



Opodatkowanie treści cyfrowych: przypadek Facebooka w Australii

Oskar Szydłowski

Pod wpływem silnego lobby tradycyjnych mediów – telewizji oraz prasy – rząd Australii podjął próbę ustanowienia tzw. podatku od linków, wprowadzającego opłatę na rzecz twórców za udostępnianie tworzonych przez nich treści m.in. przez platformy cyfrowe. Mimo szantażu Facebooka – polegającego na wyłączeniu części usług dla Australijczyków – 24 lutego br. podatek został przyjęty, choć w złagodzonej wersji. Przyczyniły się do tego rozłam frontu negocjacyjnego głównych platform – Google i Facebooka, liczne procesy i afery z ich udziałem, a także coraz mniej przychylne im nastroje społeczne. Przykład Australii może stanowić katalizator globalnego procesu regulacji działalności wielkich spółek technologicznych (tzw. Big Tech), nie tylko w obszarze mediów.

Platformy cyfrowe a media. Relacja między platformami cyfrowymi a tradycyjnymi mediami ma charakter symbiozy – oba sektory ściśle od siebie zależą. Platformy są głównym miejscem aktywności internautów dzięki treściom tworzonym dla prasy i telewizji, które z kolei są zależne od ruchu pochodzącego z platform. Konflikt między sektorami budzi jednak asymetria przychodów reklamowych, które dla obu stanowią główne źródło dochodu (np. w Australii aż 81% wydatków reklamowych trafia do dwóch firm: 53% do Google i 28% do Facebooka). Podobna asymetria dotyczy też obowiązków i standardów. Podczas gdy tradycyjne media podlegają regulatorom, odpowiedzialność platform cyfrowych za treści udostępniane na ich stronach pozostaje niewielka i nie zawsze jest egzekwowana. W opinii tradycyjnych mediów jest to szczególnie rażące, także dlatego, że to media społecznościowe odgrywają dziś kluczową rolę w kształtowaniu opinii publicznej, a ponad połowa internautów w krajach wysoko rozwiniętych wskazuje na nie jako źródło pozyskiwania informacji. Przykładem tego wpływu była afery Cambridge Analytica z 2016 r., gdy dane dziesiątków milionów internautów – nieodpowiednio zabezpieczone przez Facebooka – zostały użyte m.in. do dystrybucji w mediach społecznościowych spersonalizowanych treści wspierających kampanię wyborczą Donalda Trumpa w wyborach prezydenckich i zwolenników wyjścia Wielkiej Brytanii z UE. Afery

udowodniła, jak manipulowanie opinią publiczną potrafi wpłynąć na zachowania wyborcze.

Przebieg procesu regulacyjnego w Australii. Podobnie jak w innych krajach, również w Australii tradycyjne media, tracąc przychody reklamowe na rzecz platform cyfrowych, prowadziły wieloletnią kampanię lobbingową na rzecz wprowadzenia „podatku od linków” (*link tax*). Na jej czele stał globalny magnat mediowy pochodzenia australijskiego Rupert Murdoch – właściciel stacji telewizyjnej Fox News i przedsiębiorstwa News Corp, kontrolującego 70% australijskiego rynku prasy i wydającego m.in. „The Wall Street Journal” czy „The Daily Telegraph”. Presja doprowadziła do powstania projektu ustawy wymuszającej na platformach cyfrowych zawarcie umowy z twórcami w sprawie opłat za udostępnianie tworzonych przez nich treści. W przypadku nieosiągnięcia porozumienia cenę miał ustalać regulator, Australian Competition and Consumer Commission (ACCC). Ponadto media miały otrzymać prawo do negocjowania zmian w algorytmach wyświetlania treści. Za każde nadużycie platformy miały płać kary do 10 mln dolarów australijskich bądź do 10% krajowego przychodu. W odpowiedzi na te propozycje dwie główne platformy cyfrowe – Facebook i Google – zagroziły wyłączeniem swych usług. Podczas negocjacji z rządem Google zaczął jednak zawierać umowy z twórcami, a jako zwolennik podatku zadeklarował się inny gigant technologiczny –

