

Кодекс на ЕС за поведение във връзка с дезинформацията

ПРЕАМБЮЛ

В контекста на съобщението на Европейската комисия „Европейски подход за борба с дезинформацията, разпространявана онлайн“^[1] (наричано по-долу „Съобщението“), доклада на експертната група на високо равнище^[2], заключенията на Съвета от 28 юни 2018 г.^[3] и различните важни инициативи, които се провеждат в цяла Европа^[4] с цел справяне с предизвикателствата, породени от разпространението на дезинформация, дружествата и асоциациите, посочени в приложение 1 („подписалите страни“) към този кодекс за поведение („Кодекса“) осъзнават своята роля за подпомагане на намирането на решения на предизвикателствата, породени от дезинформацията.

Както е посочено в Съобщението на Комисията, за целите на настоящия Кодекс Комисията, както и експертната група на високо равнище в своя доклад, дефинират „дезинформация“ като „доказуемо невярна или подвеждаща информация“, която едновременно:

а) „се създава, представя и разпространява с цел да се извлече икономическа изгода или съзнателно да се въведе в заблуждение обществеността“; както и

б) „може да бъде в ущърб на обществения интерес“, с което се имат предвид „заплахи за демократичните политически процеси и за процесите на формиране на политика, както и за общественото благо — като защита на здравето на гражданите на ЕС, защита на околната среда и сигурността“.^[5]

Понятието „дезинформация“ не включва заблуждаващата реклама, грешките при предоставяне на информация, сатирата и пародията или ясно разпознаваемите политически мотивирани новини и коментари и не засяга правно обвързващите задължения, кодексите за саморегулиране в областта на рекламата и стандартите относно заблуждаващата реклама.

Подписалите страни отчитат и се съгласяват със заключенията на Комисията, че „мащабната дезинформация на гражданите, в т.ч. чрез заблуждаваща или откровено невярна информация, е огромно предизвикателство за Европа. Отворените ни демократични общества зависят от възможността за обществен дебат, благодарение на който добре осведомените граждани могат да изразят волята си чрез свободни и честни политически процеси“.^[6]

Както Комисията отбелязва многократно в Съобщението^[7], подписалите страни са наясно с основното право на свобода на изразяване и на отворен интернет и с деликатния баланс, който трябва да бъде постигнат във връзка с всички усилия за ограничаване на разпространението и въздействието на иначе законно съдържание.

Като се отчита, че разпространението на дезинформация има много аспекти, както и че се улеснява от много широк сегмент от участници в екосистемата и въздейства върху тях, всички заинтересовани страни имат роля в борбата с разпространението на дезинформация.

Именно в този дух подписалите страни изготвиха настоящия Кодекс и неговите приложения, които са неразделна част от Кодекса, и се задължават да спазват съответните задължения, посочени до името им. Като се имат предвид широкият обхват на ангажиментите, посочени в

Кодекса, и разнородният кръг от заинтересовани страни, подписалите страни поемат само ангажименти, които отговарят на предлагания от тях продукт и/или услуга, тяхната роля във веригата на стойността, техните технически възможности и предвидените в правото на ЕС режими на отговорност, които се различават в зависимост от тяхната роля в създаването и разпространението на съответното съдържание. Поради това в Кодекса отделна подписала страна, която е приела да спазва определени ангажименти, както са посочени в приложение 1, се нарича „съответна подписала страна“. Това не задължава всички подписали Кодекса страни да поемат всеки ангажимент. В приложение 2 са посочени съществуващите най-добри практики. Подписалите страни дават съгласието си приложението да се изменя периодично в светлината на пазарни, технически и други промени.

Подписалите страни отчитат факта, че тъй като различните подписали страни действат по различен начин, с различни цели, технологии и аудитории, Кодексът дава възможност за различни подходи в духа на предвидените в него разпоредби.

Подписалите страни отчитат, че търговските асоциации, които са подписали настоящия Кодекс, не поемат задължения от името на своите членове. Тези асоциации обаче се ангажират да информират напълно своите членове за настоящия Кодекс и да ги насърчават да се присъединят към него или да спазват неговите принципи, в зависимост от случая.

Прилагането на настоящия Кодекс по отношение на всяка подписала страна е ограничено до услугите, предоставяни в държавите, които са договарящи страни по Споразумението за Европейското икономическо пространство.

