

Закон за изменение и допълнение на Закона за електронните съобщения

§ 1. Заглавието на раздел III от Глава трета се изменя така: “Правомощия на министъра на транспорта и съобщенията и министъра на електронното управление”

§ 2. В чл. 17, ал. 1 се създават т. 4 и 5:

“4. определя държавната политика по ограничаване на системните рискове от незаконното съдържание и онлайн дезинформацията, в т.ч. разпространявана чрез доставчици на посреднически услуги по смисъла на Регламент (ЕС) 2022/2065.

5. публикува ежегодно доклад за системните рискове от онлайн дезинформацията и мерките за нейното ограничаване.

§ 3. В чл. 20, ал. 1 се създава т. 15:

“15. анализ на рисковете и възможностите за противодействие на незаконното съдържание и онлайн дезинформацията”

§ 4. В чл. 21 се създава ал. 6 със следния текст:

“(6) Комисията осъществява надзор върху дейността на доставчиците на посреднически услуги във връзка с изискванията по чл. 177а от Изборния кодекс”

§ 5. В чл. 30, ал. 1 се създава т. 30:

“30. Разглежда и публикува документи, свързани с независимите одити по чл. 37 от Регламент (ЕС) 2022/2065 и изпраща на Европейската Комисия становища относно тези документи.

§ 6. В чл. 40, ал. 3 се добавя т. 11:

“11. анализ на системните рискове, свързани с незаконното съдържание и онлайн дезинформацията”

§ 7. Създава се чл. 318а със следния текст:

“Чл. 318а. (1) В случаи, определени със закон, държавни органи могат да налагат ограничаване на достъпа до дадена интернет страница или интернет адрес по реда на ал. 2-5.

(2) Актовете за налагане на ограниченията по ал. 1 се публикуват на интернет страницата на наказващия орган в деня на издаването им. Лицата, за които тези актове се отнасят, се смятат уведомени в деня на публикуването.

- (3) Ако в тридневен срок от публикуването по ал. 2 лицето не преустанови нарушението, наказващият орган подава искане до председателя на Софийския районен съд да постанови всички предприятия, предоставящи обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги, да спрат достъпа до тези интернет страници или интернет адреси.
- (4) Председателят на Софийския районен съд или оправомощен от него заместник-председател се произнася по искането в срок до 72 часа от постъпването му. Издаденото от съда разпореждане се публикува в деня на получаването му на интернет страницата на наказващия орган, а списъкът с интернет адресите се публикува на интернет страницата на комисията в машинночетим формат.
- (5) Предприятията, предоставящи обществени електронни съобщителни мрежи и/или услуги, са длъжни да спрат достъпа до съответните интернет страници и интернет адреси в срок до 24 часа от публикуване на данните на сайта на комисията.
- (6) Наказващият орган изпраща интернет страниците и интернет адресите по ал. 4 в сигнал до доставчици на услуги за обикновен пренос със значително влияние, определени от Комисията за регулиране на съобщенията.

Преходни и заключителни разпоредби

§ 8. В Закона за електронната търговия (Обн. ДВ. бр.51 от 23 Юни 2006г., изм. ДВ. бр.105 от 22 Декември 2006г., изм. ДВ. бр.41 от 22 Май 2007г., изм. ДВ. бр.82 от 16 Октомври 2009г., изм. ДВ. бр.77 от 4 Октомври 2011г., изм. ДВ. бр.105 от 29 Декември 2011г., изм. ДВ. бр.57 от 28 Юли 2015г., доп. ДВ. бр.94 от 13 Ноември 2018г., изм. ДВ. бр.17 от 26 Февруари 2019г., изм. и доп. ДВ. бр.96 от 10 Ноември 2020г., изм. ДВ. бр.15 от 22 Февруари 2022г., доп. ДВ. бр.53 от 8 Юли 2022г.) се правят следните допълнения:

1. Създава се чл. 7а:

“Отговорност на доставчиците на онлайн рекламни услуги

Чл. 7а. (2) Доставчик на онлайн рекламни услуги е доставчик на онлайн рекламни услуги по смисъла на чл. 2, т. 2, буква й) от Регламент (ЕС) 2022/1925 на Европейския парламент и на Съвета от 14 септември 2022 година за достъпни и справедливи пазари в цифровия сектор и за изменение на директиви (ЕС) 2019/1937 и (ЕС) 2020/1828

(2) Доставчиците на онлайн рекламни услуги носят отговорност за спазване на изискването по чл. 5, ал. 3, т. 2.

(3) Доставчиците на онлайн рекламни услуги събират и съхраняват идентифициращи данни за физическите и юридическите лица, за които разпространяват търговски съобщения, както и на физическите и юридическите лица, на които изплащат средства за показване на търговски съобщения и предоставят тези данни на Комисията за защита на потребителите при поискване.

