

Mikołaj Sokołowski*

WOLNOŚĆ CZY MANIPULACJA I ZYSK? ANALIZA WYBRANYCH PRZYKŁADÓW KONFLIKTÓW AMERYKAŃSKICH KORPORACJI Z KOMISJĄ EUROPEJSKĄ

FREEDOM OR MANIPULATION AND PROFIT?
AN ANALYSIS OF CHOSEN EXAMPLES OF CONFLICTS
OF AMERICAN CORPORATIONS WITH THE EUROPEAN COMMISSION

Abstract: A dangerous contemporary phenomenon related to the key issue of freedom for the democratic world is the danger of its violation in the media sphere by powerful players on the global service market, such as Facebook or Google. Increasingly, it is turning out that the confidential data demanded of by powerful corporations serves them not only to achieve commercial goals, but also to influence political choices. This article analyzes selected examples of conflicts between American corporations with the European Commission, makes an attempt to assess the possibilities of dealing with democratic institutions in stopping the phenomenon dangerous to civil liberties.

Keywords: freedom, manipulation, profit, Facebook, Google, American corporations, European Commission, globalization.

Instytucje Unii Europejskiej [dalej: UE] od czasu wejścia w życie traktatu lizbońskiego w 2009 r. podejmują nieustanne działania w celu zwiększenia wydajności wspólnego rynku oraz wzmocnienia pozycji i konkurencyjności obywateli UE na terenie wspólnoty. Dla Komisji Europejskiej [dalej: KE], jako „strażniczki traktatów”, jednym z najistotniejszych zadań są działania ochronne względem wspólnego rynku oraz polityki konkurencji UE. Kwestia ochrony danych osobowych stanowi wielkie wyzwanie dla unijnych organów, z tego względu niezwykle istotne są działania prewencyjne KE, która może występować w interesie obywateli UE na

* Mikołaj Sokołowski – absolwent Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie, kierunek: stosunki międzynarodowe.

drodze prawnej. Ważna rola KE wpływa nie tylko z faktu, iż potężne podmioty gromadzą dane osobowe, ale również podejmują one próby wpływania na dokonywane wybory (konsumenckie, polityczne) użytkowników. Polityka reklamowa wielkich portali społecznościowych jest nastawiona nie tylko na zysk, ale również na kreowanie odpowiednich postaw wobec danego problemu. Takie działania są niebezpieczne dla użytkowników, ponieważ bardzo często odbierają im swobodę wyboru poprzez jednolite profilowanie określonych treści.

Pojęcia zysku i wolności niejednokrotnie stanowią sprzeczność. Potężne organizmy korporacyjne często nie respektują wolności użytkowników w sferze wirtualnej, nadużywając własnego wpływu na nich poprzez sugerowanie im skonkretyzowanych komunikatów. Przez takie działania wielu konsumentów podejmuje nieprzemysłane wybory, niepoprzedzone żadną kalkulacją. Prowadzi to do bezmyślnego powielania schematów. Dużo bardziej niebezpieczną konsekwencją takich działań korporacyjnych gigantów jest próba kreacji preferencji politycznych przede wszystkim użytkowników będących pod wpływem informacji pochodzących z jednego rodzaju źródła. Fakt, iż większość sfer naszego życia zostało przeniesionych do wirtualnej rzeczywistości powoduje, że prawdziwym zagrożeniem dla wolności jednostki staje się sytuacja, w której potężne korporacje, wykorzystując swoje wpływy, podsuwają konsumentom konkretne rozwiązania w wielu kwestiach (zdrowie, relacje międzyludzkie, wybory polityczne)¹.

1. GOOGLE VS KOMISJA EUROPEJSKA

Pomysł Larry'ego Page'a i Sergeya Brina pod koniec lat 90. XX w. zyskał uznanie inwestorów z Doliny Krzemowej. W sierpniu 1998 r. Andy Bechtolsheim, współzałożyciel firmy Sun, wypisał Page'owi i Brinowi czek na 100 tys. dolarów – firma Google Inc. została oficjalnie powołana do życia. Dzięki tej inwestycji zespół nowo powstałej firmy mógł przenieść się z akademika do swojego pierwszego biura: garażu na przedmieściach Menlo Park (Kalifornia), należącego do Susan Wojcicki, która dołączyła jako 16. pracownik, a obecnie jest prezesem zarządu YouTube. Już od samego początku opracowywane rozwiązania były niekonwencjonalne: od pierwszego serwera Google (zbudowanego z klocków lego) aż po pierwszy *doodle* w r. 1998 – prosta rysunkowa postać w logo informowała użytkowników strony, że cały zespół wagaruje na festiwalu Burning Man. „Nie czyń zła” i „10 prawd potwierdzonych przez Google” to maksymy, które idealnie oddają ich podejście – celowe korzystanie z niekonwencjonalnych metod². W następnych latach firma

¹ F. Koneczny. *Obronić cywilizację łacińską!* Lublin 2002 s. 53-55.

² D. Mendoza. *Antitrust In the New Economy Case Google Inc. Against Economic Competition on Web.* <<http://www.scielo.org.mx/pdf/mlr/v8n2/2448-5306-mlr-8-02-00079.pdf>> s. 95-97 [dostęp: 3.10.2020].

szybko się rozwijała – zatrudniono inżynierów i stworzono zespół sprzedaży. Garaż stał się za mały, więc firma Google przeniosła się do obecnej siedziby (Googleplexu) w Mountain View w Kalifornii. Obecnie z pomocą ponad 60 tys. pracowników w 50 krajach Google tworzy setki produktów i usług używanych przez miliardy ludzi na całym świecie – od YouTube i Androida po Gmail oraz oczywiście wyszukiwarkę Google³.