Подписалите страни, включително подписалите асоциации, се ангажират да предприемат посочените в настоящия кодекс действия по начин, който е в пълно съответствие с правото на ЕС и националното право в областта на конкуренцията. Например подписалите страни не трябва да обсъждат, съобщават или обменят каквато и да е търговска информация с чувствителен характер. Това включва непублична информация относно: цени, маркетингови и рекламни стратегии, разходи и приходи, правила и условия за търговия с трети страни (включително стратегия за покупки), условия на доставка, търговски програми или стратегии за разпространение.

Кодексът се прилага в рамките на съществуващото законодателство на ЕС и неговите държави членки и не може да се тълкува по никакъв начин като замяна или тълкуване на действащата правна уредба, и по-специално (но не само):

- Хартата на основните права на ЕС;
- Европейската конвенция за правата на човека;
- Директива 2000/31/ЕО, особено що се отнася до членове 12—15, които се прилагат за всяко задължение по настоящия Кодекс, насочено към или поето от доставчици на услуги за обикновен пренос, кеширане или хостинг, като например доставчици на мрежови услуги, търсачки, браузъри, онлайн платформи за блогове, онлайн форуми, платформи за споделяне на видеоклипове, социални медии и т.н.;
- Регламент (ЕС) 2016/679 относно защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни и относно свободното движение на такива данни;

- Директива 2005/29/ЕО относно нелоялни търговски практики от страна на търговци към потребители на вътрешния пазар;
- Директива 2006/114/ЕО относно заблуждаващата и сравнителната реклама;
- съдебната практика на Съда на ЕС и Европейския съд по правата на човека относно пропорционалността на мерките за ограничаване на достъпа до вредно съдържание и на разпространението на такова съдържание.

I. ЦЕЛИ

Целта на настоящия Кодекс е да се определят действията, които подписалите страни могат да предприемат по отношение на предизвикателствата, свързани с дезинформацията.

В съответствие със Съобщението на Комисията, подписалите Кодекса за поведение страни признават значението на усилията за:

- i) включване на защитни мерки срещу дезинформацията;
- ii) подобряване на контрола над рекламното позициониране с цел намаляване на приходите за разпространителите на дезинформация;
- iii) осигуряване на прозрачност относно политическата и тематично ориентираната реклама, също с оглед на това ползвателите да са наясно защо са обект на определена реклама;
- iv) прилагане и насърчаване на разумни политики срещу невярното представяне;
- v) задълбочаване на усилията и постигане на осезаеми резултати за закриване на фалшиви профили и установяване на ясни системи за оценяване и правила за ботовете, за да се гарантира, че няма възможност дейността им да бъде сбъркана с междуличностно общуване;
- vi) задълбочаване на усилията и комуникация относно ефективността на усилията за осигуряване на целостта на услугите по отношение на профилите, чиято цел е разпространението на дезинформация, според конкретните обстоятелства, оценени и определени от съответната подписала страна, и в съответствие с член 8 от Европейска конвенция за правата на човека, основното право на анонимност и използване на псевдоними, както и принципа на пропорционалност;
- vii) в съответствие с член 10 от Европейската конвенция за правата на човека и принципа за свобода на убеждение, инвестиране в технологични средства за осигуряване на приоритет на подходящата, автентична, точна и достоверна информация, когато е целесъобразно, при търсене, фийдове или други канали за разпространение, при които се използва автоматично класиране. В същото време подписалите страни не следва да бъдат задължавани от държави, нито следва да приемат доброволни политики за изтриване или предотвратяване на достъпа до иначе законно съдържание или съобщения единствено защото се смятат за „фалшиви“;
- viii) осигуряване на прозрачност, за да могат потребителите да разбират защо са обект на определена политическа или тематично ориентирана реклама, също така чрез показатели за надеждност на източниците на съдържание, собственост на медиите и/или проверена самоличност;
- ix) намаляване на видимостта на дезинформацията чрез подобряване на възможностите за намиране на достоверно съдържание;

- x) предоставяне на инструменти на потребителите, позволяващи персонализирана и интерактивна онлайн дейност, с цел да се улеснят откриването на съдържание и достъпът до различни информационни източници, представящи алтернативни гледни точки, също така предоставяне на леснодостъпни инструменти за докладване за дезинформация;
- xi) вземане на разумни мерки за осигуряване на съобразен с неприкосновеността на личния живот достъп до данни с цел проверка на факти и научноизследователски дейности, както и за сътрудничество чрез предоставяне на необходимите данни за функционирането на своите услуги, включително данни за независимо разследване от научни изследователи и обща информация за алгоритмите.

