

Rozrywka i antyukraińska bańka. Co YouTube poleca obejrzeć w Polsce

Vlad Herasymenko, Serhii Mikhalkov, Yuliia Dukach,
Nataliia Romanyshyn, Halyna Pastukh
2024-01-26

Ryzyko zetknięcia się z dezinformacją na YouTube w Polsce jest niższe niż na Ukrainie. Pierwszą rzeczą, która chroni Polaków przed dezinformacją i rosyjskojęzycznymi treściami, jest brak znajomości języka rosyjskiego. Polski obszar informacyjny jest również chroniony przed dezinformacją przez prawo UE oraz zachowania i preferencje samych użytkowników, którzy oglądają znacznie mniej wiadomości na YouTube niż Ukraińcy. Wciąż jednak istnieją szare strefy i słabe punkty samej platformy, które zbadaliśmy, prosząc ponad 100 polskich wolontariuszy o zainstalowanie naszej aplikacji i zbieranie wszystkich rekomendowanych przez YouTube treści w ciągu dwóch miesięcy.

Nasze badania przyniosły dwa główne odkrycia.

- 1. W Polsce ludzie wchodzić na YouTube w poszukiwaniu rozrywki, a nie wiadomości politycznych i blogerów politycznych.*
- 2. Jeśli użytkownik obejrzy film prezentujący antyukraińską i prorosyjską narrację, algorytmy rekomendacji hojnie zaproponują wiele nowych filmów z podobną narracją.*

Pierwszą część badania: [SPIRALA ZALEŻNOŚCI Jak algorytmy YouTube'a promują teorie spiskowe i rosyjską propagandę na Ukrainie, czytaj tutaj](#).

YouTube jest jednym z najpopularniejszych serwisów społecznościowych w Polsce. W 2023 r. korzystało z niego 27,5 mln polskich użytkowników, co oznacza, że dwóch na trzech Polaków odwiedza YouTube, aby oglądać filmy lub słuchać muzyki.

Oznacza to, że dzięki algorytmom rekomendacji wszyscy z nich są narażeni na porcję teorii spiskowych lub na przykład na antyukraińską manipulację. Wiemy już, że algorytmy rekomendacji YouTube nie są doskonałe i często sprzyjają promocji rosyjskiej dezinformacji lub teorii spiskowych. Ale czy sytuacja wygląda tak samo po drugiej stronie ukraińsko-polskiej granicy? A może jednak dla państw członkowskich UE wchodzi w grę nieco inne zasady?

Spróbowaliśmy to rozgryźć prosząc ponad 100 polskich wolontariuszy o zainstalowanie aplikacji, która zbierała wszystkie rekomendacje dostarczane przez YouTube podczas oglądania filmów na ich komputerach stacjonarnych w ciągu dwóch miesięcy. Od razu możemy powiedzieć, że manipulowanie treściami politycznymi na YouTube w Polsce jest trudniejsze niż na Ukrainie. Chociaż wciąż możliwe.

YouTube służy rozrywce, a nie polityce.

Pierwszym i pewnie jednym z najważniejszych wniosków jest to, że w Polsce YouTube jest używany do oglądania wiadomości znacznie rzadziej niż w Ukrainie. Ludzie oglądają wiadomości i polityczne programy telewizyjne na stronach mediów internetowych, w telewizji lub na platformach streamingowych, gdyż wiele z tych programów w Polsce można oglądać tylko w ramach subskrypcji lub na stronie internetowej na własnym odtwarzaczu wideo.

Na przykład Polsat News (kanał informacyjny będący częścią dużej cyfrowej wielokanałowej sieci telewizyjnej Polsat Network) ma praktycznie martwy kanał YouTube z 117 000 subskrybentów – ostatnia aktualizacja miała miejsce trzy miesiące temu. A jednak zapewnia dostęp do swoich treści wideo nie tylko abonentom i widzom telewizji cyfrowej, ale także użytkownikom odwiedzającym stronę internetową. Jakaś irracjonalna strata już zgromadzonego grona odbiorców – mogą pomyśleć ukraińscy dziennikarze. Jednak ten kanał niejedyny dba o swoje prawa autorskie i nie stawia na YouTube.

Innym przykładem jest kanał informacyjny TVN24 (część sieci TVN). Jest on również dostępny na wszystkich platformach cyfrowych i w telewizji kablowej. Treści są dostępne w ramach subskrypcji, a na stronie internetowej nie ma linku do YouTube (ale jest link do Facebooka). Na oficjalnym kanale na YouTube opublikowano tylko 90 filmów.

