



## **Monitoring sociálnych médií - Facebook Parlamentné voľby 2020**

**22. február 2020  
Bratislava**

**AUTORI***Ivan Godársky**Rasťo Kužel**Marek Mračka*

Projekt monitoringu médií pred voľbami do NR SR sa realizuje vďaka podpore z grantu *National Endowment for Democracy* (NED) zameraného na zvyšovanie integrity volebných procesov v Strednej a Východnej Európe, ako aj z grantu od *Civitates*, ktorý podporuje vytvorenie metodiky na monitorovanie sociálnych médií počas volieb v krajinách EÚ.

Na vypracovanie tejto správy sme použili prístup do monitorovacej platformy [CrowdTangle](https://apps.crowdtangle.com/memo98/lists/pages), v rámci ktorej máme prístup do verejných profilov na Facebooku, Instagrame, a Reddite.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> CrowdTangle Team (2020). CrowdTangle. Facebook, Menlo Park, California, United States. URL: <https://apps.crowdtangle.com/memo98/lists/pages>



## Obsah

<b>ÚVOD</b>	<b>4</b>
<b>HLAVNÉ ZISTENIA</b>	<b>5</b>
<b>POLITICKÉ SUBJEKTY</b>	<b>6</b>
<b>TOP 20 POLITICKÝCH SUBJEKTOV - POČET PRÍSPEVKOV</b>	<b>6</b>
<b>TOP 20 POLITICKÝCH SUBJEKTOV - POČET INTERAKCIÍ</b>	<b>8</b>
<b>TOP 10+ POLITIKOV NA KANDIDÁTKACH POLITICKÝCH SUBJEKTOV</b>	<b>10</b>
<b>TOP 20 POLITIKOV (Z KATEGÓRIE TOP10+) - POČET PRÍSPEVKOV</b>	<b>11</b>
<b>TOP 20 POLITIKOV (Z KATEGÓRIE TOP10+) - POČET INTERAKCIÍ</b>	<b>12</b>
<b>PRÍSPEVKY S NAJVÄČŠÍM POČTOM INTERAKCIÍ</b>	<b>14</b>
<b>METODOLÓGIA</b>	<b>23</b>

## ÚVOD

Naša [prvá správa](#) analyzovala obdobie od uverejnenia vyhlásenia volieb do NR SR (5.11.2019) do 26.1.2020 a zameriavala sa na Facebook a Instagram, kde sme sledovali aktivnosť (počet postov) ako aj interaktivitu<sup>2</sup> (celkový počet reakcií, komentárov a zdieľaní) politických strán, ich lídrov a top kandidátov.

V [druhej správe](#) sme sa venovali prezentácií kandidujúcich strán, hnutí, a ich lídrov v hlavných spravodajských a diskusných reláciách celoplošne vysielajúcich televízií – RTVS, TV Markíza TV Joj a TA3 – počas troch týždňov kampane od polovice januára (14.1.-3.2.2020). Správa zároveň priniesla analýzu mediálnej prezentácie aj niektorých iných politických subjektov (prezident SR, vláda SR). Sledovanými kritériami bol priestor, ktorý médiá venovali monitorovaným subjektom, ako aj spôsob (pozitívny/neutrálny/negatívny), akým boli prezentované.

Aktuálna správa analyzuje Facebook v období od **27.1. do 19.2.2020** z pohľadu aktivity (počtu postov) ako aj interaktivity (celkový počet reakcií, komentárov a zdieľaní) kandidujúcich politických strán, ich lídrov a top kandidátov. Pripravili sme aj prehľad konkrétnych príspevkov, ktoré zaznamenali v období viac ako troch týždňov tesne pred voľbami najviac interakcií.

V ďalšej správe, ktorú plánujeme vydať niekoľko dní pred voľbami, prinesieme celkové hodnotenie volebnej kampane, výsledky monitoringu celoplošných televízií a najčítanejších spravodajských online médií – a to z pohľadu priestoru a spôsobu prezentácie politických subjektov, ako aj z pohľadu tém a konkrétnych naratívov, ktoré obsahovo dominovali.

---

<sup>2</sup> Pri hodnotení interaktivity politických aktérov na sociálnych sieťach je dôležité pripomenúť, že strany a kandidáti niektoré svoje príspevky propagujú pomocou platenej reklamy, čo má vplyv na ich dosah a čo môže posilňovať dojem 'úspešnosti'.



