

לכבוד
ד"ר שלמה קרעי, שר התקשורת, משרד התקשורת
עו"ד מיכל כהן, הממונה על התחרות, רשות התחרות
עו"ד מאיר לוין, המשנה ליועמ"שית (משפט כלכלי), משרד המשפטים
ח"כ דוד ביטן, יו"ר ועדת הכלכלה
ירושלים

16 בספטמבר 2024

י"ג אלול תשפ"ד

פנייה דחופה של יצרני תוכן ישראליים בעניין השתלטות חברות טכנולוגיה זרות על שוק הפרסום

על רקע פתיחת המשפט בארה"ב נגד גוגל בעניין שימוש לרעה בכוחה בשוק הפרסום הדיגיטלי, ובהמשך לפסיקת בית המשפט הפדרלי בחודש שעבר כי גוגל מהווה מונופול בשוק החיפוש המקוון, יצרני התוכן הישראליים, **מעריב, גלובס, ישראל היום, ג'רוזלם פוסט, וואלה, מאקו, תחנות הרדיו האזורי - רדיו צפון, 103FM ו-99FM, ורדיוס 100FM, והערוצים המסחריים - קשת ורשת**, מבקשים לפנות אליכם בדחיפות כדלקמן:

תעשיית התוכן הישראלית עוברת בעשור האחרון שינוי מואץ, במסגרתו תכנים ישראליים מופקעים על ידי ענקיות דאטה וטכנולוגיה זרות. חברות זרות אלה מהוות חיץ, מלאכותי ובלתי מוצדק, בין יצרן התוכן הישראלי לצרכן הישראלי.

השינוי הגלובאלי האמור, במסגרתו תאגידי ענק מתחזקים על חשבון יצרני תוכן מקומיים, הוא תהליך צפוי בשוק המתנהל כ-"מערב פרוץ" – שוק שמאפשר לשחקנים זרים חזקים לפעול ללא כל רגולציה, אחריות לתכנים או חובות השקעה, וללא כל קושי מלנצל את כוח השוק שלהם.

רוב המדינות המפותחות בעולם, זיהו את החשש התחרותי שמציבות ענקיות הטכנולוגיה הבינלאומיות על התחרות בתחום התקשורת העצמאית, על הדמוקרטיה ועל שוק היצירה והתרבות המקומית, טיפלו ומטפלות בו. ב-5 השנים האחרונות ישנה התערבות הולכת וגוברת מצד מדינות רבות שמטרתה למנוע פגיעה בתחרות באמצעות אסדרת פעילותן של ענקיות הדאטה והטכנולוגיה הפועלות בשטחן ומניעת ניצול מעמדן לרעה. כך בארה"ב, האיחוד האירופי, אנגליה, אוסטרליה, ניו-זילנד ועוד.

בשונה ממדינות גדולות ודוברות אנגלית, התוכן הישראלי, הוא מוצר בעל מאפיינים ייחודיים, המשרת שווקים קטנים, בעיקר בגלל תחומי העיסוק והשפה העברית. לתוכן הישראלי אין תחליף: גופי התקשורת הישראליים מייצרים תוכן עיתונאי מקומי, לצד תכנים נוספים הנוגעים לנימי החוויה והתרבות הישראלית, על שלל גווניה. בניגוד לחברות הענק הזרות, למתחרים המקומיים בתחום התקשורת הישראלית אחריות מלאה על התכנים שהם מפרסמים. הם כפופים לרגולציה מקומית, לכללי אתיקה עיתונאיים, ולחקיקה המקומית בנושאים של פרטיות ולשון הרע.

