



FAKULTA
SOCIÁLNÍCH VĚD
Univerzita Karlova

MUNI
MED Institut
biostatistiky
a analýz



newton media

Kodex praxe EU v oblasti dezinformací

EU Code of Practice on Disinformation.

Neoficiální překlad

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/code-practice-disinformation>

Autor: Mgr. Alžběta Krausová, Ph.D., LL.M.

T A Projekt TL04000176 *AI komunikační platforma potlačující infodemii ve vazbě*
Č R *na novinářskou a mediální etiku* je spolufinancován se státní podporou
Technologické agentury ČR v rámci Programu Éta

Obsah

PREAMBULE	2
I. ÚČELY	3
II. ZÁVAZKY	4
II.A. Kontrola umístování reklam.....	4
II.B. Politická reklama a tematická reklama zaměřená na aktuální problémy	5
II.C. Integrita služeb	5
II.D. Posílení práv spotřebitelů	6
II.E. Posílení výzkumné komunity	7
III. MĚŘENÍ A MONITOROVÁNÍ ÚČINNOSTI KODEXU	7
IV. OBDOBÍ HODNOCENÍ.....	8
V. SIGNATÁŘI	9
VI. VSTUP V PLATNOST	9

PREAMBULE

Ve světle Sdělení Komise „Boj proti dezinformacím na internetu: evropský přístup“^[1] (dále jen „Sdělení“), zprávy Expertní skupiny na vysoké úrovni,^[2] závěrů Rady ze dne 28. června 2018^[3] a různých důležitých iniciativ, které probíhají v Evropě^[4] za účelem řešení výzev spojených s šířením dezinformací, uznávají společnosti a sdružení uvedená v příloze č. 1 („Signatáři“) tohoto Kodexu praxe (dále jen „Kodex“) svou úlohu při přispívání řešení problémů, které dezinformace představují.

Jak je stanoveno ve Sdělení Komise, pro účely tohoto Kodexu definují Komise a Expertní skupina na vysoké úrovni ve své zprávě „dezinformaci“ jako „prokazatelně falešnou nebo zavádějící informaci“, která, kumulativně

- (a) „je vytvářena, prezentována a šířena za účelem ekonomického prospěchu nebo úmyslného podvádění veřejnosti“ a zároveň
- (b) „může způsobit škodu veřejnosti“, čímž je míněno „ohrožení demokratických politických a rozhodovacích procesů a veřejných statků, jako je ochrana zdraví občanů EU, životní prostředí nebo bezpečnost“.^[5]

Koncept dezinformace nezahrnuje klamavou reklamu, chyby ve zpravodajství, satiru a parodii, či předpojaté zprávy a komentáře, které se jako vyhraněné jasně identifikují. Tímto sdělením nejsou dotčena ustanovení platných pravidel upravujících předmětná témata na unijní ani vnitrostátní úrovni, samoregulační kodexy reklamy, ani standardy týkající se klamavé reklamy.

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

Jak Komise ve Sdělení opakovaně uznává,^[7] signatáři dbají na základní právo na svobodu projevu, na otevřený internet a na křehkou rovnováhu, které musí být dosaženo při každém úsilí o omezení šíření a dopadu jinak zákonného obsahu.

Vzhledem k tomu, že šíření dezinformací má mnoho aspektů, má dopad na a je usnadňováno velmi širokým segmentem aktérů v ekosystému, musí všechny zúčastněné strany hrát v boji proti šíření dezinformací svoji roli.

V tomto duchu Signatáři navrhli stávající Kodex a jeho Přílohy, které tvoří nedílnou součást tohoto Kodexu, a zavázali se dodržovat příslušné závazky uvedené vedle svého jména. Vzhledem k šíří závazků uvedených v Kodexu a různorodému okruhu zúčastněných stran se Signatáři přihlásí pouze k závazkům, které odpovídají produktu a/nebo službě, kterou nabízejí, jejich roli v hodnotovém řetězci, jejich technickým schopnostem a pro ně relevantním režimům odpovědnosti stanoveným právními předpisy EU, které se liší v závislosti na úloze, kterou hrají při vytváření a šíření dotčeného obsahu. Kodex proto odkazuje na jednotlivého Signatáře, který přijal určité závazky uvedené v Příloze 1 pomocí výrazu „Příslušný signatář“. To nezavazuje všechny Signatáře Kodexu, aby se přihlásili ke každému závazku. Příloha 2 uvádí stávající osvědčené postupy. Signatáři souhlasí, že Příloha může být pravidelně doplňována s ohledem na tržní, technický a další vývoj.