## HLAVNÉ ZISTENIA

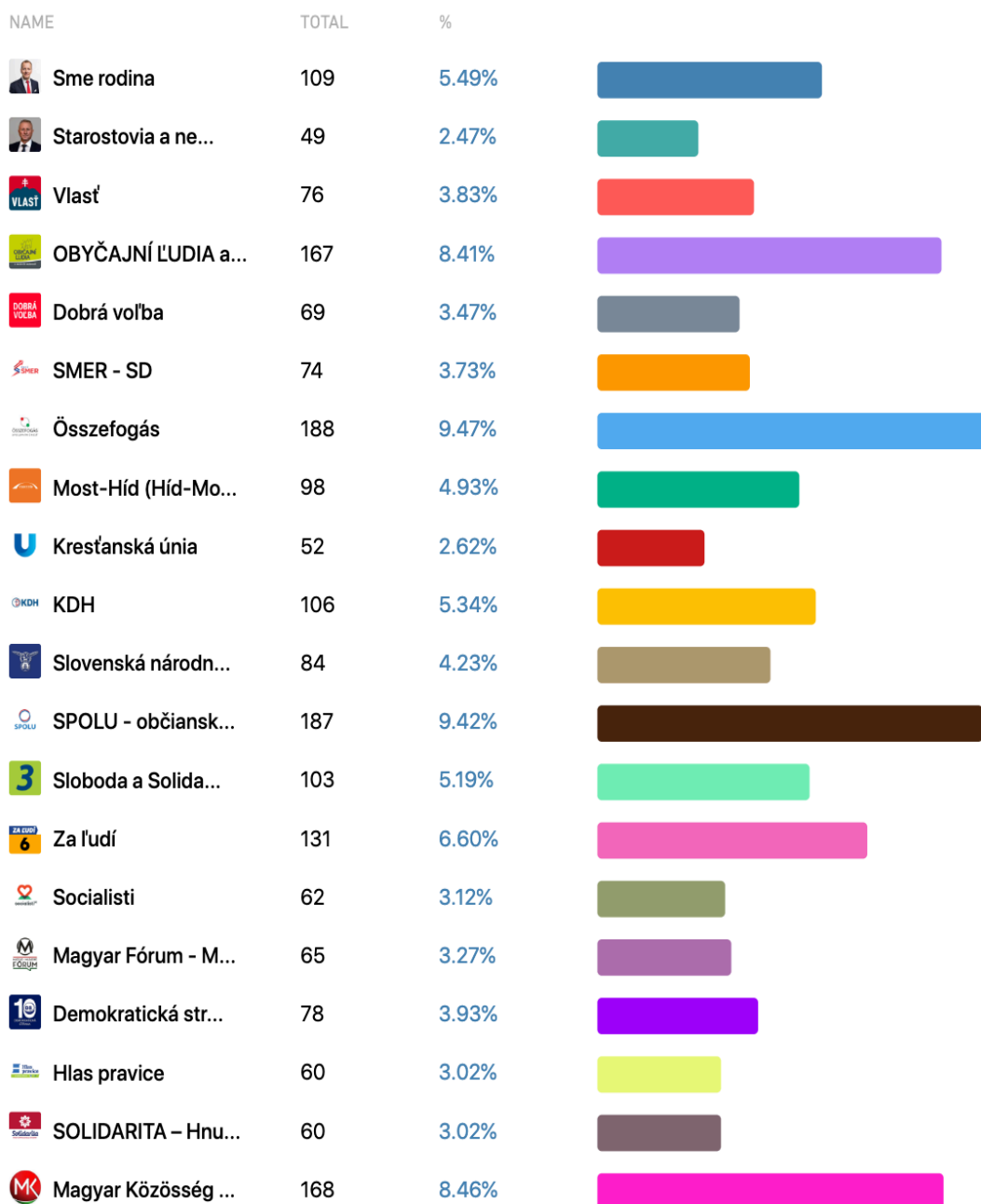
- V monitorovanom období politické subjekty (strany a hnutia) vyprodukovali na Facebooku 2 270 príspevkov, v priemere 95 postov za deň. Pokiaľ ide o sledovaných politikov, bolo to 4 541 príspevkov, v priemere 189 postov za deň.
- Najviac príspevkov na Facebooku sme opäť zaznamenali u **Mariana Kotlebu (178)**, za ním nasledovali Jozef Pročko (164) a Miroslav Beblavý (161). Čo sa týka celkového počtu príspevkov, medzi prvých 20 politikov patrili štyria z koalície PS/SPOLU a traja zo strany OĽANO.
- **Luboš Blaha** získal opäť najväčší počet interakcií (súčet reakcií, komentárov a zdieľaní) súvisiacich s jeho príspevkami na Facebooku (**304 tisíc**). Ďalšími v poradí v počte interakcií boli Michal Truban (210 tisíc), Peter Pellegrini (190 tisíc), Miroslav Beblavý (173 tisíc) a Andrej Kiska (153 tisíc).
- Medzi politickými subjektami bola najviac aktívna Spolupatričnosť (188 postov). Tretia v poradí bola Strana maďarskej komunity (168), čo poukazuje na výraznú aktivitu **Magyar Közösségi Összefogás - Maďarskej komunitnej spolupatričnosti** (MKS), na ktorej kandidátke sa obe strany nachádzajú. Pri súčte všetkých troch strán (aj s Maďarským fórom – Magyar Fórum), ktoré spolu vytvorili MKS, išlo dokopy o **421** príspevkov.
- **OĽANO**, ktoré bolo v predchádzajúcom období najaktívnejšie (333 postov), malo v aktuálnom období 167 príspevkov. Pri súčte všetkých štyroch strán (aj s Kresťanskou úniou, stranou NOVA a Zmenou zdola), ktorých predstavitelia sú na kandidátke OĽANO, išlo dokopy o **231** príspevkov.
- Strana SPOLU bola tiež aktívna (187) a spolu s postami strany PS mala koalícia **PS/SPOLU 221** príspevkov. Viac ako 100 príspevkov mali v tomto období už iba Za ľudí (131), SME rodina (109), KDH (106) a SaS (103).
- Čo sa týka interakcií, jednoznačne najviac ich získalo hnutie **OĽANO** (viac ako **430 tisíc**), potom strana SMER-SD (112 tisíc) a hnutie SME rodina (111 tisíc).
- **Na prvom a druhom mieste v celkovom počte interakcií spomedzi jednotlivých príspevkov politických aktérov boli posty OĽANO.** Prvým bolo [video](#) z cesty členov hnutia na Cyprus a druhým [príspevok](#) venovaný téme mýtného tendra. Tretím bolo [video](#) zverejnené Miroslavom Kollárom, ktoré ale obsahovo priamo nesúviselo s politikou.
- Medzi desiatimi konkrétnymi postami, ktoré získali najviac interakcií, boli tri príspevky členov hnutia OĽANO a tri príspevky predstaviteľov strany SMER-SD. Po jednom príspevku zaznamenali aj predstavitelia subjektov PS/SPOLU, SME rodina a Za ľudí. Medzi populárne príspevky súvisiace s voľbami patril aj post prezidentky Zuzany Čaputovej.

