

## Kancelária Rady pre mediálne služby

Pracovný materiál Kancelárie Rady na zasadnutie Rady pre mediálne služby dňa 22. 5. 2024

Predmet: Výsledky monitorovania funkcionalít platforiem v súvislosti s voľbami prezidenta SR 2024

Dátum: 15. 5. 2024

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

\* \* \*

## ÚVOD

V súvislosti s voľbami prezidenta Slovenskej republiky („prezidentské voľby“), ktoré prebehli v dvoch kolách (23. marca 2024 a 6. apríla 2024), Rada pre mediálne služby („RpMS“) nadviazala na predchádzajúcu monitorovaciu aktivitu k predčasným voľbám do Národnej rady Slovenskej republiky<sup>1</sup> („parlamentné voľby“) a k voľbám do Európskeho parlamentu v roku 2019, ktorá bola súčasťou spoločného monitorovania v rámci Európskej skupiny regulátorov pre audiovizuálne mediálne služby („ERGA“) a aktualizovala monitorovaciu aktivitu v nadväznosti na revidovaný Kódex postupov proti šíreniu dezinformácií („Kódex“) z roku 2022.<sup>2</sup>

Poslaním RpMS 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.<sup>3</sup>

RpMS navyše využíva svoje právomoci v rámci zákona o mediálnych službách („ZMS“) na spoluprácu s online platformami, ktoré sú na Slovensku používané v najväčšej miere. RpMS začala zbierať údaje 18. marca, teda týždeň pred prvým kolom volieb, v čase vrcholiacej kampane, a pokračovala v monitorovaní až do konania druhého kola volieb dňa 6. apríla. V danom období RpMS aktívne monitorovala funkcionality digitálnych platforiem. Svoju pozornosť RpMS sústredila najmä na možné porušenia ZMS, ale aj na dodržiavanie záväzkov vyplývajúcich z Kódexu a nariadenia o digitálnych službách („DSA“).<sup>4</sup> Ďalej RpMS sledovala transparentnosť poskytovania politických reklám na platformách, dostupnosť informácií pre používateľov v knižniciach reklám a kroky smerujúce k väčšej informovanosti občanov o volebných procesoch. RpMS sa zároveň zameriavala aj na predtým identifikované problematické aspekty, ktoré vyplynuli z predchádzajúcej monitorovacej aktivity RpMS v období kampane pred parlamentnými voľbami na jeseň 2023.

Správa poskytuje komplexný pohľad na uskutočnené monitorovacie aktivity a vyhodnocuje úsilie RpMS pri zabezpečovaní transparentného a spravodlivého digitálneho mediálneho prostredia v kontexte volieb prezidenta Slovenskej republiky 2024.

## VÝCHODISKÁ

Kompetencie RpMS ako slovenského národného regulačného orgánu zodpovedného za mediálny dohľad a presadzovanie regulačných rámcov týkajúcich sa potenciálne nelegálneho obsahu na platformách na zdieľanie obsahu zriaďuje ZMS.

V rámci ZMS je RpMS poverená zodpovednosťou a zákonnou kompetenciou zabrániť šíreniu nelegálneho obsahu na platformách na zdieľanie obsahu. V tejto súvislosti čl. 151 ods. 2 ZMS stanovuje, čo predstavuje nelegálny obsah online (s príslušnou definíciou vyplývajúcou zo zákona 300/2005 Z. z., t. j. Trestného zákona).

<sup>1</sup> Monitorovacia správa RpMS [Monitorovanie funkcionalít platforiem v súvislosti s voľbami do NR SR 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, pod vedením Ľ. Kukliša, vtedajšieho 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 očakáva, že sa Kódex stane súčasťou širšieho regulačného rámca tvoreného DSA a pripravovanou legislatívou, ktorá upravuje transparentnosť a ciele politickej reklamy.

<sup>3</sup> [Zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách](#) (ďalej len ZMS).

<sup>4</sup> [Nariadenie 2022/2065 z 19. októbra 2022 o jednotnom trhu s digitálnymi službami a o zmene smernice 2000/31/ES \(akt o digitálnych službách\)](#).

Nelegálnym obsahom sa na účely zákona o mediálnych službách rozumie obsah, ktorý:

- naplňa znaky detskej pornografie alebo extrémistického materiálu,
- podnecuje ku konaniu, ktoré naplňa znaky niektorého z trestných činov terorizmu,
- schvaľuje konanie, ktoré naplňa znaky niektorého z trestných činov terorizmu, alebo
- naplňa znaky trestného činu popierania a schvaľovania holokaustu, zločinov politických režimov a zločinov proti ľudskosti, trestného činu hanobenia národa, rasy a presvedčenia alebo trestného činu podnecovania k národnostnej, rasovej a etnickej nenávisti.

RpMS má zároveň podľa čl. 110 ods. 3 písm. q) ZMS v pôsobnosti spolupracovať s online platformami na zdieľanie obsahu (ďalej len „platformy“) pri efektívnom, proporcionálnom a nediskriminačnom uplatňovaní pravidiel poskytovania ich služieb. Na základe tejto právomoci má RpMS nadviazané bilaterálne kontaktné linky s predstaviteľmi jednotlivých spoločností, ktoré prevádzkujú dané platformy, pričom tieto kontakty sú aktívne využívané v prípadoch výskytu potenciálne nelegálneho obsahu alebo obsahu, ktorý môže byť v rozpore s pravidlami používania daných platformiem.

Ďalej RpMS plní funkciu kontaktného miesta pre komunikáciu medzi jednotlivými orgánmi štátnej správy a prevádzkovateľmi platformiem, ktoré sú na Slovensku využívané v najväčšej miere (Facebook, Instagram, YouTube, TikTok).<sup>5</sup> V praxi to znamená, že orgány a inštitúcie štátnej správy, ktoré na základe ich určených právomocí vykonávajú aj monitorovanie obsahov sociálnych sietí, nahlasujú potenciálne problematické obsahy<sup>6</sup> RpMS a tá v rámci svojich kompetencií ďalej komunikuje s príslušnou platformou o konkrétnych obsahoch, resp. o systémových prvkoch.

RpMS aktívne monitorovala a analyzovala funkcionality platformiem v súvislosti s voľbami prezidenta SR v roku 2024 z niekoľkých dôvodov. V prvom rade RpMS venovala pozornosť možným porušeniam ZMS a šíreniu potenciálne nelegálneho obsahu na platformách na zdieľanie obsahu. Ďalším dôvodom realizácie monitorovania bolo skúmanie implementácie záväzkov vyplývajúcich pre platformy z Kódexu, ako aj nových povinností vyplývajúcich pre veľmi veľké online platformy („VLOPs“) a veľmi veľké online vyhľadávače („VLOSEs“) z DSA. RpMS monitorovala, či online platformy aktívne aktualizovali knižnice reklám tak, aby obsahovali komplexné informácie o politických a tematických reklamách a zabezpečili tým transparentnosť a dostupnosť informácií pre verejnosť v súlade s platnou legislatívou (DSA) a záväzkami z Kódexu.

Podľa DSA musia veľmi veľké online platformy a veľmi veľké online vyhľadávače („VLOPSEs“) analyzovať a zmierňovať riziká, ktoré pre európsku spoločnosť predstavuje ich dizajn a fungovanie. DSA prikazuje VLOPSEs prijať opatrenia tzv. náležitej starostlivosti, ktoré sa týkajú najmä transparentnosti a posilnenia postavenia používateľa voči týmto platformám. V kontexte online reklamy musia VLOPSEs, podľa čl. 27 DSA, jasne označovať platenú reklamu a zabezpečiť, aby bol používateľ schopný identifikovať, kto reklamu prezentuje a kto za ňu platí. VLOPSEs musia, podľa čl. 39 DSA, taktiež zhotoviť a verejnosti sprístupniť archív reklám (tzv. knižnicu reklám), ktorý obsahuje všetky aktívne reklamy a reklamy zobrazené na online rozhraní platformy za posledný rok.

Kódex sa stal súčasťou širšieho regulačného rámca tvoreného DSA a novým nariadením o transparentnosti a cílení politickej reklamy.<sup>7</sup> Pre signatárov Kódexu, ktorými sú aj všetky platformy uvedené v tomto reporte, vyplýva niekoľko konkrétnych záväzkov. Platformy v Kódexe deklarovali (v záväzkoch č. 4 až 11), že budú prispievať k posilneniu transparentnosti politickej reklamy online, a to prostredníctvom transparentného označovania politickej reklamy, overovania informácií o zadávateľovi politickej reklamy a dostupnosti informácií o politickej reklame pre bežného používateľa (napr. v knižnici reklám). Ďalej Kódex platformy zaväzuje k realizácii preventívnych

---

<sup>5</sup> Mieru popularity platformiem na Slovensku potvrdili aj správy o transparentnosti pod DSA, publikované na konci októbra 2023.

<sup>6</sup> Potenciálne problematický obsah je obsah, ktorý je RpMS vyhodnotený ako potenciálne porušujúci zmluvné podmienky (napr. Komunitné štandardy, pravidlá používania a i.) platformiem a zároveň tento obsah nenaplňuje charakteristiky nelegálneho obsahu podľa ZMS. RpMS v prípade takéhoto obsahu nemá žiadne kompetencie začať správne konanie alebo použiť iné správne nástroje na vynútenie odstránenia alebo obmedzenia obsahu.

<sup>7</sup> [Nariadenie o transparentnosti a cílení politickej reklamy \(marec 2024\)](#).

a informačných aktivít smerom k verejnosti na posilnenie mediálnej gramotnosti a schopnosti používateľov identifikovať dezinformácie (záväzok č. 17 a 21).

RpMS v tomto kontexte preto monitorovala aj kroky, ktoré platformy podnikali na zvyšovanie informovanosti občanov o volebných procesoch. RpMS sa zamerala na iniciatívy, ktoré mali za cieľ poskytnúť verejnosti relevantné a spoľahlivé informácie o priebehu volieb, či ich upozorniť na šírenie nepravdivých alebo manipulatívnych informácií o volebných procesoch.

## VÝSLEDKY MONITORINGU

### Zber dát

Projekt monitorovania funkcionalít platforiem v súvislosti s voľbami do NR SR v roku 2023 prebiehal v dvoch hlavných fázach, počas ktorých RpMS realizovala zber dát (marec až apríl 2024) a následne analyzovala získané údaje, ktoré boli zapracované do záverečnej správy (apríl až máj 2024). RpMS nadviazala na úspešný monitoring, ktorý bol realizovaný na jeseň 2023 v kontexte parlamentných volieb.

Analytici RpMS zahájili zber dát 18. marca 2024 (týždeň pred prvým kolom prezidentských volieb) a pokračovali v monitorovaní až do druhého kola, ktoré vyvrcholilo volebným dňom 6. apríla 2024. Počas celého obdobia RpMS priebežne monitorovala platformy z vlastnej iniciatívy, ako aj v reakcii na upozornenia prijaté od iných štátnych orgánov. Od 27. marca do 6. apríla 2024 RpMS zintenzívnila svoje monitorovacie činnosti v dôsledku šírenia naratívov týkajúcich sa údajnej manipulácie výsledkov prvého kola volieb a na šírenie potenciálnych dezinformácií o prezidentských kandidátoch, z čoho následne vyplývajú aj hlásenia potenciálne problematických obsahov daným platformám.

Rovnako, ako pri monitoringu platforiem v súvislosti s voľbami do NR SR, aj teraz poslala RpMS dotazník poskytovateľom troch monitorovaných platforiem, s cieľom získať dodatočné dáta k vyhodnoteniu funkcionalít platforiem. Dotazník, ktorého štruktúra je popísaná v ďalšej časti, bol poslaný platformám 13. marca 2024. Do 3. mája 2024 odpovedali na dotazník všetky tri monitorované platformy.

### Vyhodnotenie funkcionalít platforiem (v kontexte informovania používateľov a aktivít na rozvoj mediálnej gramotnosti)

V zmysle uvedených kompetencií a skúseností RpMS s monitorovaním funkcionalít platforiem pred voľbami do NR SR realizovala RpMS monitoring funkcionalít platforiem, ktoré mali za cieľ posilniť informovanosť používateľov o volebných procesoch (cez oficiálne zdroje informácií, t. j. Ministerstvo vnútra SR) a aktivít na rozvoj mediálnej gramotnosti. Nasledujúce vyhodnotenie vychádza z monitorovania, ktoré RpMS realizovala počas marca a apríla 2024, a z odpovedí spoločností Meta, Google a ByteDance na dotazník, ktorý bol RpMS distribuovaný na začiatku marca 2024.

Monitoring, ako aj tematické oblasti dotazníka vychádzali z už zavedenej štruktúry pri monitorovaní volieb do NR SR. Nasledujúca časť tak popíše, ako platformy využili informačné panely a ďalšie funkcie na zvýšenie informovanosti používateľov o volebných procesoch; ako sledovali transparentnosť politickej reklamy a dodržiavanie volebného moratória; aké aktivity realizovali na zamedzenie šírenia dezinformácií a na podporu mediálnej gramotnosti; ako prebiehalo moderovanie obsahu a spolupráca s nezávislými overovateľmi faktov; a či platformy realizovali aj iné relevantné aktivity v období prezidentských volieb.

