



VISOKI PREDSTAVNIK
UNIJE ZA VANJSKE
POSLOVE I
SIGURNOSNU POLITIKU

Bruxelles, 14.6.2019.
JOIN(2019) 12 final

**ZAJEDNIČKA KOMUNIKACIJA EUROPSKOM PARLAMENTU, EUROPSKOM
VIJEĆU, VIJEĆU, EUROPSKOM GOSPODARSKOM I SOCIJALNOM ODBORU I
ODBORU REGIJA**

Izvješće o provedbi Akcijskog plana za borbu protiv dezinformiranja



A. Uvod

Zaštita naših demokratskih procesa i institucija od dezinformiranja¹ velik je izazov našim društvima. Kako bi odgovorio na taj izazov, EU je uspostavio čvrst okvir za koordinirano djelovanje koji je potpuno u skladu s europskim vrijednostima i temeljnim pravima.

Snaga europske demokracije ostvaruje se jedino aktivnim sudjelovanjem njezinih građana. Rekordno visoka izlaznost na nedavnim izborima za Europski parlament pokazuje u kojoj su mjeri Europljani angažirani kada je riječ o oblikovanju budućnosti njihove Unije.

Premda je još prerano za donošenje konačnih zaključaka o razmjeru dezinformacija i njihovu učinku tijekom nedavnih izbora, jasno je da su mjere koje su poduzete u okviru Akcijskog plana za borbu protiv dezinformiranja² i namjenskog paketa mjera za izbore³ pridonijele odvratanju napada i raskrinkavanju dezinformacija. Potaknuti tim djelovanjima brojni novinari, provjeravatelji činjenica, platforme, nacionalna tijela, istraživači i civilno društvo pridonijeli su informiranju javnosti o tome kako se suprotstaviti toj prijetnji. Budući da je javnost bila bolje informirana, zlonamjerni akteri nisu mogli tako lako manipulirati javnom raspravom.

Međutim, nema mjesta pretjeranom zadovoljstvu, a borba protiv dezinformiranja mora se nastaviti. Riječ je o dugoročnom izazovu koji zadire u sve dijelove naših društava te zahtijeva neprestanu predanost i angažman. Potrebno je uložiti više napora kako bi se demokratski procesi i institucije u Uniji zaštitili od manipulacije i dezinformiranja.

U današnjem izvješću Komisije i Visoke predstavnice iznosi se prva ocjena ostvarenog napretka i glavne pouke za budućnost. U izvješću se detaljnije objašnjava kako su Akcijski plan i paket mjera za izbore doprinijeli suzbijanju dezinformiranja u kontekstu izbora za Europski parlament. Osim toga, izvješće je doprinos Komisije i Visoke predstavnice sastanku Europskog vijeća koji će se održati 20. – 21. lipnja 2019.

B. Prema koordiniranom pristupu za suzbijanje dezinformiranja na internetu

Donošenjem Akcijskog plana za borbu protiv dezinformiranja Komisija i Visoka predstavница uspostavili su čvrst okvir za suzbijanje prijetnji unutar i izvan EU-a. Svi relevantni dionici, među ostalim institucije EU-a, države članice, poslovna zajednica i civilno društvo dali su svoj doprinos u četiri glavna područja djelovanja:

¹ Komisija definira dezinformaciju kao „dokazivo lažnu ili obmanjujuću informaciju koja je smišljena, iznesena i širi se radi stjecanja ekonomske koristi ili namjernog zavaravanja javnosti te koja može naškoditi javnom interesu. Dezinformacije ne uključuju pogreške u izvješćivanju, satiru i parodiju, kao ni jasno naznačene stranačke vijesti i komentare”(COM(2018)236). Cilj je dezinformiranja iskrivljavanjem i krivotvorenjem činjenica odvratanje pozornost, sijati razdor i poticati sumnju te tako zbuniti ljude i oslabiti im vjeru u institucije i uspostavljene političke procese.

