

## ES kovos su dezinformacija praktikos kodeksas

### PREAMBULĖ

Šio praktikos kodekso (toliau – Kodeksas) 1 priede išvardytos bendrovės ir asociacijos (toliau – pasirašiusieji subjektai), atsižvelgdamos į Europos Komisijos komunikatą „Europos kova su internetine dezinformacija“<sup>[1]</sup> (toliau – Komunikatas), Aukšto lygio ekspertų grupės ataskaitą<sup>[2]</sup>, 2018 m. birželio 28 d. Tarybos išvadas<sup>[3]</sup> ir įvairias svarbias visoje Europoje vykdomas iniciatyvas<sup>[4]</sup>, kuriomis siekiama spręsti dezinformacijos sklaidos keliamus iššūkius, pripažįsta savo vaidmenį padedant spręsti su dezinformacija susijusias problemas.

Kaip teigiama Komisijos komunikate, Komisija ir Aukšto lygio ekspertų grupė savo ataskaitoje pateikia tokią šiame kodekse vartojamo termino *dezinformacija* apibrėžtį: „melaginga arba klaidinanti informacija“, kuri yra

- (a) „kuriama, pateikiama ir skleidžiama siekiant ekonominės naudos arba siekiant tyčia suklaidinti visuomenę“ ir
- (b) „galinti padaryti žalos visuomenei“, t. y. kelti „grėsmę demokratinėms politiniams ir politikos formavimo procesams ir tokioms viešosioms gėrybėms kaip, pavyzdžiui, ES piliečių sveikatos apsauga, aplinka ar saugumas“<sup>[5]</sup>.

Sąvoka *dezinformacija* neapima klaidinančios reklamos, klaidų, daromų pranešant informaciją, satyros ir parodijos ar aiškiai nurodytų šališkų naujienų ar komentarų. Ši sąvoka nedaro poveikio privalomiems teisiniams įsipareigojimams, reklamos savitvarkos kodeksams ir standartams, pagal kuriuos nustatoma klaidinanti reklama.

Pasirašiusieji subjektai pripažįsta Komisijos išvadas, kuriose teigiama, kad „didelio masto piliečių dezinformavimas klaidinančia, o kartais stačiai melaginga informacija yra didžiulis iššūkis Europai. Mūsų atviros demokratinės visuomenės paremtos viešais debatais, leidžiančiais piliečiams būti gerai informuotiems ir išreikšti savo valią laisvuose ir sąžininguose politiniuose procesuose“<sup>[6]</sup>, ir joms pritaria.

Kaip Komisija ne kartą pažymi Komunikate<sup>[7]</sup>, pasirašiusieji subjektai pabrėžia pagrindinę teisę į žodžio laisvę ir į atvirą internetą, ir tai, kad stengiantis bet koku būdu riboti teisėtą laikomo turinio sklaidą ir poveikį, būtina užtikrinti tinkamą pusiausvyrą.

Pripažindami, kad dezinformacijos sklaida yra daugialypis reiškinys, kad jai sudaro sąlygas labai didelė ekosistemos subjektų dalis ir kad šie ekosistemos subjektai yra jos veikiami, visi suinteresuotieji subjektai turi prisidėti kovojant su dezinformacijos platinimu.

Būtent todėl pasirašiusieji subjektai parengė dabartinio Kodekso ir jo priedų – neatskiriamos šio kodekso dalies – projektą ir įsipareigoja laikytis atitinkamų įsipareigojimų, išvardytų šalia jų pavadinimo. Atsižvelgiant į Kodekse nustatytų įsipareigojimų mastą ir įvairovę bei įvairius dalyvaujančius suinteresuotuosius subjektus, pasirašiusieji subjektai prisiims tik tuos įsipareigojimus, kurie atitinka jų siūlomą prekę ir (arba) paslaugą, vaidmenį vertės grandinėje, techninius

pajėgumus ir atsakomybės režimus, nustatytus ES teisės aktuose, kurie skiriasi priklausomai nuo jų vaidmens kuriant ir skleidžiant atitinkamą turinį. Taigi, kaip nurodyta 1 priede vartojamu žodžių junginiu „Atitinkamas pasirašiusysis subjektas“, Kodekse nurodomas pavienis pasirašiusysis subjektas, prisiėmęs tam tikrus įsipareigojimus. Tai neįpareigoja visų Kodeksą pasirašiusių subjektų prisiimti visų įsipareigojimų. 2 priede pateikta esamos geriausios praktikos pavyzdžių. Pasirašiusieji subjektai sutinka, kad, atsižvelgiant į rinkos, techninius ir kitus pokyčius, priedas gali būti periodiškai iš dalies keičiamas.

Pasirašiusieji subjektai pripažįsta, kad, atsižvelgiant į tai, jog skirtingų Pasirašiusių subjektų veiklos pobūdis, tikslai, technologijos ir auditorijos skiriasi, Kodekso nuostatų gali būti laikomasi skirtingais būdais.

Pasirašiusieji subjektai pripažįsta, kad šį kodeksą pasirašiusios prekybos asociacijos neprisiima įpareigojimų savo narių vardu. Tačiau minėtos asociacijos įsipareigoja visapusiškai informuoti savo narius apie šį kodeksą ir skatinti atitinkamai prie jo prisijungti arba laikytis jo principų.

