

Demokracja europejska: Komisja ustanawia nowe przepisy dotyczące reklamy politycznej, prawa wyborczego i finansowania partii politycznych

Komisja Europejska przedstawiła dziś wniosek w sprawie przejrzystości i targetowania reklamy politycznej w ramach środków mających na celu ochronę integralności wyborów i demokratycznego uczestnictwa. Proponowane przepisy wymagałyby, aby wszelkie reklamy polityczne były wyraźnie oznaczone jako takie i zawierały informacje m.in. o tym, kto za nie zapłacił i ile. Techniki targetowania politycznego i amplifikacji musiałyby zostać podane do wiadomości publicznej z bezprecedensową dokładnością, a w przypadku wykorzystywania wrażliwych danych osobowych bez wyraźnej zgody osoby zainteresowanej zakazano by ich stosowania. Komisja zaproponowała dziś również aktualizację obowiązujących obecnie przepisów unijnych dotyczących „migrujących obywateli UE” oraz ich prawa głosu w wyborach lokalnych i europejskich oraz europejskich partii i fundacji politycznych.

Wiceprzewodnicząca ds. wartości i przejrzystości Vera **Jourová** powiedziała: *Wybory to musi być czysta gra. Ludzie muszą wiedzieć dlaczego oglądają daną reklamę, kto za nią zapłacił i ile oraz jakich kryteriów mikrotargetowania użyto. Nowe technologie powinny służyć emancypacji, nie manipulacji. Ta ambitna strategia sprawi, że kampanie polityczne będą przejrzyste jak nigdy dotąd oraz ograniczy stosowanie niejasnych technik targetowania.*

Komisarz do spraw wymiaru sprawiedliwości Didier **Reynders** dodał: *Sprawiedliwe i jawne wybory stanowią integralną część tętniącego życiem i dobrze funkcjonującego społeczeństwa. Dlatego też musimy wspierać inkluzywne i równe uczestnictwo w wyborach do Parlamentu Europejskiego i wyborach lokalnych w całej UE w 2024 r. Proponując zmiany w zakresie reklamy politycznej, chcemy zapewnić ochronę danych osobowych w kontekście targetowania politycznego, jednocześnie chroniąc proces demokratyczny. Dokonujemy razem postępów w naszych wspólnych działaniach na rzecz demokracji.*

Jasne zasady przejrzystości i targetowania reklamy politycznej

W związku z trwającą transformacją cyfrową ludzie muszą być w stanie łatwo ustalić, czy mają do czynienia z opłaconą treścią polityczną – w sieci i poza nią oraz uczestniczyć w otwartych debatach pozbawionych dezinformacji, ingerencji i manipulacji. Powinni jasno zdawać sobie sprawę z tego kto zasponsorował daną reklamę polityczną i dlaczego. Główne środki określone w proponowanym rozporządzeniu w sprawie przejrzystości i targetowania reklam politycznych obejmują:

- **Zakres:** Reklamy polityczne obejmują reklamy stworzone przez lub w imieniu podmiotu politycznego, a także tak zwane reklamy tematyczne, które mogą wpłynąć na wynik wyborów lub referendum, proces legislacyjny lub regulacyjny czy też zachowanie wyborcze.
- **Etykiety przejrzystości:** Opłacone reklamy polityczne muszą być wyraźnie oznakowane i zawierać najważniejsze informacje. A mianowicie: wyszczególnione nazwisko lub nazwę sponsora oraz łatwo dostrzegalne ogłoszenie o przejrzystości zawierające po pierwsze kwotę wydaną na reklamę polityczną, po drugie źródła wykorzystanych funduszy oraz po trzecie, wyjaśnienie związku między reklamą a określonymi wyborami lub referendum.
- **Surowe warunki targetowania i amplifikacji:** Techniki targetowania politycznego i amplifikacji, które wykorzystują lub są w stanie wywnioskować wrażliwe dane osobowe takie jak pochodzenie etniczne, poglądy religijne czy orientacja seksualna zostaną zakazane. Będą one dopuszczalne jedynie po wyraźnej zgodzie konkretnego odbiorcy. Targetowania zabroniłoby się także w przypadku legalnej działalności fundacji, stowarzyszeń i organizacji non-profit, których cele powiązane są z polityką, filozofią, religią lub związkami zawodowymi kiedy są skierowane do członków tych instytucji. Po raz pierwszy obowiązkiem będzie zawarcie w reklamie jasnych informacji m.in. na temat tego, na jakiej podstawie skierowano ją do danej osoby oraz jakie grupy osób targetowano, na podstawie jakich kryteriów i z użyciem jakich narzędzi i metod amplifikacji. Organizacje korzystające z targetowania politycznego i amplifikacji będą musiały przyjąć, stosować i upublicznić polityki wewnętrzne dotyczące używania takich technik. W przypadku niespełnienia wszystkich wymogów dotyczących przejrzystości, reklama polityczna nie zostanie opublikowana.
- **Kary za naruszenia:** Państwa członkowskie będą zobowiązane wprowadzić skuteczne, proporcjonalne i odstraszające grzywny w przypadku naruszenia przepisów dotyczących przejrzystości i reklamy politycznej. W ramach proponowanego rozporządzenia, krajowe organy ochrony danych będą szczegółowo monitorować wykorzystywanie danych osobowych w celach targetowania politycznego i będą mogły nałożyć grzywny zgodnie z unijnymi przepisami o ochronie danych.

Aktualizacja unijnych przepisów dotyczących partii politycznych i fundacji UE oraz praw wyborczych

Komisja zaproponowała też przegląd przepisów UE dotyczących finansowania europejskich partii politycznych i fundacji. Obecne ramy prawne zawierają szereg luk, które uniemożliwiają partiom i fundacjom funkcjonowanie i wypełnianie swojej misji reprezentowania obywateli UE. Aktualizacja rozporządzenia ma na celu ułatwienie europejskim partiom politycznym interakcje z należącymi do nich partiami krajowymi i zagranicą, zwiększenie poziomu przejrzystości, w szczególności w odniesieniu do reklam i darowizn, zmniejszenie nadmiernych obciążeń administracyjnych oraz zwiększenie zdolności finansowych europejskich partii politycznych i fundacji.

Na koniec Komisja zaproponowała aktualizację obecnie obowiązujących przepisów dotyczących wyborów europejskich i lokalnych w odniesieniu do obywateli UE mieszkających w państwie członkowskim innym niż ich kraj pochodzenia („migrujących obywateli UE”). Pomimo że liczba takich obywateli wynosi ok. 13,5 mln, tylko niewielu z nich korzysta ze swojego prawa wyborczego podczas wyborów europejskich czy lokalnych. W celu zapewnienia inkluzywnego uczestnictwa w nadchodzących wyborach europejskich w 2024 r. Komisja proponuje ukierunkowane zmiany do obowiązujących dyrektyw dotyczących praw wyborczych, w tym, m.in., obowiązek aktywnego informowania takich obywateli o ich prawach wyborczych, stosowania standardowych wzorów rejestracji wyborców i kandydatów, a także stosowania języka używanego przez migrujących obywateli UE mieszkających na danym terytorium. Strategia ta zawiera także zabezpieczenia dla migrujących obywateli UE przed usunięciem ze spisu wyborców w kraju pochodzenia.

Dalsze działania

Omawiana strategia będzie przedmiotem obrad w Parlamencie Europejskim i Radzie. Aby zapewnić najwyższe standardy demokratyczne w trakcie nadchodzących wyborów do Parlamentu Europejskiego w 2024 r., nowe przepisy powinny wejść w życie i zostać w pełni wdrożone przez państwa członkowskie do wiosny 2023 r., tj. na rok przed wyborami.