MEMO 98

## POLITICKÉ SUBJEKTY (strany, hnutia)

Graf č. 1

### TOP 20 POLITICKÝCH SUBJEKTOV - POČET PRÍSPEVKOV



MEMO 98











































V sledovanom období (27.1. - 19.2.2020) bola v počte zverejnených príspevkov na oficiálnom facebookovom profile medzi jednotlivými stranami (a hnutiami) najviac aktívna Spolupatričnosť - Összefogás (**188** príspevkov). Poukazuje to na výraznú aktivitu strany Maďarskej komunitnej spolupatričnosti (MKS), na ktorej kandidátke sa nachádza aj Strana maďarskej komunity - Magyar Közösség Pártja, ktorá bola v počte uverejnených príspevkov celkovo tretia v poradí (**168** príspevkov). Pri súčte všetkých troch strán (aj s Maďarským fórom – Magyar Fórum), ktoré spolu vytvorili MKS, išlo dokopy o **421** príspevkov.

Strana SPOLU uverejnila iba o jeden príspevok menej (**187** príspevkov), a podobne ako v predchádzajúcom období, bola na druhom mieste čo sa týka počtov uverejnených príspevkov. Pri súčte príspevkov koalíčných strán SPOLU a Progresívneho Slovenska (PS) to bolo spolu **221** príspevkov.

Ako štvrté v poradí medzi jednotlivými subjektami nasledovalo hnutie OBYČAJNÍ ĽUDIA a nezávislé osobnosti (OĽANO), ktoré v aktuálnom období uverejnilo 167 príspevkov. V tejto súvislosti treba spomenúť, že v predchádzajúcom monitorovanom období bolo OĽANO v tejto oblasti najaktívnejšie (333 postov). Pri súčte všetkých štyroch strán (aj s Kresťanskou úniou, stranou NOVA a Zmenou zdola), ktorých predstavitelia sú na kandidátke OĽANO, išlo dokopy o **231** príspevkov.

Viac ako 100 príspevkov mali v tomto období už iba Za ľudí (131), SME rodina (109), KDH (106) a SaS (103 príspevkov).

## Graf č. 2 TOP 20 POLITICKÝCH SUBJEKTOV - POČET INTERAKCIÍ

NAME	TOTAL	REACTIONS	COMMENTS	SHARES	
 Sme rodina	111.1K	86.0K	11.1K	14.0K	
 Vlast'	40.8K	30.6K	5.2K	5.0K	
 OBYČAJNÍ ĽUDIA a...	430.4K	307.2K	61.7K	61.5K	
 Dobrá voľba	22.8K	17.4K	3.8K	1.6K	
 SMER - SD	112.2K	78.7K	21.8K	11.6K	
 Összefogás	20.2K	16.6K	1.8K	1.8K	
 LS Naše Slovensk...	10.1K	6.8K	880	2.3K	
 Most-Híd (Híd-Mo...	14.8K	11.7K	1.7K	1.4K	
 Máme toho dosť	8.0K	5.3K	519	2.1K	
 KDH	17.6K	13.6K	1.7K	2.3K	
 Slovenská národn...	58.8K	40.2K	14.8K	3.9K	
 SPOLU - občiansk...	26.2K	20.3K	4.1K	1.9K	
 3 Sloboda a Solida...	60.2K	46.6K	8.1K	5.5K	
 Za ľudí	28.0K	20.6K	5.4K	2.0K	
 Progresívne Slov...	13.0K	9.2K	3.3K	511	
 Socialisti	11.3K	8.4K	443	2.5K	
 Demokratická str...	19.6K	12.4K	3.7K	3.5K	
 Hlas pravice	5.8K	2.8K	1.4K	1.6K	
 SOLIDARITA – Hnu...	11.3K	6.8K	2.1K	2.4K	
 Magyar Közösség ...	20.0K	16.2K	1.5K	2.3K	

MEMO 98





Čo sa týka interakcií, jednoznačne najviac ich získalo hnutie OĽANO (viac ako **430 tisíc**), s odstupom strana SMER-SD (**112 tisíc**) a hnutie SME rodina (**111 tisíc**). Tieto tri subjekty sa umiestnili v počte interakcií v rovnakom poradí aj v predchádzajúcom období. Nasledovala strana SaS (60 tisíc) a SNS (59 tisíc), ktoré si v porovnaní s predchádzajúcim obdobím vymenili poradie.

Ak sa pozrieme bližšie na reakcie, najviac ich získalo hnutie OĽANO (**307 tisíc**), druhé bola hnutie SME rodina (**86 tisíc**) a tretia strana SMER-SD (**79 tisíc**). OĽANO dominovalo aj v oblasti počtov zdieľaní (**62 tisíc**) a komentárov (**61 tisíc**).