(4) Комисията за защита на потребителите извършва периодичен преглед на доставчиците на онлайн рекламни услуги и изготвят и публикува годишен доклад за прилагането на този закон спрямо тях.”

2. Създава се чл. 18а:

“Използване на браузър по подразбиране за медийни услуги

Чл. 18а. (1) Много големите онлайн платформи и много големите онлайн търсачки не могат чрез свое приложения за мобилни устройства да налагат използването на браузър, различен от браузъра по подразбиране на потребителя, при отваряне на интернет страници на доставчици на медийни услуги, вписани в регистъра по чл. 7в от Закона за задължителното депозирание на печатни и други произведения и за обявяване на разпространителите и доставчиците на медийни услуги.

(2) При установяване на нарушение на изискването по ал. 1, Комисията за регулиране на съобщенията приема решение и съставя предписание на много голямата онлайн платформа или много голямата онлайн търсачка за спазване на настоящият член.”

3. Създава се чл. 26:

“Чл. 26. (1) При установяване на десет или повече нарушения на този закон в рамките на една година от страна на доставчик на онлайн рекламна услуга или при липса на последващо действие по десет или повече сигнали по ал. 3 в рамките на една година, председателят на Комисията за защита на потребителите налага принудителна административна мярка - спиране на достъпа до онлайн рекламната услуга за срок до 30 дни.

(2) Прилагането на принудителната административна мярка се осъществява по реда на чл. 318а от Закона за електронните съобщения.

(3) Комисията за защита на потребителите подава сигнали към доставчиците на онлайн рекламни услуги за търговски съобщения, които не отговарят на изискванията на този закон.

§ 9. В Изборния кодекс (Обн., ДВ, бр. 19 от 5.03.2014 г., в сила от 5.03.2014 г., изм., бр. 35 от 22.04.2014 г., в сила от 22.04.2014 г., бр. 53 от 27.06.2014 г., бр. 98 от 28.11.2014 г., в сила от 28.11.2014 г., бр. 79 от 13.10.2015 г., в сила от 1.11.2015 г., изм. и доп., бр. 39 от 26.05.2016 г., в сила от 26.05.2016 г., бр. 57 от 22.07.2016 г., в сила от 22.07.2016 г., бр. 85 от 28.10.2016 г., в сила от 28.10.2016 г., доп., бр. 97 от 6.12.2016 г.; изм. с Решение № 3 от 23.02.2017 г. на Конституционния съд на РБ - бр. 20 от 7.03.2017 г.; изм., бр. 85 от 24.10.2017 г., бр. 94 от 13.11.2018 г., изм. и доп., бр. 102 от 11.12.2018 г., в сила от 1.01.2019 г., бр. 17 от 26.02.2019 г., бр. 21 от 12.03.2019 г., в сила от 12.03.2019 г., изм., бр. 29 от 8.04.2019 г., в сила от 8.04.2019 г., бр. 34 от 23.04.2019 г., изм. и доп., бр. 60 от 30.07.2019 г., в сила от 30.07.2019 г., изм., бр. 61 от 2.08.2019 г., в сила от 2.08.2019 г., изм. и доп., бр. 88 от 13.10.2020 г., изм., бр. 107 от 18.12.2020 г., изм. и доп., бр. 36 от 1.05.2021

г., в сила от 1.05.2021 г.; изм. с Решение № 5 от 27.04.2021 г. на Конституционния съд на РБ - бр. 37 от 7.05.2021 г.; Решение № 9 от 2.07.2021 г. на Конституционния съд на РБ - бр. 58 от 13.07.2021 г.; изм., бр. 15 от 22.02.2022 г., в сила от 22.02.2022 г.) се правят следните допълнения:

1. В чл. 57, ал. 1 се създават т. 50-51:

“50. Подава сигнали за нарушения на този кодекс към много големите онлайн платформи по смисъла на Регламент (ЕС) 2022/2065 на Европейския парламент и на Съвета относно единния пазар на цифрови услуги и за изменение на Директива 2000/31/ЕО наричан по-нататък Регламент (ЕС) 2022/2065

51. Изисква и използва данните по чл. 7а, ал. 3 от Закона за електронната търговия при установяване на административни нарушения от страна на доставчици на медийни услуги”

2. Създава се чл. 177а:

“Идентифициране на координирани групи от неавтентични потребителски профили в много големи онлайн платформи

Чл. 177а. (1) За прилагане на ограниченията по чл. 177, много големите онлайн платформи, използващи системи за препоръчване на съдържание, са длъжни да прилагат мерки за идентифициране на висок риск от наличие на координирани групи от неавтентични потребителски профили включващи най-малко следното:

1. идентифициране на връзка между интернет адресите на потребителите и изходящите интернет адреси на услуги за анонимизиране на трафика;

2. идентифициране дали основната снимка на потребителя е използвана и от друг потребител на платформата или е част от пакет от стокови снимки;

3. идентифициране на свързване с необичайно голям брой други потребители за кратко време след първоначална регистрация, включително с голям брой други новорегистрирани потребители;

4. идентифициране на създаване или присъединяване към голям брой групи от потребители за кратко време след регистрация;

5. идентифициране на несъответствия във въведени имена на потребителите на различни места в профила на съответния потребител в рамките на онлайн платформата;

6. идентифициране на използване на средства за автоматизация на публикуването на съдържание;

7. идентифициране на използване на визуално сходни букви на тези в избраната писмена система от други писмени системи във въведените лични данни;

8. идентифициране на групи от потребители, които координирано подават сигнали срещу съдържание в платформата;

9. идентифициране на групи от потребители, които координирано взаимодействат с едно и също съдържание, което не им е било представено или препоръчано от платформата;

10. идентифициране на групи от потребители, които координирано публикуват едно и също съдържание, намиращо се на интернет страници, които са създадени в кратък период преди публикуването или чиито интернет адреси са твърде сходни с интернет адресите на популярни интернет страници.

(2) Мерките по ал. 1 се прилагат от деня на обнародването в "Държавен вестник" на указа на президента, съответно на решението на Народното събрание за насрочване на съответния вид избор до края на изборния ден, вкл. на втори тур, ако има такъв.

(3) При установен висок риск по ал. 1 за наличие на координирана група от неавтентични потребителски профили, много големите онлайн платформи автоматизирано изследват съдържанието на идентифицираните групи потребители за сходство, без това да въвежда задължение за общо наблюдение на съдържанието или за търсене на конкретно съдържание, указващо незаконна дейност и без да засяга разпространението на предизборни материали на политическите партии, които са в съответствие с този закон.

(4) Последващите действия спрямо идентифицираните координирани групи от неавтентични потребителски профили, както и към съдържанието, споделено от тях, се определят от онлайн платформите съгласно техните публикувани правила, при спазване на изискванията на чл. 21 от Регламент (ЕС) 2022/2065.

(5) Много големите онлайн платформи изпращат обобщена информация за прилагането на мерки и за идентифицираните групи по ал. 1 и действията, предприети срещу тях на Комисията за регулиране на съобщенията и на Централната изборителна комисия във вид, определен от Комисията за регулиране на съобщенията съгласувано с министъра на електронното управление.

(6) Централната изборителна комисия, съвместно с Държавна агенция "Национална сигурност" и Комисията за регулиране на съобщенията могат да изискват подробна информация, в т.ч. документация и изходен програмен код от много големите онлайн платформи по ал. 1 с оглед установяване на спазването на изискванията на този закон.

(7) Действията, които много големите онлайн платформи предприемат за изпълнение на този член не могат да включват профилиране по смисъла на Регламент (ЕС) 2016/679 на Европейския Парламент и на съвета от 27 април 2016 година относно защитата на физическите лица във връзка с обработването на лични данни и относно свободното движение на такива данни и за отмяна на Директива 95/46/ЕО"

3. В § 1 от Допълнителните разпоредби се създава т. 20:

"20. "Неавтентичен потребителски профил" е профил на потребител, който отговаря на едно от следните условия:

а) не отговаря на реално съществуващо физическо или юридическо лице, като за неавтентичен профил не се смятат пародийни профили или профили с артистични псевдоними.

б) публикува съдържание в резултат на разпореждане на трето лице срещу заплащане или като част от трудово правоотношение, с изключение на случаите на предоставяне на услуги за професионално управление на онлайн присъствие.

