



Кодекс за поведение във връзка с дезинформацията: Комисията приветства ангажимента, поет от онлайн платформите преди изборите за Европейски парламент

Брюксел, 23 април 2019 г.

Днес Европейската комисия публикува най-актуалните доклади на Facebook, Google и Twitter за напредъка, постигнат в борбата с дезинформацията през март 2019 г. Трите онлайн платформи, подписали [Кодекса за поведение във връзка с дезинформацията](#), поеха ангажимент да докладват ежемесечно за действията си преди изборите за Европейски парламент през май 2019 г.

В съвместно изявление заместник-председателят на ЕК Андрус **Ансип**, отговарящ за цифровия единен пазар, комисарят по въпросите на правосъдието, потребителите и равнопоставеността между половете Вера **Йоурова**, комисарят, отговарящ за Съюза на сигурност, Джулиан **Кинг** и комисарят по въпросите на цифровата икономика и цифровото общество Мария **Габриел** приветстваха постигнатия напредък:

„Високо ценим усилията на Facebook, Google и Twitter за повишаване на прозрачността преди изборите за Европейски парламент. Приветстваме конкретните действия, които трите платформи предприеха в изпълнение на ангажиментите си по Кодекса.

Всички те вече обозначават рекламите с политическо съдържание на своите платформи. По-специално, Facebook и Twitter направиха обществено достъпни библиотеките с политическа реклама, а библиотеката на Google навлезе във фаза на изпитване. Това осигурява на обществеността повече прозрачност в областта на политическите реклами.

Необходими са обаче още технически подобрения, както и обмен на методологии и набори от данни за фалшивите профили, които да позволят независима оценка от външни експерти, проверители на факти и изследователи. Същевременно буди съжаление фактът, че Google и Twitter все още не са докладвали допълнителен напредък по отношение на прозрачността при тематично ориентираната реклама, тоест рекламата по теми, които са обект на горещи разисквания по време на избори.

Със задоволство констатираме, че благодарение на сътрудничеството в рамките на Кодекса за поведение Facebook, Google и Twitter предприемат допълнителни действия за гарантиране на неприкосновеността на своите услуги и за борба срещу злонамерените ботове и фалшивите профили. По-специално, приветстваме засиленото сътрудничество между Google и организациите и мрежите за проверка на факти. Освен това и трите платформи проведоха инициативи за насърчаване на медийната грамотност и за обучение на журналисти и на ангажирани с предизборната кампания лица.

Доброволните действия, предприети от платформите за гарантиране на прозрачен и приобщаващ изборен процес и за подобряване на защитата на демократичните процеси от манипулиране, представляват крачка в правилната посока, но все още предстои много работа. Очакваме, че в априлските доклади ще бъде отчетен допълнителен напредък преди европейските избори.”

Основни резултати от докладите:

- **Google** докладва конкретни действия, предприети за подобряване на контрола над рекламното позициониране в ЕС, включително разбивка по държави членки. Освен това Google представи актуална информация за своята политика относно изборната реклама, прилагана от 21 март 2019 г., и обяви, че започва изготвянето на доклада за прозрачността на рекламите с политическо съдържание, свързани с изборите за Европейски парламент, и че библиотеката му с реклами, снабдена с възможност за търсене, ще бъде на разположение през април. Google не е докладвал допълнителен напредък по отношение на определението на тематично ориентираната реклама. Както и в предишния доклад, бяха предоставени глобални данни за отстраняването на значителен брой канали в YouTube поради нарушаване на политиките относно спама, заблуждаващите практики, измамите и фалшивата самоличност.
- **Facebook** докладва за предприетите действия срещу реклами, нарушили неговите политики вследствие на нискокачествено, заблуждаващо, подвеждащо или фалшиво съдържание или заобикаляне на неговите системи. Платформата предостави допълнителна информация за политиката си в областта на рекламите с политическо съдържание, която ще се прилага и за Instagram. Дружеството отбеляза стартиралото на 28 март 2019 г. публично достъпно глобално приложение Ad Library, обхващащо Facebook и Instagram, като подчерта разширения достъп до

неговия програмен интерфейс. Facebook съобщи за редица фалшиви профили, премахнати на глобално равнище през първото тримесечие на 2019 г., и за спирането на осем мрежи за координирано неавтентично поведение, произхождащи от Северна Македония, Косово и Русия. В доклада не се посочва дали тези мрежи са оказали влияние и върху потребители в ЕС.

