



OCALCIE NASZ GŁOS W SIECI!

Instytucje Unii Europejskiej finalizują prace nad regulacją ograniczającą swobodę wymiany poglądów w sieci. Platformy internetowe będą w praktyce urzędowo zobowiązane wprowadzić „shadow ban”, tj. istotne ograniczenia zasięgu, na wszystkie treści polityczne. Nietylko te publikowane przez polityków, ale też te przez nas wszystkich upominających się o swoje prawa – instytucje społeczeństwa obywatelskiego, twórców internetowych oraz zwykłych użytkowników internetu. Apelujemy o zaniechanie regulacji w sprawie przejrzystości i targetowania reklamy politycznej w jej obecnej formie i dostosowanie jej do pierwotnych celów.

Dialog między obywatelami i dialog obywateli z władzą to podstawa systemu demokratycznego. Każdy powinien mieć prawo do wyrażania swojej opinii na tematy polityczne oraz do przekonywania współobywateli do tego, co uważa za słuszne. Nikt tego prawa nie powinien ograniczać, ani też tworzyć warunków, w których staje się ono jedynie pustym frazesem, gdy głos obywatela nie może być usłyszany.

W związku z powyższym muszą niepokoić plany wprowadzenia przez [Parlament Europejski i Radę Europejską rozporządzenia](#) „w sprawie przejrzystości i targetowania reklamy politycznej”. W obecnej formie może ono zdusić dyskurs polityczny w sieci. Znajduje się on już na ostatniej prostej unijnego procesu decyzyjnego i może wejść w życie jeszcze w 2023 r. To zatem ostatni moment, by zaprotestować i by podpisać się pod niniejszym apelem.

Naszym zdaniem planowana regulacja reklamy politycznej jest równie niebezpieczna dla wolności w sieci, jak słynna umowa ACTA, która wywołała przecież masowe protesty w 2012 r.

Przedmiotowe rozporządzenie to znakomity przykład na słuszność powiedzenia, że „droga do piekła wybrukowana jest dobrymi chęciami”. Inicjatorzy rozporządzenia, uznając, że sieć internetowa jest wykorzystywana do nieuczciwego manipulowania opiniami wyborców, doszli do wniosku, że należy istotnie ograniczyć możliwość korzystania w sieci z płatnych kampanii reklamowych o charakterze politycznym wykorzystujących zaawansowane techniki mikrotargetowania. Zgodnie z pierwotnym zamysłem użytkownik sieci mógłby być przedmiotem takiego targetowania dopiero wtedy, gdy wprost i świadomie wyrazi na to zgodę.

Tak skrojona propozycja regulacyjna szybko wymknęła się spod kontroli, a jej pierwotny sens zszedł na dalszy plan i w wyniku serii „ulepszeń” przedstawiono nam dokument, który **uderzy w każdą treść internetową, którą można uznać w jakiś sposób za polityczną – i to bez względu na to, czy jest płatnie promowana, czy nie i bez względu na to, kto ją opublikuje**. Rozmyte definicje i niejasne terminy użyte w obecnej wersji rozporządzenia sprawiają, że nie tylko politycy, ale i organizacje pozarządowe oraz osoby prywatne będą nim objęte. W praktyce rozporządzenie nałoży na ludzi i instytucje prezentujące treści polityczne „shadow bana”, czyli istotne ograniczenie ich zasięgu, od którego nie będzie odwołania. Nasz apel nie dotyczy zatem regulowania reklamy politycznej jako takiej, a próby regulacyjnego ograniczenia – pod płaszczykiem dbałości o jakość dyskursu i uczciwość wyborów – przestrzeni dla obywatelskiej wolności słowa w sieci.

W szczególności zastrzeżenia budzi definicja „działalności w zakresie reklamy publicznej”, która to działalność zgodnie z art. 2 pkt 2b rozporządzenia:

oznacza przygotowanie, zamieszczanie, promowanie, publikację lub rozpowszechnianie w jakiegokolwiek sposób przekazu:

- a) przez podmiot polityczny, w jego imieniu lub na jego rzecz, chyba że ma on charakter czysto prywatny, lub czysto handlowy; lub*
- b) który może mieć wpływ na wynik wyborów lub referendum, proces ustawodawczy, lub regulacyjny, lub sposób głosowania.**

Na wynik wyborów lub referendum może mieć wpływ właściwie każda treść związana z szeroko rozumianym życiem społecznym. Rozporządzenie uderza więc po równi we wszystkie ideowe strony debaty publicznej.