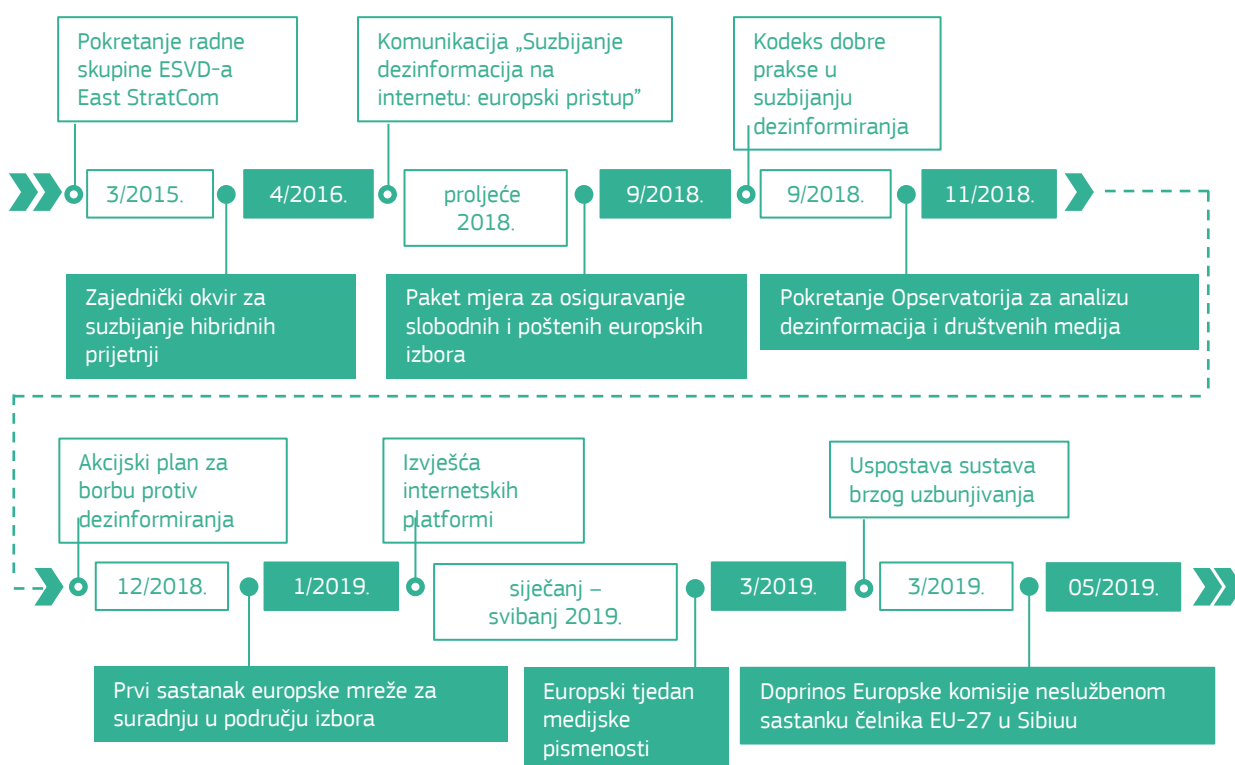
² JOIN(2018)36.

³ Paket mjera za izbore uključuje Komunikaciju Komisije „Osiguravanje slobodnih i poštenih europskih izbora”, COM(2018) 637; Preporuku Europske komisije o mrežama suradnje za vrijeme izbora, transparentnosti na internetu, zaštiti od kibersigurnosnih incidenata i borbi protiv kampanja dezinformiranja u kontekstu izbora za Europski parlament, COM(2018) 5949; Smjernice Komisije o primjeni prava Unije o zaštiti podataka u kontekstu izbora, COM(2018) 638; Uredbu (EU, Euratom) 2019/493 Europskog parlamenta i Vijeća od 25. ožujka 2019. o izmjeni Uredbe (EU, Euratom) br. 1141/2014 u pogledu postupka provjere povezanog s kršenjima pravila o zaštiti osobnih podataka u kontekstu izbora za Europski parlament, SL L 85I, 27.3.2019., str. 7.–10.



1. EU je povećao svoju sposobnost otkrivanja i suzbijanja dezinformacija osnivanjem radnih skupina za stratešku komunikaciju i jedinice EU-a za otkrivanje hibridnih prijetnji koja djeluje u okviru Europske službe za vanjsko djelovanje. EU je poboljšao i koordinaciju odgovora uspostavljanjem sustava brzog uzbunjivanja za lakšu razmjenu informacija između država članica i institucija EU-a.
2. EU je surađivao s internetskim platformama i poslovnim sektorom u skladu s Kodeksom o suzbijanju dezinformiranja kako bi se povećala transparentnost političke komunikacije i spriječila manipulativna zloupotreba njihovih usluga. Zahvaljujući tome korisnici znaju zašto im se prikazuju određeni politički sadržaji i oglasi te tko im je autor i odakle potječu.
3. Komisija i Visoka predstavnica, u suradnji s Europskim parlamentom, pomogli su informirati građane i povećati otpornost društva na dezinformacije, posebno većim dotokom istinitih informacija i pojačanim angažmanom za promicanje medijske pismenosti.
4. Komisija je podržala mjere država članica za zaštitu integriteta izbora i jačanje otpornosti demokratskih sustava Unije potporom suradnji, savjetovanjem i pružanjem potpore te zakonodavnim mjerama.