Komisja Europejska nałożyła grzywnę w wysokości 4,34 mld euro na firmę Google za naruszenie unijnych przepisów ochrony konkurencji. Od 2011 r. Google nakłada niezgodne z prawem ograniczenia na producentów urządzeń z systemem Android i operatorów sieci komórkowych, aby ugruntować swoją przewagę na rynku wyszukiwarek internetowych. Google dostał 90 dni na zaprzestanie tej praktyki, w przeciwnym razie groziła mu kara pieniężna sięgająca nawet 5% średniego dziennego światowego obrotu jego spółki dominującej Alphabet. W szczególności Google:

- nałożył na producentów wymóg przeinstalowania aplikacji wyszukiwarki Google i przeglądarki internetowej (Chrome) jako warunek uzyskania licencji na aplikację sklepu Google (Play Store),
- wypłacił niektórym dużym producentom i operatorom sieci komórkowych korzyść finansową za to, że przeinstalowali na swoich urządzeniach wyłącznie aplikację wyszukiwarki Google,
- uniemożliwił producentom chcącym przeinstalować aplikacje Google sprzedaż choćby jednego inteligentnego urządzenia mobilnego działającego na alternatywnych wersjach Androida, które nie zostały zatwierdzone przez Google (tzw. forki⁴ Androida)⁵.

Korporacja uzyskuje przeważającą większość dochodów dzięki swojemu sztandarowemu produktowi – wyszukiwarce internetowej Google. Właściciele spółki szybko zrozumieli, że przejście z komputerów stacjonarnych na mobilny Internet, które rozpoczęło się w połowie lat 2000, oznaczać będzie dla wyszukiwarki Google fundamentalną zmianę. Dlatego wypracowali strategię, która pozwala uprzedzić skutki tej zmiany i spowodować, by użytkownicy nadal używali wyszukiwarki Google także na urządzeniach przenośnych. W 2005 r. Google kupił pierwotnego dewelopera mobilnego systemu operacyjnego Android i od tej pory kontynuuje rozwój tego systemu. Obecnie około 80% inteligentnych urządzeń mobilnych w Europie i na świecie działa z systemem Android. Decyzja KE zawiera stwierdzenie, że Google ma dominującą pozycję na rynkach ogólnych usług wyszukiwania w Internecie, objętych licencją inteligentnych mobilnych

³ *About Google*. <https://about.google/intl/ALL_pl/our-story/> [dostęp: 10.01.2020].

⁴ Aktualizacja systemu w określony przez producenta sposób.

⁵ *Fine for Google*. <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_4581> [dostęp: 9.01.2020].

systemów operacyjnych oraz sklepów z aplikacjami dla systemu Android. Spółka Google przyznała niektórym z największych producentów urządzeń i operatorów sieci komórkowych znaczne korzyści finansowe w zamian za przeinstalowanie wyłącznie wyszukiwarki Google w całym portfolio urządzeń z systemem Android. Zaszkoziło to konkurencji, bowiem mocno ograniczyło chęć przeinstalowania konkurencyjnych aplikacji wyszukiwania⁶.

Firma Google uniemożliwia producentom urządzeń stosowanie alternatywnych wersji Androida, które nie zostały przez nią zatwierdzone („forki” Androida). Komisja znalazła przykładowo dowody na to, że postępowanie firmy Google uniemożliwiło niektórym dużym producentom rozwój i sprzedaż urządzeń opartych na należącym do Amazona „forku” Androida, zwanym Fire OS. W ten sposób spółka Google zablokowała też swoim konkurentom drogę do wprowadzenia na rynek aplikacji i usług, w szczególności wyszukiwarek internetowych, które mogłyby być przeinstalowane na „forkach” Androida.

Działanie Google ma bezpośredni wpływ na użytkowników, odmawia im bowiem dostępu do dalszych innowacji i inteligentnych urządzeń mobilnych opartych na alternatywnych wersjach systemu operacyjnego Android. Innymi słowy, w efekcie takiej praktyki to firma Google – a nie użytkownicy, programiści aplikacji i rynek – miała decydujący wpływ na powodzenie systemów operacyjnych. Komisja szczegółowo oceniła także argumenty koncernu Google, który twierdził, że te ograniczenia były konieczne, aby zapobiec fragmentacji systemu Android. Komisja uznała, że te argumenty nie były dobrze uzasadnione. Po pierwsze, Google mógł zapewnić, by urządzenia z systemem Android wykorzystujące zamknięte aplikacje i usługi Google były zgodne z jego wymogami technicznymi, bez uniemożliwiania tworzenia „forków” Androida. Po drugie, spółka Google nie przedstawiła żadnych wiarygodnych dowodów na to, że „forki” Androida byłyby dotknięte błędami technicznymi i niezdolne do obsługi aplikacji. Komisja stwierdziła w swej decyzji, że te trzy rodzaje nadużyć stanowią część ogólnej strategii koncernu Google, która ma na celu ugruntowanie jego dominującej pozycji na rynku wyszukiwarek internetowych w czasie istotnego wzrostu znaczenia mobilnego Internetu. Strategia Google uniemożliwiła też konkurencyjnym wyszukiwarkom internetowym gromadzenie większej ilości danych z inteligentnych urządzeń mobilnych, w tym danych na temat wyszukiwania i lokalizacji, co pomogło firmie ugruntować jej dominującą pozycję wśród wyszukiwarek internetowych. Ponadto praktyki spółki zaszkoziły także konkurencji i dalszej innowacji w szerszej pojętej przestrzeni mobilnej, nie tylko w zakresie wyszukiwania. Uniemożliwiły bowiem

⁶ *Historia konfliktu Google vs KE*. <<https://www.spidersweb.pl/2018/10/google-kontra-komisia-europejska-historia-prawdziwa.html>> [dostęp: 10.01.2020].

innym przeglądarkom internetowym skuteczne konkurowanie z przeinstalowaną przeglądarką Google – Chrome⁷.