Microsoft. W konsekwencji stroną sporu pozostał tylko Facebook, zmagający się z poważnymi problemami wizerunkowymi w związku z prowadzonymi przeciwko niemu postępowaniami (m.in. antymonopolowym wytoczonym w grudniu 2020 r. w USA). Dążąc do wymuszenia zmian, Facebook wyłączył – bez wcześniejszej zapowiedzi – możliwość oglądania i udostępniania treści chronionych prawem autorskim. Wyłączenie dotyczyło także stron rządowych agencji zdrowia, co utrudniło obywatelom dotarcie do ważnych ogłoszeń związanych ze zwalczaniem pandemii COVID-19. Ten krok został jednogłośnie skrytykowany, a jego konsekwencje unaocznily, jak wielki jest wpływ Facebooka na życie Australijczyków, tym samym wzmacniając argumentację zwolenników regulacji. Pomimo krytyki i negatywnego nastawienia opinii publicznej do Facebooka, narastała jednocześnie presja internautów, by rząd doprowadził do porozumienia przywracającego jego usługi. Skutkiem było uchwalenie 24 lutego br. przez australijski parlament złagodzonej wersji przepisów. Najistotniejszą zmianą było postanowienie o uznaniu dotychczasowego wkładu platformy w sektor mediów. Oznacza to, że regulator będzie mógł wyłączyć wybrane na tej podstawie platformy spod nowych przepisów. Na takie wyłączenie liczą Google i Facebook, które zobowiązały się zainwestować w najbliższych trzech latach po miliard dolarów na rzecz podmiotów tworzących treści. Ponadto wprowadzone zostało dwumiesięczne moratorium na osiągnięcie porozumień z twórcami. Facebook rozpoczął proces negocjacji od podpisania umów z największymi australijskimi mediami („Wielką Trójką”): News Corp, Seven West Media i Nine Entertainment.

Wcześniejsze próby regulacji. Próby uregulowania relacji między twórcami a *Big Tech* miały wcześniej miejsce w Unii Europejskiej. Swoje wersje „podatku od linków” wprowadziły Niemcy w 2013 r. oraz Hiszpania w 2015 r. W przypadku Niemiec Google zareagował jedynie usunięciem wprowadzeń do niemieckich artykułów, zaś w przypadku Hiszpanii całkowicie wyłączył dostęp do Google News. W wyniku tych decyzji niemieccy wydawcy zaobserwowali 40-procentowy spadek ruchu na swoich witrynach, co sprawiło, że zdecydowali się zawrzeć ugody, na mocy których mają udostępniać treści bez opłat. Hiszpańska wersja podatku nie dopuszczała natomiast nieodpłatnego porozumienia, a usługi Google News do tej pory pozostają w tym państwie niedostępne. W obu przypadkach lokalne media nie uzyskały dodatkowych przychodów, natomiast straciły znaczną część ruchu internetowego, wycenianego na dziesiątki milionów euro.

Odpowiedzią na asymetrię sił między państwem a platformą cyfrową, dla której pojedynczy rynek odpowiada za ułamek przychodów, ma być regulacja na poziomie całej Unii – Dyrektywa dotycząca praw autorskich na jednolitym rynku cyfrowym, która zaczęła obowiązywać 7 czerwca 2019 r. Wprowadza ona m.in. unijną wersję „podatku od linków”, nakłada na platformy cyfrowe obowiązek kontroli treści udostępnianych przez użytkowników i dopuszcza nieodpłatne ugody twórców z platformami. Jako pierwszą dyrektywę wdrożyła Francja, na co Google i Facebook zareagowały groźbą odcięcia lokalnych mediów od swych usług. W trakcie kilkunastomiesięcznej sprawy sądowej Google i organizacja zrzeszająca część francuskich mediów doszły do porozumienia, którego szczegóły nie zostały ujawnione. Większość pozostałych członków UE nie wdrożyła jeszcze dyrektywy z powodu pandemii i ma na to czas do czerwca br.

Perspektywy. Przypadek Australii jest pierwszym, umiarkowanym sukcesem systemowej regulacji relacji *Big Tech* i tradycyjnych mediów. We wcześniejszych próbach rządy ostatecznie ulegały platformom cyfrowym. Australijskiej regulacji bacznie przyglądały się państwa planujące podobne ustawodawstwo – przede wszystkim Wielka Brytania, Kanada i członkowie Unii Europejskiej – a precedens australijski może przyspieszyć ich działania, w tym wdrażanie unijnej dyrektywy dotyczącej „podatku od linków”. Działania Facebooka sprawiły, że w debacie publicznej będą się częściej pojawiać znacznie bardziej kompleksowe plany regulacji. Ich skuteczność będzie zależała m.in. od tego, czy platformy cyfrowe będą negocjować z rządami samodzielnie czy wspólnie. Duże znaczenie będzie miało praktyczne zastosowanie przyjętych przepisów – czy Google i Facebook zostaną wyłączone spod regulacji, jak będą przebiegać negocjacje platform z mniejszymi dostawcami treści, ile będzie nadużyć oraz jak wysokie ceny i kary zostaną nałożone. Państwa z relatywnie niewielkim i rozdrobnionym sektorem mediów, jak Polska, próbując działać samodzielnie, podzielą prawdopodobnie los Hiszpanii i Niemiec. Z perspektywy Polski korzystne jest więc regulowanie tych kwestii na poziomie UE, a pożądanym – realizowanie ich na forum OECD. Wiele zależy jednak od podejścia nowej administracji Stanów Zjednoczonych, gdzie znajdują się główne siedziby większości dużych spółek technologicznych, i które są największym dla nich rynkiem. Przypadek Australii może także przyczynić się do wznowienia prac nad wdrożeniem unijnej dyrektywy dotyczącej „podatku od linków”.