Javno savjetovanje o prijedlogu inicijative za veću transparentnost sponzoriranog političkog

sadržaja i drugim popratnim mjerama

—

Polja označena zvjezdicom (\*) obvezna su.

Uvod

Digitalna revolucija preobrazila je demokratsku politiku. Političke kampanje sada se vode ne samo od vrata do vrata, na plakatima, u radijskom eteru i na televizijskim zaslonima nego i na internetu. Time se političkim akterima pružaju nove mogućnosti da dopru do birača, a stvaraju se i nove mogućnosti za građanski angažman i sudjelovanje javnosti. Međutim, brzim razvojem internetskih kampanja i internetskih platformi stvorene su i nove slabosti. To se može odnositi na nacionalne, regionalne, općinske i europske izbore te referendume.

Definicija stranačkog ili političkog oglašavanja razlikuje se među državama članicama i diljem svijeta. U nekim državama članicama postoje ograničenja u pogledu financiranja i vremena upotrebe političkih oglasa i mogu ih objavljivati samo politički akteri (npr. stranke i kandidati). Postoje i drugi oglasi s općenitijim političkim porukama, ciljevima ili učincima (npr. u pogledu općenitijih političkih pitanja kao što su zaštita okoliša ili migracije - „tematski oglasi”) koje objavljuju i drugi akteri (poduzeća, civilno društvo, građani, ali i političke stranke) i u razdoblju kad se ne održavaju izbori.

Političke oglase mogu putem izdavača (radio, televizija, medijske internetske stranice i komercijalne internetske stranice, društvene mreže i druge internetske platforme) objavljivati različiti akteri, od političkih stranaka do konzultantskih kuća u području komunikacija i agencija za oglašavanje. U njihovoj pripremi i financiranju, često prekogranične prirode, mogu sudjelovati mnogi pružatelji usluga, od banaka do informacijskih brokera i analitičara. Relevantna pravila uglavnom su nacionalna i često su neusklađena. U nekim slučajevima ne obuhvaćaju internetsko okruženje. Mogu stoga uzrokovati pravnu nesigurnost i imati nedostatke i praznine u provedbi.

Pokušaji uplitanja u nedavne izbore, uključujući europske izbore, i manipuliranja demokratskom raspravom sve su češći. Političko oglašavanje jedan je od načina povećavanja i širenja manipulacije informacijama i vršenja političkog utjecaja. Sadržaj oglasa može biti obmanjujući ili to može biti način na koji se oglas širi (npr. mikrociljanjem određenih skupina posebno prilagođenim porukama) i povećava njegova vidljivost (npr. kad se politički akteri predstavljaju kao obični glasači). Internetsko oglašavanje i opća digitalizacija političkih kampanja mogu stoga negativno utjecati na demokraciju.

Građanima je potreban pristup transparentnim informacijama o političkim oglasima kako bi sudjelovali u političkoj raspravi, slobodno donosili političke odluke i pozvali političare na odgovornost. Na transparentnost se oslanjaju i novinari, znanstvenici, provjeravatelji činjenica i drugi dionici. Osim toga, javna tijela mogu pratiti i provoditi relevantna pravila o političkom oglašavanju samo ako svi uključeni akteri djeluju transparentno. Mogu postojati legitimni razlozi za određena ograničenja transparentnosti, među ostalim radi zaštite osobnih podataka. Osobni podaci građana moraju se upotrebljavati potpuno u skladu s [Općom](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679) [uredbom o zaštiti podataka](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32016R0679).

U [akcijskom planu za europsku demokraciju](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/new-push-european-democracy/european-democracy-action-plan_en) prepoznaje se potreba za većom transparentnošću u političkom oglašavanju i komunikaciji te povezanim komercijalnim aktivnostima kako bi građani, civilno društvo i odgovorna tijela mogli jasno vidjeti izvor i svrhu takvog oglašavanja. Stoga je u akcijskom planu za

europsku demokraciju najavljen zakonodavni prijedlog o transparentnosti sponzoriranog političkog sadržaja, kao i mjere potpore i smjernice za države članice i druge aktere, kao što su nacionalne političke stranke i nadležna tijela.