Wreszcie firma Google utrudniła też rozwój „forków” Androida, które mogłyby zapewnić możliwości rozwoju dla innych deweloperów aplikacji. Grzywna w wysokości 4 342 865 euro nałożona przez KE uwzględnia czas trwania i powagę naruszenia. Zgodnie z wytycznymi KE w sprawie ustalania grzywien z 2006 r., kwotę obliczono na podstawie wartości dochodów spółki Google z usług reklamowych związanych z wyszukiwaniem na urządzeniach z systemem Android w państwach EOG. Decyzja KE nakłada na Google wymóg skutecznego zakończenia nielegalnych działań w terminie 90 dni od daty decyzji. Google musi przynajmniej zaprzestać tego typu działań i nie podejmować ponownie żadnej z trzech rodzajów praktyk objętych decyzją. Decyzja zabrania też firmie Google stosowania wszelkich środków, które miałyby taki sam lub równoważny cel bądź skutek, jak te praktyki⁸. Stanowisko to nie uniemożliwia jednak spółce Google wprowadzenia rozsądnego, uczciwego i obiektywnego systemu zapewniającego prawidłowe funkcjonowanie urządzeń z systemem Android, wykorzystujących zamknięte aplikacje i usługi Google, ale bez naruszania swobody producentów urządzeń do wytwarzania urządzeń opartych na „forkach” Androida. Wyłączną odpowiedzialność za zapewnienie zgodności z decyzją KE ponosi Google. Komisja będzie uważnie monitorować, czy Google wywiązuje się z tej decyzji, zaś spółka ma obowiązek informowania KE o tym, w jaki sposób zapewni zgodność z nałożonymi na nią zobowiązaniami. Jeżeli spółka Google nie zapewni zgodności z decyzją KE, będzie zobowiązana do zapłaty kary pieniężnej za nieprzestrzeganie przepisów. Komisja będzie musiała wówczas wydać odrębną decyzję stwierdzającą niezgodność z przepisami, a wszelkie płatności zostaną ustalone z mocą wsteczną od momentu, w którym rozpoczęło się nieprzestrzeganie przepisów.

W czerwcu 2017 r. KE nałożyła na firmę Google karę pieniężną w wysokości 2,42 mld euro za nadużywanie dominującej pozycji swojej wyszukiwarki internetowej do niezgodnego z prawem preferencyjnego traktowania własnych zestawień cen przedstawianych produktów. Obecnie KE aktywnie monitoruje, czy Google wywiązuje się z tej decyzji. W dalszym ciągu prowadzi dochodzenie w sprawie ograniczeń, jakie firma Google nałożyła na niektóre strony internetowe podmiotów trzecich w zakresie możliwości wyświetlania podczas wyszukiwania reklam od konkurentów Google (sprawa AdSense). W lipcu 2016 r. KE doszła do wstępnego wniosku, że spółka Google nadużyła swojej pozycji dominującej w sprawie dotyczącej AdSense⁹.

⁷ Tamże.

⁸ *Historia konfliktu Google vs KE* [dostęp: 10.01.2020].

⁹ *Fine for Google* [dostęp: 9.01.2020].

Google wkrótce przestanie być domyślną wyszukiwarką w systemie Android. Taka decyzja, jak ujawniono na oficjalnym blogu, wkrótce wejdzie w życie. Jest to oczywiście pokłosie roszczeń ze strony KE. Wprowadzenie ekranu wyboru wyszukiwarki jest następstwem decyzji antymonopolowej KE z 2018 r. Stwierdzono, że Google może utrudniać konsumentom wybór, gdyż na telefonach z systemem Android ustawia własne narzędzia i usługi jako domyślne, nie przedstawiając alternatyw. Decyzja ta spowodowała rekordową grzywnę w wysokości 4,34 mld euro. Firma z Mountain View odwołuje się od kary, ale mimo wszystko wprowadza zmiany w Androidzie¹⁰.

Nowe dochodzenie sugeruje, że UE nie skończyła jeszcze kontroli Google, co już doprowadziło do nałożenia ponad 8 mld euro (6,8 mld funtów) grzywien. Dochodzenie w sprawie zakupów Google w 2017 r. skutkowało nałożeniem grzywny w wysokości 2,4 mld euro; w 2018 r. praktyki antykonkurencyjne dotyczące systemu operacyjnego Google na smartfony z Androidem były podstawą grzywny w wysokości 4,3 mld euro; następnie w 2019 r. zastosowano karę pieniężną w wysokości 1,5 mld euro za naruszenia reklam. W przypadku tych ostatnich naruszeń KE kładzie coraz większy nacisk na umowy podpisane przez Google ze stronami trzecimi – ograniczenia, które tradycyjnie nie są częścią egzekwowania prawa antymonopolowego, ale które są powszechnie uważane za kluczowe dla utrzymania wiodącej pozycji przez firmy takie jak Google. Na przykład w przypadku Androida firma Google została skrytykowana za wymaganie od producentów telefonów zgody na warunki, które zakazują im budowania telefonów przy użyciu wersji Androida innej niż własność korporacji. Oprócz unijnego dochodzenia brytyjski Urząd ds. Konkurencji i Rynków ogłosił swoje własne zapytanie dotyczące Google, koncentrując się na przejęciu przez brytyjską firmę startupową Dataer Looker. Przejęcie ogłoszone w czerwcu spowodowało, że Google wydało na firmę ponad 2 mld funtów, mając na celu ulepszenie usług analitycznych, które gigant zapewnia klientom platformy chmurowej¹¹.

W marcu 2019 r. KE uderzyła w Google trzecią dużą karą antymonopolową, nakazując jej zapłacić 1,5 mld euro za nadużywanie swojej pozycji w kwestii dostosowywania reklam w wyszukiwarkach internetowych. Grzywny przeciwko amerykańskim firmom technologicznym zwróciły nawet uwagę prezydenta Donalda Trumpa. Jednak amerykańskie organy regulacyjne również poddają korporacje szczegółowej kontroli. Federalna Komisja Handlu USA ukarała Facebooka 5 mld dolarów za niewłaściwe obchodzenie się z danymi użytkowników, co jest największą karą finansową nałożoną przez organ regulacyjny. Departament

¹⁰ *Google vs KE: kwestia androida*. <<https://www.msn.com/pl-pl/wiadomosci/other/google-vs-komisja-europejska-ju%C5%BC-w-2020-roku-android-zapyta-ci%C4%99-o-preferowan%C4%85-wyszukiwark%C4%99/ar-AAFeuDF>> [dostęp: 10.01.2020].

¹¹ *EU investigate Google*. <<https://www.theguardian.com/technology/2019/dec/02/eu-investigates-google-data-collection-practices>> [dostęp: 10.01.2020].