אירועי ה-7 באוקטובר והחודשים שלאחר מכן הוכיחו יותר מכל עד כמה חשוב לשמור על קיומם של גופי תקשורת מקומיים ועל יכולתה של התקשורת הישראלית לספק לציבור מידע קריטי, עדכני ואמין. די לדמיין מה היה קורה לו אזרחי ישראל היו נאלצים להסתמך על הידיעות השקריות שהסתובבו ברשתות החברתיות במהלך מלחמת "חרבות ברזל" וההשלכות האפשריות של הסתמכות זו על העורך הישראלי. בזמנים בהם מדינת ישראל מצויה במלחמה על הבית ועל הלגיטימציה שלה בעולם, ענקיות הטכנולוגיה מתנערות מן האסדרה לה כפופים גופי התקשורת המקומיים, והן משמשות במה לגורמים שונים להפצת תעמולת אויב, אנטישמיות, וצריבת טראומה אישית ולאומית. בניגוד לאסדרה כאמור, הן נמנעות מהסרה של תכנים פוגעניים כנגד ישראל, אך מגד, למיטב הבנתנו, פועלים להסרת תכנים פרו-ישראליים, תוך טענה שהם מתבססים על אלגוריתמים שונים שאינם חשופים לציבור.

אנו קוראים לרגולטורים ולמשרדי הממשלה השונים, לפעול במהירות ובנחישות, בדומה למדינות רבות בעולם, על מנת למנוע את הפגיעה המדאיגה בתחרות בתחום ייצור התוכן המקומי. אין אנו מבקשים כי ישראל תיזום בעצמה מהלכי אסדרה חדשניים, אלא תיישם בדומה למדינות אחרות בעולם את האסדרה הקיימת בתחום התחרות ובתחום התקשורת בישראל ואף תצטרף ותאמץ כללי רגולציה שנוספו בעניין זה בעולם.

ברחבי העולם מתבצעות פעולות משמעותיות לאכיפה שתכליתה מניעת ניצול לרעה של כוחן המונופוליסטי של ענקיות האינטרנט. רק בתחילת חודש אוגוסט פסק בית המשפט הפדרלי בווינגטון כי גוגל היא מונופולין בתחום החיפוש המקוון, המפר את חוק ההגבלים האמריקני ופוגע בתחרות. רשות התחרות בישראל עד עתה נמנעה מלעסוק בניצול מעמדה לרעה של חברות הענק הזרות בשוק הפרסום ובשוק התכנים המקומי, וזאת על אף שמעבר להשלכות התחרותיות והכלכליות הברורות, בטיטוריה ייחודית כמו ישראל, העדר התערבות עלול להביא לצמצום כמעט מוחלט של תכנים מקומיים.

1. השתלטות ענקיות טכנולוגיה זרות על תחום הפרסום והתוכן הישראלי

אתרי האינטרנט, מנועי החיפוש והרשתות החברתיות החלו את פעילותם המשמעותית בישראל בתחילת שנות ה-2000. בתחילת דרכן, שימשו הפלטפורמות האינטרנטיות, בעיקר כנותנות שירותי אחסון למשתמשים ו"מארחות תוכן" שהועלה על ידי גולשים. לכן התפיסה הרגולטורית הרווחת שעיצבה את התעצמותן השקטה של פלטפורמות האינטרנט הייתה שאין להטיל עליהן את אותה רגולציה החלה על כלל יוצרי התוכן המקומיים, שכן היא תביא לפגיעה בחופש הביטוי במרחב האינטרנטי.

עם התפתחות האינטרנט החלו להופיע פלטפורמות המיועדות להפצת תוכן ממספר בלתי מוגבל של משתמשים (יוטיוב, פייסבוק, טוויטר, סנאפצ'אט, אינסטגרם וטיקטוק); לצד פלטפורמות המפיצות תוכן משל עצמן (נטפליקס, אפל טיוי, אמזון ודיסני פלוס) ומנועי חיפוש הממליצים על תוכן כדי למכור על גביו שטחי פרסום (גוגל). ענקיות האינטרנט חדלו להיות "במה ניטרלית" להצגת תוכן למשתמשים לפני שנים ארוכות, והפכו למנגנון טכנולוגי רב עוצמה שנועד להפיק רווח מתוכן של אחרים. מטרותן של הפלטפורמות הזרות היא לעשות שימוש בכוחו המונופוליסטי על מנת להשאיר את המשתמש סגור בגבולות הפלטפורמה ולמנוע ממנו זליגה לפלטפורמות אחרות אשר יצרו את התוכן בעצמן. כך הן משמרות מעמד דומיננטי וכוח שוק משמעותי במקטעים שונים של שוק הפרסום והתוכן המקומיים.

