



Kodex zásad boje proti dezinformacím: Komise vítá závazek, který si on-line platformy daly před evropskými volbami

Brusel 23. dubna 2019

Evropská komise dnes zveřejnila nejnovější zprávy společností Google, Twitter a Facebook o pokroku, kterého tyto společnosti dosáhly v březnu 2019 při plnění svých závazků v boji proti dezinformacím. Tyto tři on-line platformy jsou signatáři [Kodexu zásad boje proti dezinformacím](#) a zavázaly se, že každý měsíc, až do voleb do Evropského parlamentu v květnu 2019, budou podávat zprávu o svých opatřeních.

Místopředseda komise odpovědný za jednotný digitální trh Andrus **Ansip**, komisařka pro spravedlnost, spotřebitele a rovnost žen a mužů Věra **Jourová**, komisař pro bezpečnostní unii Julian **King**, a komisařka pro digitální ekonomiku a společnost Mariya **Gabrielová** uvítali dosažený pokrok a ve společném prohlášení uvedli:

„Oceňujeme úsilí, které platformy Facebook, Google a Twitter vyvinuly, aby zvýšily transparentnost před volbami do Evropského parlamentu. Vítáme také, že tyto tři platformy přijaly další opatření, aby naplnily svůj závazek v rámci kodexu.

Všechny začaly na svých stránkách označovat politickou reklamu. Konkrétním krokem ze strany Facebooku a Twitteru je zveřejnění knihoven s politickou reklamou, přičemž knihovna Googlu je zatím v testovací fázi. Díky nim se politická reklama stane pro veřejnost transparentnější.

Schopnost externích odborníků, ověřovatelů faktů a akademických pracovníků provádět nezávislé hodnocení však zůstává podmíněna dalšími technickými zlepšeními, jakož i sdílením metodologie a datových souborů získaných z falešných účtů. Současně je však politováníhodné, že platformy Google a Twitter ještě nepodalily zprávu o dalším pokroku, pokud jde o transparentnost tematické reklamy, to znamená reklamy zaměřené na aktuální témata, jež jsou předmětem důležitých volebních debat.

Těší nás, že spolupráce v rámci kodexu motivovala platformy Facebook, Google a Twitter, aby přijaly další opatření k zajištění integrity svých služeb a boji proti škodlivým botům a falešným účtům. Vítáme zejména intenzivní spolupráci, která se rozvinula mezi společnostmi Google a organizacemi a sítěmi, jež se zabývají kontrolou správnosti údajů. Všechny tyto platformy dále vyvíjí iniciativy na podporu mediální gramotnosti a poskytují školení pro novináře a osoby, které se účastní organizace volebních kampaní politických stran.

Tato dobrovolná opatření, ke kterým platformy přistoupily, jsou krokem vpřed v oblasti podpory transparentních a inkluzivních voleb a lepší ochrany našich demokratických procesů před manipulací, nicméně ještě je před námi hodně práce. Těšíme se na příští zprávy z dubna, ze kterých bude patrný další pokrok před volbami do Evropského parlamentu.“

Hlavní poznatky vyplývající ze zpráv signatářů kodexu:

- **Google** informoval o konkrétních opatřeních, jež přijal s cílem zlepšit umístování reklamy v EU, a poskytl přehled údajů rozdělených podle členských států. Podal aktualizované informace o své politice v oblasti volební reklamy, kterou začal prosazovat dne 21. března 2019, a oznámil, že v dubnu spustil internetové stránky věnované zprávě o transparentnosti reklamy pro evropské volby a zpřístupnil knihovnu, ve které lze jednotlivé reklamy vyhledávat. Pokud jde o tematickou reklamu, neuvádí společnost Google další pokrok. Podobně jako v poslední zprávě poskytla společnost údaje z celého světa o odstranění značného počtu kanálů YouTube z důvodu porušení její politiky ohledně spamů, klamavých praktik, podvodů a vydávání se za jinou osobu.
- **Facebook** podal zprávu o opatřeních, která přijal proti reklamě, jež porušovala politiky společnosti tím, že obsahovala nekvalitní, rušivý, zavádějící či nepravdivý obsah nebo obcházela její systémy. Společnost poskytla další informace o svém postoji k politické reklamě, který zaujímá i pokud jde o Instagram. Uvedla rovněž, že 28. března 2019 spustila novou celosvětově veřejně přístupnou knihovnu reklam, která obsahuje údaje z Facebooku i Instagramu a zdůraznila skutečnost, že rozšířila přístup k jejímu aplikačnímu programovacímu rozhraní. Facebook informoval o celkovém počtu odstraněných falešných účtů za první čtvrtletí 2019 a stažení osmi sítí původem ze Severní Makedonie, Kosova a Ruska z důvodu koordinovaného neautentického chování. Ve zprávě se neuvádí, zda tyto sítě ovlivnily i uživatele v EU.
- **Twitter** informoval o aktualizaci své politiky týkající se reklam zveřejňovaných v rámci politických kampaní a poskytl podrobnosti o zveřejňování politické reklamy na stránkách svého centra pro

transparentnost reklam (Ad Transparency Centre). Společnost poskytla údaje o opatřeních, které podnikla proti spamu a falešným účtům, avšak neuvedla k nim další podrobnosti či souvislost s činností v EU. Twitter neinformoval o žádných opatřeních zaměřených na zlepšení umístování reklamy či poskytování metrik týkajících se závazků společnosti v této oblasti.

