



Кодекс за поведение във връзка с дезинформацията: Комисията отчита напредъка, постигнат от онлайн платформите, и настоятелно ги призовава да увеличат усилията си

Брюксел, 20 март 2019 г.

Днес Европейската комисия публикува най-актуалните месечни доклади на Google, Twitter и Facebook за постигнатия през февруари напредък по изпълнението на поетите ангажименти за борба с дезинформацията. Подписалите Кодекса за поведение във връзка с дезинформацията онлайн платформи поеха ангажимент да докладват своя напредък преди изборите за Европейски парламент през май 2019 г. Публикуването на месечните доклади става след заседанието, проведено вчера следобед между Комисията и платформите за обсъждане на актуалната ситуация.

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** заявиха:

Вчерашната среща и публикуваните днес доклади показват, че онлайн платформите отбелязват напредък. Проведени бяха плодотворни дискусии относно начина, по който текущото месечно докладване, поискано с Плана за действие срещу дезинформацията, може да бъде допълнително подобро. Това е необходимо, за да се гарантира прозрачността по време на предизборната кампания.

В докладите от февруари е отчетен напредък в редица области. Всички платформи потвърдиха, че техните инструменти за оценка на прозрачността на рекламите с политическо съдържание ще започнат да функционират преди европейските избори през май.

Това е значително — особено в толкова кратки срокове, постижение, което ще увеличи прозрачността на рекламата с политическо съдържание в интернет и ще гарантира, че гласоподавателите ще бъдат надеждно информирани в изборния период и след това. Приветстваме също така факта, че и трите платформи предприемат инициативи за честни избори отвъд конкретните ангажименти, посочени в Кодекса.

В някои ключови области обаче са нужни допълнителни усилия от всички подписали Кодекса страни. Необходима е по-систематична информация, за да може Комисията да оцени положените от онлайн платформите усилия за контрол на рекламното позициониране и да разбере по-добре ефективността на действията, предприети срещу ботове и фалшиви потребителски профили.

В области като достъпа до информация в реално време на публични страници, стрийминга и други подобни услуги, както и във връзка с данните за откритите и премахнати неавтентични профили, призоваваме онлайн платформите да работят съвместно с научни изследователи и проверители на факти. Този достъп би могъл да спомогне за получаването на пълна и безпристрастна картина на моделите и тенденциите за дезинформация и следва да бъде осъществен при пълно зачитане на Общия регламент относно защитата на данните. И накрая, трябва да гарантираме, че разработваните от онлайн платформите инструменти са достъпни във всичките 28 държави — членки на ЕС, а не само в някои от тях.

Основни резултати от докладите:

- **Google** докладва действия за подобряване на контрола на рекламното позициониране в ЕС и предостави допълнителни данни относно политиката си за прозрачност на изборната реклама, включително конкретните изисквания за проверка, които рекламоделите трябва да спазват във връзка с тези реклами. Google потвърди, че през април ще бъде изготвен доклад за прозрачността, който ще обхваща всички публикувани в рамките на платформата политически реклами, свързани с изборите за Европейски парламент. Също така бяха предоставени данни за отстраняването на значителен брой канали в YouTube поради нарушаване на неговите политики относно спама, заблуждаващите практики, измамите и фалшивата самоличност. Google трябва да демонстрира допълнителен напредък по отношение

на прозрачността на тематично ориентираната реклама и създаването на зловредни профили, както и да представи по-подробен доклад относно YouTube.

- Освен действия за подобряване на контрола на рекламното позициониране, **Facebook** докладва допълнителни данни за политиката си в областта на тематично ориентираната реклама в ЕС и акцентира върху нова политика относно дезинформацията във връзка с ваксините. Facebook потвърди, че приложението Ad Library ще бъде активирано в края на март и ще се състои от база данни, позволяваща свободно търсене на политически и тематично ориентирани реклами. Платформата също така докладва, че през февруари е отчела три случая на координирано неавтентично поведение в Румъния, Обединеното кралство и Молдова. Facebook следва да предостави повече информация относно конкретните действия, предприети срещу нарушаването на неговите стандарти (като погрешно представяне или невярно съдържание).
- **Twitter** започна да прилага политиката си във връзка с политическите кампании, в чийто разширен обхват попада и ЕС, от 11 март. Тази политика включва процедура за сертифициране, като обхванатите от политиката реклами ще бъдат достъпни чрез центъра на Twitter за прозрачност на рекламите. Twitter трябва да демонстрира по-голям напредък по отношение на контрола на рекламното позициониране, както и да докладва за действия за защита на услугите си срещу злонамерени автоматизирани профили, спам и др.

Следващи стъпки

Днешните доклади обхващат мерките, предприети от платформите през февруари 2019 г. Тези доклади дават възможност на Комисията да провери дали преди изборите за Европейски парламент през май 2019 г. са налице ефективни политики, които да гарантират неприкосновеното протичане на изборните процеси.

Очаква се следващите доклади, обхващащи предприетите от платформите действия през месец март, да бъдат публикувани в средата на април. Комисията се надява, че всяка от платформите ще постигне допълнителен напредък в редица области.

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 се основава на 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 заплахите, произтичащи от нея.

Докладващите страни подписаха доброволно Кодекса за поведение във връзка с дезинформацията през октомври 2018 г. През януари 2019 г. Европейската комисия публикува първите доклади, представени от подписалите Кодекса за поведение във връзка с дезинформацията страни. [Кодексът](#) има за задача постигането на целите, изложени в представеното през април 2018 г. [съобщение](#) на Комисията, като 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 рекламната с политическо съдържание и 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, които да помогнат на хората да направят информиран избор, и улеснен достъп до различни гледни точки по въпроси от обществен интерес, като се дава предимство на надеждните източници;
- предоставяне на изследователите на съобразен с неприкосновеността на личните данни достъп до информация, за да могат да проследяват и да разберат по-добре разпространението на дезинформация и последиците от нея.

В навечерието на изборите за Европейски парламент през май 2019 г. Комисията следи напредъка, постигнат преди предизборната кампания от платформите по отношение на изпълнението на най-важните 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 насърчени да създадат национални мрежи за изборно сътрудничество, състоящи се от съответните национални органи (избирателни органи и органи в областта на киберсигурността, защитата на данни 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 2019 г., а второто — на 27 февруари 2019 г. Следващата среща ще се проведе на 4-ти април. Миналата седмица комисар [Йоурова писа](#) до националните политически партии, призовавайки ги да гарантират прозрачността на рекламата с политическо съдържание, да бъдат готови да се справят с кибератаки и да спазват европейските правила за защита на данните по време на кампанията.

За повече информация

- [Доклади относно изпълнението на Кодекса за поведение](#)
- [Европа, която закриля: до момента е постигнато съгласие по 15 от общо 22 законодателни инициативи](#)
- [Въпроси и отговори Доклади на страните, подписали Кодекса за поведение](#)
- [Съобщение за медиите: Европа, която закриля: ЕС засилва действията за борба с дезинформацията](#)
- [Информационен документ: План за действие за борба с дезинформацията](#)
- [Съобщение „Европейски подход за борба с дезинформацията, разпространявана онлайн“ Уебсайт EU vs disinfo](#)

STATEMENT/19/1757

Лица за контакти с медиите:

[Nathalie VANDYSTADT](#) (+32 2 296 70 83)

[Marietta GRAMMENO](#) (+32 2 298 35 83)

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