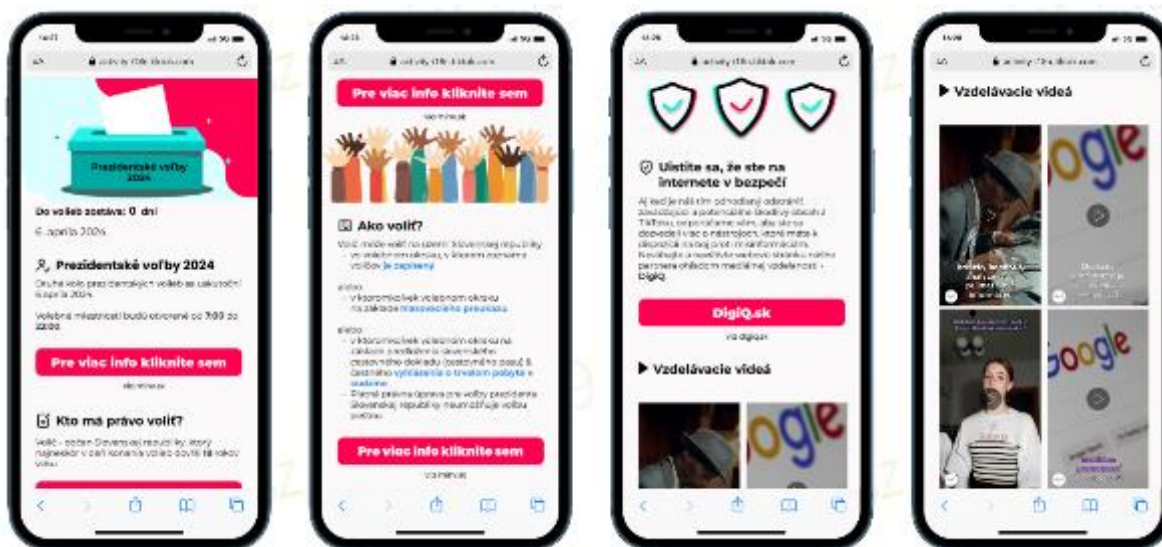
Vyhodnotenie funkcionalít a odpovedí prevádzkovateľov platforiem na zdieľanie obsahu na otázky z dotazníkov realizovali štyria analytici RpMS, ktorí sa zameriavali na rôzne oblasti (napr. mediálna gramotnosť, problematický obsah a i.). Metóda hodnotenia kombinovala analýzu dát poskytnutých platformami, ako aj zistenia z priebehu monitorovania predvolebnej kampane (napr. reakčný čas platforiem na nahlásenie problematického obsahu). Aplikovaná bola štvorstupňová škála doplnená o slovný komentár hodnotiteľa. Výsledkom je komplexná hodnotiacia tabuľka, ktorá obsahuje aj textový komentár k jednotlivým oblastiam.

Oblasť/Platforma	TikTok	Facebook/Instagram	YouTube/Google
1. Informačné panely a funkcie	Dostatočné	Skôr dostatočné	Skôr dostatočné
2. Politická reklama a moratórium	N/A	Skôr nedostatočné	Skôr nedostatočné
3. Aktivity proti šíreniu dezinformácií a na podporu mediálnej gramotnosti	Dostatočné	Skôr nedostatočné	Skôr dostatočné
5. Moderovanie obsahu a spolupráca s nezávislými overovateľmi faktov	Skôr dostatočné	Skôr dostatočné	N/A
6. Iné aktivity	N/A	Dostatočné	Dostatočné

### Informačné panely a ďalšie funkcie na zvýšenie informovanosti používateľov o volebných procesoch

Pri hodnotení funkcionalít platforiem na zvýšenie informovanosti používateľov o volebných procesoch môžeme konštatovať, že všetky monitorované platformy využili túto funkciu. Hlavný rozdiel je v efektivite informovania a v dátach, ktoré platformy poskytli v dotazníku, hlavne čo sa týka vyhodnotenia ich dopadu.

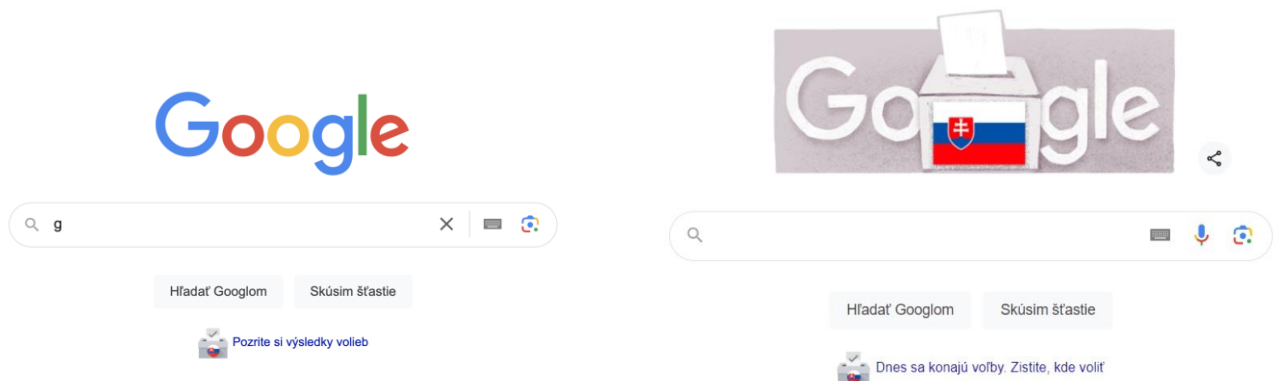
Ako dostatočné hodnotíme funkcie platformy TikTok. Informačné panely (pri videách s odkazom na volebné centrum) boli k dispozícii takmer mesiac a časovo pokrývali obdobie pred a po prezidentských voľbách. Informácie vo volebnom centre boli prehľadné, ľahko dostupné pre používateľa a doplnené o náučný aspekt, a to v spolupráci so slovenskou mimovládnu organizáciou DigiQ. TikTok dodal aj konkrétne údaje o návštevnosti volebného centra za skúmané obdobie, ktoré zaznamenalo viac ako 22-tisíc návštev.



Pri platformách Facebook a Instagram hodnotíme funkcie ako skôr dostatočné. Na platforme Facebook boli informačné panely uverejnené v deň volieb (pred prvým aj pred druhým kolom). Rovnaké oznámenie malo byť zverejnené aj na platforme Instagram, avšak RpMS počas monitoringu zachytila tieto oznámenia len na platforme Facebook. Informačný panel na platforme Facebook odkazoval na oficiálne informácie na stránke Ministerstva vnútra SR. Spoločnosť Meta dodala detailné informácie o počte vzhliadnutí, pričom oznámenia v prvom kole mali získať 2,19 mil. impresíí a v druhom kole 2,16 mil. impresíí.



Rovnako aj pri službách YouTube a Google Search hodnotíme funkcie ako skôr dostatočné. YouTube a Google Search poskytli používateľom zo Slovenska informácie o voľbách s odkazom na stránku Ministerstva vnútra SR. Informácie boli ľahko dostupné pre používateľov služieb, a to pred prvým aj pred druhým kolom prezidentských volieb. Samostatná informácia sa zobrazila po druhom kole (7. apríla) s odkazom na oficiálny výsledok volieb na webovej stránke Štatistického úradu SR. Zároveň však spoločnosť Google neposkytla žiadne informácie týkajúce sa interakcií s takýmto obsahom, a preto nedokážeme zhodnotiť, či bola implementácia účinná alebo nie. Informačný panel sa mal zobraziť aj na službe Doodle.



### [Transparentnosť politickej reklamy a dodržiavanie volebného moratória](#)

Platformy, ktoré umožňujú zadávanie platenej politickej reklamy (platformy spoločností Meta a Google), pri volebnom moratóriu (zákaz publikovania akýchkoľvek informácií o kandidujúcich subjektoch v období 48 hodín pred otvorením volebných miestností) deklarujú, že je na zodpovednosti jednotlivých zaregistrovaných zadávateľov politickej reklamy, aby dbali na dodržiavanie predmetného zákona o uplatňovaní volebného moratória. RpMS počas monitoringu zaznamenala niekoľko problematických reklám, na ktoré upozorňuje v ďalších kapitolách.

Na základe výsledkov monitoringu a dát, ktoré platformy uviedli v dotazníku, môžeme konštatovať, že funkcionality platforiem Facebook a Instagram a služby Google Ads sú v tejto oblasti skôr nedostatočné. Pri platforme TikTok, ktorá deklaruje, že na jej platforme nie je povolené publikovať politickú reklamu, RpMS v rámci monitoringu nezaznamenala žiadny sponzorovaný obsah, ktorý by mohol byť považovaný za politickú reklamu.

Pri platformách spoločnosti Meta hodnotíme oblasť transparentnosti politickej reklamy a dodržiavania volebného moratória ako skôr nedostatočnú. Spoločnosť Meta uvádza, že nemá k dispozícii dáta

o zverejnených politických reklamách a prípadných porušeníach pravidiel pre publikovanie politických reklám na ich službách, ktoré by reprezentovali konkrétne obdobie prezidentských volieb.<sup>8</sup> Meta uvádza, že všetky politické reklamy sú označené vyhlásením „sponzorované“ a „platí to“ (paid for by). Reklama sa má zobrazíť v knižnici reklám do 24 hodín od jej prvého zobrazenia. Akékoľvek zmeny alebo aktualizácie vykonané na reklame sa majú prejaviť v knižnici reklám do 24 hodín.

Rovnako aj pri spoločnosti Google hodnotíme oblasť transparentnosti politickej reklamy a dodržiavania volebného moratória ako skôr nedostatočnú. Google v prípade otázok na uplatnené reštrikcie voči publikovaným politickým reklamám uviedol dáta z Google Centra transparentnosti reklám. Dané dáta pre región Slovenska však pokrývajú obdobie júl až december 2023 a nereflektujú preto obdobie prezidentských volieb. Google uvádza, že všetky politické reklamy sú označené vyhlásením „sponzorované“ a „platí to“ (paid for by). Od zobrazenia reklamy môže trvať 48 až 72 hodín, kým sa informácie o reklame zobrazia v knižnici reklám.

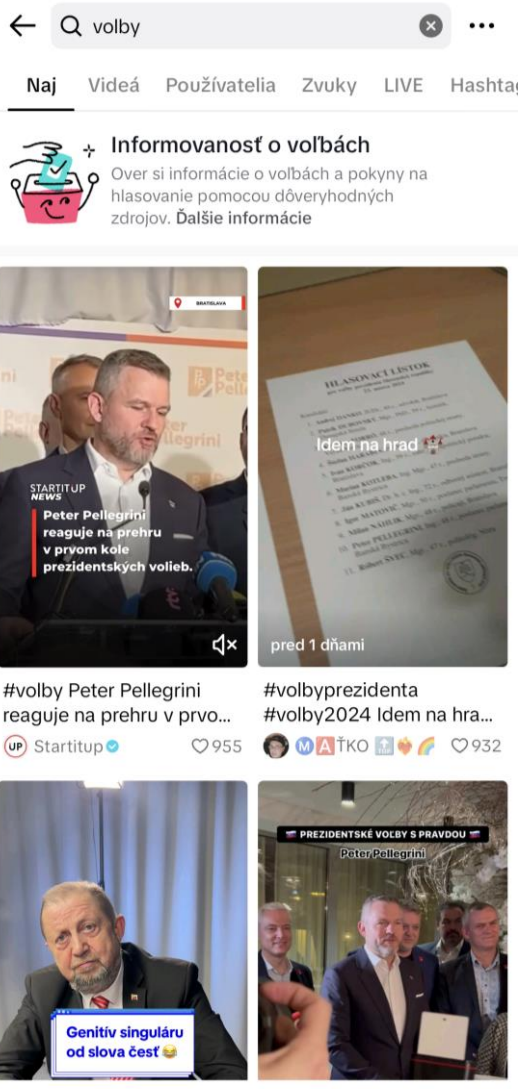
#### *Aktivity na zamedzenie šírenia dezinformácií a na podporu mediálnej gramotnosti*

V rámci hodnotenia platforiem sa RpMS zamerala aj na oblasť mediálnej gramotnosti s otázkou, či platformy bezprostredne pred prezidentskými voľbami realizovali kampane na podporu mediálnej gramotnosti a iné informačné aktivity (napr. upozornenie na šírenie dezinformácií či bezpečnosť na internete) smerom k slovenskej verejnosti. RpMS zaznamenala rozličné výsledky v závislosti od platformy. Aktivity na platforme TikTok boli hodnotené ako dostatočné, na službách Google a YouTube ako skôr dostatočné a v prípade platforiem spoločnosti Meta ako skôr nedostatočné.

TikTok v období pred prezidentskými voľbami (od 15. marca do 7. apríla 2024) realizoval kampaň na podporu mediálnej gramotnosti. Špeciálne pre prezidentské voľby bolo vytvorené už vyššie spomenuté volebné centrum, ktoré obsahovalo informácie z oficiálnych slovenských zdrojov (Ministerstvo vnútra SR). Používateľov nasmeroval do volebného centra informačný panel na videách, ktoré využívali kľúčové slová súvisiace s voľbami. TikTok taktiež propagoval vzdelávacie videá o mediálnej gramotnosti pripravené slovenskou partnerskou organizáciou DigiQ (dostupné prostredníctvom volebného centra). Videá neboli vytvorené špeciálne pre prezidentské voľby (išlo o staršie videá na kanáli DigiQ), upozorňovali však používateľov na dôležitosť mediálnej gramotnosti a zdieľali cenné tipy, ako sa orientovať v množstve rôznych informácií.