## TOP 10+ POLITIKOV NA KANDIDÁTKACH POLITICKÝCH SUBJEKTOV

V tejto kategórii sme monitorovali verejne profily prvých desať kandidátov všetkých kandidujúcich subjektov (za predpokladu, že majú verejný profil na Facebooku - a k nim sme pridali ďalších kandidátov, ktorí mali v čase monitoringu 10 000 a viac ľudí sledujúcich ich profily (tzv. followerov) a tiež slovenských poslancov v Európskom parlamente, ktorí spĺňajú podmienku počtu followerov.

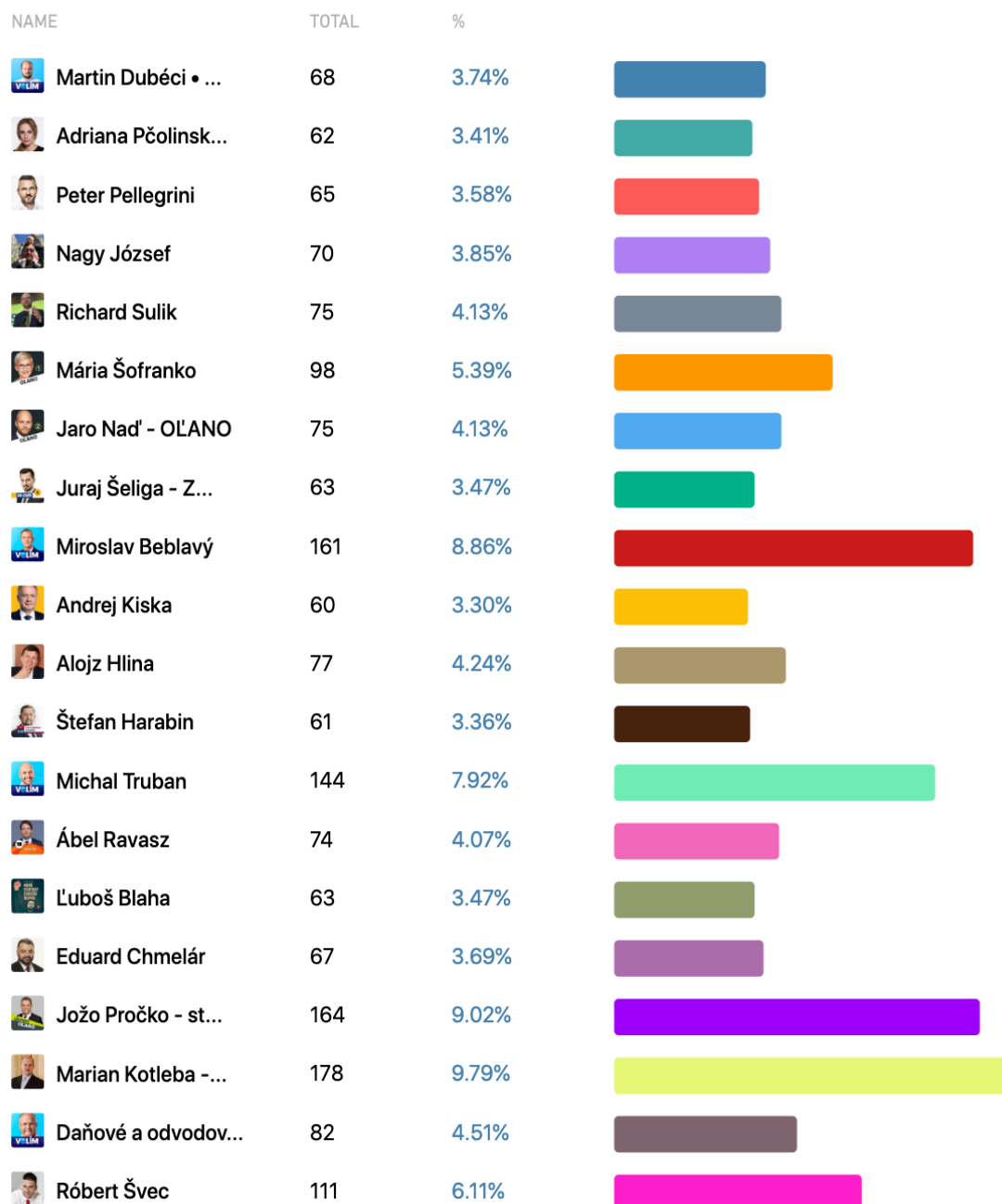
V sledovanom období sme najviac príspevkov zaznamenali (rovnako ako aj v predchádzajúcom období) u predsedu strany Kotlebovci - ĽSNS Mariana Kotlebu, ktorý zverejnil na svojom oficiálnom facebookovom profile **178** príspevkov. Na druhom mieste bol Jozef Pročko z OĽANO (**164**). Na treťom a štvrtom mieste sa umiestnili lídri koalície PS/SPOLU Miroslav Beblavý (**161**) a Michal Truban (144). Medzi najaktívnejších politikov patrili ďalej aj predseda Slovenského hnutia obrody (SHO) Robert Švec (111) a Mária Šofranko z OĽANO (98).

Medzi top 20 predstaviteľov kandidujúcich subjektov (z pohľadu počtu príspevkov na Facebooku) patrili štyria predstavitelia koalície PS/SPOLU (Beblavý, Truban, Mihál, Dubéci), traja politici OĽANO (Pročko, Šofranko, Nad'), dvaja predstavitelia vládnych SMERu-SD (premiér Pellegrini a Blaha), Mostu-Híd (Ravasz, Nagy) a kandidáti strany Za ľudí (bývalý prezident Kiska a Šeliga). Po jednom predstaviteľovi mali aj strany KDĽ, Kotlebovci-ĽSNS, SaS, SME rodina, Socialisti.sk, SHO a Vlast'.

