

## Kancelária Rady pre mediálne služby

Informatívny materiál Kancelárie Rady na zasadnutie Rady pre mediálne služby dňa 21. 2. 2024

Predmet: Monitoring funkcionalít platforiem v súvislosti s voľbami prezidenta SR 2024

Dátum: 14. 2. 2024

**NÁVRH UZNESENIA:** Rada berie na vedomie predložený materiál.

## Monitoring funkcionalít platforiem v súvislosti s voľbami prezidenta SR 2024

### Úvod

S blížiacimi sa prezidentskými voľbami (prvé kolo prezidentských volieb 23. 3. 2024, druhé kolo prezidentských volieb 6. 4. 2024) plánuje Analytický odbor nadviazať na predchádzajúcu monitorovaciu aktivitu, ktorá bola vykonaná v súvislosti s predčasnými parlamentnými voľbami do NR SR v roku 2023.

### Zadanie

Poslaním Rady pre mediálne služby je presadzovať verejný záujem pri uplatňovaní práva na informácie, slobodu prejavu a práva na prístup ku kultúrnym hodnotám a vzdelaniu a vykonávať štátnu reguláciu v oblastiach vysielania, retransmisie a poskytovania audiovizuálnych mediálnych služieb na požiadanie. Monitoring si kladie za cieľ zmapovať funkcionality online obsahových služieb, ktoré majú slúžiť používateľom týchto služieb ako relevantné nástroje resp. zdroje informácií k voľbám prezidenta SR v marci a apríli 2024. Tieto budú zároveň porovnané s výsledkami monitoringu tých istých funkcionalít, ktoré Rada monitorovala aj počas uplynulých predčasných parlamentných volieb do NR SR v septembri 2023, a ktoré boli vydané ako monitorovacia správa Rady pre mediálne služby pod názvom **Monitorovanie funkcionalít platforiem v súvislosti s voľbami do Národnej rady Slovenskej republiky 2023** („monitoring 2023“).<sup>1</sup> V rámci výsledkov predošlej monitorovacej správy bolo identifikovaných niekoľko nedostatkov funkcionalít daných online obsahových služieb. Prevádzkovatelia týchto služieb boli o zisteniach upovedomení.

Výsledky monitoringu by mohli byť komunikované na slovenskej a európskej úrovni a prispieť k vyhodnoteniu nadväznosti na revidovaný Kódex postupov proti šíreniu dezinformácií (“Kódex”) z roku 2022.<sup>2</sup> Kódexu a jeho pracovných skupín a zároveň by poskytli aj podklady pre budúce aktivity koordinátora digitálnych služieb („DSC”).

Monitorované platformy:

- **Meta Ads Library** – knižnica reklám, subjekt: **Meta**, platformy: **Instagram + Facebook**
- **Ads transparency center** – knižnica reklám, subjekt: **Google**, platforma: **YouTube**

S ohľadom na nízku relevantnosť bude monitoring ďalších dvoch platforiem prebiehať len v prípade akútnej potreby vyplývajúcej zo vzniknutej krízovej situácie.

- **Creative center** – knižnica reklám, subjekt: **ByteDance**, platforma: **TikTok** (ByteDance avizoval, že neumožňuje zadávanie platenej politickej reklamy na službe TikTok)

<sup>1</sup> [Monitorovanie funkcionalít platforiem v súvislosti s voľbami do Národnej rady Slovenskej republiky 2023](#)

<sup>2</sup> [Kódex postupov proti šíreniu dezinformácií](#) (Kódex) je prvým nástrojom svojho druhu, prostredníctvom ktorého sa nadnárodné internetové spoločnosti už v roku 2018 zaviazali dodržiavať samoregulačné normy s cieľom eliminovať šírenie dezinformácií. Pôvodný kódex si vynútil revíziu, ktorú koordinovala pracovná skupina ERGA, ešte pod vedením Ľ. Kukliša, riaditeľa Rady pre vysielanie a retransmisiu. Už v júni 2022 bolo predstavené nové znenie Kódexu, ktoré obsahuje 44 záväzkov a 128 konkrétnych opatrení, vrátane demonetizácie pre šíriteľov dezinformácií, transparentnosti politickej reklamy, obmedzenia manipulatívneho správania (napr. falošné účty, využívanie botov a deepfake technológií), posilnenie postavenia používateľov, výskumníkov a komunity nezávislých overovateľov faktov (tzv. fact-checkerov). Zároveň sa Kódex stal súčasťou širšieho regulačného rámca tvoreného DSA a pripravovanou legislatívou, ktorá upravuje transparentnosť a cielenie politickej reklamy.