Nie chodzi o to, że na YouTube w ogóle nie ma polskich wiadomości – TVP Info (kanał informacyjny nadawcy publicznego TVP) ma 340 000 subskrybentów i publikuje kilkanaście filmów dziennie. A przestrzeń wiadomości na YouTube nie ogranicza się tylko do niego. Tu jednak w grę wchodzi zapotrzebowanie widzów.

Porównując filmy oglądane przez uczestników naszego badania w Ukrainie i w Polsce, zauważamy wyraźną różnicę. Podczas gdy na Ukrainie filmy z kategorii „Wiadomości i polityka” były na drugim miejscu wśród najpopularniejszych, w Polsce były one prawie na końcu po innych treściach rozrywkowych.

Kategorie wideo najczęściej oglądanych przez uczestników badania

Nasza próba uczestników nie jest reprezentatywna, ale o apolityczności preferencji Polaków na YouTube wnioskujemy na podstawie rankingu 50 najpopularniejszych polskich kanałów YouTube.

Żaden z 50 największych polskich kanałów YouTube pod względem liczby subskrybentów w grudniu (według hypeauditor.com) nie należy do kategorii „Wiadomości i polityka”. Dla porównania, na Ukrainie w Top-50 największych kanałów YouTube jest 12 kanałów telewizyjnych, a jeden z nich (Kanał 24) znalazł się na trzecim miejscu.

Jeśli jednak przyjrzeć się bliżej najpopularniejszym polskim kanałom, da się zauważyć główna „słabość” i tajne przejście dla manipulacji YouTube (a jednocześnie antyukraińskich narracji). I tu na scenę wkraczają blogerzy.

Szara strefa. Polscy blogerzy przeciwko Ukrainie i Ukraińcom.

Trzecim najczęściej komentowanym kanałem na YouTube w Polsce jest Dzikie Trener. Jego pierwsze filmy były w pełni zgodne z nazwą kanału. Dziś jednak bloger promuje na YouTube swoje emocjonalne stanowisko w bieżących kwestiach społeczno-politycznych, od wartości współczesnej młodzieży po (nie)wdzięczność ukraińskich uchodźców. Znany jest ze swoich radykalnie prawicowych poglądów i szerzenia mowy nienawiści wobec Ukraińców pod pozorem troski o Polaków od samego początku inwazji na pełną skalę.

Mnóstwo subskrybentów, wyświetleń i komentarzy – a teraz treści blogera promuje sam YouTube, proponując uczestnikom naszych badań m.in. do obejrzenia jego filmiki „Polacy dają sobie wejść na głowę”, „Ukraińska wdzięczność” czy „Przyjaźń polsko-ukraińska”.

Chociaż zapotrzebowanie na treści informacyjne w Polsce nie jest duże, blogerzy newsowi znajdują swoją niszę. W końcu blogowanie różni się od newsów. Jest w nim więcej emocji, mniej faktów i zawsze istnieje możliwość przykrycia się argumentem, że to tylko osobista opinia. A zapotrzebowanie na komentarze ekspertów i możliwość zajęcia pozycji „eksperta gościnnego” pomaga wypromować się na rynku informacyjnym.

Zwracaliśmy już uwagę na to, jak instytucja (pseudo)ekspertyzy jest wykorzystywana przez ukraińskie media, w tym na YouTube. Polska również stosuje podobne praktyki godzinnej rozmowy z „ekspertami”. Choć, jak się wydaje, na nieco mniejszą skalę. Ten format jednak nie przestaje być niebezpieczny pod względem wpływu na odbiorców.

Weźmy Wojciecha Cejrowskiego, polskiego dziennikarza i satyryka. Kiedyś był znany jako podróżnik, dziś wykorzystuje tę rolę wraz ze swoim charakterystycznym hawajskim stylem i awatarem tukana, aby zagwarantować rozpoznawalność i skutecznie promować swoje filmy na swoim kanale YouTube mającym 630 000 subskrybentów.

Większość jego filmów jednakże od dawna nie dotyczy wycieczek, ale NATO i geopolityki. Jego wypowiedzi i cytaty przyniosły mu reputację prawicowego radykała i kilka wzmianek w Brązowej Księdze ([projekt](#) Stowarzyszenia Nigdy Więcej, który zbiera wszystkie dowody rasizmu, ksenofobii i dyskryminacji w Polsce).

W swoim filmie Cejrowski mógł usprawiedliwić decyzję Putina o rozpoczęciu wojny, obwiniając Polskę i kraje zachodnie. Jeszcze przed rozpoczęciem inwazji na pełną skalę rozpowszechniał ideę, że „celem Putina jest Ukraina, a celem Bidena jest wojna”. W radiu skomentował informację o 100 tysiącach Ukraińców w Warszawie: „Jeśli w Warszawie jest choć jeden bezrobotny, to znaczy, że Ukraińców jest za dużo”. Kilka udanych cytatów zostało rozpowszechnionych przez rosyjskie media pod nagłówkami „Polska przyznaje, że NATO to fikcja” lub „Polska ocenia potencjał militarny Rosji i Ukrainy”.

