

Evropský kodex zásad boje proti šíření dezinformací

PREAMBULE

V souvislosti se sdělením Evropské komise „Boj proti dezinformacím na internetu: evropský přístup“^[1] (dále jen „sdělení“), zprávou skupiny odborníků na vysoké úrovni^[2], závěry Rady ze dne 28. června 2018^[3] a různými významnými iniciativami, které vznikají po celé Evropě^[4] a které si kladou za cíl řešit problémy spojené s šířením dezinformací, uznávají společnosti a sdružení uvedené v příloze 1 („signatáři“) tohoto kodexu zásad (dále jen „kodex“), že mají určitou úlohu, díky níž mohou přispět k řešení problémů spojených s dezinformacemi.

Pro účely tohoto kodexu definuje Komise, stejně jako skupina odborníků na vysoké úrovni ve své zprávě „dezinformaci“ v souladu s ustanovením uvedeným ve sdělení Komise jako takovou „prokazatelně falešnou nebo zavádějící“ informaci, která splňuje všechny níže uvedené podmínky:

- (a) „vzniká, prezentuje se a šíří za účelem ekonomického prospěchu nebo úmyslného podvádění veřejnosti“ a
- (b) „může působit veřejné škody“ a je míněna jako „ohrožení demokratických politických a rozhodovacích procesů a veřejných statků, jako např. ochrany zdraví občanů EU, životního prostředí nebo bezpečnosti“.^[5]

Pojem „dezinformace“ nezahrnuje klamavou reklamu, chyby ve zpravodajství, satiru a parodii ani předpojaté zprávy a komentáře, které se jako vyhraněné jasně identifikují, a nijak se nedotýká závazných právních povinností, samoregulačních kodexů chování a norem týkajících se klamavé reklamy.

Signatáři uznávají a přijímají závěr Komise, že „skutečnost, že občané jsou vystavováni rozsáhlým dezinformacím, včetně zavádějících nebo vyloženě lživých informací, je pro Evropu velkou výzvou. Naše otevřené demokratické společnosti jsou závislé na veřejné debatě, která umožňuje dobře informovaným občanům vyjadřovat jejich vůli v rámci svobodných a spravedlivých politických postupů“.^[6]

Jak Komise opakovaně zdůrazňuje ve svém sdělení,^[7] signatáři dbají základního práva na svobodu projevu a otevřený internet, jakož i citlivé rovnováhy, o niž musí každá snaha omezovat šíření a dopad jinak zákonného obsahu usilovat.

Je zřejmé, že šíření dezinformací má mnoho rovin a že v rámci daného ekosystému existuje velmi široké spektrum aktérů, kteří šíření dezinformací usnadňují a zároveň jsou vystaveni jeho dopadům, a svou roli v boji proti šíření dezinformací proto mohou sehrát všechny zúčastněné strany.

V tomto duchu vypracovali signatáři návrh tohoto kodexu a jeho příloh, které jsou jeho nedílnou součástí, a tímto se zavazují, že budou dodržovat závazky uvedené u svého jména. Vzhledem k rozsahu závazků uvedených v kodexu a k různorodosti zúčastněných stran se signatáři svým podpisem zavazují plnit pouze závazky, které odpovídají jimi nabízenému produktu nebo službě, jejich úloze v hodnotovém řetězci, jejich technickým možnostem a jejich režimům odpovědnosti

stanoveným právními předpisy EU, které se mohou lišit podle toho, jakou roli hrají při vytváření a šíření předmětného obsahu. V kodexu se proto užívá výrazu „příslušný signatář“, kterým se označuje jednotlivý signatář, jenž přijal určité závazky uvedené v příloze 1. Neznamená to, že by všichni signatáři kodexu byli povinni přijmout všechny závazky. V příloze 2 jsou uvedeny stávající osvědčené postupy. Signatáři souhlasí s tím, že příloha může být pravidelně pozměňována s ohledem na vývoj trhu a techniky i vývoj v dalších oblastech.

Signatáři jsou srozuměni s tím, že kodex umožňuje přistupovat k naplňování smyslu ustanovení v něm uvedených různým způsobem, protože je nutné zohlednit různorodost činností jednotlivých signatářů a různost jejich účelů, technologií a příjemců.

