



Прессъобщение // ЕРГА // КОВИД-19  
Брюксел, 4 май 2020 г.

### **Доклад на ЕРГА за дезинформацията: Оценка на прилагането на Кодекса за поведение**

Кризата КОВИД 19 подчерта още веднъж вредното въздействие, което дезинформацията може да окаже върху обществения дискурс и върху ефективното функциониране на демократичните общества. Опасността от дезинформация е по-разбираема от всякога. Доклад, публикуван днес от Групата на европейските регулатори за аудиовизуални медийни услуги (ЕРГА), представя резултатите от задълбочен мониторинг на прилагането на *Кодекса за поведение във връзка с дезинформацията* (Кодексът) и идентифицира редица слабости, които оправдават преминаването от настоящия подход на гъвкава саморегулация към съвместна регулация.

През 2018 г. Европейската комисия създаде многостранен форум, който се съгласи с условията на Кодекса. На тази основа платформи като Гугъл, Фейсбук и Туитър поеха ангажименти за прилагане на политики, предназначени да противодействат на разпространението на дезинформация. В съответствие с *Плана за действие за борба с дезинформацията* от декември 2018 г., Европейската комисия организира мониторинг да провери ефективното прилагане на Кодекса. ЕРГА, консултативен орган към Европейската комисия, беше помолен да помогне на Комисията в подобни дейности за наблюдение. На 29 април 2020 г. ЕРГА прие доклад „*Оценка на прилагането на Кодекса за поведение*“, който разглежда прилагането на петте стълба на Кодекса и обобщава резултатите от дейностите по проведения мониторинг през 2019 г., извършен от членовете на ЕРГА в 13 държави-членки.

Докладът показва, че Кодексът е важна стъпка за справяне с дезинформацията в интернет пространството, тъй като допринесе за изграждането на нови взаимоотношения между подписалите го страни, ЕС и националните аудиовизуални регулатори. Въпреки че някои платформи положиха ясни усилия да изпълнят мерките му, ЕРГА все пак **установи значителни слабости**, които трябва да бъдат отстранени, за да постигне Кодексът целта си в бъдеще. И така, ЕРГА **определя конкретни препоръки** като начин за напредък:

➤ Необходима е по-голяма прозрачност, включително много по-подробни данни (особено специфични за отделните държави) за това как подписващите страни прилагат Кодекса; освен това някои от мерките по Кодекса имат твърде общ характер и не се прилагат еднакво от всички подписали.

Ето защо, ЕРГА предлага платформите да предоставят набор от данни, инструменти за мониторинг на данни и специфична за страната информация, позволяваща независим мониторинг от съответните Национални Регулаторни Органи (НРО). Освен това в своята работа през 2020 г. ЕРГА предлага да помогне на Комисията при определянето на подходящи дефиниции (включително относно политическата реклама), както и насоки за осигуряване на по-последователен подход.

➤ Броят на подписалите Кодекса е ограничен и не включва някои важни платформи, информационни и комуникационни услуги и участници от рекламната индустрия, които действат в ЕС. Затова ЕРГА предлага да се положат всички възможни усилия за увеличаване на броя на платформите, подписващи Кодекса, за да се избегне регулаторна асиметрия.

➤ Настоящият модел на саморегулация се оказва важна и необходима първа стъпка, но има нужда да бъдем по-ефективни в борбата с дезинформацията в интернет. Поради това ЕРГА предлага да се премине от настоящия гъвкав подход на саморегулация към съвместна регулация и предлага да се подпомогне Комисията през 2020 г. с оглед на определянето на конкретни мерки и ключови показатели за ефективност (KPI) за платформите и определяне на необходимите инструменти за дейността на НРО-тата свързана с мониторинг и прилагане на закона.

„Борбата с дезинформацията е от най-голямо значение за нашата демокрация. Трябва да запазим стойността на обществения дискурс в интернет, като същевременно предотвратяваме умишленото разпространение на невярна информация и зачитаме свободата на словото. Ето защо ЕРГА ще продължи експертната си подкрепа към Европейската комисия. Но трябва да се преборим с опасността там, където възниква. Ето защо ние също трябва да намерим начини да засилим усилията на подписалите страни за повишаване на ефективността от мерките на Кодекса и от процеса по изготвяне на докладите“, коментира проф. Тобиас Шмид, председател на ЕРГА, относно доклада.

\*\*\*\*\*

### Контекст

*Съвместното съобщение, прието на 5 декември 2018 г. от Европейската комисия и Европейската служба за външни действия (известно още като „Плана за действие за борба с дезинформацията“), възложи на Европейската комисия, с помощта на ЕРГА, задачата да следи изпълнението на ангажиментите по петте стълба на Кодекса за поведение. Планът за действие беше придружен от доклада на Европейската комисия за прилагането на съобщението „Борба с дезинформацията онлайн: европейски подход<sup>1</sup>“, който също се отнася до ролята на ЕРГА в мониторинга на прилагането на Кодекса в различните държави-членки.*

*За тази цел ЕРГА създаде специална подгрупа, ръководена понастоящем от Любош Куклиш, главен изпълнителен директор на словашкия регулатор, който*

---

<sup>1</sup> <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/communication-tackling-online-disinformation-europeanapproach>

*подкрепи Комисията при наблюдение на изпълнението на ангажиментите, поети от подписалите Кодекса за поведение във връзка с дезинформацията, по-специално от Гугъл, Фейсбук и Туитър.*

*Мониторингът на ЕРГА за прилагането на Кодекса беше извършен на две фази. В първата си фаза мониторингът е насочен към проверка на изпълнението на ангажиментите на подписалите страни за защита на целостта на изборните процеси преди изборите за ЕС през 2019 г. Втората фаза включва проверка на изпълнението на ангажиментите на подписалите страни по всичките пет стълба на Кодекса.*

*Мониторингът се основаваше на информация, предоставена от подписалите Кодекса, и на данни, които могат да бъдат събрани от съответните трети страни, напр. гражданско общество, потребителските асоциации, журналисти, учени, изследователи и проверяващи факти. НРО-тата също активно проучваха инструментите и други налични ресурси от платформите и тяхната наличност в отделните страни.*

*Общо 13 НРО-та решиха да се включат в мониторинга на изпълнението на стълбовете D и E в съответствие с представения по-горе подход. Три НРО-та се съгласиха да следят отново спазването на разпоредбите на стълб B, като се съсредоточиха върху политическата реклама, по време на предизборните кампании, предхождащи изборите в техните страни, докато две НРО-та решиха да се опитат да контролират спазването на стълбовете A и B.*