



# **Prezidentské voľby 2024**

## **Monitorovacia správa č. 2**

### **Kampaň v TV spravodajstve**

**(26. február – 7. marec 2024)**

*15. marec 2024*  
*Bratislava*

MEMO 98

---

[www.memo98.sk](http://www.memo98.sk), [www.infovolby.sk](http://www.infovolby.sk) | [memo98@memo98.sk](mailto:memo98@memo98.sk)

0903 581 591 (office), 0905/493 591 (Rast'o Kužel), 0905/895 304 (Ivan Godársky), 0905/581 251 (Marek Mračka)

**AUTORI**

Ivan Godársky

Marek Mračka

Rasťo Kužel

Projekt monitoringu médií pred prezidentskými voľbami sa realizuje vďaka podpore *National Endowment for Democracy (NED)*.

## ÚVOD

Z výsledkov prieskumu agentúry [AKO pre TV Joj z marca 2023](#) vyplýva, že informácie o politike čerpá väčšina obyvateľov najčastejšie z **televízie**, ktorú uviedlo ako zdroj až **64%** respondentov. **Online médiá** na internete (web stránky) ako zdroj informácií o domácom politickom dianí uviedlo **59,4%**, **sociálne siete** respondentov. Až ďalšími zdrojmi sociálne siete (37,5%) a rádio (35,1%).<sup>1</sup>

Podobné výsledky o dominancii online prostredia a televízie vyplývajú aj z údajov [Digital News Report 2023](#), ktorú vypracoval Reuters Institute Oxfordskej univerzity (správa RI).

Keďže z dostupných dát stále platí, že občania Slovenska stále čerpajú informácie o domácej politike primárne z televízií a internetu zdrojov, pokračujeme aj v tejto kampani v monitoringu TV spravodajstva a vybraných online zdrojov.

Je smutným faktom, že dôvera v médiá je na Slovensku dlhodobo veľmi nízka - len 27%, čo Slovensko radí takmer na chvost (44 zo 46 krajín, pričom nižšie sú len Maďarsko a Grécko, na čele rebríčka je Fínsko so 69%, v prvej desiatke sú ďalšie tri severské krajiny). Úroveň celkovej dôvery v médiá na Slovensku sa za dané obdobie výrazne nezmenila - v roku 2017 bola úplne rovnaká (27%). V rokoch 2018-2019 sa v reakcii na vraždu investigatívneho novinára Jána Kuciaka a jeho snúbenice Martiny Kušnírovej a následnú spoločenskú diskusiu o dôležitosti novinárskej profesie dôvera zvýšila (33-34%), no odvtedy klesá.

Okrem faktu, že tieto čísla odzrkadľujú aj rozvetvenú sieť zdrojov s problematickým obsahom (tzv. dezinfo scéna), ktoré sú pre mnohých ľudí časťou mediálneho priestoru a logicky znižujú jeho celkovú dôveryhodnosť, zaujímavé je aj rozmenenie čísel na drobné. V správe RI z 15 hodnotených médií bola dôvera prevažujúcim hodnotením až u 11 z nich (opačne dopadli len bulvárnejšie médiá - Nový čas, Plus, Topky a Refresher). Napriek tomu je nevyhnutné spomenúť, že trend posledných rokov je zrejmy - počet médií vnímaných ako dôveryhodné klesá. [V správe RI z roku 2021](#) bolo takýchto médií 14 (v roku 2022 ich bolo 12), z toho až 8 médií sa tešilo aspoň 50-percentnej dôveryhodnosti (v roku 2023 mali takýto vysoký podiel dôveryhodnosti len 2 médiá - TA3 a RTVS).

Digital News Report 2023 zároveň jednoznačne poukazuje na súvislosť medzi vysokou frekvenciou, s akou médiá čelia kritike, a následnou nízkou dôverou v ne. Slovensko sa uvádza ako jeden z exemplárnych prípadov, kde médiá čelia neustálemu tlaku a kritike zo strany politikov - v jednej línii s USA, Maďarskom a Tureckom (Slovensko má štvrtý najvyšší podiel kritiky médií zo strany politikov).

Politici z národno-konzervatívnych politických zoskupení a predovšetkým vrcholní predstavitelia vláducej SMER-ssd a SNS v posledných rokoch zámerne podkopávajú dôveryhodnosť tradičných médií, pričom na čele tejto otvorene nepriateľskej rétoriky stoja

---

<sup>1</sup> Údaje sa samozrejme menia v závislosti od vekovej štruktúry obyvateľstva - pre mladšiu generáciu (do 33 rokov) je dominantným zdrojom internet a sociálne siete (71 a 61% vs 44% televízia), pre strednú generáciu (do 49 rokov) sú internet a televízia porovnateľnými zdrojmi (68 a 62%), pre staršiu generáciu (do 65 rokov a nad 65 rokov) je už naopak televízia určujúcim zdrojom (70 a 85%).

