

Pracovný materiál Kancelárie Rady na zasadnutie Rady dňa 22. 10. 2025

Správa o kontrole dodržiavania povinností podľa zákona č. 264/2022 Z. z.

Podnet na preverenie č.: 0138/SO/2025

Predmet podnetu: Podanie podnetu týkajúceho sa nelegálneho obsahu - YouTube

Služba: YouTube

Subjekt: Google Ireland Limited

Na základe záverov uvedených v správe Kancelária Rady pripravila nasledujúce uznesenie:

Návrh uznesenia:

Rada pre mediálne služby (ďalej len „Rada“) ako orgán príslušný podľa § 109 ods. 1 až 4 a § 110 ods. 2 písm. e) zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách (ďalej len „zákon č. 264/2022 Z. z.“) v senáte 2 zloženom z predsedu senátu doc. Mgr. Pavla Izraela, PhD. a členiek senátu Mgr. Andrey Cox a Mgr. Kataríny Začkovej postupom podľa § 151 zákona č. 264/2022 Z. z. preverila podnet týkajúci sa nelegálneho obsahu evidovaný pod č. 0121/SO/2025 a na základe ustanovení § 151 ods. 4 v spojení s §150 ods. 7 písm. b) zákona č. 264/2022 Z. z. **odložila** z dôvodu nepreskúmateľnosti.

Úloha:

Kancelária Rady informuje podávateľa podnetu na preverenie o výsledku preverenia podnetu.

T: 3. 11. 2025

Z: DO

Kancelária Rady pre mediálne služby

Pracovný materiál Kancelárie Rady na zasadnutie Rady pre mediálne služby dňa 22. 10. 2025

Podnet na preverenie č. 0138/SO/2025 zaevidovaný dňa 10. 9. 2025

Podávateľ: fyzická osoba

Predmet podnetu: reklamy na službe YouTube

Služba: YouTube

Subjekt: Google Ireland Limited

Dátum: 8. 10. 2025

OBSAH PODNETU:

Podanie podnetu týkajúceho sa nelegálneho obsahu

Odoslané dňa: 5. 9. 2025

Dobrý deň,

týmto podávam vám Rade pre mediálne služby podnet pre nezákonný obsah - neoznačené deepfake reklamy na Youtube využívajúce známe osobnosti slovenského verejného priestoru.

S predsedom vlády SR, mnou nahraté video na mobilný telefón <URL link na google drive podávateľa s nahratým videozáznamom>

S prezidentom SR <URL link na google drive podávateľa s nahratým videozáznamom>

Označené by boli v poriadku. Z

NARIADENIA EURÓPSKEHO PARLAMENTU A RADY (EÚ) 2024/1689 z 13. júna 2024 a povinnosť uvedená v článku 50 bod 4

Subjekty nasadzujúce systém AI, ktorý generuje alebo manipuluje obrazový, zvukový alebo video obsah, ktorý predstavuje deep fake, zverejnia, že obsah bol umelo vytvorený alebo manipulovaný. Táto povinnosť sa neuplatňuje, ak je použitie povolené zákonom na odhaľovanie, prevenciu, vyšetrenie alebo stíhanie trestných činov. Ak je obsah súčasťou zjavne umeleckého, kreatívneho, satirického, fiktívneho alebo analogického diela alebo programu, povinnosti týkajúce sa transparentnosti stanovené v tomto odseku sa obmedzujú na zverejnenie existencie takéhoto vygenerovaného alebo zmanipulovaného obsahu, a to primeraným spôsobom, ktorý nebráni zobrazeniu diela a zážitku z neho.

Tých videí som už videl viacero. S pani Veronikou Cifrovou Ostrihoňovou, pani Ježová v rozhovore s pánom Kamenickým, ministrom financií (v jeho prípade farba hlasu nesedela).

Niektoré odkazy (zatiaľ jeden) Youtube po nahlásení zablokoval, lenže ide o meniacu sa URL (tých URL je veľa) odkazujúce na rovnakú web stránku (viď v prílohe).

Že ide o deepfake môžete vidieť v niektorých okamihoch, kedy je nesúlad mimiky tváre a pohybu úst s hovoreným slovom.