Signatáři uznávají, že obchodní sdružení, která tento kodex podepsala, nepřijímají závazky jménem svých členů. Tato sdružení se však zavazují k tomu, že své členy budou o tomto kodexu plně informovat a budou je vybízet k tomu, aby se ke kodexu připojili nebo se případně alespoň řídili jeho zásadami.

Signatáři mohou tento kodex používat pouze v oblasti služeb poskytovaných ve státech, které jsou smluvními stranami Evropského hospodářského prostoru.

Signatáři, včetně signatářských sdružení, se zavazují, že opatření stanovená tímto kodexem budou provádět způsobem, který zajistí plné dodržování právních předpisů EU a členských států v oblasti hospodářské soutěže. Signatáři si například nesmějí sdělovat či vyměňovat žádné komerčně citlivé informace a vzájemně o nich jednat. Mezi tyto neveřejné informace patří: ceny; marketingové a reklamní strategie; náklady a výnosy; obchodní podmínky a ujednání s třetími stranami (včetně nákupních strategií); dodací podmínky; obchodní programy nebo distribuční strategie.

Kodex se použije v rámci stávajících právních předpisů EU a jejich členských států a nesmí být v žádném případě chápán jako náhrada nebo jako výklad stávajícího právního rámce, který tvoří zejména (nikoli však výlučně):

- Listina základních práv EU,
- Evropská úmluva o lidských právech,
- směrnice 2000/31/ES, zvláště pak její články 12 až 15, které jsou použitelné na všechny závazky vyplývající z tohoto kodexu nebo na jeho základě přijaté pro prostý přenos, poskytovatele vyrovnávací paměti nebo poskytovatele hostingu, jako jsou poskytovatelé sítí, vyhledávače, prohlížeče, internetové platformy pro blogování, internetová fóra, platformy pro sdílení videa, sociální média atd.,
- nařízení (EU) 2016/679 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů,
- směrnice 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu,
- směrnice 2006/114/ES o klamavé a srovnávací reklamě,

- judikatura ESD a Evropského soudu pro lidská práva týkající se přiměřenosti opatření, jejichž účelem je omezovat přístup ke škodlivému obsahu a šíření takového obsahu.

I. ÚČELY

Účelem tohoto kodexu je určit opatření, která by signatáři mohli zavést za účelem řešení problémů souvisejících s „dezinformacemi“.

V souladu se sdělením Komise signatáři kodexu uznávají, že je důležité:

- (i) zavést pojistky proti dezinformacím;
- (ii) zlepšit kontrolu zveřejňované reklamy, zejména s cílem snížit příjmy pro šířitele dezinformací;
- (iii) zajistit transparentnost politické a tematické reklamy zaměřené na aktuální problémy mj. proto, aby uživatelé měli možnost pochopit, proč se stali cílem dané reklamy;
- (iv) zavést a prosazovat přiměřená politická opatření zaměřená proti zkreslování skutečnosti;
- (v) zintenzivnit a demonstrovat účinnost snah zaměřených na rušení falešných účtů a zavést systém jasného značení a pravidel pro fungování botů a zajistit, že si jejich aktivity nebude možné splést s činností lidí;
- (vi) zintenzivnit a sdělovat účinnost snah zaměřených na zajištění integrity služeb v souvislosti s účty, jejichž účelem a cílem je šíření dezinformací, a to v souladu se specifickými podmínkami, které na základě svého posouzení stanovil příslušný signatář, a ve shodě s článkem 8 Evropské úmluvy o lidských právech, základním právem na anonymitu a pseudonymitu a zásadou přiměřenosti;
- (vii) ve shodě s článkem 10 Evropské úmluvy o lidských právech a zásadou svobody názoru investovat do technologických prostředků, které umožní upřednostňovat ve vyhledávacích a v informačních nebo jiných distribučních kanálech s automatickým řazením informací relevantní, pravdivé, přesné a případně též úřední informace. Signatáři by však neměli být v žádném případě nuceni státními orgány k tomu, aby mazali nebo zneprístupňovali jinak zákonný obsah či zprávy, a neměli by tak činit ani na základě dobrovolně přijatých pravidel pouze z toho důvodu, že jsou považovány za „nepravdivé“;
- (viii) zajistit transparentnost, která uživatelům umožní pochopit, proč se stali cílem dané politické či tematické reklamy zaměřené na aktuální problémy, a to i s pomocí indikátorů věrohodnosti zdrojů obsahu, majitelů médií či ověřování identity;
- (ix) snížit viditelnost dezinformací zlepšením dohledatelnosti věrohodného obsahu;
- (x) zvážit posílení uživatelů tím, že budou mít k dispozici nástroje, které jim umožní interaktivní používání internetu podle vlastních představ tak, aby mohli objevovat obsah a mít přístup k různým zdrojům zpráv reprezentujícím alternativní názory,