Okrem Ábela Ravasza zo strany Most-Híd, ktorý bol na 11. mieste (74 príspevkov), bol ďalším najaktívnejším politikom vládnej koalície iný predstaviteľ strany Most-Híd (hoci nekandidujúci) József Nagy (70 príspevkov) a premiér Peter Pellegrini zo SMERu-SD na 15. mieste (65 príspevkov).









































Graf č. 3

## TOP 20 POLITIKOV (z kategórie TOP10+) - POČET PRÍSPEVKOV



## Graf č. 4

## TOP 20 POLITIKOV (z kategórie TOP10+) - POČET INTERAKCIÍ

NAME	TOTAL	REACTIONS	COMMENTS	SHARES	
 Milan Uhrík - eu...	135.6K	90.2K	17.7K	27.7K	
 Andrej Danko - p...	40.6K	28.1K	10.2K	2.3K	
 Peter Pellegrini	189.8K	135.1K	40.2K	14.5K	
 Boris Kollar	65.9K	48.3K	6.2K	11.4K	
 Milan Mazurek - ...	64.7K	43.3K	8.8K	12.6K	
 Irena Bihariová ...	63.1K	37.0K	18.6K	7.6K	
 Richard Sulik	132.8K	97.1K	28.0K	7.7K	
 Jaro Nad' - OĽANO	36.0K	30.1K	3.2K	2.7K	
 Robert Fico	136.9K	93.3K	27.8K	15.8K	
 Miroslav Beblavý	173.5K	117.3K	44.1K	12.1K	
 Andrej Kiska	153.4K	112.4K	31.7K	9.3K	
 Alojz Hlina	43.9K	31.9K	9.3K	2.6K	
 Štefan Harabin	116.8K	82.7K	12.3K	21.9K	
 Michal Truban	209.7K	154.9K	42.5K	12.3K	
 Veronika Remišov...	38.4K	29.3K	4.9K	4.3K	
 Ľuboš Blaha	304.2K	221.9K	33.4K	48.9K	
 Erik Tomáš	53.6K	40.7K	8.7K	4.3K	
 Eduard Chmelár	57.0K	40.8K	4.3K	12.0K	
 Jožo Pročko - st...	69.6K	52.8K	8.1K	8.7K	
 Marian Kotleba -...	97.2K	79.0K	8.6K	9.6K	

MEMO 98



Jednoznačne najviac interakcií získal opäť Ľuboš Blaha zo SMERu-SD (**304 tisíc**), ktorému patrilo prvenstvo v tomto aspekte aj v predchádzajúcom období. Michal Truban z koalície PS/SPOLU bol druhý (**210 tisíc**), premiér a volebný líder SMERu-SD Peter Pellegrini sa umiestnil na treťom mieste (**190 tisíc**). Štvrtý bol d'áší líder koalície PS/SPOLU, Miroslav Beblavý (173 tisíc) a piaty Andrej Kiska zo strany Za ľudí (153 tisíc).

Medzi top 20 predstaviteľmi strán a hnutí z pohľadu počtu interakcií na Facebooku boli štyria politici z vládnej SMER-SD (Blaha, Pellegrini, Fico, Tomáš), traja z koalície PS/SPOLU (Truban, Beblavý, Biháriová) a zo strany Kotlebovci-ĽSNS (Uhrík, Kotleba, Mazurek), dvaja zo strán OĽANO (Pročko, Nad') a Za ľudí (Kiska, Remišová), a po jednom z KDĽ, SaS, SME rodina, SNS, Socialisti.sk a Vlast'.

## PRÍSPEVKY S NAJVÄČŠÍM POČTOM INTERAKCIÍ<sup>3</sup>

**OBYČAJNÍ LUDIA a nezávislé osobnosti** is live. 3 days ago · 15:08

**KORUPCIA ZABÍJA ... LIVE z Limassolu na Cypre cv**

410.6K Post Views 784.4K Total Views

19,936 4,276 7,568

Rovnako ako v prechádzajúcom období získal najviac interakcií príspevok hnutia OĽANO, pričom aj tento bol natočený počas cesty predstaviteľov hnutia v zahraničí, tentoraz na Cypre (hľadanie schránkových firiem skupiny Penta v súvislosti s „vytunelovaním“ poisťovne Dôvera, ktoré „požehnala“ strana SMER-SD). [Video](#) z najväčším počtom interakcií bolo zverejnené 16. februára.

Tento príspevok mal v čase písania správy skoro 800 tisíc pozretí, takmer 20 tisíc reakcií, viac ako 4 tisíc komentárov a skoro 8 tisíc zdieľaní. Na jeho propagáciu použilo OĽANO na Facebooku a Instagrame do 6 000 eur.

