

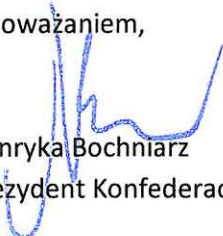
Warszawa, 22 czerwca 2018 r.
KL/227/99/AM/2018

Pan
Marek Zagórski
Minister Cyfryzacji

Szanowni Państwo,

W związku z prowadzonymi przez Ministerstwo Cyfryzacji konsultacjami Komunikatu Komisji Europejskiej: *Zwalczanie dezinformacji w internecie: podejście europejskie* [COM(2018) 236 final], Konfederacja Lewiatan, w załączeniu, przekazuje stanowisko wobec Komunikatu.

Z poważaniem,



Henryka Bochniarz
Prezydent Konfederacji Lewiatan

Do wiadomości:

Pan Karol Okoński - Podsekretarz Stanu, Ministerstwo Cyfryzacji

Załączniki:

1. Wkład Konfederacji Lewiatan do konsultacji Ministerstwa Cyfryzacji dotyczących Komunikatu Komisji Europejskiej: *Zwalczanie dezinformacji w internecie: podejście europejskie* [COM(2018) 236 final].

member of  **BUSINESSEUROPE**



Konfederacja Lewiatan
ul. Zbyszka Cybulskiego 3
00-727 Warszawa

tel. (+48) 22 55 99 900
fax (+48) 22 55 99 910
lewiatan@konfederacjalewiatan.pl
www.konfederacjalewiatan.pl

NIP 5262353400
KRS 0000053779
Sąd Rejonowy dla
m.st. Warszawy w Warszawie
XIII Wydział Gospodarczy KRS





LEWIATAN

Wkład Konfederacji Lewiatan do konsultacji Ministerstwa Cyfryzacji dotyczących Komunikatu Komisji Europejskiej: Zwalczanie dezinformacji w internecie: podejście europejskie [COM(2018) 236 final].

W odpowiedzi na zaproszenie Ministerstwa Cyfryzacji do składania stanowisk i opinii odnoszących się do Komisji Europejskiej: Zwalczanie dezinformacji w internecie: podejście europejskie [COM(2018) 236 final], chcielibyśmy przedstawić następujące stanowisko.

Celem komunikatu jest zwalczanie dezinformacji poprzez zaproponowanie zestawu zasad skierowanych do wszystkich zainteresowanych stron, w celu ich wdrożenia poprzez samoregulację platform mediów społecznościowych we współpracy z dostawcami usług informacyjnych i społeczeństwem obywatelskim. Firma Google podziela cele niniejszego komunikatu. W naszych działaniach od lat podejmujemy konkretne inicjatywy, które służą dokładnie temu celowi.

Popieramy również cel KE, jakim jest osiągnięcie spójnego, europejskiego podejścia do tego problemu. Zwracamy uwagę, iż coraz więcej państw członkowskich podejmuje własne inicjatywy lub opracowuje instrumenty celem zwalczania tzw. fake news. Przykładowo czeski rząd powołał specjalistyczną jednostkę przeciwko rozprzestrzenianiu nieprawdziwych informacji („anti-fake news”), która ma przeciwdziałać domniemanej ingerencji ze strony państwa trzeciego przed wyborami. Kolejnym przykładem, może być niemieckie prawo, które wymaga od platform internetowych usuwania treści, w tym fałszywych wiadomości, gdy zawierają one treści niezgodne z prawem. Warto również podkreślić, że Ministerstwo Cyfryzacji już od dłuższego czasu informuje o trwających pracach nad ustawą dotyczącą ściśle tego właśnie zagadnienia. Skuteczność środków podejmowanych przez poszczególne kraje może być jednak w znacznym stopniu ograniczona i wiązać się z ryzykiem niespójności prawnych i reakcji politycznych poszczególnych państw członkowskich, co może doprowadzić do dalszej fragmentacji rynku cyfrowego. Takie zróżnicowanie ram prawnych w poszczególnych państwach może również negatywnie wpłynąć na rozwój internetowych serwisów informacyjnych w całej UE, na przykład poprzez podniesienie kosztów przestrzegania przepisów przez platformy internetowe w niektórych państwach, co może zmniejszyć szanse wejścia na rynek przez nowe platformy. Z racji występowania kolejnych działań państw członkowskich na szczeblu krajowym do inicjatywy mającej ujednoczyć w przyszłości zasady zwalczania fake news należy odnieść się co do zasady pozytywnie, jeżeli cele te osiągnąć mają być poprzez narzędzie samoregulacji.

