



KOMISJA
EUROPEJSKA

WYSOKI PRZEDSTAWICIEL UNII
DO SPRAW ZAGRANICZNYCH I
POLITYKI BEZPIECZEŃSTWA

Bruksela, dnia 14.6.2019 r.
JOIN(2019) 12 final

**WSPÓLNY KOMUNIKAT DO PARLAMENTU EUROPEJSKIEGO, RADY,
EUROPEJSKIEGO KOMITETU EKONOMICZNO-SPOŁECZNEGO, KOMITETU
REGIONÓW**

Sprawozdanie z realizacji planu działania przeciwko dezinformacji



A. Wprowadzenie

Ochrona procesów demokratycznych i instytucji demokratycznych przed dezinformacją¹ jest dla naszego społeczeństwa poważnym wyzwaniem. UE pragnie się z nim zmierzyć, dlatego wprowadziła solidne ramy pozwalające na skoordynowane działania, w pełnej zgodności z naszymi europejskimi wartościami i prawami podstawowymi.

Demokracja europejska jest silna tak długo, jak długo jej obywatele aktywnie w niej uczestniczą. Rekordowa frekwencja w ostatnich wyborach do Parlamentu Europejskiego jest dowodem na to, że Europejczycy są zdecydowani kształtować przyszłość swojej Unii.

Zbyt wcześnie na wyciąganie jakichkolwiek ostatecznych wniosków odnośnie do poziomu i wpływu dezinformacji na ostatnie wybory, jednak oczywiste jest, że działania podjęte w ramach wspólnego planu działania przeciwko dezinformacji² oraz poświęcony temu problemowi pakiet dotyczący wyborów³ przyczyniły się do powstrzymania ataków oraz do ujawnienia prób dezinformacji. Zachęteni tymi działaniami liczni dziennikarze, weryfikatorzy informacji, platformy, organy krajowe, naukowcy i społeczeństwo obywatelskie przyczynili się do szerzenia wiedzy o tym, jak przeciwdziałać zagrożeniom. Zwiększona świadomość społeczna w tym kontekście utrudniła podmiotom, które działały w złych zamiarach, manipulowanie debatą publiczną.

Jednak nie możemy spocząć na laurach, walka z dezinformacją musi być kontynuowana. Jest to wyzwanie długoterminowe, które dotyczy wszystkich części naszego społeczeństwa, wymagające nieustannego zaangażowania i podejmowania wysiłków. Należy jeszcze wiele zrobić, aby ochronić nasze demokratyczne procesy i instytucje unijne przed manipulacją i dezinformacją.

Dzisiejsze sprawozdanie Komisji i Wysokiej Przedstawiciel stanowi pierwszą ocenę dotychczasowych postępów i pozwala na wyciągnięcie najważniejszych wniosków na przyszłość. Szczegółowo wyjaśniono w nim, w jaki sposób plan działania i pakiet dotyczący wyborów pomogły w zwalczaniu dezinformacji w kontekście wyborów. Jest ono również wkładem Komisji i Wysokiej Przedstawiciel w posiedzenie Rady Europejskiej w dniach 20–21 czerwca.

B. W kierunku skoordynowanego podejścia do zwalczania dezinformacji

Przyjmując Plan działania na rzecz zwalczania dezinformacji, Komisja i Wysoka Przedstawiciel wprowadziły silne ramy pozwalające na przeciwdziałanie zagrożeniom w UE i poza nią. Swoją rolę

¹ Komisja definiuje dezinformację jako „możliwe do zweryfikowania nieprawdziwe lub wprowadzające w błąd informacje, tworzone, przedstawiane i rozpowszechniane w celu uzyskania korzyści gospodarczych lub wprowadzenia w błąd opinii publicznej, które mogą wyrządzić szkodę publiczną. Dezinformacja nie obejmuje błędów sprawozdawczych, satyry i parodii ani wyraźnie oznaczonych stronicznych wiadomości i komentarzy” (COM(2018)236). Celem dezinformacji jest odwrócenie uwagi i wprowadzenie podziałów, zasianie wątpliwości poprzez zniekształcenie i zafałszowanie faktów, co prowadzi do dezorientacji i osłabienia zaufania do instytucji i ugruntowanych procesów politycznych.

² JOIN(2018)36 final.

³ Pakiet dotyczący wyborów obejmuje Komunikat Komisji w sprawie zapewnienia wolnych i uczciwych wyborów europejskich, COM (2018) 637; Zalecenie Komisji w sprawie sieci współpracy ds. wyborów, przejrzystości w internecie, ochrony przed cyberincydentami i przeciwdziałania kampaniom dezinformacyjnym w kontekście wyborów do Parlamentu Europejskiego, COM(2018) 5949; Wytoczne Komisji dotyczące stosowania unijnych przepisów o ochronie danych osobowych w kontekście wyborczym, COM (2018) 638; Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE, Euratom) 2019/493 z dnia 25 marca 2019 r. zmieniające rozporządzenie (UE, Euratom) nr 1141/2014 w odniesieniu do procedury weryfikacji dotyczącej naruszeń przepisów o ochronie danych osobowych w kontekście wyborów do Parlamentu Europejskiego, Dz.U. L 85I z 27.3.2019, s. 7–10.