---

<sup>8</sup> Meta ďalej uviedla, že disponuje len dátami uvedenými v správe o transparentnosti v rámci DSA, ktorá zahŕňa celý región EÚ, a to v období od 1. októbra 2023 do 31. marca 2024. V otázkach moderovania obsahov a prípadov porušenia pravidiel publikovania politických reklám v súvislosti s prezidentskými voľbami Meta uviedla len všeobecné dáta, tentokrát zo správy zverejnenej v rámci Kódexu postupov proti šíreniu dezinformácií, ktorá pokrýva obdobie od júla do decembra 2023.



Spoločnosť Google zaviedla vo vyhľadávачi Google Search viacero nových nástrojov na podporu informačnej gramotnosti, ako napríklad „o tomto obrázku“, „o tomto výsledku“ či „o tomto obsahu“. Od roku 2023 Google podporuje aktivity zamerané na mediálne vzdelávanie seniorov na Slovensku, ktoré zastrešuje mimovládna organizácia Memo 98. Naďalej tiež pokračuje vzdelávací projekt pre pedagógov – Hrdinovia internetu. Ide o dlhodobé projekty, čo je pre mediálnu gramotnosť veľmi prínosné, avšak bezprostredne pred prezidentskými voľbami spoločnosť Google nerealizovala žiadnu kampaň, a tým pádom nie je možné vyhodnotiť jej dopad.

Meta pred prezidentskými voľbami nerealizovala žiadnu kampaň na podporu mediálnej gramotnosti pre všeobecnú populáciu. V dotazníku spoločnosť Meta uviedla, že mala sériu školení pre špecifickú skupinu organizácií (viď nižšie).

### [Moderovanie obsahu a spolupráca s nezávislými overovateľmi faktov](#)

Pri hodnotení efektivity moderovania obsahu a spolupráce platformami s nezávislými overovateľmi faktov počas prezidentských volieb sa RpMS opiera o výsledky monitorovania a odpovede, ktoré platformy poskytli v dotazníku. V prípade platformy TikTok a platformami spoločnosti Konštatujeme, že moderovanie obsahu a spolupráca s nezávislými overovateľmi faktov je skôr dostatočná. Google v prípade otázok ohľadom moderovania obsahu a práce s nezávislými overovateľmi faktov neuviedol v dotazníku žiadne informácie.



TikTok dodal väčšinu dát, na ktoré si RpMS vyžiadala v dotazníku. Na základe týchto údajov môžeme konštatovať, že TikTok odstránil alebo iným spôsobom zakročil voči viac ako 30-tisíc príspevkom. Túto informáciu nevieme nezávisle overiť, keďže RpMS na platforme v rámci daného obdobia eskalovala len šesť obsahov (pričom iba jeden sa týkal volieb – viď kapitola 3.2). Voči všetkým týmto nahláseným príspevkom platforma zakročila. Reakcia na príspevok týkajúceho sa volieb trvala platforme šesť dní. TikTok ďalej uvádza, že preveril viac ako 60 videí na základe spolupráce s nezávislými overovateľmi faktov. Pred prezidentskými voľbami TikTok nezvýšil počet nezávislých overovateľov faktov, namiesto toho, podľa výstupu z dotazníka, zaviedol špecifický mechanizmus, ktorým disponuje na riešenie krízových situácií.<sup>9</sup>

Spoločnosť Meta, ako už bolo opísané vyššie, nedodala v dotazníkoch žiadne dáta, ktoré by boli relevantné pre obdobie prezidentských volieb a odkázala sa na dáta v iných celoeurópskych správach.<sup>10</sup> Mimo informácií poskytnutých v dotazníku môžeme konštatovať, že Meta si svoju povinnosť moderovania obsahu skôr plní. Spoločnosť totiž odpovedá na väčšinu eskalácií, pričom priemerný čas odpovede sa významne nelíši od ostatných platforiem a môžeme ho označiť za dostatočný (priemerne tri dni za obdobie február až apríl 2024). V prípade spolupráce s nezávislými overovateľmi faktov môžeme konštatovať, že na základe informácií z dotazníka, Meta pred prezidentskými voľbami oficiálne rozšírila svoju spoluprácu o ďalšiu organizáciu – Demagóg.sk. Momentálne tak Meta na slovenskom trhu spolupracuje s dvoma organizáciami, čo hodnotíme ako pozitívny krok. Zároveň je potrebné dodať (aj na základe prípadov popísaných v kapitole 3 tejto správy), že z hľadiska množstva obsahu, ktorý Meta pravidelne posielala na overenie nezávislými overovateľmi faktov (viac ako polovica eskalovaného obsahu RpMS za obdobie február až apríl 2024), sú tieto kapacity stále pomerne nízke a mali by byť posilnené počas volieb.

#### [Iné relevantné aktivity v období prezidentských volieb](#)

Počas prezidentských volieb realizovali spoločnosti Google a Meta aj ďalšie relevantné aktivity. Podobne ako pred parlamentnými voľbami, aj teraz Meta realizovala stretnutie s kandidátmi, aby im predstavila základy bezpečného fungovania na ich platformách. V odpovedi na dotazník Meta deklaruje, že realizovala školenia pre partnerov z prostredia neziskových organizácií a pre nezávislých overovateľov faktov, aby zlepšila ich schopnosti na podporu používateľov pri rozlišovaní dezinformácií a rozvoj mediálnej gramotnosti. Meta v dotazníku konkrétne uvádza aj workshop s organizáciou Memo 98.

Google podporil longitudinálny výskum dezinformačných naratívov na Slovensku. Sériu mesačných správ (aj v období pred prezidentskými voľbami) ponúkla pohľad na správanie sa obyvateľov pri konzumácii rôznych typov mediálneho obsahu. Google podporil aj špeciálnu správu CEDMO o slovenských prezidentských voľbách, ktorá skúmala hlavné dezinformačné trendy a naratívy na Slovensku na konci roka 2023 a na začiatku roka 2024 a ich vplyv na voľby.<sup>11</sup> Spoločnosť Google nebola v kontakte so žiadnymi ďalšími neziskovými organizáciami, výskumníkmi a ani neorganizovala žiadne aktivity pre kandidátov.

---

<sup>9</sup> TikTok má zavedený Global Fact-checking Program, do ktorého sú zapojení partneri poskytujúci služby nezávislého overovania faktov aj pre slovenský trh. Počas udalostí, ktoré sú vysokorizikové na šírenie dezinformácií (napr. krízové situácie a voľby) aplikuje TikTok proces kedy prebieha rýchlejšia výmena informácií medzi službou internými tímami a nezávislými overovateľmi faktov o obsahoch, kde existuje podozrenie, že môže ísť o dezinformácie.

<sup>10</sup> Z dotazníka však vyplýva, že Meta disponuje odlišnými informáciami ako RpMS – za obdobie február až apríl 2024 eviduje RpMS 144 eskalácií; pričom v období, ktoré vymedzila spoločnosť Meta (23. marec až 6. apríl), je to 93 prípadov. Tento nesúlad dát bude predmetom ďalších diskusií medzi RpMS a Meta.

<sup>11</sup> [CEDMO Special Brief — Slovenské prezidentské voľby](#) (publikované 20. marca 2024)

## Monitoring knižníc reklám spoločností Meta, Google a ByteDance

RpMS publikovala v decembri 2023 výsledky monitoringu knižníc reklám vybraných platforiem (Knižnica reklám spoločnosti Meta – Meta Ads Library a Centrum transparentnosti reklám spoločnosti Google – Google Transparency Center) v rámci monitorovacej správy „Monitorovanie funkcionalít platforiem v súvislosti s voľbami do Národnej rady Slovenskej republiky 2023“. Táto monitorovacia správa okrem iného v časti „Príloha č. 1, Výsledky monitorovania knižníc reklám spoločností Meta, Google a ByteDance“ obsahuje detailný popis prostredia a funkcionalít monitorovaných knižníc reklám. Zároveň v časti „Problematické aspekty politickej reklamy na platformách a neautentické videá vytvorené pomocou nástrojov umelej inteligencie“ identifikuje a v kontexte DSA a Kódexu popisuje potenciálne problematické aspekty týchto knižníc.

Na základe výsledkov monitoringu funkcionalít knižníc reklám vybraných platforiem počas volebnej kampane pred prezidentskými voľbami 2024 konštatujeme, že **prostredie a funkcionality monitorovaných knižníc reklám sú totožné so stavom, ktorý bol zistený počas monitoringu parlamentných volieb 2023, a to aj vrátane všetkých vtedy identifikovaných problematických aspektov.**

Identifikované problematické aspekty knižníc reklám:

- v Knižnici reklám spoločnosti Meta chýbali preklady do slovenského jazyka,
- v Centre transparentnosti spoločnosti Google chýbali kontaktné údaje inzerentov.

## Popis zobrazovaných politických reklám na jednotlivých platformách a užívateľských rozhraniach

V rámci monitorovacích aktivít zobrazovania politických reklám na jednotlivých platformách sme sa sústredili na pokrytie čo najširšieho spektra užívateľských rozhraní avšak v rámci monitoringu sa nepodarilo zachytiť politické reklamy na úplne všetkých platformách, užívateľských rozhraniach a médiách. Jednotlivé popisy predstavujú pohľad bežného používateľa na zobrazenú politickú reklamu, t. j. akým spôsobom používateľ vidí deklarovанú informáciu, že daná reklama je politická reklama.

**Zároveň v prípade jednotlivých reklám zobrazovaných v užívateľskom prostredí neboli v rámci monitoringu identifikované žiadne potenciálne nedostatky, čo vnímame ako posun oproti stavu, ktorý bol zistený v rámci monitoringu parlamentných volieb v roku 2023.** Vtedy bolo v používateľskom rozhraní v prípade spoločnosti Meta identifikované chýbajúce vyhlásenie o politickej reklame a v prípade spoločnosti Google chýbalo označenie politickej reklamy.<sup>12</sup>

## Meta

### Rozhranie platformy Facebook na smartfóne, funkcia Nástenka (Feed)

Pod názvom stránky, resp. Profilu, je vyhlásenie napr.: „Sponzorované · platí to Ivan Korčok“. V pravom hornom rohu reklamy ikona „i“, resp. „viac informácií o tejto reklame“. Po kliknutí na túto ikonu sa zobrazia informácie „Kto platí túto reklamu“ (kontaktné údaje na zadávateľa reklamy) a odkaz na možnosť dozvedieť sa viac informácií o danej reklame v Knižnici reklám spoločnosti Meta (komplexné informácie o reklame, dátum aktivity, rozsah sumy minútej na propagáciu danej reklamy, zacielenie, počty impresí – t. j. počty vzhľadnutí a interakcií s daným obsahom).

---

<sup>12</sup> [Monitorovanie funkcionalít platforiem v súvislosti s voľbami do Národnej rady Slovenskej republiky 2023](#) kapitola 3.1 Knižnice reklám, strana 20.

**Ivan Korčok**  Sponzorované · Platí to Ivan Korčok ·  

Každý deň vláda pod vedením Roberta Fica ukazuje, že sa bude správať, ako by im tu patrilo úplne všetko. Ani sa nesnažia predstierať nejakú snahu o celospoločn... Viac



**Nedovoľme im ovládnuť všetko**  
Spojme sa za Slovensko  
2. február 2024, 17:00  
na Facebook Live  
Zaujímavé  
20. február 2024, 17:00  
**Ivan KORČOK**

ZAJTRA O 17:00  
Nedovoľme im ovládnuť všetko:  
Spojme sa za Slovensko 🇸🇰 v Ban...  Mám Záujem

**Ivan Korčok**  Sponzorované · Platí to Ivan Korčok ·  

Každý deň vláda pod vedením Roberta Fica ukazuje, že sa bude správať, ako by im tu patrilo úplne všetko. Ani sa nesnažia predstierať nejakú snahu o celospoločn... Viac



**Ivan Korčok**  Verejne známa osoba

Táto reklama je o spoločenských záležitostiach, voľbách alebo politike. [Zistite, čo to znamená.](#)

-  Kto platí túto reklamu? 
-  Prečo sa mi toto zobrazuje? 
-  Ovládať témy reklám 

[Rozhranie platformy Facebook na smartfóne, funkcia Rozhranie medzi videami](#)  
Nezaznamenali sme politickú reklamu.

[Rozhranie platformy Facebook na smartfóne, funkcia Krátke videá \(Reels\)](#)

Pod názvom stránky, resp. profilu, je ikona „i“ s vyhlásením napr.: „Platí to Ivan Korčok“ a na spodnej strane oznam „Sponzorované“. Po kliknutí na ikonu „i“ sa zobrazia informácie „Kto platí túto reklamu“ (kontaktné údaje na zadávateľa reklamy) a odkaz na možnosť dozvedieť sa viac informácií o danej reklame v Knižnici reklám spoločnosti Meta.



#### Rozhranie platformy Facebook na počítači, funkcia Nástenka (Feed)

Pod názvom stránky, resp. Profilu, je vyhlásenie napr.: „Sponzorované · platí to narodnapeticia.sk“. V pravom hornom rohu reklamy je ikona „i“, resp. „viac informácií o tejto reklame“. Po kliknutí na túto ikonu sa zobrazia informácie „Kto platí túto reklamu“ (kontaktné údaje na zadávateľa reklamy) a odkaz na možnosť dozvedieť sa viac informácií o danej reklame v Knižnici reklám spoločnosti Meta.