- subjekt: **Twitter Ltd.**, služba: **X**: vzhľadom na nízku relevantnosť sa zameriame na službu Twitter len prípade akútnej potreby vyplývajúcej zo vzniknutej krízovej situácie

Výsledky monitoringu budú v rámci komparatívnej analýzy porovnané s výsledkami „monitoringu 2023“, čo pomôže odhaliť prípadný progres alebo poukáže na prípadné pretrvávajúce medzery v oblasti transparentnosti politickej reklamy dostupných funkcionalitách platforiem<sup>3</sup>.

Zároveň si monitoring bude všímať aj publikovanie **informatívnych kampaní daných služieb**. Ako vyplýva aj zo záväzkov Kódexu, platformy v prípade celospoločensky významných udalostí, akými sú napríklad voľby, poskytujú používateľom všeobecné informácie o takejto udalosti za účelom zvýšenia informovanosti (napr. informačné panely o mieste a čase konania volieb a pod.).

Monitoring funkcionalít bude primárne prebiehať v období vrcholiacej kampane pred prvým kolom prezidentských volieb. Dôvodom je, že v prvom kole prezidentských volieb bude kandidovať viacero kandidátov, z čoho vyplýva aj väčšia diverzita rôznych subjektov, ktoré budú aktívne zadávať platené politické reklamy na predmetných službách.

Kancelária bude aktívne v danom období volebnej kampane pred prvým aj druhým kolom volieb prezidenta SR vykonávať aj monitoring za účelom identifikácie potenciálne problematického obsahu (nelegálny obsah), alebo obsahov, ktoré budú potenciálne predstavovať ohrozenie integrity volieb a volebných procesov (tzv. deepfake videá vyrobené za použitia nástrojov umelej inteligencie).

### Časový harmonogram a jednotlivé fázy:

#### Monitoring funkcionalít platforiem:

*február – marec 2024*

stanovenie podrobnej metodológie, študovanie funkcionalít platforiem v rámci knižníc reklám

*18. – 22. marec 2024 (po-pi)*

monitoring reálneho prevedenia na platformách v rámci knižníc reklám a iných funkcionalít počas vrcholiacej kampane v rámci prvého kola volieb prezidenta SR.

#### Monitoring informatívnych kampaní daných služieb:

*18. – 22. marec 2024 (po-pi)*

monitoring reálneho prevedenia informačných kampaní na platformách pred prvým kolom volieb prezidenta SR.

*1. apríl – 5. apríl 2024 (po-pi)*

monitoring reálneho prevedenia informačných kampaní na platformách pred druhým kolom volieb prezidenta SR.

#### Zber dát

*apríl (druhá polovica) 2024*

zber dát od prevádzkovateľov monitorovaných služieb za účelom zistenia ich aktivít v rámci informatívnych kampaní v súvislosti s voľbami prezidenta.

#### Koncept monitorovacej správy

*apríl – jún 2024*

koncept monitorovacej správy, komparácia výsledkov so zisteniami z „monitoringu 2023“

---

<sup>3</sup> S ohľadom na očakávanú reguláciu [o transparentnosti a cielech politickej reklamy](#)

## Rozdelenie úloh v AO

Stanislav Matějka - spolupráca s štátnymi orgánmi a monitorovanými platformami

Ján Hurtík - odborné vedenie monitoringu

Katarína Drevená, Jakub Rybár, Martin Šušol – monitoring funkcionalít platforiem a politických reklám.

Jakub Rybníkár – analýza výsledkov z pohľadu DSA

Timea Červeňová, Viktória Norisová, Romana Kontírová – koncept dotazníka pre vybrané platformy a analýza výsledkov z pohľadu záväzkov platforiem (informačné panely)