Uwagi szczegółowe

1. Definicja i zakres terminu dezinformacja

KE definiuje dezinformację, jako: “możliwe do zweryfikowania nieprawdziwe lub wprowadzające w błąd informacje, tworzone, przedstawiane i rozpowszechniane w celu uzyskania korzyści gospodarczych lub wprowadzenia w błąd opinii publicznej, które mogą wyrządzić szkodę publiczną”. KE, koncentruje się dalej nad mechanizmami rozprzestrzenienia się dezinformacji oraz skupia się tylko na środowisku cyfrowym.

member of  **BUSINESSEUROPE**



Konfederacja Lewiatan
ul. Zbyszka Cybulskiego 3
00-727 Warszawa

tel. (+48) 22 55 99 900
fax (+48) 22 55 99 910
lewiatan@konfederacjalewiatan.pl
www.konfederacjalewiatan.pl

NIP 5262353400
KRS 0000053779
Sąd Rejonowy dla
m.st. Warszawy w Warszawie
XIII Wydział Gospodarczy KRS





LEWIATAN

Mimo, że zgadzamy się z powyższą definicją, to uważamy, że KE niesłusznie ograniczyła fenomen dezinformacji tylko do środowiska cyfrowego. Mimo zauważalnego spadku znaczenia prasy papierowej i wzrostu znaczenia mediów internetowych, nie można zapominać również o tzw. tradycyjnych środkach przekazu. Fake newsy istnieją również i w prasie tradycyjnej. Prasa bulwarowa przez ostatnie dekady specjalizuje się w przekazie obliczonym na rozgłos, epatowaniem krzykliwymi nagłówkami, erotyzmem, czy zwykłymi, często nie mającymi wiele wspólnego z rzeczywistością, plotkami. Można tu zwrócić uwagę na rolę, jaką tabloidy odegrały w kampanii zwolenników Brexitu. To samo dotyczy tradycyjnie pojmowanej telewizji, która również podlega tym samym mechanizmom. W obliczu rosnącej konkurencji stara się przyciągać widzów sensacją i silnie nacechowanym politycznie komentarzem.

Zwracamy również uwagę, iż zaprezentowana w komunikacie perspektywa o niemalże całkowitym upadku tradycyjnych mediów, nie ma pokrycia w rzeczywistości. Faktycznie, następują zmiany konsumpcji mediów, napędzane przez rewolucję technologiczną, które wpływają na przychody poszczególnych sektorów medialnych. Zmieniające się modele finansowania nie prowadzą jednak do wniosku, iż media społecznościowe wypierają tradycyjne media. Badania Uniwersytetu Oksfordzkiego i Reuters wskazują, iż serwisy społecznościowe stają się częścią konsumowanego przez użytkowników media mixu. Dwie trzecie użytkowników mediów społecznościowych w Stanach Zjednoczonych również ogląda wiadomości telewizyjne (67%), a dwie trzecie również odwiedza popularne strony internetowe lub aplikacje (66%). Tylko 2% użytkownika korzysta wyłącznie z mediów społecznościowych, aby otrzymywać wiadomości. Dane te poddają w wątpliwość często cytowane teorie o bańkach filtracyjnych i wskazują, że większość ludzi łączy wiele różnych źródeł i platform dla pozyskania informacji.

Należy również pamiętać, że istnieją znaczące podziały generacyjne w źródłach używanych do pozyskania wiadomości. We wszystkich krajach młodsze grupy częściej wykorzystują media społecznościowe i cyfrowe jako główne źródło informacji, podczas gdy starsze grupy kurczowo trzymają się nawyków, z którymi dorastali (telewizja, radio i druk). 33% respondentów w wieku 18-24 lat twierdzi, że media społecznościowe są ich głównym źródłem informacji, jednakże nie przesądza to wyników dla ogółu społeczeństwa, ani o dokonywanych przez nich demokratycznych wyborach.

2. Forma przyjętego środka

Pozytywnie odnosimy się do formy przyjętego środka, jakim jest komunikat i propozycja samoregulacji. Naszym zdaniem tylko ta droga pozwala na dostosowanie konkretnych rozwiązań do specyfiki danej platformy oraz aktualnej sytuacji rynkowej. Zwracamy uwagę, iż fenomen dezinformacji i jego mechanizmy rozprzestrzeniania różnią się w zależności od typu platform internetowych: inaczej funkcjonują media społecznościowe, gdzie znaczącą rolę mogą odgrywać sugestie osób znanych użytkownikowi niż zobjektywizowane i abstrakcyjne mechanizmy rządzące wynikami wyszukiwania.

member of  BUSINESS EUROPE



Konfederacja Lewiatan
ul. Zbyszka Cybulskiego 3
00-727 Warszawa

tel. (+48) 22 55 99 900
fax (+48) 22 55 99 910
lewiatan@konfederacjalewiatan.pl
www.konfederacjalewiatan.pl

NIP 5262353400
KRS 0000053779
Sąd Rejonowy dla
m.st. Warszawy w Warszawie
XIII Wydział Gospodarczy KRS





LEWIATAN

3. Szczegółowe propozycje działań KE

Powołanie forum wielu zainteresowanych stron poświęconemu dezinformacji w celu opracowania do lipca 2018 r. ogólnounijnego kodeksu postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji.

