APPEALS CENTRE EUROPE

Appeals Centre Europe
Raport dotyczący przejrzystości

Październik 2025 to Wrzesień 2026

Czym zajmuje się Appeals Centre Europe?

Kim jesteśmy

- Appeals Centre Europe jest niezależnym pozasądowym organem rozstrzygania sporów certyfikowanym na podstawie art. 21 unijnej ustawy o usługach cyfrowych (DSA). Pozwala to osobom i organizacjom w UE kwestionować decyzje platform mediów społecznościowych dotyczące treści, które mogą, ale nie muszą, naruszać warunki korzystania z tych platform.

- Obecnie zajmujemy się serwisami **Facebook**, **Google Maps**, **Instagram**, **Pinterest**, **Threads, TikTok** i **YouTube**.

- W okresie objętym niniejszym raportem (październik 2025 – wrzesień 2026) przyjmowaliśmy spory dotyczące:
  - **kont, które zostały zawieszone** w ciągu ostatnich sześciu miesięcy.
  - **treści, które zostały usunięte** w ciągu ostatnich sześciu miesięcy.
  - **kont lub treści, które zostały objęte ograniczeniami** (np. poprzez dodanie ekranu ostrzeżenia do posta lub demonetyzację konta) w ciągu ostatnich sześciu miesięcy.
  - **stron lub grup, które zostały usunięte** w ciągu ostatnich sześciu miesięcy.
  - potencjalnie naruszających zasady **treści, które zostały pozostawiane.**

- Chociaż t**reść może być w większości języków używanych w UE**, lnasze formularze należy wypełniać w języku niderlandzkim, angielskim, francuskim, niemieckim, włoskim, polskim lub hiszpańskim.

- **Niektóre zasady wykraczają poza zakres Appeals Centre lub art. 21 DSA,** co oznacza, że nie możemy przyjmować sporów w tych obszarach. Należą do nich zhakowane konta, prawa autorskie i materiały przedstawiające wykorzystywanie seksualne dzieci.

- Z czasem będziemy **rozszerzać nasze usługi** i **dodawać nowe zasady, platformy i języki.**

Aby zakwestionować decyzję podjętą przez platformę mediów społecznościowych, należy zgłosić spór na stronie: www.appealscentre.eu/pl

Czym się zajmujemy

Poniżej przedstawiamy, co się dzieje, gdy ktoś wysyła nam spór:

1. **Zgłoszenie sporu:** użytkownik mediów społecznościowych w UE wchodzi na stronę www.appealscentre.eu/pl. Po utworzeniu konta wypełnia krótki formularz, który zawiera wszystkie szczegóły dotyczące jego sprawy. Zgłoszenie sporu jest bezpłatne.
2. **Sprawdzenie kwalifikowalności:** Sprawdzamy, czy spór może zostać zweryfikowany zgodnie z art. 21 DSA (sprawa „dopuszczalna") i czy mieści się w naszym certyfikowanym zakresie i regulaminie (sprawa „kwalifikująca się"). Jeśli sprawa jest niedopuszczalna lub nie kwalifikuje się, lub nie otrzymaliśmy wystarczających informacji od użytkownika, wysyłamy do niego wiadomość z informacją, że nie możemy kontynuować tej sprawy.
3. **Treść żądania:** Następnie kontaktujemy się z odpowiednią platformą mediów społecznościowych, aby poprosić o treści i dodatkowe, istotne informacje związane ze sporem. Może to być treść, którą platforma usunęła; potencjalnie szkodliwa treść, którą pozostawiła; ostatnia część treści, która spowodowała zawieszenie czyjegoś konta lub inne informacje dotyczące sporu. Od października 2026 r., jeśli użytkownik zdecydował się zezwolić platformie na ponowną ocenę swojej pierwotnej decyzji, platforma ma na to maksymalnie 30 dni od naszego początkowego kontaktu z nią. Jeśli platforma nie cofnie swojej pierwotnej decyzji lub nie otrzymamy treści w ciągu 30 dni w przypadku sporów, w których platforma pozostawiła treści mogące naruszać zasady, możemy skorzystać z hiperłącza przekazanego przez użytkownika w celu zweryfikowania danych treści i podjęcia decyzji. W przypadku wszystkich kwalifikujących się rodzajów sporów, jeśli nie otrzymamy treści w terminach określonych w naszym regulaminie, możemy podjąć decyzję proceduralną na korzyść użytkownika.
4. **Podjęcie decyzji:** Nasz zespół ekspertów ocenia treści i podejmuje niezależną decyzję w sprawie tego, czy pierwotna decyzja platformy była zgodna z jej własnymi zasadami i standardami w zakresie praw podstawowych, do których odwołują się zasady tej platformy. Albo nie zgadzamy się z platformą („uchylamy" jej decyzję), albo zgadzamy się z platformą („podtrzymujemy" jej decyzję). Wysyłamy użytkownikowi i platformie wiadomość z naszą decyzją. Chociaż nasze decyzje nie są wiążące i to od platform zależy, czy je wdrożyć, muszą one angażować się w dobrej wierze. Naciskamy na platformy, aby konsekwentnie informowały użytkownika i nas o tym, czy wdrożyły nasze decyzje.

Aby dowiedzieć się więcej o swoich prawach wynikających z DSA z naszego Przewodnika wspierającego użytkownika, należy kliknąć **tutaj.**

Wstęp

Od października 2025 r. do września 2026 r. odnotowaliśmy ogromny wzrost liczby osób i organizacji wnioskujących o niezależną ocenę.[1] W tym okresie otrzymaliśmy 43 000 sporów, co oznacza, że – odkąd zaczęliśmy przyjmować spory w listopadzie 2024 r. – otrzymaliśmy ponad 65 000 sporów. Świadczy to o wyraźnej chęci ludzi z całej UE do kwestionowania decyzji platform mediów społecznościowych. Aby uwzględnić ten wzrost, nasz zespół ds. oceny spraw w Dublinie zwiększył się w ostatnich miesiącach ponad dwukrotnie.

W przypadkach, w których mogliśmy ocenić treści, w trzech czwartych przypadków (74%) unieważnialiśmy decyzje platform. Jest to o 15% więcej od wynoszącego 59% wskaźnika unieważnień w naszym ostatnim Raporcie przejrzystości. Studia przypadków zawarte w niniejszym raporcie ożywiają tę liczbę; od satyrycznych treści usuwanych przez systemy zautomatyzowane po homofobiczne nadużycia, które wymknęły się spod kontroli.

Po raz pierwszy włączyliśmy specjalny raport dotyczący oszustw i wyłudzeń do naszego Raportu przejrzystości. Od kwietnia do września 2026 r. był to obszar polityki, w którym otrzymaliśmy najwięcej kwalifikujących się sporów. W przypadku sztucznej inteligencji trudniej niż kiedykolwiek odróżnić fakty od fikcji, na przykład „fałszywe romanse" stanowiące deepfake i filmy dotyczące kryptowalut, które zachęcają ludzi do kopiowania złośliwego kodu z chata GPT. W przypadku oszustw i wyłudzeń, mowy nienawiści i innych obszarów wierzymy, że nasze decyzje mogą pomóc w stworzeniu mapy „zagrożeń systemowych" w mediach społecznościowych, w odniesieniu do których platformy muszą podejmować działania.

Podjęliśmy również działania mające na celu poprawę doświadczenia ludzi. Obejmuje to opracowanie Przewodnika wspierającego użytkownika w siedmiu językach, skrócenie średniego czasu naszych działań o dwa tygodnie i zapewnienie użytkownikom możliwości pozwolenia platformom na cofnięcie ich pierwotnej decyzji w przypadku pierwszego kontaktu z nimi z naszej strony.

[1] Okres ten (październik 2025 – wrzesień 2026) pokrywa się z okresem objętym naszym ostatnim Raportem przejrzystości (kwiecień 2025 – marzec 2026), ponieważ chcieliśmy w tym raporcie podać dane za cały rok.

Jednak pomimo pewnych postępów wielu osobom nadal odmawia się niezależnej oceny, do której mają prawo. Na przykład, pomimo zażądania od firmy Google między październikiem 2025 r. a wrześniem 2026 r. ponad 850 elementów treści, które nie były już dostępne publicznie, otrzymaliśmy tylko dwa elementy treści wymagane do oceny sporu podniesionego w związku z jej platformami. Chociaż nastąpiła pewna poprawa w zakresie udostępniania treści w związku z zawieszaniem kont przez firmę Meta, pozostaje to obszar, w którym użytkownicy często nie są w stanie uzyskać dostępu do konstruktywnych wyników na wszystkich platformach.

W związku z tym platformy muszą zintensyfikować swoje działania i przekazywać treści w przypadku każdego kwalifikującego się sporu na mocy DSA w związku z ciążącym na nich obowiązkiem angażowania się w ten proces w dobrej wierze. Ponadto, pomimo że decyzje wydawane w ramach pozasądowego rozstrzygania sporów nie są wiążące, wgląd we wskaźniki wdrażania tych decyzji przez platformy jest słaby, co oznacza, że nawet gdy treści są przekazywane, a użytkownicy otrzymują od organu pozasądowego rozstrzygania sporów decyzję na swoją korzyść, nie jest jasne, w jakim stopniu platformy podejmują kolejny krok i wdrażają te decyzje. Obecnie trwają prace nad ustaleniem „dobrych praktyk" w odniesieniu do art. 21 aktu o usługach cyfrowych. Proces ten jest prowadzony przez krajowych koordynatorów ds. usług cyfrowych przy udziale Komisji Europejskiej w ramach trzeciej grupy roboczej Rady ds. Usług Cyfrowych. Istotne jest, aby zalecenia, jakie z niego wynikną, poprawiły doświadczenia ludzi związane z korzystaniem z organów pozasądowego rozstrzygania sporów, takich jak Appeals Centre.



Streszczenie dla kierownictwa

Od października 2025 r. do września 2026 r. Appeals Centre Europe:

- Otrzymało **43 000 sporów** od osób i organizacji w UE, które kwestionowały decyzje podjęte przez platformy mediów społecznościowych
- Średnio jest to jeden spór **co 12 minut**

Ponad 19 600 z tych sporów oceniono wstępnie jako kwalifikujące się i poddano ocenie

Do końca września 2026 r. podjęliśmy **ponad 16 800 decyzji** w tych sporów:

- W przypadku prawie **5 000 decyzji** co do których udało nam się **zweryfikować treści , w 74% spraw nie zgadzaliśmy się z decyzją platformy**

W przypadku **12 000 decyzji ,** podjęliśmy decyzje proceduralne, ponieważ nie byliśmy w stanie samodzielnie ocenić treści:

- W przypadku **ponad 10 000** z tych decyzji nie otrzymaliśmy treści od platformy i **podjęliśmy decyzję proceduralną na korzyść użytkownika**
- W przypadku **prawie 2 000** z tych decyzji stwierdziliśmy, po zweryfikowaniu informacji przekazanych przez platformę, że użytkownik nie był uprawniony do zadośćuczynienia na podstawie art. 21 Ustawy o usługach cyfrowych, i podjęliśmy decyzję **proceduralną na korzyść platformy**

Streszczenie dla kierownictwa

W przypadkach, w których platformy **pozostawiły treści** po zgłoszeniu naruszenia przez nie ich zasad...

...nie zgodziliśmy się z platformami w: [2]

- **99%** spraw dotyczących **treści brutalnych i drastycznych**
- **92%** spraw dotyczących **niebezpiecznych organizacji**
- **91%** spraw dotyczących **przemocy i podżegania**
- **86%** spraw dotyczących **oszustw i wyłudzeń**
- **82%** spraw dotyczących **mowy nienawiści**

...i zgodziliśmy się z platformami w:

- **64%** spraw dotyczących **standardów reklamowych**
- **54%** spraw dotyczących **dezinformacji**

W przypadkach, gdy platformy **usunęły lub ograniczyły treści** z powodu naruszenia ich zasad...

...nie zgodziliśmy się z platformami w:

- **60%** spraw dotyczących **oszustw i wyłudzeń**
- **51%** spraw dotyczących **towarów i usług objętych ograniczeniami**

...i zgodziliśmy się z platformami w:

- **65%** spraw dotyczących **mowy nienawiści**
- **57%** spraw dotyczących **nagości osób dorosłych**

W przypadkach, gdy platformy **zawiesiły lub ograniczyły konta** w związku z naruszeniem ich zasad...

...zgodziliśmy się z platformami w:

- **78%** spraw dotyczących **nagości osób dorosłych**
- **72%** spraw dotyczących **towarów i usług podlegających regulacjom**
- **65%** spraw dotyczących **oszustw i wyłudzeń**

[2] Włączamy do tych rankingów tylko te obszary polityk, (1) w przypadku których podjęliśmy ponad 30 decyzji po ocenie treści, (2) w przypadku których cofaliśmy lub podtrzymywaliśmy decyzję platformy w ponad 50% takich spraw oraz (3) które zaliczały się do 5 obszarów polityk, w jakich najczęściej unieważnialiśmy lub podtrzymywaliśmy tego typu decyzje.