Na základe doručeného podnetu si Kancelária dňa 16. 9. 2025 prostredníctvom emailovej komunikácie od podávateľa vyžiadala doplňujúce informácie k namietanému obsahu, konkrétne identifikáciu predmetného obsahu pomocou URL adresy. Podávateľ obratom odpovedal a doplnil podanie:

„Dobrý deň,

v oznámení o zaevidovaní žiadate "o identifikáciu konkrétneho namietaného obsahu, t. j. v prípade že disponujete URL adresou tohto obsahu, o poskytnutie tejto URL adresy", bohužiaľ aj tá URL sa mení a mení sa aj obsah stránky a aj videí. Naposledy čo som pozeral, web stránka obsahovala prvky (textové polia, rozloženie) a logá Denníka N. Takže presné informácie vám neviem poskytnúť.“

PRÁVNE VÝCHODISKÁ POSUDZOVANIA:

Zákon č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách (ďalej ako „ZMS“):

§ 13 Vymedzenie obsahovej služby

(1) Obsahová služba je služba určená na príjem verejnosťou koncovému užívateľovi alebo inému užívateľovi, ktorej obsah zostavuje jej poskytovateľ vo vlastnom mene a na vlastnú zodpovednosť, či už z vlastnej iniciatívy, alebo na základe požiadaviek užívateľa a

a) vo vnímateľnej podobe tento obsah tvoria časovo usporiadané zvukové, obrazové alebo audiovizuálne komunikáty alebo štruktúrované textové informácie (lineárne mediálne služby), najmä programová služba,

b) vzniká ako poskytovateľom zostavená ponuka zvukových, obrazových alebo audiovizuálnych komunikátov alebo štruktúrovaných textových informácií, ku ktorým poskytovateľ služby umožňuje prístup užívateľovi jednotlivo alebo spoločne vo forme súboru obsahov (nelineárne mediálne služby), najmä audiovizuálna mediálna služba na požiadanie a elektronický programový sprievodca,

c) vzniká ako poskytovateľom zostavená ponuka obsahových služieb podľa písmena a) alebo b), ku ktorým poskytovateľ obsahovej služby umožňuje prístup užívateľovi jednotlivo alebo spoločne vo forme súboru služieb (súborné mediálne služby), najmä retransmisia programových služieb a multiplex, alebo

d) je ďalším nezmeneným verejným prenosom multiplexu alebo jeho časti poskytovaným inou osobou ako pôvodným poskytovateľom multiplexu.

(2) Obsahovou službou je aj platforma na zdieľanie obsahu, najmä platforma na zdieľanie videí.

§ 150 ods. 2

Z podnetu na preverenie musí byť zrejmé, čím mal byť porušený tento zákon alebo osobitné predpisy. Ak sa namieta porušenie tohto zákona vysielaním alebo poskytnutím programu, inej zložky programovej služby alebo inej zložky audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, podnet na preverenie musí obsahovať aj dátum a približný čas vysielania alebo poskytnutia tohto programu, inej zložky programovej služby alebo inej zložky audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie a názov programovej služby alebo audiovizuálnej mediálnej služby na požiadanie, v rámci ktorej mal byť tento zákon porušený. Ak sa namieta porušenie osobitných predpisov, podnet na preverenie musí obsahovať aj identifikáciu poskytovateľa sprostredkovateľskej služby, poskytovateľa online sprostredkovateľských služieb alebo poskytovateľa internetového vyhľadávača, ktorý mal porušiť povinnosť podľa osobitných predpisov.

§ 150 ods. 7

Regulátor podnet na preverenie odloží, ak

b) podnet na preverenie neobsahuje povinné náležitosti alebo je nepreskúmateľný z iných dôvodov,

§ 151 ods. 2

Nelegálnym obsahom sa na účely tohto zákona rozumie obsah, ktorý

a) naplňa znaky detskej pornografie alebo extrémistického materiálu,

b) podnecuje ku konaniu, ktoré naplňa znaky niektorého z trestných činov terorizmu,

c) schvaľuje konanie, ktoré naplňa znaky niektorého z trestných činov terorizmu, alebo

d) 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.

§ 151 ods. 4

Na podnet týkajúci sa nelegálneho obsahu sa primerane vzťahujú ustanovenia § 150 ods. 3 až 9.

Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/2065 z 19. októbra 2022 o jednotnom trhu s digitálnymi službami a o zmene smernice 2000/31/ES (ďalej ako „DSA“):

Článok 3 – Vymedzenie pojmov

Na účely tohto nariadenia sa uplatňuje toto vymedzenie pojmov:

[...]

j) „internetový vyhľadávač“ je sprostredkovateľská služba, ktorá umožňuje používateľom zadávať výrazy s cieľom vyhľadávať v zásade všetky webové stránky alebo všetky webové stránky v konkrétnom jazyku na základe výrazu týkajúceho sa akejkoľvek témy v podobe kľúčového slova, hlasovej požiadavky, vety alebo iných zadaných údajov, a ktorá ako výsledok vyhľadávania poskytuje výsledky v akomkoľvek formáte, prostredníctvom ktorých možno nájsť informácie súvisiace s požadovaným obsahom;

[...]