Popieramy otwartą debatę ze wszystkimi zainteresowanymi stronami nad tematem dezinformacji. Poprzez partnerstwo sektora prywatnego z publicznym możliwe będzie opracowanie nowych narzędzi umożliwiających lepsze informowanie konsumentów oraz zapewnienie im dostępu do rzetelnych informacji.

Zwracamy jednakże uwagę, aby dyskusje te nie stały się pretekstem do regulacji pozycji rynkowej poszczególnych podmiotów sceny medialnej. Uważamy, że istnieją powołane do tego instytucje oraz polityki (organy ochrony konkurencji oraz polityka konkurencji), dlatego ważne jest, aby przyszła dyskusja miała bardzo ukierunkowany cel.

4. Wspieranie edukacji i umiejętności korzystania z mediów

Popieramy zwiększenie umiejętności korzystania z mediów oraz zwiększenie jakości dziennikarstwa. Wskazujemy na szereg inicjatyw podejmowanych przez platformy we współpracy z dziennikarzami prowadzącymi do upowszechniania lepszych standardów rozprzestrzeniania informacji, np. Digital News Initiative, które zaowocowały stworzeniem ponad 350 projektów realizowanych w ostatnich 2 latach.

5. Wzmocnienie weryfikacji faktów, zbiorowej wiedzy i zdolności monitorowania w zakresie dezinformacji

Co do zasady popieramy pomysł utworzenia niezależnej europejskiej sieci podmiotów weryfikujących fakty w celu ustanowienia wspólnych metod pracy, wymiany najlepszych praktyk itd. oraz uruchomienie zabezpieczonej europejskiej platformy internetowej dot. dezinformacji. Zwracamy jednak uwagę, iż w interesie większości platform internetowych nie leży stworzenie przyjaznego środowiska dla szerzenia dezinformacji. Modele biznesowe obowiązujące w Internecie wskazują, że w interesie działających tam przedsiębiorców leży dostarczanie dokładnej i dopasowanej do oczekiwań użytkowników informacji.

Popieramy cel tej inicjatywy, którym jest udzielenie wsparcia niezależnej europejskiej sieci weryfikatorów faktów i naukowców oraz popieramy działania zmierzające do zacieśnienia współpracy z innymi zaufanymi podmiotami sygnalizującymi. Jednak uważamy, iż należy określić kryteria i standardy pozwalające jednoznacznie zweryfikować czy dana organizacja może pełnić funkcję takiego podmiotu zaufania publicznego. Ponadto należy uwzględnić możliwość weryfikacji, czy wskazana treść jest rzeczywiście wiadomością fałszywą, i mechanizmu counter notice.

Negatywnie odnosimy się do celu, którym jest zapewnienie, aby usługi online obejmowały "domyślne mechanizmy zabezpieczające przed dezinformacją, czyli na przykład szczegółowe informacje na temat sposobu działania algorytmów, które sprawiają, że niektóre informacje są wyświetlane w pierwszej kolejności, a także opracowanie metodyki testów". Tak zapisany cel jest bardzo ogólny i nie jesteśmy

member of  **BUSINESSEUROPE**



Konfederacja Lewiatan
ul. Zbyszka Cybulskiego 3
00-727 Warszawa

tel. (+48) 22 55 99 900
fax (+48) 22 55 99 910
lewiatan@konfederacjalewiatan.pl
www.konfederacjalewiatan.pl

NIP 5262353400
KRS 0000053779
Sąd Rejonowy dla
m.st. Warszawy w Warszawie
XIII Wydział Gospodarczy KRS





LEWIATAN

w stanie stwierdzić, co może oznaczać 'metodyka testów', bądź zakres informacji nt. 'sposobu działania algorytmów' Większość tych informacji stanowi tajemnicę przedsiębiorstwa oraz konieczność jej publikacji dla każdego z użytkowników może stanowić znaczne obciążenie szczególnie dla mniejszych platform.