Pregled zajedničkih i koordiniranih mjera EU-a u borbi protiv dezinformiranja



1. Jačanje sposobnosti i koordiniranih odgovora

Komisija i Visoka predstavnica ojačali su sposobnost Unije za otkrivanje, analizu i raskrinkavanje dezinformacija kao i sposobnost pružanja koordiniranog odgovora, osobito putem sustava brzog uzbunjivanja. To se osobito odnosi na jačanje djelovanja u povezanim područjima u Glavnoj upravi za komunikaciju i povećanje financijskih i ljudskih resursa radnih skupina za stratešku komunikaciju



Europske službe za vanjsko djelovanje. Na primjer, zahvaljujući povećanju proračuna Istočna radna skupina za stratešku komunikaciju proširila je opseg svojih djelovanja i dodatno pojačala profesionalni nadzor.

Sustavom brzog uzbunjivanja olakšana je razmjena informacija među državama članicama i institucijama EU-a u vezi s brojnim pojavama i trendovima u području dezinformacija.

U ovom trenutku dostupni dokazi ne omogućuju jasno identificiranje prekogranične kampanje dezinformiranja iz vanjskih izvora koja je izričito usmjerena na europske izbore. Međutim, prikupljeni dokazi upućuju na stalno i ustrajno dezinformiranje iz ruskih izvora⁴ kojem je cilj smanjiti izlaznost i utjecati na naklonost glasača. Ti dokazi obuhvaćaju brojne teme, od osporavanja demokratskog legitimiteta Unije do iskorištavanja rasprava o pitanjima poput migracija i suvereniteta koje polariziraju javnost. Time se potvrđuje da kampanje dezinformiranja koje pokreću državni i nedržavni akteri⁵ predstavljaju hibridnu prijetnju za EU.

Zlonamjerni akteri dosljedno su se koristili dezinformacijama da bi promovirali ekstremna stajališta i polarizirali lokalne rasprave, među ostalim i neosnovanim napadima na EU. Domaći politički akteri često su preuzimali taktiku i diskurs kojima su se koristili ruski izvori za napade na EU i njezine vrijednosti⁶. Bili su umiješani i drugi vanjski akteri.



Zlonamjerni akteri su požar u katedrali Notre Dame iskoristili kao primjer navodnog propadanja zapadnih i kršćanskih vrijednosti u EU-u. Hitro su političku krizu i pad vlade u Austriji koji je potom uslijedio pripisali „europskoj dubokoj državi“, „njemačkim i španjolskim sigurnosnim službama“ te pojedinim osobama. Širenje priča o nevažnosti zakonodavnih ovlasti Europskog parlamenta i lobistima koji ga kontroliraju imalo je za cilj smanjiti izlaznost na izborima⁷.

Taktika kojom se ti akteri služe mijenja se jednakom brzinom kao i mjere koje donose države i internetske platforme. Umjesto operacija velikih razmjera na digitalnim platformama, ti akteri, a posebno oni koji su povezani s ruskim izvorima, sada provode lokalizirane operacije manjih razmjera koje se teže otkrivaju i raskrinkavaju.

S obzirom na sve sofisticiraniju prirodu dezinformiranja i poteškoće s kojima se susreću neovisni istraživači kad pristupaju relevantnim podacima s platformi, za konačnu ocjenu razmjera i učinka kampanja dezinformiranja trebat će, osim vremena, uložiti zajedničke napore civilnog društva, sveučilišne zajednice, javnih aktera i internetskih platformi.

Sustav brzog uzbunjivanja potvrdio je svoju vrijednost poticanjem bolje koordinacije među institucijama EU-a i nacionalnim tijelima. Broj kontakata nacionalnih tijela kontinuirano raste, a sustav je postao referentna točka za borbu protiv dezinformiranja. Zahvaljujući tom sustavu, ojačana je

⁴ Broj slučajeva dezinformiranja koji se pripisuju ruskim izvorima (998) koje je od siječnja 2019. dokumentirala Istočna radna skupina za stratešku komunikaciju udvostručio se u odnosu na isto razdoblje u 2018. (434 slučaja).

⁵ Vidjeti posebno oglase na Facebooku o uklanjanju stranica, skupina i računa u drugim zemljama <https://newsroom.fb.com/news/>.

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

⁷ Više obavijesti o slučajevima dezinformiranja na portalu EUvsDisinfo: <https://euvsdisinfo.eu/disinformation-cases/>.



suradnja s internetskim platformama, iako bi platforme trebale brže reagirati na vanjska izvješća o neautentičnom ponašanju i zlonamjernom sadržaju. Osim toga, sustavom brzog uzbunjivanja olakšana je suradnja s međunarodnim partnerima, primjerice sa skupinom G-7 i NATO-om, koja će se u budućnosti dodatno ojačati.