באין רגולציה ועם יתרונות משמעותיים בתחומי הטכנולוגיה, פלטפורמות אלה הפכו לבעלות כוח משמעותי בשוק התוכן והפרסום הישראלי. כוחן של פלטפורמות אלו התעצם כאשר הן לא הוכפפו לאותה רגולציה ולאותו דין אליהם הוכפפו יצרני התוכן המקומיים הנדרשים, לכל הפחות, לשאת באחריות בקשר לתכנים אותם הם מפרסמים. מהצד השני, הפלטפורמות הזרות מסתמכות על התוכן המקומי, ועל המגבלות החלות על יצרני התוכן המקומיים, ומפיקות לעצמן הכנסה מהתכנים המקומיים. בשוק הפרסום, לפלטפורמות הזרות שירותים, שיטות מכירה וטירגוט הנובעים מכוח השוק שצברו, בהם יצרני התוכן המקומיים לא יכולים להתחרות, כגון: מכירה פומבית למיליוני מציעים באותו זמן ושימוש במידע של משתמשים בישראל שנאסף על ידם.

הפגיעה התחרותית ויתרון האל-תחרותי של ענקיות האינטרנט ניכר נכון לשנת 2023 מחלקן בתחום הפרסום הדיגיטלי בישראל. תחום זה נשלט ברובו על ידי ענקיות אינטרנט זרות, כאשר גוגל מחזיקה ב-42% מהפרסום בדיגיטל ופייסבוק ב-25%. שתי הענקיות החזיקו יחד ב-67% מהפרסום הדיגיטלי בישראל.¹ לעומתן מחזיקים כלל האתרים הישראליים במצטבר בכ-17% בלבד מהפרסום הדיגיטלי בישראל. לצורך ההשוואה, במבט גלובלי, לגוגל ופייסבוק נתח שוק קטן מזה שבישראל והן מחזיקות ב-49.5% מהפרסום הדיגיטלי.²

על אף שהמצב התחרותי בישראל חמור מזה הקיים במדינות אחרות בעולם, הרגולטורים השונים ברחבי העולם לא קפאו על השמרים ופעלו לריסון כוחן של ענקיות האינטרנט.

2. חשיבותו של תוכן מקומי בעידן של חברות ענק גלובליות - בעולם ובישראל בפרט

יצרני התוכן הישראלי, כשם כן הם – חברות מקומיות המייצרות תוכן ישראלי, בעברית, שנועד לפנות בראש ובראשונה לציבור הישראלי, לבטא את סדר היום ותחומי העניין המקומיים ולהציג את התרבות הישראלית על שלל רבדיה.

בימי המלחמה הולך ומתחדד הקשר המשמעותי שיש לישראלים עם התוכן המקומי, בעיתונות, בדיגיטל, בטלוויזיה וברדיו. ימי המלחמה אף הבהירו כי יצרני התוכן הישראלי הם היחידים המייצרים תוכן סביבו יכול הציבור להתכנס בימים קשים, ולסמוך על מהימנותו, בזמן אמת.

ליצרני התוכן הישראלי תרומה מכרעת לפרנסתם של עשרות אלפי מועסקים בתעשייה הישראלית, באופן ישיר ובאופן עקיף, כנגזרת מהשקעתם בהפקה מקומית. ככל שיצרני התוכן הישראלי יפגעו, תפגע התעשייה המקומית והציבור הישראלי יוותר בעיקר עם תכנים של חברות בינלאומיות, אשר אין להן זיקה לתרבות הישראלית המקומית, לשפה העברית ולישראל. תוכן מקומי, ובעיקר חדשות ואקטואליה, הוא מוצר בעלי היבטים ציבוריים-דמוקרטיים, המחייבים הגנה מירבית. עקרון יסוד של אסדרת תחום התוכן והחדשות בישראל ובעולם הוא שהגנה ממשלתית על תכנים אלה תבטיח את המשך קיומה של תקשורת עצמאית וחופשית.