Kiekvienas pasirašiusysis subjektas šį kodeksą taiko tik paslaugoms, teikiamoms valstybėse, kurios yra Europos ekonominės erdvės susitarimo šalys.

Pasirašiusieji subjektai, įskaitant pasirašiusiąsias asociacijas, įsipareigoja imtis šiame kodekse numatytų priemonių taip, kad būtų užtikrinta visiška atitiktis ES ir nacionalinės konkurencijos teisės aktams. Pavyzdžiui, pasirašiusieji subjektai neturėtų aptarinėti, perduoti bet kokios neskelbtinos komercinės informacijos ar ja keistis. Minėta informacija apima viešai neplatinaamą informaciją apie kainas; rinkodaros ir reklamos strategiją; išlaidas ir pajamas; prekybos su trečiosiomis šalimis sąlygas (įskaitant pirkimo strategiją); tiekimo sąlygas; prekybos programas arba platinimo strategiją.

Kodeksas taikomas pagal galiojančius ES ir jos valstybių narių teisės aktus ir jokia būdu negali būti laikoma, kad juo pakeičiama ar aiškinama dabartinė teisinė sistema, visų pirma (bet ne vien):

- ES pagrindinių teisių chartija;
- Europos žmogaus teisių konvencija;
- Direktyva 2000/31/EB (visų pirma 12–15 jos straipsniai), taikoma bet kuriam šiame kodekse nustatytam įsipareigojimui, kuris yra skirtas paprastų perdavimo kanalų teikėjams, spartinimo paslaugų teikėjams ar informacijos pateikimo internete paslaugų teikėjams, kaip antai tinklų, paieškos sistemų, naršyklių, internetinių tinklaraščių platformų, internetinių forumų, vaizdo medžiagos bendro naudojimo platformų, socialinės žiniasklaidos paslaugų ir pan. teikėjams, arba įsipareigojimui, kurį tie teikėjai yra prisiėmę;
- Reglamentas (ES) 2016/679 dėl fizinių asmenų apsaugos tvarkant asmens duomenis ir dėl laisvo tokių duomenų judėjimo;
- Direktyva 2005/29/EB dėl nesąžiningos įmonių komercinės veiklos vartotojų atžvilgiu vidaus rinkoje;
- Direktyva 2006/114/EB dėl klaidinančios ir lyginamosios reklamos;

- Europos Žmogaus Teisių Teismo ir Europos Bendrijų Teisingumo Teismo praktika dėl priemonių, skirtų prieigai prie žalingo turinio ir jo platinimui riboti, proporcingumo.

## I. TIKSLAI

Šio kodekso tikslas – nustatyti priemones, kurių galėtų imtis pasirašiusieji subjektai, siekdami spręsti su dezinformacija susijusius iššūkius.

Vadovaudamiesi Komisijos komunikatu, Kodeksą pasirašę subjektai pripažįsta, kad svarbu dėti pastangas siekiant:

- (i) numatyti apsaugos nuo dezinformacijos priemones;
- (ii) pagerinti dedamų reklamos skelbimų patikrą, kad būtų sumažintos dezinformacijos skleidėjų pajamos;
- (iii) užtikrinti politinės ir teminės reklamos skaidrumą, be kita ko, kad vartotojai galėtų suprasti, kodėl jie pasirinkti kaip tikslinė auditorija būtent tokiai reklamai;
- (iv) įgyvendinti ir skatinti pagrįstą kovos su klaidingu faktų pateikimu politiką;
- (v) imtis veiksmingesnių priemonių netikroms paskyroms uždaryti ir įrodyti tų priemonių veiksmingumą bei sukurti aiškias botų žymėjimo sistemas ir taisykles ir užtikrinti, kad jų veiklos nebūtų galima supainioti su bendravimu su žmonėmis;
- (vi) imtis veiksmingesnių priemonių užtikrinti paslaugų, susijusių su paskyromis, kuriomis siekiama skleisti dezinformaciją, vientisumą ir informuoti apie šių priemonių veiksmingumą, remiantis atitinkamo pasirašiusiojo subjekto įvertintais ir nustatytais konkrečiais elementais bei laikantis Europos žmogaus teisių konvencijos 8 straipsnio, pagrindinės teisės į anonimiškumą ir pseudonimiškumą bei proporcingumo principo;
- (vii) pagal Europos žmogaus teisių konvencijos 10 straipsnį ir laisvės turėti savo nuomonę principą investuoti į technologines priemones, padedančias paieškos, naujienų ar kituose automatiškai reitinguojamuose sklaidos kanaluose pirmenybę teikti aktualiai, autentiškai, tiksliai ir patikimai informacijai. Bet kuriuo atveju vyriausybės neturėtų versti pasirašiusiųjų subjektų ištrinti teisėtu laikomą turinį ir pranešimus arba nesuteikti prieigos prie jų tik dėl to, kad manoma, jog jie melagingi, ir patys pasirašiusieji subjektai neturėtų patvirtinti tokios savanoriškos politikos;
- (viii) užtikrinti skaidrumą, kad vartotojai galėtų suprasti, kodėl jie pasirinkti kaip tikslinė auditorija būtent tokiai politinei ar teminei reklamai, taip pat ir suteikiant galimybę naudotis turinio šaltinių patikimumo rodikliais, bei užtikrinti skaidrumą žiniasklaidos nuosavybės ir (arba) patikrintos tapatybės atžvilgiu;
- (ix) mažinti dezinformacijos matomumą palengvinant patikimos informacijos radimą;
- (x) apsvarstyti galimybę vartotojams suteikti priemonių, kad jie galėtų individualizuoti ir interaktyviai rinktis, kokią informaciją nori matyti internete, bei galėtų lengviau rasti turinį ir gauti prieigą prie