Ova je inicijativa usmjerena na sve dionike uključene u financiranje, pripremu, objavljivanje i širenje političkih oglasa (kao što su političke i marketinške konzultantske kuće te organizacije koje sudjeluju u oglašavanju i kampanjama) te se njome dopunjuju pravila utvrđena u prijedlogu Akta o digitalnim uslugama, koji se primjenjuje na internetske posrednike, i širi okvir EU-a za tržište digitalnih usluga. Njome se dopunjuje i revidirana Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama kojom se europski kvalitativni standardi primjenjivi na audiovizualne komercijalne komunikacije u tradicionalnim audiovizualnim medijskim uslugama proširuju na one dostupne na platformama za razmjenu videozapisa. Inicijativa će se odnositi na aktivnosti na internetu i izvan njega te bi mogla obuhvatiti razne izbore koji se održavaju u EU-u, među ostalim i izbore za Europski parlament. Više informacija dostupno je u [početnoj procjeni učinka](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12826-Transparency-of-political-advertising) za ovu inicijativu. Inicijativa će biti dopunjena revidiranom Uredbom o statutu i financiranju europskih političkih stranaka i zaklada, planiranom za treće tromjesečje 2021., čiji je cilj povećati transparentnost financiranja europskih političkih stranaka i zaklada te ojačati europsku dimenziju europskih izbora.

Ovo javno savjetovanje temelji se na opsežnom savjetovanju koje je Komisija nedavno provela, među ostalim o Aktu o digitalnim uslugama i akcijskom planu za europsku demokraciju. To je prilika da se dodatno istraže posebna pitanja koja proizlaze iz intervencije za uvođenje veće transparentnosti u političko oglašavanje i povezane mjere, uključujući način na koji bi se time moglo pridonijeti otpornosti demokracije u Europi, općoj transparentnosti političkih kampanja te razumijevanju posljedica koje bi to moglo imati za relevantne sudionike na tržištu.

Želimo čuti vaše mišljenje!

Europska komisija želi čuti stajališta europskih građana o pitanjima koja se odnose na njih. Zato smo pripremili ovo savjetovanje: vaša su stajališta i iskustva iznimno važna za oblikovanje naših politika u interesu europskih građana.

Odgovore na upitnik možete nam poslati do 2. travnja 2021. Komisija će napraviti pročišćenu i anonimnu analizu svih odgovora na upitnik i objaviti je na internetu.

Kako sudjelovati

Za ispunjavanje upitnika (na bilo kojem od službenih jezika EU-a) potrebno je 15 do 20 minuta. Upitnik završava otvorenim pitanjem u kojem ćete moći dati prijedloge i druge komentare te pitanjem u kojem ćete moći navesti možemo li vam se naknadno obratiti.

Organizacije civilnog društva, javna tijela i privatna poduzeća također mogu poslati dodatne dokumente o stajalištu na just-transparency-consultation@ec.europa.eu.

U e-poruci navedite svoje ime, državljanstvo, ime svoje organizacije (ako je relevantno) i svoju funkciju u toj organizaciji.

O načinu korištenja odgovora možete saznati više u [izjavi o zaštiti osobnih podataka](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/specific-privacy-statement).

O vama

\* Označite jezik na kojem odgovarate. bugarski češki

danski

engleski

estonski

finski

francuski

grčki

hrvatski

irski

latvijski

litavski

malteški

mađarski

nizozemski

njemački

poljski

portugalski

rumunjski

slovački

slovenski

španjolski

švedski

talijanski

\* Označite svojstvo u kojem odgovarate. akademska/istraživačka ustanova poslovno udruženje poduzeće / poslovna organizacija organizacija za zaštitu potrošača građanin EU-a

organizacija za zaštitu okoliša

državljanin zemlje izvan EU-a

nevladina organizacija

javno tijelo

sindikat

drugo

\* Ime

\* Prezime

\* E-adresa (ne objavljuje se)

* Označite razinu aktivnosti svoje organizacije.

međunarodna

lokalna

nacionalna

regionalna

* Razina upravljanja

lokalno tijelo lokalna agencija

* Razina upravljanja

parlament

tijelo

agencija

* Ime organizacije

*najviše 255znakova*

\* Označite veličinu organizacije.

do 9 zaposlenih (mikropoduzeće)

10 - 49 zaposlenih (malo poduzeće)

50 - 249 zaposlenih (srednje poduzeće) više od 250 zaposlenih (veliko poduzeće)

Broj u registru transparentnosti:

*najviše 255znakova*

Provjerite je li vaša organizacija upisana u [registar transparentnosti](http://ec.europa.eu/transparencyregister/public/homePage.do?redir=false&locale=en). To je dobrovoljna baza podataka za organizacije kojima je cilj utjecati na donošenje odluka u EU-u.