Kontekst

Przewodnicząca **Ursula von der Leyen** zawarła [w swoich wytycznych politycznych](#) wniosek ustawodawczy w celu zapewnienia większej przejrzystości w zakresie reklamy politycznej i jaśniejszych przepisów dotyczących finansowania europejskich partii politycznych jako jeden z priorytetów inicjatywy Nowy impuls dla demokracji europejskiej

W [europejskim planie działania na rzecz demokracji](#) przyjętym w grudniu 2020 r. Komisja przedstawiła swoją pierwszą ocenę wyzwań związanych z reklamą polityczną oraz kwestii dotyczących nowych technik targetowania reklam na podstawie danych osobowych odbiorców. Bez względu na to czy dane zostały uzyskane prawidłowo, techniki te mogą posłużyć do wykorzystania słabości odbiorców. Obywatele UE mają prawo do otrzymania informacji o charakterze obiektywnym, otwartym i pluralistycznym. Jest to szczególnie istotne, gdyż niedawno przeprowadzone [badanie Eurobarometr](#) wykazało, że prawie czterech na dziesięciu Europejczyków miało styczność z treściami, których status jako reklamy politycznej był niejasny.

Proponowane rozporządzenie uzupełnia stosowne prawo unijne, w tym [rozporządzenie w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych \(RODO\)](#) oraz zaproponowane [rozporządzenie w sprawie jednolitego rynku usług cyfrowych](#) (DSA), które po przyjęciu określi kompleksowe przepisy w zakresie przejrzystości, odpowiedzialności i projektowania systemów reklamowych na platformach internetowych, także w odniesieniu do reklamy politycznej. Aktualizacja samoregulacyjnego kodeksu postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji oparta na niedawno opublikowanych [wytycznych Komisji](#) również uzupełni proponowane rozporządzenie.

[Rozporządzenie w sprawie statusu i finansowania europejskich partii politycznych i europejskich fundacji politycznych](#) to niedawno uchwalony akt prawny, który zastosowano jedynie podczas wyborów do Parlamentu Europejskiego w 2019 r. W obecnych ramach regulacyjnych zidentyfikowano jednak szereg luk, które uniemożliwiają europejskim partiom politycznym i fundacjom wypełnienie swej misji tworzenia europejskiej przestrzeni politycznej. Komisja przedstawia dziś zatem wniosek o przekształcenie tego rozporządzenia.

Obywatele UE mieszkający w państwie członkowskim innym niż kraj pochodzenia (migrujący obywatele UE) mają prawo głosowania i kandydowania w wyborach do Parlamentu Europejskiego i wyborach lokalnych w państwie członkowskim zamieszkania. Frekwencja wśród tych osób jest jednak często niższa niż w przypadku obywateli danego przyjmującego państwa członkowskiego. Dzieje się tak częściowo za sprawą skomplikowanych procedur rejestracji w państwie członkowskim zamieszkania lub niedoinformowania na temat przysługujących im praw. Czynniki te utrudniają migrującym obywatelom UE korzystanie z praw wyborczych i osłabiają ich prawa demokratyczne. W celu rozwiązania tych kwestii zaproponowano aktualizację odpowiednich ram prawnych, a mianowicie [dyrektywy w sprawie wykonywania prawa głosowania i kandydowania w wyborach do Parlamentu Europejskiego](#) oraz [dyrektywy w sprawie wykonywania prawa głosowania i kandydowania w wyborach lokalnych](#).

Więcej informacji:

[Pytania i odpowiedzi dotyczące pakietu wzmocnienia demokracji i integralności wyborów](#)

[Zestawienie informacji na temat demokracji europejskiej: nowe zasady przejrzystości w zakresie reklamy politycznej i targetowania](#)

[Strona internetowa dotycząca praw wyborczych – wszystkie dokumenty prawne wraz z załącznikami](#)

[Europejski plan działania na rzecz demokracji](#)

Demokracja europejska: Komisja ustanawia nowe przepisy [Pobierz \(55.257 kB - PDF\)](#)

Komunikat prasowy

25 listopada 2021, Bruksela