Článok 26 – Reklama na online platformách

1. Poskytovatelia online platforiem, ktorí vo svojich online rozhraniach prezentujú reklamy, zabezpečia, aby v prípade každej konkrétnej reklamy prezentovanej každému jednotlivému príjemcovi mohli príjemcovia služby jasným, stručným a jednoznačným spôsobom a v reálnom čase identifikovať:

a) že informácie sú reklamou, a to aj prostredníctvom zreteľných označení, ktoré by mohli byť štandardizované podľa článku 44;

b) fyzickú alebo právnickú osobu, v mene ktorej sa reklama prezentuje;

- c) fyzickú alebo právnickú osobu, ktorá túto reklamu zaplatila, ak je uvedená osoba odlišná od fyzickej alebo právnickej osoby uvedenej v písmene b);
- d) zmysluplné informácie priamo a ľahko prístupné z reklamy o hlavných parametroch použitých na určenie príjemcu, ktorému sa reklama prezentuje, a prípadne o tom, ako tieto parametre zmeniť.

2. Poskytovatelia online platforiem poskytnú príjemcom služby funkciu na vyhlásenie, či obsah, ktorý poskytujú, je komerčnou komunikáciou alebo ju obsahuje.

Keď príjemca služby predloží vyhlásenie podľa tohto odseku, poskytovateľ online platformy zabezpečí, aby ostatní príjemcovia služby mohli jasným a jednoznačným spôsobom a v reálnom čase, a to aj prostredníctvom zreteľných označení, ktoré by mohli byť štandardizované podľa článku 44, identifikovať, či obsah, ktorý poskytuje príjemca služby, je komerčnou komunikáciou alebo ju obsahuje, ako sa uvádza v uvedenom vyhlásení.

3. Poskytovatelia online platforiem nesmú prezentovať reklamy príjemcom služby na základe profilovania, ako sa vymedzuje v článku 4 bodu 4 nariadenia (EÚ) 2016/679 s použitím osobitných kategórií osobných údajov uvedených v článku 9 ods. 1 nariadenia (EÚ) 2016/679.

Článok 33 – Veľmi veľké online platformy a veľmi veľké internetové vyhľadávače

1. Tento oddiel sa vzťahuje na online platformy a internetové vyhľadávače, ktoré majú priemerný mesačný počet aktívnych príjemcov služby v Únii, ktorý sa rovná 45 miliónom alebo je vyšší, a ktoré sú určené ako veľmi veľké online platformy alebo veľmi veľké internetové vyhľadávače v súlade s odsekom 4.

[...]

Článok 35 – Zmierňovanie rizík

1. Poskytovatelia veľmi veľkých online platforiem a veľmi veľkých internetových vyhľadávačov zavedú vhodné, primerané a účinné zmierňujúce opatrenia prispôbené špecifickým systémovým rizikám zisteným podľa článku 34, pričom osobitnú pozornosť venujú vplyvu takýchto opatrení na základné práva. Takéto opatrenia môžu podľa potreby zahŕňať:

[...]

k) zabezpečenie, aby informácia, či už ide o vytvorený alebo zmanipulovaný obrazový, audio alebo video obsah, ktorý sa výrazne podobá na existujúce osoby, objekty, miesta či iné subjekty alebo udalosti a osobe sa mylne javí ako autentický alebo pravdivý, sa dala rozlíšiť vďaka nápadnému označeniu pri jej zobrazovaní na online rozhraniach a ďalej poskytnutím ľahko použiteľnej funkcie, ktorá príjemcom služby umožňuje takúto informáciu označiť.

[...]

Článok 39 – Dodatočná transparentnosť online reklamy

1. Poskytovatelia veľmi veľkých online platforiem alebo veľmi veľkých internetových vyhľadávačov, ktoré na svojich online rozhraniach zobrazujú reklamu, zostavia a v osobitnej časti svojho online rozhrania prostredníctvom spoľahlivého nástroja s možnosťou vyhľadávania na základe dopytov podľa viacerých kritérií prostredníctvom aplikačných programovacích rozhraní zverejnia archív s informáciami uvedenými v odseku 2 za celé obdobie, počas ktorého prezentovali reklamu, a to až na obdobie jedného roka od posledného zobrazenia danej reklamy na online rozhraní, a sprístupnia tento archív prostredníctvom ľahko dostupných, účinných a spoľahlivých nástrojov. Zabezpečia, aby archív neobsahoval žiadne osobné údaje príjemcov služby, ktorým sa reklama zobrazovala alebo mohla zobraziť a vynaložia primerané úsilie na zabezpečenie presnosti a úplnosti informácií.