2. Provedba Kodeksa o suzbijanju dezinformiranja

Internetske platforme postale su moćne točke pristupa informacijama za brojne građane EU-a. One stoga mogu imati ključnu ulogu u širenju dezinformacija. Komisija je zbog toga od platformi zahtijevala da pojačaju svoje napore u borbi protiv dezinformiranja. Rezultat toga je da su glavne platforme, uključujući Facebook, Google, Twitter te proizvođači softvera i tijela koja predstavljaju industriju oglašavanja u listopadu 2018. donijeli samoregulatorni Kodeks o suzbijanju dezinformacija⁸. Time su se dobrovoljno obvezali da će poboljšati transparentnost, odgovornost i pouzdanost svojih usluga.

Imajući na umu europske izbore 2019. Komisija i Skupina europskih regulatora za audiovizualne medijske usluge (ERGA)⁹ ciljano su pratili mjere koje su poduzeli Facebook, Google i Twitter na temelju mjesečnih izvješća koja su te platforme dostavljale u razdoblju od siječnja do svibnja 2019.¹⁰ Tim je praćenjem utvrđeno sljedeće:

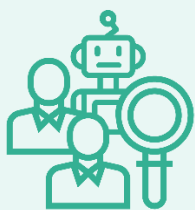
- ▶ Internetske platforme poboljšale su **kontrolu objave oglasa** kako bi ograničile zlonamjerni *click-baiting* i smanjile prihode širiteljima dezinformacija. U tim su izvješćima, razvrstani po državama članicama, navedeni detaljni broježani podaci o broju uklonjenih oglasa i zatvorenih oglasnih računa zbog prijevargog ili zavaravajućeg postupanja¹¹.
- ▶ Sve tri internetske platforme pojačale su napore kako bi poboljšale **transparentnost političkih oglasa**, među ostalim označivanjem oglasa i njihovom javnom dostupnošću u pretraživim zbirkama oglasa.
- ▶ Platforme su izvijestile o mjerama koje su poduzele u cilju podrške **integritetu svojih usluga**. Usmjerile su svoje djelovanje na manipulativno ponašanje kojim se s pomoću koordiniranih operacija povećava vidljivost sadržaja te na zloupotrebu botova i lažnih računa.

⁸ Microsoft je u svibnju 2019. postao potpisnik Kodeksa.

⁹ ERGA će cjelovito izvješće donijeti na sastanku koji će se održati 20. i 21. lipnja 2019.

¹⁰ Komisija je ta izvješća objavila zajedno sa sveobuhvatnom ocjenom provedbe kodeksa.

¹¹ Riječ je o lažnom predstavljanju, neželjenoj pošti, lažnom prikazivanju identiteta, poveznica na „oglasne farme” (*ad-farms*) i/ili internetske stranice „varalice”. Tijekom tog petomjesečnog razdoblja Google je poduzeo mjere protiv 131 621 oglasnog računa iz EU-a zbog kršenja njegove politike u vezi s lažnim prikazivanjem i protiv 26 824 oglasnih računa iz EU-a zbog kršenja njegove politike u vezi s nedovoljnim udjelom izvornog sadržaja. Osim toga, Google je poduzeo mjere protiv 1188 računa za objavljivanje sadržaja smještenih u EU-u zbog kršenja njegove politike u vezi s vrijednim sadržajem (*valuable inventory*). Facebook je izvijestio o mjerama koje je poduzeo protiv 1,2 milijuna računa u EU-u zbog kršenja njegove politike u vezi s nekvalitetnim, štetnim, obmanjujućim ili lažnim sadržajem ili zato što su pokušali zaobići njegove sustave. Twitter je izvijestio da je odbio 6018 oglasa namijenjenih EU-u zbog kršenja njegove oglasne politike u vezi s neprihvatljivim poslovnim praksama i 9508 oglasa namijenjenih EU-u zbog kršenja njegove politike u vezi s kvalitetom oglasa.



U razdoblju od siječnja do svibnja internetske su platforme poduzimale mjere protiv neautentičnog ponašanja kako bi ograničile razmjere neželjene pošte i dezinformiranja na globalnoj razini. Google je izvjestio da je u cijelom svijetu ukinuo više od 3,39 milijuna kanala na Youtubeu i 8600 kanala zbog kršenja njegovih politika u vezi s neželjenom poštom i lažnim predstavljanjem. Facebook je u prvom tromjesečju 2019. isključio 2,19 milijardi lažnih računa i poduzeo konkretne mjere protiv 1574 stranica, skupina i računa smještenih izvan EU-a te 168 stranica, skupina i računa u EU-u zbog neautentičnog ponašanja usmjerenog protiv država članica EU-a. Twitter je na globalnoj razini provjerio gotovo 77 milijuna lažnih računa i računa povezanih s neželjenom poštom.