- įvairių alternatyviems požiūriams atstovaujančių informacijos šaltinių; taip pat suteikti jiems patogią pranešimo apie dezinformaciją priemonių;
- (xi) imtis pagrįstų priemonių, kad būtų sudarytos privatumo teisių nepažeidžiančios sąlygos naudotis duomenimis tikrinant faktus ir atliekant tyrimus bei bendradarbiauti teikiant atitinkamus duomenis apie tai, kaip veikia jų paslaugos, įskaitant duomenis, reikalingus nepriklausomus tyrimus atliekantiems mokslininkams akademikams, ir bendro pobūdžio informaciją apie algoritmus.

Šiuo kodeksu nedaroma poveikio kitoms iniciatyvoms, kuriomis siekiama kovoti su platformose skleidžiama dezinformacija.

Šis kodeksas yra geranoriškas pasirašiusių subjektų susitarimas, grindžiamas teisingu ir sąžiningu jų ketinimų atstovavimu. Kad Kodeksas būtų suprantamesnis, tolesnėje dalyje išvardyti įsipareigojimai pateikiami išsamiai išaiškinant kiekvienos iš atitinkamų penkių sričių, kuriose taikomas Kodeksas, įsipareigojimų grupės tikslus ir aplinkybes.

## **II. ĮSIPAREIGOJIMAI**

### **II.A. Reklamos skelbimų patikra**

*Kadangi:*

- pasirašiusieji subjektai pripažįsta Komunikate apibrėžtus tikslus ir, atsižvelgdami į tai, kad komercinis aspektas yra vienas iš daugelio su dezinformacija susijusių aspektų, pripažįsta, kad būtina „labai pagerinti dedamų reklamos skelbimų patikrą, visų pirma siekiant sumažinti dezinformacijos skleidėjų pajamas“<sup>[8]</sup>;
- atitinkami pasirašiusieji subjektai dės komerciškai pagrįstas pastangas, siekdami įgyvendinti politiką ir diegti procesus; nepriimti atlygio iš vartotojų, turinčių paskyras ar svetaines, kuriose jie sistemingai pateikia klaidingą informaciją apie save, ar kitaip jų neremti;
- pasirašiusieji subjektai pripažįsta, kad visi suinteresuotieji subjektai, dalyvaujantys internetinės reklamos pirkime ir pardavime bei teikiantys su reklama susijusias paslaugas, turi bendradarbiauti, kad būtų užtikrintas didesnis skaidrumas internetinės reklamos ekosistemoje, ir taip būtų veiksmingai tikrinamas, kontroliuojamas ir ribojamas reklamavimas dezinformacijos skleidėjams priklausančiose paskyrose ir svetainėse;
- siekiant užkirsti kelią reklamavimuisi dezinformaciją skleidžiančiose interneto svetainėse, reikia dar labiau patobulinti jau plačiai naudojamas prekės ženklo apsaugos priemones, atsižvelgiant į šio turinio pobūdį<sup>[9]</sup>;
- pasirašiusieji subjektai pripažįsta, kad patikimumo rodikliai ir faktų tikrinimo organizacijų teikiama informacija bei naujas nepriklausomų faktų tikrintojų tinklas, kurio sukūrimą parėmė Europos Komisija, gali teikti papildomus duomenų vienetus apie dezinformacijos skleidėjus.

*Todėl šį kodeksą pasirašę subjektai įsipareigoja:*

1. Atitinkami pasirašiusieji subjektai įsipareigoja taikyti politiką ir procesus, kurie sutrukdytų reklamuoti ir gauti pinigines paskatas už atitinkamą elgesį, pvz., klaidingą svarbios informacijos apie save arba savo sukurto turinio paskirtį pateikimą. Minėta politika ir procesai gali būti, pavyzdžiui, reklamos paslaugų arba mokamų reklamos skelbimų ribojimas, ir galėtų būti vykdomi bendradarbiaujant su faktų tikrintojų organizacijomis. Tokiomis politikos priemonėmis ir procesais atitinkamais atvejais gali būti:
  - (a) skatinamos naudoti ir (arba) naudojamos prekės ženklo apsaugos ir patikros priemonės;
  - (b) sudaromos sąlygos bendradarbiauti su trečiųjų šalių patikros bendrovėmis;
  - (c) padedama ir (arba) leidžiama reklamuotojams įvertinti žiniasklaidos priemonių pirkimo strategijas ir interneto keliamą pavojų reputacijai;
  - (d) reklamuotojams suteikiama būtina prieiga prie tam tikrų klientų paskyrų, kad jie galėtų stebėti dedamus reklamos skelbimus ir spręsti, kur reklamuotis.