в) регистриран е и/или се управлява чрез автоматизирани средства

§ 10. В Закона за Държавна агенция “Национална сигурност” (Обн. ДВ. бр.109 от 2007г., изм. ДВ. бр.69 от 2008г., изм. ДВ. бр.94 от 2008г., изм. ДВ. бр.22 от 2009г., изм. ДВ. бр.35 от 2009г., изм. ДВ. бр.42 от 2009г., изм. ДВ. бр.82 от 2009г., изм. ДВ. бр.93 от 2009г., изм. ДВ. бр.16 от 2010г., изм. ДВ. бр.80 от 2010г., изм. ДВ. бр.97 от 2010г., изм. ДВ. бр.9 от 2011г., изм. ДВ. бр.100 от 2011г., доп. ДВ. бр.38 от 2012г., изм. и доп. ДВ. бр.15 от 2013г., изм. ДВ. бр.30 от 2013г., изм. и доп. ДВ. бр.52 от 2013г., изм. ДВ. бр.65 от 2013г., изм. ДВ. бр.71 от 2013г., изм. и доп. ДВ. бр.53 от 2014г., изм. и доп. ДВ. бр.14 от 2015г., изм. и доп. ДВ. бр.24 от 2015г., изм. и доп. ДВ. бр.61 от 2015г., изм. и доп. ДВ. бр.15 от 2016г., изм. ДВ. бр.101 от 2016г., изм. и доп. ДВ. бр.103 от 2016г., доп. ДВ. бр.105 от 2016г., изм. и доп. ДВ. бр.103 от 2017г., изм. ДВ. бр.7 от 2018г., изм. ДВ. бр.27 от 2018г., доп. ДВ. бр.55 от 2018г., изм. и доп. ДВ. бр.56 от 2018г., изм. ДВ. бр.88 от 2018г., доп. ДВ. бр.7 от 2019г., изм. и доп. ДВ. бр.17 от 2019г., доп. ДВ. бр.94 от 2019г., изм. ДВ. бр.99 от 2019г., доп. ДВ. бр.51 от 2020г., изм. ДВ. бр.67 от 2023г., изм. ДВ. бр.84 от 2023г.)

1. В чл. 40а се създава ал. 5:

“(5) Стратегическа за страната дейност е и оперирането на много голяма онлайн платформа, която се използва от повече от 2 милиона български граждани.

2. В чл. 133 се създава ал. 4-5:

(4) Оператор на много голяма онлайн платформа, използваща системи за препоръчване на съдържание и попадаща в обхвата на чл. 40а, ал. 5, който не изпълнява изискванията на чл. 177а от Изборния кодекс и с това застраши изборния процес, се наказва с имуществена санкция в размер от 50 000 до 5 000 000 лв. Имуществената санкция се налага на лицето в качеството му на оператор на стратегическа за страната дейност без значение от държавата на установяване на оператора на много голямата онлайн платформа.

(5) При установяване на нарушения по ал. 3, Държавна агенция “Национална сигурност” изисква становище от Централната избирателна комисия и Комисията за регулиране на съобщенията, като получените становища са обвързващи за нея. Становищата се прилагат към акта за установяване на административно нарушение.

§ 11. В Закона за храните (Обн. ДВ. бр.52 от 2020г., изм. и доп. ДВ. бр.65 от 2020г., изм. и доп. ДВ. бр.13 от 2021г., изм. ДВ. бр.102 от 2022г., доп. ДВ. бр.80 от 2023г., изм. ДВ. бр.100 от 2023г., изм. ДВ. бр.102 от 2023г.) се създава чл. 134а със следния текст:

Чл. 134а. (1) Наказва се с глоба от 1000 до 2000 лв. или се налага имуществена санкция от 2000 до 4000 лв. на лица, които извършват пряка или косвена реклама на хранителни

добавки в печатните и/или в електронните медии, както и в интернет, като използва без съгласие името на медицински специалист или на друго лице.

(2) При повторно нарушение глобата или имуществената санкция е от 4000 до 15 000 лв.

(3) Българска агенция по безопасност на храните подава сигнали за нарушения по ал. 1 към доставчици на онлайн рекламни услуги по реда на чл. 9 от Регламент (ЕС) 2022/1925. Глобите или имуществените санкции по ал. 1 и ал. 2 се налагат и на доставчик на онлайн рекламни услуги, установен в България, който системно не предприема последващи действия по подадените сигнали.

(4) При липса на последващо действие по десет или повече сигнали по ал. 3 в рамките на една година, председателят на Българската агенция за безопасност на храните налага принудителна административна мярка - спиране на достъпа до онлайн рекламната услуга за срок до 30 дни.

(5) Прилагането на принудителната административна мярка се осъществява по реда на чл. 318а от Закона за електронните съобщения.

§ 12. В Закона за задължителното депозиране на печатни и други произведения и за обявяване на разпространителите и доставчиците на медийни услуги (Обн. ДВ. бр.108 от 2000г., изм. ДВ. бр.28 от 2005г., изм. ДВ. бр.88 от 2005г., изм. ДВ. бр.94 от 2005г., изм. ДВ. бр.57 от 2007г., изм. ДВ. бр.42 от 2009г., изм. ДВ. бр.82 от 2009г., изм. ДВ. бр.87 от 2010г., изм. ДВ. бр.101 от 2010г., изм. и доп. ДВ. бр.94 от 2018г., изм. ДВ. бр.17 от 2019г., изм. ДВ. бр.31 от 2022г., изм. ДВ. бр.56 от 2023г., изм. ДВ. бр.66 от 2023г., изм. ДВ. бр.84 от 2023г.) се правят следните изменения допълнения:

1. В чл. 7а се създава ал. 9:

(9) Когато доставчикът на медийна услуга разпространява съдържание чрез една или повече интернет страници, интернет адресите им се посочват в декларацията по ал. 3.

