



DEZINFORMÁTOROM NA YOUTUBE POMÁHA MONETIZÁCIA A SLABÁ REGULÁCIA OBSAHU

Brief / jún 2024

Výskum organizácií Prague Security Studies Institute (PSSI) a Adapt Institute, ktorý zastrešuje Infosecurity.sk, nadväzuje na predchádzajúce mapovanie monetizácie dezinformačného obsahu na webových stránkach a telegramových kanáloch v Českej republike a na Slovensku.¹ Oba výskumy preukázali u dezinformačných aktérov v oboch štátoch aktívne kombinovanie nástrojov na generovanie zisku.

V mnohých prípadoch dokázali aktéri monetizovať svoj obsah vďaka umiestňovaniu reklamy na webe, získavaniu 2 % z daní na fungovanie O. Z., predaja tovaru z internetového obchodu či ponuky exkluzívneho plateného obsahu. Pomerne populárnymi sú výzvy na dobrovoľné príspevky, ktoré môžu sledovatelia a fanúšikovia darovať priamo na účet, prípadne prostredníctvom donate tlačidla alebo inej formy prevodu.

K týmto nástrojom pribudla mnohokrát aj monetizácia na YouTube a v prípade niektorých telegramových kanálov sme identifikovali aj používanie menej známych video platforiem ako sú Odysee alebo Rumble. Tie taktiež ponúkajú možnosť finančného obohatenia.²

ZHRNUTIE

- **Video obsah je čoraz častejším zdrojom informácií.** Ide o celosvetový trend, ktorý platí aj pre slovenské online prostredie. S rastúcim záujmom verejnosti o tento obsahový formát by sa však mala zvyšovať aj zodpovednosť spoločností, ktoré prevádzkujú platformy na zdieľanie video obsahu, aby bol uverejňovaný obsah v medziach legality, slušnosti a ľudskosti.
- Z rastu popularity video platforiem ťažia aj dezinformační aktéri. **Slovenskí dezinformátori využívajú na zverejňovanie videí predovšetkým YouTube.** Niektorí publikujú aj na Odysee alebo Rumble, ide však skôr o okrajové platformy.
- **Video obsah je na platforme YouTube regulovaný pravidlami komunity,** ktoré upravujú podmienky publikovania. Obsahujú široké spektrum typov obsahu, ktoré nie sú na platforme akceptované, a ich opakované zverejňovanie môže viesť k zmazaniu kanálu.
- Avšak, kategória nepravdivých informácií, ktorá by teoreticky mala zahŕňať dezinformácie, upozorňuje predovšetkým na nepravdy o voľbách, vytrhávajú z kontextu alebo iné typy manipulácií. **Ako slabé miesto vnímame absenciu definícií napríklad zdravotníckych hoaxov, klimatických dezinformácií či ruskej propagandy.**
- V praxi nedochádza k veľkému množstvu zásahov proti dezinformačnému, konšpiračnému, nenávisnému či ezoterickému obsahu na YouTube. **V prípade Slovenska došlo v nedávnom období napríklad k zmazaniu kanálov Daniela Bombica (Danny Kollar), Igora Bukovského či Kulturblogu.**
- **Osobitnými právomocami disponujú organizácie alebo vládne agentúry, ktoré majú v rámci YouTube Priority Flagger Program status prioritných nahlasovateľov.** Podľa skúseností nahlasovateľov nenávisných prejavov z organizácie DigiQ však ide o formálny program, ktorý v praxi nahlasovateľov nemotivuje k ďalšej činnosti. Platí však, že všetky nahlásené obsahy by mali byť platformou prioritne preskúmané a posúdené.

1 Výsledky mapovania sú dostupné na stránkach Infosecurity.sk a PSSI. Infosecurity.sk prinieslo v rámci oboch projektov štúdie: „Dezinformácie a propaganda ako biznis: mapovanie finančného a organizačného pozadia dezinformačných webov na Slovensku“, dostupné na webe: <https://infosecurity.sk/studie/dezinformacie-a-propaganda-ako-biznis-mapovanie-financneho-a-organizacneho-pozadia-dezinformacnych-webov-na-slovensku/>; a „Dezinformácie a propaganda ako biznis: Mapovanie finančného a organizačného pozadia aktérov na slovenskom Telegramé“, dostupné na webe: <https://infosecurity.sk/studie/dezinformacie-a-propaganda-ako-biznis-mapovanie-financneho-a-organizacneho-pozadia-akterov-na-slovenskom-telegrame/>.

2 Po registrácii na Odysee je možná podpora tvorby obsahu prostredníctvom dostupných nástrojov.

1 Video obsah je čoraz častejšie zdrojom informácií. Platí aj pre slovenské publikum

Dáta z dostupných zdrojov ukazujú, že video obsah sa stáva čoraz populárnejším zdrojom informácií, pričom jeho výskyt v informačnom prostredí rastie. Tému sa venovala napríklad správa IABmonitor združenia IAB Slovakia, ktoré každoročne poskytuje informácie o vývoji slovenského internetu a návštevnosti slovenských médií.

V najnovšej **správe za rok 2022** spoločnosť uvádza, že online správanie slovenských používateľov z hľadiska konzumácie obsahu kopíruje celosvetové trendy. Tie ukazujú, že konzumenti médií čoraz viac obľubujú audiovizuálny obsah. V rámci slovenského mediálneho prostredia sa preto vydavatelia snažia častejšie ponúkať spravodajstvo, bulvár či iné obsahové témy práve vo forme videí (napríklad video podcastov a televízneho obsahu). Správa tiež konštatuje, že rastúci dopyt po video reklame vytvára na vydavateľov tlak produkovať video obsah vo väčšom objeme.

