

ES prakses kodekss dezinformācijas jomā

PREAMBULA

Ņemot vērā Eiropas Komisijas paziņojumu “Vēršanās pret dezinformāciju tiešsaistē: Eiropas pieeja”^[1] (turpmāk tekstā “paziņojums”), augsta līmeņa ekspertu grupas ziņojumu^[2], Padomes 2018. gada 28. jūnija secinājumus^[3] un daudzās nozīmīgās iniciatīvas^[4], kuras visā Eiropā tiek īstenotas, lai risinātu dezinformācijas izplatīšanas izraisītās problēmas, šā prakses kodeksa (“kodekss”) 1. pielikumā uzskaitītie uzņēmumi un apvienības (“parakstītāji”) atzīst savu nozīmi dezinformācijas izraisīto problēmu risinājumu rašanā.

Atbilstīgi Komisijas paziņojumam šā kodeksa piemērošanas nolūkā Komisija, kā arī augsta līmeņa ekspertu grupa savā ziņojumā definē “dezinformāciju” kā “pārbaudāmi nepatiesu vai maldinošu informāciju”, kas kumulatīvi

(a) “tiek sagatavota, publiskota un izplatīta, lai gūtu ekonomisku labumu vai tīši maldinātu sabiedrību”; un

(b) “var radīt kaitējumu sabiedrībai”, kas izpaužas kā “draudi demokrātiskiem politiskiem un politikas veidošanas procesiem, kā arī sabiedriskajiem labumiem, piemēram, ES pilsoņu veselības aizsardzībai, videi vai drošībai”.^[5]

Jēdzienā “dezinformācija” nav ietverta maldinoša reklāma, kļūdainas ziņas, satīra, parodija vai skaidri norādītas noteikta viedokļa atbalstītāju ziņas un komentāri, un tas neskar saistošus juridiskos pienākumus, pašregulējošus reklāmas kodeksus, kā arī standartus attiecībā uz maldinošu reklāmu.

Parakstītāji atzīst un atbalsta Komisijas paustos secinājumus, ka “plaša mēroga dezinformācija, tostarp maldinoša vai acīmredzami nepatiesa informācija, kas skar iedzīvotājus, ir viena no lielākajām problēmām Eiropā. Mūsu atklātā, demokrātiskā sabiedrība ir atkarīga no publiskām debatēm, kas labi informētiem iedzīvotājiem ļauj paust savu gribu, izmantojot brīvu un godīgu politisko procesu”.^[6]

Kā Komisija ir atkārtoti atzinusi paziņojumā,^[7] parakstītāji ņem vērā pamattiesības uz vārda brīvību un atvērtu internetu, kā arī smalko līdzsvaru, kas jāpanāk attiecībā uz jebkādiem centieniem ierobežot citādi likumīga satura izplatīšanos un ietekmi.

Tā kā dezinformācijas izplatīšanai ir daudzi aspekti un to veicina ļoti plašs ekosistēmas dalībnieku segments, kuru turklāt šī izplatīšana ietekmē, visām ieinteresētajām personām ir jāuzņemas noteikta loma cīņā pret dezinformācijas izplatīšanos.

Ar šādu pārlicību parakstītāji ir sagatavojuši šo kodeksu, kā arī tā pielikumus, kas ir šā kodeksa neatņemama sastāvdaļa, un parakstītāji tādējādi apņemas ievērot attiecīgās blakus to nosaukumiem uzskaitītās saistības. Ņemot vērā kodeksā izklāstīto saistību plašumu un iesaistīto ieinteresēto personu neviendabīgo klāstu, parakstītāji uzņemsies tikai tās saistības, kuras atbilst parakstītāju piedāvātajam produktam un/vai pakalpojumam, parakstītāju nozīmei vērtības ķēdē, to tehniskajām

spējām un atbildības režīmam, kas tiem ir noteikts ES tiesību aktos un kas atšķiras atkarībā no to funkcijām attiecīgā satura izveidē un izplatīšanā. Tādēļ kodeksā konkrēts parakstītājs, kurš ir uzņēmies noteiktas saistības, kas norādītas 1. pielikumā, apzīmēts ar formulējumu “attiecīgais parakstītājs”. Tas nenozīmē, ka visiem kodeksa parakstītājiem ir jāuzņemas ikvienu no saistībām. 2. pielikumā ir sniegti esošās paraugprakses piemēri. Parakstītāji piekrīt, ka pielikumu var regulāri grozīt, ņemot vērā attīstības tendences tirgū, tehniskajā un citās jomās.

Parakstītāji atzīst, ka, tā kā dažādi parakstītāji darbojas atšķirīgi, ar dažādiem mērķiem, tehnoloģijām un auditoriju, šis kodekss ļauj izmantot dažādas pieejas tajā ietvertu noteikumu izpildei.

Parakstītāji atzīst, ka nozaru apvienības, kas ir parakstījušas šo kodeksu, neuzņemas saistības savu biedru vārdā. Tomēr šīs apvienības apņemas nodrošināt, lai to biedri būtu pilnībā informēti par šo kodeksu, un mudināt tos attiecīgā gadījumā pievienoties kodeksam vai ievērot tā principus.