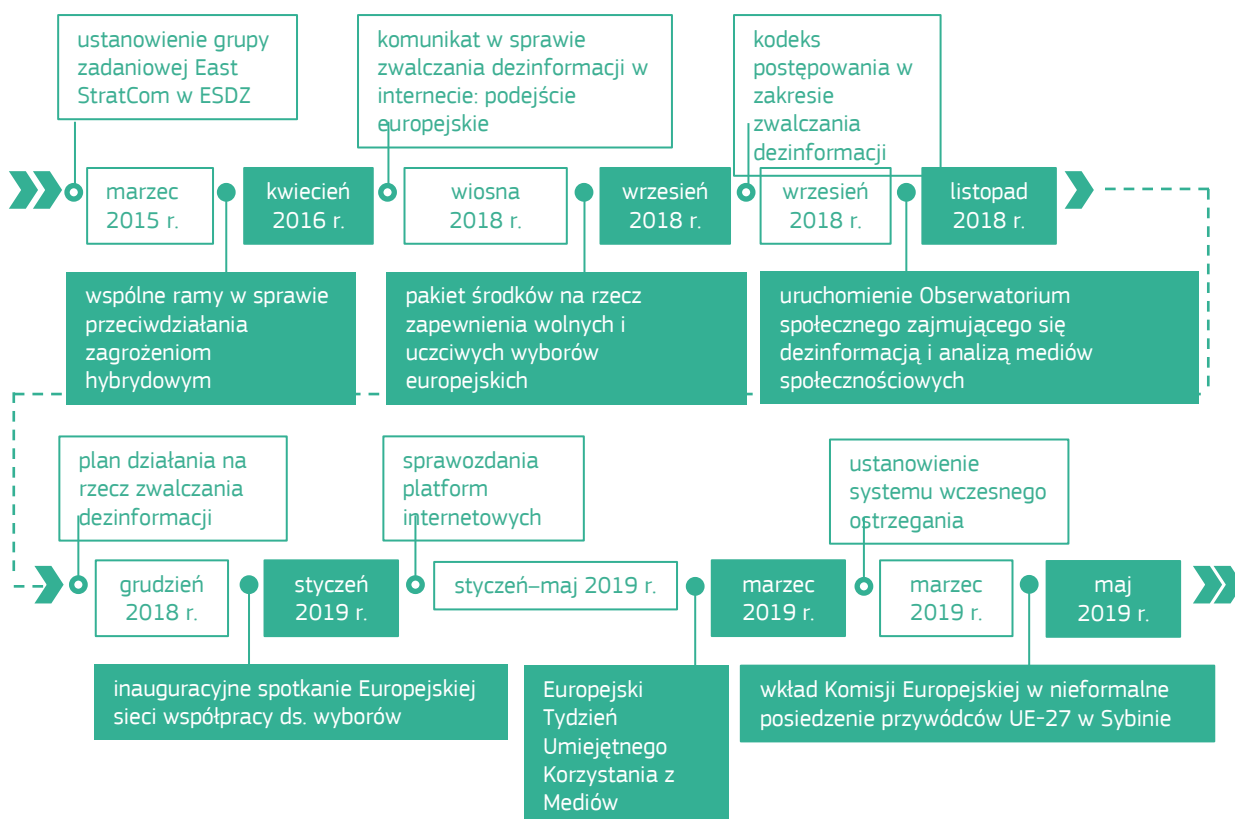


w tych działaniach odegrały wszystkie istotne podmioty, w tym instytucje UE, państwa członkowskie, poszczególne sektory branżowe oraz społeczeństwo obywatelskie, poruszając się na czterech płaszczyznach:

1. UE wzmocniła swoje zdolności w zakresie identyfikowania i przeciwdziałania dezinformacji za pośrednictwem grup zadaniowych ds. komunikacji strategicznej oraz Komórki UE ds. Syntezy Informacji o Zagrożeniach Hybrydowych w Europejskiej Służbie Działań Zewnętrznych. Udoskonaliła ponadto swoją skoordynowaną odpowiedź na zagrożenia, uruchamiając system wczesnego ostrzegania, który ułatwia wymianę informacji między państwami członkowskimi a instytucjami UE.
2. UE współpracowała z platformami internetowymi oraz sektorami branżowymi za pośrednictwem dobrowolnego kodeksu postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji. Pozwoliło to zwiększyć przejrzystość komunikacji politycznej i zapobiegać wykorzystywaniu ich usług w celach manipulacyjnych. Dzięki temu użytkownicy wiedzą, dlaczego pojawia się konkretna treść lub reklama o charakterze politycznym, skąd ona pochodzi i kto za nią stoi.
3. Komisja i Wysoki Przedstawiciel pomogły, we współpracy z Parlamentem Europejskim, w podniesieniu świadomości społeczeństwa na temat dezinformacji oraz zwiększeniu jego odporności na dezinformację, przede wszystkim za sprawą informowania w oparciu o fakty oraz stałych wysiłków na rzecz promowania umiejętności korzystania z mediów.
4. Komisja udzielała państwom członkowskim wsparcia w ich wysiłkach na rzecz zapewnienia integralności wyborów i wzmocnienia odporności demokratycznych systemów Unii, ułatwiając współpracę, udostępniając wytyczne oraz wspierając za pośrednictwem środków ustawodawczych.



Przegląd wspólnych i skoordynowanych działań UE skierowanych przeciwko dezinformacji



1. Zwiększenie potencjału i wzmocnienie skoordynowanych działań w odpowiedzi na zagrożenia

Komisja i Wysoki Przedstawiciel wzmocniły potencjał Unii w zakresie wykrywania, analizowania i obnażania dezinformacji, a także zapewniania skoordynowanej reakcji, zwłaszcza za pośrednictwem systemu wczesnego ostrzegania. Cel ten osiągnięto dzięki umocnieniu odnośnych płaszczyzn działania w Dyrekcji Generalnej ds. Komunikacji oraz dzięki zwiększeniu zasobów finansowych i ludzkich, jakimi dysponują grupy zadaniowe ds. komunikacji strategicznej w Europejskiej Służbie Działań Zewnętrznych. Zwiększenie budżetu pozwoliło na przykład grupie zadaniowej ds. komunikacji strategicznej dotyczącej Wschodu na rozszerzenie zakresu swojej działalności i dalsze rozwijanie profesjonalnego monitoringu.