5 czołowych krajów pod względem liczby zgłoszonych kwalifikujących się sporów (w liczbach bezwzględnych):

1. Francja
2. Belgia
3. Hiszpania
4. Włochy
5. Niemcy

5 czołowych krajów pod względem liczby zgłoszonych kwalifikujących się sporów (na obywatela):

1. Belgia
2. Malta
3. Cypr
4. Słowacja
5. Francja

5 najważniejszych obszarów polityki kwestionowanych przez Appeals Centre Europe:

1. Mowa nienawiści
2. Oszustwa i wyłudzenia
3. Zawieszenie lub ograniczenie konta
4. Nagość osób dorosłych i treści o charakterze seksualnym
5. Wykorzystywanie dzieci i znęcanie się nad nimi

Od października 2025 r. do września 2026 r.:

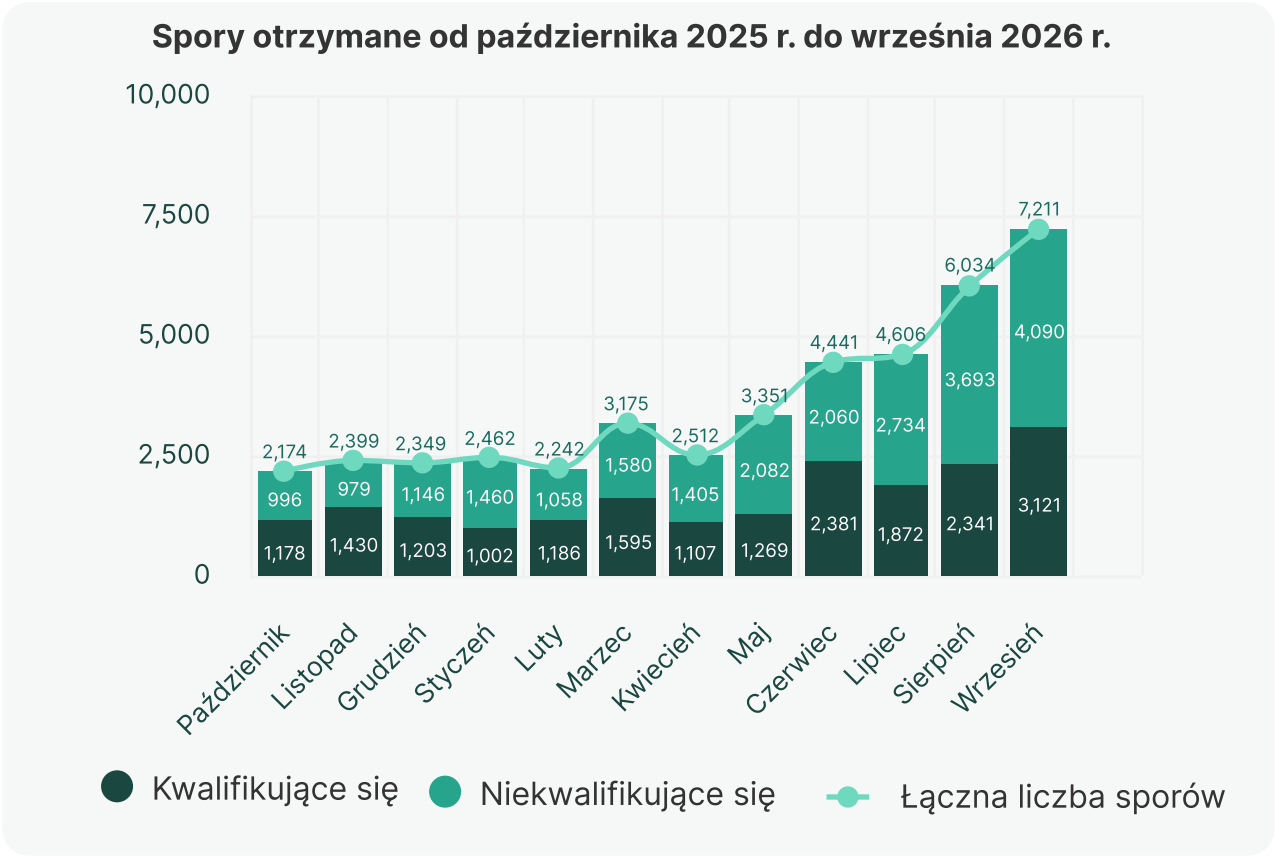
> We wrześniu 2026 r. otrzymaliśmy **3 razy więcej sporów** niż w październiku 2025 r

> Rozszerzyliśmy zakres działania o nowe obszary, w tym **Mapy Google, spam oparty na treściach, wykorzystywanie seksualne dzieci** i **ograniczenia dotyczące treści**

> Pojawiliśmy się w **raporcie dotyczącym zagrożeń systemowych Europejskiej Rady ds. Usług Cyfrowych i Komisji Europejskiej,** w którym pokazaliśmy, jak można identyfikować i ograniczać takie zagrożenia w ramach sporów

> Opublikowaliśmy **„Przewodnik wspierający użytkownika”**, aby pomóc ludziom zrozumieć ich prawa wynikające z ustawy o usługach cyfrowych.

Statystyki syntetyczne

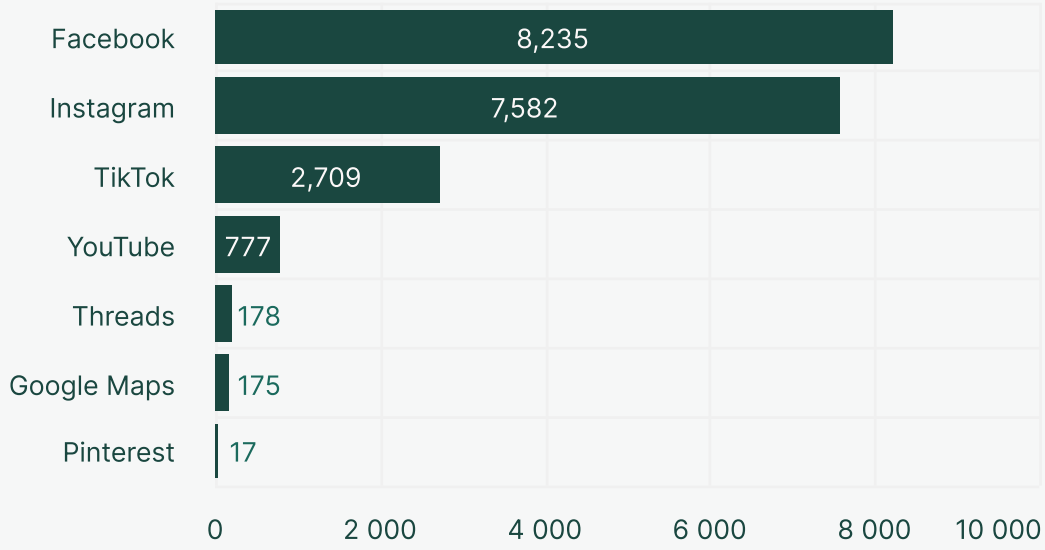


Od października 2025 r. do września 2026 r. otrzymaliśmy 42 956 sporów od osób i organizacji z całej UE, które chciały zakwestionować decyzję podjętą przez platformę mediów społecznościowych.[3] Nieco mniej niż połowę z nich (ponad 19 600 sporów) uznaliśmy, po ich odebraniu, za kwalifikujące się do oceny.[4]

Od maja do września 2026 r. obserwowaliśmy stały wzrost liczby sporów, które otrzymywaliśmy każdego miesiąca, z około 3300 w maju do 7200 we wrześniu. Wynikało to z prac, jakie podejmowaliśmy w celu poinformowania użytkowników o pozasądowym rozwiązywaniu sporów i ich nowych prawach wynikających z DSA.

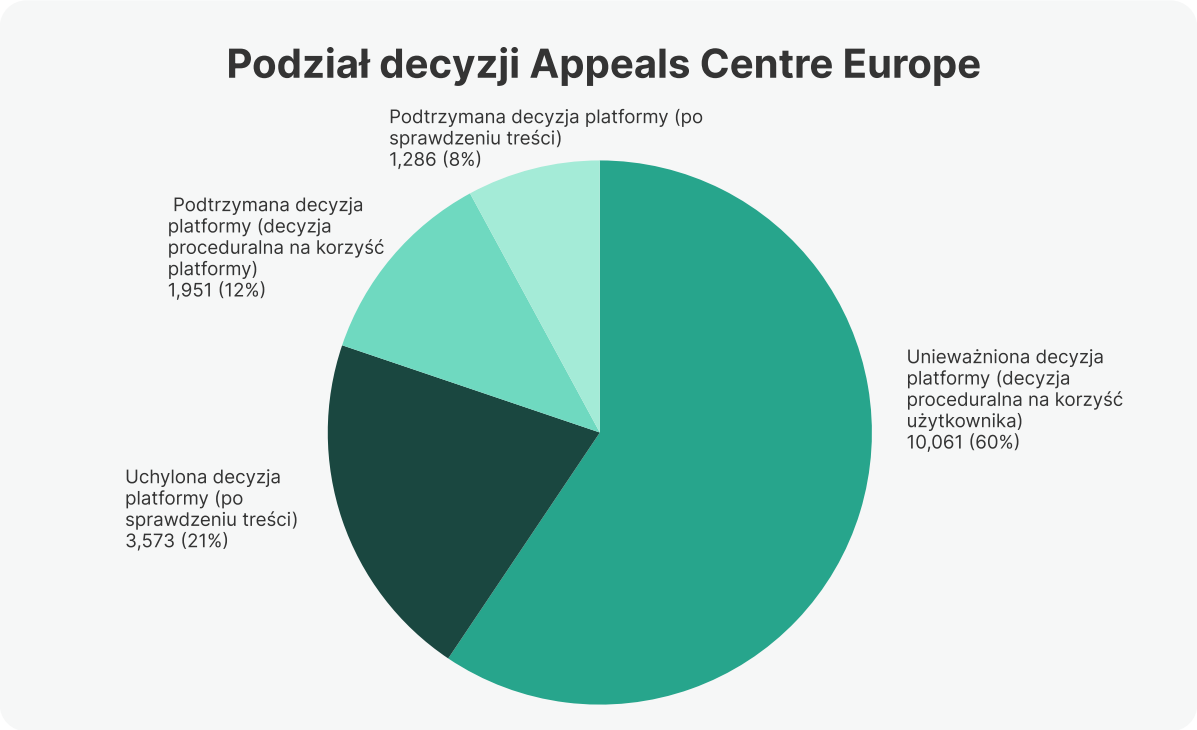
[3] Należy pamiętać, że niektóre liczby przedstawione na wykresie otrzymanych sporów różnią się względem poprzednich raportów przejrzystości. Ponieważ proces weryfikacji spraw obejmuje wymianę wiadomości z platformami, może to z czasem prowadzić do zmiany klasyfikacji spraw jako kwalifikujących się lub niekwalifikujących się. Różnice między raportowanymi liczbami są niewielkie.
[4] Kwalifikujące się przypadki to te, które należą do naszego obszaru działalności i zawierają wystarczające informacje do ich przeprocesowania.

Kwalifikujące się spory w podziale na poszczególne platformy mediów społecznościowych



Spośród 19 673 kwalifikujących się sporów, które otrzymaliśmy od października 2025 r. do września 2026 r., większość dotyczyła platform Facebook (ponad 8000 sporów) i Instagram (ponad 7500 sporów). Ponad 2700 kwalifikujących się sporów dotyczyło platformy TikTok, a ponad 750 platformy YouTube. W sierpniu 2026 r. zaczęliśmy przyjmować spory dotyczące Map Google – w sierpniu otrzymaliśmy około 50 kwalifikujących się sporów, a następnie, we wrześniu, ponad 125 sporów. Ze względu na małą liczbę sporów dotyczących platform Threads, Mapy Google i Pinterest danych tych nie przedstawiono w dalszej części niniejszego raportu.

W przypadku blisko połowy (49%) kwalifikujących się sporów osoby lub organizacje chciały przywrócić swoje konto. W przypadku 14% kwalifikujących się sporów osoby lub organizacje chciały przywrócenia własnych treści, natomiast w przypadku kolejnych 36% kwalifikujących się sporów chciały one, aby platforma usunęła treści, które ich zdaniem naruszały polityki. Ponieważ tylko 1% kwalifikujących się sporów dotyczyło użytkowników, którzy chcieli przywrócenia strony lub grupy, dane te nie są dalej wyodrębniane w niniejszym raporcie.