U predizbornom razdoblju internetske su platforme nakon dojava neovisnih istražitelja i novinara identificirale i zatvorile dodatne račune s kojih su širene dezinformacije i govor mržnje¹². Navodi se da je više od 600 skupina i stranica na Facebooku koje su djelovale u Francuskoj, Njemačkoj, Italiji, Sjedinjenim Državama, Poljskoj i Španjolskoj širilo dezinformacije i govor mržnje ili su se koristili lažnim profilima kako bi povećali vidljivost sadržaja stranaka ili internetskih stranica koje su podržavali. Te su stranice generirale 763 milijuna korisničkih pregleda. U izvješćima istražitelja, provjeravatelja činjenica i civilnog društva identificirani su i slučajevi pokušaja manipuliranja ponašanjem glasača velikih razmjera u najmanje devet država članica¹³.

Ne umanjujući važnost tih napora, platforme bi trebale još više raditi na djelotvornom suzbijanju dezinformiranja. Iako je Facebook povećao transparentnost u vezi s tematskim oglašavanjem¹⁴, što Google i Twitter nisu učinili, i dalje je otvoreno pitanje djelotvornosti mjera transparentnosti koje su svi potpisnici poduzeli. Nadalje, platforme nisu ostvarile dovoljan napredak u pogledu transparentnosti internetskih stranica koje objavljuju oglase u korist oglašivača, djelomično zbog nedovoljnog angažmana oglašivačke industrije.

Osim toga, sve platforme trebale bi aktivno i blisko surađivati s provjeravateljima činjenica u svim državama članicama i informirati korisnike da lakše otkriju dezinformacije. To je moguće postići primjerice izradom pokazatelja pouzdanosti izvora informacija u suradnji s medijskim organizacijama.

Platforme trebaju istraživačkoj zajednici omogućiti pristup relevantnim podacima, u skladu s pravilima o zaštiti osobnih podataka. Suradnjom s istraživačkom zajednicom poboljšat će se otkrivanje i analiza kampanja dezinformiranja, dobro praćenje provedbe Kodeksa te neovisni nadzor rada algoritama. Komisija će i dalje promicati širu primjenu Kodeksa među svim relevantnim dionicima.

Komisija će do kraja godine ocijeniti djelotvornost Kodeksa nakon početnih 12 mjeseci provedbe. Ako rezultati ocjenjivanja ne budu zadovoljavajući, Komisija može predložiti daljnje inicijative, uključujući one regulatorne prirode.

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

¹³ Avaaz (2019.): *Far Right Networks of Deception* (Ultrasničarske mreže za obmanjivanje); Institut za strateška istraživanja (2019.): *2019 EU Elections Information Operations Analysis* (Analiza informacijskih operacija tijekom europskih izbora 2019.); Informativni dokument; Avaaz i Institut za strateška istraživanja (2019.): *Disrupted: Evidence of Widespread Digital Disruption of the 2019 European Parliament Elections* (Poremećaji: Dokazi o znatnim poremećajima izbora za Europski parlament u 2019. uzrokovanim digitalnim djelovanjem).

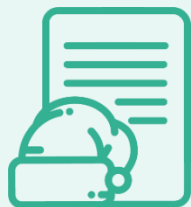
¹⁴ Primjerice, imigracija, političke vrijednosti, građanska i socijalna prava, sigurnost i vanjska politika te politika u području okoliša.



3. Podizanje razine osviještenosti i jačanje otpornosti društva

Potrebno je udružiti snage u borbi protiv dezinformiranja i poticati jačanje otpornosti društva. To se može postići osnaživanjem građana i civilnog društva te komunikacijom o Europskoj uniji koja se temelji na činjenicama. Uoči europskih izbora institucije EU-a blisko su surađivale u sljedećim područjima:

- ▶ **Podizanje razine osviještenosti o dezinformiranju:** Institucije EU-a pokrenule su brojne inicijative za podizanje razine osviještenosti o dezinformiranju u svim državama članicama, među ostalim organiziranjem seminara, konferencija i konferencija za tisak. Sudjelovalo je više stotina novinara, što je pridonijelo boljem razumijevanju opasnosti od dezinformiranja i njezinom medijskom praćenju. Na informativnim sastancima za skupine posjetitelja tijekom Europskog tjedna mladih u Bruxellesu sudjelovalo je oko 200 predstavnika civilnog društva, sveučilišta i omladinskih organizacija.