<sup>3</sup> Za post na Facebooku sa považuje každý jednotlivý status, link, fotografia alebo video (FB videá, FB Live, YouTube videá, iné videá). Za interakciu na Facebooku sa považuje samostatne každá reakcia (reaction - like, love, haha, wow, sad, angry), komentár (comment) a zdieľanie (share).  
MEMO 98



**OBYČAJNÍ LUDIA a nezávislé osobnosti** ✓ posted a [video](#).

2 weeks ago · 3:15

!!"Ukradli ste 700 miliónov a tu je dôkaz, že ste si nachystali cestičku k tomu, aby ste ukradli ďalších 400 alebo 500 miliónov eur z nášho spoločného!" !!Dnes sme usvedčili Smer-SD zo zásadného podvodu na všetkých občanoch Slovenska.🔍🔍👊 Ale váš čas končí, dámy a páni. Keď si myslíte, že beztrestne okradnete nás... [See More](#)



487.2K Post Views

667.1K Total Views

👍👎👏 15,380    💬 2,063    ➦ 5,488

V poradí druhý najväčší podiel interakcií získalo opäť [video](#) hnutia OĽANO, ktoré bolo venované mýtnemu tendru a bolo zverejnené 31. januára.

Toto video malo v čase písania správy takmer 670 tisíc pozretí, viac ako 15 tisíc reakcií, viac ako 2 tisíc komentárov a skoro 5 a pol tisíc zdieľaní. Na jeho propagáciu použilo hnutie do 3 500 eur.





**Boris Kollar** ✓ posted a video.

🕒 5 days ago · 16 seconds



Ja na Valentina takto. Vy ako? :-) #valentin #valentinesday



289.1K Post Views · 678.2K Total Views

🌐 775K Views incl. crossposted

👍👎🗨️ 14,922    🌐 1,015    ➦ 6,131

V poradí tretí najväčší podiel interakcií malo [video](#) zo 14. februára zverejnené Borisom Kollárom, predsedom hnutia SME RODINA. Spomedzi desiatich príspevkov v zozname je tento príspevok jediný, ktorý obsahovo priamo nesúvisí s voľbami alebo politikou.

Video malo v čase písania správy 775 tisíc pozretí, skoro 15 tisíc reakcií, 1 tisíc komentárov a viac ako 6 tisíc zdieľaní. Na jeho propagáciu bolo použitých do 400 eur.

Keď berieme ako kritérium pre zaradenie do zoznamu skutočnosť, že post pochádza od politicky činnnej osoby, ale nemusí ísť o príspevok kandidáta či strany alebo hnutia kandidujúceho vo voľbách, v poradí štvrtý príspevok vzhľadom na celkový počet interakcií je post zverejnený na facebookovom profile prezidentky Zuzany Čaputovej.





Zuzana Čaputová ✓

5 days ago

Rada hľadám to, čo nás spája, nedelím ľudí na Bratislavu a zvyšok Slovenska, na vidiek a mesto, ani na kaviareň a krčmu. Podporujem zároveň každú aktivitu, ktorá hľadá prienik medzi nami všetkými, a ktorá motivuje k účasti na voľbách. Už druhý týždeň sa po celom Slovensku konajú koncerty s jasným protifašistickým odkazom v rámci... [See More](#)



15,853 624 662

[Príspevok](#) zverejnený 14. februára zaznamenal skoro 16 tisíc reakcií, viac ako 600 komentárov a viac ako 600 zdieľaní. Je to jeden z dvoch príspevkov v zozname, ktorého šírenie nebolo podporené žiadnou platbou pre spoločnosť Facebook.

Podobne ako v predchádzajúcej správe, opäť sa v zozname príspevkov s najväčším počtom interakcií nachádza aj [video](#) predsedu strany Za ľudí Andreja Kisku, v ktorom reaguje na predsedu strany SMER-SD Roberta Fica. Tentokrát v súvislosti s výzvou R. Fica na ich vzájomnú diskusiu.

 **Andrej Kiska**  posted a video.  
 2 weeks ago · 42 seconds

PÁN PŘEDSEDA, STE V PORADÍ Časy, keď si Robert Fico mohol diktovať, kedy, s kým a o čom chce diskutovať, sú dávno preč. Je to odchádzajúci politik, ktorému padajú preferencie a preto musí počkať. Líder kandidátky Smeru, premiér Pellegrini duel so mnou potvrdil prvý – bude 16.2. v RTVS, ak to znova nezruší ako začiatkom roka, keď sa... [See More](#)



293.3K Post Views 357.7K Total Views

   10,309  3,718  1,154

Video zverejnené 30. januára zaznamenalo skoro 360 tisíc zahliadnutí, viac ako 10 tisíc reakcií, skoro 4 tisíc komentárov a viac ako 1 tisíc zdieľaní. Na propagáciu videa bolo použitých do 2 000 eur.

Na šiestom mieste čo do počtu interakcií je [post](#) Ľuboša Blahu, ktorý rozoberá kontext zverejnenia audio záznamu telefonátu medzi Andrejom Dankom a Alenou Zsuzsovou. Príspevok zverejnený 28. januára zaznamenal skoro 8 a pol tisíc reakcií, viac ako 1 tisíc komentárov a viac ako 3 tisíc zdieľaní. Na jeho propagáciu bolo použitých do 200 eur.



**Luboš Blaha** ✓

3 weeks ago

Telefonát Andreja Danka a Aleny Zsuzsovej valcuje internety. Polka Slovenska sa na tom skvele zabáva - sú radi, že si môžu kopnúť do SNS. Mne to môže byť fuk, ale niečo mi na tom smrdí. Skúsme to teda inak - inteligentnejšie. Spýtajme sa dve kľúčové otázky: 1. Prečo sa tento telefonát objavil tesne pred voľbami a nie skôr? Zjavne ho mali... [See More](#)

8,405 1,205 3,152

Siedmy v celkovom poradí je [post](#) Michala Trubana, predsedu strany Progresívne Slovensko, v ktorom vysvetľuje dôležitosť protestov strany proti extrémizmu. Príspevok zverejnený 4. februára zaznamenal takmer 9 tisíc reakcií, skoro 2 a pol tisíc komentárov a skoro 800 zdieľaní. Na jeho propagáciu bolo použitých do 2 100 eur.