Matična zemlja

Označite svoju matičnu zemlju ili zemlju u kojoj je sjedište vaše organizacije.

Rusija

Saint-

Barthélemy

Saint-Martin

Saint-Pierre-et

Miquelon

Salomonovi

Otoci

Samoa

San Marino

Afganistan Ålandski Otoci

Albanija

Alžir

Američka

Samoa

Američki

Djevičanski

Otoci

Andora

Angola

Angvila

Antarktika

Antigva i

Barbuda

Argentina

Armenija

Aruba

Australija

Austrija

Farski Otoci Fidži

Filipini

Finska

Francuska

Francuska

Gijana

Francuska

Južna i

Antarktička

Područja

Francuska

Polinezija

Gabon

Gambija

Gana

Gibraltar

Grčka

Grenada

Grenland

Gruzija

Latvija

Lesoto

Libanon

Liberija

Libija

Lihtenštajn

Litva

Luksemburg

Madagaskar

Makao

Malavi

Maldivi

Malezija

Mali

Mali Udaljeni Otoci SAD-a

Malta

Saudijska Arabija Sejšeli Senegal Sijera Leone

Singapur Sint Maarten Sirija

Sjedinjene

Američke

Države

Sjeverna

Koreja

Azerbajdžan

Bahami

Bahrein

Bangladeš

Barbados

Belgija

Belize

Benin

Bermudi

Bjelarus

Bocvana

Bolivija

Bonaire, Sveti Eustazije i Saba Bosna i Hercegovina

Božićni Otok Brazil

Britanski

Djevičanski

Otoci

Britansko

Indijskooceansk

o Područje

Brunej

Bugarska

Burkina Faso

Guadeloupe

Guam

Guernsey

Gvajana

Gvatemala

Gvineja

Gvineja Bisau

Haiti

Honduras Hong Kong Hrvatska Indija

Indonezija

Irak

Iran

Irska

Island

Italija

Izrael

Jamajka

Japan

Maroko

Maršalovi Otoci

Martinique

Mauricijus

Mauritanija

Mayotte

Mađarska

Meksiko

Mikronezija

Mjanmar/Burma

Moldova

Monako

Mongolija

Montserrat

Mozambik

Namibija

Nauru

Nepal

Niger

Nigerija

Nikaragva

Sjeverna

Makedonija

Sjevernomarija

nski Otoci

Slovačka

Slovenija

Somalija

Španjolska

Srbija

Srednjoafrička Republika Šri Lanka Sudan Surinam Svalbard i Jan Mayen Švedska

Sveta Helena, Otok

Uzašašćai Tristan da Cunha Sveta Lucija Sveti Kristofor i Nevis Sveti Toma i Prinsipe

Sveti Vincent i Grenadini

Švicarska

Tadžikistan

Tajland

Niue

Nizozemska

Njemačka

Norveška

Nova

Kaledonija

Novi Zeland Oman

Otoci Heard i McDonald Otoci Pitcairn Otoci Turks i Caicos Otok Bouvet Otok Man Otok Norfolk

Pakistan

Palau

Palestina

Panama Papua Nova Gvineja

Paragvaj

Peru

Poljska

Portoriko

Burundi

Butan

Cabo Verde

Čad

Češka

Čile

Cipar

Clipperton

Cookovi Otoci Côte d’Ivoire

Crna Gora

Curaçao

Danska

Demokratska

Republika

Kongo

Dominika

Dominikanska

Republika

Džibuti

Egipat

Ekvador

Ekvatorska Gvineja El Salvador Eritreja

Jemen Jersey Jordan Južna Afrika Južna Georgija i Južni

Sendvički Otoci Južna Koreja Južni Sudan

Kajmanski Otoci

Kambodža

Kamerun

Kanada

Katar

Kazahstan

Kenija

Kina

Kirgistan

Kiribati

Kokosovi

(Keelingovi)