čelní predstavitelia štátu - premiér Róbert Fico a predseda koalície SNS Andrej Danko, ktorí systematicky útočia voči kritickým médiám. Aj bývalý premiér Matovič (hnutie Slovensko) pomerne pravidelne používa negatívne nálepky voči kritickým médiám.

Posledný vývoj okolo RTVS, kde Ministerstvo kultúry tento týždeň predstavilo návrh dramatickej zmeny fungovania verejnoprávneho médiá s cieľom de-facto politickej kontroly, by znamenal stratu nezávislosti médiá.<sup>2</sup>

MEMO 98 sa dlhodobo venuje zobrazovaniu politických subjektov a ich predstaviteľov v médiách na Slovensku ako aj v zahraničí, naposledy počas parlamentných volieb 2023, kedy sme vydali šesť monitorovacích správ o pokrytí kampane v spravodajstve televízií a online médií, ako aj v diskusných formátoch.<sup>3</sup>

Naša [prvá správa](#) vydaná v súvislosti s prezidentskými voľbami 2024 analyzovala obdobie od uverejnenia vyhlásenia volieb (9.1.2024) počas prvých šiestich týždňov kampane (do 19.2.2024) a zameriavala sa na sociálne siete (predovšetkým najpopulárnejšie siete spoločnosti Meta - Facebook a Instagram), kde sme sledovali aktivnosť (počet postov) ako aj interaktivitu (celkový počet reakcií, komentárov a zdieľaní) prezidentských kandidátov.

Táto správa analyzuje prezentáciu prezidentských kandidátov v hlavných spravodajských reláciách RTVS, TV Markíza TV Joj a TA3 počas 11 dní záverečnej fázy kampane (26.2.-7.3.2024). Správa zároveň prináša analýzu mediálnej prezentácie aj niektorých iných politických subjektov – politických strán, hnutí, a ako aj predstaviteľov štátu (prezident SR, vláda SR). Sledovanými kritériami bol priestor, ktorý médiá venovali sledovaným subjektom, ako aj spôsob (pozitívny, neutrálny, negatívny), akým boli prezentované.

Nasledujúcu správu, ktorá prinesie aj zistenia za online médiá prinesieme na konci volebnej kampane, v stredu 20. marca 2024.

## HLAVNÉ ZISTENIA

- **Najzobrazovanejším politickým subjektom bola v sumáre televízií (a aj v každej z televízií) vláda SR – celkovo so 47,7%.** Najviac priestoru jej venovali RTVS (52,6%) a TA3 (51,1%), najmenej TV Markíza (41,3%).
- **Prezidentka Zuzana Čaputová dostala v sumáre televízií 4,3%,** najviac v TA3 (7,3%), najmenej v RTVS (3,1%).
- **Predseda parlamentu Peter Pellegrini dostal dostala v sumáre televízií 2,9%,** najviac v TA3 a TV JOJ (4,3%), najmenej v RTVS (1,8%).

<sup>2</sup> MEMO 98 v spolupráci s inými organizáciami občianskej a odbornej verejnosti (Nadácia Zastavme korupciu, Via Iuris, Transparency International Slovakia, INEKO, ICJK) 14.marca iniciovalo verejnú výzvu [Zastavme únos RTVS](#) voči predmetnému návrhu.

<sup>3</sup> Správy dostupné na našom webe [memo98.sk](#) sa týkali prezentácie subjektov v spravodajstve televízií a online médií ([18. august 2023](#), [15. september 2023](#), [27. septembra 2023](#), [13. októbra 2023](#)), ako aj ich zastúpenia v diskusiách ([11. júl 2023](#), [27. október 2023](#)).