Dáta z merania IABMonitor **uvádzajú**, že online video obsah od deviatich slovenských prevádzkovateľov zapojených do merania zasahuje až 61 % slovenskej internetovej populácie. To znamená, že video obsah produkovaný slovenskými prevádzkovateľmi navštevuje až šesť z desiatich Slovákov. Celkovo video obsah prevádzkovateľov zapojených do IABmonitora zaznamenal medziročný nárast mesačnej návštevnosti o 8 %. O postupnom prechode na video obsah vypovedá aj 60 % rast v počte zhliadnutí u slovenských vydavateľov.

Keďže spomínaný report sa zameriaval len na obsah slovenských médií, ich webových stránok a streamov, údaje o širších globálnych trendoch môžeme doplniť z najnovšej publikácie **Digital News Report** Inštitútu Reuters za rok 2023. Report poukazuje na zmeny v povahe sociálnych médií, ktoré sa vyznačujú poklesom návštevnosti tradičných sietí ako je Facebook, a naopak, vzostupom popularity TikToku a ďalších platforiem zameraných na video obsah.

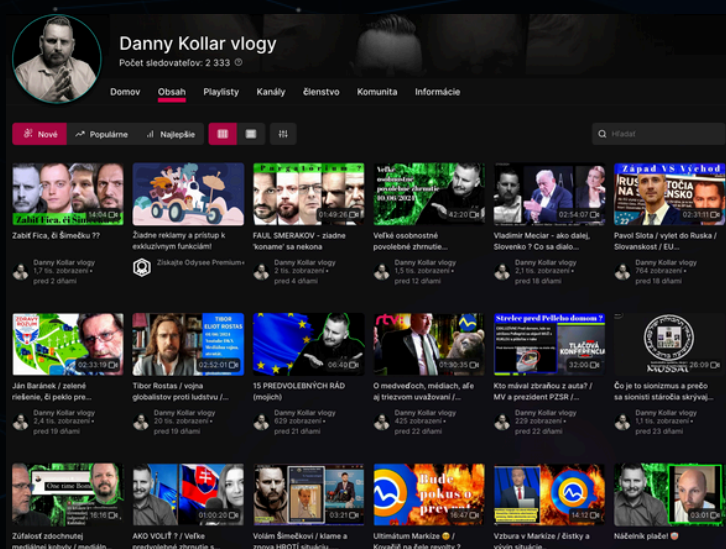
Inštitút v zhrnutí k správe **uvádza**, že na všetkých trhoch takmer dve tretiny (62 %) používateľov konzumujú týždenne video obsah prostredníctvom sociálnych médií a len 28 % pri prezeraní spravodajských webových stránok alebo aplikácií. K vysvetleniu výskumníci dodávajú, že najväčšími platformami pre online videá globálne zostávajú Facebook a YouTube, ale u ľudí mladších ako 35 rokov je už populárnou platformou aj TikTok. Podľa prieskumu Reuters Institute pritom YouTube počas týždňa predchádzajúceho prieskumu **sledovalo** 37 % ľudí vo vekovej skupine medzi 18 – 24 rokov, 35 % ľudí v skupine 25 – 34 rokov a tiež 30 % osôb starších ako 35 rokov.

Organizácia Lifesight vo svojej **správe** za rok 2023 uvádza, že YouTube bol globálne najviac navštevovanou sociálnou sieťou, ktorá len v priebehu jedného roka zaznamenala až 1,35 trilióna návštev. Obľuba platformy pritom môže byť spojená so skutočnosťou, že jej používanie je bežne neplatené a nie je potrebná osobitná registrácia ani vytvorenie osobitného účtu.

Nezaostávajú ani tvorcovia dezinformačného video obsahu na Slovensku

Rast popularity video obsahu v informačnom priestore môže nahrávať dezinformátorom, dezinfluencerom, osobnostiam šíriacim konšpiračný alebo ezoterický obsah, či tzv. obchodníkom so strachom.³ Tí môžu zneužívať video platformy pre vlastné obohatenie – či už prostredníctvom umiestňovania reklamy do videí, alebo skrz zvyšovanie vlastnej popularity.

Čím známejšia je daná osobnosť na platforme, tým väčšia môže byť pravdepodobnosť, že sa jej podarí divákov motivovať k návšteve webovej stránky či iných odkazov, zakúpenia exkluzívneho obsahu alebo podpore zaslaním financií na účet. Základný prieskum problematických aktérov⁴ na Rumble a Odysee na Slovensku nepreukázal ich zásadnejšiu prítomnosť na týchto platformách. K podrobnejšiemu skúmaniu fungovania slovenských dezinformačných aktérov na YouTube vypracuje platforma Infosecurity.sk osobitnú správu, ktorá bude dostupná na jej webe.



Vľavo: Najúspešnejší kanál Daniela Bombica na platforme Rumble mal k 22. júnu 2024 413 sledovateľov. Video s najvyšším počtom zhliadnutí (21,4-tisíc) na kanáli predstavuje rozhovor s údajným politickým väzňom Mariánom Magátom. Ide o krajne pravicového extrémistu, ktorý je v súčasnosti trestne stíhaný za extrémistickú trestnú činnosť.