¹ ביחס לכלל הפרסום בישראל היה חלקו של הפרסום הדיגיטלי בסוף שנת 2023 67%, בעוד שהפרסום בטלוויזיה היווה 27%, והפרסום ברדיו, בעיתונות וכי' היווה אחוז חד ספרתי בלבד. הנתונים לשנת 2023 מתוך דוח של חברת בקרה (Bakara)

² <https://www.themarket.com/advertising/2024-02-08/ty-article-magazine/premium/0000018d-84b5-d424-abad-9ffd8c1f0000>

3. הרגולטורים ברחבי העולם התעוררו: יוזמות חקיקה ואסדרה של גופים בעלי כוח שוק משמעותי:

העדר הפיקוח והרגולציה על המרחב האינטרנטי בישראל נותר כשהיה במשך שנים ארוכות. אולם, בשנים האחרונות, אנו עדים להתפתחות משמעותית מאד בעולם שכוללת: יוזמות חקיקה, אסדרה ופיקוח מצד רגולטורים רבים שמטרתם, לטפל במספר נושאים עיקריים: (1) האיום הממשי על התחרות הקיימת בשווקים המקומיים שבהם פועלות הענקיות הבינ"ל; (2) התפשטות תכנים בלתי חוקיים, פוגעניים, או שקריים; (3) האיום על פרטיות המשתמשים. מדינות וגופים בינ"ל מעצבים מחדש את היקף החסינות של פלטפורמות אינטרנטיות ומתנים חסינות זו בעמידה בתנאי סף מסוימים. בחזית מגמה זו עומד האיחוד האירופי, שבשנת 2022 חוקק את ה-Digital Services Act (ה-DSA) ואת ה-Digital Markets Act (ה-DMA). אחריו התעוררו יוזמות דומות ברחבי העולם. למגמות אלה הצטרפה לאחרונה ארה"ב (6.8.2024) בפסיקה תקדימית של בימ"ש פדרלי לפיה גוגל הפרה את חוק ההגבלים העסקיים האמריקני ופעלה באופן בלתי חוקי כדי לשמר את מעמדה המונופוליסטי בתחום החיפוש המקוון.

בין היוזמות שיפורטו בנספח למכתבנו זה ניתן למנות: חקיקה המונעת אפליה במתן שירותים ושימוש במידע אישי; חקיקה המקנה לרגולטור המקומי סמכות להטלת קנסות על פלטפורמות הענק במקרה של הפרות; חקיקה המגנה מפני תכנים מזיקים; חקיקות שונות המחייבות את פלטפורמות הענק לשלם ליצרני התוכן מקומיים עבור התוכן שלהם; הליכים משפטיים שונים נגד הפרות תחרותיות ופגיעה בקטינים; ועוד.

4. סיכום

תחום יצירת התוכן בישראל חיוני לשימור השפה והתרבות המקומית בעידן הגלובלי. תקשורת מקומית מהווה את אחד מאבני היסוד של הדמוקרטיה. מזה שנים פועלים בישראל גופי עיתונות, רדיו וטלוויזיה, המציבים סטנדרט מקצועי, מביאים לכל בית בישראל מידע מגוון, מבוסס, אחראי ומבוקר. לא יהיה מופרז לומר כי יש חשש של ממש, שללא נקיטת צעדים דחופים ומיידיים, נגיע לנקודת אל חזור שבה נראה את אותם גופים ישראלים אלו הולכים וגוועים ומנגד את אותן ענקיות זרות מנצלות את מעמדן לרעה ומשתלטות על השיח הציבורי תוך טשטוש הגבולות בין אמת לבדיה, בין ניוז לפייק-ניוז ובין מעשייה למעשה, בהתאם למגמה העולמית המדאיגה.

נוכח היקף המשאבים העצום של ענקיות האינטרנט ביחס ליצרני התוכן המקומיים, ויכולתן של הענקיות לעשות שימוש בכוחן האל-תחרותי ללא פיקוח וללא ביקורת (שיויונית ובכלל), עלולה להפגע באופן אנוש התחרות בשוק התוכן והיצירה המקומיים.