Katram parakstītājam šā kodeksa piemērošana attiecas tikai uz tiem pakalpojumiem, kas tiek sniegti valstīs, kuras ir Eiropas Ekonomikas zonas līgumslēdzējas puses.

Parakstītāji, tostarp parakstītāju apvienības, apņemas veikt šajā kodeksā noteiktos pasākumus tā, lai tiktu nodrošināta pilnīga atbilstība ES un valstu tiesību aktiem konkurences jomā. Piemēram, parakstītāji nedrīkst apspriest, paziņot vai apmainīties ar nekādu sensitīvu komercinformāciju. Tajā ietilpst nepublicējama informācija par: cenām; tirgvedības un reklāmas stratēģiju; izmaksām un ieņēmumiem; tirdzniecības noteikumiem un nosacījumiem attiecībā uz trešām personām (ietverot iepirkumu stratēģiju); piegādes noteikumiem; tirdzniecības programmām vai izplatīšanas stratēģiju.

Kodeksu piemēro saskaņā ar Eiropas Savienībā un tās dalībvalstīs spēkā esošajiem tiesību aktiem un to neuzskata par tādu, kas jebkādā veidā aizstāj vai interpretē spēkā esošo tiesisko regulējumu un jo īpaši (bet neaprobežojoties ar):

- ES Pamattiesību hartu;
- Eiropas Cilvēktiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvenciju;
- Direktīvu 2000/31/EK, īpaši uzsverot tās 12.–15. pantu, ko piemēro jebkuram šajā kodeksā noteiktajam pienākumam, kurš ir vērsts uz vienkāršas pārraidīšanas, kešdarbes vai mitināšanas pakalpojumu sniedzējiem (piemēram, tīkla, meklētājprogrammu, pārlūkprogrammu, tiešsaistes blogošanas platformu, tiešsaistes forumu, video koplietošanas platformu, sociālo plašsaziņas līdzekļu u. c. pakalpojumu sniedzējiem) vai kuru tie ir uzņēmušies;
- Regulu (ES) 2016/679 par fizisku personu aizsardzību attiecībā uz personas datu apstrādi un par šādu datu brīvu apriti;
- Direktīvu 2005/29/EK, kas attiecas uz uzņēmēju negodīgu komercpraksi iekšējā tirgū attiecībā pret patērētājiem;
- Direktīvu 2006/114/EK par maldinošu un salīdzinošu reklāmu;

- Eiropas Savienības Tiesas un Eiropas Cilvēktiesību tiesas judikatūru par kaitīga satura pieejamības un aprites ierobežošanai paredzētu pasākumu proporcionalitāti.

I. MĒRĶI

Šā kodeksa mērķis ir noteikt pasākumus, kurus parakstītāji varētu ieviest, lai risinātu ar dezinformāciju saistītās problēmas.

Atbilstīgi Komisijas paziņojumam prakses kodeksa parakstītāji atzīst šādu centienu nozīmību:

- (i) ietvert aizsardzības pasākumus pret dezinformāciju;
- (ii) uzlabot reklāmas izvietojuma pārbaudes, lai samazinātu dezinformācijas sniedzēju ieņēmumus;
- (iii) nodrošināt politiskas un tematiskas reklāmas pārredzamību, arī attiecībā uz to, lai lietotājiem tiktu dota iespēja saprast, kādēļ konkrētā reklāma ir nonākusi tieši pie viņiem;
- (iv) īstenot un veicināt pamatotu politiku, kas ir vērsta pret informācijas sagrozīšanu;
- (v) pastiprināt centienus slēgt viltus kontus un apliecināt šo centienu efektivitāti, kā arī izveidot skaidras marķēšanas sistēmas un noteikumus botiem (robotprogrammatūrai), lai nodrošinātu, ka to darbību nevar sajaukt ar cilvēka mijiedarbību;
- (vi) pastiprināt centienus nodrošināt pakalpojumu integritāti attiecībā uz kontiem, kuru nolūks un nodoms ir dezinformācijas izplatīšana, atbilstīgi attiecīgā parakstītāja izvērtētajiem un noteiktajiem specifiskajiem faktoriem un ņemot vērā Eiropas Cilvēktiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencijas 8. pantu, pamattiesības uz anonimitāti un pseidonimitāti, kā arī proporcionalitātes principu, un ziņot par šo centienu efektivitāti;
- (vii) ievērojot Eiropas Cilvēktiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencijas 10. pantu un uzskatu brīvības principu, ieguldīt tehnoloģiskajos līdzekļos, kuri meklēšanā, barotnēs vai citos automātiski sakārtotos izplatīšanas kanālos vajadzības gadījumā prioritāti dotu aktuālai, autentiskai, kā arī precīzai un autoritatīvai informācijai. Lai būtu kā būdams, valdībām nevajadzētu piespiest parakstītājus dzēst citādi likumīgu saturu vai ziņojumus vai liegt piekļuvi šādam saturam vai ziņojumiem, pamatojoties vienīgi uz to, ka tie tiek uzskatīti par "nepatiesiem", un parakstītājiem nevajadzētu arī pieņemt šādu politiku brīvprātīgi;
- (viii) nodrošināt pārredzamību, lai cita starpā ar satura avotu uzticamības rādītāju, plašsaziņas līdzekļu īpašumtiesību un/vai pārbaudītas identitātes palīdzību dotu lietotājiem iespēju saprast, kādēļ konkrētā politiskā vai tematiskā reklāma ir nonākusi tieši pie viņiem;
- (ix) mazināt dezinformācijas redzamību, uzlabojot uzticama satura atrodamību;
- (x) apsvērt iespēju nodrošināt lietotājus ar pielāgojamiem un interaktīviem tiešsaistes rīkiem, kas atvieglotu satura atklāšanu un piekļuvi dažādiem ziņu avotiem,