Vpravo: Na platforme Odysee má Bombic iba jeden funkčný kanál s názvom Danny Kollar vlogy. K 22. júnu bolo na kanáli nahratých 576 videí.

3 Osobnosti, ktorých ciele sa spájajú s politickými ambíciami či túžbe po pozornosti, pričom pre upevňovanie svojej pozície a získavanie finančných prostriedkov neváhajú používať dezinformácie a iné typy nefaktického obsahu. Zdroj: <https://www.pssi.cz/publications/129-pssi-perspectives-33-kdo-jsou-obchodnici-se-strachem-a-proc-si-na-ne-davat-pozor>

4 S počtom odberateľov minimálne tisíc.

2 Regulácia obsahu na YouTube

Obsah publikovaný na YouTube je ovplyvňovaný v prvom rade pravidlami samotnej platformy, avšak aj reguláciami, ktoré preň vyplývajú z medzinárodných alebo európskych legislatív, ako aj národných legislatív. Nižšie popisujeme, čo vyplýva pre tvorcov obsahu z pravidiel komunity a ako funguje dobrovoľný program pre prioritných nahlasovateľov, pričom uvádzame skúsenosti získané výskumným rozhovorom s predstaviteľmi jednej zo slovenských mimovládnych organizácií DigiQ pri nahlasovaní nenávistných prejavov. Ďalšia z podkapitol sa zameriava na oblasť legislatívy.

Pravidlá komunity obsahujú slabé miesta

Keďže YouTube predstavuje globálne etablovanú a veľmi obľúbenú sieť na zdieľanie a sledovanie video obsahu, má zodpovednosť za to, aby boli pravidlá jej používania jasné a vymožiteľné. Všetci publikujúci autori na platforme predovšetkým súhlasia s tým, že budú dodržiavať zmluvné podmienky a pokyny pre komunitu. Pokyny pre komunitu mimo iného určujú, že obsah, u ktorého prevláda podozrenie z porušovania pravidiel platformy, môže byť nahlasovaný.

Medzi obsah, ktorý môže porušovať pravidlá platformy patria napríklad:

- **SPAM, KLAMLIVÉ A PODVODNÉ PRAKTIKY** – Videospam, snaha presmerovať divákov na iný web, obsah prezentujúci podvodné praktiky na rýchle zbohatnutie, ako sú pyramídové schémy, ale aj komentárový spam atď.
- **NAHOTA A SEXUÁLNE EXPLICITNÝ OBSAH** – Vyobrazenie nahých častí tela, pornografie alebo aktov slúžiacich na sexuálne uspokojenie.
- **ZOBRAZOVANIE SAMOVRAŽDY, SEBAPOŠKODZOVANIA ČI PORÚCH PRÍJMU POTRAVY** – Opatrenie sa dotýka ochrany psychického zdravia. Autori môžu zdieľať vlastné skúsenosti s problémami duševného zdravia, nesmú ich podporovať.
- **ŠKODLIVÝ ALEBO NEBEZPEČNÝ OBSAH** – Týka sa obsahov podnecujúcich nezákonné alebo nebezpečné činnosti potenciálne vedúce k zraneniu alebo smrti.
- **NÁSILNÝ A OBRAZNÝ OBSAH** – Môže podnecovať k páchaniu násilia, zahŕňa napríklad týranie zvierat, násilné sexuálne útoky, záznamy z teroristických útokov a pod.
- **NENÁVISTNÉ PREJAVY** – Obsah, ktorý propaguje násilie alebo nenávisť voči jednotlivcom či skupinám na základe atribútov, ako sú vek, rasa, etnická príslušnosť, sexuálna orientácia a ďalšie.
- **OBŤAŽOVANIE A INTERNETOVÁ ŠIKANA** – Kategória okrem iného zahŕňa škodlivé správanie, ako je vyhrážanie a doxing, alebo výtrvalé urážky či nadávky na základe nemenných osobných charakteristík určitej osoby.
- **OBSAH PROPAGUJÚCI EXTRÉMISTICKÉ A ZLOČINECKÉ ORGANIZÁCIE** – Obsah vytváraný násilnými extrémistickými, zločineckými alebo teroristickými organizáciami, ich propagácia, zobrazovanie symbolov a insígnií týchto skupín atď.
- **REGULOVANÝ TOVAR** – Zahŕňa predaj či návody na výrobu strelných zbraní, ale aj iný nelegálny tovar či služby, ktoré na platforme nemožno propagovať.

- **NEPRAVDIVÉ INFORMÁCIE**– Spadajú sem obsahy, ktoré môžu spôsobiť ujmu v skutočnom svete, určité druhy technicky zmanipulovaného obsahu a obsahu zasahujúceho do demokratických procesov. Jedna z podkategórií upravuje podmienky špecificky pre nepravdivé informácie o voľbách a volebných procesoch, a ďalšia sa zameriava na nepravdivé zdravotnícke informácie, ktoré potenciálne ohrozujú zdravie a bezpečnosť divákov.
- **UPRAVENÝ ALEBO SYNTETICKÝ OBSAH** – Po novom pribudla kategória, ktorá stanovuje podmienky pre označovanie obsahu, ktorý bol digitálne generovaný alebo upravený napríklad s cieľom nahradiť tváre konkrétnych osôb (deepfake).

