

# Dezinformacja w świetle DSA – wywiad z Dorotą Głowacką z Fundacji Panoptikon

16 listopada 2022 roku w życie wszedł unijny Akt o usługach cyfrowych (*Digital Services Act, DSA*), rozporządzenie regulujące działalność wielu podmiotów świadczących usługi w internecie. DSA odnosi się do różnych sfer ich działalności – od reklamy, przez systemy rekomendacji, aż do administrowania nielegalnymi treściami. Istotnym problemem związanym z funkcjonowaniem takich podmiotów jest rozpowszechniana za ich pośrednictwem dezinformacja. O to, w jaki sposób do tego zagadnienia odnoszą się regulacje DSA, zapytaliśmy Dorotę Głowacką z Fundacji Panoptikon.

**Aleksandra Szczęsna: Dlaczego w ogóle taka regulacja jak DSA została przyjęta i o co w niej chodzi?**

**Dorota Głowacka:** Nowe prawo jest próbą odpowiedzi na wyzwania współczesnego rynku cyfrowego, które związane są przede wszystkim z rozkwitem największych platform internetowych i internetu mobilnego. Przepisy, które obecnie regulują ten obszar,

powstały na początku XXI w., czyli w czasach, w których nie istniały jeszcze Facebook, YouTube czy iPhone. Tymczasem dwie dekady później najpopularniejsze serwisy społecznościowe i wyszukiwarki odgrywają bardzo istotną rolę w kształtowaniu naszego obrazu świata, wpływaniu na nasze poglądy i wybory, realizację swobody wypowiedzi i wiele innych praw podstawowych. Ich model biznesowy opiera się na

**NASK-PIB**  
ul. Kolska 12  
01-045 Warszawa

nask@nask.pl  
+48 22 380 82 00  
+48 22 380 82 01

**NIP:** 521 04 17 157  
**Regon:** 010464542  
**KRS:** 0000012938

**BNP Paribas Bank Polska Spółka Akcyjna**  
z siedzibą w Warszawie  
ul. Kasprzaka 2, 01-211 Warszawa  
**Numer konta:**  
28 1750 0009 0000 0000 0094 9997

ciągłej obserwacji i analizie zachowań ludzi korzystających z pozornie darmowych usług. Wszystko po to, by dobrać poszczególne osobom reklamy i inne treści tak, by jak najdłużej zaangażować ich uwagę i wpłynąć na podejmowane decyzje (konsumenckie, życiowe, polityczne).

Za tak ogromnymi możliwościami wpływania na rzeczywistość nie podąża jednak odpowiedzialność. Tymczasem niezależne badania i doniesienia sygnalistów (np. afera Facebook Files) dostarczają coraz więcej dowodów na negatywne konsekwencje sposobu działania cybergigantów dla ochrony prawa do prywatności, zdrowia psychicznego, dostępu do wiarygodnych i jakościowych informacji czy integralności procesów wyborczych. W doniesieniach tych ujawniono m.in., że działalność dużych platform może przyczyniać się do nasilenia dyskryminacji, manipulacji wykorzystującej ludzkie słabości, szerszej dystrybucji nienawistnych, toksycznych treści i dezinformacji czy radykalizacji poglądów oraz pogłębiania polaryzacji społecznej.

Po latach negocjowania „miękkich” rozwiązań samoregulacyjnych z dużymi platformami internetowymi przez instytucje UE, które miały skłonić je do dobrowolnej reakcji na powyższe problemy, zdecydowano w końcu o wprowadzeniu „twardych” regulacji prawnych. Ich nadrzędnym celem jest zwiększenie zakresu odpowiedzialności platform, wzmocnienie pozycji użytkowników korzystających z ich usług, a także zagwarantowanie większej równowagi i warunków uczciwej konkurencji na rynku cyfrowym.