- kuri pārstāv pretējus viedokļus, kā arī nodrošināt tiem viegli pieejamus rīkus, ar kuru palīdzību varētu ziņot par dezinformāciju;
- (xi) veikt pamatotus pasākumus nolūkā nodrošināt privātuma prasībām atbilstošu piekļuvi datiem fakti pārbaūžu un pētniecisko darbību vajadzībām, un sadarboties, sniedzot attiecīgus datus par savu pakalpojumu darbību, tostarp datus neatkarīgai izmeklēšanai, ko veic akadēmiskie pētnieki, kā arī vispārēju informāciju par algoritmiem.

Šis kodekss neliedz piemērot citas iniciatīvas, kuru mērķis ir vērsties pret dezinformāciju platformās.

Parakstītāji ir godprātīgi vienojušies par šo kodeksu, pamatojoties uz savu nodomu taisnīgu un godīgu izklāstu. Lai dotu iespēju vispusīgāk izprast kodeksu, nākamajā punktā uzskaitīto saistību ievadā ir sniegts skaidrojums par sīki izstrādātiem mērķiem un kontekstu attiecībā uz katru saistību grupu piecās būtiskajās kodeksā iekļautajās jomās.

II. SAISTĪBAS

II.A. Reklāmas izvietojšanas pārbaudes

Tā kā:

- Parakstītāji atzīst paziņojumā izklāstītos mērķus, un, ņemot vērā to, ka komerciālais aspekts ir tikai viens no daudzajiem dezinformācijas aspektiem, parakstītāji apzinās nepieciešamību "būtiski uzlabot reklāmas izvietojšanas pārbaudes, jo īpaši tāpēc, lai samazinātu dezinformācijas sniedzēju ieņēmumus".^[8]
- Attiecīgie parakstītāji izmantos komerciāli pamatotus pasākumus, lai īstenotu politiku un procesus; lai no kontiem un tīmekļa vietnēm, kuru informācija par sevi tiek pastāvīgi sagrozīta, nesaņemtu atlīdzību vai kā citādi nepopularizētu šādus kontus un tīmekļa vietnes.
- Parakstītāji atzīst, ka visām tiešsaistes reklāmas pirkšanā un pārdošanā un ar reklāmu saistītu pakalpojumu sniegšanā iesaistītajām personām ir jāsadarbojas, lai uzlabotu pārredzamību visā tiešsaistes reklāmas ekosistēmā un tādējādi efektīvi pārbaudītu, kontrolētu un ierobežotu reklāmas izvietojšanu dezinformācijas sniedzējiem piederošos kontos un tīmekļa vietnēs.
- Lai novērstu nepiemērotu reklāmas izvietojšanu tiešsaistē dezinformācijas vietnēs, ir vēl vairāk jāuzlabo jau patlaban plaši izmantotie zīmolu drošības rīki nolūkā turpināt sekmīgi risināt šo problēmu saistībā ar attiecīgā satura rakstura noteikšanu.^[9]
- Parakstītāji atzīst, ka uzticamības rādītāji un fakti pārbaūžu organizāciju sniegtā informācija, kā arī jaunais neatkarīgais fakti pārbaudītāju tīkls, ko līdz ar tā izveidošanu ir sekmējusi Eiropas Komisija, var nodrošināt papildu datu punktus par dezinformācijas sniedzējiem.