## II.B. Politinė ir teminė reklama

*Kadangi:*

- pasirašiusieji subjektai suvokia, kad Komunikatu raginama pripažinti politinės ir teminės reklamos skaidrumo užtikrinimo svarbą;
- toks skaidrumas turėtų būti užtikrinamas ir siekiant, kad vartotojai suprastų, kodėl jie pasirinkti kaip tikslinė auditorija būtent tokiai reklamai;
- pasirašiusieji subjektai pripažįsta, kad suformuoti požiūriai į teminę reklamą turėtų atspindėti europinę politinės ir teminės reklamos rinką, bei atkreipia dėmesį į Europos Komisijos rekomendaciją dėl rinkimų srities bendradarbiavimo tinklų, skaidrumo internete, apsaugos nuo kibernetinių incidentų ir kovos su dezinformacijos kampanijomis Europos Parlamento rinkimuose.

*Todėl šį kodeksą pasirašę subjektai įsipareigoja:*

2. pasirašiusieji subjektai įsipareigoja ir toliau laikytis ES ir nacionalinės teisės aktuose nustatyto bei savitvarkos kodeksuose<sup>[10]</sup> numatyto reikalavimo, pagal kurį visa reklama turėtų aiškiai skirtis nuo redakcinio turinio, įskaitant bet kokios formos ir bet kokioje žiniasklaidos priemonėje pateikiamas žinias. Jeigu reklama skelbiama žiniasklaidos priemonėje, kurios turinį sudaro žinios arba redakcinis turinys, ji turi būti pateikiama taip, kad būtų lengvai atpažįstama, arba pažymėta kaip pranešimas, už kurį sumokėta;
3. atitinkami pasirašiusieji subjektai įsipareigoja sudaryti sąlygas viešai atskleisti politinę reklamą (apibrėžiamą kaip reklama, kuria skatinama balsuoti arba nebalsuoti už kandidatą ar pasisakyti už arba prieš referendumą nacionaliniuose ir Europos Parlamento rinkimuose), kurioje galėtų būti nurodyta tikroji rėmėjo tapatybė ir remiamam turiniui skirta suma;
4. atitinkami pasirašiusieji subjektai įsipareigoja dėti pagrįstas pastangas rengti metodus, skirtus *teminei reklamai* viešai atskleisti. Tarp tokių pastangų bus *teminės reklamos* darbinės apibrėžties kūrimas. Šia apibrėžtimi nebūtų ribojamas informacijos apie politines diskusijas pateikimas ir politinės nuomonės skelbimas ir teminei reklamai nebūtų priskiriama komercinė

reklama. Atsižvelgdami į žodžio laisvės daromą įtaką, pasirašiusieji subjektai skatina bendradarbiavimą su suinteresuotųjų subjektų ekspertais ieškant metodų, kuriais būtų galima ne tik užtikrinti skaidrumą, bet ir puoselėti pagrindines teises. Šios apibrėžties kūrimas neturi daryti įtakos reklamos savitarkos organizacijų veiklos sritims.

## **II.C. Paslaugų vientisumas**

*Kadangi:*

- vadovaudamiesi Europos Komisijos komunikatu, pasirašiusieji subjektai pripažįsta, kad „svarbu yra imtis veiksmingesnių priemonių netikroms paskyroms uždaryti ir įrodyti tų priemonių veiksmingumą“ ir svarbu sukurti „aiškias botų žymėjimo sistemas ir taisykles, siekiant užtikrinti, kad jų veiklos nebūtų galima supainioti su bendravimu su žmonėmis“<sup>[11]</sup>;
- atitinkami pasirašiusieji subjektai pripažįsta, jog svarbu užtikrinti, kad interneto paslaugose būtų numatytos ir skatinamos naudoti apsaugos nuo dezinformacijos priemonės;
- atitinkami pasirašiusieji subjektai pabrėžia tęstinį įsipareigojimą prieš pradėdant teikti naujas paslaugas įdiegti ir skatinti naudoti apsaugos nuo klaidingo faktų pateikimo priemones;
- atitinkami pasirašiusieji subjektai svarsto galimybę peržiūrėti dabartines paslaugas siekiant užtikrinti, kad tokios apsaugos priemonės būtų diegiamos, kiek tai įmanoma;
- atitinkami pasirašiusieji subjektai turėtų imtis veiksmingesnių priemonių užtikrinti paslaugų, susijusių su paskyromis, naudojamomis dezinformacijai skleisti, vientisumą, ir kurių konkrečius elementus turėtų įvertinti ir nustatyti atitinkamas pasirašiusysis subjektas, bei įrodyti tų priemonių veiksmingumą;
- pagal Europos žmogaus teisių konvencijos 8 straipsnį<sup>[12]</sup> pasirašiusiesiems subjektams neturėtų būti draudžiama sudaryti vartotojams sąlygas anonimiškai ir pseudonimiškai naudotis paskyromis ir paslaugomis.