Signatáři uznávají, že protože různí Signatáři fungují odlišně, s různými účely, technologiemi a publikem, umožňuje Kodex různé přístupy k dosažení účelu ustanovení zde uvedených.

Signatáři uznávají, že obchodní sdružení, která podepsala tento Kodex, neuzavírají závazky jménem svých členů. Tato sdružení se však zavazují plně informovat své členy o tomto Kodexu a vyzývají je, aby se k němu připojili, případně respektovali jeho zásady, pokud je to vhodné.

Uplatňování tohoto Kodexu je omezeno pro každého Signatáře na služby poskytované ve státech, které jsou smluvními stranami Evropského hospodářského prostoru.

Signatáři, včetně signatářských sdružení, se zavazují provést opatření stanovená tímto Kodexem způsobem, který zajistí úplné dodržování právních předpisů EU a vnitrostátních právních předpisů o hospodářské soutěži. Signatáři například nesmí probírat, sdělovat ani vyměňovat žádné citlivé obchodní informace. To zahrnuje neveřejné informace o: cenách, marketingové a reklamní strategii, nákladech a výnosech, obchodních podmínkách se třetími stranami (včetně nákupní strategie), podmínkách dodávek, obchodních programů nebo distribuční strategie.

Kodex se použije v rámci stávajících předpisů EU a jejich členských států a nesmí být v žádném případě chápán tak, že nahrazuje nebo vykládá stávající právní rámec, a to zejména (ale nejen):

- Listinu základních práv Evropské unie
- Evropskou úmluvu o lidských právech
- Směrnici 2000/31/ES zejména s odkazem na články 12 až 15, které se použijí na jakoukoli povinnost podle tohoto Kodexu, která cílí na nebo je předpokládána pro prostý přenos, poskytovatele služeb ukládání do mezipaměti nebo pro poskytovatele hostingu, jakými jsou poskytovatelé sítí, vyhledávačů, prohlížečů, platformy pro online blogování, online fóra, platformy pro sdílení videí, sociální média, atd.
- Nařízení 2016/679 o ochraně fyzických osob v souvislosti se zpracováním osobních údajů a o volném pohybu těchto údajů
- Směrnici 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu
- Směrnici 2006/114/ES o klamavé a srovnávací reklamě
- Judikaturu SDEU a ESLP na proporcionalitu opatření navržených za účelem omezení šíření a přístupu ke škodlivému obsahu.

I. ÚČELY

Účelem tohoto Kodexu je identifikovat postupy, které by Signatáři mohli zavést za účelem řešení problémů souvisejících s „dezinformacemi“.

V souladu se Sdělením Komise Signatáři tohoto Kodexu praxe uznávají význam úsilí o:

- (i) Vytvoření záruk proti dezinformacím,
- (ii) Zlepšení kontroly umístění reklam za účelem snížení výnosů šířitelů dezinformací,
- (iii) Zajištění transparentnosti politické a problémové reklamy, rovněž s cílem umožnit uživatelům pochopit, proč jsou danou reklamou cíleni,
- (iv) Zavedení a podporování vhodných postupů proti zkreslování informací,
- (v) Zintenzivnění a prokázání účinnosti snah o uzavření falešných účtů a vytvoření jasných systémů a pravidel pro označování botů tak, aby jejich aktivity nemohly být zaměňovány s lidskými interakcemi,
- (vi) Zintenzivnění a komunikování informací o účinnosti úsilí zajistit integritu služeb, pokud jde o účty, jejichž účelem a záměrem je šíření dezinformací, a to podle specifik posouzených a stanovených Příslušným signatářem, která jsou v souladu s článkem 8 Evropské úmluvy o lidských právech, základním právem na anonymitu a pseudonymitu a zásadou proporcionality.
- (vii) V souladu s článkem 10 Evropské úmluvy o lidských právech a se zásadou svobody přesvědčení investovat do technologických prostředků tak, aby bylo možné upřednostnit relevantní, autentické a přesné a autoritativní informace tam, kde je to vhodné ve vyhledávání, feedech nebo jiných automaticky řazených distribučních kanálech. Ať je to jakkoli, Signatáři by neměli být nuceni vládami a ani by neměli dobrovolně přijímat zásady, na jejichž základě by aby mazali nebo zabraňovali přístupu k jinak zákonnému obsahu nebo zprávám pouze na základě toho, že jsou považovány za „nepravdivé“.
- (viii) Zajištění transparentnosti s cílem umožnit uživatelům pochopit, proč na ně byla zacílena daná politická reklama nebo reklama zaměřená na určitý problém, a to také prostřednictvím indikátorů důvěryhodnosti zdrojů obsahu, vlastnictví médií a/nebo ověřené identity.
- (ix) Oslabení viditelnosti dezinformací zlepšením dohledatelnosti důvěryhodného obsahu.

- (x) Zvážení možnosti dát uživatelům větší moc poskytnutím nástrojů poskytujících jim přizpůsobenou a interaktivní online zkušenost tak, aby uživatelé mohli snadno objevovat obsah a měli přístup k různým zpravodajským zdrojům představujícím alternativní hlediska, a zároveň jim poskytnout snadno dostupné nástroje pro nahlášení dezinformací.
- (xi) Přijetí přiměřených opatření, aby byl umožněn přístup k údajům v souladu s ochranou soukromí při kontrole faktů a výzkumných činnostech a spolupráce při poskytování příslušných údajů o fungování jejich služeb, včetně údajů pro nezávislé zkoumání akademickými pracovníky a obecných informací o algoritmech.

Tímto Kodexem nejsou dotčeny další iniciativy zaměřené na boj proti dezinformacím na platformách.

Signatáři tohoto Kodexu se na něm dohodli v dobré víře, přičemž vycházeli ze spravedlivého a čestného vyjádření svých záměrů. Kvůli umožnění důkladnějšího porozumění Kodexu jsou závazky uvedené v následujícím odstavci uvedeny vysvětlením podrobných účelů a kontextu souvisejícího s každou skupinou závazků, a to v pěti příslušných oblastech, jimiž se Kodex zabývá.

II. ZÁVAZKY

II.A. Kontrola umístování reklam

S ohledem na to, že:

- Signatáři uznávají cíle uvedené ve Sdělení a mají na paměti, že obchodní aspekt je pouze jedním z mnoha aspektů dezinformací, Signatáři uznávají potřebu „významně zlepšit kontrolu zveřejňované reklamy, zejména s cílem snížit příjmy pro šířitele dezinformací“.^[8]
- Příslušní signatáři vynaloží komerčně přiměřené úsilí k implementaci zásad a procesů tak, aby nepřijímali odměny ani jinak nepropagovali účty a webové stránky, které o sobě neustále zkreslují informace.
- Signatáři uznávají, že všechny strany zapojené do nákupu a prodeje online reklamy a poskytování služeb souvisejících s reklamou musí spolupracovat na zlepšení transparentnosti v celém ekosystému online reklamy a účinně zkoumat, kontrolovat a omezovat umístování reklamy na účty a webové stránky patřící dodavatelům dezinformací.
- Zabránění nesprávnému umístění reklamy na online dezinformačních webech vyžaduje další zdokonalení již široce používaných a zavedených nástrojů pro bezpečnost tak, aby bylo možné úspěšně čelit této výzvě s ohledem na povahu tohoto obsahu.^[9]
- Signatáři uznávají, že ukazatele důvěryhodnosti a informace od organizací pro kontrolu faktů a nová nezávislá síť kontrolorů faktů, při jejímž založení asistovala Evropská komise, mohou poskytnout další datové body ohledně šířitelů dezinformací.