- a snadno přístupné nástroje, které jim umožní hlásit případy dezinformací;
- (xi) přijmout vhodná opatření, která v souladu se zásadami ochrany soukromí umožní přístup k údajům za účelem ověřování faktů a výzkumné činnosti, a budovat spolupráci spočívající v poskytování příslušných údajů o fungování jejich služeb, včetně údajů poskytovaných pro účely nezávislých analýz v rámci akademického výzkumu a obecných informací o algoritmech.

Tímto kodexem nejsou dotčeny žádné jiné iniciativy zaměřené na boj proti dezinformacím na platformách.

Signatáři se na tomto kodexu dohodli v dobré víře a na základě poctivého a upřímného vyjádření svých vlastních záměrů. V zájmu usnadnění důkladnějšího pochopení kodexu jsou závazky uvedené v následujícím bodě nejen vyjmenovány, ale u každé skupiny závazků rozdělených do pěti oblastí, kterými se kodex zabývá, jsou objasněny i jejich jednotlivé účely a rámcové souvislosti.

II. ZÁVAZKY

II.A. Kontrola umísťování reklamy

Vzhledem k těmto důvodům:

- Signatáři souhlasí s cílem uvedeným ve sdělení a u vědomí toho, že komerční hledisko je pouze jednou z mnoha rovin problému dezinformací, uznávají, že je třeba „významně zlepšit kontrolu zveřejňované reklamy, zejména s cílem snížit příjmy pro šířitele dezinformací“.^[8]
- Příslušní signatáři budou s vynaložením úsilí, které je z komerčního hlediska přiměřené, zavádět potřebná opatření a postupy; nebudou přijímat odměnu z účtů a webových stránek, které soustavně zkreslují informace o sobě samých, a nebudou jim poskytovat ani žádnou jinou podporu.
- Signatáři uznávají, že všechny strany, které se zabývají nákupem a prodejem reklamy na internetu a poskytováním služeb s reklamou souvisejících, musejí usilovat o zvyšování transparentnosti celého ekosystému internetové reklamy, aby bylo možné účinně kontrolovat, řídit a omezovat umísťování reklamy na účtech a webových stránkách patřících šířitelům dezinformací.
- Nemá-li docházet k nežádoucímu umísťování reklamy na dezinformačních webových stránkách, je nutné stále zdokonalovat již nyní široce využívané nástroje pro ochranu značky, které umožní této výzvě i nadále čelit, a to s ohledem na povahu tohoto obsahu.^[9]
- Signatáři uznávají, že ukazatele důvěryhodnosti a informace od organizací zabývajících se ověřováním faktů a nové nezávislé síť ověřovatelů faktů, jejíž vznik usnadnila Evropská komise, mohou být zdrojem dalších údajů o šířitelích dezinformací.

Signatáři tohoto kodexu chování se proto zavazují k následujícím opatřením:

1. Příslušní signatáři se zavazují, že zavedou opatření a postupy, jež odstraní reklamní a peněžité pobídky vedoucí k příslušnému chování, jakým je například zkreslování důležitých informací o sobě samém nebo o účelu své činnosti. Jako příklad takových opatření a postupů lze uvést omezení reklamních služeb nebo omezení placených umístění a lze je případně uskutečňovat v partnerství s organizacemi zabývajících se ověřováním faktů. Tyto zásady a postupy mohou podle potřeby:
 - (a) propagovat nebo využívat nástroje pro ochranu značky a ověřování;
 - (b) umožňovat účast třetích stran nabízejících ověřovací služby;
 - (c) umožňovat inzerentům posuzovat mediální nákupní strategie a rizika ztráty dobré pověsti na internetu nebo jim v tomto ohledu pomáhat;
 - (d) poskytovat inzerentům nezbytný přístup ke klientským účtům, aby měli možnost sledovat umístění reklam a rozhodovat o tom, kde mají být umístěny.