Nie możemy w pełni poprzeć poglądu, iż platformy internetowe powinny zintensyfikować działania dot. identyfikacji oraz usunięcia treści oraz podmiotów rozpowszechniających dezinformację. Działania te w pewnym zakresie są już podejmowane, ale reakcje muszą być proporcjonalne i przede wszystkim dostosowane do rodzaju platformy i charakteru łączących ją z użytkownikami stosunków prawnych. Rozpowszechnianie informacji fałszywych może negatywnie wpłynąć w pewnych przypadkach na renomę przedsiębiorstwa, w związku z czym sensowne jest wprowadzenie procedur umożliwiających sprawne działanie. Każda firma powinna na drodze samoregulacji opracować własne uregulowania umożliwiające niezwłoczne odwołanie się jej użytkownika od decyzji o usunięcia treści/konta. Nie można jednak zapomnieć, że to platforma udostępnia swoją infrastrukturę użytkownikom (jako podmiot nią zarządzający) i w związku z tym powinna mieć możliwość podejmowania ostatecznych decyzji zgodnych z wiążącymi ją regulacjami prawnymi oraz modelem biznesowym i charakterem świadczonych usług. Szczególne problemy w tym zakresie mogą wyniknąć w stosunku do fałszywych informacji nie mogących zostać uznany w świetle obowiązującego prawa za nielegalne. Wobec takich treści nie ma formalnego obowiązku prawnego ich usuwania. W takim wypadku szczególnie ważne będzie odpowiednie określenie podstawy do takiego działania np. w regulaminach bądź kodeksach dobrych praktyk.

Zwracamy również uwagę na problemy techniczne związane z koniecznością proaktywnego usuwania treści nielegalnych: przy obecnej skali tworzenia treści na platformach konieczne jest wykorzystanie zautomatyzowanych mechanizmów, które nie dość, że są bardzo kosztowne w utrzymaniu, to i jeszcze mają własne ograniczenia (nie sprawdzają się w przypadku np. ironii, cytatu). Potwierdzają to analizy poświęcone temu zagadnieniu (<http://www.engine.is/the-limits-of-filtering>). Należy zwrócić uwagę na związane z tym konsekwencje zautomatyzowanego usuwania treści dla praw podstawowych, m.in. wolności wypowiedzi i informacji, prywatności oraz wolności prowadzenia działalności gospodarczej (podmiotów, które w razie ich stosowania zmuszone byłyby do ponoszenia związanych z tym kosztów lub tych, których treści byłyby niesłusznie usunięte). Zastrzeżenia dotyczące tych środków usuwania treści, zwłaszcza rozwiązań filtrujących, były wielokrotnie podnoszone w orzecnictwie TSUE.

6. Dezinformacja a problematyka szpiegów

Analizując projekt chcielibyśmy dodatkowo zwrócić uwagę na konieczność włączenia do szeroko rozumianej polityki walki z tzw. fake news-ami również kwestii opisanych w dokumencie

Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Strengthen Cooperation against Vaccine Preventable Diseases (Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-

member of  BUSINESSEUROPE



Konfederacja Lewiatan
ul. Zbyszka Cybulskiego 3
00-727 Warszawa

tel. (+48) 22 55 99 900
fax (+48) 22 55 99 910
lewiatan@konfederacjalewiatan.pl
www.konfederacjalewiatan.pl

NIP 5262353400
KRS 0000053779
Sąd Rejonowy dla
m.st. Warszawy w Warszawie
XIII Wydział Gospodarczy KRS





LEWIATAN

Spółecznego i Komitetu Regionów w sprawie ściślejszej współpracy w zakresie przeciwdziałania chorobom zwalczanym drogą szczepień) COM (2018)24.

Na gruncie ww. materii obserwujemy bowiem niebezpieczny trend unikania szczepień, który wymaga skorelowanego działania zarówno na poziomie krajowym, jak i międzynarodowym. W naszej ocenie również tutaj istnieje konieczność podjęcia kroków w zakresie przeciwdziałania rozprzestrzeniania się informacji niewiarygodnych, niemających pokrycia w faktach i przeprowadzonych badaniach.

Reasumując, w celu efektywnego działania w obu obszarach podjęte inicjatywy powinny się uzupełniać i stanowić komplementarną całość.

Konfederacja Lewiatan, KL/227/99/AM/2018

member of  **BUSINESSEUROPE**



Konfederacja Lewiatan
ul. Zbyszka Cybulskiego 3
00-727 Warszawa

tel. (+48) 22 55 99 900
fax (+48) 22 55 99 910
lewiatan@konfederacjalewiatan.pl
www.konfederacjalewiatan.pl

NIP 5262353400
KRS 0000053779
Sąd Rejonowy dla
m.st. Warszawy w Warszawie
XIII Wydział Gospodarczy KRS