Nakon uvođenja novih propisa EU-a o zaštiti podataka u Njemačkoj je počela kružiti priča da djeca svoja pisma Djedu Božićnjaku (njem. *Wunschzettel*) više neće moći objesiti na božićna drvca u svojim gradovima, kao što je to običaj. Iako je svrha tih propisa bila spriječiti upotrebu osobnih podataka bez dopuštenja osobe na koju se odnose, nigdje se ne navodi da djeca ne smiju javno reći što žele za Božić, ako su s time suglasni njihovi roditelji.

- ▶ **Bolje komuniciranje o politikama EU-a:** Kako bi se poboljšala informiranost i razumijevanje utjecaja EU-a na svakodnevni život građana EU-a, institucije EU-a odaslale su milijunima građana EU-a proaktivne višezjezične poruke putem društvenih medija¹⁵ i komunikacijskim kampanjama¹⁶. Europski parlament pokrenuo je kampanju za podizanje razine osviještenosti pod nazivom „Ovaj put glasam”¹⁷ koju su sličnim aktivnostima popratila nacionalna tijela u više država članica. Komisija i Europska služba za vanjsko djelovanje znatno su povećale razmjere pozitivnog komuniciranja posebnim kampanjama koje su doprle do milijuna građana.

¹⁵ Komisija na svojim profilima na društvenim mrežama redovito objavljuje priloge o dezinformiranju: u razdoblju od siječnja 2018. do travnja 2019. 57 objava na Twitteru, Facebooku, Instagramu i LinkedInu, koje su generirale 54 781 interakcija i 3 256 476 impresija (samo Twitter i Facebook) te dosegle 385 655 korisnika (samo Facebook i Instagram).

¹⁶ Europa koja ostvaruje rezultate (InvestEU djeluje u 16 država članica i u razdoblju 2017.–2018. ostvario je 240 milijuna potencijalnih kontakata), Europa koja osnažuje (EUandME ima ciljnu publiku u EU-u od 100 milijuna osoba u dobi od 18–35 godina i više od 60 milijuna potencijalnih kontakata u razdoblju 2018.–2019.) i Europa koja štiti (ciljnu skupinu čine osobe u dobi od 35–55 godina s više od 60 milijuna potencijalnih kontakata u razdoblju 2018.–2019.)

¹⁷ U toj je kampanji sudjelovalo više od 300 000 aktivista koji su o Europi raspravljali u svojim lokalnim zajednicama i društvenim skupinama, na internetu i izvan njega. Više od 340 paneuropskih organizacija surađivalo je s Parlamentom na promidžbi izbora.



- ▶ **Jačanje sposobnosti EU-a da reagira na dezinformacije:** Komisija je surađivala Europskom službom za vanjsko djelovanje i Europskim parlamentom na izradi i distribuciji materijala za „razbijanje” mitova i podizanje osviještenosti, oslanjajući se na akademsko i institucijsko stručno znanje. Interna mreža Komisije za borbu protiv dezinformiranja redovito je djelovala i surađivala s drugim institucijama EU-a, kombiniranjem stručnosti u području politika i komunikacijskim vještinama. Nekoliko predstavništava Komisije izradilo je internetske stranice na kojima se osporavaju uvriježeni mitovi o EU-u i izgradilo partnerstva s provjeravateljima činjenica, uredničkim timovima i drugim inicijativama civilnog društva radi raskrinkavanja dezinformacija.



- ▶ **Jačanje otpornosti društva s pomoću medijske pismenosti:** Visoka razina medijske pismenosti ključan je element koji građanima omogućuje donošenje utemeljenih odluka u digitalnom dobu. Ona je preduvjet vitalne, moderne demokracije. Kako bi pojačala inicijative za medijsku pismenost u cijelom EU-u i izdvojila najbolje prakse, posebno na regionalnoj i nacionalnoj razini, Komisija je organizirala prvi Europski tjedan medijske pismenosti s više od 320 događanja u EU-u¹⁸. U skladu s novom direktivom o audiovizualnim medijskim uslugama¹⁹ države članice trebat će poticati mjere medijske pismenosti u svojim nacionalnim okvirima, u bliskoj suradnji s regulatorima i drugim dionicima.
- ▶ **Oснаživanje civilnog društva:** Međunarodna mreža za provjeravanje činjenica osnovala je europski ogranak organizacije neovisnih provjeravatelja činjenica koji obuhvaća 14 država članica, a njegove internetske stranice dostupne su na 11 jezika EU-a. Komisija će i dalje poticati osnivanje europske multidisciplinarnе zajednice neovisnih provjeravatelja činjenica i akademskih istraživača. Komisija je u okviru programa Obzor 2020. poduprla ulaganja u nove tehnologije za provjeru sadržaja i distribuciju preko društvenih medija. Komisija je u susjedstvu Unije pojačala napore za izgradnju veza između EU-a i civilnog društva u partnerskim zemljama, što je omogućilo identifikaciju i provjeru rješenja za borbu protiv dezinformiranja koje potiče zajednica.