Tāpēc šā kodeksa parakstītāji uzņemas šādas saistības:

1. Attiecīgie parakstītāji apņemas izmantot politikas pasākumus un procesus, kas ir vērsti uz reklamēšanas un atlīdzināšanas stimulu pārtraukšanu attiecīgas rīcības gadījumā, piemēram, ja tiek sagrozīta būtiska informācija par sevi vai savu objektu mērķi. Šie politikas pasākumi un procesi var ietvert, piemēram, reklāmas pakalpojumu vai apmaksātas izvietojuma ierobežojumus un, iespējams, varētu tikt īstenoti sadarbībā ar organizācijām, kas veic faktu pārbaudes. Šādi politikas pasākumi un procesi vajadzības gadījumā var:
 - (a) veicināt un/vai ietvert zīmolu drošības un pārbaudes rīku lietošanu;
 - (b) sekmēt sadarbību ar trešo personu uzņēmumiem, kas veic pārbaudes;
 - (c) palīdzēt un/vai ļaut reklāmdevējiem izvērtēt plašsaziņas līdzekļu pirkšanas stratēģijas un tiešsaistes reputācijas riskus;
 - (d) sniegt reklāmdevējiem vajadzīgo piekļuvi uz konkrētu klientu attiecinātiem kontiem, lai palīdzētu tiem gūt iespēju uzraudzīt reklāmas izvietojumu un izvēlēties, kur reklāmas tiek izvietotas.

II.B. Politiskā reklāma un tematiskā reklāma

Tā kā:

- Parakstītāji atzinīgi vērtē paziņojumā pausto aicinājumu atzīt politiskas un tematiskas reklāmas pārredzamības nodrošināšanas nozīmību.
- Šāda pārredzamība būtu jānodrošina arī attiecībā uz to, lai lietotājiem tiktu dota iespēja saprast, kādēļ konkrētā reklāma ir nonākusi tieši pie viņiem.
- Parakstītāji atzīst, ka attiecībā uz tematisku reklāmu izstrādātajās pieejās būtu jāatspoguļo Eiropas politiskās un tematiskās reklāmas tirgus un būtu jāņem vērā Eiropas Komisijas ieteikums par vēlēšanu sadarbības tīkliem, pārredzamību tiešsaistē, aizsardzību pret kiberdrošības incidentiem un dezinformācijas kampaņu apkarošanu Eiropas Parlamenta vēlēšanu kontekstā.

Tāpēc šā kodeksa parakstītāji uzņemas šādas saistības:

2. Parakstītāji apņemas saglabāt atbilstību ES un valstu tiesību aktos noteiktajai, kā arī pašregulācijas kodeksos^[10] izklāstītajai prasībai, ka reklāmai jābūt skaidri atšķiramai no redakcionālā satura, tostarp ziņām, neatkarīgi no to formas un izmantotā plašsaziņas līdzekļa. Ja reklāmu izvietojuma plašsaziņas līdzeklī, kas satur ziņas vai redakcionālu materiālu, tās noformējums būtu jāveido tā, lai tā ir skaidri atpazīstama kā maksas paziņojums vai ir marķēta kā šāds paziņojums.
3. Attiecīgie parakstītāji apņemas sekmēt politiskas reklāmas (tā ir definēta kā reklāma, kurā ir pausta aktīva iestāšanās par vai pret kandidāta ievēlēšanu vai konkrētu lēmumu pieņemšanu referendumos valstu un Eiropas vēlēšanās) informācijas publiskošanu, kas varētu ietvert faktisko sponsora identitāti un iztērētās summas.
4. Attiecīgie parakstītāji apņemas izmantot pamatotus pasākumus, kas vērsti uz to, lai tiktu izstrādātas pieejas "tematiskas reklāmas" publiskošanai. Šādi pasākumi ietvers tādas jēdziena "tematiska reklāma" funkcionālas definīcijas izveidi, ar kuru netiks ierobežota ziņošana par politiskām diskusijām un politisko uzskatu publicēšana un no kuras tiks izslēgta

komercireklāma. Ņemot vērā ar vārda brīvību saistīto ietekmi, parakstītāji mudina sadarboties ar ieinteresēto personu ekspertiem, lai izpētītu pieejas, ar kurām var panākt gan pārredzamību, gan arī pamattiesību ievērošanu. Šīs definīcijas izveides darbs neiejaucas jomās, kurās darbojas reklāmas pašregulējošās organizācijas.

II.C. Pakalpojumu integritāte

Tā kā:

- Atbilstīgi Eiropas Komisijas paziņojumam parakstītāji atzīst to, cik svarīgi ir pastiprināt centienus slēgt viltus kontus un apliecināt šo centienu efektivitāti, kā arī to, cik svarīgi ir izveidot “skaidras marķēšanas sistēmas un noteikumus botiem un nodrošināt, lai to darbību nevar sajaukt ar cilvēka mijiedarbību”.^[11]
- Attiecīgie parakstītāji atzīst, cik būtiski ir nodrošināt, lai tiešsaistes pakalpojumi ietvertu un veicinātu aizsardzības pasākumus pret dezinformāciju.
- Attiecīgie parakstītāji uzsver pašreizējo apņemšanos, ka pirms jaunu pakalpojumu uzsākšanas tie apsver iespēju īstenot un veicināt aizsardzības pasākumus pret dezinformāciju.
- Attiecīgie parakstītāji apsver esošo pakalpojumu pārskatīšanu nolūkā nodrošināt, ka tiem arī, ciktāl iespējams, tiek īstenoti šādi aizsardzības pasākumi.
- Attiecīgajiem parakstītājiem būtu jāpastiprina centieni nodrošināt pakalpojumu integritāti — kā arī jāapliecina šo centienu efektivitāte — attiecībā uz kontiem, kuru nolūks un nodoms ir izplatīt dezinformāciju, kuras specifiskie faktori būtu jāizvērtē un jānosaka attiecīgajam parakstītājam.
- Atbilstīgi Eiropas Cilvēktiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencijas 8. pantam^[12] parakstītājiem nevajadzētu aizliegt dot iespēju izmantot kontus un pakalpojumus anonīmi vai ar pseidonīmu.