Sprawiedliwości USA prowadzi szeroko zakrojoną analizę antymonopolową największych graczy w Dolinie Krzemowej. Alphabet, spółka dominująca Google, otrzymała obowiązkowe żądanie udzielenia informacji w sierpniu 2019 r.¹²

2. FACEBOOK VS KOMISJA EUROPEJSKA

Facebook to amerykańska sieć społecznościowa i firma technologiczna założona w 2004 roku przez kolegów z Harvardu – Marka Zuckerberga, Chrisa Hughesa, Eduardo Saverina, Dustina Moskovitza i Andrew McColluma. Platforma początkowo pozwalała użytkownikom tworzyć profile i publikować aktualizacje dla znajomych, gdy została uruchomiona na kampusach uniwersyteckich. Portal szybko stał się znany z kolokwializmów, takich jak *Friending* i jego słynny przycisk *like*, a także oferował możliwości przesyłania wiadomości oraz udostępniania zdjęć i filmów. Jednakże w ciągu ostatnich 13 lat Facebook stał się solidną platformą reklamową, przewodzi inicjatywom zapewniającym dostęp do Internetu w krajach rozwijających się, a nawet inwestuje w sztuczną inteligencję i rzeczywistość wirtualną. Korporacja pod przewodnictwem dyrektora generalnego Marka Zuckerberga zgromadziła ponad miliard aktywnych użytkowników, z których większość uzyskuje dostęp do platformy za pośrednictwem aplikacji mobilnej. Tymczasem aplikacja Facebook Messenger (którą firma oddzieliła od głównej aplikacji Facebook) przekształciła się w platformę użytkowaną przez ponad miliard użytkowników dziennie. Głośne przejęcia, takie jak zakup Instagrama w 2012 r. oraz zakupy WhatsApp i Oculus VR w 2014 r., potęgują efekt oddziaływania firmy¹³.

OculusRift, przełomowy zestaw słuchawkowy VR, który zaczął być sprzedawany klientom w 2016 r., dał Facebookowi szansę na bycie decydującym graczem w kolejnej erze interfejsów komputerowych. Ponieważ Facebook realizuje cele rzeczywistości wirtualnej, najważniejsze pytanie brzmi, w jaki sposób może łączyć VR z misją łączenia świata i ułatwiania ludziom dzielenia się tym, co jest dla nich ważne z przyjaciółmi i rodziną¹⁴. Inicjatywa Facebook Social VR ma na celu rozszerzenie doświadczenia Facebooka na rzeczywistość wirtualną. Siedemnaście tysięcy pracowników firmy nie zbudowało operacji o wartości 380 mld dolarów, unikając tak pozornie wysokich zamówień, a to, co pokazali, już przyniosło silną pozycję marketingową. Facebook umożliwił już ludziom czat wideo w wirtualnej rzeczywistości za pośrednictwem Messengera. Wydano również referencyjny

¹² *KE karze Google*. <<https://edition.cnn.com/2019/12/02/tech/google-facebook-data-europe/index.html>> [dostęp: 10.01.2020].

¹³ Ch. Croft. *A Brief History of The Facebook*. <<https://charlenegagnon.files.wordpress.com/2008/02/a-brief-history-of-the-facebook.pdf>> s. 1-3 [dostęp: 11.01.2020].

¹⁴ *Facebook website*. <<https://about.fb.com/company-info/>> [dostęp: 11.01.2020].

projekt Surround 360, wysokiej klasy systemu kamer 360° typu *open source*, który każdy może zbudować lub zmodyfikować do własnych celów¹⁵.

Teraz Facebook musi znaleźć sposób na odepchnięcie konkurencji od startupów, takich jak AltspaceVR i High Fidelity, które również chcą stworzyć podstawową platformę społecznościową VR. Wraz z uruchomieniem Facebook Live w 2015 r. Facebook wkroczył na arenę wideo na żywo, a następnie utworzył specjalną sekcję w swojej aplikacji mobilnej w nadziei, że użytkownicy będą mogli nadawać bezpośrednio z ich telefonów. Przełomowy moment na Facebook Live nastąpił latem 2016 r., kiedy dziewczyna Philando Castile transmitowała jego ostatnie chwile po tym, jak został postrzelony przez funkcjonariusza policji podczas zatrzymania na drodze. Szokujące wideo wywołało oburzenie na całym świecie i pokazało, w jaki sposób nowe narzędzia nadawcze oferują niespotykaną dotąd sposobność, ujawniając niedostatecznie zgłaszane akty przemocy¹⁶.

Komisja Europejska i organy ochrony konsumentów z zadowoleniem przyjęły zaktualizowane warunki świadczenia usług Facebooka. Wyjaśniono w nich, w jaki sposób przedsiębiorstwo wykorzystuje dane swoich użytkowników do rozwijania działań w zakresie profilowania oraz ukierunkowanej reklamy w celu generowania dochodu¹⁷. W nowych warunkach świadczenia usług określono, jakie usługi oparte na danych dotyczących użytkowników Facebook sprzedaje stronom trzecim, w jaki sposób użytkownicy mogą zamknąć swoje konta i w jakich okolicznościach konta mogą zostać wyłączone. Zmiany te nastąpiły po rozmowach mających na celu pełne ujawnienie użytkownikom modelu biznesowego Facebooka w sposób kompleksowy przy użyciu prostego języka¹⁸.

W następstwie skandalu Cambridge Analytica i dochodzenia w sprawie platform mediów społecznościowych w 2018 r. KE i krajowe organy ochrony konsumentów zwróciły się do Facebooka o jasne informowanie konsumentów o sposobie finansowania serwisu społecznościowego oraz o dochodach uzyskiwanych dzięki wykorzystywaniu danych użytkowników. Zażądały również od przedsiębiorstwa zapewnienia zgodności pozostałej części warunków świadczenia usług z unijnym prawem ochrony konsumentów. W rezultacie Facebook wprowadził w swoich warunkach świadczenia usług nowy tekst, wyjaśniając, że nie pobiera od użytkowników opłat za swoje usługi w zamian za ich zgodę na dzielenie się swoimi

¹⁵ *Facebook for Business*. <<https://www.bgateway.com/assets/templates/Facebook-for-Business.pdf>> [dostęp: 3.06.2020].

¹⁶ *About Facebook*. <<https://www.fastcompany.com/company/facebook>> [dostęp: 11.01.2020].