2. В чл. 7в се правят следните изменения и допълнения:

а) в ал. 1 и ал. 2 думите “ал. 3, 4 и 7” се заменят с думите “ал. 3, 4, 7 и 9”

б) създава се ал. 3 със следния текст:

“(3) Данните от регистъра по ал. 1 се публикуват и в отворен, машинночетим формат”

3. Създава се чл. 7г със следния текст:

“Право на информация от много големи онлайн платформи

Чл. 7г. Доставчици на медийни услуги, разпространяващи съдържание чрез интернет страници, вписани в регистъра по чл. 7в, ал. 1, имат право на информация от много големите онлайн платформи за ограничаване на видимостта на техни публикации в рамките на много голямата онлайн платформа.

§ 13. Чл. 17, ал. 6 от Закона за хазарта (Обн. ДВ. бр.26 от 2012г., доп. ДВ. бр.54 от 2012г., доп. ДВ. бр.82 от 2012г., доп. ДВ. бр.94 от 2012г., изм. ДВ. бр.68 от 2013г., изм. и доп. ДВ.

бр.1 от 2014г., изм. и доп. ДВ. бр.105 от 2014г., доп. ДВ. бр.61 от 2015г., изм. ДВ. бр.79 от 2015г., изм. ДВ. бр.74 от 2016г., изм. и доп. ДВ. бр.98 от 2016г., доп. ДВ. бр.103 от 2017г., доп. ДВ. бр.42 от 2019г., изм. и доп. ДВ. бр.14 от 2020г., изм. и доп. ДВ. бр.69 от 2020г., изм. ДВ. бр.104 от 2020г., изм. и доп. ДВ. бр.11 от 2021г., изм. и доп. ДВ. бр.14 от 2021г., изм. и доп. ДВ. бр.61 от 2022г., изм. ДВ. бр.84 от 2023г., доп. ДВ. бр.106 от 2023г., изм. ДВ. бр.108 от 2023г.) се изменя така:

(б) Прилагането на мярката за спиране на достъпа до интернет страници на доставчици на хазартни услуги, установена с акт по ал. 1, т. 9 се осъществява по реда на чл. 318а от Закона за електронните съобщения.

§ 14. Този закон влиза в сила на 01.05.2024 г., с изключение на т. 2 от § 7 и § 11, които влизат в сила на 01.01.2025 г.

Мотиви

1. Въведение

С акта за цифровите услуги (Регламент (ЕС) 2022/2065) бяха въведени редица мерки за ограничаване на системните рискове от разпространяването на незаконно съдържание и онлайн дезинформация, видно в множество от съображенията, неразделна част от Регламента.

С проект на ЗИД на Закона за електронните съобщения на Министерския съвет, Република България привежда законодателството си в съответствие с регламента, като определя Комисията за регулиране на съобщенията за координатор за цифровите услуги.

С настоящия законопроект се допълва проекта на Министерския съвет в частта, която обхваща противодействието на системните рискове, свързани с незаконното съдържание и онлайн дезинформацията.

Със законопроекта се въвеждат изрични компетенции на Комисията за регулиране на съобщенията и на министъра на електронното управление по определяне и привеждане в действие на политиката за ограничаване на системните рискове, свързани с незаконното съдържание и онлайн дезинформацията, в т.ч. възможността за извършване на анализи, административнонаказателна дейност и спомагателна дейност спрямо други органи, както и публикуването на документи свързани с одитите на много големите онлайн платформи и даването на становища по тях.

В допълнение на общите правомощия, законопроектът предлага решения на четири групи проблеми:

- координираното неавтентично поведение в социалните мрежи чрез групи от неавтентични потребителски профили (т.нар. “тролски ферми”)
- монетизиране на фалшиви новини от анонимни сайтове чрез показване на търговски съобщения (реклами)
- разпространението на заблуждаващи реклами на нелекарствени продукти (хранителни добавки) чрез нерегламентирано използване на имената и лицата на известни личности, в т.ч. медицински лица, чрез рекламни мрежи
- някои пропуснати ползи от местните доставчици на медийни услуги поради некоректни практики на глобалните платформи

2. Социални мрежи и координирано неавтентично поведение

Социалните мрежи, попадащи в категорията “много големи онлайн платформи”, имат съществено влияние върху общественото мнение, като това подлежи на организирани злоупотреби чрез т.нар. “тролове”, особено в периоди на предизборна кампания.

Законопроектът предвижда, при спазване на ограниченията за прилагане на хармонизираното европейско право, в рамките на предизборна кампания, социалните мрежи, които представляват много големи онлайн платформи, използващи алгоритми за препоръчване на съдържание, да прилагат серия от технически мерки за ограничаване на фалшивите (“тролски”) профили, действащи координирано. Предвижда се и координаторът за цифровите услуги (КРС) да получава отчети за прилагането на мерките.

