



Warszawa, 27.03.2023

Sz. P. Waldemar Buda  
Minister Rozwoju i Technologii

Sz. P. Janusz Cieszyński  
Sekretarz Stanu, Kancelaria Prezesa Rady Ministrów

Sz. P. Szymon Szynkowski vel Sęk  
Minister ds. Unii Europejskiej

*Szanowni Panowie Ministrowie,*

**w imieniu niżej podpisanych organizacji kierujemy do Panów list otwarty dotyczący rozporządzenia ws. przejrzystości i targetowania reklamy politycznej, które jest przedmiotem negocjacji na poziomie UE. Mimo szczytnych celów inicjatywy, procedowane obecnie poprawki rozszerzają zakres regulacji również o niepłatne publikacje zwykłych użytkowników, co może w istotnym stopniu ograniczyć prawa podstawowe takie jak wolność słowa i debaty w Internecie. Jako partnerzy społeczni nie możemy się na to zgodzić, dlatego zwracamy się z prośbą o podjęcie działań, które pozwolą na uniknięcie tych może niezamierzonych, ale bardzo niebezpiecznych skutków.**

W listopadzie 2021 r. Wiceprzewodnicząca do spraw wartości i przejrzystości Věra Jourová przedstawiła propozycję rozporządzenia, mającego na celu zlikwidowanie luk regulacyjnych, które zagrażają uczciwości wyborów. Przepisy regulujące targetowanie, przejrzystość i monitorowanie reklam politycznych powstały z myślą o ochronie wyborców przed manipulacją, wpływem z zewnątrz i dezinformacją. W zamyśle przepisy miały stworzyć ramy prawne zapobiegające skandalom, takim jak np. Cambridge Analytica, czy ingerencja państw trzecich w wybory w UE. Niestety w trakcie prac w instytucjach Unii Europejskiej zostało zgłoszone wiele poprawek, które znacznie rozszerzają zakres rozporządzenia i stanowią ryzyko ograniczenia wolności wypowiedzi i dostępu do informacji.

Zgodnie z poprawkami Rady UE, definicja “reklamy politycznej” będzie zawierać nie tylko reklamy polityków czy sztabów wyborczych, ale również **niepłatne treści zwykłych użytkowników**, odnoszące się do szeroko pojętych kwestii polityczno-społecznych. Co za tym idzie, na równej stopie zostaną potraktowane reklamy publikowane w okresach poprzedzających wybory oraz np. komunikacja związana z regularnie procedowanymi w Sejmie ustawami, z czego my jako organizacje społeczne często korzystamy w ramach procesu demokratycznego.

Co więcej, projekt rozporządzenia w wersji z dnia 25 listopada 2011 r. (<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/?uri=CELEX:52021PC0731>) formułuje w art. 2 w pkt 2 w lit b definicję „działalności w zakresie reklamy politycznej” w taki sposób, że definicją tą objęte zostałyby także działania podejmowane przez partnerów społecznych zmierzające do wpływu na proces ustawodawczy. O ile część definicji ujęta w art. 2 pkt 2 lit a wskazuje, że chodzi o działalność podejmowaną przez podmiot polityczny, o tyle w art. 2 pkt 2 lit b takiego zastrzeżenia nie ma. Tym samym definicją „działalności w zakresie reklamy politycznej” objęte byłyby przekazy formułowane w przestrzeni publicznej przez partnerów społecznych, jeżeli przekaz taki może mieć wpływ m. in. na proces ustawodawczy. Oznaczałoby to objęte przepisami rozporządzenia także organizacje reprezentujących pracodawców oraz organizacje związkowych, co wydaje się istotnie wykraczać poza deklarowaną intencje projektowanego rozporządzenia. Podkreślić należy, że komunikowanie przez partnerów społecznych w przestrzeni publicznej ich działań dotyczących także wpływ na legislację jest niezbędne dla prawidłowego realizowania misji partnerów społecznych, mającą swoje źródło zarówno w krajowych przepisach ustrojowych, jak i systemie prawa Unii Europejskiej.

Obecna wersja rozporządzenia sama w sobie teraz naraża procesy wyborcze na niebezpieczeństwo ingerencji podmiotów z państw trzecich. W myśl nowej unijnej regulacji zostanie stworzony mechanizm zgłaszania reklam, które potencjalnie nie spełniają jej wymogów. Po pierwsze, mechanizm ten będzie otwarty dla wszystkich użytkowników. Tworzy to ryzyko

wykorzystywania systemu w złej wierze przez politycznych oponentów lub właśnie podmioty z państw trzecich, które będą zgłaszać jako niezgodne z rozporządzeniem całkowicie legalne reklamy lub wypowiedzi użytkowników w sieci. Po drugie, w myśl poprawek Parlamentu, w miesiącu poprzedzającym wybory platformy będą zobowiązane do rozpatrzenia zgłoszeń w ciągu 48 godzin od momentu ich otrzymania. Ten mający na celu sprawne rozpatrywanie zgłoszeń przepis może być łatwo nadużywany, choćby poprzez masowe zgłaszanie wielu legalnych reklam jednocześnie w celu „zakorkowania” systemu, tak by zająć zasoby potrzebne do rozpatrywania reklam faktycznie szerzących dezinformację.

Zagrożenia te są tym bardziej aktualne w kontekście wojny hybrydowej prowadzonej przez Rosję. Naukowa i Akademicka Sieć Komputerowa (NASK) alarmuje, że od początku wojny liczba monitorowanych słów kluczowych o potencjale dezinformacyjnym wzrosła w Polsce o prawie 350%. Nie powinniśmy dopuścić do sytuacji, w której rozwiązania projektowane w celu ograniczenia dezinformacji i nielegalnej ingerencji z zewnątrz, tworzyły w praktyce furtki ułatwiające tego rodzaju praktyki. Co więcej, nie zgadzamy się aby platformy stały się całkowicie de facto arbitrami charakteru reklam i wypowiedzi umieszczanych w internecie.

Podsumowując, rozporządzenie w obecnym kształcie stanowi w naszym przekonaniu realne zagrożenie dla procesów demokratycznych w Polsce i Unii Europejskiej, mimo szczytnych intencji przyświecających inicjatywie. Mając to na uwadze, jako partnerzy społeczni zwracamy się z prośbą o zaadresowanie wskazanych zagrożeń w ramach trwających trójstronnych negocjacji na poziomie UE.

Z wyrazami szacunku,

Konfederacja Lewiatan  
Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej  
Związek Cyfrowa Polska  
Związek Przedsiębiorców i Pracodawców  
Związek Rzemiosła Polskiego