Se Signatáři tohoto Kodexu zavazují k následujícímu:

1. Příslušní signatáři se zavazují uplatňovat zásady a procesy, které naruší reklamní a monetizační pobídky pro příslušné chování, jakým je zkreslování podstatných informací o sobě nebo o účelu vlastního chování. Tyto zásady a procesy mohou zahrnovat například omezení reklamních služeb nebo omezení placeného umístění a mohly by potenciálně probíhat ve spolupráci s organizacemi provádějícími kontrolu faktů. Tyto zásady a procesy mohou případně:
 - (a) Propagovat a/nebo zahrnout využívání nástrojů pro bezpečnost a ověřování značky
 - (b) Umožnit spolupráci s ověřovacími společnostmi třetích stran
 - (c) Pomáhat a/nebo umožnit inzerentům posoudit strategii nákupu médií a rizika reputace online
 - (d) Poskytnout inzerentům nezbytný přístup k účtům specifickým pro klienta, což jim umožní sledovat umístění reklam a rozhodovat o tom, kam se reklamy umístí.

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

S ohledem na to, že:

- Signatáři uznávají výzvu Sdělení přiznat důležitost zajištění transparentnosti politické a tematické reklamy zaměřené na aktuální problémy.
- Tato transparentnost by měla být zajištěna také s ohledem na to umožnit uživatelům pochopit, proč na ně byla daná reklama zaměřena.
- Signatáři uznávají, že vyvinuté přístupy k tematické reklamě by měly odrážet evropský trh politické a tematické reklamy a berou na vědomí doporučení Evropské komise o sítích volební spolupráce, transparentnosti online, ochraně před kybernetickými bezpečnostními incidenty a boji proti dezinformačním kampaním v souvislosti s volbami do Evropského parlamentu.

Se Signatáři tohoto Kodexu zavazují k následujícímu:

2. Signatáři se zavazují, že budou i nadále dodržovat požadavek stanovený právními předpisy EU a vnitrostátními právními předpisy a uvedený v samoregulačních Kodexech,[10] aby všechny reklamy byly jasně odlišitelné od redakčního obsahu, a to včetně noviněk, bez ohledu na jejich formu a použité médium. Pokud se reklama objeví na médiu obsahujícím zprávy nebo redakční materiály, měla by být prezentována takovým způsobem, aby byla snadno rozpoznatelná jako placená komunikace nebo aby byla jako taková označena.
3. Příslušní signatáři se zavazují umožnit zveřejnění politické reklamy (definované jako reklama pro nebo proti zvolení kandidáta nebo schválení referenda v národních a evropských volbách), která by mohla obsahovat skutečnou identitu sponzora a vynaložené částky.
4. Příslušní signatáři se zavazují vynaložit přiměřené úsilí k vytvoření přístupů ke zveřejňování „tematické reklamy“. Toto úsilí bude zahrnovat vypracování pracovní definice „tematické reklamy“, která neomezuje podávání zpráv o politické diskusi a zveřejňování politického názoru a vylučuje komerční reklamu. Vzhledem k důsledkům souvisejícím se svobodou projevu Signatáři podporují spolupráci s odbornými zúčastněnými stranami tak, aby prozkoumali přístupy, jež zaručí transparentnost reklamy a zároveň budou chránit základní lidská práva. Práce na vývoji této definice nesmí být v rozporu s oblastmi, které již pokrývají organizace pro samoregulaci reklamy.

II.C. Integrita služeb

S ohledem na to, že:

- V souladu se Sdělením Evropské komise Signatáři uznávají „důležitost zintenzivnění a demonstrování účinnosti snah zaměřených na rušení falešných účtů“ a zároveň i důležitost zavedení „systémů jasného značení a pravidel pro fungování botů a zajištění, že jejich aktivity si nelze splést s činností lidí.“^[11]
- Příslušní signatáři uznávají důležitost zajištění, že online služby zahrnují a podporují záruky proti Dezinformacím.
- Příslušní signatáři zdůrazňují pokračující závazek, že před spuštěním nových služeb zváží zavedení a podporu záruk proti zkreslování.
- Příslušní signatáři zváží přezkoumání stávajících služeb, aby zajistili, že budou v maximální možné míře implementovány i tyto záruky.