- **Peter Pellegrini bol v sumáre televízií najprezentovanejším politikom spomedzi kandidátov, získal 29,2% priestoru (13 minút a 1 sekunda)** venovaného týmto politikom (aj ako predstaviteľom strán, aj v iných funkciách). Druhým najzobrazovanejším bol Igor Matovič (19,9%), tretím Andrej Danko (18,9%), teda predstavitelia parlamentných strán. Nasledoval prvý občiansky kandidát Ivan Korčok s priestorom na úrovni 10,4% (4 minúty 39 sekúnd).
- **Peter Pellegrini ťažil z pozície predsedu NR SR, v ktorej získal 56,2% jeho priestoru (7 minút 19 sekúnd)** – 22,1% získal ako predstaviteľ strany HLAS-sd a 21,6% ako kandidát. Potvrďuje sa zistenie z našej správy č. 1 (zo 4. marca), ktorá analyzovala obsah postov na Facebooku počas prvých šiestich týždňov kampane – takmer 60% postov Petra Pellegriniho bolo spojených s výkonom oficiálnej funkcie.
- **Ivan Korčok a Peter Pellegrini boli z kandidátov prezentovaní najpozitívnejšie** (v kontexte celého pokrytia, nielen času venovaného kandidatúre). U Ivana Korčoka to bolo v TV JOJ, TV Markíza aj TA3, u Petra Pellegriniho výrazne v TA3. Naopak, najkritizovanejším bol predseda SNS Andrej Danko, najviac v TV JOJ.
- **Pokiaľ ide len o priestor venovaný politikom výlučne v pozícii „kandidát“, tu bola najväčšia pozornosť venovaná Ivanovi Korčokovi – 23,5%** z tohto času. V sumáre všetkých televízií nasledovali Igor Matovič a Milan Náhlik.
- **Celkovo je jedným z kľúčových zistení, že televízie venovali pomerne málo spravodajského priestoru téme volieb ako takým** – najviac to bolo v TV Markíza (6,9% z celkového priestoru spravodajskej relácie), najmenej v TA3 (1,3%). Počas parlamentnej kampane 2023 venovali televízie voľbám a ich rôznym aspektom väčší priestor - medzi 13,9% (TV Markíza) a 7,1% (RTVS).
- **Vyhýbanie sa diskusiám, ako to vidíme predovšetkým zo strany spolufavorita volieb Petra Pellegriniho vytvára demokratický deficit**, čoho dôsledkom je menej a teda horšie informovaný volič.

### **Komentáre**

Televízie venovali pomerne málo spravodajského priestoru kampani – najviac to bolo v TV Markíza (6,9%), najmenej v TA3 (1,3%). Na druhej strane, viac času bolo venovaného politickým témam, predovšetkým novele trestných kódexov, slovenským súvislostiam vojny na Ukrajine, či stretnutiu ministra Juraja Blanára s ruským ministrom Lavrovom.

V kontexte aktuálnej diskusie o vládnom návrhu smerujúcom ku drastickej eliminácii nezávislosti **RTVS** možno konštatovať, že spravodajstvo RTVS nevykazuje výraznejšie zmeny v informovaní o politických udalostiach v porovnaní s predchádzajúcimi volebnými kampaňami. Počas monitoringu sme nezaznamenali porušenia objektívnosti jej spravodajstva a pričom sa RTVS snaží poskytovať vyvážený obraz o politických udalostiach,

čo sa odráža v pokrytí rôznych tém a udalostí. Spravodajstvo RTVS je vyvážené, pričom vládni politici dostávajú v RTVS dostatok priestoru. Prezidentským voľbám sa v spravodajstve RTVS nevenovalo veľa priestoru, RTVS pokrýva praktické otázky volieb v rámci sekcie *Volebný manuál*, a v špecifických formátoch mimo hlavných správ – rozhovory s kandidátmi na RTVS 24 (*Interview:24 Špeciál*) a na Slovenskom rozhlase (*Z prvej ruky*).

Prezidentské voľby mali na **TV Markíza** v porovnaní s ostatnými televíziami väčší priestor. Televízia priniesla okrem vlastného tradičného volebného formátu typu medailón - *Prezident 2024* (odmietli ho však Andrej Danko aj Marian Kotleba), aj niekoľko rozhovorov s kandidátmi z relácie *Na telo plus*, ktorá je venovaná prezidentským kandidátom.

Na **TA3** sú politické udalosti hlavnou témou spravodajstva kanálu a reportáže sú jasné a stručné. Na druhej strane priestor venovaný prezidentským voľbám je relatívne malý, pričom televízia vysiela rozhovory s kandidátmi v rámci relácie *Téma dňa*.

Pokiaľ ide o prezidentských kandidátov, **TV JOJ** venuje politickým kandidátom v hlavnom spravodajstve menšiu pozornosť. Kandidáti majú možnosť vystúpiť ako hostia v relácii *Kreslo pre kandidáta* na JOJ 24.