Platforma zároveň **uvádza**, že porušenie zmluvných podmienok a pokynov pre komunitu, ktoré zahŕňajú pravidlá o publikovaní vyššie menovaných kategórií obsahov, môže mať za následok odstránenie videí a uvalenie sankcií na kanál. Vážne a opakované porušenia môžu viesť až k obmedzeniu alebo zrušeniu kanála.

Dezinformačný obsah by mal spadať do kategórie nepravdivých informácií, jej popis však upozorňuje predovšetkým na nepravdivé informácie o voľbách, videá vytrhnuté z kontextu alebo inak zmanipulované (manipulácia s titulkami či iná technická úprava), prípadne na nesprávny kontext obsahu (napr. prezentovanie staršieho záznamu udalosti ako materiálu zachytávajúceho novšiu udalosť).

V tomto zmysle vnímame pravidlá platformy o nepravdivom obsahu ako nedostatočné, keďže jasne nedefinujú napríklad zdravotnícke hoaxy, klimatické dezinformácie, ruskú propagandu a ďalšie kategórie nepravdivého obsahu. Definícia, ktorá **je obsiahnutá** v pravidlách platformy, tak postihuje iba časť problematických obsahov vo videách, titulkoch alebo popisoch.

Zaujímavým príkladom pre zobrazenie rozporu medzi deklarovanými záväzkami platformy a bežnou praxou sú videá obsahujúce spochybňovanie vedeckého konsenzu o zmene klímy či priamo klimatické dezinformácie. V roku 2021 spoločnosť Google vlastniaca YouTube upravila podmienky ohľadom monetizácie dezinformačného obsahu, pričom nové pravidlá **zakázali** reklamu pri videách, „ktoré sú v rozpore so všeobecne uznávaným vedeckým konsenzom o existencii a príčinách zmeny klímy“.

Správa Centra pre boj s digitálnou nenávisťou (CCDH) z januára 2024 však ukázala, že mnohí popierači klimatickej zmeny dokážu pravidlá obchádzať zmenou rétoriky a naďalej profitujú z reklamy. CCDH v rámci výskumu sledovalo 112 kanálov, ktoré na YouTube publikovali obsah spojený so zmenou klímy v anglickom jazyku. Správa preukázala, že popieranie zmeny klímy a šírenie mýtov o danej téme **je** tiež doménou ezoterických kanálov, spirituálnych či wellness influencerov. Tento trend pozorujeme aj v prípade slovenského YouTube.

Status prioritných nahlasovateľov

Na konkrétne porušenia pravidiel platformy pritom môžu upozorniť buď samotní používatelia (diváci alebo tvorcovia obsahu), alebo vládne agentúry, prípadne mimovládne organizácie so statusom prioritných nahlasovateľov v rámci YouTube Priority Flagger Program. Ide o osobitné dobrovoľné úsilie, ktoré v súčasnosti **funguje** oddelene od článku 22 aktu o digitálnych službách.

Program **podľa** platformy umožňuje „obzvlášť účinné informovanie služby YouTube o obsahu, ktorý porušuje usmernenia komunity“. Pre obsah nahlásený používateľmi alebo prioritnými nahlasovateľmi platia rovnaké kritériá posudzovania. Druhá zmienená kategória však **predpokladá** vyššiu úroveň odbornosti a dôveryhodnosti, a preto by mali byť obsahy nahlásené organizáciami či agentúrami zapojenými do programu preskúmané prioritne.

Program by mal **zahŕňať** možnosť kontaktovania platformy vďaka webovému formuláru na nahlasovanie problematického obsahu a následne by mal zaručiť prioritné preskúmanie takýchto obsahov. Okrem toho program oficiálne zahŕňa aj priebežnú diskusiu a spätnú väzbu o obsahu, ako aj príležitostné školenia, čo indikuje častejšiu a efektívnejšiu komunikáciu medzi platformou a národnými či regionálnymi organizáciami.

Slovenskí nahlasovatelia hovoria o demotivácii

Analytici Infosecurity.sk sa o fungovaní programu rozprávali s nahlasovateľmi zo slovenskej mimovládnej organizácie DigiQ,⁵ ktorá sa **venuje** témam ako je boj proti nenávisným prejavom a dezinformáciám, ale aj digitálne občianstvo a bezpečnosť v online sfére. Snahe odstraňovať nenávisné prejavy z videí na platforme YouTube sa venujú od roku 2017. Podľa organizácie je YouTube možné na základe doterajších skúseností vnímať ako prístav pre dezinformátorov, extrémistov či osoby šíriace nenávisné prejavy.

V praxi je podľa nahlasovateľov z tejto organizácie náročné upozorňovať na nevhodný obsah porušujúci pravidlá komunity, pretože nahlasovanie zakaždým vyžaduje upresnenie času, kedy sa vo videu nachádza problematický obsah. To býva pre bežného používateľa, ale aj dobrovoľného nahlasovateľa v rámci programu časovo a kapacitne náročné.

Zároveň, organizácia deklarovala výnimočne negatívne výsledky v kontexte spätnej väzby, komunikácie s platformou aj úrovne odstránenia nahláseného obsahu (z 50 nahlásených obsahov bol odstránený jeden, na ostatné prípady podľa nahlasovateľov platforma nereagovala). Napriek tomu, že všetok obsah by mal byť platformou preskúmaný a posúdený, mala dlhodobu nízku reaktivitu zo strany YouTube organizáciu odradiť od ďalšieho využívania statusu prioritného nahlasovateľa.