W ramach systemu wczesnego ostrzegania ułatwiono organom UE i państwom członkowskim codzienną wymianę informacji dotyczących szeregu przypadków dezinformacji oraz związanych z nimi tendencji.

Zgromadzone dotychczas dane nie pozwoliły na zidentyfikowanie wyraźnej kampanii dezinformacyjnej prowadzonej przez źródła zewnętrzne, która byłaby ukierunkowana na wybory europejskie. Jednak zgromadzone informacje wskazują na nieprzerwaną i trwałą działalność



dezinformacyjną ze strony rosyjskich źródeł⁴, której celem było ograniczenie frekwencji i oddziaływanie na preferencje wyborców. Działalność ta obejmowała szereg tematów, począwszy od podważania demokratycznej legitymacji Unii po wykorzystywanie debat publicznych, które pogłębiają podziały społeczne, i które dotyczą kwestii migracji czy suwerenności. Jest to potwierdzeniem tezy, iż kampanie dezinformacyjne prowadzone przez podmioty rządowe i pozarządowe⁵ są dla UE zagrożeniem hybrydowym.

Obserwowano stałą tendencję polegającą na tym, że działające w złych zamiarach podmioty wykorzystywały dezinformację w celu promowania ekstremalnych opinii i polaryzowania lokalnych debat, między innymi bezzasadnie atakując UE. Krajowe podmioty polityczne często przejmowały taktykę i treści wykorzystywane przez źródła rosyjskie do ataków na UE i jej wartości⁶. Zaangażowane były również inne podmioty zewnętrzne.



Działające w złych zamiarach podmioty wykorzystały pożar w katedrze Notre Dame w Paryżu jako dowód na rzekomy upadek zachodnich i chrześcijańskich wartości w UE. Ponadto bardzo szybko przypisały one polityczny kryzys, a następnie upadek rządu w Austrii, tzw. europejskiemu głębokiemu państwu, „niemieckim i hiszpańskim służbom bezpieczeństwa” oraz osobom indywidualnym. Rozpowszechnianie informacji o tym, że Parlament Europejski nie ma władzy ustawodawczej oraz o tym, że jest kontrolowany przez lobbystów, miało na celu ograniczanie liczby głosów⁷.

Taktyka stosowana przez te podmioty ewoluuje na bieżąco, stosownie do środków przyjmowanych przez poszczególne państwa i platformy internetowe. Wydaje się, że podmioty te – zwłaszcza te powiązane ze źródłami rosyjskimi – zamiast podejmowania operacji na dużą skalę na platformach cyfrowych, decydują się na operacje przeprowadzane na niewielką skalę, lokalnie, które są trudniejsze do wykrycia i ujawnienia.

Biorąc pod uwagę coraz bardziej wyrafinowany charakter działań dezinformacyjnych oraz napotykaną przez niezależnych analityków trudności z uzyskaniem dostępu do danych przechowywanych na platformach, spójna ocena zakresu i wpływu kampanii dezinformacyjnych zabierze dużo czasu. Będzie ona ponadto wymagać podjęcia wspólnych starań przez społeczeństwo obywatelskie, środowisko akademickie, podmioty publiczne oraz platformy internetowe.

System wczesnego ostrzegania dowiódł swojej skuteczności, ułatwiając ścisłą współpracę między instytucjami UE i organami krajowymi. Stale rośnie liczba interakcji między organami krajowymi, zaś narzędzie to stało się punktem odniesienia dla walki z dezinformacją. System przyczynił się do wzmocnienia współpracy z platformami internetowymi, przy czym platformy w większym stopniu powinny reagować na zgłaszane z zewnątrz przypadki fałszywej aktywności oraz treści zamieszczanych w złym zamiarze. System wczesnego ostrzegania ułatwił ponadto współpracę

⁴ Liczba przypadków dezinformacji, które przypisuje się źródłom rosyjskim i które udokumentowała grupa zadaniowa ds. komunikacji strategicznej dotyczącej Wschodu od stycznia bieżącego roku (998), podwoiła się w porównaniu z tym samym okresem w roku ubiegłym (434).

⁵ Zob. przede wszystkim oświadczenia Facebooka dotyczące usuwania stron, grup i kont w innych państwach <https://newsroom.fb.com/news/>.

⁶ <https://www.isdglobal.org/isd-publications/interim-briefing-propaganda-and-digital-campaigning-in-the-eu-elections/>.

⁷ Więcej szczegółów dotyczących przypadków dezinformacji znajduje się na portalu EUvsDISinfo: <https://euvsdisinfo.eu/disinformation-cases/>.



z międzynarodowymi partnerami, takimi jak państwa G7 czy NATO. Współpraca ta będzie umacniana w przyszłości.

2. Wdrażanie kodeksu postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji

Platformy internetowe stały się dla wielu obywateli UE potężnym źródłem informacji. W związku z tym mogą one odgrywać kluczową rolę w rozpowszechnianiu dezinformacji. Z tego względu Komisja wezwała platformy do wzmożenia wysiłków prowadzących do zwalczania dezinformacji. W odpowiedzi najważniejsze platformy, w tym Facebook, Google, Twitter, a także szereg przedsiębiorstw produkujących oprogramowanie oraz organów reprezentujących przemysł reklamowy, przyjęło w październiku 2018 r. samoregulacyjny kodeks postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji⁸. Tym samym dobrowolnie zobowiązały się do zwiększenia przejrzystości, odpowiedzialności i wiarygodności swoich usług.