### **Diskusie**

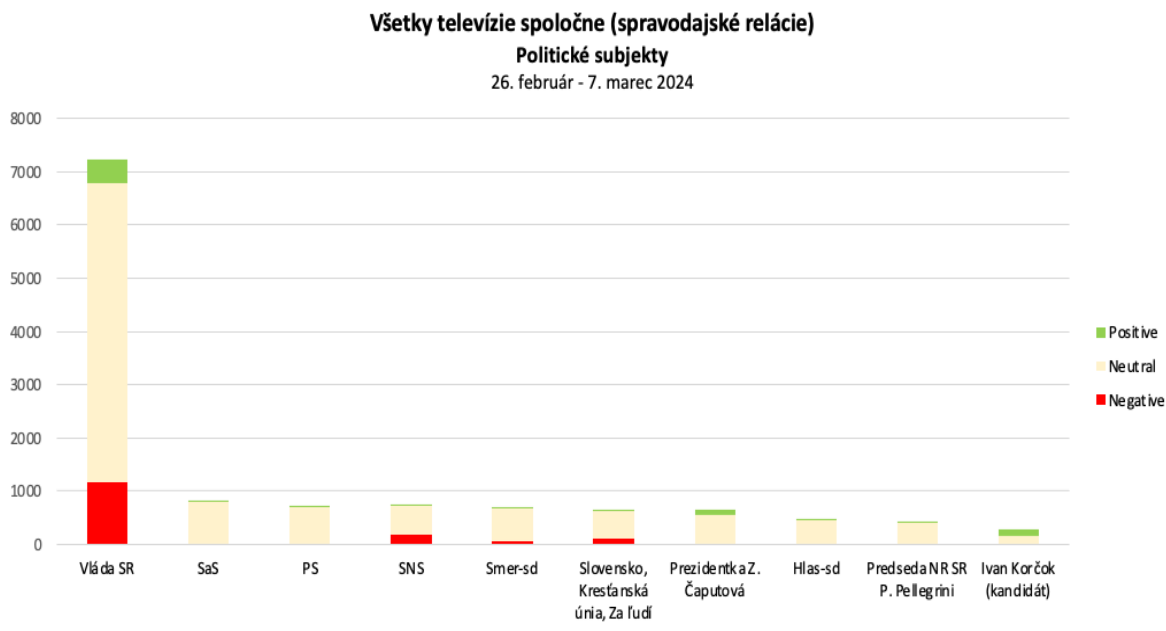
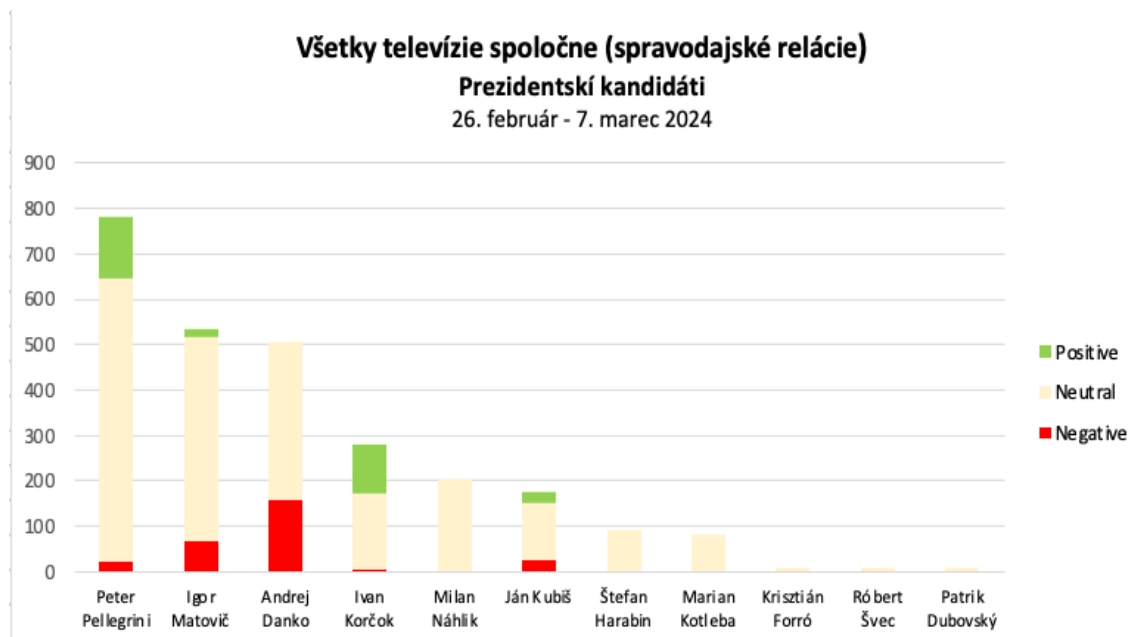
Ako MEMO 98 už viackrát v minulosti uviedlo, interaktívna a dynamická diskusia za účasti viacerých kandidátov, moderovaná skúseným novinárom a nezáväzná príliš úzkostlivým dodržiavaním pravidiel o rovnakom čase, je počas volebných kampaní divácky najpríťažlivejšou a najinformatívnejšou formou. Práve dialóg medzi samotnými kandidátmi umožňuje voličom najlepšie porovnať a posúdiť ich silnejšie a slabšie stránky.