¹⁷ *Complaint against Facebook Ireland Ltd – 23 „PRISM”*. <<http://www.europe-v-facebook.org/prism/facebook.pdf>> [dostęp: 3.06.2020].

¹⁸ *How to use Facebook for businesses?* <http://cdn2.hubspot.net/hub/53/blog/docs/Facebook_for_business_ebook_hubspot.pdf> [dostęp: 3.06.2020].

danymi oraz na wyświetlanie reklam¹⁹. Warunki świadczenia usług Facebooka będą obecnie zawierały jednoznaczną informację, że model biznesowy przedsiębiorstwa opiera się na sprzedaży firmom handlowym ukierunkowanych usług reklamowych, wykorzystując dane z profili użytkowników. Ponadto, w następstwie działań dotyczących egzekwowania prawa, Facebook wprowadził również zmiany w zakresie:

- swojej polityki ograniczonej odpowiedzialności (obecnie uznaje swoją odpowiedzialność w przypadku zaniedbania, np. w przypadku niewłaściwego przetwarzania danych przez osoby trzecie),
- swojego prawa do jednostronnej zmiany warunków (ograniczenie go do przypadków, w których zmiany są racjonalne, uwzględniając również interes konsumenta),
- zasad dotyczących tymczasowego przechowywania treści, które zostały usunięte przez użytkowników. Takie treści mogą być przechowywane jedynie w określonych przypadkach – np. w celu spełnienia żądania właściwych organów dotyczących egzekwowania prawa – oraz nie dłużej niż przez 90 dni w przypadku przyczyn technicznych,
- sformułowań wyjaśniających prawo użytkowników do odwołania w sytuacji, gdy opublikowane przez nich treści zostały usunięte²⁰.

Firmy odpowiedzialne za media społecznościowe muszą się bardziej postarać, aby spełnić wymagania dotyczące przestrzegania unijnego prawa konsumenckiego przedstawione w marcu zeszłego roku przez KE i organy ochrony konsumentów w państwach członkowskich. Zmiany oznaczają korzyści dla ponad ćwierć miliarda użytkowników mediów społecznościowych w UE²¹. Konsumenti unijni nie będą zmuszani do rezygnacji z obowiązujących w UE praw konsumenckich, np. prawa do odstąpienia od umowy sprzedaży zawartej w Internecie; i będą mogli składać skargi w Europie, a nie w Kalifornii. Z kolei portale społecznościowe wezmą na siebie sprawiedliwy przydział zobowiązań wobec unijnych konsumentów, podobnie jak w przypadku tradycyjnych usługodawców. Zmiany te jednak tylko częściowo spełniają wymogi unijnego prawa konsumenckiego. Jeżeli chodzi o stosowaną przez organy ochrony konsumentów procedurę zgłaszania nielegalnych treści i żądania ich usunięcia, zmiany wprowadzone przez niektóre firmy są niewystarczające. Facebook zgodził się jedynie na udostępnienie specjalnego adresu e-mail, na który władze krajowe będą mogły zgłaszać wnioski dotyczące naruszeń,

¹⁹ *Facebook's views on the proposed data protection regulation*. <http://www.europe-v-facebook.org/FOI_Facebook_Lobbying.pdf> [dostęp: 3.06.2020].

²⁰ *Facebook spełnia wymagania KE*. <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pl/IP_19_2048> [dostęp: 11.01.2020].

²¹ *Pulling the plug. How to stop corporate tax doing In Europe and Beyond*. <https://www-cdn.oxfam.org/s3fs-public/file_attachments/bn-pulling-plug-corporate-tax-eu-190315-en.pdf> [dostęp: 3.06.2020].

jednak nie podjął żadnych zobowiązań co do ram czasowych ich rozpatrywania²². Po otrzymaniu licznych skarg od użytkowników serwisów społecznościowych, którzy padli ofiarą oszustw i wyłudzeń przy korzystaniu z nich, jak również skarg dotyczących niezgodności niektórych warunków świadczenia usług z unijnym prawem ochrony konsumentów, w listopadzie 2016 r. rozpoczęto działania zmierzające do egzekwowania przepisów. Od tamtej pory operatorzy mediów społecznościowych zgodzili się zmienić w szczególności:

- warunki świadczenia usług, które ograniczają lub zupełnie wykluczają odpowiedzialność operatorów sieci związaną z funkcjonowaniem serwisu,
- warunki, zgodnie z którymi konsumenci zmuszani są do rezygnacji z obowiązujących w UE praw konsumenckich, tj. prawo do odstąpienia od umowy sprzedaży zawartej w Internecie,
- warunki, które pozbawiają konsumentów prawa do skierowania sprawy do sądu w państwie członkowskim zamieszkania i wymuszają stosowanie prawa obowiązującego w Kalifornii,
- warunek, zgodnie z którym platforma zwolniona jest z obowiązku oznaczania informacji handlowych i treści sponsorowanych.

Firmy odpowiedzialne za media społecznościowe zobowiązały się wprowadzić zmiany w swoich warunkach umowy we wszystkich wersjach językowych w pierwszym kwartale 2018 r.²³

16 marca 2017 r. przedstawiciele unijnych organów ochrony konsumentów i KE spotkali się z przedstawicielami przedsiębiorstw odpowiedzialnych za media społecznościowe, aby omówić proponowane rozwiązania. Po tym spotkaniu firmy wprowadziły w warunkach swoich umów pewne zmiany. Niemniej jednak KE oraz organy ochrony konsumentów uznały za konieczne pilne dokonanie dalszych zmian. W listopadzie 2016 r. organy zajmujące się współpracą w dziedzinie ochrony konsumentów, pod przewodnictwem francuskiej Dyrekcji Generalnej ds. Konkurencji, Ochrony Konsumentów i Zwalczenia Nadużyć (DGCCRF), skierowały do serwisów Facebook, Twitter i Google+ wspólne stanowisko, w którym wniosły o skorygowanie szeregu warunków umowy oraz o ustanowienie systemu zwalczania nielegalnych treści handlowych po otrzymaniu zgłoszenia. Unijne rozporządzenie w sprawie współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów łączy krajowe organy konsumenckie w paneuropejską sieć na rzecz egzekwowania przepisów. Dzięki temu systemowi organ krajowy w jednym państwie członkowskim może zwrócić się do odpowiedniego organu w innym państwie UE z prośbą

²² S. Schmitz. *Facebook's Real Name Policy. Bye-Bye, Max Mustermann?* <<https://www.jipitec.eu/issues/jipitec-4-3-2013/3844/schmitz.pdf>> s. 192-195 [dostęp: 11.01.2020].