2. Archív musí obsahovať minimálne všetky tieto informácie:

- a) obsah reklamy vrátane názvu produktu, služby alebo značky a predmetu reklamy;
- b) fyzickú alebo právnickú osobu, v mene ktorej sa reklama zobrazuje;
- c) fyzickú alebo právnickú osobu, ktorá za reklamu zaplatila, ak je to osoba iná ako uvedená v písmene b);
- d) obdobie, počas ktorého bola reklama zobrazovaná;

- e) informácie o tom, či sa reklama mala zobrazovať osobitne jednej alebo viacerým konkrétnym skupinám príjemcov služby, a ak áno, hlavné parametre použité na tento účel vrátane prípadných hlavných parametrov použitých na vylúčenie jednej alebo viacerých takýchto konkrétnych skupín;
- f) komerčné oznámenia zverejňované na veľmi veľkých online platformách a identifikované podľa článku 26 ods. 2;
- g) celkový počet oslovených príjemcov služby a prípadne súhrnné počty rozčlenené podľa členských štátov za skupinu alebo skupiny príjemcov, ktorým bola reklama konkrétne určená.

3. Pokiaľ ide o odsek 2 písm. a), b) a c), ak poskytovateľ veľmi veľkej online platformy alebo veľmi veľkého internetového vyhľadávača odstránil alebo znemožnil prístup ku konkrétnej reklame na základe údajnej nezákonnosti alebo nezlučiteľnosti so svojimi obchodnými podmienkami, register neobsahuje informácie uvedené v týchto písmenách. V takomto prípade register v súvislosti s konkrétnou dotknutou reklamou obsahuje informácie uvedené v článku 17 ods. 3 písm. a) až e) alebo v článku 9 ods. 2 písm. a) bode i).

[...]

Článok 53 - Právo podať sťažnosť

Príjemca služieb a akýkoľvek subjekt, organizácia alebo združenie, ako aj subjekty, organizácie alebo združenia poverené výkonom práv udelených týmto nariadením v ich mene majú nezávisle od poverenia príjemcu právo podať koordinátorovi digitálnych služieb členského štátu, v ktorom má príjemca služby pobyt alebo je usadený, sťažnosť proti poskytovateľom sprostredkovateľských služieb a namietať v nej porušenie tohto nariadenia. Koordinátor digitálnych služieb sťažnosť posúdi a v prípade potreby ju postúpi koordinátorovi digitálnych služieb v mieste usadenia, a to prípadne spolu so stanoviskom. Ak sťažnosť patrí do zodpovednosti iného príslušného orgánu v jeho členskom štáte, koordinátor digitálnych služieb, ktorému bola sťažnosť doručená, ju postúpi tomuto orgánu. Počas tohto konania majú obaja účastníci právo byť vypočutí a dostať primerané informácie o stave riešenia sťažnosti podľa vnútroštátneho práva.

Článok 56 – Právomoci

1. Výlučnú právomoc vykonávať dohľad nad dodržiavaním tohto nariadenia a presadzovať ho s výnimkou právomocí stanovených v odsekoch 2, 3 a 4 má členský štát, v ktorom je usadený poskytovateľ sprostredkovateľských služieb.
2. Komisia má výlučné právomoci vykonávať dohľad nad dodržiavaním kapitoly III oddielu 5 a presadzovať jej dodržiavanie.
3. Komisia má voči poskytovateľom veľmi veľkých online platforiem a veľmi veľkých vyhľadávačov právomoci vykonávať dohľad nad dodržiavaním tohto nariadenia, ktoré nie sú stanovené v kapitole III oddiele 5 tohto nariadenia, a presadzovať jeho dodržiavanie.
4. Ak Komisia nezačala konanie vo veci toho istého porušenia, členský štát, v ktorom sa nachádza hlavná prevádzka poskytovateľa veľmi veľkej online platformy alebo veľmi veľkého internetového vyhľadávača, má vo vzťahu k uvedeným poskytovateľom právomoci vykonávať dohľad nad povinnosťami podľa tohto nariadenia, ktoré nie sú stanovené v kapitole III oddiele 5, a presadzovať ich dodržiavanie.

[...]

ANALÝZA – stanovisko Kancelárie Rady pre mediálne služby:

Podávateľ vo svojom podaní doručenom Rade pre mediálne služby (ďalej ako „Rada“) namieta výskyt obsahov – reklamných videí na službe YouTube (subjekt: **GOOGLE IRELAND LIMITED, Gordon House, Barrow Street, Dublin 4, D04 E5W5, Írsko**), ktoré podľa názoru podávateľa predstavujú nelegálny obsah tým, že údajne využívajú podobizne a hlasy podobné hlasom politikov vytvorené pomocou použitia nástrojov umelej inteligencie, pričom tieto falošné identity ponúkajú divákovi podvodné finančné služby.

V rámci predmetného podnetu bol poskytnutý aj odkaz na google drive, na ktorom podávateľ uložil dve videá, ktoré zachytávajú predmetné obsahy – reklamné videá. Tieto videá sú vyhotovené ako záznamy obrazovky (pomocou mobilného telefónu alebo kamery - bližšie neurčené) v čase, kedy mali byť na službe YouTube predmetné videá zobrazené – prehrávané.