Od października 2025 r. do września 2026 r. Appeals Centre wydało ponad 16 800 decyzji w sprawie sporów zgłoszonych przez osoby fizyczne i organizacje w całej UE.[5] Wydanie tych decyzji zajęło nam średnio 47 dni. Czas ten był o 18 dni krótszy od okresu 65 dni, w jakim od kwietnia 2025 r. do marca 2026 r. wydawaliśmy decyzje i który wskazano w naszym ostatnim Raporcie przejrzystości.

W przypadku prawie 5000 decyzji, które wydaliśmy na podstawie otrzymanych i zweryfikowanych treści, uchyliliśmy decyzje platform w trzech czwartych (74%) takich spraw. Jest to o 15% więcej od wynoszącego 59% wskaźnika unieważnień w naszym ostatnim Raporcie przejrzystości. Najczęściej uchylaliśmy decyzje podjęte przez platformę YouTube (uchylając 93% jej decyzji), następnie platformę TikTok (77%), Instagram (75%) i Facebook (67%). Wysokie wskaźniki unieważnień pokazują, że użytkownicy mediów społecznościowych nie powinni automatycznie zakładać, że platforma ma rację, i warto zaskarżyć jej decyzję do Appeals Centre, gdzie zostanie ona poddana niezależnej weryfikacji.

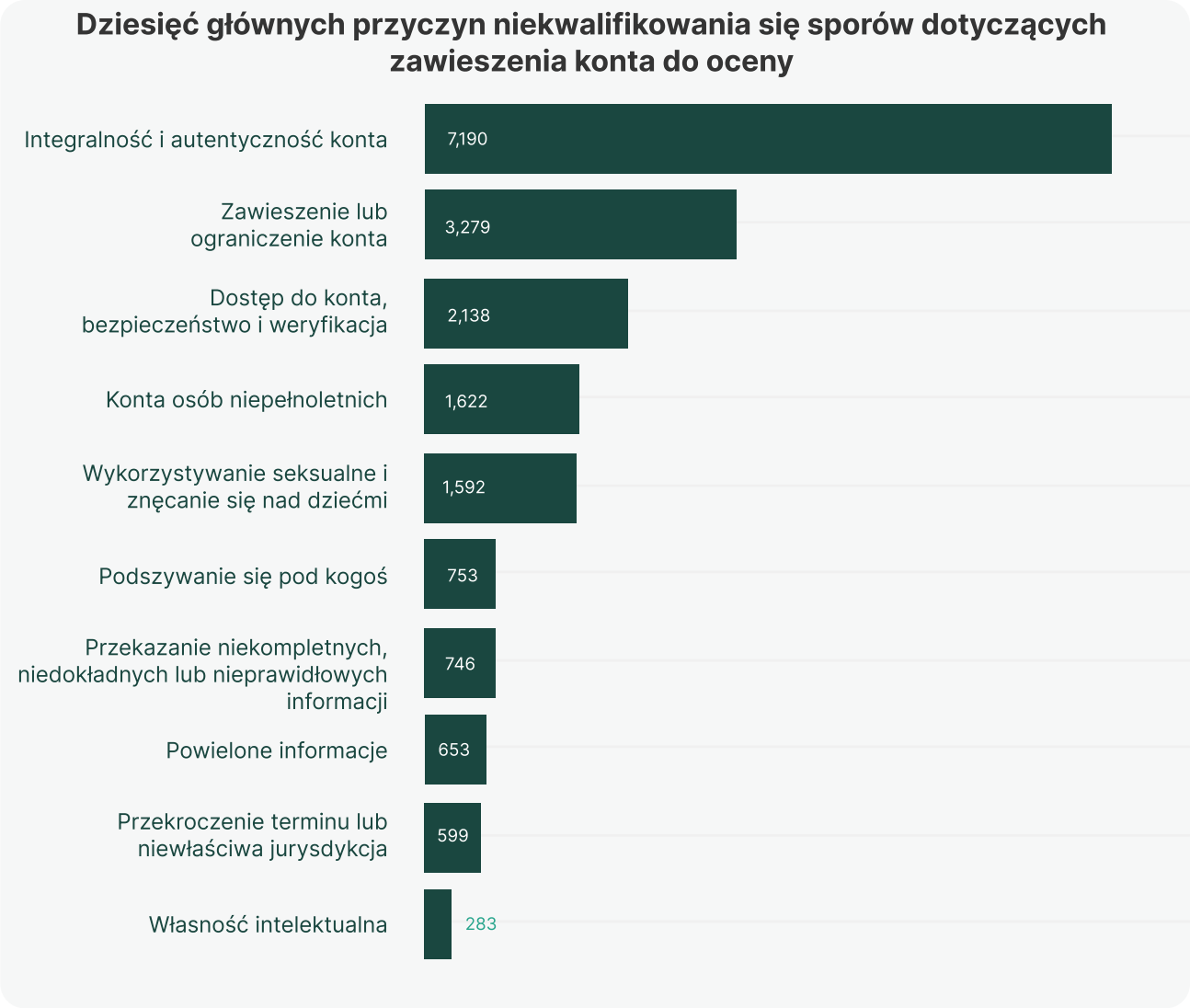
W pozostałych 12 000 przypadków podjęliśmy decyzje proceduralne. Ponad 10 000 z nich stanowiły decyzje proceduralne na korzyść użytkownika (wcześniej zwane „decyzjami zaocznymi"). W większości przypadków oznaczało to, że mimo iż spór kwalifikował się do rozpatrzenia, platforma nie przekazała nam treści i podjęliśmy decyzję proceduralną na korzyść użytkownika. Większość z nich to spory dotyczące zawieszenia konta, w których pomimo pewnych postępów platformy najczęściej nadal nie przekazują nam treści.

[5] Ze względu na zaokrąglenia, wartości procentowe na wykresach mogą nie zawsze sumować się dokładnie do 100%.

Mniej więcej 2000 pozostałych decyzji to decyzje proceduralne na korzyść platformy. W lutym 2026 r. zaczęliśmy podejmować tego rodzaju decyzje w sprawach, w których początkowo uważaliśmy, że użytkownik ma prawo do weryfikacji i ewentualnie do zadośćuczynienia na podstawie jego zgłoszenia, ale później ustaliliśmy, że sprawa nie wchodzi w zakres art. 21 DSA, jak wynika z materiałów przekazanych przez platformę.

Chociaż niniejszy raport zawiera kilka przykładowych przypadków, w których platformy wdrożyły nasze decyzje, nadal nie otrzymujemy spójnych danych na temat tego, czy platformy stosują się do nich. W październiku 2026 r. zezwoliliśmy osobom i organizacjom zgłaszającym spory na wybór „ponownej oceny przez platformę". Daje to platformie możliwość cofnięcia swojej decyzji (np. przywrócenia konta użytkownika lub usunięcia naruszających treści), gdy po raz pierwszy skontaktujemy się z nią w danej sprawie, i naprawienia błędu bez konieczności przeprowadzania przez nas pełnej oceny.

Platforma zawiesiła moje konto



Głównym powodem, dla którego spory dotyczące zawieszenia konta wykraczały poza zakres naszych działań, było to, że były one związane z „Autentycznością i wiarygodnością konta". Większość tych sporów wykraczała poza zakres naszych działań, ponieważ były one związane z zasadami dotyczącymi wiarygodności behawioralnej[6] kont, takimi jak polityki dotyczące cyberbezpieczeństwa i sieci aktorów (skoordynowane boty tworzące konta). Obejmuje to również połączone zawieszanie konta (gdy czyjeś konto na platformie Facebook zostaje zawieszone, konto tej osoby na platformie Instagram jest często także zawieszane).

Na drugim miejscu znajduje się „Zawieszenie lub ograniczenie konta", które może obejmować przypadki, w których działanie egzekucyjne ma charakter czysto behawioralny. Na trzecim miejscu znajduje się „Dostęp do konta, bezpieczeństwo i weryfikacja", obejmujące kwestie związane z włamaniami na konto. Na czwartym, piątym i szóstym miejscu znalazły się „Konta nieletnich", „Wykorzystywanie seksualne dzieci" oraz „Podszywanie się pod inne osoby". Chociaż rozważamy przyszłe rozszerzenie działalności na niektóre z tych obszarów, obecnie nie mamy środków technicznych (takich jak weryfikacja dowodu osobistego, prawa jazdy lub paszportu użytkownika), aby ustalić, czy użytkownik naruszył zasady korzystania z platform w zakresie tych obszarów.

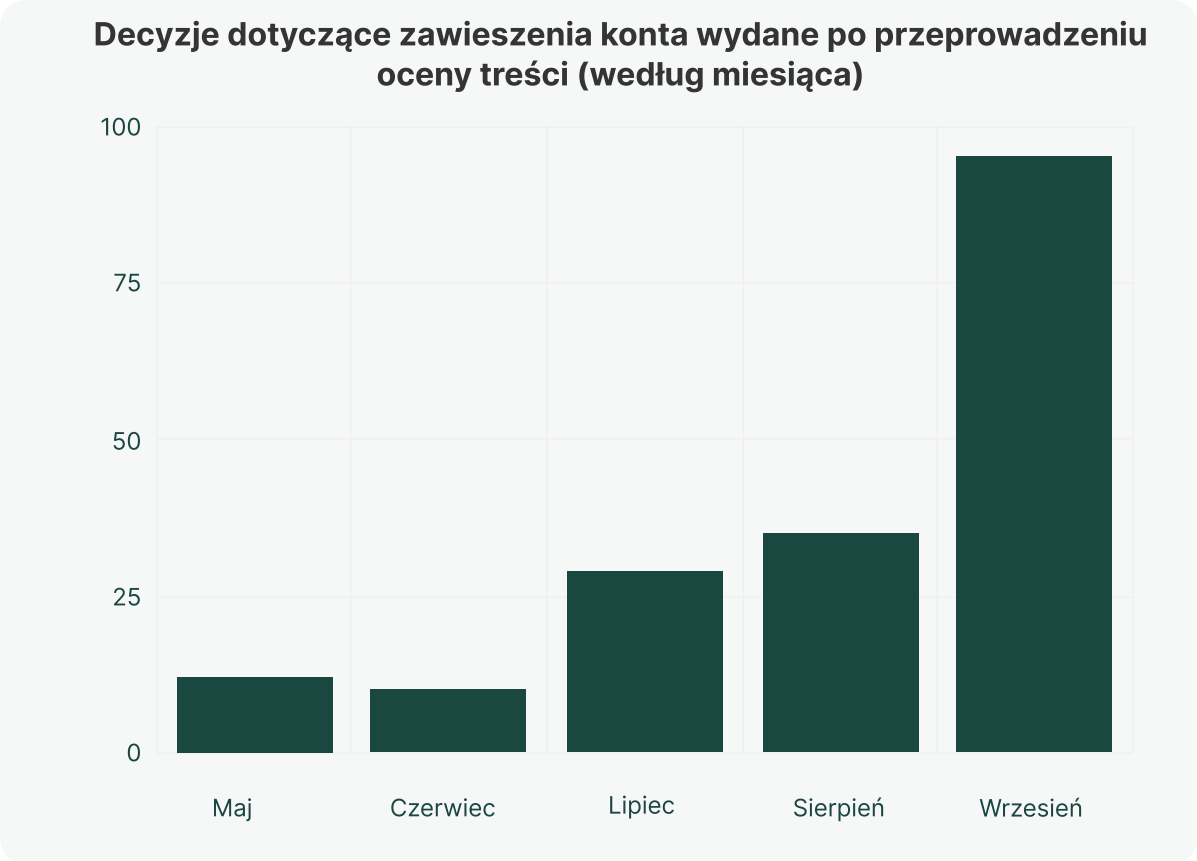
[6] Termin „behawioralny" odnosi się do sposobu, w jaki użytkownik zachowuje się na platformie (np. aktywność botów, hakowanie kont). Ponieważ obecnie nie mamy wglądu w dodatkowe informacje, które byłyby nam potrzebne do podejmowania decyzji w tego rodzaju sprawach, takich jak informacje techniczne w zakresie tego, czy użytkownicy zakładają wiele kont, czy hakują konta innych osób, nasze działania obecnie nie obejmują tych obszarów.

Kwalifikujące się spory dotyczące zawieszenia konta

Około 9600 próśb użytkowników o weryfikację zawieszenia konta wchodziło w zakres naszych działań (z czego 85% dotyczyło platformy Facebook lub Instagram). Użytkownicy ci z największym prawdopodobieństwem byli blokowani za rzekome naruszenie zasad platform dotyczących zawieszenia lub ograniczenia konta (2619 spraw), wykorzystywania dzieci i znęcanie się nad nimi (1424 sprawy), oszustw i wyłudzeń (1198 spraw), nagości osób dorosłych i treści seksualnych (1034 sprawy) lub ograniczeń treści, takich jak ograniczenie konta w celu uniemożliwienia zarabiania pieniędzy za jego pomocą (512 spraw).