Przykładowo, gdy rozporządzenie w obecnym kształcie wejdzie w życie, to:

- » **Organizacja pozarządowa** zajmująca się społecznie wrażliwymi kwestiami – przykładowo dyskryminacją mniejszości, obroną wartości katolickich albo promowaniem określonej polityki gospodarczej – nie będzie mogła kierować swoich komunikatów w mediach społecznościowych do dokładnie wybranych grup. Prezentowane przez nią treści będą dostępne tylko dla tych, którzy celowo będą je wyszukiwać.
- » Podobnie **zwykły użytkownik mediów społecznościowych**, który od czasu do czasu dzieli się ze znajomymi swoimi opiniami politycznymi, przestanie być zauważany przez znajomych, gdy posty takie będą ginąć w natłoku tak zasięgowych w sieci zdjęć kotków, jedzenia i innych neutralnych politycznie treści. W efekcie grozi nam masowa infantylicyzacja internetu poprzez zalew banału, który wejdzie na nowy, nieznany dotąd poziom. A przecież treści polityczne dotyczą kwestii społecznych, których każdy obywatel powinien być świadomy – mają więc również aspekt edukacyjny.
- » **Założyciele nowych ruchów politycznych**, chcący konkurować z największymi partiami dysponującymi często subsydiami z budżetu, stracą tani i efektywny sposób dotarcia do potencjalnych wyborców. Także partie parlamentarne będące w opozycji do tej aktualnie rządzącej stracą częściowo tę możliwość.
- » **Materiały publikowane przez youtuberów, tiktokerów, użytkowników Facebooka** i innych platform społecznościowych, w których pojawiają się odniesienia polityczne (tak trudne do zdefiniowania w nowej regulacji), nie będą pojawiać się w rekomendacjach. Ich twórcy nie będą mogli także korzystać w pełni z możliwości targetowania swoich treści.

Warto zauważyć, że jednym z efektów planowanej regulacji może być cementowanie i radykalizacja danych baniek informacyjnych. Poglądy i opinie, zamiast ścierać się ze sobą, zostaną „zamknięte w szafie” i tylko wtajemniczone osoby z danego kręgu będą wiedzieć, w której. Osoby, których treści przestaną być widoczne i rekomendowane, potraktują to jako atak na swobodę ich wypowiedzi i mogą podjąć w związku z tym nieprzewidywalne kroki.

Apelujemy do wszystkich mających wpływ na europejską legislację – decydentów krajowych, europarlamentarzystów oraz Komisji Europejskiej – by zrewidowali treść planowanego rozporządzenia. Rekomendujemy, by regulacja reklamy internetowej obejmowała wyłącznie kampanie reklamowe opłacane przez polityków i bezpośrednio związane z nimi organizacje w trakcie kampanii wyborczych. Należy ponadto wprowadzić jasną definicję tego, co jest, a co nie jest treścią polityczną, by uchronić obywateli przed utratą głosu publicznego. W ten sposób zrealizować można pierwotne założenia rozporządzenia, tj.:

- „wspieranie funkcjonowania jednolitego rynku usług reklamowych;
- zapewnienie, że źródło i cel reklamy będą znane;
- zwalczanie dezinformacji i ingerencji w demokrację w UE”.

Jeśli wyżej wymienione kroki nie zostaną podjęte, próba obrony społeczeństwa przed manipulacjami w praktyce skończy się zduszeniem dialogu politycznego i stworzeniem społeczeństwa – jak powiedzieliby antyczni Grecy – idiotów, tj. ludzi niezainteresowanych życiem własnej społeczności i własnego kraju. W ten sposób nie można budować demokracji i wiarygodnie przekonywać, że to najlepszy z możliwych systemów.

Lista sygnatariuszy apelu:

Warsaw Enterprise Institute
Fundacja Wolności i Przedsiębiorczości
Fundacja Wolności Gospodarczej
Forum Obywatelskiego Rozwoju
Instytut Misesa
Stowarzyszenie Libertariańskie
Centrum Kapitalizmu