¹⁸ Ta je inicijativa provedena u suradnji s državama članicama od 18. – 22. ožujka 2019.

¹⁹ Direktiva (EU) 2018/1018 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. studenoga 2018.



Komisija je pokrenula Društveni opservatorij za analizu dezinformacija i društvenih medija (SOMA) kojim se olakšava umrežavanje, razmjena znanja i najboljih praksi među neovisnim provjeravateljima činjenica. Prva skupina od 14 europskih organizacija provjeravatelja činjenica dobila je pristup opservatoriju, koji je pokrenuo multidisciplinarnu centru za istraživanja u području dezinformiranja. Iz Instrumenta za povezivanje Europe osigurat će se sredstva (2,5 milijuna EUR) i za novu infrastrukturu digitalnih usluga za umrežavanje provjeravatelja činjenica i istraživača.

4. Zaštita integriteta izbora

Komisija je nakon slučaja Facebook/Cambridge Analytica i otkrića u vezi s uplitanjem u izbore u cijelom svijetu odlučno djelovala kako bi zaštitila integritet izbora i povećala otpornost društva, među ostalim i paketom mjera za izbore. Tim su djelovanjima ostvareni konkretni rezultati u sljedećim područjima:

- ▶ **Poboljšana koordinacija izbornih tijela:** Mreže suradnje u području izbora koje čine tijela nadležna za izbore, osnovane u suradnji s državama članicama, pridonijele su boljoj predizbornoj pripremljenosti na moguće prijetnje i boljoj koordinaciji aktivnosti na nacionalnoj razini i razini EU-a. Njihove su aktivnosti obuhvaćale identificiranje prijetnji i nedostataka, pripravnost za krizu, kampanje za podizanje osviještenosti, borbu protiv dezinformiranja, praćenje i provedbu propisa na snazi te analizu nacionalnih propisa i postupaka na snazi. Uspostavom te suradnje pružena je djelotvorna podrška pripremi za izbore u državama članicama i rješavanju određenih razlika u tom složenom području.
- ▶ **Bolja zaštita od kiberprijetnji:** Praktične vježbe koje su organizirane uz potporu Agencije Europske unije za mrežnu i informacijsku sigurnost (ENISA), Komisije i Parlamenta pridonijele su jačanju pripravnosti i otpornosti na kiberprijetnje²⁰. Institucije EU-a poduzele su mjere za zaštitu računa institucija EU-a i njihovih ključnih predstavnika na društvenim medijima²¹. Donošenjem novog pravnog okvira²² EU sada može izreći sankcije (npr. zamrzavanje imovine, zabrana putovanja) radi odvratanja kibernetičkih napada koji predstavljaju vanjsku prijetnju Uniji ili njezinim članicama te odgovora na njih.

²⁰ Dvije vježbe koje je provela ENISA pridonijele su jačanju pripravnosti nacionalnih tijela na incidente kojima je cilj dovesti u sumnju legitimnost izbora i na scenarij prema kojem su na kritičnu infrastrukturu prije i nakon europskih izbora izvedeni kibernetički napadi. U posljednjoj vježbi održanoj u svibnju 2019. sudjelovalo je više od 70 stručnjaka za rješavanje incidenata iz država članica EU-a.

²¹ Uslugu jamstva kvalitete društvenih medija (SMAS) pružao je EU-ov tim za hitne računalne intervencije.

²² Uredba Vijeća (EU) 2019/796 o mjerama ograničavanja protiv kibernetičkih napada koji predstavljaju prijetnju Uniji ili njezinim državama članicama, SL L 129I, 17.5.2019., str. 1.–12; Odluka Vijeća (EU) 2019/797 o mjerama ograničavanja protiv kibernetičkih napada koji predstavljaju prijetnju Uniji ili njezinim državama članicama, SL L 129I, 17.5.2019., str. 13.–19;



- ▶ **Zloupotreba osobnih podataka:** Kako bi pojasnila obveze u pogledu zaštite podataka, Komisija je izdala smjernice²³ o primjeni Opće uredbe o zaštiti podataka u izbornom kontekstu. Osim toga, Europski odbor za zaštitu podataka objavio je izjavu o upotrebi osobnih podataka u političkim kampanjama²⁴ kojom se obvezuje da će surađivati s drugim relevantnim tijelima kako bi se sačuvalo povjerenje u sigurnost i integritet izbora. Nadalje, na snagu su stupile nove mjere kojima se europskim političkim strankama propisuju sankcije za povrede propisa o zaštiti podataka²⁵. Komisija je preporučila da države članice primijene jednak pristup na nacionalnoj razini.
- ▶ **Jačanje transparentnosti:** Upućen je poziv državama članicama, političkim strankama, zakladama i kampanjama da poduzmu mjere za jačanje transparentnosti političke komunikacije i oglašavanja. Cilj je tih mjera omogućiti građanima EU-a da prepoznaju plaćene političke oglase i komunikaciju na internetu i da utvrde tko iza njih stoji. To se može izvesti npr. objavom informacija o njihovim troškovima za internetske aktivnosti i kriterijima za odabir ciljnih skupina na njihovim internetskim stranicama.