*Todėl šį kodeksą pasirašę subjektai įsipareigoja:*

5. Atitinkami pasirašiusieji subjektai įsipareigoja nustatyti aiškią politiką dėl tapatybės ir netinkamo automatinių botų naudojimo, naudojantis jų paslaugomis, ir vykdyti šią politiką Europos Sąjungoje. Tokių priemonių pavyzdžiai galėtų būti kai kurios šio kodekso 2 priede išvardytos priemonės.
6. Atitinkami pasirašiusieji subjektai įsipareigoja nustatyti politiką, apibrėžiančią, kas yra neleistas automatizuotų sistemų naudojimas, ir viešai paskelbti ją platformoje bei suteikti prie jos prieigą ES vartotojams.

## **II.D. Galių suteikimas vartotojams**

*Kadangi:*

- pagal Europos žmogaus teisių konvencijos 10 straipsnį<sup>[13]</sup> ir laisvės turėti savo nuomonę principą vyriausybės neturėtų versti pasirašiusiųjų subjektų ištrinti teisėtu laikomą turinį ir pranešimus arba nesuteikti prieigos prie jų tik dėl to, kad manoma, jog jie yra melagingi, ir patys pasirašiusieji subjektai neturėtų patvirtinti tokios savanoriškos politikos;

- šį kodeksą pasirašę subjektai pripažįsta, kad svarbu mažinti dezinformacijos matomumą palengvinant patikimos informacijos radimą, ir mano, kad vartotojams turėtų būti suteikta priemonių, kad jie galėtų individualizuoti ir interaktyviai rinktis, kokią informaciją nori matyti internete, ir galėtų lengviau rasti turinį bei gauti prieigą prie įvairių alternatyviems požiūriams atstovaujančių informacijos šaltinių, taip pat kad jiems turėtų būti suteikta patogių pranešimo apie dezinformaciją priemonių, kaip nurodyta Komunikate;
- atitinkami pasirašiusieji subjektai turėtų investuoti į technologines priemones, padedančias paieškos, naujienų ar kituose automatiškai reitinguojamuose sklaidos kanaluose pirmenybę teikti aktualiai, autentiškai ir patikimai informacijai;
- šį kodeksą pasirašę subjektai pripažįsta, kad turėtų būti užtikrinamas skaidrumas tam, kad vartotojai suprastų, kodėl jie pasirinkti kaip tikslinė auditorija būtent tokiai politinei ar teminei reklamai;
- toks skaidrumas turėtų būti užtikrinamas atsižvelgiant į tai, kad svarbu padėti įvertinti turinį pagal turinio šaltinių patikimumo rodiklius, taip pat į tai, kad svarbu užtikrinti skaidrumą žiniasklaidos nuosavybės ir patikrintos tapatybės atžvilgiu. Minėti rodikliai turėtų būti nustatomi remiantis objektyviais kriterijais ir patvirtinami naujienų žiniasklaidos asociacijų atsižvelgiant į žurnalistikos principus ir procesus;
- pasirašiusieji subjektai pripažįsta vykdomą teisėkūros darbą siekiant parengti skaidrumo standartus, susijusius su pagrindiniais reitingo nustatymo kriterijais, įtrauktais į Platformų ir įmonių reglamento (angl. *Platform to Business Regulation*) projektą, taip pat ES dirbtinio intelekto ekspertų grupės atliekamą darbą bei ES vartotojų *acquis*.

*Todėl šį kodeksą pasirašę subjektai įsipareigoja:*

7. Atitinkami pasirašiusieji subjektai įsipareigoja investuoti į produktus, technologijas ir programas (pvz., nurodytus 2 priede), padedančius žmonėms priimti informacija pagrįstus sprendimus, kai jie aptinka interneto naujienų, kurios gali būti neteisingos, taip pat remti pastangas parengti ir bendradarbiaujant su žinių ekosistema įdiegti veiksmingus patikimumo rodiklius.
8. Atitinkami pasirašiusieji subjektai įsipareigoja investuoti į technologines priemones, padedančias paieškos, naujienų ar kituose automatiškai reitinguojamuose sklaidos kanaluose pirmenybę teikti aktualiai, autentiškai ir patikimai informacijai.
9. Atitinkami pasirašiusieji subjektai įsipareigoja investuoti į funkcijas ir priemones, padedančias pateikti žmonėms įvairių požiūrių į visuomenę rūpimus klausimus.
10. pasirašiusieji subjektai įsipareigoja bendradarbiauti su pilietine visuomene, vyriausybėmis, švietimo įstaigomis ir kitais suinteresuotaisiais subjektais bei remti kritinio mąstymo bei gebėjimo naudotis skaitmeninės žiniasklaidos priemonėmis tobulinimą.
11. Pasirašiusieji subjektai įsipareigoja skatinti rinkoje naudoti priemones, padedančias vartotojams suprasti, kodėl jiems rodoma tam tikra reklama.