Този Кодекс не засяга други инициативи за справяне с дезинформацията в рамките на платформите.

Настоящият Кодекс е договорен добросъвестно между подписалите страни въз основа на честно и почтено представяне на техните намерения. С цел по-добро разбиране на Кодекса ангажиментите, посочени в следващия параграф, се предшества от обяснения за подробните цели и контекст, свързани с всяка група ангажименти в петте области, обхванати от Кодекса.

II. АНГАЖИМЕНТИ

II.A. Контрол над рекламното позициониране

Като се има предвид, че:

- Подписалите страни вземат под внимание целите, посочени в Съобщението, и като отчитат факта, че търговският аспект е само един от многото аспекти на дезинформацията, признават необходимостта от „значително подобряване на контрола над рекламното позициониране, по-специално с цел да се намалят приходите за разпространителите на дезинформация“.^[8]
- Съответните подписали страни ще използват разумни от търговска гледна точка усилия за прилагане на политики и процеси, за да не приемат възнаграждения от профили и уебсайтове, които постоянно представят невярна информация за себе си, както и да не ги популяризират по друг начин.
- Подписалите страни осъзнават, че всички участници в покупката и продажбата на онлайн реклама и предоставянето на свързани с реклама услуги трябва да работят заедно за подобряване на прозрачността на екосистемата за онлайн реклама и по този начин ефективно да проверяват, контролират и ограничават позиционирането на реклами в профили и уебсайтове, принадлежащи на разпространители на дезинформация.
- Предотвратяването на позиционирането на реклама на сайтове за онлайн дезинформация изисква по-нататъшно усъвършенстване на вече широко използваните инструменти за защита на марката, за да продължи успешното справяне с това предизвикателство предвид естеството на това съдържание.^[9]
- Подписалите страни разбират, че показателите за надеждност и информацията от проверители на факти и от новата независима мрежа от проверители, чието създаване бе подпомогнато от Европейската комисия, могат да предоставят допълнителни данни относно разпространителите на дезинформация.

Подписалите настоящия Кодекс страни се ангажират със следното: Съответните подписали страни се ангажират да въведат политики и процеси за възпрепятстване на стимулите за рекламиране и реализиране на приходи по отношение на съответното поведение, като например невярно представяне на съществена информация за себе си или своите цели. Тези политики и процедури могат да включват например ограничаване на рекламните услуги или на платеното позициониране и да се извършват в партньорство с проверители на факти. С такива политики и процеси може, когато е целесъобразно:

- а) да се насърчава и/или включва използването на инструменти за защита на марката и за проверка;
- б) да се осигури възможност за участие на дружества за проверка, които са трети страни;
- в) да се помага и/или дава възможност на рекламодателите да оценяват стратегиите за закупуване на медийно пространство и за рисковете за репутацията онлайн;
- г) да се предоставя на рекламодателите необходимият достъп до клиентски профили, за да могат да наблюдават позиционирането на рекламите и да избират къде да се позиционират рекламите.

II.Б. Политическа реклама и тематично ориентирана реклама

Като се има предвид, че:

- Подписалите страни отчитат отправения в Съобщението призив във връзка със значението на осигуряването на прозрачност относно политическата и тематично ориентираната реклама.
- Подобна прозрачност следва да се осигурява и за да могат ползвателите да са наясно защо са обект на определена реклама.
- Подписалите страни отчитат, че разработваните подходи към тематично ориентираната реклама следва да отразяват европейския пазар на политическа и тематично ориентирана реклама, и вземат под внимание Препоръката на Европейската комисия относно мрежите за изборно сътрудничество, прозрачността онлайн, защитата от инциденти в сферата на киберсигурността и борбата с кампаниите за дезинформация в контекста на изборите за Европейски парламент.