Изборното законодателство е прерогатив на държавите членки, поради което допълнителните изисквания към много големите онлайн платформи не са в разрез с изискването за хармонизация, а защитата от координирано неавтентично поведение е най-важна именно за провеждането на честни избори.

В допълнение на това, Съображение 9 от Регламента предвижда възможности за допълнителни национални регулации в определени случаи: “Това следва да не изключва възможността за прилагане на друго национално законодателство, приложимо по отношение на доставчиците на посреднически услуги, в съответствие с правото на Съюза, включително Директива 2000/31/ЕО, и по-специално с член 3 от нея, когато разпоредбите на националното право преследват други законни цели от обществен интерес, различни от преследваните с настоящия регламент”. С разпоредбите за идентифициране на координирано неавтентично поведение се цели гарантиране на изборната сигурност и съответно националната сигурност, поради което те са допустимо надграждане на текстовете на регламента.

Не на последно място, чл. 177 от Изборния кодекс дефинира общо, че “анонимни материали, свързани с предизборната кампания”, не са допустими, т.е. попадат в категорията “незаконно съдържание”, определена в регламента, и която държавите-членки имат право да дефинират. Предвид, че критерият “анонимност” не може да бъде установен без достъп до голям обем данни в системите на много големите онлайн платформи, с предложените изменения се вменява именно на платформите да извършват това установяване, без това да нарушава принципите в член 8 от регламента.

Така предложената мярка за ограничаване на дезинформационните кампании не засяга свободата на изразяване, тъй като не е прицелена към самото съдържание на дезинформационните кампании, а към механизмите за тяхното провеждане. Със законопроекта не се създава задължение общо наблюдение на съдържание, за блокиране

или ограничаване на разпространението на профили или на конкретно съдържание именно поради фундаменталната, конституционно гарантирана ценност - свободата на словото.

Регламентът урежда компетентността за административно наказване за нарушения на разпоредби на самия регламент, като ограничава наказващите органи до тези в държавите-членки по място на установяване на платформите. Поради това, на операторите на много големите онлайн платформи не могат да бъдат наложени административни санкции в България в качеството им на такива оператори.

В същото време, някои много големи онлайн платформи имат системно въздействие върху общественото мнение, което, особено в контекста на предизборна кампания, има потенциално негативен ефект върху националната сигурност. С оглед на това, със законопроекта се предлага много големи онлайн платформи с повече от 1 милион потребители в България да бъдат определени като стратегическа дейност по смисъла на Закона за ДАНС. Предвижда се и административна санкция за неспазване на въведените изисквания за опазване на изборната сигурност именно в качеството им на оператор на стратегическа за страната дейност, което позволява налагането на такава санкция без оглед на мястото на установяване.

При въвеждане на такива мерки следва да се оцени рискът от евентуално тяхно последващо разширяване, което би накърнило свободата на изразяване. Предвид тясната хипотеза, в която ДАНС може да действа и възможността за съдебен контрол, вкл. на ниво Съд на Европейския съюз, такава мярка е пропорционална и не крие съществени рискове при разширяване. ДАНС не получава (и няма как да получи) правомощия за сваляне на конкретно съдържание в онлайн платформи, нито да преустанови достъпа до тях. В същото време, регламентът позволява уточняване на обхвата на “незаконно съдържание” на национално ниво, което е по-вероятният механизъм за злоупотреби. Именно поради това с настоящият законопроект не се предлага разширяване на видовете незаконно съдържание, като се запазват вече действащите ограничения за анонимни агитационни материали в Изборния кодекс и за анонимни рекламни съобщения.

Системните рискове, произтичащи от дезинформационните онлайн кампании, провеждани преимуществено през социалните мрежи, следва да намерят своя законов и институционален отговор. Общите разпоредби на Акта за цифровите услуги не уреждат конкретни механизми за адресиране на тези рискове, поради което такива са въведени с настоящия законопроект, доколкото това е допустимо при прилагане на правилата за хармонизация на европейското право.

В тази си част законопроектът е и отговор на пропуск в европейското законодателство. Правилно и логично е платформите, в ролята им на доставчици на хостинг услуги, да се

ползват от т.нар. “safe harbor”, което ги освобождава от отговорност за публикуване на незаконно съдържание до узнаването за неговото съществуване - в противен случай те биха имали задължение за постоянен мониторинг на съдържание, което би довело до редица други проблеми. В същото време, обаче, тези платформи използват алгоритми за препоръчване на съдържание, за които би следвало да носят отговорност. Въпреки това, европейското право не въвежда отговорност за препоръчано съдържание, което позволява както на злонамерени участници да злоупотребяват със слабости на тези алгоритми да достигат до по-широка аудитория, така и на сензационно, но некоректно съдържание, да се разпространява по-бързо. На национално ниво не може да бъде коригиран изцяло този пропуск, но следва да бъдат реализирани мерки за справяне поне с последиците от него, поне докато Европейската комисия не предприеме конкретни стъпки, в резултат на прегледа на системните рискове, които разглежда в рамките на правомощията си по регламента.