Mając na uwadze wybory do Parlamentu Europejskiego w 2019 r. Komisja oraz europejska grupa regulatorów audiowizualnych usług medialnych (ERGA)⁹ przeprowadziła ukierunkowane monitorowanie działań podejmowanych przez Facebook, Google oraz Twitter, opierając się na miesięcznych sprawozdaniach składanych przez te platformy w okresie od stycznia do maja 2019 r.¹⁰. W wyniku tego monitorowania odnotowano przedstawione poniżej osiągnięcia:

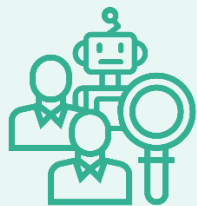
- ▶ Platformy internetowe udoskonały **kontrolę zamieszczania reklam** celem ograniczenia podejmowanych w złej wierze praktyk clickbaitingu (zwodnicze linki) i zmniejszenia dochodów z reklam podmiotów publikujących materiały dezinformacyjne. W ich comiesięcznych sprawozdaniach zawarto szczegółowe dane liczbowe, z podziałem na państwa członkowskie, a także liczbę przypadków, w których reklamy zostały zdjęte, a konta reklamowe zamknięte ze względu na oszukańcze lub wprowadzające w błąd działania¹¹.
- ▶ Wszystkie trzy platformy nasiliły starania prowadzące do zwiększenia **przejrzystości reklam politycznych**, zwłaszcza poprzez ich stosowne oznaczenie i udostępnianie publiczne za pośrednictwem bibliotek reklam, które można przeszukiwać.
- ▶ Platformy powiadomiły o podjęciu działań w celu wspierania **integralności swoich usług**. Poinformowały, że będą skupiać się na zachowaniach manipulacyjnych, których celem jest zwiększenie widoczności treści poprzez skoordynowane działania, a także na niewłaściwym wykorzystywaniu botów i fałszywych kont.

⁸ W maju 2019 r. kodeks przyjęło również przedsiębiorstwo Microsoft.

⁹ Pełne sprawozdanie zostanie przyjęte przez ERGA na posiedzeniu w dniach 20–21 czerwca 2019 r.

¹⁰ Komisja opublikowała te sprawozdania wraz z oceną postępów we wdrażaniu kodeksu postępowania.

¹¹ Takie działania obejmują posługiwanie się dokumentem przez osobę podobną do prawowitego posiadacza, spamowanie, przedstawianie nieprawdziwych danych dotyczących tożsamości, odesłania do farm klików lub oszukańczych stron internetowych. W ciągu pięciu miesięcy Google skierował działania przeciwko 131 621 kontom reklamowym założonym na terytorium UE za naruszenie polityki dotyczącej przedstawiania nieprawdziwych informacji oraz przeciwko 26 824 kontom reklamowym założonym na terytorium UE za naruszenie polityki dotyczącej niedostatecznych treści źródłowych; ponadto Google podjął działania przeciwko 1 188 kontom wydawców za naruszenie polityki dotyczącej braku wartościowych informacji. Facebook zgłosił, że działaniami na terenie UE objął około 1,2 miliona reklam, w związku z naruszeniem jego polityki dotyczącej niskiej jakości lub destruktywnych treści, treści wprowadzających w błąd lub nieprawdziwych bądź w związku z obchodzeniem jego systemów. Twitter powiadomił o odrzuceniu 6 018 reklam ukierunkowanych na odbiorców w UE, ze względu na naruszenie jego polityki dotyczącej nieakceptowalnych praktyk w kontekście działalności reklamowej, a także 9 508 reklam ukierunkowanych na odbiorców w UE, ze względu na naruszenie polityki dotyczącej jakości reklam.



W okresie od stycznia do maja platformy internetowe podejmowały działania skierowane przeciwko fałszywej aktywności, aby ograniczyć spamowanie i dezinformację w ujęciu globalnym. Google zgłosił, że usunął ponad 3,39 mln kanałów Youtube oraz 8 600 kanałów na całym świecie, ze względu na naruszenie polityki dotyczącej spamowania i posługiwania się dokumentem przez osobę podobną do prawowitego posiadacza. Facebook usunął w pierwszym kwartale 2019 r. 2,19 mld fałszywych kont oraz podjął konkretne działania przeciwko 1 574 stronom, grupom i kontom umiejscowionym poza UE i przeciwko 168 stronom, grupom i kontom umiejscowionym w UE, które zaangażowane były w fałszywą aktywność ukierunkowaną na państwa członkowskie UE. Twitter zajął się niemal 77 mln fałszywych lub spamopodobnych kont na całym świecie.

W dniach poprzedzających wybory internetowe platformy zidentyfikowały i zlikwidowały – kierując się wskazaniami niezależnych śledczych i dziennikarzy – kolejne konta, które rozpowszechniały dezinformację i mowę nienawiści¹². Zgłoszono, że ponad 600 grup i stron na Facebooku, które działały we Francji, Niemczech, Włoszech, w Zjednoczonym Królestwie, Polsce i Hiszpanii, rozpowszechniało dezinformację i mowę nienawiści lub korzystało z fałszywych profili, aby w sztuczny sposób rozprowadzać treści partii lub stron posiadających ich poparcie. Strony te wygenerowały 763 mln wyświetleń przez użytkowników. Dzięki zgłoszeniom analityków, weryfikatorów informacji oraz społeczeństwa obywatelskiego zidentyfikowano także dodatkowe przypadki podejmowanych na szeroką skalę prób manipulowania zachowaniem wyborców w co najmniej dziewięciu państwach członkowskich¹³.