Подписалите настоящия Кодекс страни се ангажират със следното:

2. Подписалите страни се ангажират да продължат да спазват изискването, посочено в правото на ЕС и националните законодателства, както и в кодексите за саморегулиране^[10], че всички реклами следва ясно да бъдат разграничавани от редакционното съдържание, включително новините, независимо от тяхната форма и използваната медия. Когато дадена реклама се появява в медия, съдържаща новини или редакционно съдържание, тя следва да бъде представена по такъв начин, че лесно да бъде разпозната като платено съобщение, или да бъде обозначена като такава.
3. Съответните подписали страни се ангажират да осигурят възможност за публично оповестяване на политическа реклама (реклами, с които се агитира за или против избирането на кандидат или за гласуване с „да“ или „не“ на референдум при национални и европейски избори), което може да включва истинската самоличност на платилия за рекламата и изразходваните суми.

4. Съответните подписали страни се ангажират да полагат разумни усилия за разработване на подходи за публично оповестяване на „тематично ориентирана реклама“. Такива усилия ще включват разработването на работно определение на понятието „тематично ориентирана реклама“, което не ограничава информирането за политически дискусии и публикуването на политически мнения и изключва търговската реклама. Предвид последиците, свързани със свободата на изразяване, подписалите страни насърчават привличането на експертни заинтересовани страни с цел проучване на подходи, с които едновременно се постига прозрачност и се зачитат основните права. Работата за разработване на това определение няма да засяга областите, обхванати от рекламните саморегулиращи се организации.

II.B. Интегритет на услугите

Като се има предвид, че:

- В съответствие със Съобщението на Европейската комисия, подписалите страни признават значението на „задълбочаването на усилията и постигането на осезаеми резултати за закриване на фалшиви профили“, както и значението на установяването на „ясни системи за оценяване и правила за ботовете, за да се гарантира, че няма възможност дейността им да бъде сбъркана с междуличностно общуване“^[11].
- Съответните подписали страни признават значението на осигуряването на гаранции, че онлайн услугите включват защитни мерки срещу дезинформацията.
- Съответните подписали страни подчертават, че поемат траен ангажимент да обмислят прилагането и насърчаването на защитни мерки срещу погрешно представяне на информация, преди да започват да предлагат нови услуги.
- Съответните подписали страни обмислят преразглеждането на съществуващи услуги, за да гарантират, че подобни защитни мерки се прилагат доколкото е възможно.
- Съответните подписали страни следва да засилят и да демонстрират ефективността на усилията за осигуряване на интегритет на услугите по отношение на профилите, чиято цел е разпространението на дезинформация, като конкретните обстоятелства следва да се оценяват и определят от съответната подписала страна.
- В съответствие с член 8 от Европейската конвенция за правата на човека^[12] на подписалите страни не следва да се забранява да допускат анонимното използване или използването под псевдоним на профили и услуги.

Подписалите настоящия Кодекс страни се ангажират със следното:

5. Съответните подписали страни се ангажират да приемат ясни политики по отношение на самоличността и злоупотребата с автоматизирани ботове в рамките на услугите, които предлагат, както и да прилагат тези политики в ЕС. Тези политики могат да включват някои от мерките в приложение 2 към Кодекса.
6. Съответните подписали страни се ангажират да приемат политики, в които се определя какво представлява непозволената употреба на автоматизирани системи, както и да направят тези политики публично достъпни за потребителите от ЕС на своята платформа.

II.G. Оправомощаване на потребителите

Като се има предвид, че:

- в съответствие с член 10 от Европейската конвенция за правата на човека^[13] и принципа за свобода на убеждение подписалите страни не следва да бъдат задължавани от своите държави, нито следва да приемат доброволни политики за изтриване или предотвратяване на достъпа до иначе законно съдържание или съобщения единствено защото се смятат за „фалшиви“.
- Подписалите настоящия Кодекс страни признават значението на намаляването на видимостта на дезинформацията чрез подобряване на възможностите за намиране на достоверно съдържание и смятат, че потребителите следва да разполагат с инструменти, позволяващи персонализирана и интерактивна онлайн дейност, с цел да се улеснят откриването на съдържание и достъпът до различни информационни източници, представящи алтернативни гледни точки, а следва да разполагат и с леснодостъпни инструменти за докладване за дезинформация, както се посочва в Съобщението.
- Съответните подписали страни следва да инвестират в технологични средства за осигуряване на приоритет на подходящата, автентична и достоверна информация, когато е целесъобразно, при търсене, фийдове или други канали за разпространение, при които се използва автоматично класиране.
- Подписалите настоящия Кодекс страни признават, че следва да се гарантира прозрачност, позволяваща на потребителите да разбират защо са обект на дадена политическа или тематично ориентирана реклама.
- Прозрачността следва да отразява значението на улесняването на оценката на съдържание чрез показатели за надеждността на източниците на съдържание, собствеността на медиите и проверената самоличност. Тези показатели следва да се основават на обективни критерии и да бъдат одобрени от новинарските медийни асоциации в съответствие с журналистическите принципи и процедури.
- Подписалите страни знаят, че тече законодателна работа по разработването на стандарти за прозрачност на основните параметри на класиране, включени в проекта за регламент за отношенията между платформите и предприятията, както и за работата, извършвана от експертната група на ЕС за изкуствения интелект, и за достиженията на правото на ЕС в областта на защитата на потребителите.