Kancelária Rady pre mediálne služby (ďalej ako „Kancelária“) po vzhliadnutí videí, ktoré podávateľ vyhotovil ako záznamy obrazovky, konštatuje, že predmetné videá nezachytávajú kompletne znenie predmetných reklamných obsahov, ale začínajú len v momente, kedy podávateľ začal zaznamenávať video na svoj mobilný telefón/videokameru, pričom tento spôsob vyhotovenia predmetných videí má aj vplyv na výslednú kvalitu zvukovej a obrazovej stopy samotných videí.

Predmetné videá údajne zachytávajú prezidenta Slovenskej republiky Petra Pellegriniho a predsedu vlády Slovenskej republiky Roberta Fica ako explicitne nabádajú divákov zapojiť sa do novej údajne štátom garantovanej finančnej schémy zarábania peňazí, ktorá zaručuje vysoké výnosy, prípadne predčasný odchod do dôchodku, pričom dôležitá je registrácia do tejto schémy na webových stránkach. Registrácia je údajne momentálne bezplatná a neskôr bude s poplatnou.

Kancelária nedokáže určiť a ani nedisponuje technickými prostriedkami na jednoznačné určenie, či predmetné videá boli vytvorené pomocou nástrojov umelej inteligencie. Zároveň s ohľadom na obsah, ktorý vo videách údajne komunikujú všeobecne známe osoby z aktuálneho slovenského politického života, t. j. explicitné nabádanie divákov - občanov, aby sa zapojili do bližšie neurčených finančných schém, sa Kancelária domnieva, že predmetné obsahy s najväčšou pravdepodobnosťou nezobrazujú autentické vyjadrenia prezidenta Slovenskej republiky a predsedu vlády Slovenskej republiky. V prospech tohto názoru svedčí aj fakt, že dané videá propagovali údajne bližšie nešpecifikované „finančné schémy“ bez konkrétneho názvu, pričom tieto schémy mali byť podľa týchto reklamných videí prevádzkované spoločnosťami „*seasonal-promotions-event*“ a „*ecoloc.click*“. Kancelárii sa spätne nepodarilo dohľadať žiadne dostupné informácie o existencii takýchto spoločností alebo produktov. V prospech názoru, že predmetné videá mohli byť vytvorené použitím nástrojov umelej inteligencie svedčia aj drobné detaily v obrazovej a zvukovej stope videí ako repetitívne pohyby rúk a neprirodzená dikcia reči, avšak ako bolo vyššie povedané, tieto aspekty nevie Kancelária za daných okolností dostupnými prostriedkami verifikovať. Zároveň Kancelária uvádza, že v súčasnej dobe sa v online priestore často zobrazujú rôzne podvodné reklamy, ktoré využívajú umelo vytvorené identity verejne známych osôb s cieľom získať osobné a platobné údaje potenciálnych obetí. V tomto kontexte Kancelária uvádza ako príklad článok *Varovanie: ďalšie podvodné video* uverejnený 23. 7. 2025 na portáli *finreport.sk*¹, v ktorom sa okrem iného uvádza: „*V poslednom období sa na sociálnych sieťach šíria videá, ktoré pomocou nástrojov umelej inteligencie imitujú vzhľad a hlas ministra financií. Vyzývajú občanov na investovanie s prísľubom rýchleho a vysokého zisku. Ministerstvo financií Slovenskej republiky dôrazne upozorňuje, že ide o podvodný obsah, ktorého cieľom je získať osobné údaje, údaje o platobných kartách a prístupy k bankovým účtom občanov...*“

Na základe všetkých vyššie uvedených skutočností Kancelária listom č. 013198/2025 z dňa 10. 9. 2025 (odoslané dňa 16. 9. 2025) podľa ustanovenia § 151 ods. 3 zákona č. 264/2022 Z. z. požiadala podávateľa o identifikáciu konkrétnych namietaných obsahov, t. j. aby v prípade, že podávateľ disponujete URL adresami namietaných obsahov, predmetné URL adresy v rámci svojho podania doplnil. Podávateľ obratom v odpovedi uviedol informáciu, že URL adresami konkrétnych daných obsahov nedisponuje, nakoľko v prípade konkrétnych daných reklám na službe YouTube sa tieto neustále menia, rovnako ako aj identity zadávateľov danej reklamy.

Z vyššie uvedeného vyplýva, že predmetné podávateľom namietané obsahy na konkrétnych URL adresách **nie sú aktuálne dostupné na službe YouTube a rovnako ani Kancelária nedokázala predmetné obsahy dohľadať v rámci Centra transparentnosti reklám**².

¹ <https://www.finreport.sk/financie/varovanie-dalsie-podvodne-video/>

² Centrum transparentnosti reklám je tzv. knižnica reklám a zadávateľov reklám publikovaných na službách prevádzkovaných spoločnosťou Google.