סקרנו פעולות שונות ומגוונות שנעשות ברחבי העולם, במישור החקיקתי, הרגולטורי והמשפטי, ביחס לפלטפורמות האינטרנט הענקיות ולטיפוח תוכן מקומי. פעולות אלה נדרשות ביתר שאת בישראל, מדינה קטנה דוברת שפה ייחודית בעלת שווקי תוכן ופרסום קטנים, בוודאי בהשוואה למדינות אותן סקרנו.

אנו קוראים לגורמי הממשלה והאסדרה לפעול בדחיפות בחקיקה, אסדרה ואכיפה, אל מול הסכנה הנשקפת לתחום התוכן הישראלי כולו: עיתונות כתובה, אינטרנט, טלוויזיה ורדיו, אל מול השתלטותן של ענקיות האינטרנט הזרות תוך ניצול כוחן לרעה. בנפרד, על הגורמים האמורים להגן על צרכן התוכן הישראלי באינטרנט, ולמזער את חשיפתו לתכנים שקריים, לא חוקיים וממכרים, ללא שקיפות או גילוי נאות.

מבין הפעולות המתבקשות ניתן למנות: אכיפת דיני התחרות בנוגע לפעולותיהן של ענקיות האינטרנט; ריסון כוח השוק של ענקיות אינטרנט, כפי שנעשה בחקיקת האיחוד האירופי; קידום חקיקה שתגן על היצירה של יצרני התוכן המקומיים והשימוש בתכניהם, כנעשה בקנדה, אוסטרליה ובארה"ב; לחייב את הפלטפורמות הזרות לנקוט באמצעים שיגנו על הציבור מ"פייק ניוז" ותכנים לא חוקיים כנעשה בעולם, תוך השלמת עבודתה של "הועדה להתאמת המשפט לאתגרי החדשנות והאצת הטכנולוגיה" בנושא.

בברכה,

יצרני התוכן הישראליים שלעיל.

האיחוד האירופאי, ה-DMA

ה-DMA מחייב חברות הפועלות באיחוד האירופי ומוגדרות על ידי הנציבות האירופית כשומרות סף (Gate Keepers) למנוע אפליה במתן שירותיהן, להימנע מביצוע עסקאות בלעדיות באספקת שירותים, להימנע משימוש במידע אישי רגיש לצורכי פרסום, להימנע מהעברת מידע בין שירותים שונים ללא הסכמה וליצור מנגנונים פנימיים לפיקוח על יישום הוראות החוק.

בשנת 2023 הגדירה הנציבות האירופית שש חברות כשומרות סף, ביניהן: Alphabet (הבעלים של גוגל), Apple, Amazon, ByteDance (הבעלים של Tiktok) ו-Meta (הבעלים של וואטסאפ, מסנג'ר, פייסבוק ואינסטגרם). הנציבות הצהירה כי היא בוחנת את הגדרתה של X (טוויטר) כשומרת סף.

במקרה של חשד להפרת הוראות החוק, נציבות האיחוד האירופי מוסמכת לפתוח בחקירה שבסופה תוכל להטיל קנסות על החברות בגובה של עד 10% מההכנסות העולמיות של כל קבוצה, וקנסות של עד 20% במקרים של הפרות חוזרות. במקרים של הפרות עקביות, הנציבות תוכל לכפות על קבוצה שומרת סף למכור חלקים מעסקיה או לאסור על קבוצה שומרת סף לרכוש שירותים נוספים הקשורים להפרותיה.

חקיקה המחייבת פלטפורמות אינטרנטיות לפצות יצרני חדשות מקומיים על שימוש בתכניהם

The News Media Bargaining Code באוסטרליה

החוק שנכנס לתוקף בשנת 2021 קובע מסגרת דרכה פלטפורמות אינטרנטיות שפועלות באוסטרליה ישלמו עבור תוכן חדשותי אותו הן מפרסמות או מנגישות באמצעות קישור בפלטפורמה. מטרת החוק היא לתמוך ביצרני החדשות אשר נפגעו באופן משמעותי בשל שליטתן של הרשתות החברתיות בשוק התוכן והפרסום באוסטרליה. הרגולטור האוסטרלי קידם את החוק אשר לדבריו נועד להגן על כלב השמירה של הדמוקרטיה האוסטרלית. החוק קובע חובת ניהול משא ומתן בין הצדדים עבור שימוש בתוכן חדשותי מקומי. במידה שהצדדים לא מגיעים להסכמות החוק קובע מנגנון של בורות וסמכות של הרגולטור לקבוע מחיר עבור התוכן. החוק חל על פלטפורמות להן כוח מיקוח משמעותי יחסית לזה של יצרני החדשות האוסטרליים.