²³ *Media społecznościowe a przepisy konsumenckie.* <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pl/IP_18_761> [dostęp: 11.01.2020].

o interwencję w przypadku transgranicznego naruszenia unijnych przepisów konsumenckich²⁴.

Współpraca ta odnosi się do różnych aktów prawnych związanych z ochroną konsumenta, w tym do dyrektywy o nieuczciwych praktykach handlowych, dyrektywy o handlu elektronicznym, dyrektywy w sprawie praw konsumentów oraz dyrektywy w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich. W ramach współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów właściwe organy regularnie dokonują przeglądu kwestii będących przedmiotem wspólnego zainteresowania w zakresie ochrony konsumentów na jednolitym rynku oraz koordynują prowadzony przez siebie nadzór rynku i ewentualne działania w zakresie egzekwowania prawa. Komisja ułatwia wymianę informacji pomiędzy tymi organami oraz koordynację ich działań. Platformy internetowe muszą wziąć na siebie większą odpowiedzialność w obszarze zarządzania treścią. W komunikacie przedstawiono wspólne narzędzia służące szybkiemu i aktywnemu wykrywaniu i usuwaniu nielegalnych treści internetowych oraz zapobieganiu ich ponownemu pojawianiu się²⁵.

Trybunał Sprawiedliwości UE stwierdził, że poszczególne kraje mogą nakazać Facebookowi usunięcie postów, zdjęć i filmów nie tylko w ich własnych krajach, ale także w innych państwach członkowskich UE, w orzeczeniu, które wykracza poza regionalne przepisy dotyczące Internetu. Europejski Trybunał Sprawiedliwości stwierdził, że Facebook może zostać zmuszony do usunięcia postu na całym świecie przez sąd krajowy w 28-osobowym bloku UE²⁶, jeśli treść jest zniesławiająca lub w inny sposób niezgodna z prawem. Od tej decyzji nie można się odwołać. Wyrok wynikał ze sprawy z udziałem austriackiej polityk Evy Glawischnig-Pieszek, która pozwała portal społecznościowy w celu usunięcia komentarzy internetowych, które nazwały ją „kiepską zdrajcą”, „skorumpowanym głupcem” i członkiem „partii faszystowskiej”²⁷. Sąd stwierdził, że komentarze naruszały przepisy dotyczące zniesławienia. Polityk zażądała od Facebooka usunięcia oryginalnych komentarzy nie tylko w kraju, ale na całym świecie, a także postów zawierających równoważne opinie.

Decyzja ustanawia nowy punkt odniesienia w zakresie europejskich przepisów regulujących Internet, dając krajom europejskim uprawnienia do stosowania wniosków o usunięcie konkretnych informacji znajdujących się w obrębie danych portali społecznościowych na arenie międzynarodowej. Zapowiada to przyszłe spory dotyczące roli Europy w ustanawianiu zasad w Internecie, zwłaszcza, że inne

²⁴ B. Łódzki. *Rola big data w kampaniach wyborczych*. <http://uwm.edu.pl/mkks/wp-content/uploads/MKKS_15_2_03_Lodzki-B.pdf> s. 43-46 [dostęp: 11.01.2020].

²⁵ *Media społecznościowe a przepisy konsumenckie* [dostęp: 11.01.2020].

²⁶ W tym czasie Wielka Brytania była pełnoprawnym członkiem UE.

²⁷ *Facebook pod lupą*. <<https://www.washingtonpost.com/technology/2019/10/03/facebook-can-be-ordered-remove-content-worldwide-eu-says/>> [dostęp: 11.01.2020].

narody coraz częściej uchwalają własne przepisy dotyczące prywatności, mowy nienawiści i dezinformacji²⁸.

Rezolucje Parlamentu Europejskiego w sprawie dużych zbiorów danych i sztucznej inteligencji są jednoznaczne. Aby wykorzystywać duże zbiory danych do celów komercyjnych i w sektorze publicznym, Parlament Europejski wzywa Komisję Europejską, państwa członkowskie i organy ochrony danych do określenia i podjęcia wszelkich możliwych środków w celu zminimalizowania dyskryminacji algorytmicznej i stronniczości oraz do opracowania silnych i wspólnych ram etycznych dla przejrzystego przetwarzania danych osobowych i zautomatyzowanego podejmowania decyzji, które mogą wpływać na wykorzystanie danych i bieżące egzekwowanie prawa UE. Gdy chodzi o wykorzystanie dużych zbiorów danych do celów egzekwowania prawa, Parlament ostrzega, że wymagana jest maksymalna ostrożność, aby zapobiec niezgodnej z prawem dyskryminacji i celowaniu w konkretne osoby lub grupy osób określone na podstawie rasy, koloru skóry, pochodzenia etnicznego lub społecznego, cech genetycznych, języka, ekspresji lub tożsamości płciowej, orientacji seksualnej, statusu pobytu, zdrowia lub przynależności do danej mniejszości narodowej, która często jest przedmiotem profilowania etnicznego lub bardziej intensywnego egzekwowania prawa. Ponadto Parlament Europejski podkreślił potrzebę egzekwowania zasad etycznych dotyczących rozwoju robotyki i sztucznej inteligencji do użytku cywilnego. Wskazuje, że przewodnie ramy etyczne powinny być oparte na zasadach i wartościach zapisanych w art. 2 *Traktatu o Unii Europejskiej* i *Karcie praw podstawowych*, takich jak godność ludzka, równość, sprawiedliwość, niedyskryminacja, świadoma zgoda, życie prywatne i rodzinne oraz ochrona danych osobowych²⁹.