Jednak mimo tych wysiłków konieczne są dalsze działania, aby platformy skutecznie walczyły z dezinformacją. Facebook rozszerzył wprawdzie politykę przejrzystości, obejmując nią reklamy tematyczne¹⁴, jednak podobnej polityki nie wprowadził ani Google ani Twitter, co narzuca pytania odnośnie do skuteczności środków dotyczących przejrzystości podjętych przez wszystkich sygnatariuszy. Ponadto platformy nie poczyniły wystarczających postępów w zwiększaniu przejrzystości stron internetowych, na których umieszczane są reklamy. Częściową przyczyną jest brak zaangażowania ze strony przemysłu reklamowego.

Wszystkie platformy powinny ponadto zagwarantować aktywną, funkcjonującą współpracę z weryfikatorami informacji we wszystkich państwach członkowskich i wzmocnić użytkowników, aby również oni mogli łatwiej wykrywać dezinformację. Można to osiągnąć, na przykład, opracowując – we współpracy z organizacjami medialnymi – wskaźniki wiarygodności dla źródeł informacji.

Ponadto platformy powinny zapewnić środowiskom zajmującym się badaniami odpowiedni dostęp do istotnych danych, zgodnie z przepisami o ochronie danych osobowych. Współpraca z naukowcami umożliwi lepsze wykrywanie kampanii dezinformacyjnych i ich analizowanie, pozwoli na odpowiedni monitoring wdrażania kodeksu oraz zapewni niezależną kontrolę funkcjonowania algorytmów. Komisja będzie nadal promować powszechne przyjmowanie kodeksu przez wszystkie zainteresowane strony.

¹² <https://www.theguardian.com/world/2019/may/22/far-right-facebook-groups-spreading-hate-to-millions-in-europe>.

¹³ Avaaz (2019 r.): Prawicowa sieć dezinformacyjna; Institute for Strategic Dialogue (Instytut na rzecz Strategicznego Dialogu, 2019 r.): Analiza operacyjna dotycząca wyborów UE w 2019 r.: Wstępny dokument informacyjny; Avaaz & Institute for Strategic Dialogue (2019 r.): Zakłócenia: Dowody na powszechne zakłócenia cyfrowe wyborów do Parlamentu Europejskiego w 2019 r.

¹⁴ Np. imigracja, wartości polityczne, prawa obywatelskie i socjalne, polityka bezpieczeństwa i polityka zagraniczna oraz polityka ochrony środowiska.

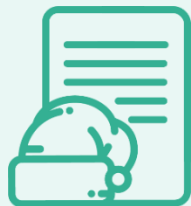


Przed końcem roku, po pierwszych 12 miesiącach wdrażania, Komisja oceni skuteczność kodeksu. Jeżeli wyniki tej oceny nie będą zadowalające, Komisja może zaproponować dalsze inicjatywy, w tym o charakterze regulacyjnym.

3. Podnoszenie świadomości i zwiększanie odporności społeczeństwa

Istnieje potrzeba połączenia sił w celu przeciwdziałania dezinformacji i wspierania odporności społeczeństwa. Można to osiągnąć poprzez wzmocnienie pozycji obywateli i społeczeństwa obywatelskiego oraz zagwarantowanie opartej na faktach komunikacji na temat UE. Przed wyborami do Parlamentu Europejskiego instytucje UE ściśle współpracowały w następujących obszarach:

- **Podnoszenie świadomości na temat dezinformacji:** Instytucje UE uruchomiły szereg inicjatyw mających na celu podniesienie świadomości społecznej na temat dezinformacji we wszystkich państwach członkowskich UE; inicjatywy te obejmowały seminaria, konferencje i spotkania informacyjne dla mediów. Łącznie uczestniczyły w nich setki dziennikarzy, co doprowadziło do zwiększonego zrozumienia zagrożeń polegających na dezinformacji oraz do częstszego informowania o nich. W sesjach informacyjnych dla grup odwiedzających, w tym podczas Europejskiego Tygodnia Młodzieży w Brukseli, uczestniczyło około 200 osób reprezentujących społeczeństwo obywatelskie, uniwersytety i organizacje młodzieżowe.



W związku z nowymi przepisami UE o ochronie danych w Niemczech zaczęła kursować plotka, że dzieci nie będą mogły, zgodnie tradycją, zawieszać swoich listów do Świętego Mikołaja (tzw. Wunschzettel) na choinkach ustawionych w mieście. Celem unijnych przepisów o ochronie danych jest wprowadzić ochrona danych osobowych wykorzystywanych bez zgody osoby, której te dane dotyczą, jednak nie stanowią one, że dzieci nie mogą publicznie informować, co chciałyby dostać w prezencie gwiazdkowym (pod warunkiem, że zgodzą się na to ich rodzice).