Otoci

Kolumbija

Komori

Kongo

Kosovo

Tajvan

Tanzanija

Timor-Leste

Togo

Tokelau

Tonga Trinidad i Tobago Tunis

Turkmenistan

Turska

Tuvalu

Uganda

Ujedinjena

Kraljevina

Ujedinjeni

Arapski Emirati

Ukrajina

Urugvaj

Uzbekistan

Vanuatu

Vatikanski

Grad

Venezuela

Vijetnam Wallis i Futuna

Estonija

Esvatini

Etiopija

Falklandski

Otoci

Kostarika

Kuba

Kuvajt

Laos

Portugal

Réunion

Ruanda

Rumunjska

Zambija

Zapadna

Sahara

Zimbabve

Komisija će objaviti sve odgovore primljene u okviru ovog javnog savjetovanja. Možete odabrati da se vaš odgovor objavi anonimno ili da se uz njega objave vaši podaci. U svrhu transparentnosti uvijek se objavljuju podaci o vrsti ispitanika (na primjer, „poslovno udruženje”, „organizacija za zaštitu potrošača”, „građanin EU-a”), matična zemlja, ime i veličina organizacije i njezin broj u registru transparentnosti. Vaša e-adresa nikad se ne objavljuje. Odaberite opciju zaštite osobnih podataka koja vam najviše odgovara. Zadane opcije privatnosti ovise o odabranoj vrsti ispitanika.

\* Opcije zaštite privatnosti odgovora

Komisija će objaviti odgovore primljene u okviru ovog javnog savjetovanja. Možete odlučiti hoće li vaši osobni podaci biti dostupni javnosti.

anonimno

U obliku u kojem su zaprimljeni bit će objavljeni podaci o vrsti ispitanika, vaša matična zemlja i vaši odgovori. Vaše ime neće biti objavljeno. Ne

navodite osobne podatke u samom tekstu odgovora.

a ■ javno

Bit će objavljeno vaše ime, podaci o vrsti ispitanika, vaša matična zemlja i vaši odgovori.

\* Opcije zaštite privatnosti odgovora

Komisija će objaviti odgovore primljene u okviru ovog javnog savjetovanja. Možete odlučiti hoće li vaši osobni podaci biti dostupni javnosti.

a ■ anonimno

Objavljuju se samo podaci o organizaciji. U obliku u kojem su zaprimljeni bit će objavljeni podaci o vrsti ispitanika, ime organizacije u čije ime odgovarate, njezin broj u registru transparentnosti, veličina i matična zemlja te vaši odgovori. Vaše ime neće biti objavljeno. Ako želite ostati anonimni, ne navodite osobne podatke u samom tekstu odgovora. javno

Objavljuju se podaci o organizaciji i ispitaniku. Bit će objavljeni podaci o vrsti ispitanika, ime organizacije u čije ime odgovarate, njezin broj u registru transparentnosti, veličina i matična zemlja te vaši odgovori. Bit će objavljeno i vaše ime.

□ Slažem se s [odredbama o zaštiti osobnih podataka](https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/specific-privacy-statement).

Pitanja o političkom oglašavanju i povezanim uslugama:

Političko oglašavanje može obuhvaćati širok spektar aktivnosti i razne formate, uključujući letke, oglase na radio postajama, plakate, internetske stranice i objave na društvenim medijima. Politički oglasi mogu promicati određene stranke ili kandidate, širiti informacije, prikupljati novac ili se općenito baviti političkim temama. Oni su u pojedinačnim državama različito regulirani i definirani, ali za potrebe ovog savjetovanja tom ćemo pojmu pristupiti vrlo općenito.

1. Je li u vašoj matičnoj zemlji dopušteno političko oglašavanje za izbore?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam
6. Koje ste formate političkih oglasa najčešće primijetili u svojoj zemlji?
7. letke
8. plakate
9. oglase na radio postajama
10. oglase na televiziji
11. internetske oglase
12. drugo

Navedite:

1. Označite sve vrste oglašavanja s kojima ste se susreli:

Ū oglas za prikupljanje novca za politički cilj (uzrok, kandidata, stranku itd.)