The Online News Act בקנדה

ביוני 2023 אושר החוק שבדומה לחוק האוסטרלי מחייב פלטפורמות אינטרנטיות לנהל משא ומתן עם יצרני תוכן חדשותי עבור שימוש בתוכן שלהם. גם מטרתו של חוק זה היא שפלטפורמות בינלאומיות ישלמו עבור תוכן חדשותי אשר נוצר על ידי יצרני חדשות מקומיים.

בשנים 2022-2023 פרסמו מספר מחוקקים אמריקאים בקונגרס הצעת חוק דומה לאלה שהוצגו לעיל, המאפשרת ליצרני חדשות לנהל משא ומתן קולקטיבי מול פלטפורמות אינטרנטיות המנגישות באופן קבוע תוכן חדשותי מבלי לשלם עבורו.

הליכים משפטיים

בימים אלה הוכרעה בארה"ב תביעה פדרלית של משרד המשפטים האמריקני נגד Alphabet, במהלכה מואשמת ענקית הטכנולוגיה כי ניצלה את מעמדה לרעה ופגעה בתחרות בשוק שירותי החיפוש באינטרנט, על ידי כך ששילמה לאפל

ולחברות אחרות מיליארדי דולרים כדי שמנוע החיפוש של גוגל יהיה ברירת המחדל בסמארטפונים ובמחשבים. פסק הדין התקדימי מיום 6.8.2024³ קבע כי גוגל פעלה באופן בלתי חוקי בשוק החיפוש המקוון על מנת לשמר את מעמדה המונופוליסטי בשוק. הקנסות שבצד הפרות אלה טרם הוכרעו, אך במבט צופה עתיד, משמעות הפסיקה, היא כי גוגל וחברות ענק בעלות מאפיינים דומים, צפויות לשנות את המודל העסקי שלהן. בהודעה לעיתונות מסר התובע בתיק "הניצחון נגד גוגל הוא ניצחון היסטורי לעם האמריקני. אף חברה, לא משנה כמה היא גדולה או בעלת השפעה, היא מעל החוק".⁴

לפני כשנה, נתבעה Meta על ידי יותר מ-40 מדינות בארה"ב בגין שימוש ביודעין בפיצ'רים שהוטמעו באינסטגרם ובפייסבוק שמטרתם לגרום להתמכרות של ילדים לרשתות חברתיות, בין היתר על ידי שימוש בנוטיפיקציות ועידוד ל"גלילה אינסופית". בכך הפרה Meta את חוקי הגנת הצרכן האמריקניים האוסרים על שידול לא הוגן של ילדים לשירות.

בשנת 2022 הגישו אלפי חברות תוכן בריטיות תביעה ייצוגית נגד Alphabet על סך 16 מיליארד דולר, על כך שהחברה הכתיבה תנאי שוק ומחירים שהטיבו עם גוגל בשוק הפרסום הדיגיטלי, על ידי ניצול כוח מונופוליסטי ושימוש בפרקטיקות אנטי-תחרותיות. על פי מחקר שהגישו החברות הבריטיות לרשות התקשורת הבריטית, החברות המקומיות הפסידו כ-40% מהכנסתן הפוטנציאלית בגלל הפעולות של גוגל.

בשנת 2021 שיגרו 44 תובעים כלליים ממדינות שונות בארה"ב מכתב הדורש מ-Meta שלא ליצור שירות אינסטגרם לילידים מתחת לגיל 13 בשל ההשפעות השליליות שיש לרשתות חברתיות על הרווחה הנפשית של ילדים צעירים וכשלונה של החברה להגן על ילדים בעבר.

