

Розваги та антиукраїнська бульбашка. Що ютуб рекомендує подивитися в Польщі

Наталія Романишин, Влад Герасименко, Галина Пастух,
Юлія Дукач, Сергій Міхальков
2023-12-13

Ризики натрапити на дезінформацію на ютубі в Польщі менші, ніж в Україні. Перше, що захищає від дезінформації та російськомовного контенту поляків, — це незнання російської мови. Також інформаційне поле Польщі убезпечують від дезінформації закони ЄС та особливості поведінки й уподобання самих юзерів, які переглядають новини на ютубі значно менше, ніж українці. Але все одно залишаються сірі зони й уразливості самої платформи, які ми дослідили, попросивши більш ніж 100 польських волонтерів установити наш застосунок і впродовж двох місяців збирати всі рекомендації, які надавав ютуб.

У нашому дослідженні два головних відкриття:

1. У Польщі люди йдуть на ютуб за розвагами, а не за політичними новинами і політичними блогерами.
2. Якщо користувач переглянув відео з антиукраїнськими і проросійськими наративами, алгоритми рекомендацій щедро пропонують багато нових відео зі схожими наративами.

Першу частину дослідження: [СПРАЛЬ ЗАЛЕЖНОСТІ Як алгоритми YouTube просувають в Україні конспірологію та російську пропаганду читайте тут.](#)

YouTube — одна з найпопулярніших соціальних мереж у Польщі. Станом на 2023 рік ним користується 27,5 млн польських юзерів, тобто двоє з трьох поляків заходять на ютуб переглянути відео чи послухати музику.

Зібравши усі рекомендації, які надавав ютуб 122 польським респондентам, можемо одразу зазначити: у Польщі маніпулювати навколополітичним контентом через ютуб складніше, ніж в Україні. Але все ще можливо.

Ютуб для розваг, не для політики

Перше і, напевно, одне з найважливіших відкриттів: у Польщі ютуб значно менше, ніж в Україні, використовують для перегляду новин. Щоб подивитися новини та політичні телешоу, використовуються онлайн-медіа, телебачення або стримінгові платформи. Адже багато таких програм у Польщі можна переглянути лише за підпискою або на сайті у власному відеопрогравачі.

Наприклад, Polsat News (новинний канал, що є частиною великої мережі цифрового багатоканального телебачення Polsat Network) має фактично мертвий ютуб-канал із 117 тис. підписників — останнє оновлення три місяці тому. І при цьому дає можливість доступу до свого відеоконтенту не тільки підписникам та глядачам цифрового телебачення, а й відвідувачам сайту. “Як нераціонально втрачати вже зібрану аудиторію”, — можуть подумати українські новинарі. Але цей канал не єдиний піклується про свої авторські права й не робить ставку на ютуб.

Інший приклад — новинний канал TVN24 (є частиною TVN Network). Теж доступний на всіх діджитал-платформах і для кабельного телебачення. Для доступу до контенту обов'язкова підписка, на сайті немає посилання на ютуб (зате є на фейсбук). Та й на офіційному ютуб-каналі лише 90 відео.

Не те щоб польських новин зовсім не було на ютубі — TVP Info (новинний канал суспільного державного мовника TVP) має 340 тис. підписників і публікує більш ніж десяток відео щодня. І лише ним новинний ютуб-простір не обмежується. Проте тут уже в гру вступає запит від аудиторії.

Порівнявши відео, які переглядали учасники нашого дослідження в Україні й Польщі, бачимо характерну різницю. Якщо в Україні відео з категорії “Новини і політика” були на другому місці за популярністю серед учасників, то в Польщі вони опинилися далеко після інших розважальних категорій.

Категорії, у яких найчастіше переглядали відео учасники дослідження

Наша вибірка учасників не є репрезентативною, але аполітичні ютуб-уподобання поляків впадають у вічі і в рейтингу 50 найпопулярніших польських ютуб-каналів.

Жоден із 50 найбільших польських ютуб-каналів грудня за кількістю підписників (за версією hureauditor.com) не працює в категорії “Новини і політика”. Для порівняння: в Україні в топ-50 ютубу представлені 12 телеканалів, один із яких (24 канал) на третьому місці.

Та якщо уважніше придивитися до польських найпопулярніших каналів, то стають очевидними основна “вразливість” і потаємний хід для ютуб-маніпуляцій (а водночас і антиукраїнських наративів). І тут на сцену виходять блогери.

Сіра зона. Польські блогери проти України та українців

На третьому місці серед найбільш коментованих ютуб-каналів у Польщі “Дикий тренер” (“Dziki Trener”). Його перші відео цілком відповідали назві каналу. Але сьогодні на ютубі блогер просуває радше свою емоційну позицію щодо актуальних соціально-політичних питань — від цінностей сучасної молоді до (не)вдячності українських біженців. Він відомий своєю праворадикальною позицією і тим, що від самого початку повномасштабного вторгнення поширював мову ворожнечі проти українців під виглядом турботи про поляків.