Ū oglas za promicanje sudjelovanja na izborima ^ oglas s bitnim informacijama o izborima (informacije javnih službi)

^ oglas kojim se napada drugi politički pokret, akter, stranka ili klub Ū sponzorirani politički uvodnik u novinama ili časopisu n oglas koji promiče političko stajalište a da nije jasno politički oglas („tematski oglas”)

Ū političko oglašavanje izvan razdoblja izbora

Ū političko oglašavanje u vašoj zemlji koje se čini da je sponzorirano iz inozemstva

^ političko oglašavanje na izborima za Europski parlament koje je promicala europska (ne nacionalna) politička stranka

* 1. Navedite trebaju li definicije političkog oglašavanja uključivati sljedeće:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | trebajuuključivati | trebajuisključivati | ne trebajuniuključivatiniisključivati | neznam |
| oglas za prikupljanje novca za politički cilj (uzrok, kandidata, stranku itd.) | © | © | © | © |
| oglas za promicanje sudjelovanja na izborima | © | © | © | © |
| oglas s bitnim informacijama o izborima (informacije javnih službi) | © | © | © | © |
| oglas kojim se napada drugi politički pokret, akter, stranka ili klub | © | © | © | © |
| sponzorirani politički uvodnik u novinama ili časopisu | © | © | © | © |
| oglas koji promiče političko stajalište a da nije jasno politički oglas („tematski oglas”) | © | © | © | © |
| političko oglašavanje izvan razdoblja izbora | © | © | © | © |
| političko oglašavanje u vašoj zemlji koje se čini da je sponzorirano iz inozemstva | © | © | © | © |
| političko oglašavanje na izborima za Europski parlament koje je promicala europska (ne nacionalna) politička stranka | © | © | © | © |

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

* 1. Navedite trebaju li definicije političkog oglašavanja biti:
1. zakonom definirane
2. dinamično prilagodljive
3. ne znam
4. drugo

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Jeste li se ikada susreli s političkim oglašavanjem na internetu?
2. da
3. ne
4. ne znam

4.1. Otprilike koliko često?

1. svakodnevno
2. na tjednoj osnovi
3. na mjesečnoj osnovi
4. rijetko

Navedite gdje ste najčešće primijetili ili pamtite da ste primijetili političke oglase.

4.2. Jeste li u vezi s oglasima koje ste primijetili lako pronašli sljedeće informacije?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | da | možda | ne | neznam |
| 1. jasnu oznaku da je riječ o političkom oglasu | © | © | © | © |
| 2. informacije o tome tko je objavio oglas | © | © | © | © |
| 3. informacije o subjektima koji su bili pokrovitelji ili supokrovitelji oglasa | © | © | © | © |
| 4. informacije o isplaćenom iznosu | © | © | © | © |
| 5. (prema potrebi) informacije o upotrebi ciljanih oglasa (je li i zašto je oglas bio posebno namijenjen vama) | © | © | © | © |
| 6. druge informacije o oglasu | © | © | © | © |

Navedite:

Pitanja o relevantnim pravilima o političkom oglašavanju:

U većini država članica postoje pravila kojima se strankama ograničavaju troškovi izbornih kampanja, a ta se pravila mogu razlikovati među državama članicama u opsegu, sadržaju te primjenjivosti na internetu. Unutar jedne države članice ona se mogu razlikovati ovisno o tome je li riječ o nacionalnim, regionalnim, općinskim ili europskim izborima ili referendumima. Pravila uključuju gornje granice za troškove određene kampanje ili političkih aktera kao i tko i kako može dobiti financijska sredstva. Postoje i pravila o tome tko može objavljivati političke oglase i kada.

1. Znate li postoje li u vašoj zemlji pravila kojima se ograničavaju troškovi stranaka za izborne kampanje?
2. da
3. ne
4. ne znam

5.1 Smatrate li da bi prag ograničenja propisan političkim strankama u pogledu troškova izbornih kampanja trebalo:

1. povećati (više novca)
2. ni povećati ni smanjiti
3. smanjiti (manje novca)
4. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Trebaju li se troškovi aktera koji nisu političke stranke (na primjer zaklade i organizacije koje sudjeluju u kampanjama) za političke oglase tijekom izbornog razdoblja uračunati u ograničenja troškova kampanja ili političkih stranaka?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Trebaju li se troškovi „tematskih oglasa” tijekom izbornog razdoblja uračunati u ograničenja troškova kampanja ili političkih stranaka?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Trebaju li se civilno društvo i drugi akteri pri plaćanju i objavljivanju političkih oglasa pridržavati istih pravila kao i političke stranke?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

Mnoge usluge relevantne za političke oglase, od njihova osmišljavanja i planiranja do objavljivanja i financiranja, izvršavaju se prekogranično unutar jedinstvenog tržišta EU-a, ali i izvan EU-a.