**Michal Truban** ✓

2 weeks ago

Toto bude trochu dlhé, ale musím od srdca, lebo nerozumiem, ako môže byť najväčšia téma posledných dní, či protestovať proti extrémizmu alebo nie. Slovensko sa zmenilo. Ešte nikdy nehrozilo, že náckovia vyhrajú voľby. Ešte nikdy nehrozilo, že Kotleba bude prvý, s kým bude musieť prezidentka hovoriť. Ešte nikdy nebola hrozba spoločnej... [See More](#)



8,964 2,343 787

MEMO 98

Celkovo ôsmy v zozname je post predsedu strany SMER-SD Roberta Fica, ktorý je opäť venovaný kontextu zverejnenia audio záznamu telefonátu medzi Andrejom Dankom a Alenou Zsuzsovou.



[Video](#) zverejnené 28. januára zaznamenalo viac ako 300 tisíc pozretí, viac ako 6 tisíc reakcií, skoro 3 a pol tisíc komentárov a takmer 1 a pol tisíc zdieľaní. Je to tiež druhý príspevok v zozname, ktorého šírenie nebolo posilnené žiadnou finančnou platbou.

Tretie [video](#) zástupcu strany SMER-SD v zozname, a druhé video Roberta Fica, vyzýva Andreja Kisku na diskusiu.



Príspevok zverejnený 30. januára zaznamenal takmer 270 tisíc pozretí, viac ako 7 tisíc reakcií, skoro 2 tisíc komentárov a skoro 1 a pol tisíc zdieľaní. Na jeho propagáciu na bolo použitých do 700 eur.

Desiatym príspevkom v zozname je celkovo tretie [video](#) hnutia OĽANO, ktoré pripomína, že Igor Matovič v roku 2016 zverejnil informáciu o prítomnosti Roberta Kaliňáka na svadbe L. Bašternáka.

Príspevok zverejnený 4. februára zaznamenal takmer 570 tisíc pozretí, skoro 8 tisíc reakcií, viac ako 600 komentárov a skoro 2 tisíc zdieľaní. Na jeho propagáciu bolo použitých do 400 eur.





**OBYČAJNÍ ĽUDIA a nezávislé osobnosti** ✓ posted a video.

2 weeks ago · 34 seconds

Kaliňák bol na Bašternákovej svadbe? Igor to vedel už v roku 2016! 🤔



512.8K Post Views

569.1K Total Views

👍👎👏 7,854    💬 653    ➦ 1,853

MEMO 98

[www.memo98.sk](http://www.memo98.sk) | [www.facebook.com/memo98.sk](http://www.facebook.com/memo98.sk) | [memo98@memo98.sk](mailto:memo98@memo98.sk)  
0903 581 591 (office), 0905/493 591 (Rasťo Kužel), 0905/895 304 (Ivan Godársky), 0905/581 251 (Marek Mračka)

## METODOLÓGIA

V súvislosti s rastúcim vplyvom sociálnych médií sa za posledné roky zmenil aj spôsob, ako ľudia prijímajú politické informácie. Tieto zmeny so sebou priniesli aj negatívne javy, ako je podstatne väčší výskyt neoverených a manipulatívnych informácií, ktoré mnohých utvrdzujú v ich predsudkoch a zaujatých názoroch. Čoraz viac si uvedomujeme, že existujúce sociálne rozdiely v spoločnosti môžu byť vďaka sociálnym médiám zneužitie rôznymi aktérmi, ktorí svoju činnosť vyvíjajú buď spoza hraníc (ako to bolo po prvýkrát výraznejšie zaznamenané počas volieb v USA v 2016), alebo pôsobia priamo v krajine, kde sa voľby konajú. Skúsenosti z viacerých krajín naznačujú, že riziko zneužitia je niekoľkonásobne väčšie v čase zvýšenej politickej a spoločenskej angažovanosti, akou sú voľby. Sociálne médiá a dezinformácie sú čoraz viac v centre pozornosti ako potenciálna hrozba pre integritu a bezproblémový priebeh volieb.

Výrazný nárast vplyvu sociálnych médií so sebou prináša aj výhody – možnosť získať informácie priamo od zdroja vo formách a objeme, ktorý sa spoločnosť stále iba učí prijímať a zmysluplne reflektovať. V období volebnej kampane to kandidátom poskytuje možnosť bezprostrednej komunikácie s voličmi, či ich mobilizáciu. Sociálne médiá sa stávajú veľmi dôležitým zdrojom politických informácií vo všeobecnosti, a s ešte viac počas volieb – úplne inak nastavujú vnímanie politiky, keď odpadá tradičný filter médií. Toto boli hlavné dôvody, prečo sme sa rozhodli počas nadchádzajúcich volieb do NR SR podrobnejšie analyzovať spôsob, akým sú rôzne sociálne médiá využívané počas kampane na Slovensku, či už na zvýšenie a zlepšenie informovanosti, mobilizáciu, alebo na šírenie dezinformácií, či dokonca lží.