II.B. Politická reklama a tematická reklama zaměřená na aktuální problémy

Vzhledem k těmto důvodům:

- Signatáři berou na vědomí výzvu obsaženou ve sdělení, že je třeba uznat důležitost zajištění transparentnosti v oblasti politické a tematické reklamy zaměřené na aktuální problémy.
- Tato transparentnost by měla být zajištěna i kvůli tomu, aby uživatelé měli možnost porozumět tomu, proč se stali cílem dané reklamy.
- Signatáři uznávají, že přístupy k tematické reklamě zaměřené na aktuální problémy by měly zohledňovat situaci na evropském trhu s politickou reklamou a tematickou reklamou zaměřenou na aktuální problémy, a berou na vědomí doporučení Evropské komise o sítích pro volební spolupráci, transparentnosti on-line, ochraně před kybernetickými bezpečnostními incidenty a boji proti dezinformačním kampaním v souvislosti s volbami do Evropského parlamentu.

Signatáři tohoto kodexu chování se proto zavazují k následujícím opatřením:

2. Signatáři se zavazují dodržovat požadavek stanovený v právu EU i v zákonech členských států a uvedený v samoregulačních kodexech^[10], že všechny reklamy by měly být bez ohledu na svou formu a bez ohledu na použité médium jasně odlišitelné od redakčního obsahu, včetně zpráv. Pokud se reklama objeví v médiu obsahujícím zprávy nebo redakční obsah, měla by být prezentována tak, aby byla snadno rozpoznatelná jako placená komunikace, nebo by měla být jako taková označena.
3. Příslušní signatáři se zavazují, že umožní zpřístupnění informací o politické reklamě (vymezené jako inzerce ve prospěch nebo v neprospěch zvolení určitého kandidáta nebo určitého hlasování v referendu v rámci vnitrostátních a evropských voleb), které by mohly zahrnovat informace o skutečné totožnosti sponzora a vynaložené finanční částce.
4. Příslušní signatáři se zavazují, že vynaloží přiměřené úsilí, aby vypracovali koncepci přístupu ke zveřejňování informací o „tematické reklamě zaměřené na aktuální problémy“. V rámci tohoto úsilí by měla vzniknout pracovní definice „tematické reklamy zaměřené na aktuální problémy“, která nebude omezovat poskytování informací o politické diskusi a veřejné projevy politického názoru a která nebude zahrnovat komerční

reklamu. Vzhledem k důsledkům souvisejícím se svobodou projevu signatáři usilují o zapojení odborných subjektů, jejichž úkolem by mělo být nalezení postupů, které umožní dosáhnout transparentnosti, ale zároveň i zaručit dodržování základních práv. Uvedená definice musí být formulována tak, aby nezasahovala do oblastí působnosti samoregulačních reklamních organizací.

II.C. Integrita služeb

Vzhledem k těmto důvodům:

- V souladu se sdělením Evropské komise signatáři uznávají, že je důležité „zintenzivnit a demonstrovat účinnost snah zaměřených na rušení falešných účtů“ a „zavést systém jasného značení a pravidel pro fungování botů a zajistit, že jejich aktivity si nelze splést s činností lidí“.^[11]
- Příslušní signatáři uznávají, že je důležité zajistit, aby internetové služby obsahovaly a podporovaly pojistky proti dezinformacím.
- Příslušní signatáři zdůrazňují, že přijímají trvalý závazek, že před spuštěním nových služeb zváží možnosti zavádění a prosazování pojistek proti zkruslování.
- Příslušní signatáři zváží také možnosti revize stávajících služeb, která by jim podobně jako pro nové služby umožnila takové pojistky zavést v co největší míře.
- Příslušní signatáři by měli zvýšit a demonstrovat účinnost snah o integritu služeb v souvislosti s účty, jejichž účelem a cílem je šíření dezinformací, a to v souladu se specifickými podmínkami, které na základě svého posouzení stanovil příslušný signatář.
- V souladu s článkem 8 Evropské úmluvy o lidských právech^[12] nesmí být signatářům zakázáno, aby umožňovali používání anonymních nebo pseudonymních účtů a služeb.