1. Trebaju li se na razini EU-a uvesti pravila o načinima financiranja političkih oglasa?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

9.1 Smatrate li da bi sljedeći izvori financiranja trebali biti dopušteni za plaćanje političkih oglasa u vašoj zemlji?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | da | možda | ne | ne znam |
| 1. anonimne donacije putem internetskih platnih usluga | © | © | © | © |
| 2. skupno financiranje | © | © | Đ | © |
| 3. građani EU-a koji žive u drugoj državi članici | © | © | © | © |
| 4. pojedinci ili poduzeća iz trećih zemalja | © | © | © | © |
| 5. državni akteri iz trećih zemalja | © | © | © | © |
| 6. bankovni zajmovi | © | © | © | © |

1. Treba li na razini EU-a postaviti ograničenja u pogledu ukupnog iznosa koji se može potrošiti na političko oglašavanje u određenoj kampanji?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Treba li na razini EU-a postaviti ograničenja u pogledu iznosa koji određena stranka, kandidat ili kampanja može primiti iz jednog izvora?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Treba li na razini EU-a uvesti pravila o tome kako raspodijeliti političko oglašavanje tijekom izbora (na primjer, razmjerno dodjelom „vaučera za oglašavanje na internetu ili izvan interneta”) kako bi se većem broju stranaka osigurao pristup kampanji?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Treba li na razini EU-a odrediti pravila da se svako političko oglašavanje mora jasno i posebno označiti?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Trebaju li postojati pravila da svi sponzori političkih oglasa moraju biti navedeni u samom oglasu?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Treba li uvesti pravila da politički oglasi moraju biti istiniti i da ne smiju dovoditi u zabludu u pogledu provjerljivih činjeničnih tvrdnji?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Trebaju li tijekom izborne kampanje postojati pravila kojima bi se regulirao način dodjele oglasnog prostora na internetu?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Jeste li zabrinuti zbog mogućnosti da strani akteri (kao što su strane države ili strane organizacije) sponzoriraju političko oglašavanje kako bi povećali svoj utjecaj unutar EU-a?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Jeste li zabrinuti da se političko oglašavanje, posebice na internetu, može koristiti za namjerno širenje lažnih ili obmanjujućih informacija (dezinformacija)?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Treba li sankcionirati političke aktere ili organizacije koji krše usuglašena pravila ili ih se sustavno ne pridržavaju?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Smatrate li da su potrebne posebne mjere kako bi nadležna tijela imala učinkovitiji nadzor nad političkim oglašavanjem na internetu?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

Pitanja o europskim izborima:

Izbori za Europski parlament trenutačno se organiziraju na nacionalnoj razini u skladu s pravilima svake države članice, što znači da se relevantna pravila, kao na primjer jesu li politički oglasi dopušteni i u kojem razdoblju te odobreni iznosi troškova, razlikuju od jedne države članice do druge.

1. Trebaju li postojati određena zajednička pravila za političke oglase na izborima za Europski parlament?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Navedite koja bi pravila u pogledu izbora za Europski parlament trebale primjenjivati sve države članice (označite sve odgovore s kojima se slažete): n razdoblje u kojem su politički oglasi dopušteni n vrste aktera koji imaju pravo objavljivati političke oglase Ū vrste aktera koji imaju pravo financirati političke oglase Ū iznosi koji se smiju potrošiti na političke oglase u određenom razdoblju n jednak ili razmjeran pristup objavljivanju političkih oglasa na platformama društvenih medija za različite političke aktere koji sudjeluju na izborima Ū iznosi javnih sredstava dodijeljeni za potporu kampanjama manjih stranaka n drugo

Navedite:

1. Odaberite jednu od tvrdnji.

Tko bi tijekom europskih izbora trebao moći objavljivati političke oglase (označite samo jedan odgovor)?