Filmy Cejrowskiego są nadal promowane przez YouTube, który polecił je naszym użytkownikom 280 razy i sklasyfikował je jako „Wiadomości i polityka”, „Blogi” i „Edukacja”.

Nawiasem mówiąc, YouTube sklasyfikował Dzikiego Trenera jako „Codzienne vlogi”. A treści innego absolutnie prorosyjskiego blogera, eksperta ds. geopolityki Leszka Sykulskiego, również polecane naszym uczestnikom do obejrzenia, znalazły się w kategorii „Edukacja”.

I tu nasuwa się pytanie: w jaki sposób YouTube w ogóle rozpoznaje lub rozróżnia blogerów informacyjnych i ekspertów?

Jak oddzielić blogerów politycznych od mediów wysokiej jakości?

Popularyzacja formatu „gadającej głowy”, którą ma charyzmę (a wraz z nią autorytet) i „niechęć widza do oglądania wiadomości” może mieć poważne konsekwencje. A info blogerzy od wielu lat mają swoją niszę, ale nie mają własnej kategorii, i z tego powodu często są błędnie klasyfikowani przez platformę. Weźmy na przykład wideo z kanału innego blogera, obecnie wojskowego, zatytułowane „Ukraina jako oskarżyciel uważa się za zbawcę świata i Europy!!!. [Zero wdzięczności za sprzęt wojskowy]”. Ten konkretny film, sklasyfikowany jako „Howto & Style”, został polecony uczestnikom badania do obejrzenia 25 razy.

A film, w którym omawiane są wersje katastrofy lotniczej w Smoleńsku i który pojawił się 34 razy w rekomendacjach, został sklasyfikowany przez platformę jako „Nauka i technologie”.

Pytanie, w jakiej mierze błędnie sklasyfikowane kategorie filmów mają wpływ na to, czy będą polecane „niewłaściwej” kategorii, pozostaje na razie bez odpowiedzi. Jednak to, że w kategorii „Wiadomości i polityka” dominują info blogerzy i totalny clickbait, staje się smutną rzeczywistością YouTube’a.

Media wysokiej jakości często muszą dokonać wyboru między byciem popularnymi a przestrzeganiem zasad etycznych dziennikarstwa. YouTube stworzył środowisko, w którym media konkurują nie ze sobą, tylko z treściami rozrywkowymi i producentami śmieci informacyjnych, którzy nie ograniczają się do standardów dziennikarskich, a w najlepszym wypadku przynajmniej nie zmyślają jawnych fejków.

Oto z kim muszą konkurować media wysokiej jakości na YouTube:



Fejków i manipulacji tu nie brakuje. I często na jednym kanale można znaleźć mieszankę wiadomości, geopolityki i historii – wszystko opowiedziane przez ekspertów, doprawione clickbaitem i kolorowymi kolażami.

Nie podoba się Ukraina? Oto lista filmów tematycznych!

Specyfika polega na tym, że po obejrzeniu kilku podobnych filmów YouTube zaczyna tworzyć dla użytkownika „lejek informacyjny”, podobnie jak w przypadku jednego z naszych uczestników badania, któremu w trakcie oglądania takich informacyjno-manipulacyjnych kanałów platforma rekomendowała do obejrzenia kolejne filmy, takie jak „Niepopularna prawda o wojnie rosyjsko-ukraińskiej. Robert Cheda i Jan Piński” lub kanał „Wiadomości-Polska”, który w poruszanych tematach polityki zagranicznej często ucieka się do manipulacji i rozpowszechniania fejków (na przykład o dyskusji na temat kary śmierci dla zdrajców na Ukrainie).

Wyniki badań skali mowy nienawiści wobec Ukraińców w polskich mediach społecznościowych są uderzające. W okresie od 1 listopada 2022 r. do 31 marca 2023 r. Instytut Monitorowania Mediów i Stowarzyszenie Demagog odnotowały prawie 300 000 publikacji i komentarzy skierowanych przeciwko Ukrainie i Ukraińcom w Polsce. Oznacza to średnio 84 posty na godzinę. I chociaż w tym przypadku badano Twittera i Facebooka, łatwo można sobie wyobrazić, jak te tezy i twórcy treści migrują do formatu wideo na YouTube.

Na obrazkach widzimy kilka przykładów tego, jak YouTube skutecznie rozpoznaje zainteresowanie antyukraińskimi filmami i proponuje do oglądania podobne treści.