Pri posudzovaní možného výskytu nelegálneho obsahu vychádza Rada z citovaných ustanovení ZMS, pričom definícia pojmu „nelegálny obsah“ je podľa § 151 ods. 2 ZMS odvodená z definícií detskej pornografie, extrémistického materiálu, podnecovania alebo schvaľovania trestných činov terorizmu alebo z definícií trestných činov uvedených v § 151 ods. 2 písm. d) ZMS, ktorých znaky sú vymedzené v zákone č. 300/2005 Z. z. Trestný zákon. Kancelária ďalej uvádza, že potenciálnymi falošnými a podvodnými reklamami vytvorenými pomocou nástrojov umelej inteligencie a šírenými na obsahových službách sa zaoberá útvar Centrum boja proti hybridným hrozbám (ďalej ako „CBHH“) Ministerstva vnútra Slovenskej republiky³.

Na základe vyššie uvedených skutočností Kancelária konštatuje, že s ohľadom na predmet podnetu **Rada nedisponuje konkrétnymi obsahmi, ktoré by boli aktuálne publikované a verejne šírené na službe YouTube a ktoré by mohli byť podrobené analýze z hľadiska dodržiavania platných ustanovení zákona č. 264/2022 Z. z. o mediálnych službách.**

Zároveň tým pádom **Rada nedisponuje konkrétnymi obsahmi, ktoré by bolo možné s ohľadom na vecnú príslušnosť zdieľať s príslušnými útvarmi a orgánmi štátnej správy**, avšak všetky dostupné informácie o okolnostiach údajnej existencie predmetných obsahov Rada zdieľala s útvarom CBHH.

Na základe vyššie uvedených skutočností sa Kancelária domnieva, že podľa ustanovenia §150 ods. 7 písm. b) ZMS je podnet na preverenie č. 0138/SO/2025 možné odložiť z dôvodu jeho nepreskúmateľnosti.

Nadobudnutím účinnosti novely zákona o mediálnych službách dňa 24. 7. 2024, bola Rada ustanovená za koordinátora digitálnych služieb. Medzi kompetencie koordinátora digitálnych služieb patrí okrem iného:

Rada pre mediálne služby (ďalej ako „RpMS“) bola podľa nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) 2022/2065 o digitálnych službách (ďalej ako „DSA“) ustanovená ako koordinátor digitálnych služieb (ďalej ako „DSC“) v Slovenskej republike. V tejto pozícii zabezpečuje dohľad nad dodržiavaním povinností, ktoré DSA ukladá poskytovateľom sprostredkovateľských služieb na území Slovenskej republiky, a zároveň plní úlohy vyplývajúce z DSA.

V predmetnom prípade RpMS prijala podnet od používateľa, ktorý sa týkal služby kategorizovanej ako veľmi veľký online vyhľadávač podľa článku 33 písm. 1 DSA. Podnet namietal šírenie podvodnej reklamy, ktorá zneužíva technológiu deepfake na vyobrazenie prezidenta Slovenskej republiky a propagáciu falošných investičných príležitostí. Ide teda o obsah, ktorý má znaky finančného podvodu avšak nespadá do definície „nelegálneho obsahu“ podľa § 151 ods. 2 ZMS.

1. Určenie príslušnosti

Podľa článku 53 DSA sa Kancelária ako koordinátor digitálnych služieb pri dohľade nad sprostredkovateľskými službami v rámci DSA riadi kritériom krajiny usadenia poskytovateľa služby. Keďže poskytovateľ predmetného veľmi veľkého online vyhľadávača je usadený v Írsku, príslušným koordinátorom je írsky regulátor Coimisiún na Meán. V súlade s článkom 56 DSA vykonáva Coimisiún na Meán hlavný dohľad nad poskytovateľom a má kompetenciu viesť konania o porušení povinností podľa nariadenia.

Zároveň, vzhľadom na povahu služby, sa uplatňuje osobitný režim kapitoly III oddielu 5 DSA, ktorý zavádza priamy dohľad Európskej komisie. Komisia má výlučné právomoci dohľadu a presadzovania voči veľmi veľkým online platformám a vyhľadávačom, najmä pokiaľ ide o povinnosti v oblasti riadenia systémových rizík. V prípade, že Komisia nezačala vyšetrovanie predmetnej služby v predmetnej veci, túto právomoc má taktiež koordinátor digitálnych služieb v krajine usadenia predmetnej služby.