Signatáři tohoto kodexu chování se proto zavazují k následujícím opatřením:

5. Příslušní signatáři se zavazují, že zavedou jasná pravidla týkající se totožnosti a zneužívání automatizovaných botů v oblasti jejich služeb a že tato pravidla budou v rámci EU prosazovat. Tato pravidla by mohla zahrnovat některá opatření uvedená v příloze 2 tohoto kodexu.
6. Příslušní signatáři se zavazují zavést pravidla, která stanoví, co představuje nepřípustné používání automatizovaných systémů, a zajistit, aby tato pravidla byla veřejně dostupná na platformě a přístupná uživatelům v EU.

II.D. Posílení spotřebitelů

Vzhledem k těmto důvodům:

- V souladu s článkem 10 Evropské úmluvy o lidských právech^[13] a se zásadou svobody názoru by signatáři neměli být nuceni státními orgány k tomu, aby mazali nebo zneprístupňovali jinak zákonný obsah či zprávy a neměli by tak činit ani na základě dobrovolně přijatých pravidel pouze z toho důvodu, že jsou považovány za „nepravdivé“.

- Signatáři tohoto kodexu uznávají, že je třeba snížit viditelnost dezinformací zlepšením dohledatelnosti věrohodného obsahu, a jsou toho názoru, že uživatelé by měli být posíleni tím, že budou mít k dispozici nástroje, které jim umožní interaktivní používání internetu podle vlastních představ tak, aby mohli objevovat obsah a mít přístup k různým zdrojům zpráv reprezentujícím alternativní názory, a že by měli mít k dispozici snadno přístupné nástroje, které jim umožní hlásit dezinformace, jak je uvedeno ve sdělení.
- Příslušní signatáři by měli investovat do technologických prostředků, které umožní upřednostňovat ve vyhledávacích a v informačních nebo jiných distribučních kanálech s automatickým řazením informací relevantní, ověřené a případně též úřední informace.
- Signatáři tohoto kodexu uznávají, že transparentnost by měla být zajištěna i kvůli tomu, aby uživatelé měli možnost porozumět tomu, proč se stali cílem dané politické reklamy nebo tematické reklamy zaměřené na aktuální problémy.
- Tato transparentnost by měla odrážet význam požadavku, aby uživatelé měli možnost posuzovat obsah pomocí indikátorů věrohodnosti zdrojů obsahu, majitelů médií a ověřování identity. Tyto ukazatele by měly být založeny na objektivních kritériích a měly by je v souladu se zásadami a postupy novinářské práce podporovat novinářské asociace.
- Signatáři oceňují probíhající legislativní práci na vytvoření norem pro transparentnost hlavních parametrů řazení zpráv, které jsou součástí návrhu nařízení o vztazích mezi platformami a podniky, práci odborné skupiny EU pro umělou inteligenci, jakož i spotřebitelské *acquis* EU.

Signatáři tohoto kodexu chování se proto zavazují k následujícím opatřením:

7. Příslušní signatáři se zavazují, že budou investovat do produktů, technologií a programů, jako jsou například produkty, technologie a programy uvedené v příloze 2, které lidem pomohou činit informovaná rozhodnutí, když na internetu narazí na zprávy, které mohou být nepravdivé, a že v rámci toho budou podporovat také vytváření a zavádění účinných ukazatelů věrohodnosti ve spolupráci se zpravodajským ekosystémem.
8. Příslušní signatáři se zavazují, že budou investovat do technologických prostředků, které umožní upřednostňovat ve vyhledávacích a v informačních nebo jiných distribučních kanálech s automatickým řazením informací relevantní, pravdivé a případně též úřední informace.
9. Příslušní signatáři se zavazují, že budou investovat do funkcí a nástrojů, které lidem usnadní nahlížet více různých pohledů na otázky veřejného zájmu.
10. Signatáři se zavazují k partnerské spolupráci s občanskou společností, orgány státní správy, vzdělávacími institucemi a dalšími zúčastněnými stranami s cílem podporovat úsilí zaměřené na rozvoj kritického myšlení a mediální gramotnost v digitálním prostředí.
11. Signatáři se zavazují, že budou podporovat tržní uplatnění nástrojů, které pomáhají spotřebitelům pochopit, proč se právě jim zobrazují určité reklamy.