Keďže sa už viac ako dvadsať rokov celosvetovo venujeme pôsobeniu médií, predovšetkým počas volebných kampaní, rozhodli sme sa využiť tieto skúsenosti a pokúsiť sa vypracovať metodiku monitoringu sociálnych médií počas volieb. V rámci pracovnej skupiny, ktorú viedla organizácia [Democracy Reporting International](#) (DRI), sa nám podarilo vypracovať metodický koncept. Ten sme spolu s DRI testovali počas monitoringu nedávnych volieb v Rakúsku, Portugalsku, Poľsku a Rumunsku, s podporou organizácie [Civitates](#). Vďaka nej a NED, ktoré podporujú naše aktivity, bude metodická „príručka“ už čoskoro prístupná na našich web stránkach.

Podľa správy Digital 2019 - Slovakia<sup>4</sup> bolo na Slovensku v roku 2019 celkovo 2,7 milióna aktívnych užívateľov sociálnych médií, pričom z hľadiska možného dosahu reklamy najrozšírenejším médiom je Facebook (2,6 milióna) a Instagram (1,1 milióna).<sup>5</sup> Zatiaľ čo pre väčšinu ľudí je stále primárnym zdrojom politických informácií televízia, význam a úloha sociálnych médií rastie aj na Slovensku, čo nás okrem vyššie spomínaných dôvodov inšpirovalo k tomu, aby sme do predvolebného monitoringu

<sup>4</sup> Celá správa (vydaná vo februári 2019), ktorú pripravujú *We are social* a *Hootsuite*, je k dispozícii na <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2019-slovakia-january-2019-v01>

<sup>5</sup> Čo sa týka ďalších sociálnych médií, Snapchat má reklamný dosah na 277 500 a Twitter na 145 000 užívateľov na Slovensku. Údaje pre LinkedIn (reklamný dosah 570 000) sa vzťahujú na registrovaných členov, nie je teda priamo porovnateľný s ostatnými sociálnymi médiami.

zaradili okrem televízií (ktoré na Slovensku monitorujeme od roku 1998), online médiá aj Facebook a Instagram.

MEMO 98 sa dlhodobo venuje zobrazovaniu politických subjektov v médiách na Slovensku ako aj v zahraničí, naposledy pred prezidentskými voľbami 2019.<sup>6</sup>

Táto správa prináša reflexiu aktivity kandidujúcich politických subjektov a vybraných individuálnych aktérov **na Facebooku**. Predmetom analýzy boli nasledovné kategórie:

Verejne prístupné 'public pages'<sup>7</sup>:

- **Strany**

Kandidujúce subjekty (26) a zároveň strany tvoriace súčasť niektorých kandidujúcich subjektov (OĽaNO a Kresťanská únia, NOVA, Zmena zdola, ako aj jednotlivé strany spoločnej strany Magyar Közösségi Összefogás - Maďarská komunitná spolupatričnosť, ktorú tvorí Strana maďarskej komunity - Magyar Közösség Pártja, Összefogás – Spolupatričnosť a Magyar Fórum - Maďarské fórum). Verejný profil (public page) má 30 z celkových 31 politických strán a hnutí;<sup>8</sup>

- **Kandidáti**

Prvých 10 kandidátov z každej kandidátnej listiny, zároveň aj ostatní kandidáti, ktorí mali na svojich 'public pages' aspoň 10 tisíc followers, zároveň aj slovenskí poslanci v EP, ktorí spĺňali podmienku 10 tisíc followers. Celkovo bolo analyzovaných 148 public pages kandidátov;

Sledovanými jednotkami boli *post*<sup>9</sup> a *interakcia*<sup>10</sup>. Dáta boli kvôli ustáleniu zozbierané a vyhodnotené po 3 dňoch od konca sledovaného obdobia prostredníctvom [Crowdtangle](#).<sup>11</sup>

<sup>6</sup> Počas kampane boli [13.3.](#) a [27.3.2019](#) vydané 2 monitorovacie správy, ktoré zároveň tvorili súčasť širšej mimovládnej [aktivity](#) v spolupráci s organizáciami GLOBSEC, SSPI a STRATPOL.

<sup>7</sup> Public pages, ktoré boli neaktívne od začiatku roka 2019, neboli brané do úvahy.

<sup>8</sup> Pre účely analýzy sme do zoznamu zaradili oficiálne verejné stránky strán a hnutí. Strana Kotlebovci-ĽSNS má viac ako 60 stránok, vrátane okresných organizácií – do analýzy sme zaradili stránku *ĽS Naše Slovensko v NR SR*, ktorá má najväčší počet followerov.

<sup>9</sup> Za *post* na Facebooku sa považuje každý jednotlivý status, link, fotografia alebo video (FB videá, FB Live, YouTube videá, iné videá). Za *post* na Instagrame sa považuje každá jednotlivá fotografia, fotoalbum, video alebo IGTV video.

<sup>10</sup> Za *interakciu* na Facebooku sa považuje samostatne každá reakcia (reaction - like, love, haha, wow, sad, angry), komentár (comment) a zdieľanie (share).

<sup>11</sup> CrowdTangle (a social media analytics tool owned by Facebook) "*tracks public posts on Facebook, Instagram and Reddit, made by public accounts or groups. The tool does not track every public account and does not track private profiles or groups, so this data is not representative of performance across the entire platform. The numbers shown here reflect public interactions (likes, reactions, comments, shares, upvotes and three second views), but do not include reach or referral traffic. It does not include paid ads unless those ads began as organic, non-paid posts that were subsequently "boosted" using Facebook's advertising tools. Because the system doesn't distinguish this type of paid content, note that some high-performing content may have had paid distribution. CrowdTangle also does not track posts made visible only to specific groups of followers.*"