## Jakie kategorie podmiotów objęte są regulacją?

Choć DSA ma być przede wszystkim odpowiedzią na dominację wielkich platform, wprowadza także nowe prawa i obowiązki dla innych usługodawców świadczących tzw. usługi pośrednie w sieci (tzw. „pośredników internetowych”). Nowe przepisy dotyczą długiej listy usługodawców, m.in. portali społecznościowych (np. Facebook, Twitter), platform zakupowych (np. Amazon) i wyszukiwarek (np. Google), ale także nawet najzwyklejszych stron internetowych, jeśli np. zawierają sekcję przeznaczoną na komentarze użytkowników. Nowe prawo nie wpłynie natomiast na działanie platform VOD (np. Netflix, Amazon Prime, Player) ani tych, które wykorzystują model *gig economy* (np. Uber, Glovo).

Jednocześnie wprowadzane obowiązki i ograniczenia będą bardzo zróżnicowane w zależności od rodzaju i wielkości danego podmiotu. DSA zawiera też różne wyłączenia dla najmniejszych przedsiębiorców. Założenie jest proste: im większa skala działalności i im większe zagrożenia dla użytkowników stwarza model biznesowy pośrednika, tym więcej czeka go obciążeń.

Co ważne, DSA ureguluje działanie pośredników internetowych świadczących swoje usługi w UE, bez względu na to, gdzie znajduje się ich główna siedziba.

## DSA było elementem tzw. pakietu dotyczącego usług cyfrowych. Co jeszcze znajdowało się w pakiecie?

Pakiet obejmuje dwa rozporządzenia: poza DSA także Akt o rynkach cyfrowych (Digital

Markets Act – „DMA”). O ile DSA wprowadza prawa i obowiązki dla różnych kategorii dostawców usług pośrednich w sieci, DMA reguluje odpowiedzialność wyłącznie wybranej grupy podmiotów o dominującej pozycji rynkowej, określanych jako „strażnicy dostępu” (*gatekeepers*) i służy przede wszystkim zagwarantowaniu większej równowagi i warunków uczciwej konkurencji na rynku cyfrowym. Na DMA, poza konsumentami, mają skorzystać przede wszystkim np. mniejsze platformy internetowe (również polskie) czy twórcy niezależnych aplikacji.

### **Jakie narzędzia w walce z dezinformacją w internecie, zwłaszcza w mediach społecznościowych, daje DSA i kto będzie mógł z nich skorzystać?**

DSA nie skupia się konkretnie na walce z dezinformacją. Odnosi się przede wszystkim do walki z bezprawnymi treściami w sieci, a jak wiadomo, tylko część dezinformacji, którą możemy oglądać w sieci, mieści się w tej kategorii. Np. różne szkodliwe teorie spiskowe często trudno zakwalifikować jako bezpośrednio naruszające prawo. Tym niemniej, DSA zawiera różne rozwiązania, które mogą wspomóc walkę z dezinformacją, także tą, która teoretycznie nie narusza prawa, ale jest szkodliwa, bo manipuluje, dezorientuje, podkopuje zaufanie do instytucji etc. W szczególności nakazuje wielkim platformom i wyszukiwarkom przeprowadzanie ocen ryzyka, jakie powodują różne mechanizmy ich funkcjonowania (np. algorytmy rekomendujące treści) dla rozpowszechniania wprowadzających w błąd treści – i nakazuje podejmować działania

zmniejszające te ryzyka, pod groźbą poniesienia kary.

DSA zawiera też różne narzędzia, które ułatwią monitorowanie funkcjonowania algorytmów wykorzystywanych do zarządzania treścią i gromadzenie dowodów na ich szkodliwe skutki (np. na to, że premiuje dezinformację kosztem wartościowych informacji). Platformy będą musiały proaktywnie upubliczniać znacznie więcej informacji na ten temat, a dodatkowo badacze, także działający na rzecz np. organizacji społecznych, będą mieli możliwość zażądania dostępu do danych na ten temat.