Tāpēc šā kodeksa parakstītāji uzņemas šādas saistības:

5. Attiecīgie parakstītāji apņemas ieviest skaidru politiku attiecībā uz personas identitāti un automatiskas robotprogrammatūras (botu) ļaunprātīgu izmantošanu to sniegtajos pakalpojumos un panākt šīs politikas īstenošanu Eiropas Savienībā. Šādi pasākumi var ietvert dažus no šā kodeksa 2. pielikumā norādītajiem pasākumiem.
6. Attiecīgie parakstītāji apņemas ieviest politiku attiecībā uz to, kas ir uzskatāms par automatizēto sistēmu nepieļaujamu izmantošanu, kā arī publiskot šo politiku tiešsaistes platformā un nodrošināt tās pieejamību lietotājiem Eiropas Savienībā.

II.D. Iespēju nodrošināšana patērētājiem

Tā kā:

- Ievērojot Eiropas Cilvēktiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencijas 10. pantu^[13] un uzskatu brīvības principu, valdībām nevajadzētu piespiest parakstītājus dzēst citādi likumīgu saturu vai ziņojumus vai liegt piekļuvi šādam saturam vai ziņojumiem, pamatojoties vienīgi uz to, ka tie tiek uzskatīti par “nepatiesiem”, un parakstītājiem nevajadzētu arī pieņemt šādu politiku brīvprātīgi.

- Šā kodeksa parakstītāji atzīst to, cik svarīgi ir mazināt dezinformācijas redzamību, tālab uzlabojot uzticama satura atrodamību, un uzskata, ka lietotāji būtu jānodrošina ar pielāgojamiem un interaktīviem tiešsaistes rīkiem, kas atvieglotu satura atklāšanu un piekļuvi dažādiem ziņu avotiem, kuri pārstāv pretējus viedokļus, kā arī būtu jānodrošina tiem viegli pieejami rīki, ar kuru palīdzību varētu ziņot par dezinformāciju, kā tas ir norādīts paziņojumā.
- Attiecīgajiem parakstītājiem būtu jāiegulda tehnoloģiskajos līdzekļos, kuri meklēšanā, barotnēs vai citos automātiski sakārtotos izplatīšanas kanālos vajadzības gadījumā prioritāti dotu aktuālai, autentiskai un autoritatīvai informācijai.
- Šā kodeksa parakstītāji atzīst, ka pārredzamība būtu jānodrošina attiecībā uz iespēju lietotājiem saprast, kādēļ konkrētā politiskā vai tematiskā reklāma ir nonākusi tieši pie viņiem.
- Šādai pārredzamībai būtu jāatspoguļo tas, cik svarīgi ir sekmēt satura izvērtēšanu ar satura avotu uzticamības rādītāju, plašsaziņas līdzekļu īpašumtiesību un pārbaudītas identitātes palīdzību. Šiem rādītājiem būtu jāpamatojas uz objektīviem kritērijiem un vajadzētu būt saņēmušiem plašsaziņas līdzekļu apvienību apstiprinājumu saskaņā ar žurnālistikas principiem un procesiem.
- Parakstītāji atzīst pašreizējo likumdošanas darbu, kura mērķis ir izstrādāt pārredzamības standartus attiecībā uz galvenajiem klasificēšanas parametriem, kas iekļauti priekšlikumā Platformu un uzņēmumu regulai, un darbu, ko veic Eiropas Savienības Ekspertu grupa mākslīgā intelekta jautājumos, kā arī ES patērētāju *acquis*.

Tāpēc šā kodeksa parakstītāji uzņemas šādas saistības:

7. Attiecīgie parakstītāji apņemas ieguldīt produktos, tehnoloģijās un programmās, piemēram, tajās, kas minētas 2. pielikumā, lai palīdzētu cilvēkiem pieņemt apzinātus lēmumus, kad viņi tiešsaistē saskaras ar ziņām, kuras varētu būt nepatiesas, tostarp šādā nolūkā atbalstot centienus sadarbībā ar ziņu ekosistēmu izstrādāt un ieviest efektīvus uzticamības rādītājus.
8. Attiecīgie parakstītāji apņemas ieguldīt tehnoloģiskajos līdzekļos, kuri meklēšanā, barotnēs vai citos automātiski sakārtotos izplatīšanas kanālos vajadzības gadījumā prioritāti dotu aktuālai, autentiskai un autoritatīvai informācijai.
9. Attiecīgie parakstītāji apņemas ieguldīt funkcijās un rīkos, kas cilvēkiem palīdzētu vieglāk atrast dažādus skatījumus uz sabiedrību interesējošiem tematiem.
10. Parakstītāji apņemas veidot partnerību ar pilsonisko sabiedrību, valdībām, izglītības iestādēm un citām ieinteresētajām personām, lai atbalstītu centienus, kuri ir vērsti uz kritiskās domāšanas un digitālās medijpratības uzlabošanu.
11. Parakstītāji apņemas veicināt tādu rīku ienākšanu tirgū, kas palīdz patērētājiem saprast, kādēļ konkrētā reklāma nonāk tieši pie viņiem.