**Národná petícia**  
Sponzorované · Platí to narodnapeticia.sk ·

Viete, čo spája Pellegriniho a Korčoka? 😬 Oba sú ako siamské dvojčatá 🧑🏻🧑🏻, podporujú vojnu a priame dodávky zbraní Ukrajine 🇺🇦, LGBTI 🏳️🌈 a sú proti neutralite Slovenska 🇸🇰. Na neprávne nesmie byť založené právo 🗳️. Prvé kolo prezidentských volieb sa podľa názoru JUDr. Štefana Harabina konalo v rozpore s ústavou 📜. Občania, do kedy budeme tolerovať nezákonnosti na najvyšších poschodiach moci? 🗳️ Pridajte sa k petícii 📝 za vyhlásenie nulitnosti kandidatúry a teda za nové voľby 🗳️.

**NÁRODNÁ PETÍCIA**

**PODPORTE NÁZOR  
JUDR. ŠTEFANA HARABINA  
O NEÚSTAVNOSTI PELLEGRINIHO  
KANDIDATÚRY.**

NARODNAPETICIA.SK  
Podpíšte národnú petíciu!

Viac informácií

[Rozhranie platformy Facebook na počítači, funkcia Rozhranie medzi videami](#)  
Nezaznamenali sme politickú reklamu.

[Rozhranie platformy Facebook na počítači, funkcia Krátke videá \(Reels\)](#)  
Nezaznamenali sme politickú reklamu.

[Rozhranie platformy Instagram na smartfóne, funkcia Nástenka \(Feed\)](#)  
Nezaznamenali sme politickú reklamu.

[Rozhranie platformy Instagram na smartfóne, funkcia Príbehy \(Stories\)](#)  
Nezaznamenali sme politickú reklamu.

### Rozhranie platformy Instagram na smartfóne, funkcia Krátke videá (Reels)

Pod názvom stránky, resp. profilu, je ikona „i“ s vyhlásením napr.: „Platí to Ivan Korčok“ a na spodnej strane oznam „Sponzorované“. Po kliknutí na ikonu „i“ sa zobrazia informácie „Kto platí túto reklamu“ (kontaktné údaje na zadávateľa reklamy) a odkaz na možnosť dozvedieť sa viac informácií o danej reklame v Knižnica reklám spoločnosti Meta.



### [Rozhranie platformy Instagram na počítači, funkcia Nástenka \(Feed\)](#)

Nezaznamenali sme politickú reklamu.

### [Rozhranie platformy Instagram na počítači, funkcia Príbehy \(Stories\)](#)

Nezaznamenali sme politickú reklamu.

### [Rozhranie platformy Instagram na počítači, funkcia Krátke videá \(Reels\)](#)

Nezaznamenali sme politickú reklamu.

## Google

### [Rozhranie vyhľadávača Google Search na počítači](#)

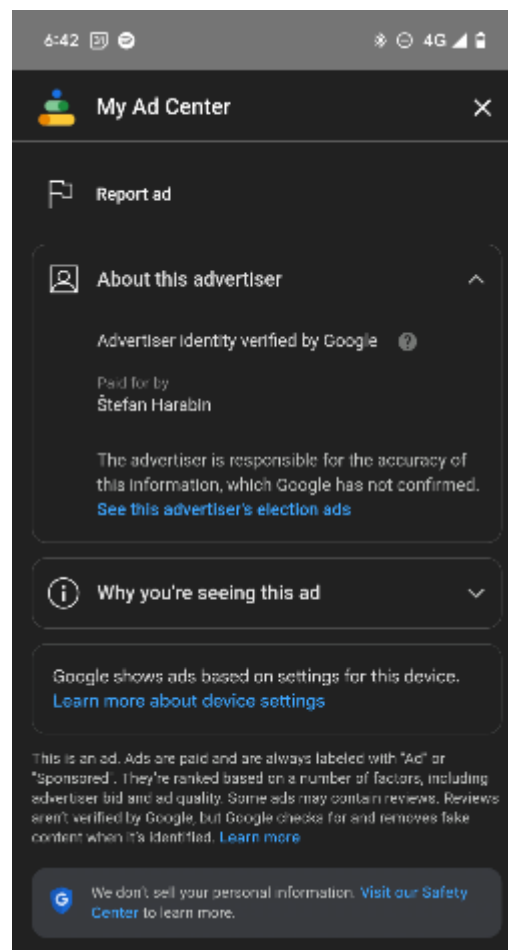
Nezaznamenali sme politickú reklamu.

### [Rozhranie vyhľadávača Google Search na smartfóne](#)

Nezaznamenali sme politickú reklamu.

### [Rozhranie platformy YouTube na smartfóne, funkcia Video](#)

V ľavom dolnom rohu reklamného videa sa zobrazuje vyhlásenie napr.: „Ad 2 of 2 · 3:27 (i)“. Pod reklamným videom je uvedený názov stránky, resp. profilu, ktorý dané reklamné video zadal a vyhlásenie napr. „Sponsored · harabin2024.sk“ a ikona tri zvislé bodky. Po kliknutí na ikonu tri zvislé bodky sa otvorí okno v anglickom jazyku s informáciami o zadávateľovi reklamy s odkazom, ktorý používateľa presmeruje do Centra transparentnosti reklám spoločnosti Google s reklamami daného zadávateľa.

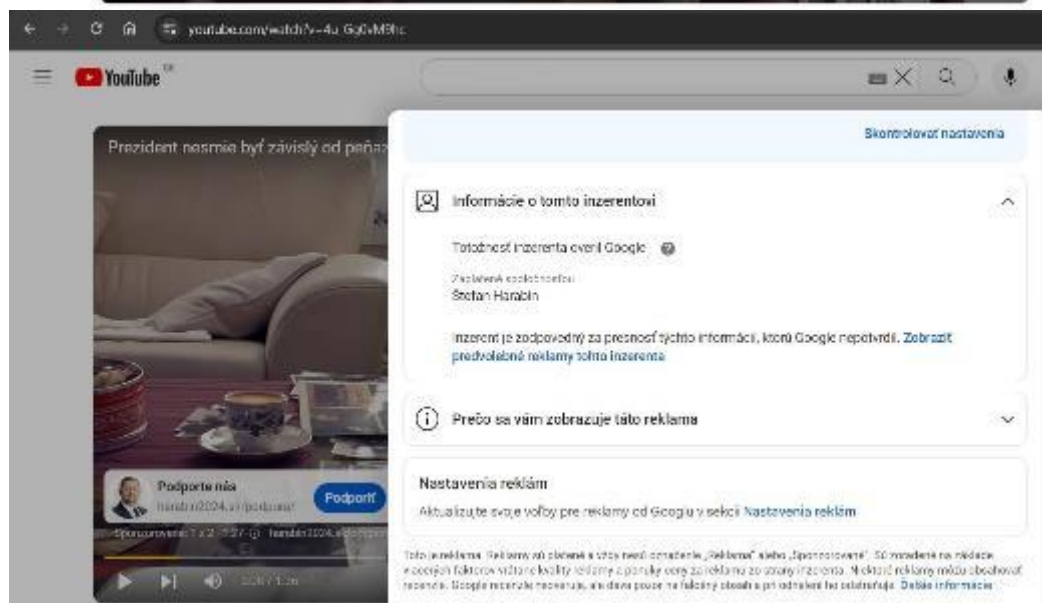
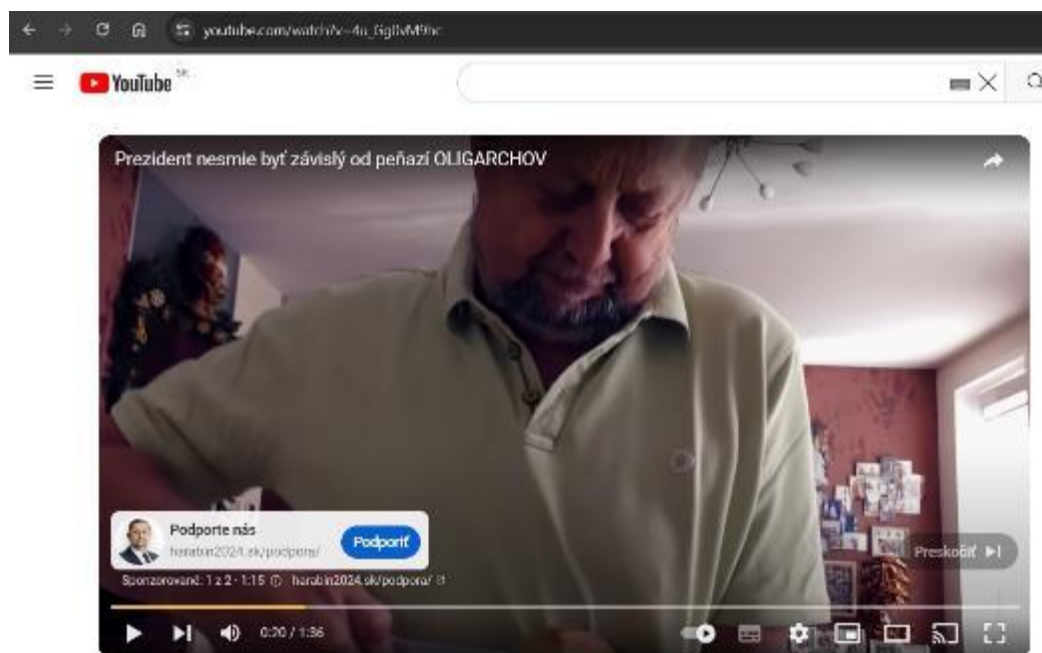


### [Rozhranie platformy YouTube na smartfóne, funkcia Krátke videá \(Shorts\)](#)

Nezaznamenali sme politickú reklamu.

### [Rozhranie platformy YouTube na počítači, funkcia Video](#)

Reklamné video sa prehráva pred prehratím samotného požadovaného videa na službe YouTube. V ľavom dolnom rohu reklamného videa je umiestnené vyhlásenie napr.: „Sponzorované 1 of 2 1:15 (i) harabin2024.sk/podpora/“. Po kliknutí na ikonu „(i)“ sa otvorí okno s informáciami o zadávateľoch reklamy s odkazom, ktorý používateľa presmeruje do Centra transparentnosti reklám spoločnosti Google s reklamami daného zadávateľa.



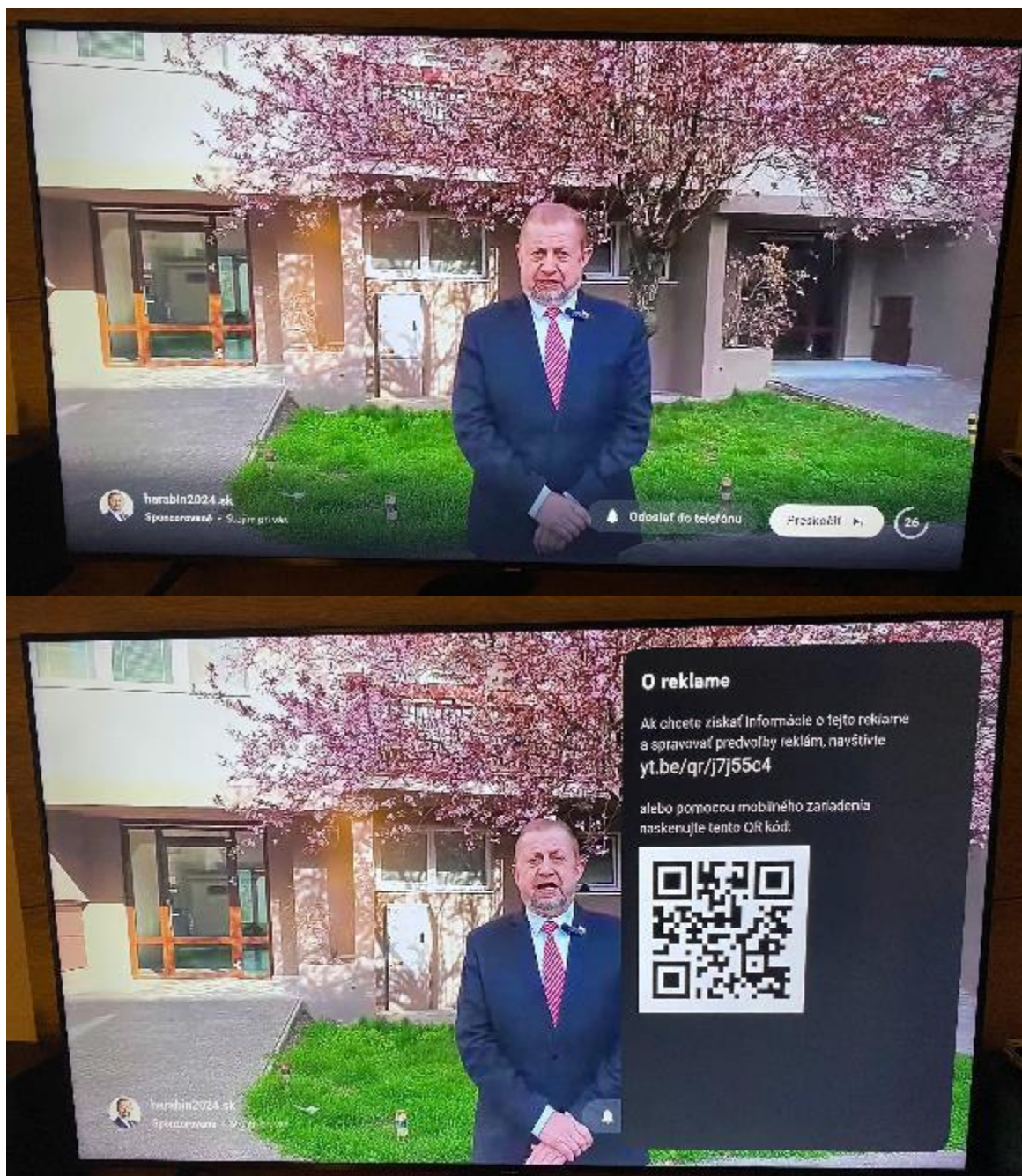
### [Rozhranie platformy YouTube na počítači, funkcia krátke videá \(Shorts\)](#)

V priebehu monitorovania sme nezaznamenali politickú reklamu.