- **Twitter** докладва за актуализация на политиката си във връзка с политическите кампании и предостави допълнителни подробности относно публичното оповестяване на политическите реклами в своя център за прозрачност на рекламните. Представени бяха данни за мерките срещу спама и фалшивите профили, но липсваше по-конкретна информация за тях и за начина, по който те са свързани с действия в ЕС. Twitter не докладва никакви действия за подобряване на контрола над рекламното позициониране, нито предостави показатели за поети от него ангажименти в тази област.

В рамките на изпълнението на Кодекса за поведение, на 16 април 2019 г. бе проведена среща между платформите и националните регулаторни органи, участващи в групата на европейските регулатори за аудиовизуални медийни услуги, на която бе обсъдена функционалността на библиотеките за политически реклами.

Следващи стъпки

Представените днес доклади обхващат мерките на платформите през март 2019 г. Те позволяват на Комисията да провери дали преди изборите за Европейски парламент през май 2019 г. са налице ефективни политики, които да възпрепятстват опорочаването на изборния процес.

До края на 2019 г. Комисията ще извърши цялостна оценка на първите 12 месеца от действието на Кодекса. В случай че резултатите се окажат незадоволителни, Комисията може да предложи по-нататъшни действия, включително от регулаторен характер.

Контекст

Ежемесечното докладване е заложено в Кодекса за поведение и е част от [Плана за действие срещу дезинформацията](#), който Европейският съюз прие миналия декември с цел изграждане на капацитет и укрепване на сътрудничеството между държавите членки и институциите на ЕС при активната борба с дезинформацията и произтичащите от нея заплахи.

Докладващите страни подписаха доброволно Кодекса за поведение във връзка с дезинформацията през октомври 2018 г. [Кодексът](#) има за задача постигането на целите, изложени в представеното през април 2018 г. [съобщение](#) на Комисията, и предвижда широк спектър от задължения:

- прекъсване на приходите от реклама към профили и уебсайтове, които манипулират фактите, и предоставяне на рекламодателите на адекватни средства за защита и сведения относно уебсайтовете, разпространяващи дезинформация;
- публично оповестяване на рекламата с политическо съдържание и полагане на усилия за оповестяването на тематично ориентираната реклама;
- ясна и достъпна за обществеността политика относно идентичността и ботовете в интернет и мерки за закриване на фалшивите профили;
- осведомяване и предоставяне на инструменти в услуга на информирания избор, както и улеснен достъп до различни гледни точки по въпроси от обществен интерес, отдавайки предимство на надеждните източници;
- осигуряване на изследователите на съобразен с неприкосновеността на личните данни достъп до информация, който да им позволи да следят и разбират по-добре разпространението на дезинформацията и последствията от нея.

В навечерието на изборите за Европейски парламент през май 2019 г. и преди началото на предизборната кампания Комисията следи напредъка на платформите по поетите от тях най-важни и неотложни ангажименти: контрол над рекламното позициониране, политическа и тематично ориентирана реклама, и неприкосновеност на услугите.

Кодексът за поведение във връзка с дезинформацията е тясно свързан с препоръката, включена в пакета от мерки за изборите, който председателят Юнкер представи в [речта си за състоянието на Съюза](#) през 2018 г. и който цели осигуряването на свободни, честни и сигурни избори за Европейски парламент. Мерките включват повишаване на прозрачността на рекламата с политическо съдържание в интернет и възможност за налагане на санкции за незаконно използване на лични данни с цел умишлено да се повлияе върху резултатите от изборите за Европейски парламент. Освен това държавите членки бяха посъветвани да създадат национални мрежи за изборно сътрудничество, състоящи се от съответните национални органи (избирателни органи и органи в областта на киберсигурността, защитата на данните и правоприлагането), и да определят звено за контакт, което да участва в мрежа за изборно сътрудничество на европейско равнище.

Първото заседание на европейско равнище бе проведено на 21 януари, второто — на 27 февруари, а третото — на 4 април 2019 г

За повече информация

- [Мартенски доклади на подписалите Кодекса за поведение страни](#)
- [Изявление във връзка с февруарските доклади относно изпълнението на Кодекса за поведение](#)
- [Въпроси и отговори](#)
- [Съобщение за медиите — Европа, която закриля: ЕС засилва действията за борба с дезинформацията](#)
- [Информационен документ: План за действие за борба с дезинформацията](#)
- [Съобщение относно борбата с дезинформацията, разпространявана онлайн: европейски подход](#)
- [Уебсайт "EU vs disinfo"](#)

STATEMENT/19/2174

Лица за контакти с медиите:

[Johannes BAHRKE](#) (+32 2 295 86 15)

[Inga HOGLUND](#) (+32 2 295 06 98)

Въпроси на граждани: [Europe Direct](#) на телефон [00 800 67 89 10 11](#) или на електронния адрес [на информационната служба](#)