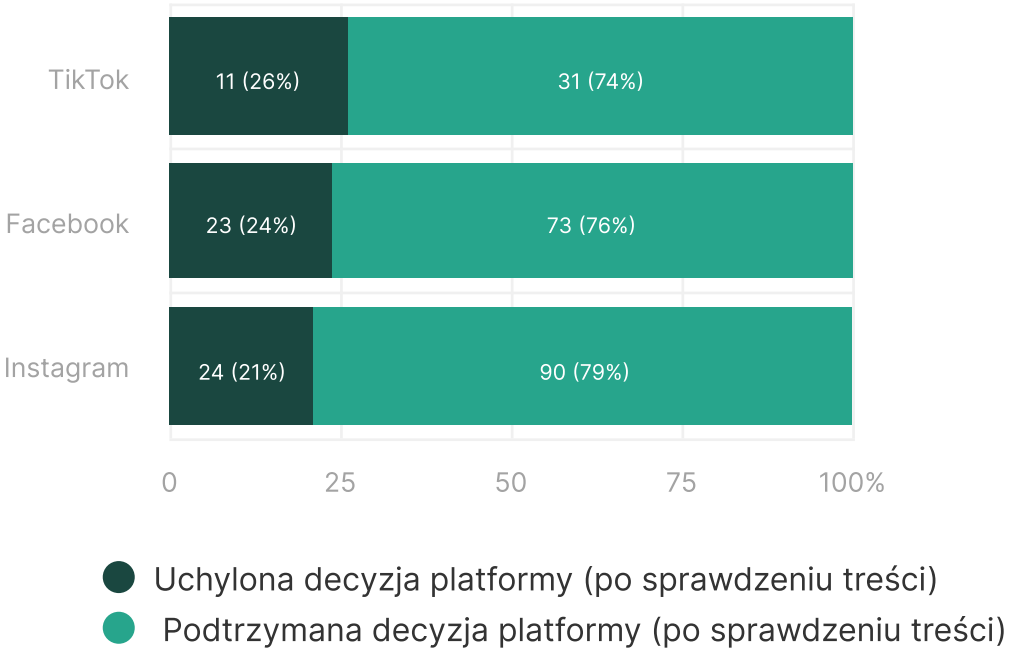
Od października 2025 r. do września 2026 r. wydaliśmy 8545 decyzji w sprawie sporów dotyczących zawieszenia konta. W przypadku 6442 spraw nie otrzymaliśmy treści od platformy i podjęliśmy decyzję proceduralną na korzyść użytkownika W przypadku kolejnych 1848 spraw podjęliśmy decyzję proceduralną na korzyść platformy po tym, jak po otrzymaniu odpowiedzi od platformy zdecydowaliśmy, że wykraczają one poza zakres art. 21 DSA.

Pozostałe 255 decyzji podjęliśmy po otrzymaniu treści od platformy. Chociaż jest to nadal mało, liczba ta wzrosła o 80% w stosunku do 142 decyzji dotyczących kont, które podjęliśmy od kwietnia 2025 r. do marca 2026 r. po otrzymaniu treści.



W ostatnich miesiącach liczba decyzji dotyczących zawieszenia konta, które wydaliśmy po otrzymaniu treści, wzrosła z około 10 miesięcznie w maju i czerwcu do około 30–35 miesięcznie w lipcu i sierpniu oraz prawie 100 we wrześniu. Na ten wzrost wpłynęło przekazywanie przez firmę Meta większej ilości treści związanych z zawieszaniem kont na platformach Facebook i Instagram. Chociaż jest to krok we właściwym kierunku, firma Meta musi przekazywać treści w przypadku każdej sprawy dotyczącej zawieszenia konta, jaka zostanie zgłoszona przez osoby w całej UE.

Decyzje dotyczące zawieszenia konta wydane po przeprowadzeniu oceny treści (według platformy)



W przypadku około jednej czwartej (23%) spraw, w których przeprowadziliśmy ocenę treści, uchyliliśmy decyzje o zawieszeniu kont podjęte przez platformy. Wskaźnik uchyleń był spójny na wszystkich platformach i wyniósł 21% w przypadku platformy Instagram, 24% w przypadku platformy Facebook i 26% w przypadku platformy TikTok.

Jeśli chodzi o obszary polityki, w przypadku których co najmniej 30 decyzji podjęliśmy po przeprowadzeniu oceny treści, najczęściej podtrzymywaliśmy decyzję o zawieszeniu lub ograniczeniu konta podjętą przez każdą platformę w związku z naruszeniem zasad dotyczących nagości osób dorosłych (78%), towarów i usług podlegających regulacjom (72%) oraz oszustw i wyłudzeń (65%).

Problemy związane z przekazywaniem treści nie ustępują

Po otrzymaniu zgłoszenia kwalifikującego się sporu o zawieszenie konta prosimy platformę o ostatnią treść z tego konta, która rzekomo naruszyła zasady. Jednak pomimo postępów poczynionych w ostatnich miesiącach w większości przypadków platformy nadal tego nie robią. Często otrzymujemy wiadomości od sfrustrowanych użytkowników, którzy czują, co jest dość zrozumiałe, że proces ten nie spełnił ich oczekiwań.

Obecnie w ramach procesu rekomendacji najlepszych praktyk opracowywane jest pewne rozwiązanie. W międzyczasie jednak platformy nadal mają obowiązek udostępniać przedmiotowe treści. Wzywamy platformy do dostarczania treści w związku z każdym kwalifikującym się przypadkiem, aby umożliwić użytkownikom korzystanie z ich prawa do niezależnej weryfikacji w ramach DSA.



Studium przypadku

Studium przypadku: Blokada legalnej włoskiej firmy na platformie Instagram

Użytkownik platformy Instagram z Włoch zgłosił do Appeals Centre spór po tym, jak jego konto zostało zablokowane za naruszenie zasad firmy Meta dotyczących podróbek i nieoryginalnych produktów. Użytkownik ten powiedział, że jego konto reprezentuje sklep działający w południowych Włoszech, który ma numer VAT. Firma Meta przekazała treści obejmujące post z reklamą designerskich torebek dostępnych w sprzedaży. Nic nie wskazywało na to, że produkty były podrobione, a witryna internetowa firmy wydawała się reprezentować prawdziwy sklep sprzedający autentyczne towary. Cofnęliśmy decyzję firmy Meta, zalecając usunięcie „blokady" z konta tego użytkownika na platformie Instagram. Po podjęciu przez nas tej decyzji firma Meta oświadczyła, że przeprowadziła weryfikację treści i nadal uważa, że naruszają one jej zasady.

Studium przypadku: Podtrzymanie decyzji firmy Meta o zablokowaniu użytkownika z powodu nienawiści do muzułmanów

Użytkownik z Niemiec zgłosił spór po tym, jak firma Meta zawiesiła jego konto na platformie Instagram z powodu nienawistnego zachowania. Firma Meta przekazała film, na którym kobieta mówi, że kiedy słyszy o gwałcie, zakłada, że sprawca jest muzułmaninem. Następnie pluje w kamerę. Uznaliśmy, że film ten narusza politykę firmy Meta dotyczącą nienawistnych zachowań, podtrzymując jej decyzję o „blokadzie" konta tego użytkownika na platformie Instagram.

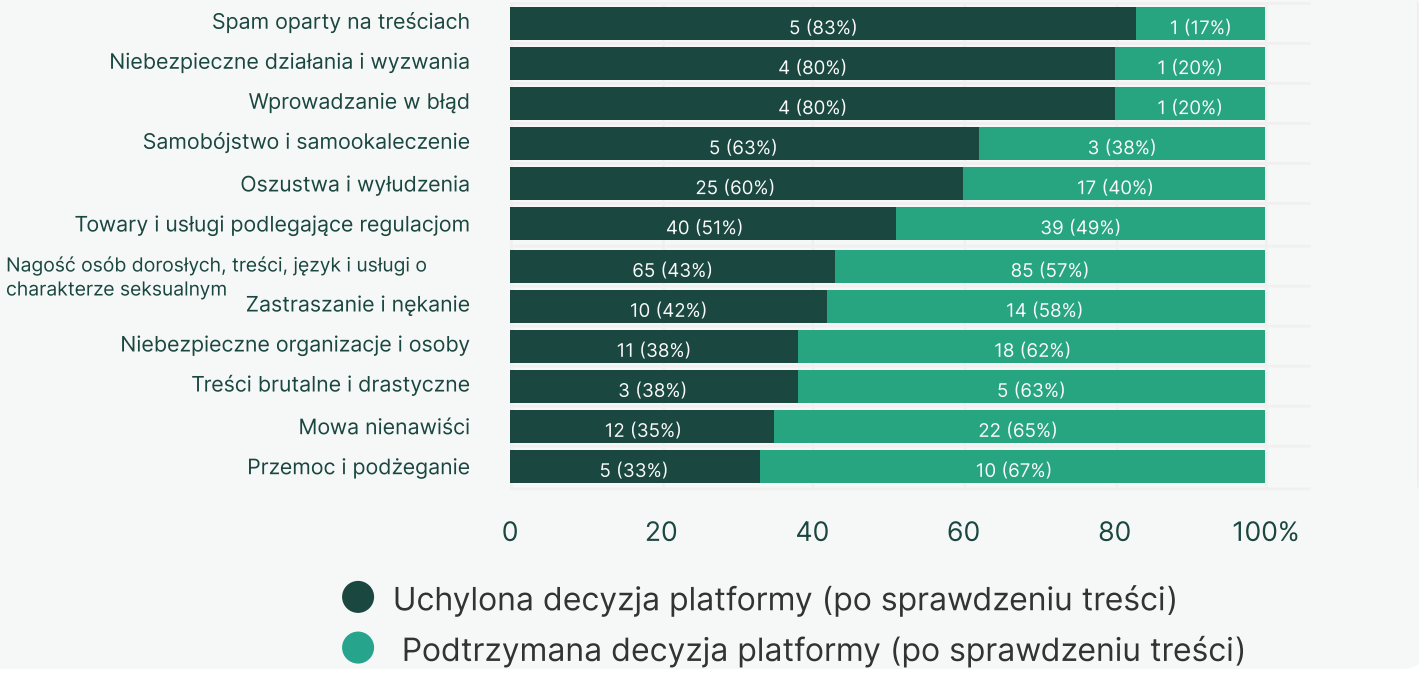
Platforma usunęła lub ograniczyła moje treści

Nadal widzimy setki postów, od doniesień informacyjnych po satyrę, które zostały niesłusznie usunięte lub ograniczone.

Od października 2025 r. do września 2026 r. otrzymaliśmy około 2800 kwalifikujących się sporów od osób, których treści zostały usunięte lub ograniczone z powodu rzekomego naruszenia zasad platform. Trzy główne obszary polityki, w przypadku których otrzymaliśmy kwalifikujące się spory, to nagość osób dorosłych i treści seksualne, ograniczenia dotyczące treści oraz towary i usługi podlegające regulacjom.

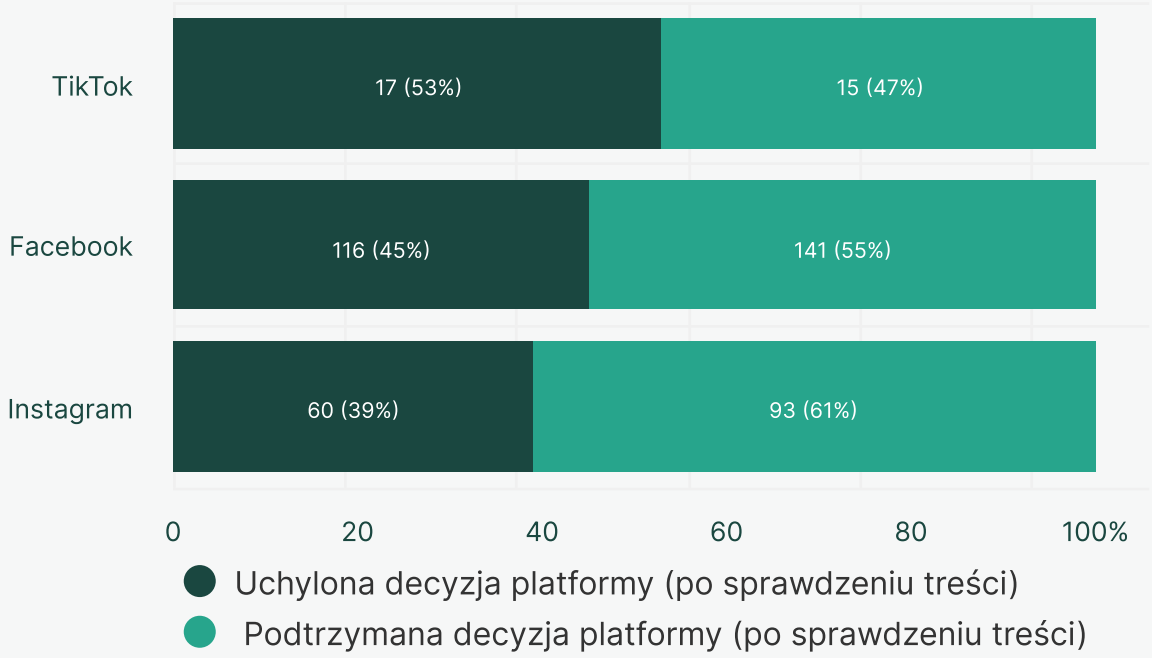
W tym okresie podjęliśmy ponad 2200 decyzji dotyczących treści, które zostały usunięte lub ograniczone. W przypadku trzech czwartych z nich platforma nie przekazała nam treści, co doprowadziło do podjęcia przez nas decyzji proceduralnej na korzyść użytkownika. W kolejnych 78 przypadkach podjęliśmy decyzję proceduralną na korzyść platformy po ustaleniu, w następstwie odpowiedzi przekazanej przez platformę, że użytkownik nie był uprawniony do zadośćuczynienia na podstawie art. 21 DSA. W przypadku prawie 450 pozostałych spraw, w których platforma przekazała nam treści, w 44% przypadków cofnęliśmy decyzję platformy.