⁵ Partnerom YouTube sa organizácia stala na základe členstva v monitorovacích cvičeniach, ktoré sa konajú pod Code of Conduct Countering Illegal Hate Speech.

Z rozhovoru vyplynula aj skutočnosť, že aj keď spolupráca s YouTube-om ponúka nástroj tzv. eskalácií, v rámci ktorých môže organizácia alebo agentúra opätovne upozorniť na obsah, ktorý po predošlom nahlásení nebol odstránený, daný nástroj je málo flexibilný a komunikácia býva spravidla zdĺhavá.

Prípady odstránenia dezinformačných kanálov

Napriek problematickej responzivite platformy a v praxi častokrát nízkej ochote odstraňovať nevhodný obsah dezinformačných alebo konšpiračných kanálov sme v slovenskom prostredí zaznamenali aj prípady zablokovania kanálu, ktorý dlhodobo porušoval pravidlá.

Daniel Bombic

Jedným z posledných takýchto prípadov bolo odstránenie účtu známeho extrémistu a antisemitu Daniela Bombica, na internete známeho pod pseudonymom **Danny Kollar**. Bombicovi, na ktorého sú vydané tri medzinárodné zatykače, platforma YouTube 2. júna 2024 doživotne zrušila účet. Vymazanie účtu potvrdila aj spoločnosť Google. V reakcii pre denník SME to bez bližšieho vysvetlenia odôvodnila tým, že tak urobila pre „porušenie zásad YouTube“.

Bombicov kanál bol aktívny od roku 2015 a patril k najvplyvnejším účtom slovenskej dezinfoscény na YouTube. Jeho kanál mal v čase zrušenia približne 79-tisíc odberateľov a dosiahol vyše 28,5 milióna zhladnutí videí. V súčasnosti ho tak v počte odberateľov na prvom mieste nahradil kanál alternatívneho média Zem a Vek, ktorý funguje pod názvom ZVTV a má vyše 72-tisíc odberateľov.

V Bombicovej relácii vystúpilo niekoľko predstaviteľov vládnej koalície Roberta Fica, medzi nimi napríklad minister vnútra a predseda strany Hlas-SD Matúš Šutaj Eštok, či novozvolení europoslanci za Smer-SSD Ľuboš Blaha a Judita Laššáková.⁶ Okrem straty vplyvu, ktorý mu prepožičiavala prítomnosť na najväčšej video platforme, Bombic odstránením účtu prišiel aj o nespresnenú časť príjmov, ktorú vďaka YouTube získaval monetizáciou videí či vyberaním členských poplatkov.

Pre Bombica nešlo o prvé obmedzenie jeho pôsobenia na internete. V auguste 2023 ho spoločnosť Meta zaradila na svoj neverejný zoznam „nebezpečných organizácií a jednotlivcov“, ktorí podľa nej „hlásajú násilné posolstvá alebo sa zapájajú do násilia“. V dôsledku tohto rozhodnutia mu Meta súčasne zablokovala facebookovú skupinu s vyše 20-tisíc fanúšikmi a pre portál Živé.sk uviedla, že odteraz „odstráni akýkoľvek obsah s Danielom Bombicom, prípadne obsah vyjadrujúci mu chválu alebo podstatnú podporu“.

Bombic však patrí medzi aktérov, ktorí sa snažia svoju prítomnosť zaistiť naprieč veľkým množstvom platforiem – okrem dvoch telegramových kanálov a YouTube pôsobí aj na platformách Rumble, kde má tri kanály,⁷ a Odysee, kde disponuje jedným kanálom.⁸

6 Laššáková je s Bombicom v dlhodobom kontakte, pričom spolu vedú občianske združenie DIR-publikum. Viac o pozadí oboch aktérov sa môžete dozvedieť v našej štúdii mapujúcej prostredie slovenského Telegramu: <https://infosecurity.sk/studie/dezinformacie-a-propaganda-ako-biznis-mapovanie-financneho-a-organizacneho-pozadia-akterov-na-slovenskom-telegrame/>.

7 Jeden nesie názov dannykollar a má približne 400 sledovateľov. Druhý funguje pod menom DannyKollarUK, má však len 5 sledovateľov a jedno publikované video.

8 Ide o kanál s názvom Danny Kollar vlogy, ktorý má menej než 2-tisíc sledovateľov.

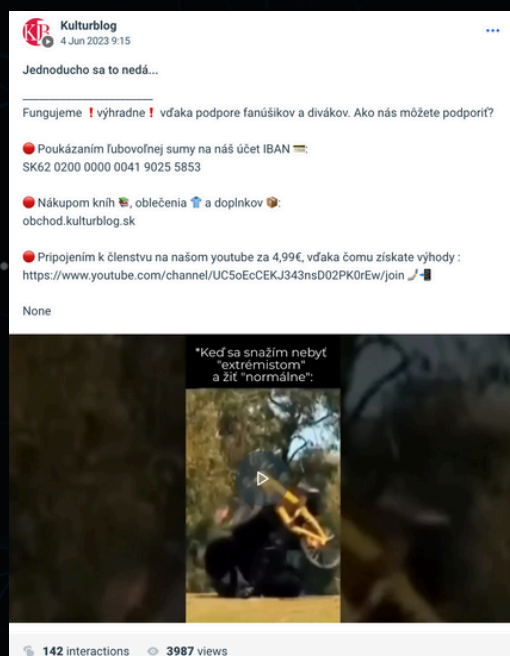
Ďalším príkladom je zrušenie účtov extrémistického média **Kulturblog**, ktoré bývalo napojené na krajne pravicovú stranu Kotlebovci – ĽSNS a po rozkole v strane prešlo k podpore politickej strany Republika. Niekoľkí z prevádzkovateľov Kulturblogu už boli na kandidátnych listinách tejto strany, pričom jej predseda Milan Uhrík a člen Milan Mazurek majú v rámci média pravidelné relácie.