Tak ako sme oceňovali prístup televízií aj viacerých iných médií počas kampane pred predčasnými parlamentnými voľbami (vydali sme v tejto súvislosti dve špecifické správy, vid' vyššie), tak momentálne je situácia skôr opačná.

Absencia kandidátov v diskusiách, resp. ich vyhýbanie sa im, ako to vidíme predovšetkým zo strany spolufavorita volieb Petra Pellegriniho vytvára demokratický deficit, čoho dôsledkom je menej a teda aj horšie informovaný volič. Viac sa téme diskusií budeme venovať v nasledujúcej správe. Všetky doteraz uskutočnené diskusie a rozhovory je možné nájsť (linky na ne) na našom informačnom portáli [www.infovolby.sk](http://www.infovolby.sk) (sekcia [Médiá](#)).

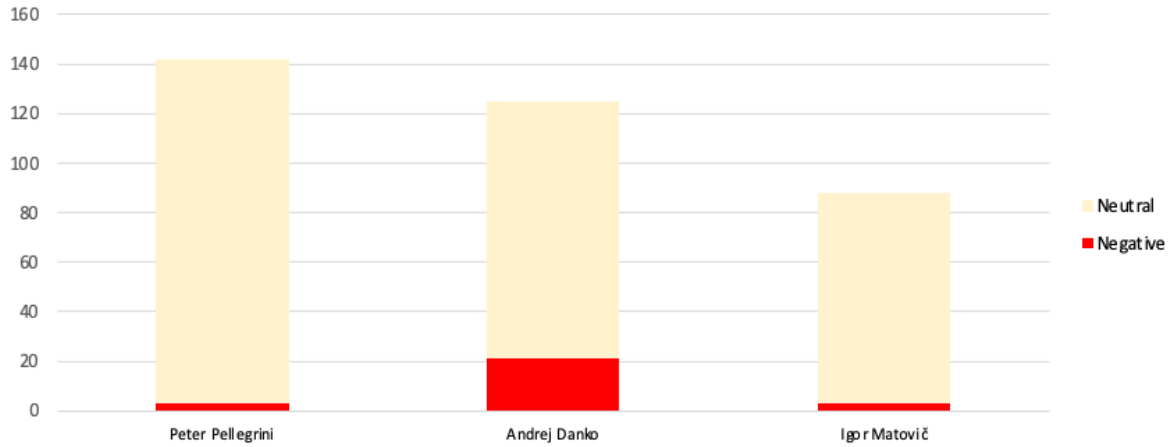
## GRAFY (Prezidentskí kandidáti a politické subjekty)

Všetky televízie spolu (všetci prezentovaní kandidáti a top10 subjektov)