Decyzje platformy dotyczące usunięcia lub ograniczenia treści użytkownika (według obszaru polityki)



Jeśli chodzi o obszary polityki, w przypadku których co najmniej 30 decyzji podjęliśmy po przeprowadzeniu oceny treści, najczęściej unieważnialiśmy decyzję platformy o usunięciu lub ograniczeniu treści podjętą w związku z jej polityką dotyczącą oszustw i wyłudzeń (co robiliśmy w 60% spraw), a następnie towarów i usług podlegających regulacjom (51%). Decyzję platformy podtrzymywaliśmy najczęściej w przypadkach, gdy usunęła lub ograniczyła ona treści za złamanie zasad dotyczących mowy nienawiści (65%) i nagości osób dorosłych (57%).

Decyzje platformy dotyczące usunięcia lub ograniczenia treści użytkownika (w rozbiciu na poszczególne platformy)



W przypadkach, w których platforma ograniczyła lub usunęła treści, a my byliśmy w stanie przeprowadzić ich ocenę, decyzje platformy TikTok unieważnialiśmy w nieco ponad połowie spraw (53% decyzji). W przypadku platformy Facebook wskaźnik ten wyniósł 45%, a w przypadku platformy Instagram – 39%.

Studium przypadku

Studium przypadku: Satyra dotycząca keczupu niesłusznie usunięta jako treści propagujące samookaleczanie się

Użytkownik platformy Facebook z Francji skierował spór do Appeals Centre po tym, jak opublikowany przez niego obraz został usunięty za rzekome naruszenie zasad firmy Meta dotyczących samobójstw i samookaleczania się. Użytkownik ten twierdził, że był to błąd techniczny automatycznych systemów firmy Meta. Firma Meta przekazała nam treści przedstawiające pękniętą torebkę z keczupem na ziemi, do której użytkownik dodał kreski symbolizujące ręce i miniaturowy pistolet. Podpis nad postem brzmiał „Rip...XD", przedstawiając śmiejącą się twarz. Cofnęliśmy decyzję firmy Meta dotyczącą usunięcia tych treści, zauważając, że firma może zechcieć ograniczyć je do osób w wieku 18 lat i starszych. Po wysłaniu naszej decyzji do użytkownika i platformy firma Meta ponownie zamieściła obraz na platformie Facebook.

Studium przypadku: Podtrzymanie decyzji platformy TikTok w sprawie usunięcia filmu z piosenką o tematyce faszystowskiej

Użytkownik platformy TikTok z Włoch zgłosił spór po tym, jak jego film został usunięty z powodu uznania go za mowę nienawiści. Platforma TikTok przekazała nam te treści. Na filmie było widać kobietę, która nakładała makijaż, a w tle słychać było piosenkę „Faccetta Nera". „Faccetta Nera" (czyli „mała czarna twarz") jest rasistowskim symbolem faszystowskiej ery Mussoliniego, który jest nadal używany do krzywdzenia zmarginalizowanych ludzi, zwłaszcza czarnoskórych kobiet. Ponieważ film ten złamał zasady platformy TikTok dotyczące wspierania lub rozpowszechniania nienawistnych ideologii, w tym symboli i obrazów związanych z nienawistnymi ruchami, podtrzymaliśmy decyzję platformy TikTok dotyczącą jego usunięcia. Wysłaliśmy swoją decyzję do użytkownika i platformy.

Platforma pozostawiła potencjalnie szkodliwe treści

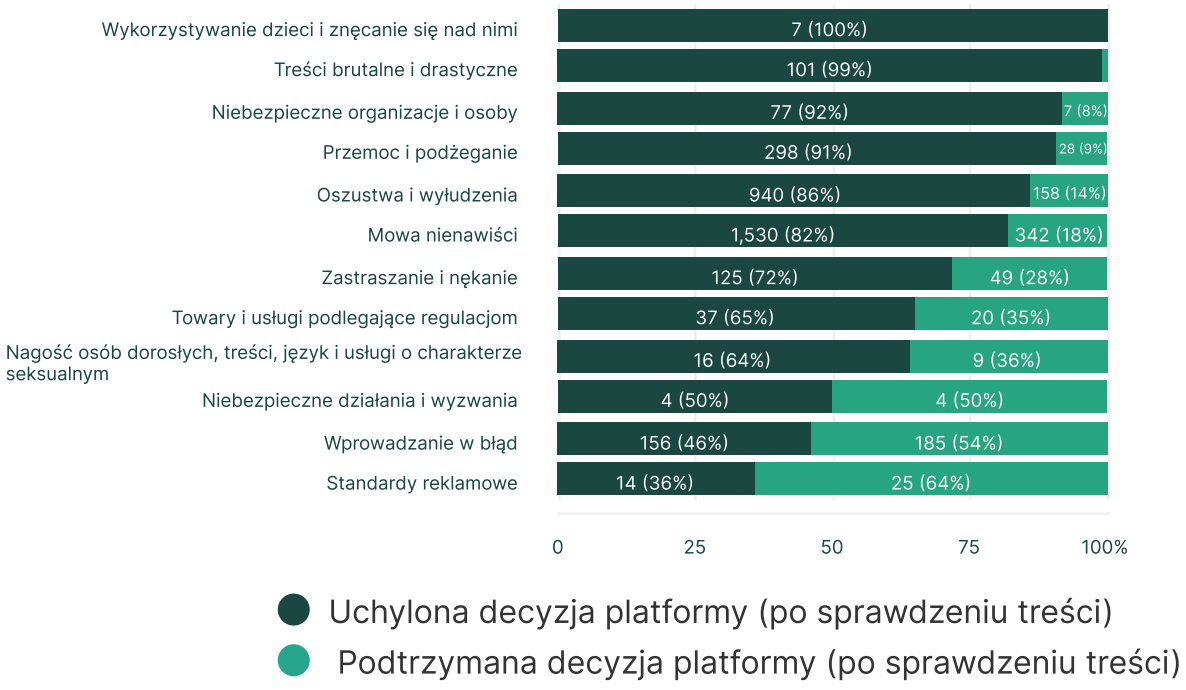
Nienawiść, nękanie i innego rodzaju treści naruszające zasady mają realne konsekwencje. Appeals Centre otrzymało wiele tysięcy sporów dotyczących takich treści, w tym treści antysemickich, islamofobicznych, mizoginicznych, rasistowskich, ksenofobicznych, antyromskich, homofobicznych i transfobicznych ataków na ludzi oraz społeczności.

Od października 2025 r. do września 2026 r. otrzymaliśmy ponad 7000 kwalifikujących się sporów dotyczących treści potencjalnie naruszających zasady, które pozostawiono na platformach mediów społecznościowych. Trzy główne obszary polityki, w przypadku których otrzymywaliśmy kwalifikujące się spory, to mowa nienawiści, oszustwa i wyłudzenia oraz przemoc i podżeganie.

Do końca września 2026 r. wydaliśmy ponad 5900 decyzji w tych kwalifikujących się sprawach.

W przypadku około 1750 z tych spraw platforma nie przekazała nam treści, co doprowadziło do podjęcia przez nas decyzji proceduralnej na korzyść użytkownika. W przypadku ponad 4100 pozostałych spraw, w których przeprowadziliśmy ocenę przedmiotowych treści, decyzję platformy unieważnialiśmy przez 80% czasu (wzrost o 17% od naszego ostatniego Raportu przejrzystości). Jest to najwyższy wskaźnik uchyleń spośród wszystkich rodzajów sporów.

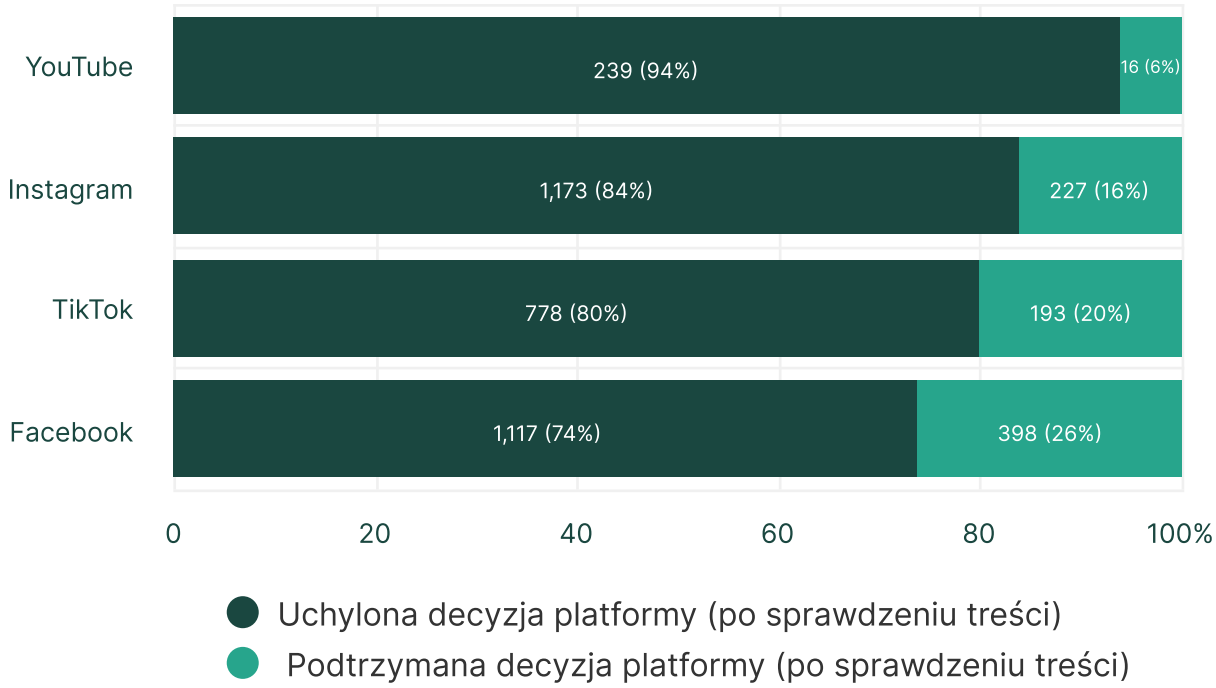
Decyzje o pozostawieniu treści na platformie (w rozbiciu na poszczególne obszary polityki)



Jeśli chodzi o obszary polityki, w przypadku których co najmniej 30 decyzji podjęliśmy po przeprowadzeniu oceny treści, najczęściej unieważnialiśmy decyzję platformy o pozostawieniu treści zgłoszonych przez użytkowników w związku z naruszeniem zasad dotyczących treści brutalnych i drastycznych (co robiliśmy przez 99% czasu), a następnie niebezpiecznych organizacji i osób (92%), przemocy i podżegania (91%), oszustw i wyłudzeń (86%) oraz mowy nienawiści (82%). Wysokie wskaźniki unieważnień w tych obszarach polityki, spośród których wiele wywołuje poważne skutki w świecie rzeczywistym, są niepokojące i rodzą pytania o skuteczność wdrażania tych polityk przez platformy. Niepokojące jest również to, że w wielu przypadkach, w których unieważniliśmy decyzje platform o pozostawieniu szkodliwych treści (w tym kilku przedstawionych w studiach przypadków zamieszczonych w niniejszym raporcie), treści te są nadal dostępne online.

Jeśli chodzi o obszary polityk, w przypadku których co najmniej 30 decyzji podjęliśmy po przeprowadzeniu oceny treści, najczęściej podtrzymywaliśmy decyzje platform o pozostawieniu treści zgłoszonych przez użytkowników w związku z naruszeniem zasad dotyczących standardów reklamowych (64%) i dezinformacji (54%).