V rámci provádění kodexu se dotyčné platformy dne 16. dubna 2019 setkaly s vnitrostátními regulačními orgány, které jsou součástí skupiny evropských regulačních orgánů pro audiovizuální mediální služby (ERGA), aby projednaly funkčnost svých úložišť politické reklamy.

Další kroky

Dnešní zprávy se týkají opatření, která on-line platformy přijaly v březnu 2019. Díky nim může Komise ověřit, zda budou před evropskými volbami v květnu 2019 zavedeny účinné politiky k zajištění integrity volebního procesu.

Do konce roku 2019 Komise provede komplexní posouzení prvního roku platnosti kodexu. Pokud se ukáže, že výsledky nejsou uspokojivé, může Komise navrhnout další opatření, včetně opatření regulační povahy.

Souvislosti

Cyklus podávání měsíčních zpráv se opírá o kodex a je součástí [akčního plánu proti dezinformacím](#), který Evropská unie přijala v prosinci 2018 za účelem budování kapacit a posílení spolupráce mezi členskými státy a orgány EU, jež by umožnila aktivně bojovat proti nebezpečí plynoucímu z dezinformací.

Signatáři, kteří zprávy podávají, se dobrovolně zavázali dodržovat kodex zásad boje proti dezinformacím v říjnu 2018. [Kodex](#) usiluje o dosažení cílů stanovených ve [sdělení](#), které Komise předložila v dubnu 2018, a signatáři se v něm zavazují:

- snížit příjmy z reklamy účtům a internetovým stránkám, které dezinterpretují informace, a poskytnout inzerentům odpovídající bezpečnostní nástroje a informace o internetových stránkách šířících dezinformace,
- umožnit zveřejnění informací o politické reklamě a usilovat o zveřejnění informací o tematické reklamě,
- vypracovat jasnou a veřejně přístupnou politiku v oblasti identity a internetových botů a přijmout opatření k uzavírání falešných účtů,
- poskytnout občanům informace a nástroje, které jim pomohou přijímat informovaná rozhodnutí, usnadnit přístup k různým pohledům na témata veřejného zájmu a zároveň upřednostňovat spolehlivé zdroje,
- zaručit výzkumným pracovníkům přístup k údajům, který je v souladu s ochranou soukromí, aby bylo možné sledovat a lépe chápat šíření a dopad dezinformací.

Komise před volbami do Evropského parlamentu, které se budou konat v květnu 2019, monitoruje pokrok, jehož platformy dosáhly při plnění závazků, které jsou před volební kampaní nejdůležitější a nejnaléhavější. Jde o závazky týkající se kontroly umístování reklamy, politické a tematické reklamy a integrity služeb.

Kodex jde také ruku v ruce s doporučením obsaženým ve volebním balíčku, který předseda Juncker oznámil v [projevu o stavu Unie](#) v roce 2018 a jehož cílem je zajistit svobodné, spravedlivé a bezpečné volby do Evropského parlamentu. Mezi opatření uvedená v balíčku patří větší transparentnost politické reklamy na internetu a možnost uvalit sankce za nezákonné použití osobních údajů se záměrem ovlivnit výsledky těchto voleb. Členské státy by měly vytvořit síť vnitrostátní volební spolupráce, jejímiž členy budou příslušné orgány (orgány pověřené organizací voleb, kybernetickou bezpečností, ochranou údajů, orgány prosazování práva apod.), a dále by měly zavést kontaktní místo, které se zapojí do sítě pro volební spolupráci na evropské úrovni. První setkání na evropské úrovni proběhlo dne 21. ledna 2019, druhé dne 27. února a třetí dne 4. dubna.

Další informace

- [Zprávy signatářů kodexu z března 2019](#)
- [Prohlášení o zprávách o provádění kodexu za únor 2019](#)
- [Otázky a odpovědi](#)
- [Tisková zpráva: Evropa, která chrání: EU posiluje opatření proti dezinformacím](#)
- [Informativní přehled: Akční plán proti dezinformacím](#)
- [Sdělení Boj proti dezinformacím na internetu: evropský přístup](#)

- [Internetové stránky EU vs Disinfo](#)

STATEMENT/19/2174

Kontaktní osoby:

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

[Inga HOGLUND](#) (+32 2 295 06 98)

Pro veřejnost: služba [Europe Direct](#) , tel [00 800 67 89 10 11](#) nebo [e-mail](#)