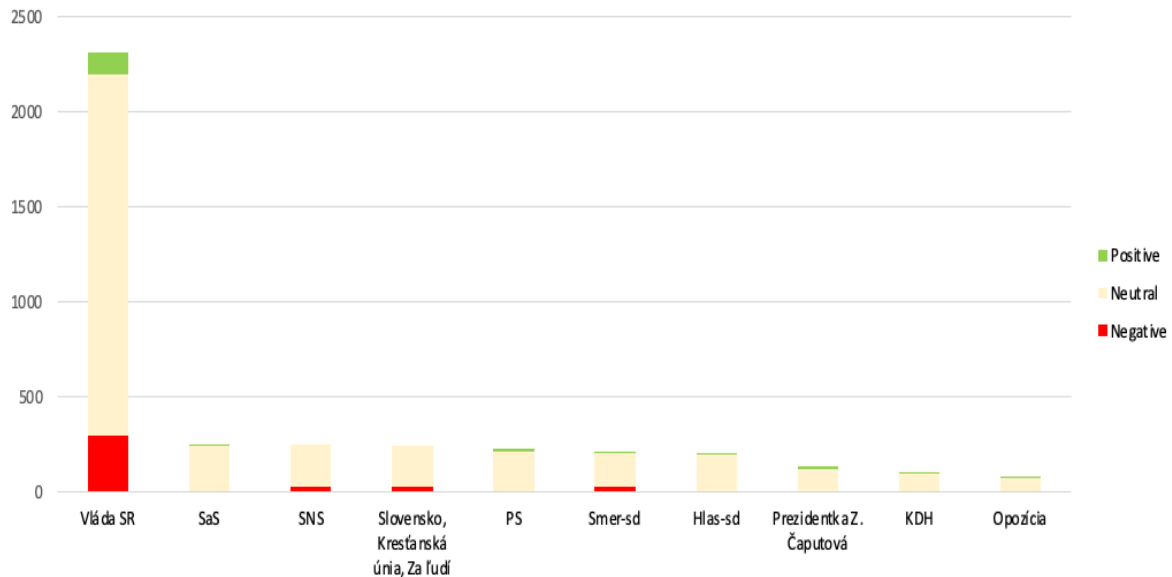


***RTVS (všetci prezentovaní kandidáti a top10 subjektov)***

**RTVS (Správy RTVS)**  
**Prezidentskí kandidáti**  
 26. február - 7. marec 2024

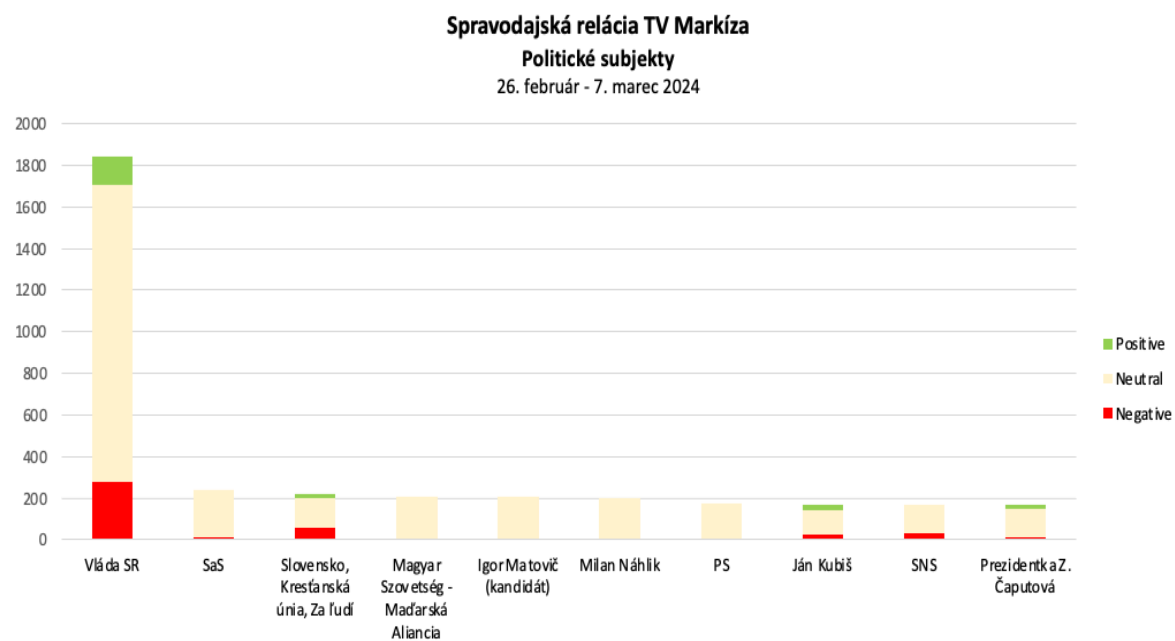
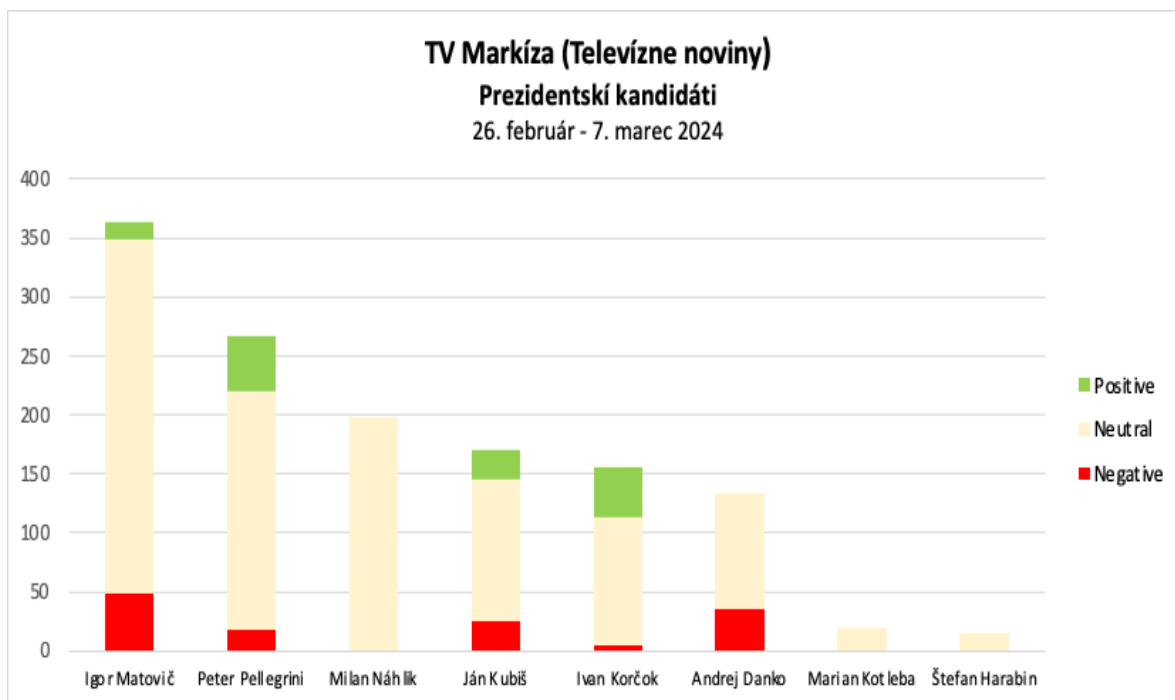