3. Отговорност на рекламните мрежи

В последните години множество рекламни мрежи (местни или регионални) се използват за разпространение на особен вид фалшиви новини - де-факто рекламно съдържание на хранителни добавки чрез злоупотреба с известни личности - лекари, музиканти, журналисти и др. Тази практика в последните месеци е обогатена чрез т.нар. “Deep fake” видеа на такива известни личности. С цел ограничаване на този проблем, се предлага както въвеждане на отговорност за операторите на рекламни мрежи за спазване на формалните изисквания за предоставяне на информация по Закона за електронната търговия, така и санкционни правомощия на БАБХ и КЗП. БАБХ ще може да налага глоби и имуществени санкции за разпространение на такива реклами вкл. на рекламните мрежи (тъй като самите сайтове, които публикуват съдържанието, често са анонимни и не може да бъде установено физическо или юридическо лице, което стои зад тях). КЗП ще може, подпомагано от Комисията за регулиране на съобщенията, да блокира достъпа до рекламните мрежи за системни нарушения на нормите за търговски съобщения (като това ще се реализира чрез интернет-доставчиците). Избраният подход за блокиране единствено на рекламни мрежи, а не на самото съдържание, гарантира, че няма да има риск от засягане на свободата на изразяване онлайн.

Такива мерки са допустими спрямо доставчици, установени както в България, така и в друга държава членка или трета страна с оглед на чл. 3 от Директива 2000/31/ЕО - в конкретен случай, който е свързан със защитата на потребителите, държава-членка може да ограничи достъп до услуга на информационното общество. Злоупотребата с рекламни мрежи е именно такава хипотеза. Предвижда се КЗП да подава сигнали за сваляне на търговски съобщения, които противоречат на изискванията на закона, като системна

липса на реакция от страна на рекламната мрежа също следва да е основание за преустановяване на достъпа.

На трето място, бизнес моделът на немалко сайтове за фалшиви новини включва монетизиран чрез показване на рекламни съобщения. Анонимните собственици на сайтове за фалшиви новини генерират печалба сензационността на заглавията и съдържанието. Големите рекламни мрежи в последните години значително повишиха контрола при изплащането на средства на такива сайтове, но все още има множество локални и регионални рекламни мрежи, които не прилагат такъв контрол. Според информация в международната преса, това се е превърнало в цяла индустрия в някои части на по-бедни държави.

Гарантирането на свободата на изразяване не позволява на законодателя и още по-малко на изпълнителната власт да определя кое е фалшива новина и кое не, но както потребителите, така и държавните органи, занимаващи се със защита на потребителите, следва да разполагат с информация както кой рекламира даден продукт, така и кой стои зад дадена интернет страница показваща рекламите (без значение дали тя продава хранителни добавки, предлага курсове за инвестиции на фондовите борси или публикува новинарско съдържание). В тази посока са и последните предложения на Европейската комисия за т.нар. “удостоверения за автентичност на уебсайтове”, с които да може да бъде установено лицето (юридическо или физическо), което оперира дадена страница, която монетизира рекламно съдържание, тъй като това знание, в момента на използването ѝ или в бъдещ момент, може да бъде от съществено значение за потребителите и съответния контрол орган. Анонимното монетизиране на съдържание не сред основните граждански права, поради което с настоящия законопроект се предлага рекламните мрежи да са длъжни да идентифицират лицата, които оперират интернет страници, на които се изплащат средства от рекламните мрежи.

С оглед на редица решение на Съда на Европейския съюз по приложението на чл. 3 от Директива 2000/31/ЕО, предложените правомощия за спиране на достъп до 30 дни не е обща, а изисква решение на компетентния орган за конкретен случай, като обаче го обвързва да приеме такова решение, в случай, че са налице предвидените обстоятелства и рискове.

Спирането на достъпа до дадена услуга (чрез нейния интернет сайт и/или интернет адрес) се извършва по действащия ред за блокиране на интернет страници, подлежащ на съдебен контрол, приложен в Закона за хазарта. Със законопроекта този ред се разписва като общ ред в Закона за електронните съобщения и съответно Закона за хазарта се изменя, за да препрати към общия ред. В добавка на съществуващи ред, списъкът с интернет адреси (домейни или IP адресис) се публикува в машинночетим формат, централизирано на

интернет страницата на КРС, което ще улесни доставчиците на електронни съобщителни услуги в прилагането на мерките. Към действащия ред се добавя и задължение за наказващите органи да подават сигнали до големи доставчици на обикновен пренос, които не са установени в страната - напр. доставчици на DNS услуги като Cloudflare и Google. Конкретният списък с такива доставчици със значимо влияние в България ще се определя от Комисията за регулиране на съобщенията.