### Rozhranie platformy YouTube na TV, funkcia Video

Reklamné video sa prehráva pred prehratím alebo v priebehu samotného sledovaného videa na službe YouTube. V ľavom hornom rohu je meno/názov subjektu, ktorý daný obsah sponzoruje, a vyhlásenie napr.: „Sponzorované“. Po kliknutí na „Sponzorované“ sa otvorí okno „O reklame“, ktoré ponúka odkaz alebo QR kód, vďaka ktorému sa dá získať viac informácií o danej reklame z Centra transparentnosti reklám spoločnosti Google.



### Rozhranie platformy YouTube na TV, funkcia Krátke videá (Shorts)

V priebehu monitorovania sme nezaznamenali politickú reklamu.

## Dezinformačné naratívy o kandidátoch na post prezidenta Slovenskej republiky a naratívy spochybňujúce oficiálne výsledky volieb prezidenta Slovenskej republiky

Rada pre mediálne služby (RpMS) v rámci monitorovania volebnej kampane na platformách sociálnych sietí neobdržala žiadny podnet na preverenie od verejnosti.

Zároveň však v rámci vlastných monitorovacích kapacít i na základe hlásení od iných inštitúcií štátnej správy RpMS zaznamenala a aktívne s platformami komunikovala v prípade výskytu obsahov, ktoré mohli byť v rozpore s podmienkami používania daných služieb. Kancelária RpMS v súlade s ustanovením § 110 ods. 3 písm. q) ZMS<sup>13</sup> na základe týchto skutočností oznámila príslušným platformám okolnosti existencie takýchto obsahov na daných službách so žiadosťou o ich vyhodnotenie z dôvodu možného porušovania podmienok používania služieb („ToS“).

### Meta

Spoločnosť Meta vo svojich podmienkach používania pre platformy Facebook a Instagram, ktoré sa týkajú zverejňovania dezinformácií, v kapitole „Ovplyvňovanie voličov alebo sčítania ľudu“ okrem iného explicitne uvádza: „*V snahe podporiť integritu volieb a sčítania ľudu odstraňujeme dezinformácie, ktoré môžu priamo prispieť k riziku narušenia schopnosti ľudí zúčastniť sa na týchto procesoch. Patria sem dezinformácie o tom, kto môže voliť, o oprávnení voliť, o platnosti hlasov a o tom, aké informácie alebo materiály musia byť poskytnuté na účely hlasovania vo voľbách.*“<sup>14</sup> Na základe týchto skutočností RpMS nahlásila spoločnosti Meta nasledovné obsahy.

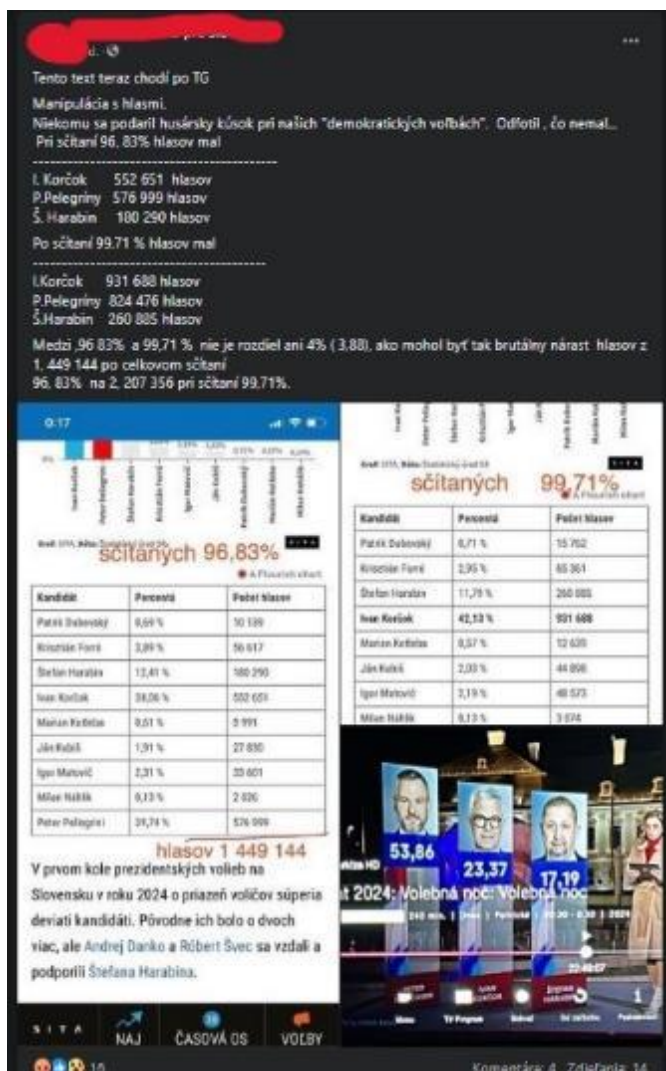
### Naratív o manipulácii výsledkov prvého kola prezidentských volieb

Odo dňa 27. 3. 2024 až do dňa konania druhého kola volieb dňa 6. 4. 2024 sa medzi používateľmi platformy Facebook začal šíriť obsah, ktorý hovoril o údajnom zmanipulovanom sčítavaní hlasov v prvom kole prezidentských volieb. Výsledkom tejto manipulácie mala byť výhra kandidáta Ivana Korčoka. Predmetný obsah bol používateľmi publikovaný v niekoľkých variáciách ako textový obsah, tabuľka, resp. obrázok, alebo kombinácia oboch. V niektorých prípadoch sa vyskytovali modifikácie daného obsahu. V tých sa okrem údajného dôkazu o manipulácii sčítavania hlasov nachádzali aj tvrdenia o tom, že za touto činnosťou stojí firma ESET a že podobné postupy už boli uplatnené aj počas prezidentských volieb v USA a v Českej republike. Spoločnou črtou všetkých obsahov bola informácia o údajnom dôkaze, ktorý mal odhaľovať zmanipulované sčítavanie hlasov.

---

<sup>13</sup> § 110 ods. 3 písm. q) ZMS: „Do pôsobnosti regulátora ďalej patrí spolupracovať s on-line platformami na zdieľanie obsahu pri efektívnom, proporcionálnom a nediskriminačnom uplatňovaní pravidiel poskytovania ich služieb.“

<sup>14</sup> [Pravidlá používania služieb prevádzkovaných spoločnosťou Meta týkajúce sa dezinformácií.](#)



Po nahlásení boli dané obsahy spoločnosťou Meta odoslané na posúdenie nezávislým overovateľom faktov spolupracujúcim s platformami pri overovaní pravdivosti uverejnených informácií. Demagog.sk, ktorý je jedným z oficiálnych overovateľov faktov pre spoločnosť Meta, v tejto súvislosti publikoval dňa 28. 3. 2024 tzv. debunking (relevantnými zdrojmi podložené vyvrátenie nepravdivých tvrdení a informácií).<sup>15</sup> Nezávislí overovatelia faktov tak vyvrátili správy o manipulácii pri sčítavaní hlasov v prvom kole prezidentských volieb. Na základe tejto skutočnosti RpMS dňa 29. 3. 2024 zaregistrovala zo strany spoločnosti Meta aplikáciu tzv. labelingu (t. j. informácia pre používateľov danej platformy, že predmetný obsah obsahuje nepravdivé informácie). Je však dôležité poznamenať, že používatelia aj napriek tomu, že je obsah označený ako nepravdivý, majú možnosť takýto obsah vidieť, interagovať s ním (dať tzv. like), komentovať a aj ďalej zdieľať a šíriť na platforme.

<sup>15</sup> Odkaz na článok „[Prezidentské voľby neboli sfaľšované, skokový nárast hlasov pred koncom nenastal](#)“, ktorý sa venuje danej nepravdivej informácii publikovaný na internetovej stránke Demagog.sk.

### Manipulácia s hlasmi

Niekomu sa podarí husársky kúsok pri našich "demokratických voľbách". Odfotil , čo nemal...  
Pri sčítaní 96, 83% hlasov mal

I.Korčok 552 651 hlasov  
P.Pelegriňy 576 999 hlasov  
Š. Harabin 180 290 hlasov  
Po sčítaní 99,71 % hlasov mal

I.Korčok 931 688 hlasov  
P.Pelegriňy 824 476 hlasov  
Š.Harabin 260 885 hlasov

Medzi 96 83% a 99,71 % nie je rozdiel ani 4% ( 3,88), ako mohol byť tak brutálny nárast hlasov z 1, 449 144 po celkovom sčítaní

96, 83% na 2, 207 356 pri sčítaní 99,71%.

To môže byť asi len pre negramotných , ktorí nevedia ani základné počty, uvažujme ved pri čísle 1,4 miliona by to muselo byť nejakých 50% sčítaných hlasov a nie 96% ????

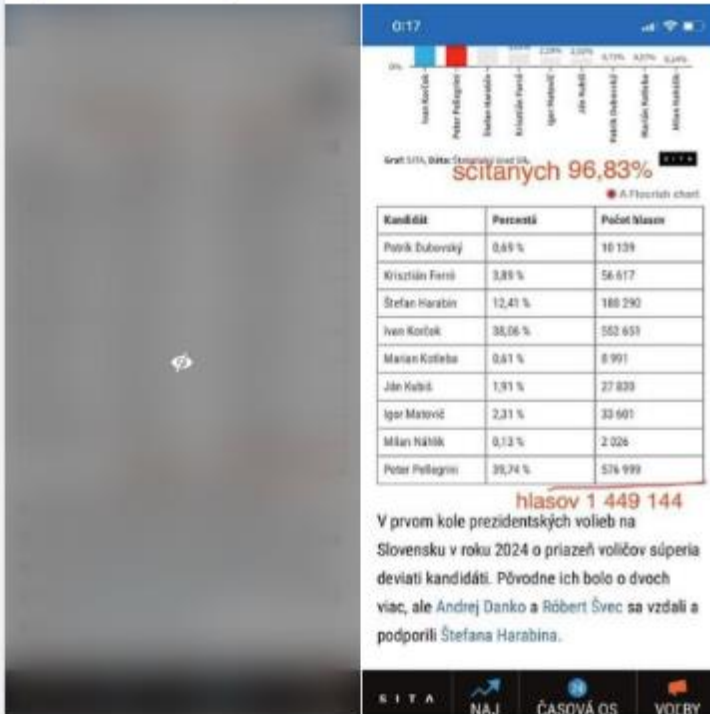
No ESET urobil čo mohol, už sa nemohol dopustiť takej chyby ako pri parlamentných voľbách ( ved šéfa esetu to stálo život).

No niet sa čo čudovať, takto dopadli voľby v USA? v Česku, ale aj posledné voľby kedy sme získali ženu za prezidentku na Slovensku

a zaujímavé, že v 1. kole má víťazný kandidát vždy 42, ...% no a v druhom to bude tých 57% a niečo 😊

No takto funguje systém Dominion a ani Trump sa nedovoľal pravdy v USA .

My sa dovoľáme?... sami bez pomoci asi nie.



Nepravdivé informácie Rovnaké informácie boľ v inom príspevku skontrolované nezávisťými preverovateľmi faktov.  
Zobraziť dôvod

4

1 komentár · Zdieľania: 13

25. marec o 15:21

Manipulácia s hlasmi.  
Niekomu sa podaril husársky kúsok pri našich "demokratických voľbách". Odfotil, čo nemal...  
Pri sčítaní 96,83% hlasov mal

---

I. Korčok 552 651 hlasov  
P. Pellegrini 576 999 hlasov  
Š. Harabin 180 290 hlasov  
Po sčítaní 99,71 % hlasov mal

---

I. Korčok 931 688 hlasov  
P. Pellegrini 824 476 hlasov  
Š. Harabin 260 885 hlasov

Medzi 96,83% a 99,71% nie je rozdiel ani 4% (3,88), ako mohol byť tak brutálny nárast hlasov z 1,449 144 po celkovom sčítaní 96,83% na 2,207 356 pri sčítaní 99,71%.

To môže byť asi len pre negramotných, ktorí nevedia ani základné počty, uvažujme ved pri čísle 1,4 miliona by to muselo byť nejakých 50% sčítaných hlasov a nie 96%????

No ESET urobil čo mohol, už sa nemohol dopustiť takej chyby ako pri parlamentných voľbách (ved šéfa esetu to stálo život).

No niet sa čo čudovať, takto dopadli voľby v USA? v Česku, ale aj posledné voľby kedy sme získali ženu za prezidentku na Slovensku

a zaujímavé, že v 1. kole má víťazný kandidát vždy 42, ...% no a v druhom to bude tých 57% a niečo 😊

No takto funguje systém Dominion a ani Trump sa nedovoľoval pravdy v USA.  
My sa dovoľáme?... sami bez pomoci asi nie.