Подписалите настоящия Кодекс страни се ангажират със следното:

7. Съответните подписали страни се ангажират да инвестират в продукти, технологии и програми, подобни на посочените в приложение 2, за да помагат на хората да вземат информирани решения, когато се сблъскат с онлайн новини, които може би са фалшиви, включително чрез подкрепа на усилията за разработване и прилагане на ефективни показатели за надеждност в сътрудничество с новинарската екосистема.
8. Съответните подписали страни се ангажират да инвестират в технологични средства за осигуряване на приоритет на подходящата, автентична и достоверна информация, когато е целесъобразно, при търсене, фийдове или други канали за разпространение, при които се използва автоматично класиране.
9. Съответните подписали страни се ангажират да инвестират във функции и инструменти, улесняващи намирането на разнообразни гледни точки по теми от обществен интерес.

10. Подписалите страни се ангажират да си сътрудничат с гражданското общество, правителствата, учебните заведения и други заинтересовани страни, за да подкрепят усилията за подобряване на критичното мислене и грамотността в областта на цифровите медии.
11. Подписалите страни се ангажират да насърчават навлизането на пазара на инструменти, помагачи на потребителите да разбират защо са обект на определени реклами.

II.Д. По-силни позиции на научноизследователската общност

Като се има предвид, че:

- В съответствие с доклада на експертната група на високо равнище и Съобщението на Комисията подписалите настоящия Кодекс страни признават необходимостта от вземане на мерки, за да се позволи съобразен с неприкосновеността на личния живот достъп до данни с цел проверка на факти и научноизследователски дейности, както от сътрудничество чрез предоставяне на необходимите данни за функционирането на техните услуги, включително на данни за независимо разследване от научни изследователи и обща информация за алгоритмите^[14].

Подписалите настоящия Кодекс страни се ангажират със следното:

12. Съответните подписали страни се ангажират да подкрепят независимите добросъвестни усилия за проследяване на дезинформацията и за разбиране на нейното въздействие, включително независимата мрежа от проверители на факти, ползваща се с подкрепата на Европейската комисия. Това ще включва обмен на набори от данни при спазване на неприкосновеността на личния живот, съвместни научни изследвания или други видове партньорство с представители на академичните среди и организациите на гражданското общество, когато това е необходимо и възможно.
13. Съответните подписали страни се ангажират да не забраняват или възпрепятстват добросъвестните изследвания в областта на дезинформацията и политическата реклама на техните платформи.
14. Съответните подписали страни се ангажират да насърчават изследванията в областта на дезинформацията и политическата реклама.
15. Съответните подписали страни се ангажират да организират годишна проява за насърчаване на дискусиите в академичните среди, общността на проверителите на факти и сред членовете на веригата за създаване на стойност.

III. ИЗМЕРВАНЕ И МОНИТОРИНГ НА ЕФЕКТИВНОСТТА НА КОДЕКСА

Следният набор от ключови показатели за ефективност ще се прилагат по отношение на съответните подписали страни и техните ангажименти.

16. Съответните подписали страни се ангажират да изготвят годишен отчет за своята работа за борба с дезинформацията под формата на публично достъпен доклад, подлежащ на преглед от трета страна. В доклада може да се съдържа подробна информация за предприетите мерки и напредъка, постигнат от подписалите страни

за подобряване на прозрачността относно дезинформацията, като например:

- а. В съответствие с ангажимента по точка 1 по-горе — за политиките и дейностите по прилагане във връзка с намаляването на възможностите за реализиране на приходи за доставчиците на дезинформация;
 - б. В съответствие с ангажиментите по параграф II.Б. по-горе — за мерките за подобряване на видимостта за потребителите на случаите на политическа реклама;
 - в. В съответствие с ангажиментите по параграф II.В. по-горе — за мерките за интегриране и разгръщане на политики във връзка с интегритета на техните услуги в контекста на дезинформацията;
 - г. В съответствие с ангажиментите по параграф II.Г. по-горе — за мерките за засилване на правата на потребителите чрез предоставяне на продукти, инструменти, технологии и програми;
 - д. В съответствие с ангажиментите по параграф II.Г. — за „измерване на осведомеността/опасенията на потребителите относно дезинформацията“;
 - е. В съответствие с ангажимента по точка 9 по-горе — за осигуряването на инструменти за намиране на разнообразни гледни точки по въпроси от обществен интерес;
 - ж. В съответствие с ангажимента по параграф II.Д. по-горе — за мерките за подобряване на възможността на изследователите и групите на гражданското общество да следят обхвата и мащаба на политическите реклами;
 - з. В съответствие с ангажимента по точка 10 по-горе — за насърчаване на обучения с цел формиране на критично мислене и придобиване на знания и умения в областта на цифровите медии;
 - и. В съответствие с ангажиментите по параграф II.Д. по-горе — за усилията за подпомагане на добросъвестните изследвания и/или мрежата от проверители на факти през дадена година от съответните подписали страни.
17. В специфичния случай на рекламодателите Световната федерация на рекламодателите (WFA) ще предоставя обобщени отчети за проследяването и идентифицирането на различните дейности и политики за защита на марката, използвани от притежателите на марки.
 18. В специфичния случай на рекламните агенции Европейската асоциация на съобщителните агенции (ЕАСА) ще предоставя обобщени отчети за проследяване и идентифициране на различните дейности и политики за защита на марката, използвани от рекламните агенции, включително насърчаването на съответни инструменти, сътрудничеството с трети дружества за проверка, както и методите за оценка на стратегии за купуване на медии и за вземане на решения за пускане на обяви, свързани със рисковете от онлайн дезинформация.
 19. IAB Европа (Бюро за интерактивна реклама) ще предоставя обобщени отчети за проследяване и идентифициране на различните дейности и политики за защита на марката, използвани от неговите членове, които включват заинтересовани страни от екосистемата на рекламата по интернет.
 20. Подписалите страни се ангажират да изберат обективна трета организация, която да преглежда годишните доклади за самооценка, подадени от съответните подписали страни, и да оцени равнището на изпълнение на поетите ангажименти.
 21. В съответствие с ангажимент 4 по параграф II.Б. съответните подписали страни работят с Европейската комисия и други ключови заинтересовани страни, за да

разработят работно определение, което ще се използва за най-ефективните подходи, които едновременно постигат прозрачност и отстояват основните права, за да се постигне значим напредък към разработване на подходи за публично оповестяване на тематично ориентираната реклама.

IV. ПЕРИОД ЗА ОЦЕНКА

Подписването на Кодекса за поведение ще бъде последвано от 12-месечен период за оценка, по време на който подписалите страни ще се срещат редовно, за да анализират постигнатия напредък, изпълнението и функционирането на Кодекса.

Подписалите страни ще се срещнат в края на периода за оценка, за да обсъдят ефективността на Кодекса във връзка с всеки от горепосочените ангажименти. Те ще обсъдят бъдещето на Кодекса и, ако е необходимо, евентуалните последващи действия. Тези последващи действия могат да включват промени в наичините за мониторинг на усилията на подписалите страни във връзка с Кодекса и въздействието на Кодекса върху дезинформацията. Резултатите от тази оценка ще бъдат обобщени в доклад, който ще съдържа заключения за собствените ангажименти и ключови показатели за ефективност (КПЕ) на съответните подписали страни.

След изтичане на периода за оценка подписалите страни ще се срещат ежегодно, за да преразглеждат Кодекса и да предприемат допълнителни мерки, ако е необходимо. Те могат да се срещат и по-често, ако сметат това за необходимо, за да обсъдят функционирането на Кодекса. Могат да се изготвят междинни доклади за преглед на функционирането и ефективността на Кодекса.

Подписалите страни се споразумяват да си сътрудничат с Европейската комисия при оценяването на докладите за функционирането на Кодекса. Това сътрудничество може да включва:

- предоставяне на достъп до подходяща информация при поискване;
- уведомяване на Комисията за подписване или оттегляне от Кодекса на подписали страни;
- отговаряне на въпроси на Комисията и участие в консултации;
- обсъждане на гореспоменатите оценки и доклади на срещи на подписалите страни; както и
- отправяне на покана до Комисията за всички такива срещи.