Decyzje o pozostawieniu treści na platformie (w rozbiciu na poszczególne platformy)



W przypadku wszystkich platform unieważnialiśmy ich decyzje o pozostawieniu potencjalnie szkodliwych treści w co najmniej trzech czwartych przypadków, jeśli nie częściej. Jeśli chodzi o wszelkiego rodzaju polityki, najczęściej unieważniliśmy takie decyzje w przypadku platformy YouTube (unieważniliśmy 94% spraw, w których przeprowadziliśmy ocenę treści), a następnie platformy Instagram (84%), TikTok (80%) i Facebook (74%).

Studium przypadku: Film wygenerowany przez AI w celu nękania jego bohatera na platformie Facebook

Pewna osoba z Belgii zgłosiła do Appeals Centre spór dotyczący wygenerowanego przez AI filmu na platformie Facebook, na którym pokazana była jej twarz nałożona na tańczącą małpę. Osoba ta twierdziła, że ktoś użył jej zdjęcia profilowego do stworzenia tego filmu. Uznaliśmy, że film ten narusza zasady firmy Meta dotyczące nękania. Następnie wysłaliśmy naszą decyzję do użytkownika, który zgłosił te treści oraz do platformy.

Studium przypadku: Podtrzymanie decyzji firmy Meta dotyczącej pozostawienia posta na temat szwedzkich polityków

Użytkownik ze Szwecji zgłosił spór dotyczący posta, który został pozostawiony na platformie Facebook. W poście tym udostępniono film z wywiadów ze szwedzkimi politykami z ramienia socjaldemokratów, w tym byłą premier Magdaleną Andersson, z tekstem, w którym stwierdzono, że chociaż socjaldemokraci twierdzą, że ludzie muszą się przemieszczać ze względu na integrację, nie mówią, kto powinien się przemieszczać. W tytule zamieszczonym nad udostępnionym postem socjaldemokratów nazwano obrzydliwymi hipokrytami i zdrajcami. Przeprowadziliśmy ocenę tych treści i uznaliśmy, że obelgi zamieszczone w tytule nie stanowiły nękania zgodnie z zasadami firmy Meta, ponieważ ich celem były osoby publiczne. Podtrzymaliśmy decyzję firmy Meta dotyczącą pozostawienia tego posta i wysłaliśmy naszą decyzję do platformy oraz do użytkownika, który zgłosił te treści.

Oszustwa 2.0 – Oszustwa i wyłudzenia w mediach społecznościowych

Ponieważ ludzie spędzają więcej czasu w Internecie, oszuści idą w ich ślady. Oszuści często wykorzystują zaufanie ludzi, podszywając się pod autorytety, aby oszukać użytkowników. Natomiast sztuczna inteligencja, która umożliwia tworzenie deepfake za jednym dotknięciem przycisku, coraz bardziej utrudnia odróżnianie faktów od fikcji.

Media społecznościowe oferują oszustom doskonałą okazję do szybkiego rozpowszechnienia swojej wiadomości wśród dużej liczby osób. W badaniu przeprowadzonym przez organizację Austrian E-Commerce Trust Mark, na które europejska organizacja konsumentów BEUC powołuje się w raporcie Sponsorowanie przez oszustów, wykazano, że ponad połowa (54,7%) respondentów widziała fałszywe lub podejrzane reklamy na platformach, takich jak Facebook, Instagram i TikTok.[7]

Jakiego rodzaju oszustwa widzieliśmy do tej pory?

We wrześniu 2025 r. zaczęliśmy przyjmować od użytkowników spory dotyczące oszustw i wyłudzeń w mediach społecznościowych. Od tego czasu szybko stało się to jednym z naszych największych obszarów w przypadku sporów. W ciągu sześciu miesięcy od kwietnia do września 2026 r. otrzymaliśmy więcej kwalifikujących się spraw dotyczących oszustw i wyłudzeń niż w przypadku jakiegokolwiek innego obszaru polityki. Przez 12 miesięcy do września 2026 r. obszar oszustw i wyłudzeń był drugim co do wielkości obszarem, po mowie nienawiści, pod względem liczby kwalifikujących się sporów, jakie otrzymaliśmy.



„Od kwietnia do września 2026 r. otrzymaliśmy więcej kwalifikujących się spraw dotyczących oszustw i wyłudzeń niż w przypadku jakiegokolwiek innego obszaru polityki”.

Przyjmowaliśmy sprawy dotyczące wprowadzających w błąd programów kryptowalut, ofert kredytowych i inwestycyjnych, programów „szybkiego wzbogacenia się” i fałszywych romansów. Oszustwa w mediach społecznościowych są często wykorzystywane do łapania potencjalnych ofiar, które są następnie wciągane w coś innego. Mogą one przelać pieniądze, skopiować złośliwy kod lub przenieść rozmowę na grunt bezpośrednich wiadomości, w których można na nie łatwiej wpłynąć. Poniżej zamieściliśmy studia przypadków z całej UE dotyczące decyzji, które podjęliśmy w związku z oszustwami i wyłudzeniami.

[7] Austrian E-Commerce Trust Mark, „Von betrügerischer Online-Werbgeung umgeben: Zumindest jede zweite Person in Österreich betroffen’, www.guetezeichen.at/blog-detail/betruegerische-online-werbung-jeder-zweite-betroffen / (dostęp 19.10.2026).

Studium przypadku: Fałszywy ekspert z Mołdawii obiecuje 2000% zwrotów

International Media Support (IMS) zgłosiła spór dotyczący filmu na platformie Facebook, który, jej zdaniem, naruszył zasady firmy Meta dotyczące oszustw i wyłudzeń. Film ten zawierał deepfake wygenerowany przez AI, w którym Veaceslav Ioniță, ekspert ekonomiczny z Mołdawii, promował program „szybkiego wzbogacenia się", gwarantujący obywatelom Mołdawii 2000% zwrotu z inwestycji. Na filmie zachęcano ludzi do wejścia na stronę internetową w celu skorzystania z bezpłatnej konsultacji. Uznaliśmy, że treści te naruszają zasady firmy Meta dotyczące oszustw i wyłudzeń oraz unieważniliśmy decyzję o ich pozostawieniu. Decyzję wysłaliśmy do firm IMS i Meta.

Studium przypadku: Reklama oszustwa z Francji na platformie Facebook

Organizacja non-profit Vigilia Tech zgłosiła do Appeals Centre spór dotyczący reklamy na platformie Facebook promującej oszukańczy program finansowy. W reklamie pokazano film wygenerowany przez AI z napisem „Banki odmówiły? Nawet jeśli nie masz pracy, my mówimy tak". Podczas oceny tych treści zauważyliśmy, że żadna legalna instytucja finansowa nigdy nie zagwarantuje zatwierdzenia pożyczki osobom, które nie mają stałych dochodów. Legalne podmioty finansowe działające we Francji są również prawnie zobowiązane do przedstawiania określonych informacji, które nie pojawiły się w tej reklamie. Uznaliśmy, że post złamał zasady firmy Meta zabraniające „składania ofert pożyczek, które gwarantują zatwierdzenie bez wspominania o standardowych kryteriach zatwierdzenia".

Po tym, jak po raz pierwszy skontaktowaliśmy się z firmą Meta w sprawie fałszywych reklam zgłoszonych przez firmę Vigilia, w tym tej, firma ta usunęła konto (w tym wszystkie zgłoszone reklamy) z platformy Facebook.

Studium przypadku: Oszustwo związane z kryptowalutą na platformie YouTube z wykorzystaniem podejrzanego kodu chata GPT

Pewien Portugalczyk zgłosił spór dotyczący potencjalnego oszustwa związanego z kryptowalutą na platformie YouTube. Na filmie twierdzono, że zainwestowanie 10 Ethereum (kryptowaluta) może generować od 1,3 do 2,6 Ethereum dziennie. Powiedziano na nim także, że należy skopiować kod źródłowy z ChatGPT za pomocą linku podanego w opisie tego filmu. Prawdopodobnie pozwoli to oszustowi ukraść kryptowalutę użytkownika. Uznaliśmy, że film narusza politykę platformy YouTube dotyczącą oszustw, i wysłaliśmy naszą decyzję do platformy YouTube oraz osoby, która zgłosiła ten film.

Studium przypadku: Romantyczni oszuści wygenerowani przez AI na platformie TikTok

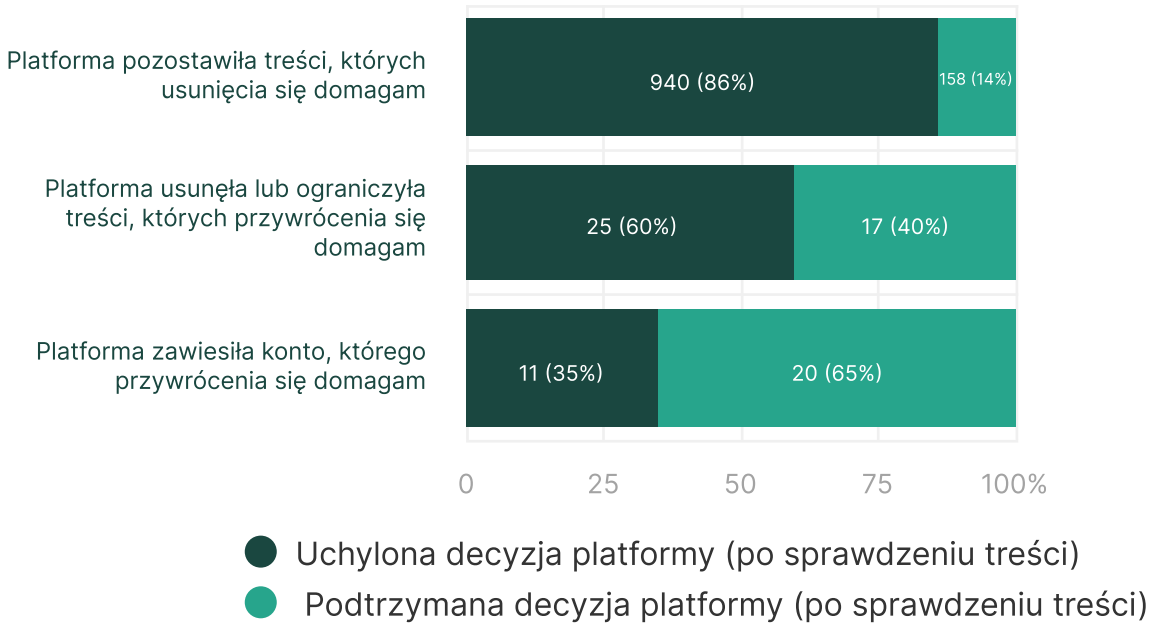
Organizacja non-profit Vigilia Tech zgłosiła spór dotyczący deepfake wygenerowanego przez AI na platformie TikTok. Na filmie pokazano kobietę mówiącą po rumuńsku, że nie szuka przygód, ale poważnego związku opartego na wierności. Kiedy przeprowadzaliśmy weryfikację konta, na którym opublikowano ten film, zauważyliśmy, że było ono częścią szerszego programu wykorzystującego postacie wygenerowane przez AI do wciągania ofiary w związki. Fakt, że w danych tego konta podany był rachunek bankowy w formacie IBAN, był mocną wskazówką, że służyło ono do oszukiwania ludzi. Uznaliśmy, że ten film narusza politykę platformy TikTok dotyczącą oszustw i wyłudzeń, która zabrania „wszelkich prób wyłudzania, podstępu lub oszukiwania ludzi. Zalicza się do tego pomoc w oszustwach finansowych, podszywanie się pod osobistości w celu sprzedania czegoś lub komunikowania się z użytkownikami bądź wszelkiego rodzaju oszustwa".

Studium przypadku: Podtrzymanie decyzji firmy Meta dotyczącej usunięcia postu zawierającego gwarancję uzyskania wizy

Osoba z Holandii zgłosiła spór po tym, jak jej post został usunięty z platformy Facebook. Post, w którym przedstawiono studium przypadku klienta, który z powodzeniem uzyskał wizę do państwa członkowskiego UE, zawiera zapewnienie, że firma może zapewnić zatwierdzenie wniosku wizowego. Podtrzymaliśmy decyzję firmy Meta dotyczącą usunięcia tego posta zgodnie z jej polityką dotyczącą oszustw i wprowadzania w błąd, w której zabrania się publikowania treści gwarantujących zatwierdzenie wniosku wizowego lub przyznanie zielonej karty. Wysłaliśmy swoją decyzję do użytkownika i platformy.

Co do tej pory mówią nam nasze decyzje?