1. svaka osoba ili pravna osoba (poduzeće ili zaklada) s bilo kojeg mjesta
2. svaka osoba (ali ne pravna osoba) s bilo kojeg mjesta
3. svaka osoba ili pravna osoba s boravištem u bilo kojoj državi članici
4. svaka osoba (ali ne pravna osoba) s boravištem u bilo kojoj državi članici
5. svaka osoba ili pravna osoba s boravištem u državi članici u kojoj će oglas biti objavljen
6. svaka osoba (ali ne pravna osoba) s boravištem u državi članici u kojoj će oglas biti objavljen

Kampanje za europske izbore organiziraju se na nacionalnoj razini, ali se neke stranke registriraju kako bi mogle promicati kandidate u više država članica, što znači da administrativne formalnosti moraju biti ispunjene i poštovane u svakoj državi kako bi se „registrirala” kampanja. To može biti problematično. Isto tako, građani koji žele promicati neku europsku građansku inicijativu (način na koji građani mogu sudjelovati u oblikovanju EU-a pozivanjem Europske komisije da predloži nove propise), moraju djelovati u više država članica.

1. Bi li trebalo uvesti pojednostavnjeni postupak za registraciju paneuropske političke promidžbene kampanje koja će se koristiti tijekom izbora za Europski parlament?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

1. Bi li trebalo uvesti pojednostavnjeni postupak za registraciju paneuropske političke promidžbene kampanje koja će se koristiti za podržavanje europske građanske inicijative?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

Europske političke stranke ne sponzoriraju pojedinačne kandidate na nacionalnoj razini, ali provode kampanju za izbore za Europski parlament. Mogli bi biti obvezni ispuniti određene posebne zahtjeve u pogledu transparentnosti političkih oglasa koje sponzoriraju.

1. Označite što bi se trebalo primjenjivati:

Europske političke stranke trebale bi

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | da | ne | nijedno | neznam |
| 1. objaviti svoje troškove oglašavanja na internetu u stvarnom vremenu | © | © | © | © |
| 2. na svojim internetskim stranicama imati primjere oglasa koje sponzoriraju | © | © | © | © |
| 3. navesti koje usluge ciljanog oglašavanja koriste | © | © | © | © |
| 4. suzdržati se od primjene određenih tehnologija koje se mogu koristiti za obmanjivanje (npr. mikrociljanje i druge tehnike temeljene na podacima, povećanje vidljivosti oglasa itd.) | © | © | © | © |
| 5. potpuno se suzdržati od političkog oglašavanja (osloniti se samo na nacionalne kampanje) | © | © | © | © |

Pitanja o zahtjevima u pogledu transparentnosti:

Transparentnost političkih oglasa može pomoći građanima, medijima i nevladinim organizacijama u pozivanju političkih aktera na odgovornost, ali bi mogla pomoći i nadležnim tijelima. Transparentnost uključuje zadržavanje osnovnih informacija o transakcijama, kao na primjer identitet osobe koja je platila oglas, plaćeni iznos i što je točno plaćeno. Može podrazumijevati i objavljivanje takvih informacija u određenim okolnostima.

1. Trebaju li politički oglašivači zadržati određene osnovne informacije o osobama koje objavljuju te oglase?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

21.1. Koje bi informacije trebali zadržati? (nije obvezno)

1. Koje informacije ne bi trebali zadržati? (nije obvezno)

Druga poduzeća uključena su u političke oglase, među ostalim i u njihovo financiranje (davanje zajmova, donacija i prikupljanje sredstava) te pripremu i objavljivanje (agencije za oglašavanje, agencije za marketinšku komunikaciju i druge specijalizirane agencije i konzultantske kuće).

1. Trebaju li i pružatelji usluga uključeni u političke oglase biti obvezni čuvati i pružati informacije?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

Politički oglasi mogu se objaviti putem različitih medija, na internetu i izvan njega. U internetskom se okruženju uvode mnogi novi oglašivački kanali, kao što su promovirane i ciljane objave na društvenim medijima, sponzorirani rezultati pretraživanja i personalizirani oglasi koji se pojavljuju u aplikacijama, usluge videoprijenosa te druge internetske stranice i internetske uslužne platforme (npr. internetski trgovci na malo).

1. Trebaju li se zahtjevi za zadržavanje informacija primjenjivati na sve političke oglase, bez obzira na to jesu li objavljeni na internetu ili izvan njega?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

U Aktu o digitalnim uslugama predlaže se da sve vrlo velike internetske platforme budu obvezne osigurati javni pristup repozitorijima oglasa prikazanih na njihovim internetskim sučeljima.