### **Czy to pierwsze działania Unii w zakresie walki z dezinformacją w internecie?**

Wcześniej działania UE w obszarze dezinformacji obejmowały wyłącznie miękkie, samoregulacyjne środki. Najważniejszym było przyjęcie kodeksu ds. walki z dezinformacją, do którego firmy internetowe mogły dobrowolnie przystąpić. Status tego kodeksu wzmocni się jednak zgodnie z DSA. Stanie się on tzw. kodeksem postępowania, którego przestrzeganie będzie miało wpływ m.in. na ocenę tego, czy wielkie platformy w sposób wystarczający minimalizują wspomniane wyżej ryzyka związane z rozpowszechnianiem dezinformacji. W praktyce może być więc łatwiej rozliczać firmy internetowe z jego przestrzegania.

### **Jak oceniasz DSA pod kątem walki z dezinformacją? Czy Twoim zdaniem regulacja daje realne możliwości na tym polu, czy raczej wprowadzane na jej mocy regulacje nie usprawnią działań pośredników?**

Wydaje mi się, że największe zmiany będziemy mieli szansę zobaczyć na polu walki z dezinformacją, która jednocześnie stanowi bezprawne treści. W tym zakresie liczę, że DSA faktycznie zwiększy skuteczność eliminowania nielegalnych materiałów z platform i ogólnie wymusi większą staranność w moderacji treści. W tym obszarze DSA wprowadza różne konkretne nowe narzędzia, takie jak np. większa przejrzystość procesu moderacji, skuteczniejszy proces odwoławczy dla osób zgłaszających tego typu treści, których zgłoszeń platformy wstępnie nie uwzględniły czy możliwość ubiegania się o status „trusted flagger” przez organizacje fact-checkingowe (obligujący platformy do priorytetowego rozpatrywania zgłoszeń pochodzących od podmiotów mających taki status).

W odniesieniu do walki z dezinformacją, która nie jest bezprawna, zachowuję bardziej ostrożny optymizm. Liczę, że istotnie DSA daje szansę na wprowadzenie różnych zmian o charakterze bardziej systemowym i na zmuszenie platform do wprowadzenia zmian naprawczych, w tym zmiany parametrów ww. algorytmów, jeśli np. okaże się, że istotnie sprzyjają rozpowszechnieniu dezinformacji. Jednak tu bardzo wiele zależy od zupełnie nowych mechanizmów egzekwowania tej regulacji (na ile skutecznie zadziałają w praktyce), a także od podejścia samych cybergigantów (czy podejść poważnie do nowych obowiązków czy będą jedynie pozorować zmiany). Na tę chwilę trudno odpowiedzieć na te pytania. Musimy poczekać na wdrożenie.

## **W jaki sposób organizacje pozarządowe, w tym Panoptykon, uczestniczyły w procesie kształtowania treści DSA?**

Panoptykon i inne organizacje praw cyfrowych z Europy, zrzeszone razem z nami w sieci EDRI (European Digital Rights) albo koalicji People vs. BigTech były od początku zaangażowane w prace nad DSA. Konsultowaliśmy założenia tej reformy zanim jeszcze Komisja Europejska przedstawiła wstępny projekt regulacji. Potem staraliśmy się angażować na kolejnych etapach całej procedury, wskazując kierunki rozwiązań czy nawet próbując przekonać decydentów z Parlamentu Europejskiego czy Rady UE (w naszym przypadku głównie polskiego rządu) do wprowadzenia bardziej progresywnych poprawek dotyczących m.in. działania algorytmów odpowiedzialnych za personalizację treści na największych platformach. Bez tych wysiłków – nie mam wątpliwości – DSA nie dawałoby obywatelom równie silnej ochrony przed nadużyciami wielkich platform. Nie ukrywam jednak, że ostatecznie zostaliśmy z pewnym niedosytem. W pracach nad DSA zabrakło czasem woli politycznej, aby przeforsować bardziej radykalne zmiany, które mogłyby realnie uzdrowić Internet.

## **Czy na treść DSA wpływali też sami dostawcy platform internetowych?**

Oczywiście. Obserwowaliśmy to na każdym etapie prac. Szeregi lobbystów zatrudnionych przez firmy internetowe próbowały jak najbardziej zmiękczyć proponowane przepisy. Znajduje to m.in. odzwierciedlenie w szybko rosnących w ostatnim czasie wydatkach firm technologicznych na lobbying