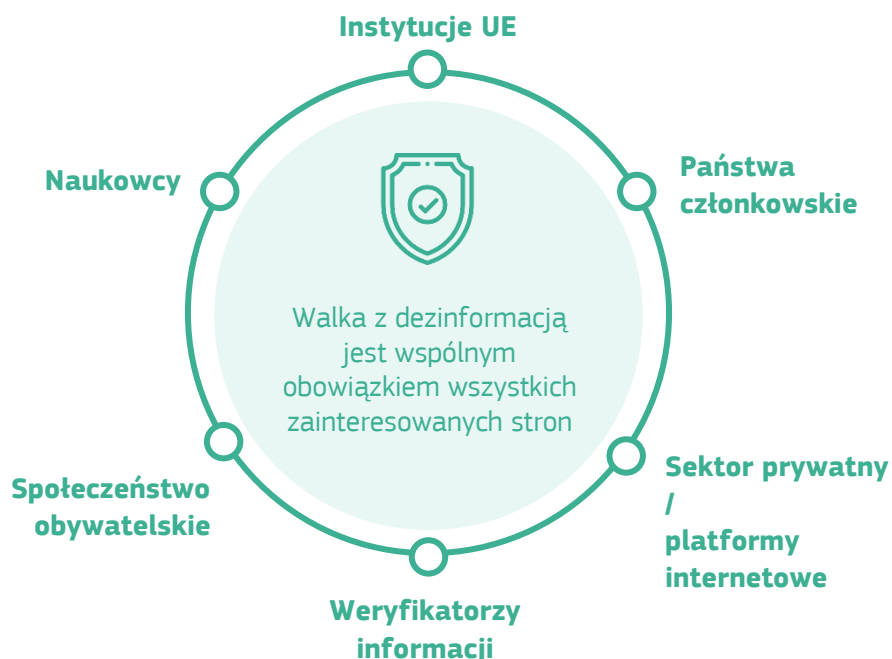


- ▶ **Lepsza komunikacja na temat polityki UE:** Instytucje UE, mając na celu podniesienie świadomości i poprawę zrozumienia wpływu UE na codzienne życie społeczeństwa, nawiązały aktywną i wielojęzyczną komunikację z milionami obywateli UE za pośrednictwem mediów społecznościowych¹⁵ oraz za pośrednictwem kampanii informacyjnych¹⁶. Parlament Europejski uruchomił kampanię informacyjną „Tym razem głosuję”¹⁷, liczne krajowe władze podjęły podobne działania. Komisja oraz Europejska Służba Działań Zewnętrznych znacznie rozszerzyły swoją komunikację pozytywną, organizując specjalne kampanie i docierając tym samym do milionów obywateli.
- ▶ **Udoskonalanie możliwości UE do reagowania na dezinformację:** Komisja współpracowała z Europejską Służbą Działań Zewnętrznych i z Parlamentem Europejskim nad opracowaniem i rozpowszechnianiem materiałów obalających mity i podnoszących świadomość. Korzystała przy tym z doświadczeń akademickich i instytucjonalnych. Regularną działalność prowadziła wewnętrzna sieć Komisji skierowana przeciwko dezinformacji, współpracując z innymi instytucjami UE, łącząc wiedzę ekspercką i *know how* w zakresie komunikacji. Liczne przedstawicielstwa Komisji utworzyły na swoich stronach internetowych strony, na których obalane są utarte mity dotyczące UE, a także nawiązały partnerstwa z weryfikatorami informacji, zespołami redakcyjnymi i innymi inicjatywami społeczeństwa obywatelskiego mającymi na celu eliminowanie dezinformacji.

¹⁵ Komisja regularnie przekazuje za pośrednictwem swoich kont w mediach społecznościowych informacje dotyczące dezinformacji: w okresie od stycznia 2018 r. do kwietnia 2019 r. na Twitterze, Facebooku, Instagramie oraz LinkedIn pojawiło się 57 postów, które wygenerowały 54 781 akcji oraz zaowocowały 3 256 476 wrażeniami (jedynie Twitter i Facebook) i które dotarły do 385 655 odbiorców (jedynie Facebook i Instagram).

¹⁶ Skuteczna Europa (InvestEU, program realizowany w 16 państwach członkowskich, który dotarł do ponad 240 mln potencjalnych odbiorców w latach 2017–2018), Europa, która wzmacnia (EUandME, kampania skierowana do około 100 mln osób w wieku 18–35 lat w całej UE, która dotarła do niemal 60 mln potencjalnych odbiorców w latach 2018–2019) oraz Europa, która chroni (program skierowany do osób w wieku 35–55 lat, która dotarł do niemal 60 mln potencjalnych odbiorców w latach 2018–2019).

¹⁷ W kampanii tej udział wzięło 300 000 osób wspierających, które były zaangażowane w prowadzenie debaty na temat Europy w swoich lokalnych społecznościach i grupach społecznościowych – zarówno w internecie, jak i bezpośrednio. Partnerstwa z Parlamentem nawiązało ponad 340 organizacji działających w całej Europie, które promowały wybory.



- ▶ **Wzmocnienie odporności społeczeństwa za pośrednictwem zwiększania umiejętności korzystania z mediów:** Aby obywatele mogli podejmować świadome decyzje w epoce cyfrowej, powinni dysponować wysokim poziomem umiejętności korzystania z mediów. Jest to warunek niezbędny do funkcjonowania dynamicznej i nowoczesnej demokracji. Aby w całej UE zwiększyć liczbę inicjatyw dotyczących umiejętności korzystania z mediów i uwypuklić najlepsze praktyki, zwłaszcza na szczeblu regionalnym i krajowym, Komisja zorganizowała pierwszy Europejski Tydzień Umiejętności Korzystania z Mediów, w ramach którego odbyło się w UE ponad 320 imprez¹⁸. Zgodnie z nową dyrektywą o audiowizualnych usługach medialnych¹⁹ państwa członkowskie będą musiały w swoim zakresie wprowadzić środki prowadzące do zwiększenia umiejętności medialnych, we współpracy z organami regulacyjnymi i innymi podmiotami.
- ▶ **Umocnienie społeczeństwa obywatelskiego:** Międzynarodowa sieć weryfikacji informacji stworzyła europejski oddział niezależnych weryfikatorów informacji, który obejmuje 14 państw członkowskich, i uruchomiła stronę internetową w 11 językach Unii. Komisja nadal będzie pomagać w tworzeniu europejskiej wielodyscyplinarnej społeczności skupiającej weryfikatorów informacji oraz naukowców akademickich. W ramach programu „Horyzont 2020” Komisja wspierała inwestycje w nowe technologie służące weryfikacji i dystrybucji treści za pośrednictwem mediów społecznościowych. Komisja nasiliła swoje działania w krajach sąsiadujących z Unią, mając na celu nawiązanie kontaktów między UE a społeczeństwem obywatelskim państw partnerskich. Pozwoliło to na zidentyfikowanie i przetestowanie generowanych przez społeczeństwo rozwiązań prowadzących do zwalczania dezinformacji.