Graf: SITA, Dáta: Štatistický úrad SR

**sčítaných 96,83%**

A Flourish chart

Kandidát	Percentá	Počet hlasov
Patrik Dubovský	0,69 %	10 139
Krisztián Forró	3,89 %	56 617
Štefan Harabin	12,41 %	180 290
Ivan Korčok	38,06 %	552 651
Marian Kotleba	0,61 %	8 991
Ján Kubiš	1,91 %	27 830
Igor Matovič	2,31 %	33 601
Milan Náhlík	0,13 %	2 026
Peter Pellegrini	39,74 %	576 999

**hlasov 1 449 144**

V prvom kole prezidentských volieb na Slovensku v roku 2024 o priazeň voličov súperia deviatí kandidáti. Pôvodne ich bolo o dvoch

15 Komentáre: 8 Zdieľania: 217

RpMS ďalej konštatuje, že Meta nereagovala na vyššie popísané dezinformácie vo forme textového príspevku, aj keď bol tento druh dezinformácie overateľmi faktov rovnako ako obrazové obsahy označený za dezinformáciu. Ako možno pozorovať na screenshotoch nižšie, na rozdiel od obrazových

príspevkov – obrázkov nebol na textové časti aplikovaný labeling ani žiadny iný funkčný spôsob, ktorý by používateľov služby informoval o skutočnosti, že daná informácia nie je založená na faktoch.

26. marec o 0:32 · 🌐

👍👍👍  
Manipulácia s hlasmi.  
Niekomu sa podaril husársky kúsok pri našich "demokratických voľbách". Odfotil , čo nemal...  
Pri sčítaní 96, 83% hlasov mal

-----

I. Korčok	552 651 hlasov
P. Pelegríny	576 999 hlasov
Š. Harabin	180 290 hlasov

Po sčítaní 99,71 % hlasov mal

-----

I. Korčok	931 688 hlasov
P. Pelegríny	824 476 hlasov
Š. Harabin	260 885 hlasov

Medzi ,96 83% a 99,71 % nie je rozdiel ani 4% ( 3,88), ako mohol byť tak brutálny nárast hlasov z 1, 449 144 po celkovom sčítaní 96, 83% na 2, 207 356 pri sčítaní 99,71%.

To môže byť asi len pre negramotných , ktorí nevedia ani základné počty, uvažujme ved pri čísle 1,4 miliona by to muselo byť nejakých 50% sčítaných hlasov a nie 96% ????

👇 No ESET urobil čo mohol, už sa nemohol dopustiť takej chyby ako pri parlamentných voľbách ( ved šéfa esetu to stálo život).

No niet sa čo čudovať, takto dopadli voľby v USA? v Česku, ale aj posledné voľby kedy sme získali ženu za prezidentku na Slovensku a zaujímavé, že v 1. kole má víťazný kandidát vždy 42, ...% no a v druhom to bude tých 57% a niečo 😊

No takto funguje systém Dominion a ani Trump sa nedovoľal pravdy v USA .

My sa dovoľáme?... sami bez pomoci asi nie.

**SOM ZA IBA FYZICKÉ SČÍTAVANIE hlasovacích lístkov !**

👍👎👏 128 Komentáre: 33 Zdieľania: 125

👍 Páči sa mi to    💬 Komentovať    ➦ Zdieľať

Ďalej RpMS zaznamenala, že na danej službe neboli labelingom označené predmetné obrazové obsahy, ktoré boli verejne publikované v komentároch pod inými príspevkami. Identické obrázky pritom boli označené labelingom v prípade, že boli uverejnené ako samostatný obsah.

6 d. · 🌐

Manipulácia s hlasmi.  
Niekomu sa podaril husársky kúsok pri našich "demokratických voľbách". Odfotil, čo nemal...  
Pri sčítaní 96, 83% hlasov mal

---

I. Korčok 552 651 hlasov  
P. Pelegríny 576 999 hlasov  
Š. Harabin 180 290 hlasov

Po sčítaní 99,71 % hlasov mal

---

I. Korčok 931 688 hlasov  
P. Pelegríny 824 476 hlasov  
Š. Harabin 260 885 hlasov

Medzi 96,83% a 99,71% nie je rozdiel ani 4% (3,88), ako mohol byť tak brutálny nárast hlasov z 1,449 144 po celkovom sčítaní 2,207 356 pri sčítaní 99,71%.

To môže byť asi len pre negramotných, ktorí nevedia ani základné počty, uvažujme ved pri čísle 1,4 miliona by to muselo byť nejakých 50% sčítaných hlasov a nie 96% ????

No ESET urobil čo mohol, už sa nemohol dopustiť takej chyby ako pri parlamentných voľbách (ved šéfa esetu to stálo život).

No niet sa čo čudovať, takto dopadli voľby v USA? v Česku, ale aj posledné voľby kedy sme získali ženu za prezidentku na Slovensku a zaujímavé, že v 1. kole má víťazný kandidát vždy 42, ...% no a v druhom to bude tých 57% a niečo 😊

No takto funguje systém Dominion a ani Trump sa nedovoľoval pravdy v USA.  
My sa dovoľáme?... sami bez pomoci asi nie.

1 komentár

👍 Páči sa mi to    💬 Komentovať    ➦ Zdieľať

---

6 d. Páči sa mi to    Odpovedať

Napište komentár...

2024 - Voľby za prezidenta SR	
Pri sčítaní 96,83% hlasov mal:	
I. Korčok:	552 651. hlasov
P. Pelegríny:	576 999. hlasov
Š. Harabin:	180 290. hlasov
Spolu:	1 309 940. hlasov
Po sčítaní 99,71% hlasov mal:	
I. Korčok:	931 688. hlasov
P. Pelegríny:	824 476. hlasov
Š. Harabin:	260 885. hlasov
Spolu:	2 017 049. hlasov
99,71% - 96,83% = 2,88% rozdiel	
Rozdiel hlasov je 707 309,00	
Kde ESET urobil chybu?	

RpMS v tejto súvislosti konštatuje, že v rámci monitoringu služieb, ktoré prevádzkuje spoločnosť Meta:

- došlo k publikovaniu a šíreniu naratívov, ktoré spochybňovali integritu volieb a oficiálne potvrdené výsledky volieb prezidenta SR vo vyššej miere, ako tomu bolo v prípade ostatných monitorovaných platforiem (viď prípady na službách spoločností Google a ByteDance popísané nižšie),
- zároveň boli tieto naratívy náležite v relatívne krátkom čase vyvrátené nezávislými overovateľmi faktov, ktorí sa špecializujú na overovanie informácií,
- v tomto kontexte RpMS konštatuje nekonzistentnosť v reakciách spoločnosti Meta na obsahy, ktoré komunikujú rovnaký naratív spochybňujúci integritu volebného procesu v zmysle uplatňovania tzv. labelingu ako nástroja, ktorý informuje používateľov služby o prítomnosti zavádzajúceho obsahu. Identické príspevky sú niekedy označené a niekedy nie,
- RpMS ďalej konštatuje nekonzistentnosť zo strany Meta v reakciách na obsahy publikované ako samostatné obsahy verus identické obsahy publikované ako komentáre v rámci komentárovej sekcie.

V súvislosti s vyššie spomenutými zisteniami RpMS zistila, že zo strany spoločnosti Meta bol v prípade naratívov spochybňujúcich integritu volebného procesu zaznamenaný podobný nekonzistentný prístup uplatňovania vlastných zásad ako pri tzv. deepfake videách počas volieb do NR SR 2023. Tieto

aspekty boli detailne popísané v rámci monitorovacej správy RpMS „Monitorovanie funkcionalít platforiem v súvislosti s voľbami do Národnej rady Slovenskej republiky 2023“ v kapitole 3.4. „Deepfake videá vytvorené s pomocou AI technológií“ od strany 30.<sup>16</sup> V závere je teda možné konštatovať, že riziká vyplývajúce zo zneužívania platforiem spoločnosti Meta je prakticky možné považovať za systémové riziká podľa čl. 34 odst. 1 písm. c DSA.<sup>17</sup> Podľa čl. 34 DSA musia platformy aspoň raz ročne posúdiť všetky systémové riziká vyplývajúce z návrhu a fungovania ich služieb. Všetky posúdenia rizík musia reflektovať potenciálne negatívne vplyvy na štyri kategórie systémových rizík, vrátane akýchkoľvek skutočných alebo predvídateľných negatívnych účinkov na občiansku diskusiu a volebné procesy. V kontexte zmiernovania systémových rizík vydala Európska komisia, dňa 26. apríla, súbor usmernení<sup>18</sup>, ktorých cieľom je pomôcť VLOPSEs zabezpečiť dodržiavanie povinností podľa čl. 35 DSA vo vzťahu k rizikám pre volebné procesy. Vzhľadom na vyššie uvedené zistenia, a to najmä na nekonzistentnosť reakcií spoločnosti Meta, je možné domnievať sa, že platformy tejto spoločnosti nedostatočne vymáhajú svoje podmienky používania (podľa čl. 35 odst. 1 písm. b), a teda nedostatočne zmiernujú riziká identifikované v súlade s vyššie spomenutým čl. 34 DSA. Toto zistenie slovenského mediálneho regulátora slúži ako dôležitý vstup pre ďalšie diskusie s regulátormi, najmä s Európskou komisiou, o vyhodnocovaní systémových rizík v kontexte volebných procesov.

#### [Naratív o manipulácii výsledkov prvého kola v kombinácii s potenciálnymi nenávisťnými prejavmi](#)

Dňa 27. 3. 2024 bol na platforme Facebook prevádzkovej spoločnosťou Meta zaznamenaný textový obsah, ktorý deklaroval manipuláciu volebného procesu firmou ESET, ktorá má byť údajne napojená na americkú tajnú službu CIA. Daný obsah bol zároveň doplnený obrázkom publikácie „Židokracia“, ktorej autor Marián Magát je väzobne stíhaný pre extrémistickú trestnú činnosť a samotný grafický prebal danej publikácie je možné vnímať aj ako kontroverzný z hľadiska použitia generalizujúcich antisemitských prvkov.

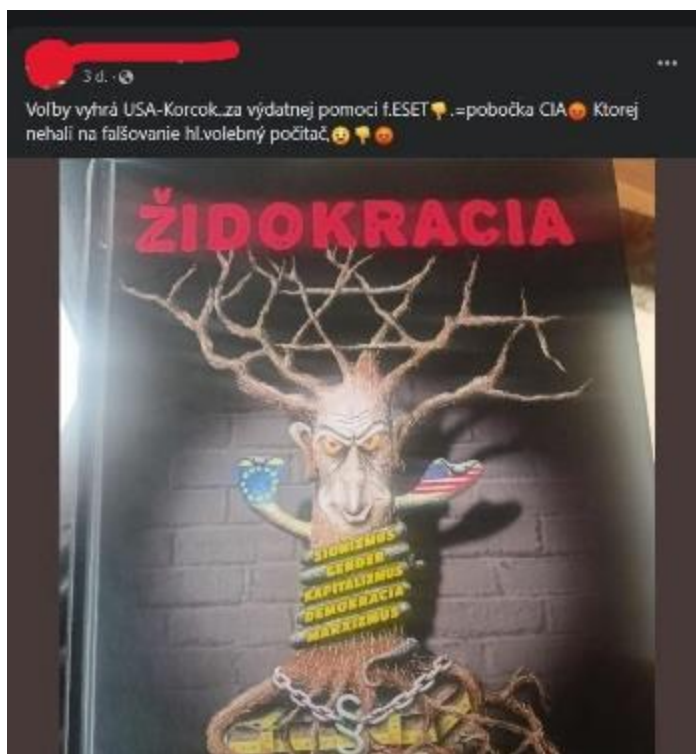
---

<sup>16</sup> [Monitorovanie funkcionalít platforiem v súvislosti s voľbami do Národnej rady Slovenskej republiky 2023](#)

<sup>17</sup> [Nariadenie 2022/2065 z 19. októbra 2022 o jednotnom trhu s digitálnymi službami a o zmene smernice 2000/31/ES \(akt o digitálnych službách\).](#)

<sup>18</sup> [Usmernenia Komisie pre poskytovateľov veľmi veľkých online platforiem a veľmi veľkých internetových vyhľadávačov týkajúce sa zmiernovania systémových rizík pre volebné procesy podľa článku 35 ods. 3 nariadenia \(EÚ\) 2022/2065](#)





V čase spracovávaní hlásenia pre platformu bolo zistené, že predmetný obsah už bol zo služby odstránený, a teda už nebolo účelné upovedomiť spoločnosť Meta.

#### [Sponzorovaný príspevok o údajnej súdnej žalobe voči kandidátovi Ivanovi Korčokovi](#)

Dňa 4. 4. 2024 boli na službe Facebook zaznamenané sponzorované obsahy, ktoré vo forme bulvárnych titulkov („Výbušné správy pre televízny priemysel! Pripravte sa na neveriteľný zvrät, ktorý všetko zmení!“ a „IVAN KORČOK nemal si to hovoriť na verejnosti“) informovali o údajných šokujúcich odhaleniach o osobe Ivana Korčoka. Po kliknutí na tieto obsahy sa otvorila samostatná internetová stránka, ktorá graficky napodobňovala internetovú stránku celospoločensky známeho média aktuality.sk, na ktorom mal byť dňa 7. 2. 2024 údajne uverejnený článok. Ten mal informovať o tom, že Národná banka Slovenska (NBS) žaluje Ivana Korčoka za jeho údajné slová v živom televíznom vysielaní. URL adresa predmetného obsahu nekorešponduje s platnou URL adresou aktuality.sk, nešlo teda o autentickú stránku daného média. Spätnou kontrolou portálu aktuality.sk bolo potvrdené, že takýto článok nebol nikdy na danom spravodajskom webe publikovaný a ani NBS nikdy nepodala žalobu na osobu Ivana Korčoka. V rámci monitoringu bolo ďalej zistené, že zadávateľom sponzorovaného príspevku je stránka na službe Facebook s názvom TravelFure, ktorá sa vydáva za časopis o cestovaní. Ďalej bolo zistené, že TravelFure je skutočne časopis, ktorý sa venuje cestovaniu a dovolenkám, avšak predmetná stránka nie je oficiálnou stránkou daného časopisu. Ide o relatívne novovytvorenú stránku, ktorá využíva podobný grafický dizajn a logo ako časopis TravelFure. Táto stránka zároveň publikuje výhradne sponzorované odkazy namierené voči osobe Ivana Korčoka.