II.E. Posílení vědecké obce

Vzhledem k těmto důvodům:

- V souladu se zprávou odborné skupiny na vysoké úrovni (HLEG) a sdělením signatáři tohoto kodexu uznávají, že je třeba přijmout „nezbytná opatření, která v souladu se zásadami ochrany soukromí umožní přístup k údajům za účelem ověřování faktů a výzkumné činnosti“ a „budovat spolupráci spočívající v poskytování příslušných údajů o fungování jejich služeb, včetně údajů poskytovaných pro účely nezávislých analýz v rámci akademického výzkumu a obecných informací o algoritmech.“^[14]

Signatáři tohoto kodexu chování se proto zavazují k následujícím opatřením:

12. Příslušní signatáři se zavazují, že budou podporovat nezávislé snahy zaměřené v dobré víře na sledování dezinformací a porozumění jejich dopadům, včetně nezávislé sítě ověřovatelů faktů, jejíž vznik usnadnila Evropská komise. Součástí toho bude sdílení souborů údajů podléhajících pravidlům pro ochranu soukromí, provádění společného výzkumu a v případech, kdy je to vhodné a možné, rovněž navazování dalších forem partnerství s akademií a organizacemi občanské společnosti.
13. Příslušní signatáři se zavazují, že na svých platformách nebudou zakazovat výzkum prováděný v dobré víře v oblasti dezinformací a politické reklamy ani od takového výzkumu nebudou odrazovat.
14. Příslušní signatáři se zavazují, že budou podporovat výzkum v oblasti dezinformací a politické reklamy.
15. Příslušní signatáři se zavazují, že každoročně uspořádají akci na podporu diskusí v rámci akademické obce, komunity ověřovatelů faktů a členů hodnotového řetězce.

III. MĚŘENÍ A SLEDOVÁNÍ ÚČINNOSTI KODEXU

Na příslušné signatáře se vztahuje následující soubor klíčových ukazatelů výkonnosti vztahujících se k plnění jejich závazků.

16. Příslušní signatáři se zavazují, že vypracují výroční zprávu o své práci v oblasti boje proti dezinformacím, která bude mít podobu veřejně dostupné zprávy, umožňující přezkoumání třetí stranou. Zpráva může obsahovat podrobné informace o všech opatřeních, která signatáři přijali, a pokroku, jehož dosáhli, v rámci zvyšování transparentnosti v oblasti dezinformací, například:
 - a. v souladu s výše uvedeným závazkem č. 1 pravidla a opatření zaměřená na jejich prosazování v oblasti omezování možností peněžitých zisků pro šířitele dezinformací;
 - b. v souladu se závazky uvedenými výše v bodě II.B. opatření, která spotřebitelům umožní snadněji rozpoznat, že se v daném případě jedná o politickou reklamu;
 - c. v souladu se závazky uvedenými výše v bodě II.C. opatření, která umožní integrovat a zavádět pravidla týkající se integrity jejich služeb v souvislosti s dezinformacemi;
 - d. v souladu se závazky uvedenými výše v bodě II.D. opatření, která posilují postavení spotřebitelů tím, že jim nabízejí určité produkty, nástroje, technologie a programy;