Багато підписників, переглядів і коментарів — і ось уже контент блогера просуває сам ютуб, пропонуючи, зокрема, і нашим учасникам дослідження подивитися його відео “Поляки дають на себе впливати”, “Українська вдячність” або “Польсько-українська дружба”.

І хоча запит на новинний контент у Польщі не такий великий, проте інформаційні блогери знаходять свою нішу. Адже блогінг істотно відрізняється від новин. Більше емоцій, менше фактів і завжди є можливість прикритись аргументом, що це лише особиста думка. А просувати себе на інформаційному ринку допомагають наявність запиту на експертні коментарі та можливість пристати на позицію “запрошеного експерта”.

Ми вже підсвічували, як інститут (псевдо)експертизи використовують українські медіа, зокрема й на ютубі. Польща також має схожі практики годинного спілкування з “експертами”. Хоча й, здається, у трохи менших обсягах. Але від цього такий формат не перестає бути небезпечним з огляду на вплив на аудиторію.

Взяти хоча б Войцеха Цейровського (Wojciech Cejrowski), польського журналіста й сатирика. Колись відомий як мандрівник, сьогодні він використовує це амплу разом із фірмовим

гавайським стилем і туканом на аватарці, щоб гарантувати собі впізнаваність та успішно просувати свої відео на ютуб-каналі із 630 тис. підписників.

Та більшість його відео вже давно не про мандри, а про НАТО й геополітику. Його висловлювання та цитати гарантували йому славу праворадикала та кілька згадок у “Коричневій книзі” (проект асоціації “Ніколи знову”, у межах якого збирають усі свідчення расизму, ксенофобії та дискримінації в Польщі).

У своєму відео Цейровський міг виправдовувати рішення Путіна розпочати війну, звинувачуючи Польщу та країни Заходу. Ще до початку повномасштабного вторгнення він поширював тези, що “мета Путіна — це Україна, а мета Байдена — це війна”. В ефірі на радіо коментував інформацію про 100 тис. українців у Варшаві: “Якщо у Варшаві є хоча б один безробітний, це означає, що українців забагато”. А деякі успішні цитати розліталися російськими медіа під заголовками “У Польщі визнали, що НАТО — фікція” або “У Польщі оцінили воєнний потенціал Росії та України”.

Відео Цейровського продовжує просувати ютуб, який тільки нашим учасникам рекомендував їх 280 разів і класифікував як “Новини і політика”, “Блоги” та “Навчання”.

До речі, “Дикого тренера” ютуб зарахував до категорії “Daily vlogs”. А відео іншого абсолютно проросійського блогера, експерта з питань геополітики Лешека Сиккульського (Leszek Sykulski), також рекомендованого до перегляду нашим учасникам, — до категорії “Навчання”.

І тут постає питання: а як ютуб узагалі розпізнає чи виокремлює інформаційних блогерів та експертів?

Як відокремити політичних блогерів від якісних медіа?

Популяризація формату “голова, що говорить”, яка доповнена харизмою (а з нею й авторитетом) і “небажанням глядача дивитися новини”, може призвести до серйозних наслідків. А інфоблогери вже багато років мають свою нішу, але не мають своєї категорії, через що часто неправильно класифікуються платформою.

Взяти хоча б відео з каналу іншого блогера, тепер уже військового, з характерною назвою “Україна-позивач вважає себе рятівником світу і Європи!!! [Нуль вдячності за військову техніку]”. Саме це відео, класифіковане як “Howto & Style”, ютуб рекомендував переглянути учасникам дослідження 25 разів.

А відео з обговоренням версій авіакатастрофи в Смоленську, яке в рекомендаціях з’являлося 34 рази, було класифіковане платформою як “Наука і технології”.

Питання, якою мірою впливають неправильно визначені категорії відео на те, чи рекомендуватиметься воно “помилковій” категорії, залишається відкритим. Але те, що в категорії “Новини і політика” панують інфоблогери та суцільний клікбейт, стає сумною реальністю ютубу.

Якісні медіа часто постають перед вибором або бути популярними, або дотримуватися етичних і журналістських стандартів. Ютуб створив такі умови, що медіа конкурують не між собою, а з розважальним контентом та інформаційними сміттярками, які не обмежують себе журналістськими стандартами і в найкращому разі хоча б не продукують відверті фейки.

З ким доводиться конкурувати якісній журналістиці на ютубі:



Хоча фейків і маніпуляцій там задосить. І часто на одному каналі можна натрапити на суміш новин, геополітики та історії — все вустами експертів під соусом клікбейту та з яскравими колажами.

Не подобається Україна? Тримайте ще добірку схожих відео!