1. Svi bi politički oglasi trebali biti dostupni na sličan način:
2. samo nadležnim tijelima zadržavanjem tijekom određenog razdoblja
3. posebno registrirani pri nadležnim tijelima
4. i građanima, na primjer putem zajedničke internetske baze podataka ili zadržavanjem na internetskim stranicama oglašivača
5. ne bi trebali biti dostupni
6. ne znam

24.1. Navedite razloge:

1. Koje bi informacije trebale biti javno dostupne (označite odgovor za svaki redak)?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | da | možda | ne | ne znam |
| 1. zadržati sam oglas | © | © | © | © |
| 2. informacije o tome tko je objavio oglas | © | © | © | © |
| 3. plaćeni iznos | © | © | © | © |
| 4. informacije o primjeni tehnika ciljanja i povećanja vidljivosti | © | © | © | © |
| 5. kad i gdje je oglas objavljen (ako je dostupno) | © | © | © | © |
| 6. drugo | © | © | © | © |

Navedite (nije obvezno):

Pitanja o ciljanju i povećanju vidljivosti:

Oglasi mogu biti usmjereni na određene osobe i može im se povećati vidljivost kako bi porasla njihova stvarna ili prividna popularnost. Usmjeravanje može biti jednostavno: politička stranka može poslati promidžbene materijale registriranim članovima. Međutim, u tom se procesu upotrebljavaju sve sofisticiraniji alati, kao što je mikrociljanje, pri čemu se sofisticirani alati te osobni i drugi podaci upotrebljavaju za usmjeravanje oglasa određenim skupinama korisnika, kako bi se omogućila personalizacija oglasa pa čak i manipuliranje njima. Druge tehnike iskorištavaju značajke internetske arhitekture kako bi se povećao učinak oglasa, na primjer namjernim polariziranjem poruka kako bi se iskoristilo rangiranje temeljeno na interakciji korisnika ili čak manipuliranjem interakcija kako bi se povećalo širenje poruka.

1. Trebaju li postojati dodatna ograničenja u pogledu metoda ciljanja i povećanja vidljivosti, osim poštovanja pravila o zaštiti podataka?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Objasnite svoj odgovor (nije obvezno):

25.1. Označite sve što se primjenjuje:

Trebaju li metode ciljanja i povećanja vidljivosti

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | da | možda | ne | neznam |
| 1. biti zabranjene za političke oglase | © | © | © | © |
| 2. biti podložne izričitom pristanku korisnika: ne primjenjuju se osim akoih odobrite | © | © | © | © |
| 3. biti podložne izuzeću korisnika: primjenjuju se osim ako ih ne odobrite | © | © | © | © |
| 4. drugo | © | Đ | © | © |

Navedite (nije obvezno):

25.2. Označite sve što se primjenjuje:

Treba li pravilima EU-a kontrolirati sljedeće druge metode povećanja vidljivosti?

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | da | možda | ne | ne znam |
| 1. plaćanje za oznake „sviđa mi se” | Đ | © | © | © |
| 2. softverski bot | © | © | © | © |
| 3. plaćanje utjecajnih osoba | © | © | © | © |
| 4. drugo | © | © | © | © |

Navedite (nije obvezno):

1. Ako se poštuju relevantna pravila o zaštiti podataka (npr. dobiven je izričit pristanak za upotrebu relevantnih podataka), smatrate li da bi se trebali dopustiti ciljani politički oglasi na temelju određenih kriterija (npr. prema zemljopisnom položaju, dohodovnom razredu, rodu, dobi, političkoj pripadnosti te općim preferencijama i interesima korisnika koji proizlaze iz aktivnosti korisnika na internetu)?
2. da
3. možda
4. ne
5. ne znam

Navedite koji bi se kriteriji trebali dopustiti:

Završna pitanja:

1. Ovdje navedite eventualne dodatne komentare ili napomene u vezi s temom ovog javnog savjetovanja:

*najviše 3000znakova*

1. Želite li sudjelovati u telefonskom razgovoru radi dodatne rasprave o temama ovog otvorenog savjetovanja? Ako želite, javit ćemo vam se na e-adresu koju ste naveli u uvodnom dijelu. da ne