II.E. Iespēju nodrošināšana pētniecības aprindām

Tā kā:

- Ņemot vērā augsta līmeņa ekspertu grupas (HLEG) ziņojumu un Komisijas paziņojumu, šā kodeksa parakstītāji apzinās, cik svarīgi ir “veikt vajadzīgos pasākumus, lai nodrošinātu privātuma prasībām atbilstošu piekļuvi datiem faktu pārbaūžu un pētniecisko darbību vajadzībām”, un “sadarboties, sniedzot attiecīgus datus par savu pakalpojumu darbību, tostarp datus neatkarīgai izmeklēšanai, ko veic akadēmiskie pētnieki, kā arī vispārēju informāciju par algoritmiem.”^[14]

Tāpēc šā kodeksa parakstītāji uzņemas šādas saistības:

12. Attiecīgie parakstītāji apņemas atbalstīt uz dezinformācijas izsekošanu un tās ietekmes izpratni vērstus godprātīgus, neatkarīgus centienus, tostarp neatkarīgo faktu pārbaudītāju tīklu, ko līdz ar tā izveidošanu ir sekmējusi Eiropas Komisija. Tajā tiks ietverta privātuma dēļ aizsargātu datu kopu apmaiņa, kopīgu pētījumu veikšana vai citāda partnerība ar akadēmisko aprindu pārstāvjiem un pilsoniskās sabiedrības organizācijām, ja tas būs vajadzīgs un iespējams.
13. Attiecīgie parakstītāji apņemas nepieļaut aizliegumu veikt godprātīgus pētījumus par dezinformāciju un politisko reklāmu savās platformās vai mēģinājumu atturēt no tiem.
14. Attiecīgie parakstītāji apņemas veicināt pētījumus par dezinformāciju un politisko reklāmu.
15. Attiecīgie parakstītāji apņemas organizēt ikgadēju pasākumu, kurā tiktu veicinātas diskusijas ar akadēmiskajām aprindām, faktu pārbaudītāju kopienu un vērtības ķēdes dalībniekiem.

III. KODEKSA EFEKTIVITĀTES IZVĒRTĒŠANA UN UZRAUDZĪBA

Turpmāk ir sniegti galvenie darbības rādītāji, ko piemēro attiecīgajiem parakstītājiem, ņemot vērā to atbilstošās saistības.

16. Attiecīgie parakstītāji par savu darbu dezinformācijas novēršanas jomā apņemas sagatavot gada pārskatu tāda publiski pieejama ziņojuma formā, kas būtu pieejams trešām personām pārskatīšanas nolūkā. Ziņojumā var tikt ietverta sīki izstrādāta informācija par jebkuriem parakstītāju veiktajiem pasākumiem un panākto virzību ar mērķi uzlabot pārredzamību dezinformācijas jomā, piemēram, par:
 - a. atbilstīgi saistībām, kas iepriekš izklāstītas 1. apakšpunktā, — politiku un izpildes darbībām saistībā ar atlīdzināšanas iespēju samazināšanu dezinformācijas sniedzējiem;
 - b. atbilstīgi saistībām, kas iepriekš izklāstītas II.B. punktā, — pasākumiem, kuri ir vērsti uz politiskās reklāmas gadījumu redzamības uzlabošanu patērētājiem;
 - c. atbilstīgi saistībām, kas iepriekš izklāstītas II.C. punktā, — pasākumiem nolūkā integrēt un izvērst politiku attiecībā uz savu pakalpojumu integritāti dezinformācijas kontekstā;
 - d. atbilstīgi saistībām, kas iepriekš izklāstītas II.D. punktā, — pasākumiem, kuru mērķis ir nodrošināt patērētājiem produktus, rīkus, tehnoloģijas un programmas;