Особливість у тому, що в той момент, коли ви переглянете кілька схожих відео, ютуб почне створювати для вас “інформаційну воронку”, як зробив це для одного з наших учасників дослідження, пропонуючи під час перегляду таких інформаційно-маніпулятивних каналів дивитися далі відео на кшталт “Непопулярна правда про російсько-українську війну. Роберт Чеда та Ян Пінський” або канал “Wiadomości-Polska”, де часто маніпулятивно висвітлюються теми зовнішньої політики й транслюються фейки (наприклад, про обговорення в Україні запровадження смертної кари для зрадників).

Вражають результати дослідження масштабів мови ненависті проти українців у польських соціальних мережах. Із 1 листопада 2022 року по 31 березня 2023 року Інститут моніторингу медіа та Асоціація «Демагог» зафіксували майже 300 тис. публікацій і коментарів, спрямованих проти України та українців у Польщі. Тобто йдеться про публікацію в середньому 84 одиниць контенту на годину. І хоча в цьому випадку досліджували твіттер і фейсбук, неважко собі уявити, як ці тези та контентмейкери мігрують у відеоформат ютубу.

На зображеннях кілька прикладів того, як ютуб успішно ідентифікує інтерес до антиукраїнських відео й пропонує переглянути схожий контент.

Історія успіху. ЄС проти дези на ютубі

Та, попри наявність цієї бульбашки антиукраїнських наративів, крім загалом меншої зацікавленості в новинному контенті на ютубі є ще три “секрети успіху” боротьби проти російської дезінформації.

По-перше, польські користувачі ютубу значно більше захищені від російської дезінформації, ніж українці, хоча б тому, що не споживають російськомовний контент.

По-друге, ютуб реагує на скарги громадських організацій, які борються проти мови ненависті та закликів до насильства.

Наочний приклад — ультра націоналістичний канал “Національні медіа” (“Media Narodowe”) польського націоналіста Роберта Бонкевича, де не раз поширювали тези російської пропаганди й транслювали мову ворожнечі проти українців та євреїв. І навіть примудрялись отримувати державні дотації, на що звернули увагу в уже згадуваній асоціації “Ніколи знову”. На сьогодні, попри продовження активної роботи зі створення контенту, цей ютуб-канал фактично не функціонує: у грудні він мав 420 підписників і 320 відео.

Або один з основних поширювачів російських наративів — депутат Сейму Гжегож Браун, представник партії “Конфедерація корони польської”, яка займає антиукраїнську позицію та просуває антиукраїнський рух “Українізація Польщі”. Згадка про “Конфедерацію” (“Konfederacja Korony Polskiej” або “ККР/Корона”) жодного разу впродовж нашого дослідження не з’явилася в рекомендаціях ютубу. Тож є надія, що хоч цей канал і активний, але платформа все ж таки не просуває його контент через свої алгоритми рекомендацій.

Інша відома історія — блокування у 2022 році каналу “wRealu24” і його автора Марціна Рола (Marcin Rola). У відповідь він створив і запустив “потенційного вбивцю ютубу” — відеосоцмережу VanVue, що, як очевидно з назви, мала б звільнити польських “активістів” від нібито неправомірної та несправедливої політики модерації.

На сьогодні VanVue — це альтернативний польський ютуб, де один одного дивляться ультра націоналісти.

Третім (і потенційно найсерйознішим) рівнем захисту від дезінформації є політики модерації ютубу, які діють у межах ЄС.

Крім уже наявних політик модерації ютубу наприкінці серпня 2023 року в Євросоюзі набрав чинності закон про цифрові послуги, покликаний боротися з незаконним контентом і створити сильніші механізми громадського контролю за онлайн-платформами.

Тепер великі платформи та пошукові системи мають суворо стежити за контентом, що розміщується, негайно видаляти незаконний і прибрати таргетовану рекламу на основі сексуальної орієнтації, релігії, етнічної належності чи політичних переконань. Закон хоч і не розкриває, який саме контент має бути модерований, але вимагає від платформ спростити сам механізм скарг від юзерів, ефективніше на нього реагувати й зробити процес модерації прозорішим з обов’язковим повідомленням автора про причини блокування.

Закон також вимагає, щоб онлайн-платформи забезпечували більшу прозорість роботи своїх алгоритмів та інформували про те, чому нам рекомендують той чи інший контент, із можливістю цілковито відмовитися від персоналізованого контенту.

Сумніваємося, що ютуб розкриє принаймні частину вихідного коду алгоритмів рекомендацій, як це свого часу зробив твіттер. Але те, що політики модерації ЄС є одним із найдієвіших методів тиску на соціальні платформи, залишається фактом. Шкода лише, що ці результати поки що не поширюються й на Україну.

Н. Романишин, В. Герасименко, Г. Пастух, Ю. Дукач, С. Міхальков: „Розваги та антиукраїнська бульбашка. Що ютуб рекомендує подивитися в Польщі”. Texty.org.ua, 13.12.2023.

<https://texty.org.ua/projects/111320/rozhahy-ta-antyukrayinska-bulbashka-sho-yutub-rekomenduyepodyvytysya-v-polshi>