- Příslušní signatáři by měli zintenzivnit a prokázat účinnost úsilí o zajištění integrity služeb, pokud jde o účty, jejichž účelem a záměrem je šíření Dezinformací, jejichž specifika by měla být posouzena a určena Příslušným signatářem.
- V souladu s článkem 8 Evropské úmluvy o ochraně lidských práv^[12] by Signatářům nemělo být zakázáno umožňovat anonymní nebo pseudonymní používání účtů a služeb.

Se Signatáři tohoto Kodexu zavazují k následujícímu:

5. Příslušní signatáři se zavazují zavést jasné politiky týkající se identity a zneužití automatizovaných botů na své služby a prosazovat tyto politiky v rámci EU. Tato opatření by mohla zahrnovat některá z opatření uvedených v příloze 2 tohoto Kodexu.
6. Příslušní signatáři se zavazují zavést politiky týkající se nepřipustného používání automatizovaných systémů a tuto politiku na platformě veřejně publikovat a zpřístupnit uživatelům EU.

II.D. Posílení práv spotřebitelů

S ohledem na to, že:

- V souladu s článkem 10 Evropské úmluvy o ochraně lidských práv^[13] a zásadou svobody přesvědčení by Signatáři neměli být nuceni vládami a ani by neměli dobrovolně přijímat politiky k tomu, aby mazali nebo bránili přístupu k jinak zákonnému obsahu nebo zprávám pouze na základě toho, že jsou považovány za „falešné“.
- Signatáři tohoto Kodexu uznávají důležitost oslabení viditelnosti dezinformací zlepšením naležitelnosti důvěryhodného obsahu a domnívají se, že pozice uživatelů by měla být posílena pomocí nástrojů, které jim umožní interaktivní používání internetu podle vlastních představ tak, aby mohli objevovat obsah a mít přístup k různým zdrojům zpráv prezentujícím alternativní názory a měly by jim být poskytnuty i snadno přístupné nástroje pro hlášení případů Dezinformací, jak je uvedeno ve Sdělení.
- Příslušní signatáři by měli investovat do technologických prostředků, pomocí nichž by bylo možné upřednostňovat relevantní, spolehlivé a věrohodné informace tam, kde je to ve vyhledávání, odběrech nebo jiných automaticky řazených distribučních kanálech vhodné.
- Signatáři tohoto Kodexu uznávají, že by měla být zajištěna transparentnost tak, aby mohli uživatelé pochopit, proč na ně byla zaměřena konkrétní politická nebo tematická reklama.
- Tato transparentnost by měla odrážet význam usnadnění hodnocení obsahu prostřednictvím indikátorů důvěryhodnosti zdrojů obsahu, vlastnictví médií a ověřené identity. Tyto ukazatele by měly být založeny na objektivních kritériích a schváleny asociacemi zpravodajských médií v souladu s novinářskými principy a procesy.
- Signatáři uznávají probíhající legislativní práci na vývoji standardů transparentnosti, pokud jde o hlavní parametry hodnocení obsažené v návrhu Nařízení o podpoře spravedlnosti a transparentnosti pro podnikatelské uživatele online zprostředkovatelských služeb, jakož i práci prováděnou Skupinou odborníků pro umělou inteligenci EU a spotřebitelským *acquis* EU.

Se Signatáři tohoto Kodexu zavazují k následujícímu:

7. Příslušní signatáři se zavazují investovat do produktů, technologií a programů, jako jsou ty, které jsou uvedeny v příloze 2, tak, aby pomohli lidem činit informovaná rozhodnutí, když se setkají s online zprávami, které by mohly být falešné, a to včetně podporování úsilí o vývoj a implementaci účinných indikátorů důvěryhodnosti ve spolupráci se zpravodajským ekosystémem.