¹⁸ Inicjatywa ta została przeprowadzona we współpracy z państwami członkowskimi i odbyła się w dniach od 18 do 22 marca 2019 r.

¹⁹ Dyrektywa (UE) 2018/1018 Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 14 listopada 2018 r.



Komisja uruchomiła Obserwatorium społeczne zajmujące się dezinformacją i analizą mediów społecznościowych (SOMA), które sprzyja tworzeniu sieci kontaktów przez niezależnych weryfikatorów informacji, wymianie wiedzy i rozwijaniu najlepszych praktyk. Dostęp do SOMA ma już pierwsza grupa 14 europejskich organizacji zajmujących się weryfikacją informacji, która uruchamia także wielodyscyplinarne ośrodki badań nad dezinformacją. W ramach instrumentu „Łącząc Europę” udostępnione zostanie finansowanie (2,5 mln EUR) przeznaczone na nową infrastrukturę usług cyfrowych ukierunkowaną na sieci weryfikatorów informacji i naukowców.

4. Ochrona integralności wyborów

Od kiedy świat obiegły informacje o sprawie Facebook/Cambridge Analytica oraz rewelacje dotyczące ingerencji w wybory na świecie, Komisja podejmowała zdecydowane działania na rzecz ochrony integralności wyborów i zwiększenia odporności społeczeństwa. Przede wszystkim mowa tu o pakiecie dotyczącym wyborów. Działania Komisji pomogły w osiągnięciu konkretnych rezultatów w następujących obszarach:

- ▶ **Lepsza koordynacja organów wyborczych:** Sieci wyborcze, które obejmują organy dysponujące kompetencjami istotnymi w kontekście wyborczym i które powstały we współpracy z państwami członkowskimi, zaowocowały zwiększoną gotowością na ewentualne zagrożenia i lepszą koordynacją działań przed wyborami – na szczeblu UE i krajowym. Ich działania obejmowały identyfikację zagrożeń i luk, przygotowania na wypadek sytuacji kryzysowej, kampanie na rzecz podnoszenia świadomości, starania w kierunku przeciwdziałania dezinformacji, monitorowanie i egzekwowanie obowiązujących przepisów oraz analizę obowiązujących krajowych przepisów i procedur. Dzięki ustanowionej współpracy skutecznie wspierano przygotowania do wyborów podejmowane w poszczególnych państwach członkowskich oraz umożliwiono usunięcie rozbieżności w tym złożonym obszarze działania.
- ▶ **Lepsza ochrona przed zagrożeniami dla cyberbezpieczeństwa:** Praktyczne ćwiczenia zorganizowane z pomocą Agencji Unii Europejskiej ds. Bezpieczeństwa Sieci i Informacji (ENISA), Komisji oraz Parlamentu pomogły we wzmocnieniu gotowości i odporności na cyberzagrożenia²⁰. Instytucje UE podjęły działania na rzecz ochrony kont, jakie instytucje UE oraz ich najważniejsi przedstawiciele posiadają w mediach społecznościowych²¹. Dzięki przyjęciu nowych ram prawnych UE²² może teraz nakładać sankcje (np. zamrażać aktywa, nakładać zakaz podróży) w celu odpierania cyberataków, które mogą stanowić zewnętrzne zagrożenie dla Unii lub jej państw członkowskich, oraz w celu reagowania na takie ataki.

²⁰ Dwa ćwiczenia zorganizowane przez ENISA pomogły w przygotowaniu krajowych władz na zdarzenia, których celem jest zasianie wątpliwości odnośnie do legitymacji wyborów, a także na scenariusz, w którym przed wyborami i podczas nich podejmowane są cyberataki na najważniejszą infrastrukturę. W ostatnim ćwiczeniu, które odbyło się w maju 2019 r., uczestniczyło ponad 70 ekspertów z państw członkowskich UE zajmujących się takimi zdarzeniami.

²¹ Zabezpieczenia Działania Mediów Społecznościowych (SMAS), zapewniane przez unijny zespół reagowania na incydenty komputerowe.

²² Rozporządzenie Rady (UE) 2019/796 w sprawie środków ograniczających w celu zwalczania cyberataków zagrażających Unii lub jej państwom członkowskim, Dz.U. L 129I z 17.5.2019 r., s.1–12; Decyzja Rady (WPZiB) 2019/797 w sprawie środków ograniczających w celu zwalczania cyberataków zagrażających Unii lub jej państwom członkowskim, Dz.U. L 129I z 17.5.2019 r., s.13–19.



- ▶ **Nadużywanie danych osobowych:** Mając na celu wyjaśnienie obowiązków związanych z ochroną danych, Komisja wydała wytyczne²³ dotyczące stosowania ogólnego rozporządzenia o ochronie danych w kontekście wyborów. Również Europejska Rada Ochrony Danych wydała oświadczenie w sprawie wykorzystywania danych osobowych w kampaniach politycznych²⁴, zobowiązując się do współpracy z innymi odnośnymi organami, tak aby przywrócić zaufanie pokładane w integralność i bezpieczeństwo wyborów. Ponadto w życie weszły nowe środki wprowadzające sankcje za naruszanie przepisów o ochronie danych przez europejskie partie polityczne²⁵. Komisja zaleciła państwom członkowskim przyjęcie takiego samego podejścia na szczeblu krajowym.
- ▶ **Propagowanie przejrzystości:** Państwa członkowskie, partie polityczne, fundacje i organizatorzy kampanii zostali wezwani do wprowadzenia środków zwiększających przejrzystość komunikatów i reklam politycznych. Celem jest umożliwienie obywatelom UE rozpoznawania płatnych reklam i komunikatów politycznych w internecie oraz identyfikowania tych, którzy za nimi stoją. Można to na przykład osiągnąć poprzez udostępnianie na stronach internetowych informacji dotyczących ich wydatków na działania w internecie oraz tego, jakie kryteria w zakresie odbiorców stosuje się na potrzeby reklam.