Firma zajmująca się analizą danych, która współpracowała z zespołem wyborczym Donalda Trumpa i zwycięską kampanią Brexit, zebrała miliony profili amerykańskich wyborców na Facebooku w jednym z największych naruszeń danych giganta technologicznego i wykorzystwała je do zbudowania potężnego programu do przewidywania i wpływania na świadome wybory przy urnie. Informator ujawnił Observerowi, w jaki sposób Cambridge Analytica – firma należąca do miliardera funduszu hedgingowego Roberta Mercera, kierowanego wówczas przez kluczowego doradcę Trumpa Steve'a Bannona – wykorzystwała dane osobowe pobrane bez zezwolenia na początku 2014 r. W celu zbudowania systemu, który mógłby profilować indywidualnych wyborców w USA, aby kierować do nich spersonalizowane reklamy polityczne. Dokumenty potwierdzone przez oświadczenie na Facebooku pokazują, że do końca 2015 r. firma dowiedziała się, że informacje

²⁸ *Facebook a nowe przepisy prawne UE*. <<https://www.nytimes.com/2019/10/03/technology/facebook-europe.html>> [dostęp: 11.01.2020].

²⁹ *#BigData: Discrimination in data-supported decisionmaking*, European Union Agency for Fundamental Rights. <https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2018-focus-big-data_en.pdf> [dostęp: 11.01.2020].

zostały zebrane na niespotykaną dotąd skalę. Jednak w tym czasie Facebook nie powiadomił użytkowników o tej sytuacji i podjął jedynie ograniczone kroki w celu odzyskania i zabezpieczenia prywatnych informacji ponad 50 mln osób³⁰.

Dane zostały zebrane za pośrednictwem aplikacji o nazwie *thisisyourdigitallife*, zbudowanej przez naukowca Aleksandra Kogana, niezależnie od jego pracy na uniwersytecie w Cambridge. Dzięki jego firmie Global Science Research (GSR), we współpracy z Cambridge Analytica, setki tysięcy użytkowników otrzymało wynagrodzenie za test osobowości i zgodziło się na gromadzenie ich danych do celów akademickich. Jednak aplikacja zebrała również informacje od znajomych testerów na Facebooku, co spowodowało nagromadzenie puli danych o wartości kilkudziesięciu milionów. Zasady portalu Facebook zezwalały tylko na gromadzenie danych znajomych w celu poprawy komfortu użytkownika aplikacji i uniemożliwiły ich sprzedaż lub wykorzystywanie w celach reklamowych³¹. Odkrycie bezprecedensowego gromadzenia danych i sposobu ich wykorzystania rodzi nowe, pilne pytania o rolę Facebooka w atakowaniu wyborców podczas kampanii prezydenckich w USA. Zaledwie kilka tygodni po tym przecieku Robert Mueller oskarżył 13 Rosjan, twierdząc, że wykorzystali platformę do przeprowadzenia wojny informacyjnej przeciwko USA. Cambridge Analytica i Facebook są jednym z głównych tematów dochodzenia w sprawie danych i polityki przeprowadzonego przez biuro brytyjskiego komisarza ds. informacji. Osobno Komisja Wyborcza bada również rolę, jaką Cambridge Analytica odegrała w referendum w sprawie UE. Facebook ogłosił, że zawiesza Cambridge Analytica i Kogana z platformy, w oczekiwaniu na dalsze informacje na temat niewłaściwego wykorzystania danych. Prawnicy Facebooka ostrzegli Observera, że wysuwa zarzuty fałszywe i zniesławiające, i zastrzegli pozycję prawną firmy³².

ZAKOŃCZENIE

Jak wynika z powyższej analizy, tak potężni gracze na światowym rynku usług jak Facebook czy Google są bez wątpienia organizmami, które naruszają wolność oraz prywatność użytkowników w celu zdobycia coraz mocniejszej pozycji w globalnej strefie ekonomicznej. Skandal związany z nieistniejącą już firmą Cambridge Analytica pokazał, iż poufne dane, których żądają od konsumentów potężne korporacje, służą im nie tylko do osiągnięcia celów handlowych, ale również do wpływania

³⁰ *Afera Cambridge Analytica*. <<https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>> [dostęp: 11.01.2020].

³¹ *Cambridge Analytica Scandal: Don't Blame Facebook. Blame Bad Ethics*. <https://www.intouchsol.com/wp-content/uploads/CambridgeAnalyticaPOV_IntouchSolutions.pdf> [dostęp: 3.06.2020].

³² *Afera Cambridge Analytica* [dostęp: 11.01.2020].

na wybory polityczne. Jest rzeczą oczywistą, że w sytuacji, kiedy w znaną wyszukiwarce wpisywane są bardzo często pytania tak intymne, że nikt nie podzieliłby się nimi z najbliższymi czy autorytetami moralnymi (psychiatra, duchowny), to pozostawione dane będą w znaczący sposób ograniczały wolność konsumentów, ponieważ dają możliwość wykorzystania ich przeciwko nim. Użytkownicy szeroko pojętych *social media* powinni być dużo bardziej świadomi sposobów, do których będą często sięgały różne potężne organizmy korporacyjne w celu osiągnięcia zysków finansowych oraz wzmocnienia swojej pozycji na rynku.

Głównym czynnikiem, który wpływa na taki stan rzeczy, jest odmienne rozumienie prawa obowiązującego na terenie UE zarówno przez stronę amerykańską, jak i europejską, a także chęć osiągania jak najwyższego zysku z zajmowanej pozycji na rynku przez dane firmy. Wyroki wydawane przez Trybunał Sprawiedliwości UE pozostawiają wiele pytań. Najważniejsze z nich dotyczą tego, czy są one wystarczające, aby powstrzymać najpotężniejsze korporacje przed łamaniem prawa wspólnotowego? Jednakże z drugiej strony, czy istnieją inne środki, po które UE może sięgnąć w walce z praktykami monopolistycznymi na własnym rynku? Jeżeli doszłoby do wprowadzenia podatku cyfrowego (z czym wystąpiła Francja), na pewno ograniczyłyby to możliwości zawłaszczania rynku europejskiego przez amerykańskie giganty, jednakże, aby zastosować takie rozwiązanie, musiałaby istnieć wola państw członkowskich. Nie mają one tak mocnej pozycji na arenie międzynarodowej, jak cała wspólnota i mogłyby błyskawicznie ulec amerykańskim naciskom. Niemożliwy do realizacji wydaje się również pomysł ograniczenia działalności korporacji poprzez przyjęcie odpowiednich regulacji prawnych, ponieważ UE postawiłaby się w roli podmiotu, który niszczy wolny handel, co odbiłoby się na arenie międzynarodowej, przede wszystkim na forum Światowej Organizacji Handlu (WTO)³³.