6

Facebook vo februári 2020 zrušil stránku Kulturblogu a šesť ďalších skupín. Predstaviteľ Facebooku David Agranovich, ktorý šéfuje špecializovanému tímu na odhaľovanie globálnych hrozieb, to *Denníku N* **vysvetlil** tým, že odhalili sieť stránok, ktoré „*sa tvária ako nezávislé spravodajské médiá, no v skutočnosti sú prepojené na jednotlivcov na pravom politickom spektre*“.

K zablokovaniu Kulturblogu a jeho odnoží na YouTube došlo už niekoľkokrát, pričom v júni 2023 platforma ako dôvod uviedla vplyvové operácie. YouTube v tom čase zablokoval dokopy deväť kanálov, medzi ktorými boli nielen Kulturblog, ale aj alternatívne médium Konzerva, fanúšikovský účet člena Republiky Milana Mazureka a ďalšie kanály. Google pre portál *Živé.sk* **uviedol**, že spoločnosť sa k takémuto kroku rozhodla v rámci „*vyšetrovania koordinovaných ovplyvňovacích operácií na Slovensku*“. Ako dodal portál, všetky z menovaných zablokovaných kanálov mali personálne prepojenie na stranu Republika.

K ďalším zablokovaniam Kulturblogu došlo aj v decembri 2023. Kanál vtedy svoj obsah uverejňoval prostredníctvom účtu Politicky nekorektne, ktorý mal 12-tisíc odberateľov. YouTube v priebehu pár hodín vymazal aj ďalší kanál Kulturblogu, ktorý si extrémistické médium založilo koncom decembra.



Príklady YouTube videí kanálu Kulturblog z mája a júna 2023. Screenshoty boli získané vďaka monitorovaciemu nástroju Juno vlastnenému slovenskou technologickou spoločnosťou Gerulata Technologies.

Medicínske hoaxy aj porušovanie autorských práv

Existuje niekoľko ďalších prípadov, keď bol slovenský YouTube kanál porušujúci pravidlá komunity zrušený. Napríklad, koncom apríla 2024 prišiel o svoj kanál Igor Bukovský, dietológ a vyštudovaný lekár známy šírením medicínskych hoaxov. Jeho kanál **Dr. Igor Bukovský: Život a svet**, ktorý v danom čase disponoval približne 30-tisíc odberateľmi, natrvalo **zrušil** samotný YouTube s odôvodnením, že jeho prevádzkovateľ obchádzal pravidlá platformy.

Nešlo pritom o prvý prípad, kedy mal Bukovský konflikt s platformou. Od začiatku pandémie Covid-19 v roku 2021 totiž kontroverzný výživový poradca kritizoval opatrenia pre zamedzenie šírenia ochorenia, kvôli čomu bolo niekoľko videí zmazaných. Okrem iného **odporúčal** miesto dodržiavania covidových opatrení užívanie vitamínu D či antiparazitika ivermektín (určené pre zvieracie, nie ľudské použitie). Strašil tiež pred očkovaním, ktoré podľa neho malo ohrozovať tehotné ženy a spôsobovať potrat.

Po niekoľkých zmazaných videách Bukovský **prišiel** aj o samotný kanál **Dr. Igor Bukovský – AKV**⁹ so 150-tisíc odberateľmi, ktorý mu bol v septembri 2021 zrušený. Opatrenie následne obchádzal publikovaním na svojom druhom kanáli Dr. Igor Bukovský: Život a svet. Takéto konanie je proti pravidlám platformy, ktorá po zrušení kanálu konkrétnej osobe zakazuje vytvorenie nového kanálu.

V júni 2022 **došlo** k zrušeniu kanálu bývalého ústavného sudcu a neúspešného prezidentského kandidáta **Štefana Harabina**, ktorý sledovalo približne 40-tisíc ľudí. Podobne ako u Bukovského, ani u neho nešlo o prvý prípad. Dva roky dozadu, vo februári 2020, mu bol **zrušený** kanál, ktorým propagoval svoju politickú stranu Vlast'. Z odôvodnenia **vyplývalo**, že išlo o dôsledok nahlásenia porušovania autorských práv. Účet bol platformou neskôr obnovený. V súčasnosti má Harabin funkčný kanál s približne 48-tisíc odberateľmi.



Príklady YouTube videí kanálu Dr. Igor Bukovský: Život a sen z januára a februára 2024. Screenshoty boli získané vďaka monitorovaciemu nástroju Juno vlastnenému slovenskou technologickou spoločnosťou Gerulata Technologies.