³ CBHH

2. Identifikácia potenciálne porušených povinností služby

Podľa článku 26 ods. 1 DSA poskytovateľ služby zabezpečí, aby mohol každý používateľ služby, ktorému sa zobrazí reklama, identifikovať informácie ohľadom danej reklamy. Medzi tieto informácie patrí: označenie že daný obsah je reklamou, identifikácia osoby, v mene ktorej sa reklama prezentuje, informácie o osobe, ktorá danú reklamu financuje a informácie o hlavných parametroch cielenia predmetnej reklamy. V prípade predmetnej reklamy namietanej podávateľom podnetu sa samotnému podávateľovi a taktiež ani Kancelárii nepodarilo identifikovať zadávateľa reklamy a to z dôvodu, že názov reklamy, ako aj identita zadávateľa sa neustále mení, dôvodom čoho môže byť práve motivácia zadávateľa zostať v anonymite. Kancelária sa domnieva, že predmetná služba by v rámci svojho Centra transparentnosti reklám mala predmetné informácie uchovávať, avšak pri vykonaní monitoringu nebola predmetná reklama v danom centre Kanceláriou dohľadateľná.

Podľa článku 35 musia veľmi veľké online platformy a vyhľadávače, na základe identifikácie rizík podľa článku 34, taktiež zavádzať vhodné, primerané a účinné opatrenia, ktoré budú mitigovať identifikované riziká. Tieto opatrenia môžu zahŕňať aj „zabezpečenie, aby informácia, či už ide o vytvorený alebo zmanipulovaný obrazový, audio alebo video obsah, ktorý sa výrazne podobá na existujúce osoby, objekty, miesta či iné subjekty alebo udalosti a osobe sa mylne javí ako autentický alebo pravdivý, sa dala rozlíšiť vďaka nápadnému označeniu pri jej zobrazovaní na online rozhraniach a ďalej poskytnutím ľahko použiteľnej funkcie, ktorá príjemcom služby umožňuje takúto informáciu označiť. Podvodné reklamy s deepfake vyobrazením prezidenta Slovenskej republiky a premiéra Slovenskej republiky v tomto prípade predstavujú obsahy, ktoré neboli vhodným spôsobom označené a teda predstavujú oblasť, ktorá môže byť považovaná za systémové riziko, s chýbajúcimi opatreniami na základe článku 35 DSA. V tomto bode však Kancelária nedokáže určiť a ani nedisponuje technickými prostriedkami na jednoznačné určenie, či predmetné videá boli vytvorené pomocou nástrojov umelej inteligencie. Pri postúpení informácií Írskemu regulátorovi Coimisiún na Meán a Európskej komisii Kancelária upozorní aj na potenciálnu možnosť, že predmetné obsahy boli s veľkou pravdepodobnosťou vytvorené pomocou nástrojov umelej inteligencie.

Článok 39 DSA zaväzuje veľmi veľké platformy a vyhľadávače, ktoré poskytujú reklamu používateľom aby poskytovali archív reklám, ktorý bude okrem iného verejne prístupný a bude obsahovať informácie o všetkých reklamách, ktoré platforma poskytovala a to počas celého obdobia prezentácie danej reklamy a to až na obdobie jedného roka od posledného zobrazenia reklamy. Kancelária konštatuje, že predmetná služba daným archívom reklám skutočne disponuje. Avšak na základe monitoringu a analytického šetrenia Kancelária nedokázala identifikovať predmetnú reklamu s použitím bežných spôsobov dohľadávania reklám na základe ich názvu, obdobia zobrazovania, či názvu zadávateľa reklamy. Nedostatočná funkčnosť tohto archívu môže teda predstavovať porušenie článku 39.

Na základe uvedených informácií sa Kancelária domnieva, **že mohlo dôjsť k porušeniu článkov 26, 35 a 39 DSA** a to najmä z dôvodov, že informácie o predmetnej reklame nebolo možné v reálnom čase zobrazovania reklamy úspešne identifikovať, absencie opatrení implementovaných službou na zamedzenie rizika vyplývajúceho zo šírenia deepfake investičných podvodov pomocou reklamy a absenciou predmetnej reklamy v Centre transparentnosti reklám danej služby.

V súvislosti s uvedenými zisteniami Kancelária informácie z predmetného podnetu ďalej spracuje a bude zdieľať s koordinátorom digitálnych služieb v mieste usadenia platformy t. j. regulačnou autoritou Írska, Coimisiún na Meán a taktiež s Európskou komisiiou.

* * *

ZÁVER:

S ohľadom na vyššie uvedené skutočnosti Kancelária preto navrhuje na základe ustanovenia **§ 151 ods. 4** v spojení s **§150 ods. 7 písm. b) ZMS** podnet na preverenie č. 0138 /SO/2025 z dôvodu nepreskúmateľnosti **odložiť**.

Prepis/popis monitorovaného obsahu k Správe o kontrole dodržiavania povinností podľa zákona č. 264/2022 Z. z. (podnet na preverenie č. 0138/SO/2025)

Video údajne zachytávajúce Petra Pellegriniho

Peter Pellegrini sedí za stolom v bližšie neurčenom interiéri (pozadie je rozmazané).