- e. atbilstīgi saistībām, kas iepriekš izklāstītas II.D. punktā, — “izvērtējumu attiecībā uz patērētāju informētību/bažām par dezinformāciju”;
 - f. atbilstīgi saistībām, kas iepriekš izklāstītas 9. apakšpunktā, — tādu rīku nodrošināšanu cilvēkiem, ar kuru palīdzību viņi var atrast dažādus skatījumus uz sabiedrību interesējošiem tematiem;
 - g. atbilstīgi saistībām, kas iepriekš izklāstītas II.E. punktā, — pasākumiem ar mērķi uzlabot pētnieku un pilsoniskās sabiedrības grupu spēju uzraudzīt politiskās reklāmas tvērumu un mērogu;
 - h. atbilstīgi saistībām, kas iepriekš izklāstītas 10. apakšpunktā, — cilvēku apmācības veicināšanu kritiskās domāšanas, kā arī digitālo plašsaziņas līdzekļu un prasmju jomā;
 - i. atbilstīgi saistībām, kas iepriekš izklāstītas II.E. punktā, — centieniem godprātīgu pētījumu un/vai faktu pārbaudītāju tīkla atbalstīšanā, kurus konkrētajā gadā īstenojuši attiecīgie parakstītāji.
17. Konkrēti reklāmdevēju gadījumā Pasaules Reklāmdevēju federācija (*WFA*) sniegs apkopotus ziņojumus nolūkā apzināt un noteikt dažādus zīmolu īpašnieku izmantotos zīmolu drošības pasākumus un politikas virzienus.
 18. Konkrēti reklāmas aģentūru gadījumā Eiropas Komunikāciju aģentūru apvienība (*EACA*) sniegs apkopotus ziņojumus nolūkā apzināt un noteikt dažādus reklāmas aģentūru izmantotos zīmolu drošības pasākumus un politikas virzienus, tostarp attiecīgo rīku popularizēšanu, sadarbību ar trešo personu uzņēmumiem, kas veic pārbaudes, kā arī metodes, ar kurām izvērtē plašsaziņas līdzekļu pirkšanas stratēģiju un izdara izvēli par reklāmas izvietojumu, ņemot vērā attiecīgo tiešsaistes dezinformācijas risku.
 19. Apvienība “Eiropas Interaktīvās reklāmas birojs” (*IAB Europe*) sniegs apkopotus ziņojumus nolūkā apzināt un noteikt dažādus zīmolu drošības pasākumus un politikas virzienus, ko izmanto šīs apvienības un Eiropas valstu *IAB* biedri, kuru vidū ir ieinteresētās personas no visas tiešsaistes reklāmas ekosistēmas.
 20. Parakstītāji apņemas izvēlēties objektīvu trešās personas organizāciju, kas pārskatītu attiecīgo parakstītāju iesniegtos gada pašnovērtējuma ziņojumus un izvērtētu saistību izpildē gūto panākumu līmeni, ņemot vērā saistības, kuras parakstītājs uzņēmis.
 21. Atbilstīgi II.B. punkta 4. apakšpunktā izklāstītajām saistībām attiecīgie parakstītāji sadarbojas ar Eiropas Komisiju un citām galvenajām ieinteresētajām personām, lai censtos izveidot funkcionālu definīciju, kas veidos pamatu visefektīvākajām pieejām, ar kurām var nodrošināt gan pārredzamību, gan arī pamattiesību ievērošanu ar mērķi panākt nozīmīgu attīstību virzībā uz “tematiskas reklāmas” publiskošanas pieeju izstrādi.

IV. VĒRTĒŠANAS LAIKPOSMS

Pēc prakses kodeksa parakstīšanas sekos 12 mēnešu vērtēšanas laikposms, kura laikā parakstītāji regulāri tiksies, lai analizētu tā attīstību, īstenošanu un darbību.

Vērtēšanas laikposma beigās parakstītāji tiksies, lai novērtētu prakses kodeksa efektivitāti saistībā ar katru no iepriekš noteiktajām saistībām. Tie diskutēs par kodeksa turpināšanu un attiecīgā gadījumā apspriedīs un ierosinās turpmākus pasākumus. Šie turpmākie pasākumi var ietvert izmaiņas attiecībā uz to, kā tiek uzraudzīti parakstītāju īstenošie kodeksā paredzētie centieni, kā arī kodeksa ietekme uz dezinformāciju. Šā novērtējuma rezultātus apkopos ziņojumā, kurā tiks iekļauti secinājumi par attiecīgo parakstītāju pašu saistībām un galvenajiem darbības rādītājiem.

Pēc vērtēšanas laikposma parakstītāji katru gadu tiksies, lai pārskatītu kodeksu un vajadzības gadījumā veiktu turpmākus pasākumus. Ja parakstītāji uzskata, ka tas ir vajadzīgs, tie var tikties biežāk, lai apspriestu kodeksa darbību. Var sagatavot ziņojumus, kas ir paredzēti kodeksa darbības un efektivitātes novērtēšanai.

Parakstītāji piekrīt sadarboties ar Eiropas Komisiju nolūkā izvērtēt ziņošanu par kodeksa darbību. Īstenojot šo sadarbību, cita starpā var:

- pēc pieprasījuma darīt pieejamu attiecīgu informāciju;
- informēt Komisiju par jebkura parakstītāja veiktu kodeksa parakstīšanu vai dalības atsaukšanu;
- atbildēt uz Komisijas jautājumiem un rīkoto apspriešanos;
- iepriekš minēto novērtējumu un ziņojumus apspriest parakstītāju sanāsmēs; un
- aicināt Komisiju piedalīties visās šādās sanāsmēs.