⁹ Kanál odkazoval na Bukovského projekt AKV – Ambulancia klinickej výživy. Napriek zrušeniu YouTube kanálov sa tak výživovému poradcovi darilo svoj obsah publikovať na webe, prípadne vo forme podcastov na audiostreamingových platformách, ako Spotify či Apple Podcasts. Zdroj: <https://zive.aktuality.sk/clanok/1y5x0w5/youtube-dal-zbohom-kontroverznemu-igorovi-bukovskemu-zrusil-mu-kanal/>

Legislatívne podchytenie video platforiem

Právne prostredie vo vzťahu k video platformám na Slovensku zastrešuje predovšetkým zákon o mediálnych službách a Trestný zákon. Na európskej úrovni je to predovšetkým akt o digitálnych službách (DSA – Digital Services Act), ktorý je platý od konca roku 2022 a plne vymáhateľný od februára 2024, a tiež európsky akt o slobode médií (EMFA – European Media Freedom Act), ktorý nadobudol účinnosť v máji 2024.

Slovenské legislatívne prostredie

Súčasný **zákon o mediálnych službách** **schválila** v roku 2022 vláda Eduarda Hegera, ktorá ním nahradila dovtedajší zákon o vysielaní a retransmisii a tzv. zákon o digitálnom vysielaní. Vláda pri presadzovaní zákona argumentovala nutnosťou implementovať európsku smernicu o audiovizuálnych mediálnych službách, ako aj chýbajúcim regulačným rámcom na rozvoj audiovizuálnych služieb.

Zákon o mediálnych službách **upravil** práva a povinnosti poskytovateľom platforiem na zdieľanie videí, ako aj poskytovateľom obsahovej služby. Medzi najväčšie zmeny, ktoré legislatíva **priniesla**, patrilo zaradenie platforiem na zdieľanie videí do regulačného rámca audiovizuálnych mediálnych služieb. Po tom, čo na Radu pre mediálne služby (RpMS) prešli všetky kompetencie Rady pre vysielanie a retransmisiiu (RVR), k nim pribudli aj ďalšie právomoci vyplývajúce zo zákona o mediálnych službách. Od vstupu zákona do platnosti začala RpMS dohliadať aj na kanály na YouTube. Legislatíva zároveň rozšírila pravidlá transparentnosti a zaviedla novú povinnosť pre médiá aj dezinformačné portály, aby zverejňovali zoznam prispievateľov, ktorí ich podporili sumou prevyšujúcou dvetisíc eur.

Tiež stanovila pravidlá pre komunitné médiá a komunitné videoslužby, ktoré primárne definuje ako lineárne alebo nelineárne „mediálne služby poskytované inou osobou ako podnikateľom, ktoré nemajú primárne hospodársku povahu“.

Podľa zákona o mediálnych službách sa na komunitnú videoslužbu viažu povinnosti, ktoré platia aj pre poskytovateľa audiovizuálnej mediálnej služby. V prípade komunitného média ide zase o povinnosti „ako na vysielateľa lokálneho vysielania programovej služby“, pričom má aj ďalšie úlohy, ku ktorým sa radia napríklad aj ustanovenia o ochrane ľudskej dôstojnosti a ľudskosti.

Komunitné médium podľa nich nesmie propagovať vojnu alebo opisovať kruté konanie nevhodným spôsobom, verejne podnecovať k terorizmu, propagovať násilie a nenávisť buď všeobecne, alebo voči vybraným skupinám ľudí na základe ich viery, sexuálnej orientácie, politického zmysľania a podobne.

Potenciálne trestné činy spáchané cez video platformy **pokrýva** aj **Trestný zákon**. Ten uvádza, že trestný čin je vykonaný verejne, ak je „spáchaný obsahom písomnosti alebo rozširovaním spisu, filmom, rozhlasom, televíziou, použitím počítačovej siete alebo iným obdobne účinným spôsobom“. Verejné spáchanie činu sa v dôsledku rovná zvýšeniu trestnej sadzby.

Trestný zákon sa vo vzťahu k video platformám zameriava na nenávistné prejavy: podnecovanie k národnostnej, rasovej a etnickej nenávisti, ako aj hanobenie národa, rasy a presvedčenia. Dokáže však pokryť aj mnohé ďalšie trestné činy, ktorých sa autor videí pri tvorbe svojho obsahu môže dopustiť. Ako príklady možno spomenúť schvaľovanie trestného činu, navádzanie na trestný čin, poškodzovanie cudzích práv, neoprávnené nakladanie s osobnými údajmi, tvorbu detskej pornografie, ohováranie, atď.

Regulácia vyplýva aj z európskych smerníc

Vo februári 2024 **vstúpil** v Európskej únii do platnosti **akt o digitálnych službách**, ktorý zaviedol prísnejšie pravidlá pre reguláciu sociálnych sietí a ochranu ich spotrebiteľov. Jeho schválením členské štáty presadili, že online platformy musia zvýšiť bezpečnosť online prostredia a jeho používateľov.

Akt o digitálnych službách preto zaviedol platformám povinnosť efektívne odstraňovať nelegálny obsah a dezinformácie, a zároveň sa viac zaoberať bojom proti podvodom. Na uplatňovanie pravidiel aktu, ale napríklad aj na zabezpečovanie rovnakých podmienok pre spoločnosti v tejto oblasti, má dozerať Európska komisia a tzv. koordinátori digitálnych služieb. Každá krajina EÚ preto musí vymenovať vlastného národného koordinátora. Slovensko vo vymenovaní svojho zástupcu k júnu 2024 **mešká**, kvôli čomu už Európska komisia vo veci vedie konanie a pohrozila mu aj sankciami.