## **II.E. Galių mokslininkų bendruomenei suteikimas**

*Kadangi:*

- vadovaudamiesi Aukšto lygio ekspertų grupės ataskaita ir Komunikatu, Kodeksą pasirašę subjektai pripažįsta, kad „svarbu imtis reikiamų priemonių, kad būtų sudarytos privatumo teisių nepažeidžiančios sąlygos naudotis duomenimis tikrinant faktus ir atliekant tyrimus“ bei „bendradarbiauti teikiant atitinkamus duomenis apie tai, kaip veikia jų paslaugos, įskaitant duomenis, reikalingus tyrimus atliekantiems mokslininkams akademikams, ir bendro pobūdžio informaciją apie algoritmus“<sup>[14]</sup>.

*Todėl šį kodeksą pasirašę subjektai įsipareigoja:*

12. Atitinkami pasirašiusieji subjektai įsipareigoja remti geranoriškas nepriklausomų subjektų dedamas pastangas atsekti dezinformaciją ir suprasti jos poveikį, įskaitant nepriklausomų faktų tikrintojų tinklo, kurio sukūrimą parėmė Europos Komisija, narių pastangas. Tam bus dalijamasi neskelbtinų duomenų, susijusių su saugomu privatumu, rinkiniais, atliekami bendri tyrimai arba kitokiais būdais bendradarbiaujama su akademinės bendruomenės ir pilietinės visuomenės organizacijomis, jei būtina ir įmanoma.
13. Atitinkami pasirašiusieji subjektai įsipareigoja nedrausti ir nedemotyvuoti geranoriškai vykdomų dezinformacijos ir politinės reklamos, aptiktos jų platformose, mokslinių tyrimų.
14. Atitinkami pasirašiusieji subjektai įsipareigoja skatinti dezinformacijos ir politinės reklamos mokslinius tyrimus.
15. Atitinkami pasirašiusieji subjektai įsipareigoja kasmet organizuoti renginį, kad būtų skatinamos akademinės bendruomenės, faktų tikrintojų bendruomenės ir vertės grandinės dalyvių diskusijos.

### **III. KODEKSO VEIKSMINGUMO VERTINIMAS IR STEBĖSENA**

Toliau pateikti pagrindiniai veiklos rodikliai taikomi Atitinkamiems pasirašiusiesiems subjektams, atsižvelgiant į atitinkamus jų įsipareigojimus.

16. Atitinkami pasirašiusieji subjektai įsipareigoja kasmet pateikti darbo, atlikto kovojant su dezinformacija, suvestinę – viešai skelbiamą ataskaitą, kurią galėtų peržiūrėti trečioji šalis. Ataskaitoje gali būti išsamiai aprašytos pasirašiusiųjų subjektų taikytos priemonės ir pasiekta pažanga didinant kovos su dezinformacija skaidrumą, kaip antai:
  - a. vykdant 1 punkte nurodytą įsipareigojimą, politika, taikyta siekiant sumažinti galimybes dezinformacijos skleidėjams gauti pajamų, ir jos įgyvendinimo užtikrinimas;
  - b. vykdant įsipareigojimus, nustatytus pirmiau pateiktoje II.B. dalyje, priemonės, kuriomis siekiama geriau vartotojams atskleisti politinės reklamos atvejus;
  - c. vykdant įsipareigojimus, nustatytus pirmiau pateiktoje II.C. dalyje, priemonės, padedančios integruoti ir įgyvendinti politiką dėl paslaugų vientisumo kovojant su dezinformacija;
  - d. vykdant įsipareigojimus, nustatytus pirmiau pateiktoje II.D. dalyje, priemonės, padedančios suteikti vartotojams produktus, priemones, technologijas ir programas;