8. Příslušní signatáři se zavazují investovat do technologických prostředků, pomocí nichž by bylo možné upřednostňovat relevantní, spolehlivé a věrohodné informace tam, kde je to ve vyhledávání, odběrech nebo jiných automaticky řízených distribučních kanálech vhodné.
9. Příslušní signatáři se zavazují investovat do funkcí a nástrojů, které lidem usnadní vyhledávat různé názory na témata veřejného zájmu.
10. Signatáři se zavazují uzavřít partnerství s občanskou společností, vládami, vzdělávacími institucemi a dalšími zainteresovanými subjekty s cílem podporovat úsilí zaměřené na zlepšení kritického myšlení a mediální gramotnosti.
11. Signatáři se zavazují podpořit tržní zavádění nástrojů, jež pomáhají spotřebitelům pochopit, proč se jim zobrazuje konkrétní reklama.

II.E. Posílení výzkumné komunity

S ohledem na to, že:

- V souladu se zprávou Expertní skupiny na vysoké úrovni a se Sdělením Signatáři tohoto Kodexu uznávají důležitost „přijmout nezbytná opatření k umožnění přístupu k údajům pro účely kontroly faktů a výzkumných činností v souladu s ochranou soukromí“ a „spolupracovat poskytováním příslušných údajů o fungování jejich služeb, včetně údajů pro nezávislé vyšetřování výzkumnými pracovníky a obecných informací o algoritmech.“^[14]

Se Signatáři tohoto Kodexu zavazují k následujícímu:

12. Příslušní signatáři se zavazují podporovat nezávislé úsilí podnikané v dobré víře s cílem vysledovat dezinformace a pochopit jejich dopad, a to včetně nezávislé sítě ověřovatelů faktů, kterou při jejím založení podpořila Evropská komise. Tato podpora bude zahrnovat sdílení souborů údajů chráněných právem na soukromí, provádění společného výzkumu nebo jiné partnerství s výzkumnými pracovníky a organizacemi občanské společnosti tam, kde je to relevantní a možné.
13. Příslušní signatáři se zavazují nezakazovat výzkum dezinformací a politické reklamy prováděný na jejich platformách v dobré víře a ani od něj neodrazovat.
14. Příslušní signatáři se zavazují podporovat výzkum Dezinformací a politické reklamy.
15. Příslušní signatáři se zavazují organizovat každoroční akci na podporu diskuse s akademickou sférou, komunitou věnující se ověřování faktů a členy hodnotového řetězce.

III. MĚŘENÍ A MONITOROVÁNÍ ÚČINNOSTI KODEXU

Na Příslušné signatáře se ve vztahu k jejich příslušným závazkům vztahuje následující sada klíčových ukazatelů výkonnosti.

16. Příslušní signatáři se zavazují, že vypracují roční zprávu o své práci v rámci boje proti Dezinformacím, a to ve formě veřejně dostupné zprávy, kterou bude moci zkontrolovat třetí strana. Zpráva může obsahovat podrobnosti o jakýchkoli přijatých opatřeních a pokroku dosaženém Signatáři při zlepšování transparentnosti ohledně dezinformací, jako jsou například:
 - a. V souladu se Závazkem č. 1 výše, zásady a procesy přijaté za účelem narušení monetizačních pobídek pro poskytovatele dezinformací;
 - b. V souladu se Závazky dle odstavce II.B. výše, opatření přijatá za účelem zlepšení zviditelnění případů politické reklamy pro spotřebitele;
 - c. V souladu se Závazky dle odstavce II.C. výše, opatření přijatá za účelem začlenění a představení politik ve vztahu k integritě vlastních služeb ve vztahu k Dezinformacím;
 - d. V souladu se Závazky dle odstavce II.D. výše, opatření přijatá za účelem posílení práv spotřebitelů pomocí výrobků, nástrojů, technologií a programů;
 - e. V souladu se Závazky dle odstavce II.D. výše, „měření povědomí spotřebitelů o dezinformacích / jejich obav z dezinformací“;
 - f. V souladu se Závazkem č. 9 výše, poskytnutí nástrojů, které lidem usnadní vyhledávat různé názory na témata veřejného zájmu;