- e. v souladu se závazky uvedenými výše v bodě II.D. „měření informovanosti/obav spotřebitelů ohledně dezinformací“;
 - f. v souladu s výše uvedeným závazkem č. 9 poskytnutí nástrojů, které lidem umožní nahlížet různé pohledy na otázky veřejného zájmu;
 - g. v souladu se závazkem uvedeným výše v bodě II.E. opatření, která mají zlepšovat schopnost výzkumných pracovníků a skupin občanské společnosti sledovat rozsah a míru politické reklamy;
 - h. v souladu s výše uvedeným závazkem č. 10 podporu obecného vzdělávání v oblasti kritického myšlení, digitálních médií a digitálních dovedností;
 - i. v souladu se závazky uvedenými výše v bodě II.E. úsilí, které příslušní signatáři v daném roce vyvinuli v oblasti podpory výzkumu prováděného v dobré víře nebo sítě ověřovatelů faktů.
17. V konkrétním případě inzerentů bude Světová federace inzerentů (WFA) vydávat souhrnné zprávy, které budou umožňovat sledování a identifikaci různých činností a opatření týkajících se ochrany značky ze strany majitelů značek.
18. V konkrétním případě reklamních agentur bude Evropská asociace komunikačních agentur (EACA) vydávat souhrnné zprávy, které budou umožňovat sledování a identifikaci různých činností a opatření týkajících se ochrany značky ze strany reklamních agentur a zároveň s tím bude rovněž propagovat příslušné nástroje, spolupráci s třetími stranami nabízejícími ověřovací služby, jakož i metody umožňující posuzovat mediální nákupní strategie a rozhodovat o umístění reklamy s ohledem na související riziko dezinformací šířených na internetu.
19. Sdružení IAB Europe bude vydávat souhrnné zprávy, které budou umožňovat sledování a identifikaci různých činností a opatření týkajících se ochrany značky ze strany jeho členů a sdružení IAB jednotlivých evropských zemí, mezi jejichž členy patří zainteresované subjekty z celého ekosystému internetové reklamy.
20. Signatáři se zavazují, že vyberou organizaci, která bude jako nezaujatá třetí strana přezkoumávat výroční sebehodnotící zprávy předkládané příslušnými signatáři a hodnotit úroveň pokroku dosaženého v rámci plnění jednotlivých závazků, které by zohledňovalo závazky, k jejichž plnění se signatáři svým podpisem zavázali.
21. V souladu se závazkem č. 4 uvedeným v bodě II.B budou příslušní signatáři spolupracovat s Evropskou komisí a dalšími klíčovými zúčastněnými stranami na vytvoření pracovní definice, která bude základem pro uplatňování nejúčinnějších přístupů, jež zajistí transparentnost, ale zároveň i dodržování základních práv, a umožní tak dosáhnout náležitého pokroku při vytváření koncepcí přístupu ke zveřejňování informací o „tematické reklamě zaměřené na aktuální problémy“.

IV. LHŮTA PRO POSOUZENÍ

Po podepsání kodexu zásad bude následovat dvanáctiměsíční lhůta pro posouzení, během níž se signatáři budou pravidelně scházet, aby analyzovali dosažený pokrok, provádění kodexu a jeho fungování.

Na konci lhůty pro posouzení se signatáři sejdou, aby vyhodnotili účinnost kodexu ve vztahu k jednotlivým výše uvedeným závazkům. Projednají otázku, zda má kodex platit i v následujícím období a případně též projednají a navrhnou následná opatření. Ta mohou zahrnovat změny způsobu monitorování úsilí signatářů, pokud jde o dodržování kodexu, a monitorování dopadů kodexu na dezinformace. Výsledky tohoto hodnocení budou shrnuty ve zprávě, která bude obsahovat závěry týkající se vlastních závazků příslušných signatářů a jejich klíčových ukazatelů výkonnosti.

Po uplynutí lhůty pro posouzení se budou konat každoroční setkání signatářů, kde by měl být kodex přezkoumán a v případě potřeby dohodnuty další kroky. Budou-li to signatáři považovat za nutné, mohou se kvůli jednání o fungování kodexu scházet i častěji. Mohou vypracovávat zprávy, v nichž bude souhrnně zhodnoceno fungování a účinnost kodexu.

Signatáři se dohodli, že při posuzování zpráv o fungování kodexu budou spolupracovat s Evropskou komisí. Tato spolupráce může zahrnovat:

- podání patřičných informací, pokud o ně druhá strana požádá,
- vyrozumění Komise o přistoupení nových signatářů nebo naopak o odstoupení některého ze signatářů,
- odpovědi na otázky a poradní doporučení Komise,
- jednání o výše zmíněném posouzení a zprávách během zasedání signatářů a
- pozvání Komise na všechna tato zasedání.

V. SIGNATÁŘI

Tento kodex se vztahuje pouze na jeho signatáře. Další signatáři se k němu mohou kdykoli připojit. Kandidáti musí seznámit stávající signatáře se svými aktivitami a uvést, jakým způsobem chtějí plnit požadavky kodexu.