**Spravodajská relácia RTVS**  
**Politické subjekty**  
 26. február - 7. marec 2024

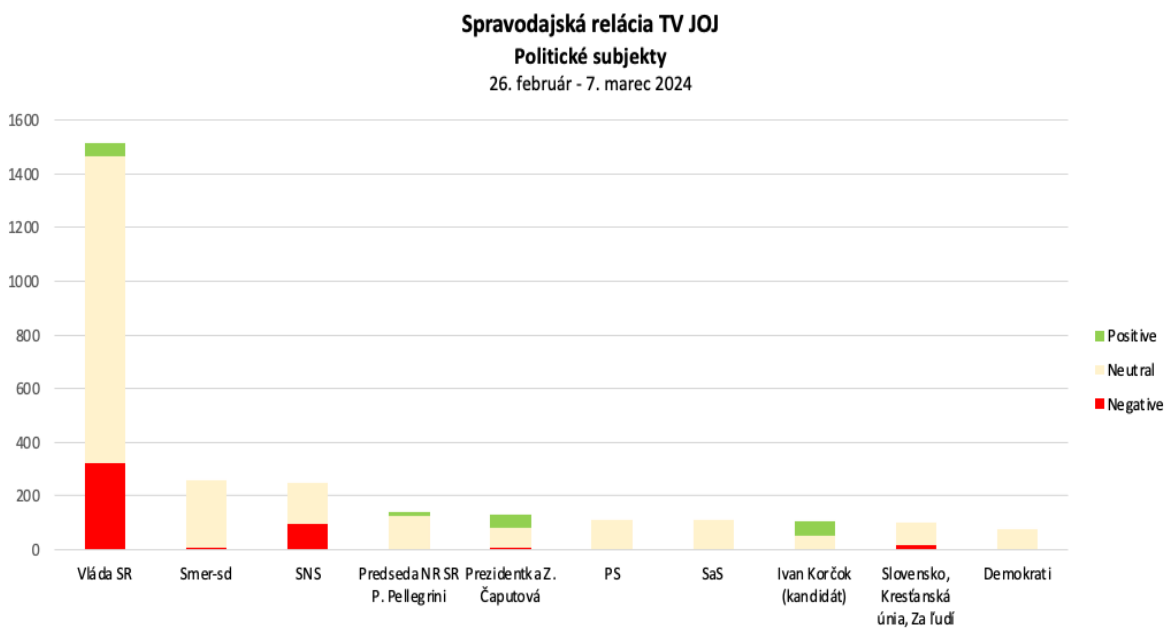
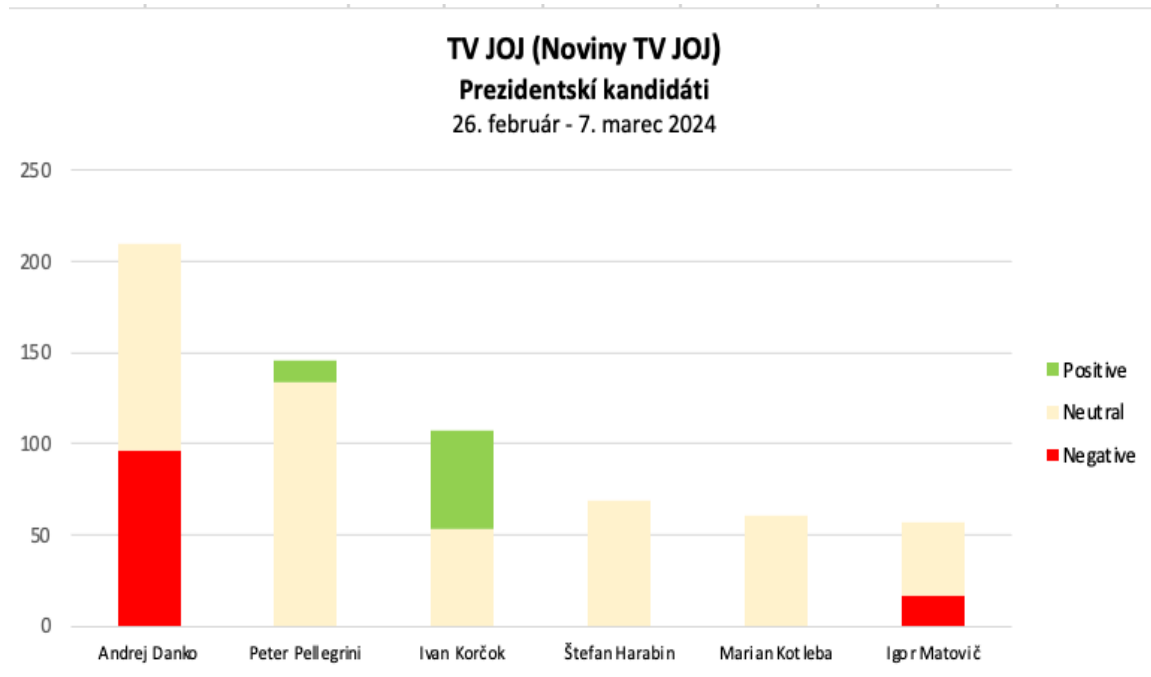