4. Права на доставчиците на медийни услуги във връзка с много големите онлайн платформи

На четвърто място, българските онлайн доставчици на медийни услуги страдат от редица проблеми, свързани с много големите онлайн платформи - проблем, идентифициран от Европейската комисия при редица законодателни актове, в т.ч. последните промени в авторскоправния режим на ЕС. Два конкретни проблема, които решава настоящият законопроект са използването на т.нар. in-arr браузъри, които ограничават видимостта на доставчиците на медийно съдържание за техните потребители, и необяснимото ограничаване на разпространението на легитимно новинарско съдържание в социалните мрежи. За целта се предвидени и изменения в Закона за задължителното депозирание на печатни и други произведения и за обявяване на разпространителите и доставчиците на медийни услуги, които да направят технически възможно решаването на двата проблема.

По първия проблем със законопроекта се предлага ограничение на много големите онлайн платформи да използват собствен браузър (а не браузъра на потребителя по подразбиране) за отваряне на новинарско съдържание. Това ще позволи по-добър анализ на потребителите от страна на доставчиците на медийно съдържание и ще позволи по-лесна работа на потребители с профили, които имат достъп до платено съдържание.

Това допълнение на предвидените в Регламента норми е допустимо съгласно съображение 9 и по-конкретно - разпоредбата на чл. 3 от Директива 2000/31/ЕО, параграф 4, буква а, т. i относно защитата на потребителите. Промяната защитава потребителите по следния начин - in-arr браузърите позволяват т.нар. "инжектиране на скриптове" от страна на доставчика на основното приложение, с което действията на потребителите на интернет страници на трети страни могат да бъдат проследявани, в т.ч. съществува риск техните пароли да бъдат записвани без тяхно знание. Подобрява се и удобството на потребителите, тъй като много онлайн медии поддържат потребителски профили с възможност за коментари, запазване и др. - нещо, което не работи при липса на съхранена потребителска сесия във вградените браузъри.

Тъй като преустановяване на предоставянето на услугата не е пропорционална мярка в този случай, предвидената мярка е единствено съставяне на предписание от страна на КРС до съответната онлайн платформа.

По втория проблем се предвижда много големите онлайн платформи да предоставят информация за ограничаване на разпространението на медийно съдържание, по ред определен от КРС. Доставчиците на медийни услуги имат право да получат обратна връзка за причините, поради което разпространението на легитимно и качествено медийно съдържание бива ограничено.

5. Обобщение на прилаганите административни мерки

В законопроекта се съдържат следните хипотези за административни мерки спрямо доставчици на услуги на информационното общество, със съответните прилагащи органи и основания от европейското законодателство:

Тип нарушител	Нарушение	Наказващ орган	Тип мярка	Правно основание
VLOP	Застрашаване на изборната сигурност чрез неприлагане на изискванията за установяване и докладване на “тролски ферми”	ДАНС	Глоба или имуществена санкция	ЗДАНС, като санкцията се налага на оператора на VLOP в качеството му на оператор на стратегическа дейност и чл. 114, п.10 от ДФЕС и чл. 4, п. 2 от ДЕС
VLOP и VLOSE	Създаване на риск за потребителите чрез in-app browser	КРС	Предписание	Чл. 3 от Директива 2000/31/ЕО
Доставчик на онлайн рекламни услуги	Неспазване на изискванията на посочване на рекламодаател	КЗП	ПАМ: Блокиране за 30 дни	Чл. 3 от Директива 2000/31/ЕО

Доставчик на онлайн рекламни услуги	Системна липса на реакция при подаване на сигнали за нарушения	БАБХ	ПАМ: Блокиране за 30	Чл. 3 от Директива 2000/31/ЕО
-------------------------------------	--	------	-------------------------	-------------------------------

6. Заключение

В заключение, със законопроекта се предлагат редица решения на натрупвани през последните години проблеми в онлайн пространството, като след внимателно обследване на хармонизираното европейско право, практиките в други държави членки и съдебната практика, предлага уредба, която да има максимална вероятност да бъде устойчива при последваща съдебна практика.

Предложните промени позволяват ограничаване на дезинформационните кампании без да се засяга свободата на словото, ограничаване на монетизирането на анонимни сайтове за фалшиви новини, защита на потребителите от незаконни реклами и гарантиране на някои права на онлайн доставчиците на медийни услуги в контекста на социалните мрежи.