Historia sukcesu. UE kontra dezinformacja na YouTube.

Jednak pomimo istnienia tej bańki antyukraińskich narracji, istnieją trzy inne „tajemnice sukcesu” w walce z rosyjską dezinformacją, oprócz ogólnie mniejszego zainteresowania treściami informacyjnymi na YouTube.

Po pierwsze, polscy użytkownicy YouTube są znacznie bardziej zabezpieczeni przed rosyjską dezinformacją niż Ukraińcy, choćby dlatego, że nie konsumują treści w języku rosyjskim.

Po drugie, YouTube reaguje na skargi organizacji pozarządowych, które walczą z mową nienawiści i nawoływaniem do przemocy.

Dobrym przykładem jest ultranacjonalistyczny kanał Media Narodowe polskiego nacjonalisty Roberta Bąkiewicza, który wielokrotnie szerzył rosyjską propagandę i używał mowy nienawiści wobec Ukraińców i Żydów. Udało im się nawet otrzymać dotacje z budżetu państwa, na co zwróciło uwagę wspomniane wcześniej Stowarzyszenie Nigdy Więcej. Obecnie ten kanał YouTube nadal aktywnie pracuje nad tworzeniem treści, chociaż w praktyce nie funkcjonuje: w grudniu miał 420 subskrybentów i 320 filmów.

Inny przykład to jeden z głównych popularyzatorów rosyjskiej narracji, poseł na Sejm Grzegorz Braun, prezes Konfederacji Korony Polskiej, która zajmuje antyukraińskie stanowisko i promuje antyukraiński ruch Ukrainizacja Polski. Konfederacja (Konfederacja Korony Polskiej lub KKP/Korona) żadnego razu nie pojawiła się w rekomendacjach YouTube w trakcie naszych badań.

Istnieje zatem nadzieja, że chociaż kanał ten jest aktywny, platforma nie promuje jego treści za pomocą algorytmów rekomendacji.

Kolejną znaną historią jest zablokowanie kanału wRealu24 i jego autora Marcina Roli w 2022 roku. W odpowiedzi na to stworzył i uruchomił „potencjalnego zabójcę YouTube’a” – serwis wideo BanBye, który, jak sama nazwa wskazuje, miał uwolnić polskich „aktywistów” od rzekomo nielegalnej i nieuczciwej polityki moderacji.

Dzisiaj BanBye jest alternatywnym polskim YouTube’em, gdzie ultranacjoniści oglądają się nawzajem.

Trzecim (i potencjalnie najpoważniejszym) poziomem zabezpieczenia przed dezinformacją jest polityka moderacji YouTube’a stosowana w UE.

Oprócz istniejącej polityki moderacji YouTube, pod koniec sierpnia 2023 r. w UE weszła w życie ustawa o usługach cyfrowych mająca na celu zwalczanie nielegalnych treści i stworzenie silniejszych mechanizmów kontroli publicznej nad działalnością platform internetowych.

Od teraz główne platformy i wyszukiwarki muszą ściśle monitorować publikowane treści, natychmiast usuwać nielegalne treści i usuwać ukierunkowane reklamy oparte na orientacji seksualnej, religii, pochodzeniu etnicznym lub przekonaniach politycznych. Ustawa nie mówi wprost, jakiego rodzaju treści powinny być moderowane, ale wymaga od platform uproszczenia mechanizmu składania skarg od użytkowników, skuteczniejszego reagowania na nie i uczynienia procesu moderacji bardziej przejrzystym, z obowiązkiem powiadamiania autora o przyczynach zablokowania.

Ustawa wymaga również, aby platformy internetowe zapewniały większą przejrzystość swoich algorytmów i informowały nas o tym, dlaczego niektóre treści są nam polecane, z możliwością całkowitej rezygnacji ze spersonalizowanych rekomendacji.

Trudno uwierzyć, że YouTube ujawni przynajmniej część kodu źródłowego swoich algorytmów rekomendacji, jak zrobił to swego czasu Twitter. Faktem jednak jest, że polityka moderacji UE jest jedną z najskuteczniejszych metod wywierania presji na serwisy społecznościowe. Szkoda tylko, że wyniki te nie dotyczą na razie Ukrainy.

V. Herasymenko, S. Mikhalkov, Y. Dukach, N. Romanyshyn, H. Pastukh: „Rozrywka i antyukraińska bańka. Co YouTube poleca obejrzeć w Polsce”. Texty.org.ua, 26.01.2024.

<https://texty.org.ua/projects/111619/rozrywka-i-antyukrainska-banka-co-youtube-poleca-obejrzec-w-polsce/>