- e. vykdant įsipareigojimus, nustatytus pirmiau pateiktoje II.D. dalyje, „vartotojų informuotumo apie dezinformaciją / susirūpinimo dėl dezinformacijos vertinimas“;
  - f. vykdant 9 punkte nurodytą įsipareigojimą, priemonių, padedančių rasti įvairių požiūrių į visuomenę rūpinimus klausimus, pateikimas žmonėms;
  - g. vykdant įsipareigojimą, nustatytą pirmiau pateiktoje II.E dalyje, priemonės, padedančios tobulinti mokslininkų ir pilietinės visuomenės organizacijų gebėjimą stebėti politinės reklamos aprėptį ir mastą;
  - h. vykdant 10 punkte nurodytą įsipareigojimą, skatinimas sudaryti žmonėms sąlygas lavinti kritinį mąstymą ir gebėjimą naudotis skaitmeninės žiniasklaidos priemonėmis;
  - i. vykdant įsipareigojimus, nustatytus pirmiau pateiktoje II.E dalyje, atitinkamų pasirašiusiųjų subjektų atitinkamais metais dėtos pastangos skatinti geranoriškai vykdomus tyrimus ir (arba) faktų tikrintojų tinklo darbą.
17. Konkrečiu reklamuotojų atveju Pasaulio reklamuotojų federacija (angl. WFA) pateiks suvestines ataskaitas, padedančias atsekti ir identifikuoti įvairių prekių ženklų apsaugos veiklą ir prekių ženklų savininkų taikomą politiką.
  18. Konkrečiais reklamos agentūrų atvejais Europos komunikacijos agentūrų asociacija (angl. *European Association of Communications Agencies*) pateiks suvestines ataskaitas, padedančias atsekti ir identifikuoti įvairių prekių ženklų apsaugos veiklą ir reklamos agentūrų taikomą politiką, įskaitant atitinkamų priemonių reklamavimą, bendradarbiavimą su trečiųjų šalių patikros bendrovėmis ir žiniasklaidos priemonių pirkimo strategijų vertinimo metodus, bei padedančias priimti sprendimus dėl rizikos, susijusios su internetine dezinformacija.
  19. Europos interaktyvios reklamos biuras (angl. *IAB Europe*) pateiks suvestines ataskaitas, padedančias atsekti ir identifikuoti įvairių prekių ženklų apsaugos veiklą ir jo paties narių bei Europos nacionalinių interaktyvios reklamos biurų (angl. *European National IABs*), tarp kurių yra internetinės reklamos ekosistemos suinteresuotieji subjektai, taikomą politiką.
  20. Pasirašiusieji subjektai įsipareigoja pasirinkti objektyvią trečiosios šalies organizaciją, padėsiančią peržiūrėti Atitinkamų pasirašiusiųjų subjektų pateiktas metines įsivertinimo ataskaitas ir įvertinti, kokia pažanga padaryta vykdant įsipareigojimus, be kita ko, priimtųjų įsipareigojimų vykdymo ataskaitas.
  21. Vykdydami II.B dalies 4 punkto įsipareigojimą, atitinkami pasirašiusieji subjektai bendradarbiauja su Europos Komisija ir kitais pagrindiniais suinteresuotaisiais subjektais, siekdami sukurti darbinę apibrėžtį, kuria remiantis bus galima nustatyti veiksmingiausių metodus, kuriais būtų ne tik užtikrinamas skaidrumas, bet ir puoselėjamos pagrindinės teisės, siekiant reikšmingos pažangos rengiant metodus, skirtus teminei reklamai viešai atskleisti.

#### **IV. VERTINIMO LAIKOTARPIS**

Pasirašius Kodeksą 12 mėnesių bus vykdomas vertinimas, jo metu pasirašiusieji subjektai rengs reguliarius susitikimus, kad aptartų taikant Kodeksą daromą pažangą, jo įgyvendinimą ir veikimą.

Vertinimo laikotarpio pabaigoje pasirašiusieji subjektai susitiks ir įvertins Kodekso veiksmingumą kiekvieno pirmiau išvardyto įsipareigojimo atžvilgiu. Jie aptars tolesnį Kodekso taikymą, o prireikus aptars bei pasiūlys tolesnių veiksmų. Šie tolesni veiksmai gali apimti pasirašiusiųjų subjektų pagal Kodeksą vykdomos veiklos ir Kodekso poveikio kovai su dezinformacija stebėsenos būdų pakeitimus.

Šio vertinimo rezultatai bus apibendrinti ataskaitoje, joje bus pateiktos išvados, kaip atitinkami pasirašiusieji subjektai vykdė prisiimtus įsipareigojimus, ir pagrindiniai jų veiklos rodikliai.

Pasibaigus vertinimo laikotarpiui, pasirašiusieji subjektai kasmet susitiks, kad peržiūrėtų Kodeksą ir, jei reikia, imtųsi tolesnių veiksmų. Pasirašiusieji subjektai gali rengti dažnesnius susitikimus Kodekso veikimui aptarti, jei mano, kad tai būtina. Gali būti rengiamos Kodekso veikimo ir veiksmingumo vertinimo ataskaitos.

Pasirašiusieji subjektai susitaria bendradarbiauti su Europos Komisija, kad įvertintų Kodekso veikimo ataskaitas. Šis bendradarbiavimas gali vykti:

- pateikiant atitinkamą informaciją, kurios prašoma;
- informuojant Komisiją apie naujus Kodeksą pasirašiusius subjektus arba iš jų pasirašiusių subjektų grupės pasitraukusius pasirašiusiuosius subjektus;
- pateikiant atsakymus į Komisijos klausimus arba dalyvaujant Komisijos rengiamose konsultacijose;
- aptariant pirmiau minėtą vertinimą ir ataskaitas pasirašiusių subjektų posėdžiuose ir
- kviečiant Komisiją dalyvauti visuose tokio pobūdžio posėdžiuose.

## **V. PASIRAŠIUSIEJI SUBJEKTAI**

Šis kodeksas taikomas tik jį pasirašiusiems subjektams. Kiti subjektai Kodeksą gali pasirašyti bet kuriuo metu. Kodeksą pretenduojantys pasirašyti subjektai turi pristatyti savo veiklą esamiems pasirašiusiesiems subjektams ir nurodyti, kaip jie ketina laikytis Kodekso reikalavimų.

Pasirašiusysis subjektas gali bet kuriuo metu pasitraukti iš Kodeksą pasirašiusių subjektų grupės arba atšaukti tam tikrą pagal Kodeksą prisiimtą įsipareigojimą, pranešdamas apie tai Europos Komisijai ir kitiems pasirašiusiesiems subjektams. Dėl tokio pasitraukimo ar įsipareigojimo atšaukimo Kodekso galiojimas kitiems pasirašiusiesiems subjektams nenutrūksta.