Komisija će na temelju tog iskustva u listopadu 2019. donijeti sveobuhvatno izvješće o izborima, među ostalim o provedbi paketa mjera za izbore.

C. Zaključci

Koordinirani pristup na razini EU-a u razdoblju uoči europskih izbora pridonio je jačanju pripravnosti i koordinacije u borbi protiv dezinformiranja. Preliminarna analiza pokazuje da je koordinirani pristup pridonio raskrinkavanju pokušaja dezinformiranja i zaštiti integriteta izbora²⁶, a pritom je zaštićena sloboda izražavanja. Najviša izlaznost u proteklih dvadeset godina (50,97 %) pokazuje da su građani Unije zainteresirani za izbore i da su izbori važni za njihov život.

Međutim, nema mjesta pretjeranom zadovoljstvu. Dezinformacije predstavljaju prijetnju koja se stalno mijenja i zahtijeva stalni napor kako bi se naši instrumenti politike ažurirali i zadržali korak s novim kretanjima i praksama. Zlonamjerni izvori, unutar i izvan EU-a, neprestano mijenjaju taktike, a sve više se usmjeravaju na manje lokalne operacije koje se teže otkrivaju i raskrinkavaju. Njihov se cilj, međutim, ne mijenja: podijeliti naše društvo i narušiti povjerenje građana u demokratski proces i institucije.

Zaštita našeg demokratskog procesa i institucija od dezinformacija i manipulacija dugotrajan je izazov koji zahtijeva neprestani napor. Potreban je zajednički napor institucija EU-a i država članica koji zahtijeva primjerene ljudske i financijske resurse radi boljeg otkrivanja, analize i raskrinkavanja kampanja dezinformiranja i jačanja pripravnosti za suočavanje s kampanjama dezinformiranja na nacionalnoj razini i na razini EU-a. Privatni sektor, a naročito internetske platforme, posebno su odgovorni za suzbijanje dezinformacija.

²³ COM(2018) 638.

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

²⁵ Uredba 2019/493 o izmjeni Uredbe 1141/2014 u pogledu postupka provjere povezanog s kršenjima pravila o zaštiti osobnih podataka u kontekstu izbora za Europski parlament, SL L 85I, 27.3.2019., str. 7.–10.

²⁶ Do istog su zaključka došli i neovisni akteri i mediji. U studiji koju je izradio Oxford Internet Institute navodi se da je manje od 4 % izvora vijesti koji su prije europskih izvora podijeljeni na Twitteru sadržavalo dezinformacije, dok je udio tradicionalnih profesionalnih medija iznosio 34 %. Prema platformi FactCheckEU u razdoblju uoči europskih izbora bilo je manje dezinformacija od očekivanog i one nisu bile glavne teme, kao što je bio slučaj u prijašnjim izborima u Brazilu, Ujedinjenoj Kraljevini, Francuskoj ili Sjedinjenim Državama.



To je jasno rečeno u doprinosu Europske komisije neslužbenom sastanku čelnika EU-27 u Sibiuu održanom 9. svibnja²⁷: porast ciljanih kampanja dezinformiranja i dalje će predstavljati velik izazov, stoga se poziva na zajedničko djelovanje institucija EU-a i država članica kako bi se suprotstavili toj prijetnji.

Europska služba za vanjsko djelovanje i Komisija, zajedno s državama članicama, dodatno će pojačati suradnju u okviru sustava brzog uzbunjivanja, među ostalim izradom zajedničke metodologije za analizu i otkrivanje kampanja dezinformiranja i jačanjem suradnje s međunarodnim partnerima, kao što je skupina G-7 i NATO.

Komisija će do kraja godine izvijestiti o provedbi paketa mjera za izbore i procijeniti djelotvornost Kodeksa. Na temelju toga razmotrit će se daljnje mjere za poboljšanje našeg dugoročnog odgovora na dezinformiranje.

Komisija i Visoka predstavnica nastavit će predano surađivati na zaštiti naše europske demokracije od dezinformiranja i manipulacije. Naša je zajednička odgovornost očuvati pravo građana EU-a na točne, objektivne i pouzdane informacije o Europskoj uniji.

²⁷ COM(2019)218.