BIBLIOGRAFIA

- #BigData: *Discrimination in data-supported decisionmaking*, European Union Agency for Fundamental Rights. <https://fra.europa.eu/sites/default/files/fra_uploads/fra-2018-focus-big-data_en.pdf> [dostęp: 11.01.2020].
- About Facebook. <<https://www.fastcompany.com/company/facebook>> [dostęp: 11.01.2020].
- About Google. <https://about.google/intl/ALL_pl/our-story/> [dostęp: 10.01.2020].
- Afera Cambridge Analytica. <<https://www.theguardian.com/news/2018/mar/17/cambridge-analytica-facebook-influence-us-election>> [dostęp: 11.01.2020].
- Cambridge Analytica Scandal: *Don't Blame Facebook. Blame Bad Ethics*. <https://www.intouchsol.com/wp-content/uploads/CambridgeAnalyticaPOV_IntouchSolutions.pdf> [dostęp: 3.06.2020].

³³ S. Galloway. *Wielka Czwórka. Ukryte DNA: Amazon Apple, Facebook i Google*. Poznań 2018 s. 18-19.

- Complaint against Facebook Ireland Ltd – 23 „PRISM”*. <<http://www.europe-v-facebook.org/prism/facebook.pdf>> [dostęp: 3.06.2020].
- Croft Ch., *A Brief History of The Facebook*. <<https://charlenegagnon.files.wordpress.com/2008/02/a-brief-history-of-the-facebook.pdf>> s. 1-3 [dostęp: 11.01.2020].
- EU investigate Google*. <<https://www.theguardian.com/technology/2019/dec/02/eu-investigates-google-data-collection-practices>> [dostęp: 10.01.2020].
- Facebook a nowe przepisy prawne UE*. <<https://www.nytimes.com/2019/10/03/technology/facebook-europe.html>> [dostęp: 11.01.2020].
- Facebook for Business*. <<https://www.bgateway.com/assets/templates/Facebook-for-Business.pdf>> [dostęp: 3.06.2020].
- Facebook pod lupą*. <<https://www.washingtonpost.com/technology/2019/10/03/facebook-can-be-ordered-remove-content-worldwide-eu-says/>> [dostęp: 11.01.2020].
- Facebook spełnia wymagania KE*. <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pl/IP_19_2048> [dostęp: 11.01.2020].
- Facebook website*. <<https://about.fb.com/company-info/>> [dostęp: 11.01.2020].
- Facebook's views on the proposed data protection regulation*. <http://www.europe-v-facebook.org/FOI_Facebook_Lobbying.pdf> [dostęp: 3.06.2020].
- Fine for Google*. <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_18_4581> [dostęp: 9.01.2020].
- Galloway S., *Wielka Czwórka. Ukryte DNA: Amazon Apple, Facebook i Google*. Poznań 2018 s. 18-19.
- Google vs KE: kwestia androida*. <<https://www.msn.com/pl-pl/wiadomosci/other/google-vs-komisja-europejska-ju%C5%BC-w-2020-roku-android-zapyta-ci%C4%99-o-preferowan%C4%85-wyszukiwark%C4%99/ar-AAFeuDF>> [dostęp: 10.01.2020].
- Historia konfliktu Google vs KE*. <<https://www.spidersweb.pl/2018/10/google-kontra-komisja-europejska-historia-prawdziwa.html>> [dostęp: 10.01.2020].
- How to use Facebook for businesses?* <http://cdn2.hubspot.net/hub/53/blog/docs/Facebook_for_business_ebook_hubspot.pdf> [dostęp: 3.06.2020].
- KE karze Google*. <<https://edition.cnn.com/2019/12/02/tech/google-facebook-data-europe/index.html>> [dostęp: 10.01.2020].
- Koneczny F., *Obronić cywilizację łacińską!* Lublin 2002 s. 53-55.
- Łódzki B., *Rola big data w kampaniach wyborczych*. <http://uwm.edu.pl/mkks/wp-content/uploads/MKKS_15_2_03_Lodzki-B.pdf> s. 43-46 [dostęp: 11.01.2020].
- Media społecznościowe a przepisy konsumenckie*. <https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/pl/IP_18_761> [dostęp: 11.01.2020].
- Mendoza D., *Antitrust In the New Economy Case Google Inc. Against Economic Competition on Web*. <<http://www.scielo.org.mx/pdf/mlr/v8n2/2448-5306-mlr-8-02-00079.pdf>> s. 95-97 [dostęp: 3.10.2020].
- Pulling the plug. How to stop corporate tax doing In Europe and Beyond*. <https://www.cdn.oxfam.org/s3fs-public/file_attachments/bn-pulling-plug-corporate-tax-eu-190315-en.pdf> [dostęp: 3.06.2020].
- Schmitz S., *Facebook's Real Name Policy. Bye-Bye, Max Mustermann?* <<https://www.jipitec.eu/issues/jipitec-4-3-2013/3844/schmitz.pdf>> s. 192-195 [dostęp: 11.01.2020].

Streszczenie: Współczesnym zjawiskiem związanym z kluczowym dla demokratycznego świata zagadnieniem wolności jest niebezpieczeństwo naruszania jej w mediasferze przez potężnych graczy na światowym rynku usług jak Facebook czy Google. Coraz częściej okazuje się, że poufne dane, których żądają od konsumentów potężne korporacje, służą im nie tylko do osiągnięcia celów handlowych, ale również do wpływania na wybory polityczne. Niniejszy artykuł, analizując wybrane przykłady konfliktów amerykańskich korporacji z Komisją Europejską, dokonuje próby oceny możliwości radzenia sobie instytucji demokratycznych z powstrzymaniem niebezpiecznego dla wolności obywatelskich zjawiska.

Słowa kluczowe: wolność, manipulacja, zysk, Facebook, Google, amerykańskie korporacje, Komisja Europejska, globalizacja.