Kiekvienas pasirašiusysis subjektas bet kuriuo metu gali pranešti kitiems pasirašiusiesiems subjektams, kad, jo nuomone, kuris nors pasirašiusysis subjektas nesilaiko Kodekse nustatytų įsipareigojimų, kuriuos yra prisiėmęs, taip pat nurodyti, kodėl jis taip mano. Pasirašiusieji subjektai gali nutarti apsvarstyti klausimą plenariniame posėdyje. Išklause suinteresuotąjį pasirašiusįjį subjektą ir, remdamiesi objektyviomis priežastimis, priėmę išvadą, kad minėtas pasirašiusysis subjektas nepageidauja laikytis Kodekse nustatytų įsipareigojimų, kuriuos yra prisiėmęs, pasirašiusieji subjektai, išnaudoję visas priimtinas galimybes, gali jam pasiūlyti pasitraukti iš Kodeksą pasirašiusių subjektų grupės. Pasirašiusieji subjektai apie šį sprendimą praneš Europos Komisijai.

Pasirašiusieji subjektai gali savo svetainėse arba komerciniuose ar kitokio pobūdžio pranešimuose nurodyti, kad jie yra pasirašę Kodeksą. Jie gali imtis visų pagrįstų priemonių, kad informuotų visus su savo verslu susijusius kontaktinius asmenis apie Kodeksą.

## VI. ĮSIGALIOJIMAS

Šis Kodeksas įsigalios praėjus mėnesiui po jo pasirašymo. Bet kokiems šio kodekso

pakeitimams turi pritarti visi jį pasirašę subjektai.

Kodeksas galioja neribotą laiką, jei pasirašiusieji subjektai po kasmetinės Kodekso peržiūros susitaria ir toliau jį taikyti.

Pasirašyta Briuselyje 2018 m. rugsėjo xx d.

---

<sup>[1]</sup> [http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc\\_id=51804](http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=51804).

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

<sup>[3]</sup> <https://www.consilium.europa.eu/media/35948/28-euco-final-conclusions-lt.pdf>.

<sup>[4]</sup> Europos Sąjungos, jos valstybių narių ir kitų atitinkamų suinteresuotųjų subjektų taikomomis priemonėmis turėtų būti ribojamas internetinės dezinformacijos paplitimo mastas ir poveikis. Priemonės turėtų būti taikomos pagal Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartiją ir Europos žmogaus teisių konvenciją nustatytą teisinę sistemą. Visų pirma žodžio laisvė yra įtvirtinta Europos Sąjungos pagrindinių teisių chartijos 11 straipsnyje ir Europos žmogaus teisių konvencijos 10 straipsnyje kaip būtinas sklandaus sprendimų priėmimo veiksnys laisvoje ir demokratinėje visuomenėje. Žodžio laisvė apima spausdintines, transliuojamąsias ir internetines žiniasklaidos priemones bei apima teisę turėti savo įsitikinimus, gauti bei skleisti informaciją ir idėjas „valdžios institucijoms nekliudant ir nepaisant valstybių sienų“ taip pat neatsiejamas susijusias žiniasklaidos laisvės ir pliuralizmo vertybes.

<sup>[5]</sup> Komunikato 2.1 punktas.

<sup>[6]</sup> Komunikato 1 punktas.

<sup>[7]</sup> Žr., pavyzdžiui, Komunikato 3.1.1 papunktį, kuriame Europos Komisija teigia, kad jokiais veiksmais, kurių imtasi kovojant su dezinformacija „negalima pažeisti žodžio laisvės ir turi būti imami atsargumo priemonių, kad jais negalėtų būti piktnaudžiaujama, pavyzdžiui, nebūtų cenzūruojama kritika, satyra, kitas požiūris ar šokiruojanti kalba. Taip pat turėtų būti visiškai laikomasi Komisijos įsipareigojimo užtikrinti interneto atvirumą, saugumą ir patikimumą“.

<sup>[8]</sup> Komunikato 3.1.1 papunktis.

<sup>[9]</sup> Komunikatas „Europos kova su internetine dezinformacija“, <http://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2018/LT/COM-2018-236-F1-LT-MAIN-PART-1.PDF>.

<sup>[10]</sup> Pavyzdžiui, ICC reklamos ir rinkodaros pranešimų praktikos kodekse (angl. *ICC Advertising and Marketing Communications Code*) (<https://cdn.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2011/08/ICC-Consolidated-Code-of-Advertising-and-Marketing-2011-English.pdf>) arba savitvarkos organizacijų nacionaliniu lygmeniu taikomuose reklamos etikos kodeksuose.

<sup>[11]</sup> Komunikato 3.1.1 papunktis.

<sup>[12]</sup> Europos žmogaus teisių konvencijos 8 straipsnis „Teisė į privatų ir šeimos gyvenimą“.

<sup>[13]</sup> Europos žmogaus teisių konvencijos 10 straipsnis „Žodžio laisvė“.

<sup>[14]</sup> Aukšto lygio ekspertų grupės ataskaita.