**TV Markíza (všetci prezentovaní kandidáti a top10 subjektov)**

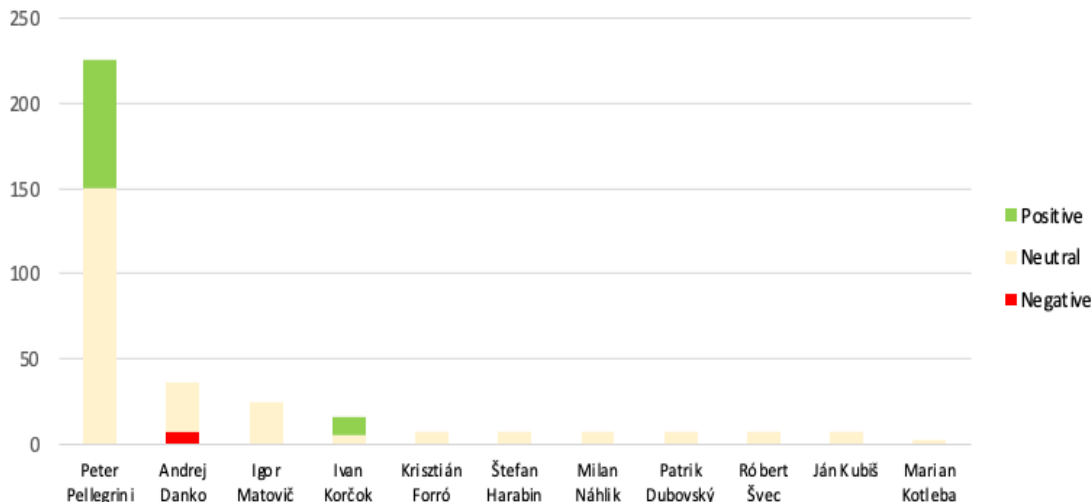


***TV JOJ (všetci prezentovaní kandidáti a top10 subjektov)***



**TA3 (všetci prezentovaní kandidáti a top10 subjektov)**

**TA3 (Hlavné správy)**  
**Prezidentskí kandidáti**  
 26. február - 7. marec 2024



**Spravodajská relácia TA3**  
**Politické subjekty**  
 26. február - 7. marec 2024