TravelFure

Sponzorované ·



Výbušné správy pre televízny priemysel!... Zobrazit viac



travelfure.com

Nepremeškajte šancu dozvedieť sa to ako prví!

Viac informácií

10

4 komentáre · 3 zdieľania

Páči sa mi to

Komentovať

Zdieľať



ŽivotvČesku.cz · Sledovať



Identifikátor knižnice: 665162799038047

Aktívne

Dátum spustenia: 3. 4. 2024

Platformy



TravelFure

Sponzorované

Identifikátor knižnice: 665162799038047

Výbušné správy pre televízny priemysel! Pripravte sa na neveriteľný zviat, ktorý všetko zmení!



TRAVELFURE.COM

Nepremeškajte šancu dozvedieť sa to ako prví!

Viac inform...

Transparentnosť v Európskej únii

O inzerentovi

Prijemca a platca

Informácie o reklamách a používaní údajov



Po nahlásení daného obsahu spoločnosti Meta, RpMS dňa 4. 4. 2024 obdržala odpoveď, v ktorej bolo uvedené, že sponzorované obsahy na danej stránke porušovali podmienky používania služby Facebook a preto boli vymazané.

RpMS v rámci monitorovacích aktivít identifikovala na službách spoločnosti Meta (všetky zachytené potenciálne problematické obsahy boli publikované na službe Facebook) spolu **88 prípadov potenciálneho porušovania podmienok používania danej služby**, ktoré tematicky súviseli s prezidentskými voľbami 2024. Spoločnosť Meta väčšinu (**51 prípadov, t. j. 58 %**) nahlásených obsahov poslala na preverenie nezávislým overovateľom faktov. Z tohto počtu obsahov následne reagovala pridaním označenia upozorňujúceho na nepravdivé informácie na zlomok prípadov (**9 z 51**). Na veľkú časť (**34 %**) zo všetkých nahlásených obsahov do času písania tohto reportu neodpovedala a odstránila len **8 % obsahov z celkového počtu nahlásených**. V prípade odstránených obsahov možno hovoriť primárne o stránke TravelFure spolu s reklamami (5 zo 7 odstránených obsahov).

Meta (Facebook), spolu 88 (100 %) eskalovaných prípadov 27. 3. – 6. 4. 2024		
Odstránené	7	8%
Poslané na overovanie	51	58%
Bez odpovede	30	34%

### Zadávatel' reklamy s nedostatočným overením identity

Dňa 3. 4. 2024 získala RpMS v rámci volebného monitoringu povedomie o politických reklamách, pri ktorých boli podozrenia z nedostatočného overovania identity v rámci procesov schvaľovania politickej reklamy na online platforme Facebook. Profil s názvom „Národná petícia“ šíril na platforme platené reklamy namierené voči obom kandidátom na prezidenta Slovenskej republiky, ktorí postúpili do druhého kola prezidentských volieb. V kontexte kritiky kandidátov šíрили tvrdenia o podpore vojny na Ukrajine zo strany týchto kandidátov a zároveň informácie o údajnej neplatnosti kandidatúry jedného z kandidátov a protiústavnosti prvého kola prezidentských volieb. Niektoré reklamy dokonca vyzývali na zastavenie druhého kola prezidentských volieb a prepočítanie hlasov.

V čase od 26. 3. 2024 (tri dni po prvom kole) do 4. 4. 2024 tento profil uverejnil 26 rôznych typov platených politických reklám. Samotná stránka bola vytvorená 24. 3. 2024, t. j. hneď po prvom kole volieb.



The image shows a screenshot of a Facebook advertisement. At the top, the profile name is "Národná petícia" with a verified badge and the URL "Sponzorované · Petíť to narodnapeticia.sk". The text of the ad reads: "Viete, čo spája Pellegriniho a Korčoka? 🤔 Obaja sú ako siamské dvojčatá 👯, podporujú vojnu 🇺🇸 a priame dodávky zbraní Ukrajině 🇺🇸, LGBTI 🏳️‍🌈 a sú proti neutralite Slovenska 🇸🇰. Na neprávne nesmie byť založené právo 🇺🇸. Prvé kolo prezidentských volieb sa podľa názoru JUDr. Štefana Harabina konalo v rozpore s ústavou 🇸🇰. Občania, do kedy budeme tolerovať nezákonnosti na najvyšších poschodkách moci? 🇸🇰 Pridajte sa k petícii 🇸🇰 za vyhlásenie nulitnosti kandidatúry a teda za nové volby 🇸🇰." Below the text is a large image of a man in a suit (JUDr. Štefan Harabina) with a red and white flag in the background. A red stamp with the text "NÁRODNÁ PETÍCIA" is overlaid on the image. At the bottom of the image, the text reads: "PODPORTE NÁZOR JUDR. ŠTEFANA HARABINA O NEÚSTAVNOSTI PELLEGRINIHO KANDIDATÚRY." At the bottom left of the ad, it says "NÁRODNAPETICIA.SK Podpíšte národnú petíciu!" and at the bottom right, there is a button that says "Viac informácií".


## Podrobnosti reklamy


Identifikátor knižnice: 10945345/5114730


Neaktívne


2. 4. 2024 - 4. 4. 2024


Platformy  

Kategórie 

Odhadovaná veľkosť publika: 100 tis. - 500 tis. 

Minutá suma (EUR): <100 € 

Impresie: 6 tis. - 7 tis. 


Táto reklama má viac verzií 

**Národná petícia**

Sponzorované · Platí to narodnapeticia.sk

Identifikátor knižnice: 1094534575114730

Obidvaja kandidáti sú zradcovia, nani koho volíš. Pellegrini aj Korčok menia názory ako počasie. Na Fica, na covid, na Ukrajinu. Korčok aj Pellegrini doteraz slúžili komu bolo treba. Žiadni skutoční vlastenci. Na Slovákov a Slovensko kašli. Zradíš raz, zradíš znova.



### O vyhlásení

Keď inzerent kategorizuje svoju reklamu ako súvisiacu so spoločenskými zálež. zapísal. [Viac informácií](#)

---

### Informácie od inzerenta

Tieto informácie zadal inzerent.

Odoslané 24. 3. 2024

- Vyhlásenie:** narodnapeticia.sk
- Telefónne číslo:** +421233323409
- E-mail:** info@narodnapeticia.sk
- Web:** <https://www.narodnapeticia.sk/>
- Adresa:** Hlavná 13197/4A, Bratislava, Slovakia 831 01, SK

V Centre pomoci sa dozviete viac o tom, aké podmienky musia splniť inzerenti politiky. [Viac informácií](#)

V informáciách o inzerentovi, ktoré by mal používateľ zadať, aby mohol publikovať politickú reklamu, je uvedené telefónne číslo, email, web, adresa a vyhlásenie. Chýba však meno inzerenta, pričom je uvedená len adresa stránky „narodnapeticia.sk“. Ani na tej však nie je uvedené meno vlastníka.

RpMS v tejto súvislosti konštatuje, že podobný prípad, že nebolo možné určiť, či je zadávateľ právnická alebo fyzická osoba, sa na službe Facebook prevádzkovej spoločnosťou Meta vyskytol aj v rámci volebnej kampane pri voľbách do NR SR.<sup>19</sup> Podľa podmienok používania spoločnosti Meta, DSA a návrhu nariadenia o transparentnosti a celení politickej reklamy to je povinné. Nazdávame sa preto, že nie je naplnený účel transparentnosti.

Nakoľko však po formálnej stránke takýto obsah nespĺňal definičné kritéria nelegálneho obsahu a ani po formálnej stránke nebol v rozpore so zásadami zverejňovania obsahov na danej službe, RpMS oficiálne nekontaktovala platformu o okolnostiach jeho výskytu.

### [Publikovanie politickej reklamy v čase platného moratória](#)

Dňa 4. 4. 2024 získala RpMS v rámci spolupráce s Ministerstvom vnútra Slovenskej republiky (MV SR) informáciu o existencii platených politických reklám na sociálnej sieti Facebook. Tieto reklamy boli ich zadávateľmi označené štítkom „Spoločenské záležitosti, voľby alebo politika“, a boli zverejnené na profiloch politikov Roman Michelka a Gyimesi György. Obsah týchto platených reklám sa zamerail na kritiku kandidáta Ivana Korčoka.

Predmetné reklamy boli aktívne počas obdobia od 2. 4. do 6. 4. 2024 a od 3. 4. do 5. 4. 2024 a od 3. 4. do 7. 4. 2024. Tieto reklamy boli zaznamenané v období, keď platilo moratórium pred druhým kolom prezidentských volieb (platnosť moratória bola od 4. 4. 2024 o 00:00 do 6. 4. 2024 do 22:05).

<sup>19</sup> [Monitorovanie funkcionalít platforiem v súvislosti s voľbami do Národnej rady Slovenskej republiky 2023](#) kapitola 3.3 Problém s overením totožnosti platiteľa reklamy, strana 26.

Identifikátor knižnice: 798170414979902

Neaktívne

2. 4. 2024 – 6. 4. 2024

Platformy

Kategórie

Odhadovaná veľkosť publika: >1 mil.

Minutá suma (EUR): 100 € – 199 €

Impresie: 60 tis. – 70 tis.

**Gyimesi György**  
Sponzorované • Platí to Gyimesi György  
Identifikátor knižnice: 798170414979902

sk KORČOKOVA BOMBA MEDZI OČI KDH

Kedysi kresťanské, dnes už len demokratické hnutie pripomína rohožku. Nedávno sme mali možnosť sledovať ako poslanci hnutia s rozžiarenými očami doslova spievali chválospevy na svojho kandidáta Korčoka a vôbec si nevšimli, že pritom vlastne tancujú tak, ako píska progresívna pišťalka. Samozrejme je na orgánoch...



Identifikátor knižnice: 1058054721927234

Neaktívne

2. 4. 2024 – 7. 4. 2024

Platformy

Kategórie

Odhadovaná veľkosť publika: 100 tis. – 500 tis.

Minutá suma (EUR): +100 €

Impresie: 15 tis. – 20 tis.

**Roman Michelko - poslanec NR SR**  
Sponzorované • Platí to Roman Michelko  
Identifikátor knižnice: 1058054721927234

#SNS #mier #slovensko #prezident



Spoločnosť Meta na službe Facebook neposkytuje aktívnu kontrolu nad dodržiavaním moratória počas volebných období, pričom uvádza, že za dodržiavanie týchto národných pravidiel nesie zodpovednosť priamo inzerent, ktorý sponzoruje politické reklamy. RpMS preto MV SR odporučila oznámiť informácie o existencii predmetných obsahov Štátnej komisii pre voľby a kontrolu financovania politických strán,

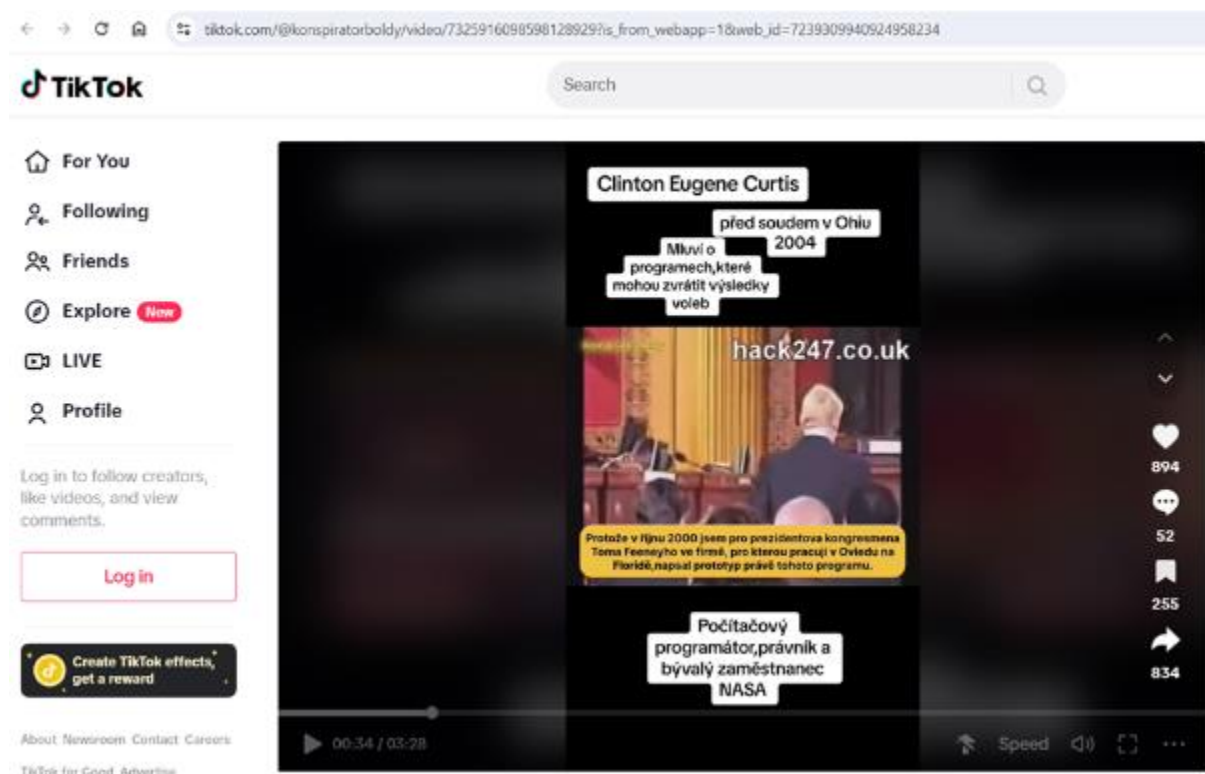
ktorá je zriadená ako nezávislý orgán na kontrolu financovania politických strán a politických hnutí, riadenie volieb a zisťovanie výsledkov volieb.<sup>20</sup>

### ByteDance

Spoločnosť ByteDance, ktorá vlastní platformu TikTok, vo svojich podmienkach používania, ktoré sa týkajú integrity a autenticity v kapitole „Občianska a volebná integrita“ okrem iného explicitne uvádza: „Chceme umožniť informovanú výmenu ideí občanov spôsobom, ktorý podporuje produktívny dialóg. Zakazujeme misinformácie týkajúce sa občianskych a volebných procesov, a to bez ohľadu na zámer. Patria sem misinformácie o tom, ako voliť, o registrácii k voľbám, kritériách na kandidátov, postupoch sčítania hlasovacích lístkov a potvrdzovanie volieb, a o konečnom výsledku volieb.“<sup>21</sup> Na základe týchto skutočností RpMS nahlásila spoločnosti ByteDance nasledovné obsahy.