W oparciu o te doświadczenia Komisja przyjmie w październiku 2019 r. obszerne sprawozdanie na temat wyborów, w tym na temat wdrożenia pakietu dotyczącego wyborów.

C. Wnioski

Skoordynowane podejście UE w okresie poprzedzającym wybory europejskie pomogło w przygotowaniu oraz uspołnieniu walki z dezinformacją. Wstępne analizy pokazują, że przyczyniło się ono do ujawnienia prób dezinformowania oraz pomogło w zachowaniu integralności wyborów²⁶, przy jednoczesnym przestrzeganiu zasady wolności słowa. Najwyższa frekwencja w ciągu ostatnich dwudziestu lat (50,97 %) jest odzwierciedleniem tego, że obywatele interesują się losem Unii i że ma ona dla nich znaczenie.

Nie ma jednak miejsca na samozadowolenie. Dezinformacja to zagrożenie, które się zmienia i które wymaga nieustannych analiz celem aktualizowania narzędzi politycznych – zgodnie z najnowszymi tendencjami i praktykami. Źródła działające w złych zamiarach, zarówno w obrębie UE jak i poza nią, nieustannie zmieniają taktykę, coraz częściej decydują się na działania lokalne, w mniejszym zakresie, które trudniej wykryć i ujawnić. Cel jednak pozostaje taki sam: podzielenie naszych społeczeństw i naruszenie zaufania pokładanego przez obywateli w demokratyczne procesy i instytucje.

Ochrona naszych procesów demokratycznych i instytucji przed dezinformacją i manipulacją stanowi długoterminowe wyzwanie i wiąże się z nieustannymi wysiłkami. Wymaga ona podejmowania

²³ COM(2018) 638.

²⁴ https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb-2019-03-13-statement-on-elections_en.pdf.

²⁵ Rozporządzenie 2019/493 zmieniające rozporządzenie 1141/2014 w odniesieniu do procedury weryfikacji dotyczącej naruszeń przepisów o ochronie danych osobowych w kontekście wyborów do Parlamentu Europejskiego, Dz.U. L 85I z 27.3.2019, s. 7–10.

²⁶ Potwierdziły to niezależne podmioty i media. W badaniu przeprowadzonym przez Instytut ds. Internetu w Oksfordzie stwierdzono, że nie więcej niż 4 % źródeł informacji udostępnianych na Twitterze przed wyborami europejskimi zawierało treści o charakterze dezinformacyjnym, zaś 34 % udostępnień stanowiły treści pochodzące z głównych profesjonalnych kanałów informacyjnych. Zgodnie z FactCheckEU przed wyborami europejskimi odnotowano mniej dezinformacji niż oczekiwano, a ponadto nie dominowała ona rozmów, tak jak miało to miejsce w przeszłości, w okresie poprzedzającym wybory w Brazylii, Zjednoczonym Królestwie, Francji czy Stanach Zjednoczonych.



wspólnych starań przez instytucje UE i państwa członkowskie i wiąże się z potrzebą odpowiednich zasobów ludzkich i finansowych, które pozwolą lepiej wykrywać, analizować i ujawniać kampanie dezinformacyjne oraz zwiększać gotowość do przeciwdziałania kampaniom dezinformacyjnym na szczeblu UE, a także poszczególnych państw członkowskich. Za zwalczanie dezinformacji szczególną odpowiedzialność ponosi sektor prywatny, a przede wszystkim platformy internetowe.

Komisja Europejska wyraźnie podkreśliła to, przygotowując swój wkład w nieformalne posiedzenie przywódców UE-27 w Sybinie w dniu 9 maja²⁷: nasilenie ukierunkowanych kampanii dezinformacyjnych będzie nadal poważnym wyzwaniem w przyszłości, w związku z czym Komisja wezwała instytucje UE i państwa członkowskie do podjęcia wspólnych działań i zapobieżenia takim zagrożeniom.

Europejska Służba Działań Zewnętrznych i Komisja wspólnie z państwami członkowskimi będą nadal umacniać współpracę z systemem wczesnego ostrzegania. Przewidziano opracowanie wspólnej metodologii do celów analizy oraz ujawniania kampanii dezinformacyjnych, jak również umocnienie partnerstw z podmiotami międzynarodowymi, takimi jak G7 oraz NATO.

Jeszcze w tym roku Komisja przygotowuje sprawozdanie z wdrożenia pakietu dotyczącego wyborów i dokona oceny skuteczności kodeksu postępowania. Na tej podstawie można będzie rozważyć dalsze działania, które zapewnią naszą długoterminową reakcję na zagrożenia oraz ją udoskonali.

Komisja i Wysoki Przedstawiciel są zdecydowane kontynuować swoje wspólne starania na rzecz ochrony naszej europejskiej demokracji przez dezinformacją i manipulacją. Jest to nasza wspólna odpowiedzialność: zapewnienie obywatelom UE prawa do udokumentowanych, obiektywnych i wiarygodnych informacji.

²⁷ COM(2019) 218.