Decyzje dotyczące oszustw i wyłudzeń, w przypadku których przeprowadzaliśmy ocenę treści



Ogólnie rzecz biorąc, unieważniliśmy 83% z 1175 decyzji podjętych przez platformy, które poddaliśmy ocenie, w związku z oszustwami i wyłudzeniami. Najczęściej unieważnialiśmy decyzje platform w przypadkach, w których potencjalne oszustwa były pozostawiane w mediach społecznościowych (unieważnienie decyzji platform w 86% przypadków), a po nich decyzje platform o usunięciu lub ograniczeniu treści w ramach ich polityki dotyczącej oszustw i wyłudzeń (60%). Najrzadziej unieważnialiśmy decyzje platform w przypadkach zawieszania przez nie kont z powodu naruszenia zasad dotyczących oszustw i wyłudzeń, robiąc to w zaledwie jednej trzeciej (35%) przypadków.

Co dalej?

Mimo że przyjmujemy spory dotyczące oszustw i wyłudzeń dopiero od roku, podjęliśmy już ponad 1000 decyzji, w ramach których przeprowadziliśmy ocenę przedmiotowych treści. Organizacje Global Anti-Scam Alliance (GASA), która napisała o naszym ostatnim Raporcie przejrzystości, oraz Merchant Risk Council (MRC) również pomagają zwiększać świadomość na temat znaczenia pozasądowego rozstrzygania sporów dla sektora finansowego. Współpracujemy również z organami konsumenckimi w całej UE, aby upewnić się, że konsumenci wiedzą, iż mogą wysyłać do nas przypadki oszustw i korzystać z weryfikacji przeprowadzanej przez ludzi.

Mamy nadzieję, że w przyszłości będziemy nadal poszerzać nasz zestaw danych dotyczących decyzji w sprawie oszustw i wyłudzeń, które pozwolą badaczom, organizacjom i platformom samodzielnie określać trendy i problematyczne obszary. W przypadku zainteresowania współpracą z Appeals Centre w tym zakresie prosimy napisać do nas na adres: communications@appealscentre.eu.

Zgłoszenia od grup użytkowników

Od października 2025 r. do września 2026 r. nadal otrzymywaliśmy tysiące kwalifikujących się sporów od grup użytkowników z całej UE. Obejmowały one od organów zajmujących się wolnością prasy i zwalczaniem mowy nienawiści po przedsiębiorstwa i stowarzyszenia sportowe.

Podmioty te wykorzystują prawa przysługujące im na mocy DSA do reprezentowania zbiorowego interesu i pilnowania, aby platformy prawidłowo stosowały swoje zasady.

Organizacje społeczeństwa obywatelskiego

W okresie objętym niniejszym raportem otrzymywaliśmy spory od wielu różnych organizacji zwalczających mowę nienawiści.

W drugim raporcie dotyczącym zagrożeń systemowych określono związek z pozasądowym rozstrzyganiem sporów

W lipcu Europejska Rada ds. Usług Cyfrowych opublikowała drugi raport na temat zagrożeń systemowych odnoszący się do bardzo dużych platform internetowych (VLOP) i wyszukiwarek objętych DSA.

W ramach konsultacji poprzedzających publikację raportu złożyliśmy dokumenty zawierające studia przypadków dotyczące słowackiego stowarzyszenia obywatelskiego digiQ, polskiego stowarzyszenia obywatelskiego „NIGDY WIĘCEJ" oraz międzynarodowej organizacji rozwoju i umiejętności czytania i pisania MDI Global z siedzibą w Belgii. W raporcie wspomniano o Appeals Centre, przytoczono informacje zaczerpnięte bezpośrednio ze złożonych przez nas dokumentów i zamieszczono sekcję poświęconą organom pozasądowego rozstrzygania sporów. Co najważniejsze, wskazano w nim, że organy te są interesariuszami zewnętrznymi, których dane dotyczące podjętych przez nie decyzji mogą umożliwić wskazanie najbardziej znaczących i powtarzających się zagrożeń systemowych. Był to duży krok naprzód i mamy nadzieję, że Rada oraz Komisja Europejska będą mogły wykorzystać ten potencjał w 2027 roku.

Podnoszenie świadomości z pomocą INACH

W ciągu ostatnich 12 miesięcy nadal podnosiliśmy świadomość na temat pozasądowego rozstrzygania sporów z pomocą INACH, wiodącej sieci zajmującej się zwalczaniem nienawiści w cyberprzestrzeni, i jej członków. W Raporcie INACH dotyczącym wdrożenia DSA wskazano organy rozstrzygania sporów jako przykład postępów w ramach DSA, zauważając, że „W decyzjach [Appeals Centre] zaczęto rozpoznawać powtarzające się schematy moderacji ze strony platform, w tym niespójne egzekwowanie polityk dotyczących mowy nienawiści [...]". Appeals Centre przedstawiło również na dorocznym szczycie INACH w Wilnie we wrześniu 2026 r. wartość pozasądowego rozstrzygania sporów, wypowiadając się wraz z przedstawicielami organizacji digiQ i stowarzyszenia „NIGDY WIĘCEJ" będących członkami INACH.

Wysokie wskaźniki unieważnień w ramach kwestionowania decyzji podejmowanych przez platformy

Poniżej przedstawiamy trzy studia przypadków, w których organizacje społeczeństwa obywatelskiego zakwestionowały decyzje platform mediów społecznościowych dotyczące pozostawienia szkodliwych treści, które naruszały zasady. Chociaż próba w tych studiach przypadków jest stosunkowo niewielka, niepokojące jest to, że w zdecydowanej większości naszych decyzji nie zgadzaliśmy się z platformami mediów społecznościowych.

Studium przypadku: Homofobiczne komentarze w języku węgierskim

Háttér Society, organizacja reprezentująca osoby LGBTQI na Węgrzech, skierowała do Appeals Centre spór dotyczący groźnego komentarza zamieszczonego pod filmem dotyczącym Budapest Pride na platformie Facebook. Komentarz ten, napisany w języku węgierskim, miał następującą treść: „Wrzućcie ich, kurwa, do wody". Ponieważ firma Meta nie zezwala na groźby przemocy, które mogłyby doprowadzić do śmierci lub poważnych obrażeń ciała, unieważniliśmy jej decyzję dotyczącą pozostawienia tego komentarza. Swoją decyzję wysłaliśmy do Háttér Society i firmy Meta.
Spośród 34 spraw zgłoszonych przez Háttér Society, w ramach których przeprowadziliśmy weryfikację treści na platformie Facebook, w 32 przypadkach (94%) unieważniliśmy decyzję tej platformy. Spośród 100 spraw zgłoszonych przez tę organizację, w ramach których przeprowadziliśmy weryfikację treści na platformie YouTube, w 99 przypadkach (99%) unieważniliśmy decyzję tej platformy. Unieważniliśmy również decyzję platformy we wszystkich pięciu przypadkach dotyczących treści na platformie Instagram oraz w jednym przypadku na platformie TikTok.

Studium przypadku: Posts About Golden Dawn Left Up on YouTube

Organizacja praw człowieka Greek Helsinki Monitor zgłosiła spór dotyczący filmu zamieszczonego na stronie Złotego Świtu na platformie YouTube. Podpis pod tym filmem brzmi: „Jest tylko jedno krajowe rozwiązanie... Złoty Świt!" Greckie sądy uznały w 2020 r., że członkowie zarządu Złotego Świtu kierowali organizacją przestępczą. Biorąc pod uwagę te informacje, wraz z treściami wskazanymi w sporze, uznaliśmy, że film narusza politykę platformy YouTube dotyczącą brutalnych organizacji ekstremistycznych lub przestępczych. Wysłaliśmy naszą decyzję do organizacji Greek Helsinki Monitor i platformy YouTube, zalecając usunięcie tego filmu.
Jest to jeden przykład z 39 przypadków zgłoszonych przez organizację Greek Helsinki Monitor w sprawie treści związanych ze Złotym Świtem na platformie YouTube, które mogliśmy poddać ocenie pod kątem tych treści. We wszystkich 39 przypadkach (100%) unieważniliśmy decyzję platformy YouTube dotyczącą pozostawienia tych treści.

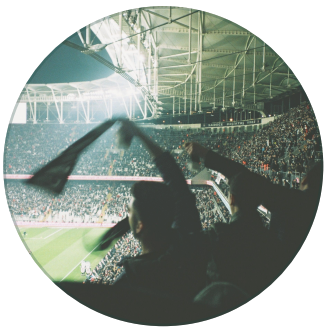
Studium przypadku: Dezinformacja na temat klimatu z Hiszpanii na platformach TikTok i YouTube

Hiszpańska organizacja non-profit Maldita.es zgłosiła spór dotyczący dezinformacji na temat klimatu na platformie TikTok. Na filmie pokazano dyskusję panelową w języku hiszpańskim na temat smug chemicznych, teorii spiskowej, zgodnie z którą białe linie pozostawiane przez samoloty na dużej wysokości są w rzeczywistości toksycznymi chemikaliami rozpylanymi przez rządy lub elity w złowrogich celach. Organizacja Maldita.es zauważyła, że na tym filmie bezkrytycznie powielano, bez ich odpowiedniego odpierania, szkodliwe twierdzenia, takie jak oświadczenie hiszpańskiego piosenkarza i aktora Miguela Bosé, że powódź DANA w regionie Walencji była spowodowana niekontrolowanymi praktykami inżynierii klimatycznej. Uznaliśmy, że ten film narusza zasady platformy TikTok dotyczące wiralowej dezinformacji, która zwiększa ryzyko podważania uczciwości ekosystemu informacyjnego. Zalecamy ograniczenie tych treści, ale nie usunięcie ich z platformy. Decyzję wysłaliśmy do organizacji Maldita i platformy TikTok.

W ramach 30 decyzji, które podjęliśmy w sprawie zgłoszonej przez organizację Maldita.es dezinformacji na temat klimatu po ocenie treści na platformie TikTok, w 27 przypadkach (90%) unieważniliśmy decyzję tej platformy. W ramach 40 decyzji, które podjęliśmy w sprawie zgłoszonej przez organizację Maldita.es dezinformacji na temat klimatu po zweryfikowaniu treści na platformie YouTube, we wszystkich przypadkach (100%) unieważniliśmy decyzję tej platformy. W większości naszych decyzji zalecaliśmy ograniczenie treści, a nie ich usunięcie.

Strony związane ze sportem

Każdego dnia sportowcy, działacze i kibice spotykają się w Internecie z nienawiścią, która stanowi wyraźne naruszenie różnych wytycznych platformowych dotyczących mowy nienawiści, zastraszania i nękania. W okresie objętym niniejszym Raportem przejrzystości otrzymaliśmy od organizacji setki sporów dotyczących obraźliwych treści związanych ze sportem.



Studium przypadku: Groźby i nadużycia względem tenisistów na platformie Instagram

Firma zajmująca się technologiami sportowymi Sportradar, współpracująca z Association of Tennis Professionals (ATP), zgłosiła 50 sporów dotyczących obraźliwych komentarzy na platformie Instagram, które były skierowane do tenisistów występujących w cyklu turniejów ATP Tour. Kiedy zajęliśmy się oceną tych treści, 38 komentarzy zostało już usuniętych z platformy Instagram. Każdy z pozostałych 12 komentarzy, które ocenialiśmy, naruszał zasady firmy Meta dotyczące zastraszania i nękania. W jednym z komentarzy do filmu na temat tenisa tenisistę krytykowano za zepsucie serwisu oraz stwierdzono, że powinien on wycofać się ze sportu i umrzeć. W dwóch innych przypadkach autor jednego komentarza napisał: „Mam nadzieję, że twoja rodzina umrze", natomiast drugi stwierdził: „Powinieneś zginąć". Wysłaliśmy nasze decyzje, w których zaleciliśmy usunięcie treści naruszających postanowienia przez firmę Meta, do firm Sportradar oraz Meta.

Małe firmy i przedsiębiorcy

Media społecznościowe umożliwiają małym firmom dotarcie do nowych klientów na całym świecie. Jeśli jednak ich konto zostanie usunięte, może to zagrozić ich egzystencji. Od sierpnia przyjmujemy spory dotyczące Map Google, umożliwiając ludziom i firmom z UE kwestionowanie fałszywych opinii, które zniechęcają klientów. Od sierpnia do września 2026 r. liczba sporów dotyczących Map Google wzrosła ponad dwukrotnie i zwiększamy świadomość wśród związków zrzeszających małe firmy w całej UE, aby rozpowszechniać to narzędzie.



Studium przypadku: Opinia dotycząca holenderskiej lodziarni w Mapach Google

Przyjęliśmy spór, w ramach którego poproszono o usunięcie jednogwiazdkowej opinii dotyczącej lodziarni w Holandii z Map Google. W ramach tej opinii stwierdzono, że lodziarnia nie zachęca do jej odwiedzania, a następnie chwalono inną lodziarnię działającą w pobliżu. Ponieważ oceniane treści dotyczące lodziarni były niejasne, a w połowie opinii koncentrowano się na chwaleniu innej firmy, uznaliśmy, że narusza ona zasady firmy Google dotyczące reklamy i nagabywania. Wysłaliśmy swoją decyzję do użytkownika i platformy.