V. ПОДПИСАЛИ СТРАНИ

Настоящият Кодекс се прилага само за подписалите го страни. По всяко време могат да го подпишат и други страни. Желаетелите да подпишат Кодекса трябва да представят своите дейности на вече подписалите го страни и да посочат как възнамеряват да спазват неговите изисквания.

Подписалите страни могат да се оттеглят от Кодекса или от конкретни ангажименти в рамките

на Кодекса по всяко време, като уведомят Европейската комисия и останалите подписали страни за намерението си. Подобно оттегляне не води до прекратяване на действието на Кодекса за другите подписали го страни.

Всяка подписала страна може по всяко време да уведоми останалите подписали страни, ако смята, че дадена подписала страна не спазва ангажиментите си по Кодекса, както и за основанията за това свое мнение. Подписалите страни могат да решат да разгледат въпроса на пленарно заседание. След като изслушат въпросната подписала страна и след като заключат въз основа на обективни констатации, че тази подписала страна не желае да спазва ангажиментите си по Кодекса, и след проучване всички други разумни възможности, подписалите страни могат да приканят въпросната страна да се оттегли от Кодекса. Подписалите страни уведомяват Европейската комисия за това решение.

Подписалите страни могат да посочват на своите уебсайтове или в търговски и други съобщения, че са подписали Кодекса. Те могат да предприемат всички разумни мерки, за да доведат съществуването на Кодекса до знанието на своите бизнес партньори.

VI. ВЛИЗАНЕ В СИЛА

Настоящият Кодекс влиза в сила и започва да поражда действие един месец след

подписването му. Всички промени в Кодекса трябва да бъдат приети от всички

подписали страни.

Кодексът е с безсрочно действие, при условие че подписалите страни са съгласни да продължават да го преразглеждат всяка година.

Подписано в Брюксел на xx септември 2018 г.

^[1] http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=51804.

^[2] <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>.

^[3] <http://www.consilium.europa.eu//media/35936/28-euco-final-conclusions-en.pdf>.

^[4] Мерките, предприети от Европейския съюз, неговите държави членки и други заинтересовани страни, следва да ограничават случаите и въздействието на дезинформацията, разпространявана онлайн, и трябва да бъдат приети в съответствие с правната рамка на Хартата на основните права на Европейския съюз и Европейската конвенция за правата на човека (ЕКПЧ). По-конкретно свободата на изразяване на мнение е защитена с член 11 от Хартата и член 10 от ЕКПЧ като незаменим фактор за вземането на добри решения в свободните и демократични общества. Свободата на изразяване обхваща пресата, телевизията, радиото и онлайн медиите и включва правото на всеки да отстоява своето мнение и да получава и да разпространява информация и идеи „без намеса на публичните власти и независимо от границите“, както и неотменно свързаните с това ценности на свобода и плурализъм на медиите.

^[5] Съобщение на Комисията, параграф 2.1.

^[6] Съобщение на Комисията, параграф 1.

^[7] Вж. например параграф 3.1.1. от Съобщението, в което Комисията посочва, че всички действия за борба с дезинформацията „следва стриктно да зачитат свободата на изразяване и да включват гаранции за предотвратяване на злоупотреби — например цензуриране на критична, сатирична, изразяваща несъгласие или шокираща реч. Те следва строго да спазват ангажимента на Комисията за открит, безопасен и надежден интернет“.

^[8] Съобщение на Комисията, параграф 3.1.1.

^[9] Съобщение „Европейски подход за борба с дезинформацията, разпространявана онлайн“, http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=51804.

^[10] Като например Кодекса за поведение относно рекламните и маркетинговите комуникации на Международната търговска камара (<https://cdn.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2011/08/ICC-Consolidated-Code-of-Advertising-and-Marketing-2011-English.pdf>) или кодексите за поведение за рекламните, прилагани от саморегулиращи се организации на национално равнище.

^[11] Съобщение на Комисията, параграф 3.1.1.

^[12] Член 8 от ЕКПЧ, „Право на зачитане на личния и семейния живот“.

^[13] Член 10 от ЕКПЧ, „Свобода на изразяването на мнение“.

^[14] Доклад на експертната група на високо равнище.