פעולות יזומות לחיזוק התוכן המקומי

על מנת לשמר את התעשייה המקומית, רגולטורים וגורמי ממשלה שונים מכירים בכך שלא ניתן להתעלם מהשלכות פעילות ענקיות האינטרנט על התוכן המקומי, כי אין מדובר על תחרות בריאה ואיתנה וכי בלא נקיטת צעדים על ידם, תעשיית התוכן המקומית לא תוכל להמשיך. בשל כך מתקיימות פעולות שמטרתן לעודד את גורמי התוכן המקומיים להמשיך וליצור.

בבריטניה, רשות התקשורת הבריטית פרסמה בשנת 2021 את הדו"ח המקיף "Small Screen: Big Debate"⁵ שכל עניינו התאמת שוק השידורים הבריטי לכניסתן של השחקניות הגלובליות לשוק הפרסום והתוכן, מתוך הכרה בחשיבות ופגיעות שוק התוכן הבריטי המקומי, והצורך לדאוג שתכנים מקומיים ימשיכו להתקיים לנוכח התחזקותם של תכנים גלובליים.

האיחוד האירופאי, ה-DSA

ה-DSA שאושר בפרלמנט האירופי ונכנס לתוקף בנובמבר 2022, חל באופן אוטומטי על כל מדינות האיחוד האירופי שלא מסור להן שיקול דעת לאופן הטמעתו.

³ https://storage.courtlistener.com/recap/gov.uscourts.dcd.223205/gov.uscourts.dcd.223205.1033.0_3.pdf

⁴ <https://www.justice.gov/opa/pr/justice-department-statements-us-district-court-district-columbias-decision-us-v-google>

⁵ <https://www.smallscreenbigdebate.co.uk/statement>

בין היתר, מחייב החוק את מי שהוגדרו בחוק "פלטפורמה גדולה מאוד",⁶ לבצע הערכה של כל הסיכונים המערכתיים שעשויים להתרחש כתוצאה מהשימוש בשירותיהם, כגון: הפצתו של תוכן בלתי חוקי, פגיעה בפרטיות, זכויות קטינים או צרכנים ועוד. החוק מסמך את הנציבות האירופית להורות על צעדים בנוגע למצבי חירום. החוק אף מטיל חובה למנות ולממן מבקר חיצוני שיפעיל ביקורת על עמידת הפלטפורמות השונות בהוראות ה-DSA. עוד קובע החוק חובה למנות רגולטור ייעודי עצמאי לפיקוח על מפעילי הפלטפורמות; מינוי איש קשר בפלטפורמה שיאפשר תקשורת ישירה עם רשויות המדינה באופן מקוון; מינוי נציג משפטי שיהיה אחראי על עמידה בהוראות החוק בכל מדינה באיחוד בה הפלטפורמה מבקשת לתת שירות; חובת דיווח לרשויות על פעילות בלתי חוקית; וחובת מסירת מידע לצרכי אכיפה.

בריטניה, The Online Safety Act 2023

חוק הבטיחות ברשת בבריטניה⁷ מסמך את שר החוץ הבריטי לפקח ולטפל בתכנים פוגעניים. החוק מחייב פלטפורמות ורשתות חברתיות לבצע סריקות לאיתור פורנוגרפיית ילדים, ולפעול כנגד תכנים לא חוקיים או מזיקים שמפורסמים על ידי משתמשים. פלטפורמות או רשתות חברתיות שלא יפעלו לפי חובתן זו יהיו כפופות לקנסות של עד 18 מיליון פאונד או בסך 10% ממחזורן השנתי – לפי הגבוה. החוק מסמך את רשות התקשורת הבריטית לחסום גישה לאתרים פוגעניים, ומחייב רשתות חברתיות מסוימות להבטיח גישה חופשית לאתרים בעלי חשיבות עיתונאית או דמוקרטית.

⁶ TikTok, Twitter, Facebook, Google Maps, Google Play, Instagram, Ali Express, Amazon Marketplace, Apple App store, Booking.com, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, XVideos, YouTube Wikipedia, etc.
בנוסף, גוגל ובינג הוגדרו כמנועי חיפוש גדולים מאוד.

⁷ <https://www.legislation.gov.uk/ukpga/2023/50/enacted>