Współpraca z platformami

Regularnie współpracujemy z platformami mediów społecznościowych, które obsługujemy. Poniżej przedstawiamy każdą z nich po kolei: Google (Mapy Google, YouTube), Meta (Facebook, Instagram, Threads), Pinterest i TikTok. Poniżej znajduje się ocena tego, w jaki sposób każda platforma informuje swoich użytkowników o organach rozstrzygania sporów,[8] przekazuje nam treści i wdraża nasze decyzje.

Google (Mapy Google, YouTube)





- **Informowanie użytkowników o organach rozstrzygających spory:** Użytkownicy z UE otrzymują wiadomość dotyczącą organów rozstrzygania sporów (z linkiem do witryny internetowej Komisji Europejskiej poświęconej organom rozstrzygania sporów), gdy występują o weryfikację dotyczącą Map Google. Platforma YouTube ma stronę internetową poświęconą „opcjom rozwiązywania sporów" przewidzianym w DSA, która zawiera link do witryny internetowej Komisji Europejskiej. Nie znamy jednak żadnych odniesień do organów rozstrzygających spory w wewnętrznym procesie odwoławczym platformy YouTube.

- **Przekazywanie treści:** Pomimo zażądania od firmy Google między październikiem 2025 r. a wrześniem 2026 r. ponad 850 elementów treści, które nie były już dostępne publicznie, otrzymaliśmy tylko dwa elementy treści wymagane do oceny sporu podniesionego w związku z jej platformami. Google twierdzi również, że komentarze wykraczają poza zakres aktu DSA. Spośród platform, które obsługujemy, Google udostępnia najmniej treści i przyjmuje szczególnie restrykcyjny pogląd na zakres DSA. W ten sposób ryzykuje ona odmowę użytkownikom prawa do niezależnej oceny w ramach DSA.

- **Wdrażanie decyzji:** W przypadku zdecydowanej większości naszych decyzji nie otrzymaliśmy żadnej odpowiedzi na temat tego, czy platforma Google je wdrożyła.

[8] Chociaż dołożyliśmy wszelkich starań, aby informacje dotyczące tego, w jaki sposób platformy informują swoich użytkowników o organach rozstrzygania sporów, były zgodne ze stanem obowiązującym w październiku 2026 r., każda strona trzecia, która chce polegać na tych informacjach, powinna zweryfikować je bezpośrednio na danej platformie.

Meta (Facebook, Instagram, Threads)



- **Informowanie użytkowników o organach rozstrzygających spory:** Zarówno platforma Facebook, jak i platforma Instagram mają dedykowane strony internetowe dotyczące organów rozstrzygania sporów. Użytkownicy z UE są również informowani o tej opcji, gdy ich treści zostaną usunięte lub ich konto zostanie zawieszone z powodu, w przypadku którego można odwołać się do pozasądowego organu rozstrzygania sporów. Jednak użytkowników nie informuje się o organach rozstrzygania sporów, gdy zgłaszają oni potencjalnie szkodliwe treści po raz pierwszy.

- **Przekazywanie treści:** Firma Meta poinformowała nas, że będzie traktować moderacje treści oparte na zachowaniu jako wchodzące w zakres art. 21 DSA w przypadkach, w których podstawowe zachowanie będzie wystarczająco powiązane z informacjami przekazanymi przez odbiorcę. Wydaje się, że oprócz usprawnień operacyjnych doprowadziło to do pewnego postępu w zakresie ilości treści przekazywanych w przypadku zawieszania kont na platformach Facebook i Instagram. Nadal jednak nie otrzymujemy treści w ramach większości tego typu sporów.

- **Wdrażanie decyzji:** Chociaż firma Meta wdrożyła niewielką liczbę naszych decyzji w okresie objętym niniejszym raportem, w większości przypadków powiedziała nam, że nie wdroży naszych decyzji lub nie odpowiadała nam na pytania o ich wdrożenie.

Pinterest



- **Informowanie użytkowników o organach rozstrzygających spory:** W okresie objętym niniejszym raportem otrzymaliśmy tylko 17 kwalifikujących się sporów dotyczących platformy Pinterest. Chociaż Pinterest ma mniej użytkowników niż inne platformy, którymi się zajmujemy, zasugerowaliśmy jej, w jaki sposób może jaśniej informować swoich użytkowników o organach rozstrzygania sporów. Jednak do tej pory nie wiemy, czy wprowadziła ona takie ulepszenia.

- **Przekazywanie treści:** Co się tyczy niewielkiej liczby przypadków, w których żądamy treści od platformy Pinterest, w większości ona nam je przekazuje.

- **Wdrażanie decyzji:** Nie otrzymaliśmy od platformy Pinterest odpowiedzi na pytania o wdrożenie naszych decyzji.

TikTok

- **Informowanie użytkowników o organach rozstrzygających spory:** W okresie objętym niniejszym raportem nie wiemy o żadnych ulepszeniach w zakresie tego, w jaki sposób platforma TikTok informuje swoich użytkowników o organach rozstrzygania sporów. Chociaż platforma TikTok informuje użytkowników o rozstrzyganiu sporów podczas wewnętrznego procesu odwoławczego, informacja taka nie odsyła ich bezpośrednio do witryny internetowej Komisji Europejskiej dotyczącej organów rozstrzygania sporów. Zamiast tego odsyła ona do strony internetowej „Odwołania i inne możliwości dochodzenia roszczeń" platformy TikTok, która zawiera krótką wzmiankę o organach rozstrzygania sporów oraz link do witryny internetowej Komisji Europejskiej na samym dole tej strony.

- **Przekazywanie treści:** Chociaż nadal można wprowadzić pewne ulepszenia (szczególnie w przypadku zawieszania kont), platforma TikTok na ogół przekazuje treści, gdy o nie prosimy.

- **Wdrażanie decyzji:** W niewielkiej liczbie przypadków platforma TikTok powiedziała nam, że wdrożyła nasze decyzje. Jednak w zdecydowanej większości przypadków platforma TikTok nie odpowiadała na pytania o wdrożenie naszych decyzji.

Co dalej?

W ubiegłym roku odnotowaliśmy duży wzrost liczby sporów, przyjmując około 43 000 spraw od osób i organizacji z UE. Rozszerzyliśmy działalność na nowe platformy, takie jak Mapy Google, i nowe obszary polityk, w tym ograniczenia dotyczące treści, spam oparty na treściach i seksualizację dzieci.

Aby poprawić doświadczenia ludzi, podjęliśmy również następujące działania:

- Skróciliśmy średni czas rozpatrywania spraw do około półtora miesiąca (47 dni) w porównaniu z ponad dwoma miesiącami (65 dni), które wskazano w naszym ostatnim Raporcie przejrzystości.
- Wprowadziliśmy „Ponowną ocenę przez platformę", aby umożliwić platformom cofnięcie ich pierwotnej decyzji podczas naszego pierwszego kontaktu z nimi.
- Wprowadziliśmy zmiany na naszym portalu do przesyłania sporów, dzięki którym użytkownicy są proszeni o dodatkowe informacje, które pomagają platformom zlokalizować treści.
- Opracowaliśmy Przewodnik wspierający użytkownika w siedmiu językach.
- Stworzyliśmy strony dotyczące poszczególnych platform, na których są dostępne odpowiednio dobrane instrukcje.
- Zaktualizowaliśmy Często zadawane pytania, zamieszczając w nich pytania, które najczęściej otrzymujemy od użytkowników.
- Dodaliśmy wypełnianą po podjęciu decyzji ankietę dla użytkowników, która pomoże nam się poprawić.

Jednak pomimo pewnych postępów większość z tysięcy osób kwestionujących zawieszenie kont w mediach społecznościowych nadal nie otrzymuje niezależnej oceny, do której jest uprawniona. Nie jesteśmy w stanie samodzielnie rozwiązać tego problemu. Platformy muszą stanąć na wysokości zadania i przekazywać treści w przypadku każdej dopuszczalnej sprawy w ramach DSA.

W ciągu pozostałej części 2026 r. i w 2027 r. wprowadzimy kilka zmian w celu poprawy naszych usług, w tym:

- Zapewnimy osobom i organizacjom możliwość **przesłania zrzutu ekranu** podczas zgłaszania sporu. Mamy nadzieję, że przekazywanie platformom dowodu potwierdzającego, że konto jakiejś osoby zostało usunięte lub że zgłosiła ona szkodliwe treści, pomoże im w udostępnianiu treści w większej liczbie przypadków.
- Będziemy przekazywali ludziom **uzasadnienie decyzji**, w tym odpowiednią politykę szczegółową (np. będziemy wskazywali, że jakieś treści naruszyły zasady firmy Meta dotyczące oszczerstw noszących znamiona odczłowieczenia zgodnie z jej polityką w zakresie nienawistnego zachowania). Mamy nadzieję, że przekazywanie większej ilości informacji pomoże im lepiej zrozumieć nasze decyzje.

- Umożliwimy osobom i organizacjom **zgłaszanie sporów dotyczących kont, które naruszają zasady platformy**. Powinno to ułatwić zgłoszenie jednego konta platformie, a następnie przekazanie do nas sporu, zamiast zgłaszania i przekazywania sporów dotyczących kilku postów z tego konta.

W latach 2026 i 2027 realizowany będzie proces r**ekomendacji najlepszych praktyk**.

W ramach Sieci Organów Pozasądowego Rozstrzygania Sporów (Sieć ODS), która skupia wszystkie certyfikowane organy ODS w UE, będziemy naciskać – w imieniu naszych obecnych i przyszłych użytkowników – na kilka kluczowych ulepszeń:

- **Upewnienie się, że platformy informują swoich użytkowników o organach rozstrzygania sporów.** Pomimo jasnych obowiązków w zakresie informowania użytkowników o organach rozstrzygania sporów w sposób jasny, dostępny i przyjazny dla użytkownika platformy nie poczyniły postępów w tym zakresie. Będziemy nadal naciskać na platformy, aby zawierały odniesienia do organów rozstrzygania sporów w swoich wewnętrznych procesach odwoławczych, uzasadnieniach i na dedykowanej stronie internetowej.
- **Zwiększenie liczby przypadków, w których otrzymujemy treści do przejrzenia.** Liczba decyzji proceduralnych na korzyść użytkowników, w przypadku których platforma nie przekazuje nam treści do oceny, jest zbyt duża. Dotyczy to w szczególności sporów związanych z zawieszaniem kont.
- **Uzyskiwanie informacji, czy platformy wdrożyły nasze decyzje.** Pomimo tego, że decyzje organów rozstrzygania sporów nie są wiążące, platformy są zobowiązane do angażowania się w proces decyzyjny w dobrej wierze. W ramach tego prosimy platformy o pomoc we wspieraniu użytkowników przez informowanie nas, czy wdrożyły nasze decyzje. Będziemy mogli wtedy przekazać te informacje użytkownikom.

Chcemy również, aby **krajowe organy regulacyjne w UE** informowały o organach rozstrzygania sporów. W szczególności chcielibyśmy, aby wszyscy koordynatorzy ds. usług cyfrowych (DSC) poszli w ślady ACM (Holandia), AKOS (Słowenia), ANACOM (Portugalia), ANCOM (Rumunia), ARCOM (Francja), Autorité de la Concurrence (Luksemburg), BIPT (Belgia), Bundesnetzagentur (Niemcy), Český telekomunikační úřad (Czechy), Coimisiún na Meán (Irlandia), CRC (Bułgaria), HAKOM (Chorwacja), Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (Łotwa) oraz Rada pre mediálne služby (Słowacja). Wszystkie te organy posiadają specjalną stronę internetową poświęconą organom rozstrzygania sporów, na której wyjaśnione jest to nowe prawo i podany jest link do strony internetowej Komisji Europejskiej z listą wszystkich certyfikowanych organów.[9]

[9] Kilka innych DSC ma dedykowaną stronę internetową z jasnym opisem organów rozstrzygania sporów lub link do strony internetowej Komisji Europejskiej, ale nie oba. Chociaż dołożyliśmy wszelkich starań, aby niniejszy ustęp odzwierciedlał sytuację zgodną ze stanem obowiązującym w październiku 2026 r., każda strona trzecia, która chce polegać na tych informacjach, powinna zweryfikować je bezpośrednio z danym DSC.

Podobał mi się ten raport! Co mogę teraz zrobić?

Niezależnie od tego, czy reprezentujesz organizację członkowską, organizację społeczeństwa obywatelskiego, firmę, czy po prostu jesteś kimś, kto lubi korzystać z mediów społecznościowych – pomóż nam rozpowszechnić te informacje! Udostępnij ten raport, wspomnij o nas w swojej witrynie internetowej, umieść nas w swoim newsletterze lub powiedz o nas komuś, kogo znasz:

Napisz na adres communications@appealscentre.eu aby dowiedzieć się więcej o nas i o tym, jak zgłaszać spory.

Załóż konto na stronie www.appealscentre.eu/pl ai zgłoś swój spór!