- g. V souladu se Závazky dle odstavce II.E. výše, opatření, která zlepší schopnost výzkumných pracovníků a organizací občanské společnosti monitorovat rozsah a míru politických reklam;
 - h. V souladu se Závazkem č. 10 výše, podpora úsilí zaměřeného na zlepšení kritického myšlení lidí a jejich mediální gramotnosti;
 - i. V souladu se Závazky dle odstavce II.E. výše, podpora výzkumu prováděného v dobré víře výzkumnými pracovníky a/nebo sítí ověřovatelů faktů v daném roce Příslušnými signatáři.
17. V konkrétním případě inzerentů poskytne Světová federace inzerentů (*World Federation of Advertisers – WFA*) souhrnné hlášení pro sledování a identifikaci různých aktivit a zásad v oblasti bezpečnosti značky, které vlastníci dané značky používají.
 18. V konkrétním případě reklamních agentur bude Evropská asociace komunikačních agentur (*European Association of Communications Agencies – EACA*) poskytovat souhrnné zprávy za účelem sledování a identifikace různých aktivit a zásad v oblasti bezpečnosti značky uplatňovaných reklamními agenturami, a to včetně propagace příslušných nástrojů, spolupráce s ověřovacími společnostmi třetích stran, jakož i metod pro hodnocení strategií nákupu médií a pro výběr umístění reklam ve vztahu k souvisejícím rizikům online Dezinformací.
 19. IAB Europe bude poskytovat souhrnné zprávy ke sledování a identifikaci různých aktivit a politik v oblasti bezpečnosti značky používaných jejími členy a evropskými národními IAB, které zahrnují zúčastněné strany z celého ekosystému online reklamy.
 20. Signatáři se zavazují vybrat objektivní organizaci třetí strany, aby přezkoumala výroční zprávy o sebehodnocení předložené příslušnými Signatáři a vyhodnotila úroveň pokroku dosaženého v rámci závazků, a to včetně individuálně přijatých závazků.
 21. V souladu se závazkem dle II.B. č. 4 budou Příslušní signatáři spolupracovat s Evropskou komisí a dalšími klíčovými zúčastněnými stranami na snaze vypracovat pracovní definici, která bude informovat o nejučinnějších přístupech k dosažení transparentnosti, ale také k ochraně základních práv tak, aby bylo možné smysluplně pokročit při navrhování přístupů ke zveřejňování „tematické reklamy zaměřené na aktuální problém“.

IV. OBDOBÍ HODNOCENÍ

Po podpisu Kodexu praxe bude následovat období pro jeho hodnocení v délce 12 měsíců, během něhož se budou Signatáři pravidelně scházet, aby analyzovali pokrok, provádění a fungování Kodexu.

Signatáři se sejdou na konci hodnotícího období, aby vyhodnotili účinnost Kodexu v souvislosti s každým z výše uvedených závazků. Budou diskutovat o pokračování Kodexu a případně projednají a navrhnou následná opatření. Tato následná opatření mohou zahrnovat změny v tom, jak budou monitorovány snahy Signatářů podle Kodexu a dopad Kodexu na Dezinformace. Výsledky tohoto hodnocení budou shrnuty ve zprávě, která bude obsahovat závěry o plnění vlastních závazků Příslušnými signatáři a o klíčových ukazatelích výkonnosti.

Po uplynutí hodnotícího období se budou Signatáři každoročně scházet, aby Kodex přezkoumali a v případě potřeby podnikli další kroky. Za účelem diskuzí o fungování Kodexu se mohou se setkávat častěji, budou-li to považovat za nutné. Mohou být i vypracovány zprávy, které zhodnotí fungování a účinnost Kodexu.

Signatáři souhlasí se spoluprací s Evropskou komisí při posuzování zpráv o fungování kodexu. Tato spolupráce může zahrnovat:

- Zpřístupnění příslušných informací, pokud budou vyžádány;
- Informování Komise o podpisu nebo jeho odvolání kterýmkoliv ze Signatářů;
- Odpovědi na otázky a konzultace Komise;
- Projednávání výše uvedeného hodnocení a zpráv na zasedáních Signatářů; a
- Přizvání Komise na všechna taková setkání.

