

Monitorovanie funkcionalít platforiem v súvislosti s voľbami do Národnej rady Slovenskej republiky 2023

Abstrakt

Rada pre mediálne služby ("RpMS") na základe svojich kompetencií vyplývajúcich zo zákona a na základe skúseností s podobnými aktivitami pred voľbami do Európskeho parlamentu v roku 2019, aktívne monitorovala funkcionality digitálnych platforiem Facebook, Instagram, TikTok a YouTube, v priebehu predvolebnej kampane pred predčasnými voľbami do Národnej rady Slovenskej republiky v roku 2023. V rámci analýzy sa RpMS sústredila na prípadné porušenia Zákona o mediálnych službách ("ZMS"), na dodržiavanie záväzkov vyplývajúcich z Kódexu postupov proti šíreniu dezinformácií ("Kódex") a povinností z Nariadenia o digitálnych službách ("DSA"). Správa mapuje činnosti z prípravnej fázy, samotného monitorovania a zberu dát, z vyhodnotenia zistení a identifikácie prípadných nedostatkov.

V rámci prípravnej fázy RpMS realizovala v júni 2023 bilaterálne stretnutia s predstaviteľmi spoločností Meta, Google, ByteDance a predstavila im súbor požiadaviek v súvislosti s voľbami. Tieto požiadavky rešpektovali aktuálnu európsku aj národnú legislatívu a brali do úvahy záväzky, ku ktorým sa platformy zaviazali v Kódexe, a to:

1. zvýšenie informovanosti používateľov o volebných procesoch prostredníctvom autoritatívnych zdrojov informácií,
2. povinnosť subjektov dodržiavať volebné moratórium,
3. transparentnosť politickej reklamy,
4. realizácia preventívnych a informačných aktivít smerom k verejnosti,
5. efektívne vyhodnocovanie upozornení od RpMS.

Zároveň sa v rámci prípravnej fázy RpMS koordinovala s ďalšími relevantnými orgánmi štátnej správy, dohliadajúcimi na priebeh volieb, ako je Štátna komisia pre voľby a kontrolu financovania politických strán.

Zber dát prebiehal od spustenia predvolebnej kampane, ktorá začala vyhlásením volieb dňa 9. júna 2023, až do polovice novembra 2023. V tomto období RpMS priebežne monitorovala platformy z vlastnej iniciatívy, ako aj v súvislosti s upozorneniami od iných orgánov štátnej správy. Zároveň RpMS sledovala plnenie požiadaviek, ktoré predstavila platformám na úvodných bilaterálnych stretnutiach. RpMS sa intenzívne zamerala na monitorovanie v dňoch 25. až 29. septembra 2023, s dôrazom na politickú reklamu na platformách. Po skončení monitorovacieho obdobia RpMS rozposlala platformám dotazník s otázkami týkajúcimi sa plnenia požiadaviek.

Na základe vyššie uvedených aktivít, RpMS dospela k nasledujúcim **zisteniam**:

- RpMS nezaznamenala žiadny výskyt obsahu, ktorý by spĺňal definičné kritériá nelegálneho obsahu v zmysle ZMS.
- Rovnako RpMS nezaznamenala v súvislosti s voľbami žiadny podnet od verejnosti, ktorý by sa týkal pokrytia tematiky volieb na sociálnych sieťach.
- Požiadavky vyplývajúce z Kódexu sa platformám podarilo naplniť čiastočne. Všetky tri monitorované platformy prevažne splnili požiadavku na zvýšenie informovanosti používateľov o volebných procesoch prostredníctvom autoritatívnych zdrojov informácií, pričom najlepšie uspela platforma TikTok. V transparentnosti politickej reklamy skôr nesplnil kladené požiadavky a Meta s menšími výhradami skôr áno. V realizácii preventívnych a informačných aktivít smerom k verejnosti zaostáva najmä Meta a Google. TikTok v tejto oblasti požiadavky len s malými výhradami splnil. Naopak TikTok bol najslabší v efektívnom vyhodnocovaní upozornení od RpMS, čo naopak Google a Meta skôr splnili.

V rámci monitorovania platforiem na základe vlastných kapacít i na základe hlásení od iných orgánov štátnej správy v priebehu predvolebnej kampane, **RpMS identifikovala nasledujúce nedostatky**:

- V knižnici reklám spoločnosti Meta chýbali preklady do slovenského jazyka a v Centre transparentnosti spoločnosti Google chýbali kontaktné údaje inzerentov.
- V rámci skúmania zobrazovania politickej reklamy v používateľskom rozhraní sme u spoločnosti Meta identifikovali chýbajúce vyhlásenie o politickej reklame a spoločnosti Google chýbalo označenie politickej reklamy.
- U spoločnosti Meta sme identifikovali v konkrétnom prípade nedostatky v procese overenia totožnosti a s tým súvisiacim vyhlásením inzerenta, ktoré sme posúdili ako nedostatočne transparentné.
- V rámci aktívneho monitorovania RpMS identifikovala v poslednej fáze predvolebnej kampane viacero obsahov, ktoré boli vytvorené s použitím nástrojov umelej inteligencie, tzv. deepfake. Po nahlásení obsahov zo strany RpMS, spoločnosť Google a TikTok reagovali promptne a väčšinu obsahov odstránili bezodkladne. Spoločnosť Meta po posúdení obsahov, približne polovicu vyhodnotila ako obsahy, ktoré neporušujú pravidlá platformy, zatiaľ čo časť obsahov je stále dostupná online.

Výsledky monitorovania sú prehľadom pripravenosti hodnotených platforiem na parlamentné voľby na Slovensku v roku 2023 a môžu slúžiť ako inšpirácia pre členské štáty EÚ. Zároveň by mohli poskytnúť spätnú väzbu Kódexu a jeho pracovným skupinám, najmä k vyhodnoteniu jeho funkčnosti na slovenskej a európskej úrovni. Zároveň môžu výsledky slúžiť aj ako podklady pre budúce aktivity koordinátora digitálnych služieb ("DSC") na Slovensku.