V. PARAKSTĪTĀJI

Šo kodeksu piemēro vienīgi tā parakstītājiem. Jauni parakstītāji var parakstīt kodeksu jebkurā laikā. Pretendentiem, kas vēlas parakstīt kodeksu, ir jāsniedz savas darbības izklāsts esošajiem parakstītājiem un jānorāda, kā tie ir paredzējuši panākt atbilstību kodeksa prasībām.

Parakstītājs jebkurā laikā var atsaukt dalību kodeksā vai konkrētu kodeksā noteiktu saistību uzņemšanos, paziņojot par to Eiropas Komisijai un citiem parakstītājiem. Šāda atsaukšana neizraisīs kodeksa darbības pārtraukšanu starp pārējiem parakstītājiem.

Katrs parakstītājs — ja tas uzskata, ka kāds no parakstītājiem nepilda savas kodeksā noteiktās saistības, — var jebkurā laikā informēt par to citus parakstītājus, kā arī norādīt šāda uzskata pamatojumu. Parakstītāji var pieņemt lēmumu izskatīt šo jautājumu plenārsēdē. Pēc attiecīgā parakstītāja uzklauššanas un pēc tam, kad pieņemts objektīvi pamatots secinājums, ka šis parakstītājs nevēlas ievērot savas kodeksā paredzētās saistības — un ja ir izsmeltas visas pamatotās iespējas, — parakstītāji var aicināt šādu parakstītāju atsaukt dalību kodeksā. Parakstītāji informēs Eiropas Komisiju par šo lēmumu.

Parakstītāji savās tīmekļa vietnēs vai komerciālos vai citos paziņojumos var norādīt, ka ir parakstījuši kodeksu. Tie var veikt visus piemērotos pasākumus, lai informētu savus darījumu partnerus par šā kodeksa esību.

VI. STĀŠANĀS SPĒKĀ

Šis kodekss sāks darboties un stāsies spēkā vienu mēnesi pēc tā parakstīšanas dienas.

Par jebkuriem šā kodeksa grozījumiem ir jāvienojas visiem parakstītājiem.

Kodeksam ir neierobežots termiņš, ievērojot parakstītāju piekrišanu turpināt kodeksa piemērošanu, kas tiek pausta pēc ikgadējas kodeksa pārskatīšanas.

Parakstīts Briselē, 2018. gada xx septembrī

[1]. http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=51804.

[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]. Eiropas Savienības, tās dalībvalstu un citu attiecīgo ieinteresēto personu veiktajiem pasākumiem būtu jāierobežo tiešsaistes dezinformācijas izplatība un ietekme, un tie ir jāveic saskaņā ar tiesisko regulējumu, kas noteikts Eiropas Savienības Pamattiesību hartā (CFREU) un Cilvēktiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencijā (ECTK). Jo īpaši vārda brīvība ES Pamattiesību hartas 11. pantā un ECTK 10. pantā ir noteikta kā neaizstājams pārdomātu lēmumu pieņemšanu sekmējošs faktors brīvā un demokrātiskā sabiedrībā. Vārda brīvība attiecas arī uz drukātajiem, apraides un tiešsaistes plašsaziņas līdzekļiem un ietver uzskatu brīvību un tiesības saņemt un izplatīt informāciju un idejas “bez iejaukšanās no publisko institūciju puses un neatkarīgi no valstu robežām”, kā arī plašsaziņas līdzekļu brīvības un plašsaziņas līdzekļu plurālisma neatņemamās izrietošās vērtības.

[5]. Paziņojuma 2.1. punkts.

[6]. Paziņojuma 1. punkts.

[7]. Skatīt, piemēram, paziņojuma 3.1.1. punktu, kurā Komisija ir noteikusi, ka visos pasākumos, ko veic dezinformācijas novēršanas nolūkā, “būtu stingri jāievēro vārda brīvība un jāietver aizsardzības pasākumi, kas nepieļauj to ļaunprātīgu izmantošanu, piemēram, kritizējošas runas, satīras, atšķirīgu viedokļu vai šokējošas runas cenzūru. Turklāt stingri jāievēro Komisijas apņemšanās par atvērtu, drošu un uzticamu internetu”.

[8]. Paziņojuma 3.1.1. punkts.

[9]. Paziņojums “Vēršanās pret dezinformāciju tiešsaistē: Eiropas pieeja”,
http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=51804.

^[10] Piemēram, Starptautiskās Tirdzniecības palātas (ICC) Reklāmas un tirgvedības komunikācijas kodekss (<https://cdn.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2011/08/ICC-Consolidated-Code-of-Advertising-and-Marketing-2011-English.pdf>) vai reklāmas rīcības kodeksi, ko ir ieviesušas pašregulējošās organizācijas valstu līmenī.

^[11] Paziņojuma 3.1.1. punkts.

^[12] ECTK 8. pants, "Tiesības uz privātās un ģimenes dzīves neaizskaramību".

^[13] ECTK 10. pants, "Izteiksmes brīvība".

^[14] Augsta līmeņa ekspertu grupas ziņojums.