### [Naratív o celosvetovom ovplyvňovaní volebných výsledkov a vplyve na aktuálne voľby prezidenta SR](#)

Dňa 27. 3. 2024 bolo na platforme TikTok prevádzkovej spoločnosťou ByteDance zaznamenané video v anglickom jazyku s českými titulkami. To podľa sprievodného textu má obsahovať autentické zábery výpovede programátora, ktorý pred americkým súdom mal svedčiť o vyvíjaní a používaní softvérov na manipuláciu volebných výsledkov. Sprievodný text k videu ďalej uvádza, že obdobne sú manipulované aj aktuálne voľby na Slovensku.



Zároveň bolo zaznamenané aj zdieľanie predmetného videa z platformy TikTok na iné platformy, ako napríklad Facebook. Po nahlásení daného obsahu spoločnosti ByteDance bolo RpMS dňa 3. 4. 2024 oznámené, že predmetný obsah bol zo služby TikTok odstránený. Tým zároveň došlo aj k odstráneniu tohto obsahu vo forme zdieľaných videí na iných platformách.

<sup>20</sup> [Štátna komisia pre voľby a kontrolu financovania politických strán.](#)

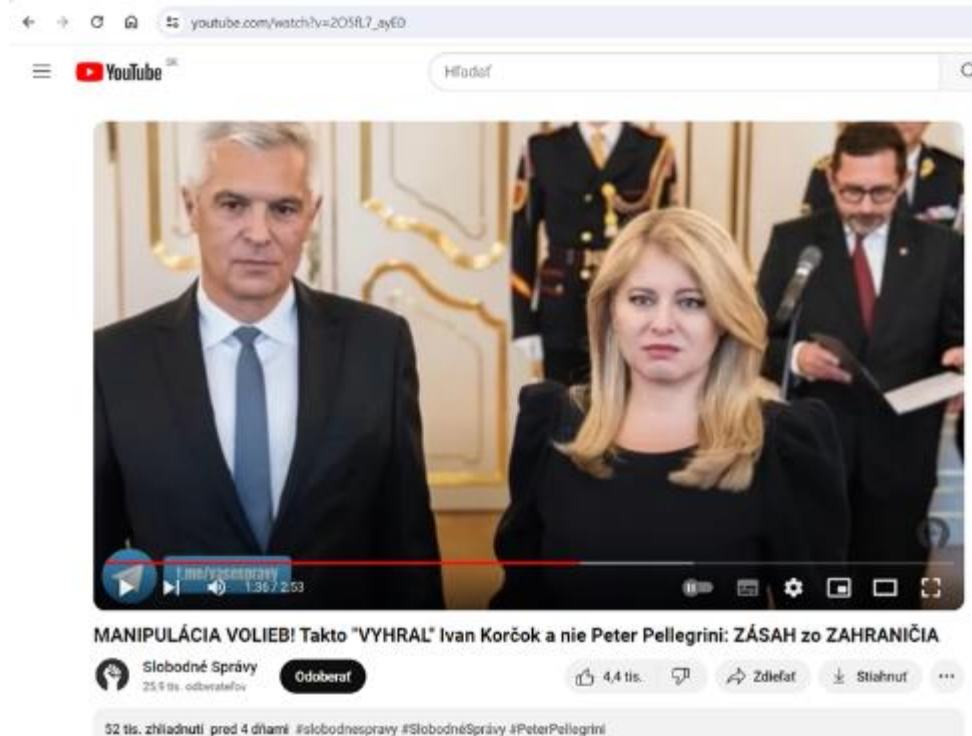
<sup>21</sup> [Pravidlá používania služieb spoločnosti ByteDance týkajúce sa integrity a autenticity.](#)

## Google

Spoločnosť Google pre platformu YouTube v podmienkach používania, ktoré sa týkajú zverejňovania nepravdivých informácií, v kapitole „Pravidlá proti nepravdivým informáciám o voľbách“ okrem iného uvádza: „*Neuverejňujte na YouTube obsah, propagujúci nepravdivé tvrdenia o tom, že sa v niektorých minulých voľbách predsedov vlád vyskytli rozsiahle podvody či chyby. Prípadne obsah, ktorý tvrdí, že osvedčené výsledky volieb boli nepravdivé.*“<sup>22</sup> Na základe týchto skutočností RpMS nahlásila spoločnosti Google nasledovné obsahy.

### [Naratív o manipulácii volieb prezidenta SR zo zahraničia](#)

Dňa 28. 3. 2024 bolo na platforme YouTube zaznamenané video, ktoré obsahovalo tvrdenia o údajnej manipulácii oficiálnych výsledkov prvého kola prezidentských volieb v prospech kandidáta Ivana Korčoka. Takáto manipulácia výsledkov volieb by mala byť v údajnom záujme západných mocností.



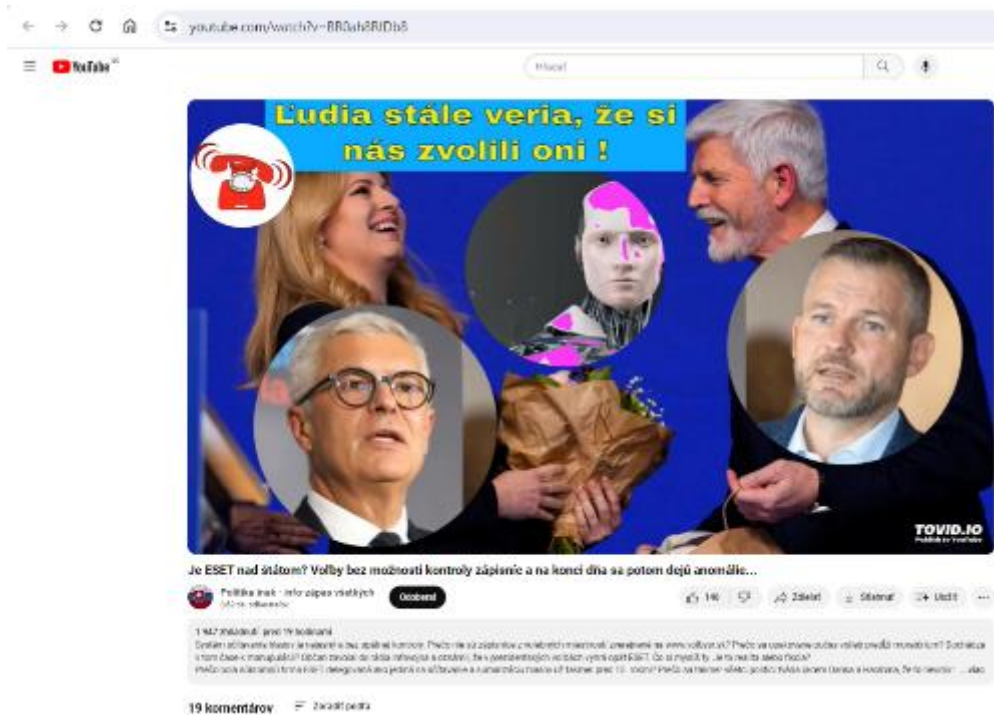
Po nahlásení daného obsahu spoločnosť Google dňa 30. 3. 2024 v odpovedi uviedla, že v rámci kontroly bolo zistené, že celý daný profil porušoval podmienky používania služby YouTube, a preto bol odstránený. Tým došlo aj k vymazaniu predmetného videa.

### [Naratív o manipulácii volieb na úrovni jednotlivých volebných komisií](#)

Dňa 4. 4. 2024 bolo na platforme YouTube, ktorú prevádzkuje spoločnosť Google, zaznamenané video, ktoré obsahovalo tvrdenia o absencii akýchkoľvek kontrolných mechanizmov sčítavania hlasov a reálnej volebnej účasti v jednotlivých volebných komisiách. Podľa informácií obsiahnutých vo videu mal byť navyše práve tento fakt využitý firmou ESET na manipuláciu volebných výsledkov.

<sup>22</sup> [Pravidlá používania služieb spoločnosti Google týkajúce sa nepravdivých informácií](#)





Po nahlásení daného obsahu spoločnosť Google ešte v ten istý deň (4. 4. 2024) odstránila celý predmetný kanál, ktorý publikoval nahlásený obsah, a to z dôvodu porušenia podmienok používania služby YouTube.

**Spolu RpMS v období od 27. 3. 2024 do 6. 4. 2024 zaznamenala 91 prípadov potenciálneho porušenia pravidiel používania monitorovaných platforiem** (zaznamenané prípady boli uverejnené na platformách Facebook, TikTok, YouTube).

Poskytovateľ	Služba	Počet eskalácií	Odstránené	Poslané na overovanie	Bez odpovede
Meta	Facebook	88	7 (8 %)	51 (58 %)	30 (34 %)
ByteDance	TikTok	1	1 (100 %)	0 (0 %)	0 (0 %)
Google	YouTube	2	2 (100 %)	0 (0 %)	0 (0 %)

## ZÁVER

RpMS na základe svojich kompetencií vyplývajúcich zo ZMS podrobne monitorovala digitálne platformy Facebook, Instagram, TikTok a YouTube v období predvolebnej kampane pred voľbami prezidenta Slovenskej republiky v roku 2024. S dôrazom na prípadné porušenia ZMS, dodržiavanie záväzkov z Kódexu a povinností z DSA, RpMS aktívne rozvíjala dialóg s predstaviteľmi monitorovaných služieb. Zaoberala sa napríklad snahami zvýšiť informovanosť používateľov predmetných služieb, ako aj transparentnosťou politických reklám.

RpMS nedostala žiadne podnety od verejnosti týkajúce sa volieb na sociálnych sieťach. Realizovaný monitoring sa týkal oblasti transparentnosti politických reklám a realizácie preventívnych aktivít smerom k verejnosti. Identifikované nedostatky zahŕňali absenciu prekladov do slovenského jazyka, chýbajúce údaje inzerenta a nekonzistentnosť zo strany spoločnosti Meta v rámci moderácie potenciálne dezinformačných naratívov zasahujúcich do priebehu volebnej kampane.

V kontexte monitorovania súladu platforiem s dodržiavaním ustanovení DSA sa RpMS domnieva, že monitorované platformy neboli schopné dôsledne implementovať a dodržať všetky povinnosti týkajúce sa transparentnosti reklamy vyplývajúce z čl. 26 a 39 DSA. Medzi potenciálne porušenia DSA je možné považovať nedostatočné fungovanie archívov reklám jednotlivých platforiem. To výrazne negatívne ovplyvňuje efektívny prístup používateľov k informáciám. Ďalej autori tejto správy vnímajú ako problematický aspekt nekonzistentný prístup zo strany spoločnosti Meta k moderácii dezinformačných naratívov, ktoré ovplyvňujú volebnú kampaň, ako aj otázku adekvátnosti a transparentnosti kontaktných údajov, ktoré uvádzajú zadávatelia politickej reklamy, ktorí úspešne prešli verifikačným procesom spoločnosti Meta. Pritom je nutné podotknúť, že daný stav je možné považovať za kontinuálny, nakoľko principiálne podobné potenciálne nedostatky boli zo strany RpMS identifikované a popísané v monitorovacej správe „Monitorovanie funkcionalít platforiem v súvislosti s voľbami do Národnej rady Slovenskej republiky 2023“.

Predstavené závery tejto správy poskytujú prehľad o pripravenosti platforiem na voľby prezidenta Slovenskej republiky v roku 2024 a môžu slúžiť ako inšpirácia pre ďalšie členské štáty EÚ. Autori odporúčajú využiť výsledky tejto správy na posúdenie účinnosti Kódexu a poskytnutie spätnej väzby na európskej úrovni, napríklad aj na už uplatňované DSA alebo pripravovanú európsku legislatívu – nariadenie o transparentnosti a cíelení politickej reklamy. Tá by mala vstúpiť do platnosti ešte pred voľbami do Európskeho parlamentu v roku 2024.