Vďaka aktu o digitálnych službách bol tiež spoločnosťou Google zverejnený počet moderátorov YouTube pre jednotlivé svetové jazyky. Z nedávneho Transparency reportu **vyplýnu**lo, že pre slovenčinu je zamestnaných 11 moderátorov, čo je približne porovnateľný počet ako u ďalších podobne veľkých štátov.

Európsky akt o slobode médií nadobudol účinnosť v máji 2024, pričom sa bude v plnej miere uplatňovať od augusta 2025. Táto nová európska legislatíva **zakazuje** verejným orgánom vyvíjať nátlak na novinárov vládnymi, politickými, ekonomickými alebo súkromnými zásahmi a používať proti nim špiónážne softvéry.

Akt hovorí o potrebe zaviesť právne záruky pre nezávislé fungovanie verejnoprávných médií v celej Únii, ktoré by malo byť len za „výnimočných okolností“ odvolané pred uplynutím svojho funkčného obdobia. Samotné médiá zaväzuje, aby zverejňovali informácie o svojich vlastníkoch a príjmoch zo štátnej reklamy, ako aj finančnej podpore poskytnutej štátom či krajinami mimo Únie.

V súvislosti s veľkými platformami, ako sú Facebook, Instragram či X, zavádza mechanizmy, ktoré im zabraňujú svojvoľne obmedzovať alebo odstraňovať nezávislý mediálny obsah. Platformy by pritom mali odlišovať nezávislé médiá od zdrojov, ktoré tento prívlastok nenapĺňajú.

Médiá sa budú môcť v budúcnosti obrátiť na nový nezávislý orgán – Európsku radu pre mediálne služby, – ktorý bude zložený z národných regulačných orgánov. Rada nahradí skupinu regulačných orgánov (ERGA) a jej povinnosťou bude radiť Európskej komisii, ako uplatňovať akt o slobode médií a smernice o audiovizuálnych mediálnych službách vo všetkých 27 členských štátoch.

Na Slovensku YouTube naďalej predstavuje najviac preferovanú platformu, a to tak pre divákov, ako aj tvorcov video obsahu. V rámci výskumu máme ambíciu **zmapovať prostredie tejto platformy s ohľadom na jednotlivé typy dezinformačného, konšpiračného alebo ezoterického obsahu**, poukázať na nedostatočnú reguláciu platformy, ako aj možnosť monetizácie obsahu vďaka umiestňovaniu reklamy k videám samotných tvorcov.

Za touto krátkou správou preto bude nasledovať ďalšia, ktorá **sa bude zameriavať špecificky na aspekt reklamy**. Popri zozname YouTube kanálov šíriacich škodlivý obsah, sa budeme sústrediť aj na jednotlivé firmy, ktoré publikujú reklamu na svoje produkty popri videách škodlivých aktérov.

Predbežne je možné formulovať záver, že **aj keď si značky uvedomujú potenciálne reputačné riziko**, vyplývajúce z umiestňovania inzercie k videám dezinformátorov, konšpiračných teoretikov či dezinfluencerov, **mnohé z nich nevyužívajú možnosť označenia kanálov, pri ktorých obsahu si svoju reklamu neželajú**. Okrem toho sa stáva, že býva obsah takýchto aktérov zmiešaný a nie vždy je možné určiť, nakoľko pozostáva z dezinformácií, nenávistných prejavov či konšpiračných teórií. Taktiež sa stáva, že tvorcovia obsahu popri reklame používajú ďalšie možnosti na generovanie zisku, ako je uvádzanie čísla účtu a odkazovanie na iné platformy, ktoré umožňujú finančnú podporu.

Ako sme popisovali vyššie, nahlasovanie obsahu porušujúceho pravidlá komunity samotnej platforme, nemusí fungovať bezchybne a nízka odozva platformy môže na prioritných nahlasovateľov pôsobiť demotivačne. **Uviedli sme však aj niekoľko príkladov väčších slovenských kanálov, ktoré boli v nedávnej dobe platformou odstránené** kvôli porušovaniu pravidiel komunity. Domnievame sa, že v týchto prípadoch bolo zrušenie kanálov (v niektorých prípadoch bez možnosti založenia nového kanálu) oprávnené. V prípade, že by bolo proti týmto kanálom zakročené skôr, **mohlo byť zamedzené rozšíreniu škodlivého obsahu na širšie publikum**.

Jednou z ciest, ako takýchto škodlivých, avšak na platforme pomerne etablovaných, aktérov demonetizovať, je teda komunikácia s jednotlivými inzerentmi a zamedzenie zobrazovaniu sa reklám videách daných tvorcov obsahu. Za účinný nástroj však aj naďalej považujeme **informovanie verejnosti a pokračujúce úsilie o zvyšovanie úrovne kritického myslenia** naprieč spoločnosťou, ktorá by sa mohla stať odolnejšou voči jednotlivým typom informačných manipulácií.

Autori: Michaela Dubóczy, Peter Dubóczy, Natália Silenská

Adapt Institute



INFOSECURITY.SK



Prague Security
Studies Institute



OPEN
INFORMATION
PARTNERSHIP

Brief vznikol s podporou Open Information Partnership v rámci projektu s Prague Security Studies Institute. Výhradnú zodpovednosť za obsah nesú autori.