V ľavom dolnom rohu obrazovky je uvedené, že predmetný obsah je sponzorovaný spoločnosťou „seasonal-promotions-event.steamha.. (ďalej sa nezobrazuje)“. Ďalej sa zobrazuje banner s nápisom „Podrobne“ a tlačidlom „Navštíviť stránky“.

Peter Pellegrini: „...už tonie je sľub, je to realita. Dnes spúšťame národnú platformu, ktorá umožňuje každému občanovi bez ohľadu na vzdelanie, vek alebo skúsenosti získavať pasívny príjem priamo z domova. Je to jednoduché, legálne a ziskové. Tisíce Slovákov už túto možnosť využívajú od Bratislavy cez Košice až po Prešov a Nitru. Opúšťajú nízkooplatené práce, odchádzajú do dôchodku skôr, opätovne získajú kontrolu nad svojim finančným životom. Ako to funguje? S minimálnou investíciou dostupnou pre väčšinu. Systém založený na algoritmoch a umelej inteligencii začne pracovať za vás. Nič nemusíte robiť, program analyzuje, investuje a prináša zisk. Vy len sledujete výsledky. Nie je to pyramída, ani schéma s ukrytými rizikami. Táto platforma bola vyvinutá slovenskými odborníkmi a financovaná súkromnými investormi, ktorí veria v talent nášho národa. A teraz prvýkrát je prístup otvorený širokej verejnosti. Ale chcem byť úprimný, nie každý sa dostane dnu. Možnosti sú obmedzené a systém prijme len tých, ktorí sa zaregistrujú dnes a zodpovedia aktivačným hovor. Ak nezdvihnete, vaše miesto prevezme iný Slovak, ktorý je pripravený zmeniť svoj život. Toto môže byť ten okamih, na ktorý ste čakali. Pretože kým iní váhajú, vy ich môžete predstihnúť. A keď pochopíte, čo táto platforma môže urobiť pre vás a vašu rodinu, budete sa pýtať jedinu vec. Prečo som to neurobil skôr? Verte mi, zaregistrujte sa, urobte prvý krok. Príležitosť je tu a nebude trvať večne.“

Video údajne zachytávajúce Roberta Fica

Robert Fico sedí za stolom v bližšie neurčenom interiéri (pozadie je rozmazané).

V ľavom dolnom rohu obrazovky je uvedené, že predmetný obsah je sponzorovaný spoločnosťou „ecoloc.click“. Ďalej sa zobrazuje banner s nápisom „Okamžité novinky u vás ecoloc.clic“ a tlačidlom „ďalšie informá...“.

Robert Fico: „...stabilný príjem z pohodlia vlastného domova, toto nie je vedľajšia práca ani marketingový trik. Ide o plne licencovanú platformu, ktorá využíva umelú inteligenciu na automatické obchodovanie na burze dvadsaťštyri hodín denne, sedem dní v týždni, s úspešnosťou deväťdesiatdeväť percent. Nemáte skúsenosti? Žiadny problém. Nemusíte vedieť nič o obchodovaní, stačia tri jednoduché kroky. Navštívte webovú stránku a zanechajte sa svoje meno a telefónne číslo. Manažér vás osobne kontaktuje a poskytne konzultáciu. Vykonajte vklad 250 euro na aktiváciu účtu. Čo nasleduje? Môžete začať zarábať až 4800 euro mesačne bez toho, aby ste zdvihli prst. Stále skepticky? Práve to brzdi väčšinu ľudí. Čakanie, váhanie a premeškané príležitosti. A tí, ktorí konajú? Každé ráno vidia, ako im peniaze prichádzajú na účet ako na hodinky. Predstavte si, 250 eur denne automaticky pripísané na váš účet. Žiadny stres, žiadne harmonogramy, žiadne termíny, len inteligentnejší spôsob, ako budovať svoju budúcnosť. A najlepšie, toto nie je dočasná záležitosť ani skúšobná verzia. Ide o doživotný zdroj príjmu, ktorý vás podporí bez ohľadu na stav ekonomiky, vašu prácu alebo trh. Lenže pozor, registrácia je momentálne bezplatná, ale len na obmedzený čas. Čoskoro bude registrácia stáť 250 euro mesačne. Môžete konať teraz a ušetriť, alebo prísť neskôr a zaplatiť dvakrát viac. A tu je ďalší bonus. Prvých 300 ľudí, ktorí sa dnes zaregistrujú, získa exkluzívny benefit, ktorý nikto iný nedostane. Tak sa zamyslite. Je dnešok deň, kedy konečne urobíte niečo inak. Navštívte web, zadajte svoje údaje a náš tím vám pomôže všetko nastaviť. Toto je vaša šanca, prestať iba prežívať, a začať žiť. Platforma navrhnutá pre Slovákov. Poháňaná umelou inteligenciou, dôveryhodná tisíckami. Nečakajte, začnite teraz.“