V. SIGNATÁŘI

Tento Kodex se vztahuje pouze na Signatáře. Další signatáři mohou Kodex podepsat kdykoli. Kandidující signatáři musí prezentovat své aktivity stávajícím Signatářům a uvést, jak hodlají dodržovat požadavky Kodexu.

Signatář může od Kodexu nebo od konkrétních závazků v Kodexu kdykoli odstoupit, a to oznámením o tomto odstoupení Evropské komisi a dalším Signatářům. Toto odstoupení nebude mít za následek ukončení Kodexu mezi ostatními Signatáři.

Každý Signatář může kdykoli informovat ostatní Signatáře o tom, že se domnívá, že některý Signatář neplní své závazky podle Kodexu, a o důvodech tohoto přesvědčení. Signatáři se mohou rozhodnout záležitost projednat na plenárním zasedání. Po vyslechnutí dotyčného Signatáře a poté, co z objektivních důvodů dospějí k závěru, že tento Signatář není ochoten dodržovat své závazky vyplývající z Kodexu, mohou Signatáři po prozkoumání všech rozumných možností vyzvat takového Signatáře k odstoupení od Kodexu. Signatáři budou o tomto rozhodnutí informovat Evropskou komisi.

Signatáři mohou na svých webových stránkách nebo v obchodní nebo jiné komunikaci uvést, že Kodex podepsali. Mohou přijmout veškerá přiměřená opatření, aby své obchodní kontakty o existenci Kodexu informovali.

VI. VSTUP V PLATNOST

Tento Kodex nabude účinnosti a vstoupí v platnost jeden měsíc od jeho podpisu.

Jakékoli změny tohoto Kodexu musí být schváleny všemi Signatáři.

Kodex je koncipován na dobu neurčitou a jeho pokračování podléhá souhlasu Signatářů po jejich každoroční revizi Kodexu.

Podepsáno v Bruselu dne xx září 2018

[1] <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A52018DC0236&qid=1610194386053>.

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

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

[4] Opatření přijatá Evropskou unií, jejími členskými státy a dalšími příslušnými zúčastněnými stranami by měla omezit výskyt a dopad online dezinformací a musí být přijata v právním rámci stanoveném Listinou základních práv Evropské unie (LZPEU) a Evropskou úmluvou o lidských právech (EÚLP). Svoboda projevu je zakotvena zejména v článku 11 LZPEU a v článku 10 EÚLP jako nepostradatelný činitel umožňující zdravé rozhodování ve svobodných a demokratických společnostech. Svoboda projevu se vztahuje i na tisk, vysílání a online média a zahrnuje právo zastávat názory a přijímat a šířit informace a myšlenky „bez zásahu orgánů veřejné moci a bez ohledu na hranice“, jakož i nedílné a z uvedeného plynoucí hodnoty svobody a plurality médií.

[5] Sdělení, kap. 2.1.

[6] Sdělení, kap. 1.

[7] Viz např. kap. 3.1.1 Sdělení, v němž Komise uvádí, že veškerá opatření přijatá pro účely boje s dezinformacemi „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, kap. 3.1.1.

[9] Sdělení 'Boj proti dezinformacím na internetu: evropský přístup', <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=CELEX%3A52018DC0236&qid=1610194386053>.

[10] Jako je např. Kodex ICC pro reklamu a marketingovou komunikaci (<https://cdn.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2011/08/ICC-Consolidated-Code-of-Advertising-and-Marketing-2011-English.pdf>) nebo reklamní kodexy prosazované samoregulačními organizacemi na vnitrostátní úrovni.

[11] Sdělení, kap. 3.1.1.

[12] Čl. 8 Evropské úmluvy o ochraně lidských práv, „Právo na respektování soukromého a rodinného života“

[13] Čl. 8 Evropské úmluvy o ochraně lidských práv, „Svoboda projevu“

[14] Zpráva Expertní skupiny na vysoké úrovni