



30.3.2022

OZNÁMENIE POSLANCOM

Vec: Petícia č. 0932/2021, ktorú predkladá Zoltán Bíró, maďarský štátny príslušník, o umiestňovaní reklám Google vedľa kontroverzného obsahu online alebo v rámci neho

1. Zhrnutie obsahu petície

Predkladateľ petície tvrdí, že spoločnosť Google umiestňuje reklamy vedľa extrémistického, antisemitského, nacistického, rasistického, homofóbneho a mizogýnného online obsahu. Vysvetľuje, že hoci spoločnosť poskytuje nahlasovanie reklamy v nevhodných online prostrediach a túto funkciu opakovane používal, žiadnu z označených reklám spoločnosť Google neodstránila, aj keď existuje výslovný záväzok, že bude tieto reklamy sledovať a podnikne príslušné kroky v súvislosti upozoreniami používateľov na nevhodné umiestnenie reklamy. Predkladateľ petície uvádza, že má dôkazy o týchto reklamách vo forme snímok obrazovky, ako aj o krokoch, ktoré podnikol na ich nahlásenie, a tvrdí, že spoločnosť Google nepodniká žiadne kroky na odstránenie týchto reklám z kontroverzných online prostredí. Okrem toho tvrdí, že reklamy inzerentov (klientov spoločnosti Google) sa nemajú umiestňovať do kontroverzného online prostredia a že v reklamných zmluvách, ktoré uzatvárajú so spoločnosťou Google, sa táto spoločnosť výslovne zaväzuje neumiestňovať reklamy do takýchto online prostredí. Predkladateľ petície uvádza hypotetický príklad, kde by nemeckí vývozcovia využívajúci službu umiestňovania reklám Google boli negatívne ovplyvnení, ak by sa ich reklama umiestnila vedľa nacistického a rasistického online obsahu.

Predkladateľ petície vyzýva EÚ, aby informovala dotknutých inzerentov o praktikách spoločnosti Google v tomto ohľade, aby mohli začať súdne spory proti spoločnosti Google a získať odškodnenie v sumách presahujúcich niekoľko desiatok miliárd eur.

Predkladateľ petície žiada, aby sa zásadne odmietlo akékoľvek prípadné vysvetlenie spoločnosti Google poukazujúce na nedostatok ľudských zdrojov v dôsledku pandémie Covid-19, pričom poukazuje na nedostatok dôveryhodnosti na základe rekordných ziskov, ktoré

spoločnosť Google dosiahla počas pandémie.

Predkladateľ petície vyzýva EÚ, aby zo spoločnosti Google urobila exemplárny príklad: zakázala jej vstup na jednotný trh EÚ ako extrémistickej organizácie, informovala africké, ázijské a afroamerické organizácie o tom, že Google umiestňuje reklamy do rasistického online prostredia. Predkladateľ petície vyzýva EÚ, aby spoločnosti Google v prípade, že jej nebude zakázaná činnosť v EÚ, uložila pokuty vo výške niekoľkých desiatok miliárd eur, a zdôrazňuje, že táto prax spoločnosti Google sa s najväčšou pravdepodobnosťou opakuje napríklad aj v iných jazykových vydaniach webových stránok na zverejňovanie videí.

2. Prípustnosť

Petícia bola uznaná ako prípustná 17. januára 2022. Európsky parlament požiadal Komisiu o poskytnutie informácií (článok 227 ods. 6 rokovacieho poriadku).

3. Odpoveď Komisie doručená 30. marca 2022

Poznámky Komisie

Komisia si uvedomuje, že online reklama zohráva dôležitú úlohu pri formovaní informačných tokov. Je základným nástrojom pre legitímne podniky na informovanie spotrebiteľov o svojich ponukách. Je to tiež dôležitý zdroj príjmov pre množstvo online podnikov vrátane širokého spektra majiteľov webových stránok a aplikácií, ktoré zahŕňajú mnohé odvetvia, od novinárskych webových sídiel až po online hry, online obchody alebo blogy jednotlivcov.

Komisia zároveň pozorne monitoruje nezákonné praktiky súvisiace s online reklamou, ako aj zneužívanie a využívanie reklamy subjektmi s nekalými úmyslami. Predkladateľ petície poukazuje na prípady, keď sa vedľa pravdepodobne nezákonného obsahu umiestňujú legitímne online reklamy.

Komisia pozná praktiky, pri ktorých online reklamu využívajú subjekty s nekalými úmyslami na peňažné zisky. Ponúkajú reklamný priestor na svojich webových sídlach s cieľom generovať príjmy z reklamy alebo uverejňovať obsah na online platformách a speňažovať ho prostredníctvom reklám. S cieľom dosiahnuť čo najvyššie príjmy sa snažia maximalizovať atraktivnosť svojho obsahu. Hoci je to samo osebe legitímne, táto postupnosť stimulov sa vyskytuje aj v prípade dezinformačných kampaní, keď webové sídla obsahujú zavádzajúce informácie napríklad o voľbách, prípadne zverejňujú kontroverzné a niekedy nezákonné nenávistné prejavy.

Návrh aktu o digitálnych službách, ktorý predložila Komisia¹, obsahuje jasné povinnosti online platforiem, pokiaľ ide o riešenie týchto otázok. Najmä v prípade veľmi veľkých online platforiem, ktoré sú v podstate verejnými priestormi na šírenie informácií, sa v návrhu bude od poskytovateľov služieb vyžadovať, aby posúdili riziká, ktoré predstavujú z hľadiska šírenia nezákonného obsahu, ako aj manipulácie ich služieb praktikami, ako sú dezinformačné kampane. Poskytovatelia služieb budú musieť analyzovať všetky svoje príslušné systémy vrátane reklamných systémov a zmierniť zistené riziká. Demonetizácia ukončením reklamy

¹ COM(2020) 825 final, k dispozícii na adrese:
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/?uri=CELEX:52020PC0825>

môže byť v určitých situáciách vhodným opatrením na zmiernenie rizika.

Spoluzákonnodarcovia v súčasnosti posudzujú akt o digitálnych službách.

Komisia sa okrem toho aj naďalej zaoberá takýmito praktikami trvalým úsilím o podporu samoregulačnej spolupráce medzi inzerentmi, online platformami a sprostredkovateľmi reklamy, ako sú služby Google, na ktoré odkazuje predkladateľ petície. Ide napríklad o Memorandum o porozumení o reklame a právach duševného vlastníctva², ktoré sa zaoberá umiestňovaním reklamy na webových stránkach porušujúcich práva duševného vlastníctva. Je tiež ústredným bodom revízie Kódexu postupov proti šíreniu dezinformácií³. V usmerneniach Komisie⁴ v tejto súvislosti sa zdôrazňuje význam príjmov z reklamy v dezinformačných kampaniach. Revízia kódexu sa teraz okrem online platforiem a iných zainteresovaných strán rozširuje aj na inzerentov s cieľom komplexne riešiť tento problém.

Záver

Komisia berie na vedomie obavy predkladateľa petície a poukazuje na prebiehajúce legislatívne a koregulačné úsilie zamerané na zabezpečenie riadneho postupu a účinných opatrení v tejto súvislosti.

² [Memorandum o porozumení o online reklame a právach duševného vlastníctva \(europa.eu\)](#)

³ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/code-practice-disinformation>

⁴ [Usmernenie na posilnenie Kódexu postupov proti šíreniu dezinformácií \(europa.eu\)](#)