćima na sastancima potpisnika i
- pozivanje Komisije na sve takve sastanke.

V. POTPISNICI

Kodeks se primjenjuje samo na njegove potpisnike. Novi potpisnici mogu potpisati Kodeks u svakom trenutku. Kandidati potpisnici moraju predstaviti svoje aktivnosti postojećim potpisnicima i objasniti kako se namjeravaju pridržavati zahtjeva iz Kodeksa.

Potpisnik se može u bilo kojem trenutku povući iz Kodeksa ili njegovih specifičnih obveza slanjem obavijesti Europskoj komisiji i ostalim potpisnicima. Njihovo povlačenje ne znači ukidanje Kodeksa za druge potpisnike.

Ako smatra da određeni potpisnik ne ispunjava preuzete obveze iz Kodeksa, svaki potpisnik može u bilo kojem trenutku o tome i o razlozima za svoje uvjerenje obavijestiti ostale potpisnike. Potpisnici mogu odlučiti da će to pitanje razmotriti na plenarnoj sjednici. Ako nakon očitovanja predmetnog potpisnika i na temelju objektivnih razloga zaključe da potpisnik nije spreman poštovati preuzete obveze iz Kodeksa te nakon što se iscrpe sva prihvatljiva rješenja, potpisnici mogu tog potpisnika pozvati da se povuče iz Kodeksa. Potpisnici će o toj odluci obavijestiti Europsku komisiju.

Potpisnici mogu na svojim internetskim stranicama ili u komercijalnim ili drugim obavijestima objaviti da su potpisali Kodeks i mogu obavijestiti svoje poslovne kontakte o postojanju Kodeksa.

VI. STUPANJE NA SNAGU

Kodeks počinje proizvoditi učinke i stupa na snagu mjesec dana od njegova potpisivanja. Svaku izmjenu Kodeksa moraju odobriti svi potpisnici.

Trajanje Kodeksa je neograničeno ako potpisnici nakon godišnje revizije Kodeksa dogovore njegovo produljenje.

Potpisano u Bruxellesu xx rujna 2018.

^[1] <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2018:0794:FIN:HR:PDF>
<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2018:0794:FIN:HR:PDF>

^[2] <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>.

^[3] <http://www.consilium.europa.eu//media/35936/28-euco-final-conclusions-en.pdf>.

^[4] Mjerama koje poduzimaju Europska unija, njezine države članice i drugi relevantni dionici trebalo bi se ograničiti pojavnost i učinak dezinformacija na internetu; te se mjere moraju poduzimati unutar pravnog okvira uređenog Poveljom Europske unije o temeljnim pravima i Europskom konvencijom o ljudskim pravima. Konkretno, sloboda izražavanja ugrađena je u članak 11. Povelje Europske unije o temeljnim pravima i članak 10. Europske konvencije o ljudskim pravima kao nužan preduvjet razboritog odlučivanja u slobodnim i demokratskim društvima. Sloboda izražavanja proteže se na tiskane medije, radijske, televizijske i internetske medije te uključuje pravo na mišljenje i pravo na primanje i davanje informacija i ideja „bez uplitanja tijela vlasti i bez obzira na granice”, kao i sastavne, posljedične vrijednosti slobode medija i medijskog pluralizma.

^[5] Komunikacija, točka 2.1.

^[6] Komunikacija, točka 1.

^[7] Vidjeti, na primjer, točku 3.1.1. Komunikacije u kojoj Komisija navodi da sve mjere poduzete za suzbijanje dezinformacija „moraju strogo poštovati slobodu izražavanja i uključivati zaštitne mjere kojima se sprječava njihova zlouporaba, primjerice, cenzura kritičkog, satiričnog, drugačijeg ili šokantnog govora. Također, moraju biti strogo u skladu s predanošću Komisije osiguravanju otvorenog, sigurnog i pouzdanog interneta”.

^[8] Komunikacija, točka 3.1.1.

^[9] Komunikacija „Suzbijanje dezinformacija na internetu: europski pristup”, <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2018:0794:FIN:HR:PDF>.
<https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2018:0794:FIN:HR:PDF>.

^[10] Primjerice Kodeks za oglašavanje i tržišne komunikacije Međunarodne trgovinske komore (<https://cdn.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2011/08/ICC-Consolidated-Code-of-Advertising-and-Marketing-2011-English.pdf>) ili oglašivačkih kodeksa ponašanja koje provode samoregulatorne organizacije na nacionalnoj razini.

^[11] Komunikacija, stavak 3. točka 1. podtočka 1.

^[12] Članak 8. Europske konvencije za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda (ECHR), „Pravo na poštovanje privatnog i obiteljskog života”.

^[13] Članak 10. Europske konvencije za zaštitu ljudskih prava i temeljnih sloboda (ECHR), „Sloboda izražavanja”.

^[14] Izvješće Stručne skupine na visokoj razini.