Signatář může od kodexu nebo od jednotlivých závazků v něm stanovených kdykoli odstoupit, a to tak, že své rozhodnutí oznámí Evropské komisi a ostatním signatářům. Takové odstoupení nebude mít za následek ukončení platnosti kodexu pro ostatní signatáře.

Každý signatář může kdykoli informovat ostatní signatáře o tom, že se domnívá, že některý ze signatářů neplní závazky, které pro něj z kodexu vyplývají, a uvést důvody své domněnky. Signatáři mohou rozhodnout, že záležitost projednají na plenárním zasedání. Poté, co dotčeného signatáře vyslechnou a na základě objektivních důvodů dospějí k závěru, že tento signatář není ochoten dbát závazků, které pro něj z kodexu vyplývají, mohou signatáři po zvážení všech vhodných způsobů řešení takového signatáře vyzvat, aby od kodexu odstoupil. Signatáři o tomto rozhodnutí informují Evropskou komisi.

Signatáři mohou na svých webových stránkách nebo v obchodních či jiných sděleních uvádět, že tento kodex podepsali. Mohou přijmout veškerá přiměřená opatření, aby o existenci kodexu uvědomili své obchodní partnery.

VI. VSTUP V PLATNOST

Tento kodex nabude účinnosti a vstoupí v platnost po uplynutí jednoho měsíce od jeho

podepsání. Veškeré změny tohoto kodexu musí schválit všichni signatáři.

Platnost kodexu není časově omezená, ale její trvání je podmíněno dohodou signatářů přijatou na základě jejich každoročního přezkumu tohoto kodexu.

Podepsáno v Bruselu dne xx září 2018

[¹] <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?qid=1556521637776&uri=CELEX%3A52018DC0236>

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

[³] <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-9-2018-INIT/cs/pdf>

[⁴] Opatření přijatá Evropskou unií, jejími členskými státy a dalšími zúčastněnými stranami by měla omezit výskyt a dopad dezinformací na internetu a musí být v souladu s právním rámcem vymezeným Listinou základních práv Evropské unie a Evropskou úmluvou o lidských právech. Nezbytným předpokladem řádného rozhodování ve svobodných a demokratických společnostech je především svoboda projevu, která je zakotvena v článku 11 Listiny základních práv Evropské unie a v článku 10 Evropské úmluvy o lidských právech. Svoboda projevu platí pro tištěná, televizní, rozhlasová a internetová média a její součástí je právo zastávat názory a přijímat a rozšiřovat informace nebo myšlenky „bez zasahování veřejné moci a bez ohledu na hranice“, jakož i nedílné a s ním spjaté hodnoty svobody sdělovacích prostředků a jejich plurality.

[⁵] Sdělení, bod 2.1.

[⁶] Sdělení, bod 1.

[⁷] Viz např. sdělení odst. 3.1.1, kde Komise prohlašuje, že všechna opatření přijatá za účelem boje proti dezinformacím „musejí přísně respektovat svobodu projevu a zahrnovat pojistky, které zajistí prevenci jejich zneužití, např. cenzurování kritického, satirického, nesouhlasného nebo šokujícího obsahu. Měly by rovněž přísně dodržovat závazek Komise k otevřenému, bezpečnému a spolehlivému internetu“.

[⁸] Sdělení, bod 3.1.1.

[⁹] Sdělení „Boj proti dezinformacím na internetu: evropský přístup“ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?qid=1556521637776&uri=CELEX%3A52018DC0236>

^[10] Jako je Kodex reklamní a marketingové komunikace, který vypracovala Mezinárodní obchodní komora (ICC) (<https://cdn.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2011/08/ICC-Consolidated-Code-of-Advertising-and-Marketing-2011-English.pdf>) nebo kodexy chování v oblasti reklamy, jejichž uplatňováním jsou pověřeny samoregulační organizace na vnitrostátní úrovni.

^[11] Sdělení, bod 3.1.1.

^[12] Článek 8 EÚLP, „Právo na respektování soukromého a rodinného života“.

^[13] Článek 10 EÚLP, „Svoboda projevu“.

^[14] Zpráva odborné skupiny na vysoké úrovni (HLEG).